

SEANCE DU CONSEIL MUNICIPAL DU 20 MAI 2019

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL**

N°2019/MAI/080	OBJET : APPROBATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
Date du conseil municipal 20/05/2019	
Date de la convocation 13/05/2019	
Date de l'affichage 21/05/2019	

L'an deux mille dix-neuf, le vingt mai à dix-neuf heures trente minutes, le conseil municipal s'est réuni sous la présidence de Monsieur Michel BILLOUT, maire, en suite des convocations adressées le 13 mai 2019.

Étaient présents :

Michel **BILLOUT**, Clotilde **LAGOUTTE**, Alain **VELLER**, André **PALANCADE**, Anne-Marie **OLAS**, Claude **GODART**, Sylvie **GALLOCHER**, Roger **CIPRÈS**, Simone **JEROME**, Charles **MURAT**, Karine **JARRY**, Michel **VEUX**, Danièle **BOUDET**, Pascal **HUE**, Sandrine **NAGEL**, Medhi **BENSALEM**, Jean-Pierre **GABARROU**, Monique **DEVILAINE**, Catherine **HEUZÉ-DEVIES**, Serge **SAUSSIÈRE**, Stéphanie **SCHUT**, Angélique **RAPPAILLES**.

Étaient absents représentés :

- Stéphanie **CHARRET** représentée par Michel **BILLOUT**
- Didier **MOREAU** représenté par Michel **VEUX**
- Marina **DESCOTES-GALLI** représentée par Clotilde **LAGOUTTE**
- Jacob **NALOUHOUNA** représenté par Sylvie **GALLOCHER**
- Virginie **SALITRA** représentée par Medhi **BENSALEM**

Étaient absents :

- Samira **BOUJIDI**
- Rachida **MOUALI**

Madame Sylvie GALLOCHER est nommée secrétaire de séance conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Le Conseil municipal,

VU le Code de l'Environnement, et notamment ses articles L. 581-14 et suivants et R. 581-72 et suivants, et plus précisément son article L. 581-14-1 disposant que le Règlement Local de Publicité (RLP) est élaboré conformément aux procédures d'élaboration des plans locaux d'urbanisme,

VU les articles L. 153-11 et suivants du Code de l'Urbanisme relatifs à la procédure d'élaboration d'un Plan Local d'Urbanisme et qui s'appliquent à l'élaboration du RLP,

VU la délibération du Conseil municipal n°2018/JAN/003 en date du 29 janvier 2018 prescrivant l'élaboration du RLP, définissant les objectifs poursuivis ainsi que les modalités de concertation,

VU le débat sur les orientations générales du RLP qui s'est tenu lors de la séance du Conseil Municipal en date du 5 mars 2018,

VU la délibération du Conseil Municipal en date du 2 juillet 2018 arrêtant le projet d'élaboration du RLP, tirant le bilan de la concertation et décidant de soumettre pour avis le projet de RLP à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites, et aux personnes publiques mentionnées à l'article L. 153-16 du Code de l'Urbanisme ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes et établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés,

VU les avis émis par les personnes publiques associées et l'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites du 4 octobre 2018 joints au dossier d'enquête publique,

VU l'arrêté municipal en date du 25 octobre 2018 soumettant le projet d'élaboration du RLP à enquête publique,

VU le dossier d'enquête publique, le rapport et les conclusions du commissaire-enquêteur,

CONSIDERANT l'avis favorable sous réserves avec recommandations en date du 22 janvier 2019 du commissaire-enquêteur,

VU le mémoire en réponse joint en annexe à la présente délibération reprenant l'ensemble des différents points soulevés ainsi que les modifications apportées au projet de RLP arrêté et les raisons ayant conduit à en écarter certaines,

Après en avoir délibéré, à l'unanimité des voix exprimées (27),

ARTICLE 1 :

APPROUVE le Règlement Local de Publicité (RLP) tel qu'annexé à la présente délibération.

ARTICLE 2 :

DIT que le dossier de RLP, tel qu'approuvé par la Conseil municipal, est tenu à disposition du public au service urbanisme de la Mairie. Il est également mis à disposition sur le site Internet de la commune en application de l'article R. 581-79 du Code de l'Environnement.

ARTICLE 3 :

DIT que la présente délibération fera l'objet des mesures de publicité prévues à l'article R. 153-21 du Code de l'Urbanisme.

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAI-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

ARTICLE 4 :

DIT que la présente délibération ainsi que la note et le RLP annexés à cette dernière seront transmis à Madame la Préfète du Département de Seine-et-Marne.

Fait et délibéré, les jour, mois et an que dessus
ont signé au registre les membres présents

Nangis, le 21 mai 2019.

Le maire,

Michel BILLOUT



Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAI-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019



Département de Seine et Marne Commune de NANGIS

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ



Elaboration du RLP

Document arrêté le :

Document approuvé le :



**Siège social : 23 rue Alfred Nobel
77420 Champs sur Marne
Tél : 01.64.61.86.24
Mail : ingespaces@wanadoo.fr**

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Liste des pièces

Pièce n° 1 : Pièces administratives

Pièce n° 2 : Rapport de présentation

Pièce n° 3 : Règlement

Pièce n° 4 : Annexes

4.1.a Plan d'ensemble au 1/8000e

4.1.b Plan du bourg au 1/3500e

4.2. Arrêtés municipaux définissant les limites de l'agglomération

4.3. Limites d'agglomération

Accusé de réception en préfecture
07721703271-20190523-MAL0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019



Département de Seine et Marne
Commune de NANGIS

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Pièce 1 - Pièces administratives



Elaboration du RLP

Document arrêté le :

Document approuvé le :



Siège social : 23 rue Alfred Nobel
77420 Champs sur Marne
Tél : 0164618624
Mail : ingespaces@wanadoo.fr

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

SEANCE DU CONSEIL MUNICIPAL DU 29 JANVIER 2018

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL

N°2018/JAN/003	OBJET :
Date du conseil municipal 29/01/2018	ANNULE ET REMPLACE LA DELIBERATION N°2017/MARS/025 DU 6 MARS 2017 - PRESCRIPTION DE L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (R.L.P.)
Date de la convocation 22/01/2018	
Date de l'affichage 30/01/2018	

L'an deux mille dix-huit, le vingt-neuf janvier à dix-neuf heures trente minutes, le conseil municipal s'est réuni sous la présidence de Monsieur Michel BILLOUT, maire, en suite des convocations adressées le 22 janvier 2018.

Étaient présents :

Michel BILLOUT, Clotilde LAGOUTTE, Alain VELLER, Didier MORREAU, André PALANCADE, Anne-Marie OLAS, Claude GODART, Sylvie GALLOCHER, Roger CIPRES, Simone JEROME, Charles MURAT, Virginie SALTIRA, Kéaïne JARRY, Michel VEUX, Danielle BOUDET, Sandrine NAGEL, Mehdi BENSALÉM, Jean-Pierre GAPARROU, Monique DEVILAINE, Catherine HEUZÉ-DEVIES, Pascal D'HOKER, Stéphanie SCHUT.

Étaient absents représentés :

- Stéphanie CHARRET représentée par Michel BILLOUT
- Marina DESCOTES-GALLI représentée par Virginie SALTIRA
- Samira BOUJIDI représentée par Simone JEROME
- Pascal HUE représenté par Roger CIPRES

Étaient absents :

- Jacob NALOUHOUNA
- Serge SAUSSIER
- Rachida MOUALI

Madame Virginie SALTIRA est nommée secrétaire de séance conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Le Conseil municipal,

Vu le code général des collectivités territoriales et notamment son article L. 2122-29,

Vu le code de l'Environnement, notamment ses articles L. 581 -14-1 et suivants,

Vu le code de l'Urbanisme, notamment ses articles L. 153-11 et suivants,

Vu la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement,

Vu l'ordonnance n°2012-11 du 5 janvier 2012 portant clarification et simplification des procédures d'élaboration, de modification et de révision des documents d'urbanisme,

Vu le décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 portant diverses modifications du code de l'Environnement relatives à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes,

Vu la délibération n°2017/MARS/025 du 6 mars 2017 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité,

CONSIDÉRANT qu'il y a lieu d'annuler et de remplacer la délibération n°2017/MARS/025 tant en énonçant les objectifs de la commune qu'en précisant les modalités de concertation liées à la démarche d'élaboration de ce règlement,

Après en avoir délibéré, à l'unanimité des voix exprimées (26),

ARTICLE 1 :

RAPPORTE la délibération du Conseil municipal n°2017/MARS/025 du 6 mars 2017 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité de la commune de Nangis.

ARTICLE 2 :

DECIDE de prescrire l'élaboration du Règlement Local de Publicité sur l'ensemble du territoire communal.

ARTICLE 3 :

PRECISER les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité, à savoir :

Objectifs fonctionnels :

- *Permettre au Maire d'exercer les compétences d'instruction et de police de l'affichage publicitaire sur l'ensemble du territoire communal ;*
- *Élaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'inversion et de qualité des dispositifs publicitaires et d'enseignes afin de les rendre cohérents avec la signalisation d'information locale ;*
- *Instaurer des zones de publicité réglementées distinctes dans l'ensemble du territoire de la commune afin de tenir compte des caractéristiques spécifiques des secteurs concernés ;*
- *Adopter au contexte local les règles nationales en matière de publicité et d'enseignes, prévues par le Code de l'Environnement ;*
- *Gérer et encadrer les dispositifs d'enseignes et de publicité sur le territoire communal.*

Accusé de réception en préfecture
N° de l'accusé de réception : 23105/2019
Date de réception : 23/05/2019

Objectifs qualitatifs :

- *Se prémunir des nuisances visuelles pour préserver et améliorer le cadre de vie et la qualité paysagère de la commune. Accompagner l'amélioration du cadre de vie par la limitation des implantations des dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes, mais aussi de favoriser leur harmonie et leur cohérence ;*
- *Vulnérifier l'imago communale en général, garantir un cadre de vie de qualité à ses habitants, des entrées de ville attractives et des zones d'activités dynamiques ;*
- *Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural de centre-ville ;*
- *Vulnérifier le patrimoine paysager par la préservation des perspectives et protéger les extensions urbaines résidentielles ;*
- *Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité économique et commerciale de la commune ;*
- *Privilégier la qualité et la lisibilité des enseignes dans le centre historique et les zones d'activité ;*
- *Améliorer la qualité et la lisibilité des principales axes routiers traversant la commune et de leurs entrées de ville, qui constituent le premier visage de territoire ;*
- *Limiter les signes susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière ;*
- *Encourager les pré-enseignes pour rendre le jalonnement plus fonctionnel ;*
- *Favoriser la qualité esthétique des façades en encadrant le nombre et la surface des enseignes sur façade ;*
- *Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicité liés notamment à l'apparition de nouvelles technologies de communication*

ARTICLE 4 :

PRECISE les modalités de la concertation prévue aux articles L. 103-2 et L. 103-4 du Code de l'Urbanisme selon les modalités suivantes :

Information :

- Articles de presse dans le journal municipal, les journaux locaux ;
- Parutions sur le site internet ;
- Panneaux d'affichage ;
- Panneau électronique.

Concertation :

- Réunion publique ouverte à toute la population ;
- Atelier participatif des conseils des Sages, de la jeunesse ;
- Atelier participatif avec les commerçants.

Prise en compte des expressions et avis :

- Registre de concertation ouvert au service Urbanisme, avec possibilité de consulter les documents produits au cours de la révision ;
- Par courrier et courriels.

Processus de transparence :

- Mise à la consultation de tous les documents produits au service Urbanisme ;
- Mise en ligne des documents produits sur le site internet de la commune.

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 05/07/2018

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Cette concertation de déroulera pendant toute la durée des études nécessaires à la mise au point du projet de R.L.P.

A l'issue de cette concertation, Monsieur le Maire en présentera le bilan au Conseil Municipal qui en délibérera et arrêtera le projet de R.L.P.

ARTICLE 5 :

DECIDE d'associer à l'initiative du maire ou à la demande de M. le Préfet, les services de l'État à l'élaboration du R.L.P. conformément à la procédure relative à l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme, selon l'article L. 581-14-1 du Code de l'Environnement et l'article L. 132-10 du Code de l'Urbanisme.

ARTICLE 6 :

DECIDE d'associer les personnes publiques mentionnées aux articles L. 132-7 et L. 153-16 du Code de l'Urbanisme

ARTICLE 7 :

DECIDE conformément à l'article L. 132-15 du Code de l'Urbanisme, de solliciter de l'État une dotation pour compenser la charge financière de la commune correspondante à la révision du R.L.P. dans les conditions définies aux articles L. 1614-1 et L. 1614-3 du Code Général des Collectivités Territoriales.

ARTICLE 8 :

PRECISE que la présente délibération sera notifiée conformément à l'article L. 132-7,

ARTICLE 9 :

PRECISE qu'en application de l'article R. 153-3 du Code de l'Urbanisme, la délibération sera affichée pendant 1 mois

ARTICLE 10 :

PRECISE que la présente délibération peut faire l'objet d'un recours contentieux devant le Tribunal Administratif de Melun, dans un délai de deux mois à compter de sa publication et de sa réception par les services du contrôle de légalité de la Préfecture de Seine-et-Marne.

Fait et délibéré, les jour, mois et an que dessus
ont signé au registre les membres présents

Nangis, le 30 janvier 2018

Le Maire,

Michel BILLOUT



Accusé de réception en préfecture
NANGIS - JAN-003-DE
Accusé de réception par le préfet
077-217703271-2018-000033M440000_0000_0000
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019



Département de Seine-et-Marne

Canton de Nangis
COMMUNE DE NANGIS

SEANCE DU CONSEIL MUNICIPAL DU 5 MARS 2018

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL**

N°2018/MARS/012	
Date du conseil municipal 05/03/2018	OBJET :
Date de la convocation 26/02/2018	ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE – DEBAT SUR LES ORIENTATIONS
Date de l'affichage 06/03/2018	

L'an deux mille dix-huit, le cinq mars à dix-neuf heures trente minutes, le conseil municipal s'est réuni sous la présidence de Monsieur Michel BILLOUT, maire, en suite des convocations adressées le 26 février 2018.

Étaient présents :

Michel BILLOUT, Clotilde LAGOUTTE, Alain VELLER, Marina DESCOTES-GALI
André PALANCADE, Anne-Marie OLAS, Claude GODART, Sylvie GALLOCHER,
Roger CIPRÈS, Jacob NALOUHOUNA, Simone JEROME, Charles MURAT, Virginie
SALTRA, Karine JARRY, Michel VEUX, Danielle BOUDET, Pascal HUE,
Sandrine NAGEL, Jean-Pierre GABARROU, Monique DEVILAINE, Catherine HEUZÉ-
DEVIES, Serge SAUSSIER, Pascal D'HOKER,

Étaient absents représentés :

- Stéphanie CHARRÉT représentée par Michel BILLOUT
- Didier MORREAU représenté par Anne-Marie OLAS
- Mehdi BENSELEM représenté par Clotilde LAGOUTTE
- Stéphanie SCHUT représentée par Jean-Pierre GABARROU

Étaient absents :

- Samira BOUJIDI
- Rachida MOUALI

Madame Karine JARRY est nommée secrétaire de séance conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20180523-MAJ-0080-DE
Date de l'émission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Le Conseil municipal,

Vu la loi n°2012-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement,

Vu le code de l'environnement et notamment l'article L. 581-14-1 qui prévoit que les règlements locaux de publicité sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme,

Vu le code de l'urbanisme et notamment l'article L. 153-12 prévoyant la tenue d'un débat au sein du conseil municipal sur les orientations du projet deux mois au plus tard avant l'examen du projet,

Vu la délibération n°2018/JAN/003 du 29/01/2018 du Conseil Municipal de la ville de Nançgis prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité, fixation des objectifs poursuivis et des modalités de concertation

CONSIDÉRANT la nécessité de débattre des orientations du Règlement Local de Publicité,

Monsieur le Maire ouvre le débat.

Monsieur SAUSSIER constate que les orientations proposées reprennent les préconisations qui ont conduit à la loi du 29 décembre 1979 sur la réglementation de la publicité extérieure et qui a été modifiée depuis 2012. Il rappelle que en l'absence d'un règlement local de publicité, l'autorité de police est assurée par le préfet, autrement dit un contrôle a minima. Il n'a aucune remarque sur la première orientation, ni sur la troisième mis à part qu'il y aurait pu y avoir des précisions sur la publicité immatérielle tels que sonore ou lumineuse. Il est par contre interrogé par la seconde orientation et notamment « la limitation » des signaux susceptibles de gêner la signalisation routière. Dans le meurs on la signalisation routière est plus importante que la publicité, il ne lui paraît pas concevable que celle-ci puisse être à l'origine d'un accident de circulation. Il demande de remplacer le terme « limiter » par le terme « interdire ».

Il prend notamment pour exemple la pose de publicité sur les carrefours giratoires, expliquant l'atténuation des conducteurs au dérivement de la signalisation routière. C'est également le cas pour le grand panneau publicitaire à la sortie de Nançgis en direction de Mormant qui représente une pollution visuelle et un risque sécuritaire alors qu'il est de la compétence du maire d'intervenir sur ce risque au titre de ses pouvoirs de police. En résumé, il dit que les intentions sont louables, mais sans effets si ce règlement n'est pas respecté. Par ailleurs, il demande comment les services seront associés à l'application du règlement local de publicité et de quelles manières les infractions seront constatées ?

Monsieur le maire rappelle qu'il s'agit d'un débat sur les orientations et non pas de la définition des orientations qui ont fait l'objet d'une délibération du conseil municipal en sa séance du 29 janvier 2018 et durant laquelle monsieur SAUSSIER n'était ni présent, ni représenté. Il met en garde sur l'idée d'une intervention, dont la signification est totalement différente d'une limitation et sujet à interprétation sur ce qui est susceptible de gêner la visibilité de la signalisation routière. Pour une limitation par contre, il est possible de restreindre la publicité par ses dimensions ou par sa distance par rapport aux signalisations routières par exemple, tout comme il est possible de définir plusieurs zones sur le territoire de la commune avec des règles spécifiques. Rien n'est encore défini et la commune reste dans une phase de réflexion à l'élaboration de ce règlement d'où sa volonté à recueillir le débat sur ses orientations. Par ailleurs, il souhaite avoir plus de précisions sur le panneau en sortie de ville en direction de Mormant ?

Monsieur SAUSSIER explique qu'il s'agit d'un grand panneau de 3 x 5 m, situé sur l'accotement de la route et occulte la signalisation routière. Il ne comprend pas pourquoi Monsieur le maire n'a pas fait usage de ses pouvoirs de police du maire pour prévenir ce risque que représente cette publicité ?

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20180314_MLAP003DE - 14/03/2018
Date de télétransmission : 14/03/2018
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Monsieur le maire répond d'une part que, comme l'a rappelé Monsieur SAUSSIER, en l'absence d'un règlement local de publicité, l'autorité de police est assurée par l'État et que d'autre part, l'accroissement de la route est situé sur un domaine privé, la où l'exercice du pouvoir de police est limité. Pour autant, les services municipaux ont alerté les services de l'État de cette situation. C'est justement tout l'intérêt de se doter d'un règlement local de publicité alors que Monsieur SAUSSIER doutait de son utilité (lors de la séance du 6 mars 2017). Enfin, il s'agit de son questionnaire sur la façon dont les services municipaux seront associés à l'application de ce règlement puisque la tribune du groupe de l'opposition, dans le numéro 48 du Nangismag, considère qu'il y a beaucoup trop d'agents municipaux à Nangis.

Monsieur le maire cède le débat.

Après en avoir délibéré, à l'unanimité des voix exprimées (27),

ARTICLE Unique :

PREND acte du débat relatif aux orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité.

Fait et délibéré, le jour, mois et an que dessus
ont signé au registre les membres présents

Nangis, le 6 mars 2018.

Le Maire,

Michel BILLOU



Accusé de réception en préfecture
077-217763271-20180314-2018-04485-010-
DE
Date de télétransmission : 14/03/2019
Date de réception préfecture : 14/03/2018

Accusé de réception en préfecture
077-217763271-20190523-2019-010-
DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Accusé de réception en préfecture
07721703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019



Département de Seine-et-Marne
Canton de Nangis
COMMUNE DE NANGIS

SEANCE DU CONSEIL MUNICIPAL DU 2 JUILLET 2018

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL**

N°2018/JUIL/101	
Date du conseil municipal 02/07/2018	OBJET :
Date de la convocation 25/06/2018	BILAN DE LA CONCERTATION ET ARRÊT DU PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
Date de l'affichage 02/07/2018	

L'an deux mille dix-huit, le deux juillet à dix-neuf heures trente minutes, le conseil municipal s'est réuni sous la présidence de Monsieur Michel BILLOUT, maire, en suite des convocations adressées le 25 juin 2018.

Étaient présents :

Michel BILLOUT, Clotilde LAGOUTTE, Alain VELLER, Didier MOREAU, André PALANCADE, Anne-Marie OLAS, Claude GODART, Sylvie GALLOCHER, Roger CIPRÉS, Simone JEROME, Charles MURAT, Virginie SALITRA, Pascal HUE, Mehdi BENSALLEM, Jean-Pierre GABARROU, Serge SAUSSIÉ, Stéphanie SCHUT.

Étaient absents représentés :

- Stéphanie CHARRET représentée par Sylvie GALLOCHER
- Marina DESCOTES-GALLI représentée par Virginie SALITRA
- Jacob NALOUHOUNA représenté par Pascal HUE
- Karine JARRY représentée par Simone JEROME
- Michel VEUX représenté par Charles MURAT
- Danièle BOUDET représentée par Anne-Marie OLAS
- Sandrine NAGEL représentée par Michel BILLOUT
- Monique DEVILAINE représentée par Jean-Pierre GABARROU
- Catherine HEUZÉ-DEVIES représentée par Serge SAUSSIÉ
- Pascal D'HOKER représenté par Stéphanie SCHUT

Étaient absents :

- Samira BOUJIDI
- Rachida MOUALI

Monsieur Pascal HUE est nommé secrétaire de séance conformément à l'article 103 du Code Général des Collectivités Territoriales.
Le Conseil municipal,

Article 103 du Code Général des Collectivités Territoriales
07-217703271-20180710_2018_JUIL_101-DE
Date de télétransmission : 10/07/2018
Date de réception préfecture : 09/07/2018

Accusé de réception en préfecture
07-217703271-20180523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2018
Date de réception préfecture : 23/05/2018

Le Conseil municipal,

VU le Code général des collectivités territoriales et notamment son article L. 2121-29,

VU le Code de l'Environnement et notamment ses articles L. 158-14-1 et suivants,

VU le Code de l'Urbanisme et notamment ses articles L. 153-11 et suivants,

VU la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement,

VU l'ordonnance n°2012-11 du 5 janvier 2012 portant clarification et simplification des procédures d'élaboration, de modification et de révision des documents d'urbanisme,

VU le décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 portant diverses modifications du code de l'Environnement relatives à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes,

VU la délibération n°2018/JAN/003 du 29 janvier 2018 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité et fixant les modalités de la concertation préalable,

VU la délibération n°2018/MARS/012 du 5 mars 2018 portant débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité en application de l'article L153-12 du Code de l'urbanisme,

VU le projet de Règlement Local de Publicité mis à disposition des conseillers municipaux, notamment le rapport de présentation, le Règlement, les documents cartographiques associés et les annexes,

VU le bilan de la concertation annexé à la présente délibération,

CONSIDERANT que la concertation afférente au Règlement Local de Publicité s'est déroulée de manière satisfaisante au regard des modalités énoncées dans la délibération du Conseil municipal du 29 janvier 2018,

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité est prêt à être transmis pour avis aux personnes publiques qui ont été associées à son élaboration,

CONSIDERANT la nécessité d'approuver le bilan de la concertation et d'arrêter le projet de Règlement Local de Publicité,

Après en avoir délibéré, à l'unanimité des voix exprimées (27),

ARTICLE 1 :

APPROUVE le bilan de la concertation afférente au Règlement Local de Publicité, annexé à la présente délibération.

ARTICLE 2 :

ARRÊTE le projet du Règlement Local de Publicité de la commune de Nangis tel qu'il est annexé à la présente



ARTICLE 3 :

COMMUNIQUE pour avis le projet de Règlement Local de Publicité, en application des dispositions de l'article L. 132-7 et L. 132-9 du Code de l'Urbanisme aux personnes publiques associées ainsi qu'à la Commission Départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites en vertu de l'article L. 581-14-1 du Code de l'Environnement.

Fait et délibéré, le jour, mois et an que dessus
ont signé au registre les membres présents

Nangis, le 3 juillet 2018.

Le Maire,

Michel BILLOU



Accusé de réception en préfecture
077-237703234-20180710-2018-JUL-01-DE
Date de télétransmission : 10/07/2018
Date de réception préfecture : 10/07/2018

Accusé de réception en préfecture
077-237703234-20180523-2018-046-DE
Date de télétransmission : 23/05/2018
Date de réception préfecture : 23/05/2018

Accusé de réception en préfecture
N°27703371-20190523-MAL0990-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

y) A

BILAN DE LA CONCERTATION

Elaboration du Règlement Local de Publicité de la commune de Nangis

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

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

« Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du Code de l'Urbanisme [...] »

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

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

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

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

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

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

2° L'organe délibérant de la collectivité ou de l'établissement public dans les autres cas [...] »

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

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

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

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

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

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

Dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité de Nangis, la concertation a été organisée conformément aux modalités définies par la délibération du Conseil Municipal du 29/01/2018 prescrivant son élaboration :

- Affichage de la délibération de prescription de l'élaboration du Règlement Local de Publicité du 12/02/2018 au 14/02/2018, en Mairie et par voie électronique le 15/02/2018
Parisien » du 15/02/2018

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAIL0890-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

- La publication d'articles dans le journal municipal (Bullekins municipaux « Nangis Mag » février/mars 2018 n°48 / Flyer intégré au Nangis Mag avril/mai 2018 n°49)
- La mise en place d'un registre au service urbanisme de la Mairie de Nangis à partir du 11/09/2017 et tout au long de la concertation. Ce registre a été clos la veille du Conseil Municipal arrêtant le projet du Plan Local d'Urbanisme. Aucune observation n'a été mise dans le registre.
- La mise à disposition des éléments du dossier au service urbanisme de la Mairie de Nangis en fonction de son avancement. Le rapport de présentation a été mis à disposition du public. La délibération afférente au débat sur les orientations a également été insérée dans le dossier consultable en Mairie. Le plan de zonage ainsi que le règlement, au fur et à mesure de sa rédaction.
- Une réunion publique le 28/06/2018.
- Une réunion avec la DDT le 08/12/2017
- Une réunion avec la DDT le 01/06/2018 (était convié à cette réunion également l'Architecte des Bâtiments de France qui a annulé sa venue le jour même pour des raisons de service), ainsi que divers échanges par courrier électronique.
- Rencontres avec les personnes intéressées :
 - 16/10/2017 et 14/06/2018 : Atelier participatif commerçants / Conseil des Sages et Conseil Local des Jeunes
- Réunion des personnes publiques associées : 15/06/2018
- Comité de pilotage et techniques : 27/10/2017, 22/01/2018, 09/03/2018, 17/05/2018
- L'insertion sur le site de la commune des délibérations ainsi que des documents correspondant aux différentes phases.

La Ville a mis à disposition au service urbanisme de la Mairie de Nangis, un registre de concertation pour donner à tous les administrés la possibilité de s'exprimer sur l'élaboration du PLU depuis le 11/09/2017. Aucune observation n'a été mise sur le registre.

Lors des diverses réunions qui ont pu être organisées, il est ressorti :

- Accord sur les orientations
- Intérêt porté à la préservation du caractère du centre-ville

Parallèlement à la concertation publique légale et au-delà de l'association normale des personnes publiques associées, les services de la DDT de Seine et Marne ont été associés de façon très interactive à l'élaboration du projet, avec des échanges sur l'ensemble des documents : rapport de présentation, règlement, zonage

Les moyens de concertation et d'information déclinés ont permis d'informer régulièrement les habitants et les acteurs du territoire, et ont garanti la transparence dans la démarche.

L'implication des commerçants et des habitants à travers la réunion publique et les comités participatifs a permis de recueillir de nombreux avis et remarques.

L'ensemble de ces remarques a été repris en compte et des réponses précises sont aujourd'hui intégrées au document.



PRÉFET
DE SEINE-ET-MARNE

Direction Départementale
des Territoires

Service de l'Ingénierie Durable de la
Construction et de l'Énergie
Unité cadre de vie

Affaire suivie par : Yann UGO
téléphone : 01 60 56 72 35
télécopie : 01 60 56 73 03
yann.ugo@seine-et-marne.gouv.fr

Objet : Élaboration d'un Règlement Local de Publicité
P.L.P. Porter à connaissance du RLP

Vaux-le-Pénil, le **29 AOUT 2017**

Monsieur le Sénateur Maire,

Par délibération en date du 6 mars 2017, votre conseil municipal a décidé d'élaborer un règlement local de publicité (RLP).

J'ai l'honneur de vous transmettre les éléments utiles dans le cadre de cette procédure de « porter à connaissance » en application de l'article L132-2 du code de l'urbanisme (CU), applicable aux RLP. Il présente les dispositions applicables au territoire de votre commune, ayant une portée juridique certaine.

Le porter à connaissance étant continu, il pourra vous être communiqué, au cours de l'élaboration du RLP, tout élément nouveau nécessaire ou toute disposition particulière comme à l'issue de la consultation des services et applicable à votre commune.

Je vous rappelle que ce « porter à connaissance » doit être tenu à la disposition du public et qu'en outre tout ou partie de ces pièces peut être annexé au dossier d'enquête publique (art. L 132-3 du CU).

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Sénateur Maire, l'expression de ma considération la plus distinguée.

Pour la préfète et par délégation,

Pour le directeur départemental
L'adjoint au directeur

Laurent Bedu
Laurent BEDU

Monsieur Michel BILLOUT
Sénateur Maire de Nangis
Hôtel de Ville
Rue du Maréchal de Lattre de Tassigny
77370 NANGIS

288, rue Georges Clémenceau - Parc Activités - 77000 Vaux-le-Pénil - Tél : 01 60 56 71 71 - Fax : 01 60 56 71 00
Adresse postale : BP 596 - 77003 Méulan cedex



Accusé de réception en préfecture
077-217703274-20190828-M4LU0940-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET
DE SEINE-ET-MARNE

Commune de NANGIS

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
« PORTER À CONNAISSANCE »

Accusé de réception en préfecture
N° 23-05-000123-MAJ-0000-DE
Direction Départementale
Service SIDCE - Unité
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de dépôt en préfecture : 23/05/2019

SOMMAIRE

I. LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	3
1. <i>1.1a</i> Procédure juridique d'application nationale d'un RLP.....	3
1. <i>2</i> Les objectifs d'un rlp.....	4
1. <i>3</i> Le contenu d'un rlp.....	4
1. <i>4</i> Les différentes phases de la procédure.....	4
2. LES ÉLÉMENTS À PRENDRE EN COMPTE POUR L'ÉLABORATION DU RLP.....	5
2. <i>1a</i> Population.....	5
2. <i>2</i> L'environnement et les protections particulières.....	5
2.2.1 Les secteurs d'interdiction absolues de la publicité (L581-4 du CE).....	6
2.2.2 Les secteurs d'interdiction en agglomération relative à la protection du patrimoine (L581-8 du CE).....	6
2.2.3 Dans les secteurs naturels paysagers et les espaces boisés (R581-30 du CE).....	7
2. <i>3</i> Les limites d'agglomération.....	7
2.3.1 Définition de l'agglomération.....	7
2.3.2 Autorité qui fixe les limites d'agglomération.....	7
2. <i>4</i> <i>4a</i> Sécurité routière vis-à-vis du code de la route.....	7
2. <i>5</i> L'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.....	8
2. <i>6</i> L'utilisation du domaine public.....	8
2.6.1 Les autorisations de voirie.....	8
2.6.2 Les règlements de voirie.....	8
3. LES ÉLÉMENTS CONCERNANT LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE L'AFFICHAGE.....	9
3. <i>1</i> Les dispositions applicables aux principaux modes d'affichage en agglomération.....	9
3.1.1 La publicité.....	9
3.1.1.1 L'insécurité d'une règle de densité.....	9
3.1.1.2 L'extinction.....	10
3.1.1.3 La proximité des autoroutes, voies express et bretelles de raccordement à une autoroute.....	10
3.1.2 Les pré-enseignes.....	10
3.1.2.1 La signalisation d'information locale.....	10
3.1.2.2 Le relais d'information service.....	10
3.1.3 Les enseignes.....	11
3.1.4 Les autres dispositifs.....	11
3.1.5 Le mobilier urbain.....	11
3. <i>2</i> Les dispositions applicables en dehors de l'agglomération.....	11
3.2.1 L'emprise des atterrissements, des gares et les établissements commerciaux exclusifs de toute habitation.....	11
3.2.2 Les pré-enseignes dérogatoires.....	12
3. <i>3</i> Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un rlp.....	12
3.3.1 Sur les palissades de chantier.....	12
3.3.2 La publicité effectuée en exécution d'une décision.....	12
3. <i>4</i> L'affichage d'opinion et publicité relative aux besoins des associations.....	12

L'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

La réglementation de la publicité extérieure figure aux articles L581 & R581 et suivants du livre V sous le titre de « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances – titre VIII « Protection du cadre de vie » du code de l'environnement (CE).

Elle prévoit la possibilité d'adapter les règles nationales aux situations locales au moyen de règlements locaux.

1. LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Le règlement local de publicité (RLP) est un document, couvrant l'ensemble du territoire d'une commune ou d'un établissement public à coopération intercommunale (EPCI), qui adapte à l'échelle communale les règles nationales et qui ne peut être que plus restrictif que le règlement national.

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il convient d'établir un diagnostic des dispositifs existants, et en particulier de vérifier si certains de ces dispositifs ne sont pas d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règles nationales ou, le cas échéant, au règlement local de publicité en vigueur.

Actuellement, la commune de Nanguis n'est pas dotée d'un RLP.

1.1 LA PROCÉDURE JURIDIQUE D'APPLICATION NATIONALE D'UN RLP

En application l'article L581-14-1 du CE, l'élaboration, la révision ou la modification d'un règlement local est sensiblement identique à la procédure applicable pour les plans locaux d'urbanisme (PLU).

Le maire devient alors autorité administrative de police compétente en lieu et place du préfet, et agira ainsi au nom de la commune. Ce transfert de pouvoir de police au maire implique la prise en charge de :

- la réception et l'enregistrement des déclarations préalables,
- l'instruction des autorisations,
- la conduite des procédures de sanctions

Le RLP est élaboré par la commune si elle a conservé la compétence PLU, sinon il relève de l'EPCI compétent en matière de PLU.

Il en est de même si la commune a transféré la compétence de l'élaboration du RLP à un EPCI en application de l'article L5211-17 du CGCT.

La loi ALUR rend obligatoire le transfert de la compétence PLU de fait également celle du RLP aux communautés de communes et communautés d'agglomération sauf opposition. Le choix a été de conserver la compétence PLU pour l'ensemble des communes de la CC de la Brie Nangisienne.

1.2 LES OBJECTIFS D'UN RLP

Ce document doit viser un double objectif, à savoir assurer la qualité du cadre de vie, tout en respectant deux principes constitutionnels, la liberté d'expression et la liberté d'entreprendre.

Les objectifs retenus par la commune de Manges visent à maîtriser l'affichage publicitaire tout en participant au dynamisme de l'activité économique locale. La réduction de la pollution visuelle permet ainsi de garantir un cadre de vie de qualité à ses habitants et de préserver la qualité paysagère du territoire.

1.3 LE CONTENU D'UN RLP

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (R581-72 du CE).

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicités extérieures, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (R581-73 du CE).

En tout premier lieu, il est important de délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles spécifiques et plus restrictives que le règlement national, en fonction du contexte paysager local et de la densité.

Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie (R581-74 du CE).

1.4 LES DIFFÉRENTES PHASES DE LA PROCÉDURE

- **Phase 1 :** la délibération du conseil municipal prescrit l'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité, en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation (L103-3 du code de l'urbanisme), la collectivité la notifie aux personnes publiques associées (PPA) (L132-7 et L132-9 du CU).
- **Phase 2 :** la délibération doit être affichée en mairie pendant un mois. La mention de cette décision doit être insérée dans un journal diffusé dans l'ensemble du département : il comporte le ou les lieux où la délibération peut être consultée en caractères apparents. Pour les communes de plus de 3 500 habitants, elle est en outre publiée au recueil des actes administratifs (R153-21 du CU). L'arrêté ou la délibération produit ses effets juridiques dès l'exécution de l'ensemble des formalités prévues ci-dessus, la date à prendre en compte pour l'affichage étant celle du premier jour où il est effectué.
- **Phase 3 :** le maire conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité. A l'initiative du maire, ou à la demande du préfet, les services de l'Etat sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité. Les personnes publiques associées (PPA), les présidents des établissements publics voisins, les maires des communes voisines, le président de l'établissement public compétent en matière de SCOT sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité. Le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement de territoire, d'habitat et de déplacement.

- **Phase 4 :** l'Etat produit un porter à connaissance qui regroupe les contraintes réglementaires relatives au territoire de la commune.
- **Phase 5 :** la commune met au point son projet de RLP en lien avec la concertation annoncée par le conseil municipal.
- **Phase 6 :** le conseil municipal débat des orientations générales du projet de RLP par rapport aux objectifs définis et délibère.
- **Phase 7 :** après un délai d'au moins 2 mois, le conseil municipal tire le bilan en particulier de la concertation et arrête le projet du règlement local de publicité.
- **Phase 8 :** le projet du RLP est soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi qu'à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés. L'Etat produit un avis qui confirme la prise en compte, par le projet de règlement, des contraintes réglementaires.

Le projet de règlement arrêté par la commune est également soumis pour avis à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites dans sa formation dite « de la publicité » (CDNPS) dans les conditions prévues par les articles R341-16 et suivants du CE. Cette commission donne un avis au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement. A défaut, cet avis est réputé favorable.

Le Maire intéressé par le projet siège à cette commission départementale et a voix délibératoire.

- **Phase 9 :** le projet de RLP est soumis à enquête publique qui est à organiser par le maire. Le dossier soumis à l'enquête comprend en annexe, les avis des personnes publiques consultées.
- **Phase 10 :** à l'issue de l'enquête publique, le RLP éventuellement modifié pour tenir compte des divers avis, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur, est approuvé par le conseil municipal.
- **Phase 11 :** la délibération du conseil municipal qui approuve, modifie, révisé ou abroge un ancien RLP, est affichée pendant un mois en mairie. La mention de cette décision doit apparaître en caractères apparents, dans un journal diffusé dans l'ensemble du département.
- **Phase 12 :** le RLP, une fois approuvé, doit être annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Outre les formalités de publication prévues par l'article R153-21 du CU, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet de la commune, s'il existe et tenu à la disposition du public.

2. LES ÉLÉMENTS À PRENDRE EN COMPTE POUR L'ÉLABORATION DU RLP

2.1 LA POPULATION

Au recensement de la population de 2014, la commune de Nangis comptait une population totale de 8 549 habitants. Aussi, ce sont les dispositions relatives aux communes de moins de 10 000 habitants qui s'appliquent.

2.2 L'ENVIRONNEMENT ET LES PROTECTIONS PARTICULIÈRES

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes est codifiée dans le code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L581-1 à L581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R581-1 à R581-88.

Au titre du règlement national de publicité, les règles suivantes sont applicables à toutes les collectivités.

2.2.1 Les secteurs d'interdiction absolues de la publicité (L581-4 du CE)

En application de l'article L581-4 du code de l'environnement, la publicité et les pré-enseignes (y compris les pré-enseignes dérogatoires) sont strictement interdites :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les ceurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres ;
- sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque, arrêtés par le maire ou par le préfet, éventuellement présents au sein du périmètre d'élaboration du RLP.

La commune de Nangis est concernée par l'interdiction des lieux suivants :

-- les monuments historiques (MH) :

- Église Saint-Martin et Saint-Maure : classement par arrêté du 28 août 1989
- Ferme : Vieille porte - inscription par arrêté du 1er octobre 1963
- Borne leurdétisée n° 34 : classement par arrêté du 24 avril 1964 (Commune de Rampillon)

-- les monuments naturels et dans les sites classés :

La commune de Nangis n'est concernée par aucun site classé ou inscrit, aucun site « Natura 2000 », aucun parc national, aucune réserve nationale ni aucun arrêté de protection de biotope. Cependant, deux Zones Naturelles d'Intérêt Écologique Faunistique et Floristique sont situées sur le territoire de la commune.

- Bassins de la haute-voie : ZNIEFF continentale de type 1 (Id : 110020084)
- Massif de Villeferme : ZNIEFF continentale de type 2 (Id : 110001318)

2.2.2 Les secteurs d'interdiction en agglomération relative à la protection du patrimoine (L581-8 du CE)

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L581-8 du code de l'environnement qui précise qu'à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code;
- Dans les parcs naturels régionaux;
- Dans les sites inscrits;

- À moins de 100 mètres* et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 du CE.

* *L'élaboration du RLP entraîne le passage de ce périmètre de 100 mètres au périmètre de protection modifié autour de l'église et de la ferme (à 500 mètres pour la borne fleurdelysée n° 34) en application de la loi du 7 juillet 2016 relative à la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP).*

2.2.3 Dans les secteurs naturels paysagers et les espaces boisés (R581-30 du CE)

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- 1° dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme ;
- 2° dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols (zone N).

La commune de Nangis est concernée par les espaces boisés classés et les zones à protéger situés en agglomération répertoriés dans les documents graphiques du PLU actuellement opposable approuvé le 23 mars 2017. (La révision du PLU est en cours avec un arrêté du projet de juin 2017 Délibération du 30 juin 2017)

2.3 LES LIMITES D'AGGLOMÉRATION

2.3.1 Définition de l'agglomération

L'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (article R110-2 du code de la route). En matière de publicité, c'est la réalité physique du bâti qui définit les limites de l'agglomération, peu importe l'existence ou non de panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement.

2.3.2 Autorité qui fixe les limites d'agglomération

Les limites de l'agglomération ont des effets déterminants au titre de la réglementation de la publicité. Ces limites peuvent donner lieu à une requalification par les tribunaux administratifs. En conséquence, il est impératif que le maire définisse cet espace réglementaire et le mette à jour pour prendre en compte l'évolution de l'urbanisation.

Une analyse du cadastre à jour ou des photographies aériennes peuvent aider à caractériser cet espace construit continu.

Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire en application de l'article R411-2 et sont représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

2.4 LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE VIS-À-VIS DU CODE DE LA ROUTE

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R418-1 à R418-9 du code de la route.

Il est à noter que la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière sont interdites.

Un arrêté du 30 août 1977 relevant du code de la route fixe les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques.

2.5 L'ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES À MOBILITÉ RÉDUITE

Selon l'article 9 de la loi n° 2015-988 du 5 août 2015 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et le citoyenneté des personnes un plan de mise en accessibilité de la voirie et des aménagements des espaces publics doit être établi dans chaque commune de 1000 habitants et plus. Les communes de moins de 1000 habitants devront néanmoins respecter les règles d'accessibilité.

Concernant plus particulièrement l'accessibilité de la voirie et des espaces publics, celle-ci est liée à la notion d'obstacles et d'encombrement des trottoirs. Il en découle des exigences portant notamment sur les caractéristiques dimensionnelles des cheminements piétons ou sur l'implantation du mobilier urbain et des arrêtés de transport collectif, exprimées dans le décret 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.

Il faudra donc apporter une attention toute particulière quant au mobilier urbain et veiller à ce qu'il soit aisément détectable par les personnes aveugles ou mal-voyantes.

Par ailleurs, il est rappelé que la largeur minimale de cheminement est de 1,40 m libre de tout et qu'elle peut être réduite à 1,20 m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.

2.6 L'UTILISATION DU DOMAINE PUBLIC

2.6.1 Les autorisations de voirie

Selon les dispositions de l'article L113-2 du code de la voirie routière, en dehors des cas prévus aux articles L113-3 à L113-7 et de l'installation par l'État des équipements visant à améliorer la sécurité routière, l'occupation du domaine public routier n'est autorisée que si elle a fait l'objet, soit d'une permission de voirie dans le cas où elle donne lieu à emprise, soit d'un permis de stationnement dans les autres cas. Ces autorisations sont délivrées à titre précaire et révoquant.

2.6.2 Les règlements de voirie

Les règlements de voirie peuvent comporter des prescriptions sur la publicité et les enseignes lorsque celles-ci sont prévues d'être installées en surplomb du domaine public routier.

Le règlement de la voirie nationale (RN) est approuvé par arrêté préfectoral du 15 janvier 1980, modifié le 15 juillet 1980.

Le règlement de voirie départementale (RD), arrêté par le président du Conseil départemental est entré en vigueur le 8 mars 1999.

3. LES ÉLÉMENTS CONCERNANT LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE L'AFFICHAGE

3.1 LES DISPOSITIONS APPLICABLES AUX PRINCIPAUX MODES D'AFFICHAGE EN AGGLOMÉRATION

Sans préjudice des articles L581-4, L581-8, R581-22 et R581-30 du code de l'environnement les dispositions ci-après sont applicables dans l'agglomération de votre commune.

3.1.1 La publicité

Elle est interdite (R581-22 CE) sur les éléments suivants :

- les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;
- les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- les murs de cimetière et de jardin public.

La publicité lumineuse est interdite à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (R581-34 du CE).

La publicité non lumineuse ne peut pas être scellée au sol ou installée directement sur le sol. En revanche, elle peut être installée sur des bâtiments ou mur dans le respect des articles R581-26 à 29. Cela concerne des dispositifs dont la surface ne peut excéder 4 m² et une hauteur maximale de 6m au-dessus du niveau du sol. Toutefois, cette surface pourra être portée à 8 m² dans la traversée de l'agglomération, lorsque la publicité est en bordure d'une route à grande circulation aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la CDNPS.

La commune de Nangis est concernée par cette disposition en bordure de la RD 619 (ex RN 19) qui est classée route à grande circulation.

3.1.1.1 L'instauration d'une règle de densité

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur des aéroports et gares ferroviaires et routières, n'est autorisé qu'un seul dispositif publicitaire mural par unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire. Il pourra alors être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Il existe cependant une exception à ce principe, selon lequel on pourra installer :

- soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support;

3.1.1.2 La proximité des autoroutes, voies express et bretelles de raccordement à une autoroute

Des règles relatives à la visibilité des dispositifs à partir des grands axes routiers passant dans ou à proximité du territoire communal sont prévues par le code de l'environnement. Les votes concernés sont

les suivantes :

- autoroute ;
- route express ;
- bretelle de raccordement à une autoroute ;
- déviation ou voie publique située hors agglomération

La commune de Nangis est concernée par cette disposition en bordure de la de la RD 408 et de la RD 201 qui sont classées routes à grande circulation.

3.1.2 Les pré-enseignes

Les pré-enseignes admises sont installées dans les mêmes conditions que la publicité (L581-19 CE) et doivent respecter les prescriptions d'harmonisation fixé par l'arrêté du 23 mars 2015 de la ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie.
Néanmoins, il est possible de signaler certaines activités au moyen de signalisation d'information locale (SIL).

3.1.2.1 La signalisation d'information locale

Il s'agit de panneaux de direction de petite taille que l'on peut utiliser pour indiquer les commerces et services d'une commune.

Ils doivent respecter la charte du Conseil Départemental de Seine-et-Marne du 2 octobre 2015 jointe en annexe.

De tels dispositifs entrent dans la catégorie de la signalisation routière et donc sortent du champ d'application du code de l'environnement.

3.1.2.2 Le relais d'information service

Ce type de dispositif peut permettre l'accès à des informations d'urgence, répondre à des besoins de repérage ou d'informations relatives aux activités industrielles et commerciales ou bien d'hébergement.

3.1.3 Les enseignes

Les enseignes apposées sur une façade commerciale doivent obéir à des règles de surface cumulée maximale définies à l'article R581-63 du CE et sont également soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R581-58 à R581-65 du CE.

Les enseignes lumineuses doivent respecter les règles d'extinction comme stipulé dans l'article R581-59 du CE et sont donc soumises aux conditions générales d'installations des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R581-58 à R581-65 du CE.

Les enseignes éligibles sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence (R581-29 CE).

Les enseignes scellées au sol sont limitées à 6 m² de surface, limitées en nombre (article R581-65 CE) et soumises aux conditions des articles R581-58 à R581-65 du CE

Les enseignes temporaires concernent les opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières définies aux articles L581-20 et R581-68 sont soumises aux articles R581-69 à R581-7 du CE.

3.1.4 Les autres dispositifs

Les bâches de chantier, bâches publicitaires, dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Les dispositifs de petits formats dénommés « micro-affichage » non soumis à la règle de densité répondent aux dispositions particulières, telles que décrites dans les articles R581-22 à R581-24, les articles R581-27 et R581-29 du code de l'environnement.

3.1.5 Le mobilier urbain

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire en égard à sa fonction et dans les conditions définies aux articles R581-42 à R542-47 du CE, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou transparence.

Seuls 5 types de mobilier peuvent accueillir de la publicité :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques ;
- les colonnes porte-affiche ;
- les mâts porte-affiche
- les mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires

3.2 LES DISPOSITIONS APPLICABLES EN DEHORS DE L'AGGLOMÉRATION

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération, toute publicité est interdite à l'exception des pré-enseignes dites déroatoires comme le prévoit l'article R581-7 du code de l'environnement.

3.2.1 L'emprise des aéroports, des gares et les établissements commerciaux exclusifs de toute habitation

Toutefois, la publicité peut être autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires et routières . Elle peut également être autorisée par un RLP à proximité des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération.

3.2.2 Les pré-enseignes déroatoires

Les pré-enseignes déroatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations au plus à 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent.
Toutefois, cette distance est portée à 10 km pour les pré-enseignes déroatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Ces pré-enseignes déroatoires peuvent être scellées sur le sol ou installées directement sur le sol, sans dépasser 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

Hors agglomération, sont autorisées les pré-enseignes :

- 2 pré-enseignes par établissement lorsqu'elles signalent des activités en relation avec la vente des produits du terroir par des entreprises locales ;
- 2 pré-enseignes signalant les activités culturelles ;
- 4 pré-enseignes par monument lorsque qu'elles signalent des monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.

3.3 LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITES PAR UN RLP

3.3.1 Sur les palissades de chantier

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier lorsque leur installation a donné lieu à autorisation de voirie.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

3.3.2 La publicité exercée en exécution d'une décision

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'exécède pas une surface unitaire de 1,50 m².

3.4 L'AFFICHAGE D'OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS

En application de l'article L581-13 du code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations la surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (R581-2 du CE) :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (R581-3 du CE).

Si le maire n'a pas pris d'arrêté relatif aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure

\ Porter à connaissance du RLP de NANGIS

restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires. L'arrêté préfectoral cesse de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un ou plusieurs autres emplacements.

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés aux articles L581-4 et L581-8 du code de l'environnement. Toutefois, le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction déterminée à l'article L581-8.

Pour la préfète et par délégation,

Pour le directeur départemental
L'adjoint au directeur


Laurent BEDU

Accusé de réception en préfecture
072-217703271-20190526-MAIL-0890-DE
Date de MAJ/actualisation : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019



Département de Seine-et-Marne
Canton de Nangis
COMMUNE DE NANGIS

ARRETE MUNICIPAL

N°2018/URBA/MB/EL/1097

Objet : Arrêté portant organisation de l'enquête publique relative au d'élaboration du Règlement Local de Publicité de la commune de Nangis

Michel BILLOUT, Maire de la commune de Nangis,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,

Vu le Code de l'Urbanisme,

Vu le Code de l'Environnement et notamment les articles L. 122-4, L. 123-1 et suivants, R. 122-17, R. 122-18 et R. 123-1 à R. 123-23

Vu la loi n°83-630 du 12 juillet 1983 relative à la démocratisation des enquêtes publiques et à la protection de l'environnement,

Vu l'ordonnance n°2016-1060 du 3 août 2016 portant réforme des procédures destinées à assurer l'information et la participation du public à l'élaboration de certaines décisions susceptibles d'avoir une incidence sur l'environnement,

Vu le décret n° 2017-626 du 25 avril 2017 relatif aux procédures destinées à assurer l'information et la participation du public à l'élaboration de certaines décisions susceptibles d'avoir une incidence sur l'environnement et modifiant diverses dispositions relatives à l'évaluation environnementale de certains projets, plans et programmes,

Vu le décret n° 2011-2018 du 29 septembre 2011 portant réforme de l'enquête publique relative aux opérations susceptibles d'affecter l'environnement,

Vu la délibération n°2018/JAN/003 du conseil municipal du 29/01/2018 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité

Vu la délibération n° 2018/MARS/012 du conseil municipal du 05/03/2018 portant débat sur les orientations du règlement local de publicité

Vu la délibération n°2018/JUL/101 du conseil municipal en date du 02/07/2018 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet d'élaboration du règlement local de publicité

Vu la décision n° B18000112/77 en date du 10/10/2018, par laquelle la Présidente du Tribunal Administratif de Melun a désigné M. BARTOLOMEI Philippe en qualité de commissaire enquêteur pour conduire l'enquête publique relative à l'élaboration du règlement local de publicité.

Vu les pièces du dossier soumis à enquête publique,

Considérant que le dossier d'élaboration du règlement local de publicité a été notifié aux personnes publiques associées et aux personnes publiques consultées,

ARRETE

Accusé de réception en préfecture
M7-217703271-20181002-JRBA-2018-1097-
Date de l'émission : 27/10/2018
Date de réception préfecture : 27/10/2018

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20180523-MAI-089D-DE
Date de l'émission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

ARTICLE 1 : Orientations du Règlement Local de Publicité

Les orientations du Règlement Local de Publicité sont :

- **Orientation n°1 : Préserver et améliorer le cadre de vie et la qualité paysagère**
 - Valoriser l'image communale en général, garantir un cadre de vie de qualité à ses habitants
 - Se prémunir des nuisances visuelles
 - Limiter les implantations des dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes mais aussi valoriser leur harmonie et leur cohérence
 - Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural du centre-ville
 - Valoriser le patrimoine paysager par la préservation des perspectives et protéger les extensions urbaines résidentielles

- **Orientation n°2 : Favoriser la sécurité routière et la qualité des entrées de ville**
 - Améliorer la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers traversant la commune et de leurs entrées de ville, qui constituent la première vitrine du territoire
 - Limiter les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière

- **Orientation n°3 : Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité économique et commerciale de la commune en privilégiant des dispositifs de qualité**
 - Privilégier la qualité et la lisibilité des enseignes dans le centre historique et les zones d'activités
 - Encadrer les pré-enseignes pour rendre le jalonnement plus fonctionnel
 - Favoriser la qualité esthétique des façades en encadrant le nombre et la surface des enseignes sur façade
 - Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicités liés notamment à l'apparition de nouvelles technologies des communications

Les orientations du Règlement Local de Publicité ont été débattues en Conseil Municipal du 05/03/2018.

ARTICLE 2 : Objet et durée de l'enquête publique

Il sera procédé, sur le territoire de la commune de Nangis, à une enquête publique sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité de la commune de Nangis, du 19/11/2018 au 22/12/2018 inclus soit pendant 34 jours consécutifs.

ARTICLE 3 : Commissaire-enquêteur

Monsieur BARTOLOMEI Philippe, a été désigné commissaire enquêteur par la présidente du Tribunal Administratif de Meaux.



ARTICLE 4 : Mise à disposition du dossier d'enquête publique – Consultation du public

Pendant la durée de l'enquête publique, les pièces du dossier et un registre d'enquête à feuillets non mobiles, coté et paraphé par le commissaire enquêteur, seront tenus à la disposition du public, afin que chacun puisse en prendre connaissance et consigner éventuellement ses observations sur le registre d'enquête ouvert à cet effet au Service Urbanisme de la Mairie de NANGIS – 28 rue de la Boucherie – 77 370 NANGIS - pendant la durée de l'enquête publique, du 19/11/2018 au 22/12/2018 inclus à l'exception des dimanches et des jours fériés :

- Lundi :	9h00-12h00	et	13h30-17h00
- Mardi :	9h00-12h00	et	13h30-17h00
- Mercredi :	9h00-12h00	et	13h30-17h00
- Jeudi :	9h00-12h00	et	13h30-17h00
- Vendredi :	9h00-12h00	et	13h30-17h00

Le samedi 24 novembre ainsi que les samedis 1^{er}, 8, 15 et 22 décembre 2017, les pièces du dossier et un registre d'enquête à feuillets non mobiles, coté et paraphé par le commissaire enquêteur, seront tenus à la disposition du public à l'hôtel de ville, Rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, de 9h00 à 12h00.

Les pièces du dossier sont également consultables et un registre électronique à disposition du public, pendant toute la durée de l'enquête sur le site : <http://elaboration-reglement-local-publicite-nangis-enquetepublique.net/>.
Les observations et remarques peuvent également être adressées par mail à l'adresse suivante : elaboration-reglement-local-publicite-nangis@enquetepublique.net

ARTICLE 5 : Permanence du commissaire-enquêteur

Le commissaire enquêteur se tiendra à la disposition des personnes intéressées et recevra les observations faites sur le projet soumis à enquête publique, aux jours, heures et lieux suivants :

- Lundi 19 novembre 2018, au service urbanisme de la Mairie de Nangis – 28 rue de la Boucherie, de 9h00 à 12h00
- Vendredi 14 décembre 2018, au service urbanisme de la Mairie de Nangis – 28 rue de la Boucherie, de 14h00 à 17h00
- Samedi 22 décembre 2018, à l'hôtel de ville – rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, de 9h00 à 12h00

Les personnes intéressées pourront également les adresser, par écrit et en français, en Mairie de Nangis à l'attention du Commissaire enquêteur qui les annexera au registre (Mairie de Nangis – rue du Maréchal de Lattre de Tassigny – CS 50 404 – 77 370 NANGIS)

Toute personne peut également faire part de ses observations via le registre électronique sur le site : <http://elaboration-reglement-local-publicite-nangis-enquetepublique.net/> ou par mail à

l'adresse suivante : elaboration-reglement-local-publicite-nangis@enquetepublique.net jusqu'au 22 décembre 2018 à 12h00 (clôture de l'enquête publique)

Accusé de réception en préfecture
077-21770271-20181027-JRBA-2018-4067-
AR
Date de télétransmission : 27/10/2018
Date de réception préfecture : 27/10/2018

Accusé de réception en préfecture
077-21770271-20180522-NA0000-DE
Date de télétransmission : 23/05/2018
Date de réception préfecture : 23/05/2018

ARTICLE 6 : Publicité de l'enquête publique

Un avis au public faisant connaître l'ouverture de l'enquête sera publié, 15 jours au moins avant le début de celle-ci, en caractère apparents dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans le Département de la Seine-et-Marne ci-après désigné : « La République » et « Le Parisien » et sera rappelé dans les huit premiers jours de celle-ci.

Une copie des avis publiés dans la presse sera annexée au dossier soumis à l'enquête avant l'ouverture de l'enquête ou à la réception pour la deuxième parution.

Huit jours au moins avant le début de l'enquête et pendant toute la durée de celle-ci, l'arrêtés d'ouverture de l'enquête :

- Sera affiché sur l'ensemble des panneaux d'affichage de la commune de Nangis

L'avis sera également publié sur le site internet de la commune de Nangis (www.ville-nangis.fr).

ARTICLE 7 : Information

Monsieur le Maire de la commune de Nangis est responsable juridiquement du projet. Toute information concernant ce projet pourra être obtenue auprès de la Mairie de Nangis -- Rue du Maréchal de Lattre de Tassigny- CS 50 404 – 77 370 NANGIS.

Toute personne peut, sur demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête et des observations du public auprès de la Mairie en adressant sa demande à :

Monsieur le Maire
Mairie de Nangis
Rue du Maréchal de Lattre de Tassigny
CS 50 404
77 370 NANGIS

ARTICLE 8 : Clôture de l'enquête publique, rapport et conclusions du commissaire-enquêteur

A l'expiration du délai prévu à l'article 1^{er} du présent arrêté municipal, le registre d'enquête publique sera clos et signé par le commissaire-enquêteur. Le Maire transmettra, dans un délai de 24 heures, ledit registre, avec le dossier d'enquête publique, au commissaire-enquêteur qui examinera les observations recueillies et entendra toute personne qu'il lui paraît utile de consulter.

Le commissaire-enquêteur disposera d'un délai maximal d'un mois, à compter de la date de clôture de l'enquête, pour remettre à Monsieur le Maire le dossier et le registre d'enquête assortis du rapport énonçant les conclusions motivées, en précisant si elles sont favorables ou non au projet.

ARTICLE 9 : Diffusion du rapport et des conclusions du commissaire-enquêteur

Les conclusions du commissaire-enquêteur seront communiquées, sur leur demande, aux personnes intéressées.

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20181027-URSA-2018-1097-
L'Accusé de réception est adressé à la préfecture de la Seine-et-Marne
Accusé de réception des préfectures de la Seine-et-Marne : 21/100018
077-217703271-20181027-URSA-2018-1097-
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Une copie du rapport et des conclusions motivées du commissaire-enquêteur sera déposée en Mairie de Nangis pour y être tenue à la disposition du public pendant un an à compter de la date de l'approbation.

ARTICLE 10 : Autorité compétente pour prendre la décision

L'approbation du Règlement Local de Publicité de la commune de Nangis sera décidée par délibération du conseil municipal de Nangis.

Il est précisé qu'en cas d'avis défavorable du commissaire-enquêteur, la délibération municipale décidant l'approbation du projet devra être motivée.

ARTICLE 11 : Recours

Le présent arrêté municipal est susceptible de recours gracieux auprès de l'autorité compétente et d'un recours contentieux devant le Tribunal Administratif de Melun, dans les deux mois suivants sa publication.

ARTICLE 12 : Exécution de l'arrêté et ampliation

La directrice générale des services est chargée de l'exécution du présent arrêté municipal qui sera inscrit au recueil des actes administratifs.

Ampliation du présent arrêté sera adressée à :

- Monsieur le Préfet de Seine-et-Marne
- Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Melun
- Monsieur BARTOLOMEI Philippe, commissaire enquêteur
- Madame la Directrice du service des affaires générales,
- Madame la Directrice du service urbanisme
- Monsieur le Directeur du service communication

Fait à NANGIS, le 25 /10 /2018
(en 2 exemplaires originaux)

Le Maire,

Michel BILLOUT



Accusé de réception en préfecture
077-217704271-20181025-LURBA_2018-1007
AR
Date de télétransmission : 27/10/2018
Date de réception préfecture : 27/10/2018

Accusé de réception en préfecture
077-217704271-20181025-LURBA_2018-1007
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Accusé de réception en préfecture
077-21703271-20190523-MAI-0080-DE
Date de transmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019



Département de Seine et Marne
Commune de NANGIS

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

PIÈCE 2 : RAPPORT DE PRÉSENTATION



Élaboration du RLP

Document arrêté le :

Document approuvé le :



Siège social : 23 rue Alfred Nobel
77420 Champs sur Marne
Tél : 0164618624
Mail : ingespaces@wanadoo.fr

Accusé de réception en préfecture
074-2718471-20190522-MA000-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

SOMMAIRE

I. LE CONTEXTE GENERAL.....	5
1. Le contexte réglementaire.....	5
2. Définitions	6
3. Les grands principes du régime général.....	11
4. Les grands principes du règlement	11
II. PRESENTATION DE LA COMMUNE.....	13
1. Localisation	13
2. La Communauté de Communes de la Brie Nangisienne	14
III. DIAGNOSTIC TERRITORIAL	17
1. Synthèse des données socio-démographiques.....	17
1.1 La population et le parc immobilier.....	17
1.2 La population active et l'emploi	19
2. La morphologie urbaine et le patrimoine bâti.....	22
3. Les composantes naturelles et le paysage	26
3.1 Les composantes naturelles	26
3.2 Le paysage et les entrées d'agglomération	29
4. Les activités économiques	35
4.1 Les zones d'activités	36
4.2 Les zones d'activités en projet.....	37
4.3 L'offre commerciale.....	39
5. Le réseau routier	41
IV. DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE	43
1. Illustration des principales infractions recensées sur la commune	43
2. Définition des secteurs à enjeux	54
V. Les Orientations pour le Règlement Local de Publicité.....	55
VI. Les objectifs et la justification des règles et du zonage au regard des orientations retenues	56
1. Objectifs de l'élaboration du RLP	56
2. Justification du zonage et du règlement au regard des orientations retenues.....	60

PREAMBULE

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

La commune de Nangis ne dispose actuellement d'aucun règlement local de publicité.

L'élaboration d'un règlement local de publicité à Nangis permettra notamment de :

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

I. LE CONTEXTE GENERAL

1. Le contexte réglementaire

La loi du 29 décembre 1979 crée la première réglementation d'ensemble de l'affichage publicitaire extérieure et des enseignes. Le Code de l'Environnement qui a intégré cette loi, définit les règles applicables aux dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique afin d'assurer la protection du cadre de vie tout en réaffirmant le principe de liberté d'expression.

Issu de la loi du 29 décembre 1979 et codifié aux articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement, l'actuel droit de la publicité extérieure reflète cette aspiration plus large que la seule protection du patrimoine remarquable. En effet, l'article L.581-2 précise que c'est dans le but d'assurer la protection du cadre de vie, que des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes sont établies.

La loi Grenelle du 12 juillet 2010 présente une avancée considérable : les règlements locaux ne pourront qu'être plus restrictifs que le règlement national. Toutefois, dans les secteurs d'interdictions légales de publicité (art. L. 581-8 du Code de l'Environnement), il est possible de lever les interdictions de publicité et instituer des règles locales qui devront rester plus restrictives que les règles nationales applicables en l'absence d'interdiction.

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

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

Le RNP et le RLP

Reprenant les principes qui gouvernent le droit de l'urbanisme, le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale issue du décret du 30 janvier 2012 - communément appelée règlement national de la publicité (RNP) - applicable à l'ensemble du territoire national (métropolitain et ultra-marin). Afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, un règlement local de publicité peut être institué par les communes.

Il comportera des règles plus restrictives que celles du RNP. Lorsque les dispositions spécifiques du RLP ne portent que sur certains aspects de la réglementation et que, pour le reste de la réglementation, le RLP ne prévoit pas de prescriptions particulières, alors ce sont les règles du RNP qui s'appliquent : dans ce cas, le RNP vaut RLP.

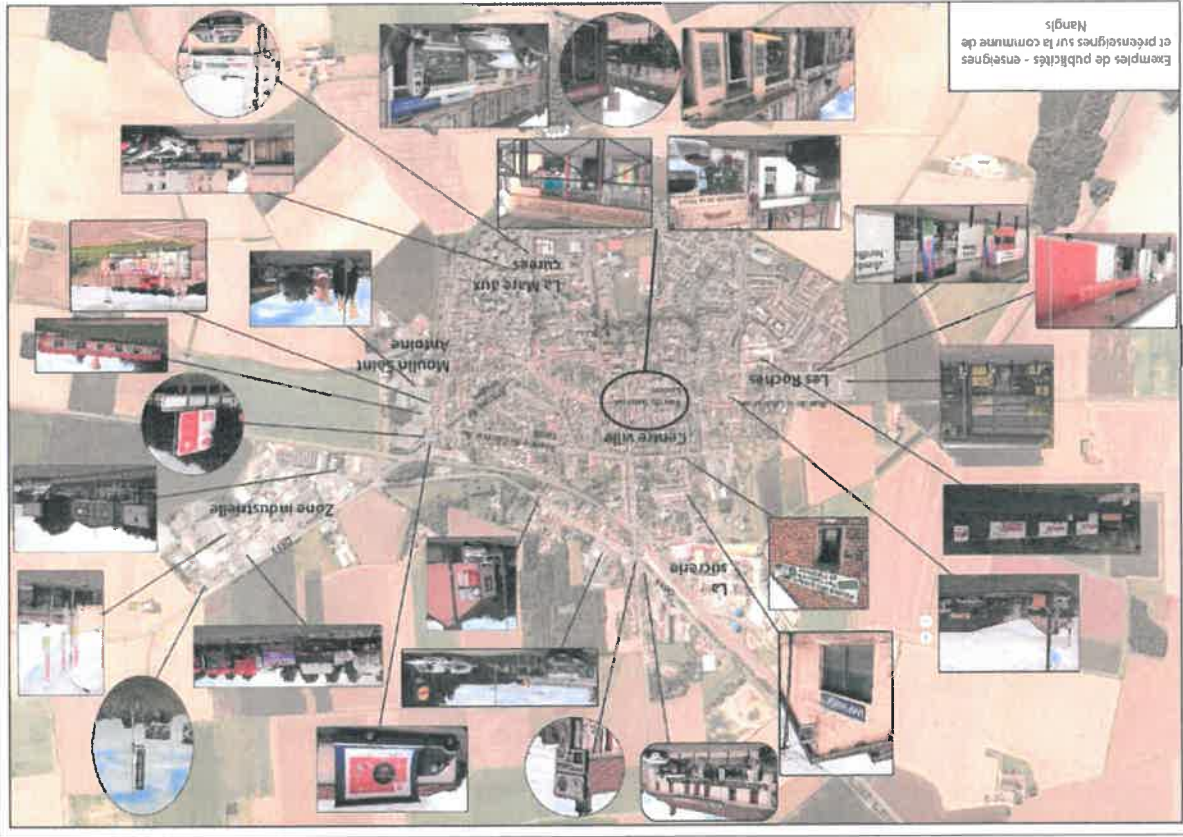
2. Définitions

- **La publicité** : toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
- **L'enseigne** : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
- **La préenseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Exemples de dispositifs : Publicité scellée au sol ou sur support (PUB) ; publicité sur mobilier urbain (MU) ; préenseigne scellée au sol (PE) ou posée au sol ; type chevrons (C) ; enseignes à plot, perpendiculaire (E), en toiture et scellée au sol (S).

Source : guide pratique – la réglementation de la publicité extérieure, Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie.



IngESPACES

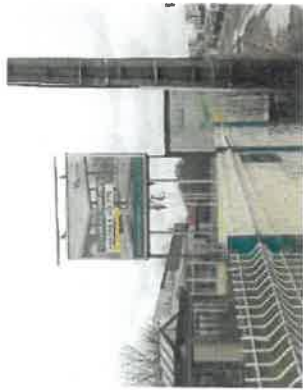
Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAI-0060-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Exemples (sur Nangis ou ailleurs)

- **Publicité murale et scellée au sol**



Publicité murale



Publicité scellée au sol

Publicité sur mobilier urbain de type kiosque (culture), « sucette double face », abris bus.



kiosque

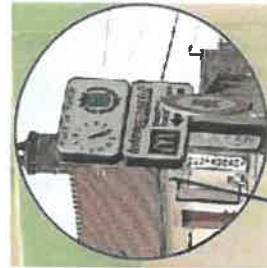


Sucette



Abris bus

- **Préenseignes**



- Enseignes



Enseigne à plat



Enseignes à plat et enseignes verticales / perpendiculaires

Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol : panneaux de toutes formes reposant sur un ou plusieurs pieds, drapeaux en tissu ou en matériaux rigides, totems, kakemonos, mâts de toute section, objets variés tels que piscines, voitures, ballons etc.

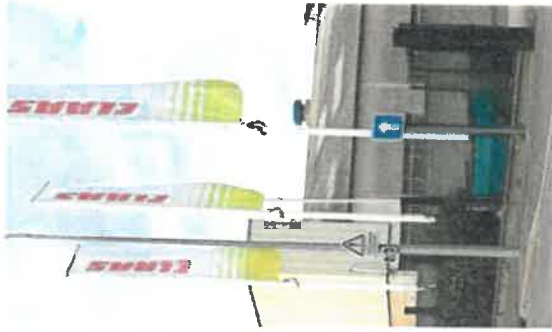


Enseigne scellée au sol



Enseigne chevalier

NB : les chevalets installés sur le domaine public sont des préenseignes. Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les préenseignes qui y sont installées sont considérées comme des enseignes.



Drapeaux



Totem



Enseigne en toiture

3. Les grands principes du régime général

La publicité est interdite hors agglomération.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits.

Interdictions absolues au sein de l'agglomération (code de l'environnement)

Toute publicité est interdite sur les Immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire, sur les monuments naturels, dans les sites classés, sur les monuments naturels et sur les arbres (L.581-4).

La publicité est également interdite sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne, sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface inférieure à 0,50 mètre carré, sur les clôtures non aveugles et sur les murs de cimetière et de jardin public (R.581-22).

La publicité est également interdite au sein de l'agglomération :

- dans les espaces boisés classés (EBC)
- dans les zones naturelles définies par le Plan Local d'Urbanisme (PLU)

Interdictions relatives de la publicité (auquel il est possible de déroger dans le cadre d'un RLP) :

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- dans les sites patrimoniaux remarquables (ex AVAP)
- à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques ainsi que des immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque qui figurent sur la liste établie par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS.

4. Les grands principes du règlement

Sur le territoire considéré, la règle locale se substitue à la règle générale. Si tel n'est pas le cas, la règle locale est complétée par la règle générale.

Le territoire considéré est toujours situé en agglomération, sauf institution de périmètres « à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation [...] dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret » (art. L581-7).

Les principes jurisprudentiels du règlement

Les mesures interdites par la jurisprudence :

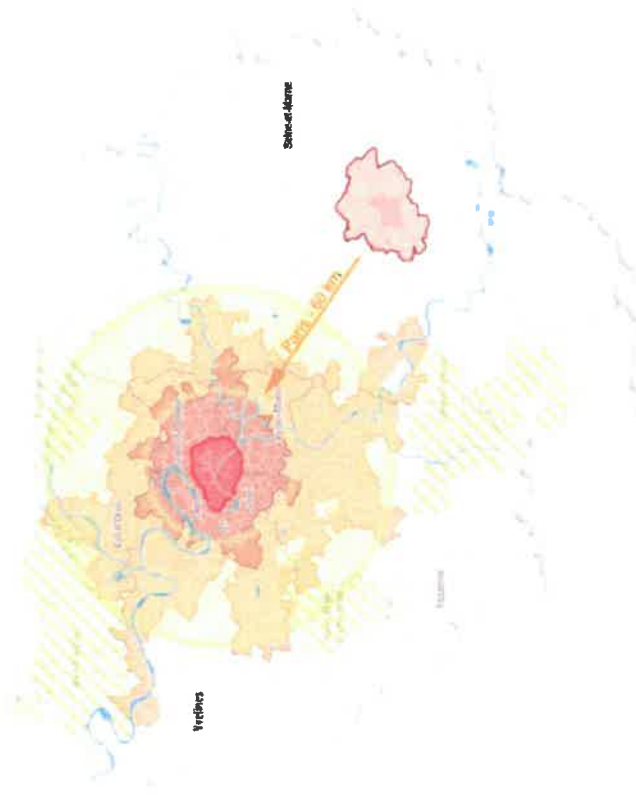
- L'institution de mesures d'interdiction générale et absolue : les rédacteurs du RLP doivent donc veiller à ce que l'activité d'afficheur, si elle est interdite dans certains secteurs de l'agglomération, puisse s'exercer dans d'autres.
- L'atteinte au principe d'égalité : on peut traiter de manière différente la publicité, seulement lorsqu'elle est placée dans une situation différente : par exemple, est constitutif d'une atteinte au principe d'égalité : le RLP qui interdit la publicité sur le mobilier urbain en dehors des dispositifs pour lesquels la commune a signé un contrat ou le RLP qui fixe des règles distinctes de celles de la publicité pour les préenseignes non dérogatoires.
- L'institution d'un régime d'autorisation préalable autre que celui prévu par le législateur
- L'institution de procédures d'instruction non prévue par les textes

II. PRESENTATION DE LA COMMUNE

1. Localisation

La commune de Nangis s'étend sur 2417 hectares et est située au centre du département de la Seine-et-Marne, à 60 km environ au Sud-Est de Paris.

Le territoire communal est inscrit dans le vaste plateau agricole de la Brie centrale. Le relief est très peu prononcé sur Nangis, le point bas est à 105 mètres NGF à l'extrémité Sud-Ouest et le point haut à 135 mètres NGF au Nord.



Source : Atlas territorial de Nangis

Elle est traversée par les voies routières suivantes :

- La RD 408 venant de Melun
- La RD 12 venant de Fontainebleau
- La RD 201 venant de Montereau
- La RD 62 venant de Rampillon
- La RD 56 venant de Gastins et Rozay
- La RD 619 allant de Paris à Provins

Rapport de Présentation

Règlement Local de Publicité de NANGIS

Nangis fait partie de l'arrondissement de Provins et appartient au canton de Nangis. Elle est limitrophe des six communes suivantes : Grandpuits-Bailly-Carrois, La Croix-en-Brie, Fontenaillies, Rampillon, La Chapelle-Rablais et Fontains.

2. La Communauté de Communes de la Brie Nangissienne

Cette collectivité territoriale a été créée le 1^{er} janvier 2006. La communauté de communes de la Brie Nangissienne regroupe 20 communes : Aubepierre-Ozouer-le-Repos, Bréai, Châteaubleau, Clos-Fontaine, Fontains, Fontenaillies, Gastins, Grandpuits-Bailly-carrois, La Chapelle-Gauthier, la Chapelle-Rablais, La Croix en Brie, Mormant, Nangis, Quiers, Rampillon, Saint-Just-en-Brie, Saint-Ouen en Brie, Vanvillé, Verneuil l'Étang et Vieux-Champagne. Selon l'INSEE, elle comprenait 27172 habitants en 2013.

La Communauté de Communes de la Brie Nangissienne



Compétences obligatoires :

- Aménagement de l'espace

A ce titre, elle a en charge :

- Les études visant à dégager, en conformité avec les documents d'urbanisme existants ou à venir, une cohérence entre les politiques communales pour l'utilisation de l'espace, en concertation avec les autres communes ;
- L'élaboration, le suivi, la modification et l'approbation du SCOT ;
- Les itinéraires de randonnée d'intérêt communautaire. Ces itinéraires de randonnée devront permettre, in fine, une interconnexion contribuant à constituer un réseau de découverte des territoires communaux dans leur ensemble.

- **Développement économique**

La communauté de communes a en charge les actions suivantes :

- Etude de faisabilité, création, aménagement, entretien et gestion des zones d'activités industrielles, commerciales, tertiaires, artisanales ou touristiques qui sont d'intérêt communautaire - les zones à créer d'une superficie égale ou supérieure à 2 ha d'un seul tenant situées sur le territoire de la communauté de communes,
 - la zone Nangis Actipôle telle que définie au PLU de la commune de Nangis pour une superficie totale de 25 ha (dont 5,31 ha déjà propriété de la commune de Nangis).
- L'extension des zones d'activités reste de la compétence des communes qui en sont à l'initiative
- Promotion et prospection favorisant l'implantation d'entreprises sur la totalité du territoire ;
- Mise en place de services intercommunaux d'appui, de conseil pour les entreprises et mise en relation avec les organismes (consulaires et autres) dont la mission est d'apporter une aide aux entreprises ;
- Promotion et communication propre à soutenir le développement économique sur le territoire de la CCBN ;
- Immobilier à vocation d'activités économiques situées sur les zones d'activités de la CCBN ;
- Accompagnement et soutien auprès des commerces dans le cadre du maintien et du développement du commerce dans les communes rurales (moins de 2000 habitants) hors opérations d'investissement ;
- Promotion des artisans dont le siège social se situe sur le territoire de la communauté de communes, notamment par la tenue d'un fichier ;
- Soutien aux associations d'aide à l'emploi ou accueil, information, orientation, suivi, mise en relation des demandeurs d'emploi résidant sur le territoire avec les structures et services de l'emploi, formation, insertion et les entreprises sur le territoire ;
- Développement de la vocation touristique du territoire en lien avec les organismes existants ;
- Mise en valeur et promotion du patrimoine archéologique situé sur le territoire de la CCBN.

Compétences optionnelles :

- **Protection et mise en valeur de l'environnement**

- Aide à l'information de la population avec les organismes concernés sur la protection en matière d'environnement (protection de la ressource en eau et des milieux aquatiques, énergie renouvelable, etc.)

- Gestion de l'assainissement autonome neuf et ancien : instruction des dossiers, suivi technique, exécution des contrôles obligatoires (diagnostics et périodiques), participation facultative à l'entretien et à la réhabilitation.
- **Politique du logement et cadre de vie**
- Aide à l'information de la population avec les organismes concernés sur la construction et la réhabilitation ;
- Réalisation d'une étude de l'habitat ;
- Élaboration d'un inventaire du bâti en mutation sur le territoire sur le territoire intercommunal.
- **Création, aménagement et entretien de la voirie**
- Gestion, création, aménagement, signalisation et entretien des voies permettant l'accès aux zones d'activités économiques communautaires à partir d'une voie communale, départementale ou nationale ;
- Etudes pour la gestion, création, aménagement, signalisation et entretien des voies de circulation et des espaces de stationnement utilisés par les transports scolaires et lignes régulières au sein de la communauté de communes ;
- Etudes pour la programmation et la mise en commun de moyens pour l'entretien des abords et voies communales.
- **Equipements socio-éducatifs**
- Création, gestion, fonctionnement des relais assistants maternels itinérants ;
- Etudes permettant l'amélioration du service rendu à la population dans l'espace communautaire dans les domaines de la petite enfance, de l'accueil pré, post et péri scolaire, des accueils de loisirs et de la restauration collective ;
- Etude des besoins des 12/18 ans et de la mise en place des moyens et structures permettant d'y répondre.

Compétences facultatives :

- Santé
- Transports
- Culture et sport
- Gens du voyage

III. DIAGNOSTIC TERRITORIAL

1. Synthèse des données socio-démographiques

1.1 La population et le parc immobilier

Evolution de la population communale
(Source : INSEE 2014)

Années	Nombre d'habitants	Variation de pop.	Taux d'accroiss. annuel
1968	5359		
1975	6 589	+1 230	3,00%
1982	6 869	+280	0,60%
1990	7 013	+144	0,26%
1999	7 479	+466	0,72%
2009	7 815	+336	0,44%
2014	8 549	+734	1,81%

La population légale de Nangis en 2017 est estimée selon l'INSEE à 8549 habitants¹.

Depuis 1968, la population de Nangis a connu une croissance soutenue et relativement régulière. En 46 ans, elle a augmenté de 3190 habitants, avec :

- Une croissance particulièrement élevée entre 1968 et 1975 (+3,0 %/ an)
- Une croissance plus faible et assez constante entre 1975 et 2009 (entre +0,26 et + 0,72% en moyenne par an).

Entre 2009 et 2014, la croissance de population a repris de manière plus significative (+1,81%/an) amenant ainsi 734 habitants supplémentaires.

Indice de jeunesse

(Source : INSEE 2014)

	Nangis		Seine et Marne		CC Brie Nangissienne	
	2009	2014	2014	2014	2014	2014
Moins de 20 ans	2124	2521	385954	4827	4827	4827
Plus de 60 ans	1479	1654	251136	3149	3149	3149
Indice de jeunesse	1,43	1,52	1,54	1,53	1,53	1,53

La commune de Nangis présente un indice de jeunesse moyen, comparable à celui de la Seine et Marne. En effet, l'indice de jeunesse (rapport entre la population de moins de 20 ans et celle de plus de 60 ans) atteint 1,52 sur la commune en 2014 contre 1,54 dans le département. De plus cet indice a progressé (1,43 en 2009) ce qui indique un « rajeunissement global » de la population sur cette dernière période.

¹ La population légale 2017 fournie par l'INSEE correspond aux estimations de population de l'année 2017.
077-217703271-20190503-MAI-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Règlement Local de Publicité de NANGIS

Cet indice de jeunesse assez élevé peut s'expliquer en partie par le grand nombre de logements collectifs présents sur la commune (47,1 %) et par les opérations de construction qui ont vu le jour ces dernières années.

Le parc immobilier

Un parc de résidences secondaires en diminution

En 1968, le taux de résidences secondaires dans le parc représentait 3,1%. Ce taux a diminué jusqu'à atteindre le faible taux de 0,8 % en 2014, soit 29 logements.

Un taux de vacance assez constant

Le taux de vacance était de 5,6% en 1968, il est aujourd'hui de 5,9% soit 211 logements. Il a cependant augmenté pour atteindre 8,8% en 1982.

Ce taux de vacance modéré en 2014 est dû à une rotation du parc assez lente.

Résidences principales selon la période d'achèvement

(Source : INSEE 2014)

	Nangis		CC		Seine et Marne	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Résidences principales construites avant 2012	3365	100,0%	3365	100,0%	3365	100,0%
Avant 1946	606	18,0%	606	18,0%	606	18,0%
De 1946 à 1990	2005	59,6%	2005	59,6%	2005	59,6%
De 1991 à 2011	754	22,4%	754	22,4%	754	22,4%

La commune se démarque du département et de la Communauté de Communes par une sur-représentation des logements construits entre 1946 et 1990 et un taux plus faible de logements construits depuis 1990 que dans le département.

Statut d'occupation des résidences principales

(Source : INSEE 2014)

	Nangis		CC		Seine et Marne	
	2009	2014	2009	2014	2009	2014
Propriétaire	45,2%	45,4%	45,2%	45,4%	45,2%	45,4%
Locataire	52,4%	52,2%	52,4%	52,2%	52,4%	52,2%
Logés gratuitement	2,4%	2,3%	2,4%	2,4%	2,4%	1,9%

On compte 45,4 % de propriétaires dans la commune en 2014, taux inférieur à celui du département (62,4% en 2014) et à celui de la CC (66 %). Les taux sont constants entre 2009 et 2014 sur la commune.

Ce fort taux de locataires est à mettre en relation avec le taux important de logements collectifs présents dans la commune (47,1% des résidences principales).

Le logement social

Nangis n'est pas soumise à la loi SRU.

Cependant, on recense 1222 logements locatifs sociaux sur la commune au 01/01/2015, soit environ 35% des logements.

1.2 La population active et l'emploi

Population active à Nangis

	2009	2014
Population totale active	3676	3 979
dont		
15 à 24 ans	15,5%	14,2%
25 à 54 ans	74,8%	75,1%
55 à 64 ans	9,7 %	10,7%
Taux d'activité (/ à la population en âge de travailler)	71,5%	73,3%
Nombre de chômeurs	442	603
Taux de chômage	12,0%	15,2%

Communauté de Communes de la Brie Nangissienne et département de la Seine et Marne

	CC		Seine et Marne
	2014		2014
Population totale d'individus	16789		1377846
Population totale active	8300		693116
Taux d'activité	76,0%		76,5%
Taux de chômage	11,5%		11,5%

Population active et évolution

Le taux d'activité de la commune en 2014 est de 73.3%. Ce taux était de 71,5% en 2009. Il est inférieur à celui de la Communauté de Communes (76%) et à celui du département (76.5%), ce qui signifie qu'il y a davantage de personnes « au foyer » à Nangis que dans les deux territoires de référence.

Taux de chômage

Le taux de chômage constaté en 2014 (15,2%) à Nangis est supérieur à celui constaté sur le département (11,5%) et dans la CC (11,5%). De plus, le taux de chômage a augmenté depuis 2009 (+3,2 points).

La population active de 15 à 64 ans selon la catégorie socioprofessionnelle
(Source : INSEE 2014)

	Nombre	%
Ensemble	3951	100%
Agriculteurs exploitants	12	0,3
Artisans, commerçants, chefs entreprise	127	3,2
Cadres et professions intellectuelles supérieures	342	8,6
Professions intermédiaires	863	21,8
Employés	1409	35,6
Ouvriers	1116	28,3

En 2014, la catégorie socioprofessionnelle des employés est la plus représentée parmi les actifs habitant la commune de Nangis (35,6%). La catégorie des ouvriers est également bien représentée avec 28,3 %.

Déplacements domicile-travail

(Source : INSEE 2014)

	A Nangis	Dans une autre commune	Ensemble
Nombre d'actifs occupés habitant à Nangis et travaillant ...	1083	2315	3398
% des actifs	31,9%	68,1 %	100%

31,9 % des actifs occupés habitant à Nangis travaillent sur le territoire communal (soit 1083 personnes). Ce chiffre est faible par rapport au nombre d'emplois offerts sur la commune (2956). Dès lors, 68,1 % des actifs occupés habitant à Nangis quittent la commune quotidiennement pour se rendre sur leur lieu de travail.

La commune compte 2956 emplois sur son territoire (dont 2666 emplois salariés) pour 457 établissements actifs au 1^{er} janvier 2015. Depuis 2009, le nombre d'emplois sur la commune a augmenté (+81 emplois en 5 ans).

La concentration d'emploi
(Source : INSEE 2014)

	Nangis		CC	Seine et Marne
	2009	2014		
Nombre d'emplois dans la zone	2875	2956	2014	2014
Actifs ayant un emploi résidant dans la zone	3261	3401	4656	450 207
Indicateur de concentration d'emploi	88,2	86,9	7413	619122
			52,8	72,7

L'indicateur de concentration d'emploi permet d'évaluer la situation du marché du travail au sein d'une commune. Il est égal au nombre d'emplois dans la zone pour 100 actifs ayant un emploi résidant dans la zone. Cela démontre la présence d'une offre d'emplois très importante dans la commune (86,9 emplois pour 100 actifs résidant à Nangis).

Répartition des emplois par secteur d'activité
(Source : INSEE 2014)

	2014 (%)
Ensemble	100
Agriculture	0,9
Industrie	16,5
Construction	4,0
Commerce. transports. services divers	45,3
Administration publique. enseignement. santé. action sociale	33,3

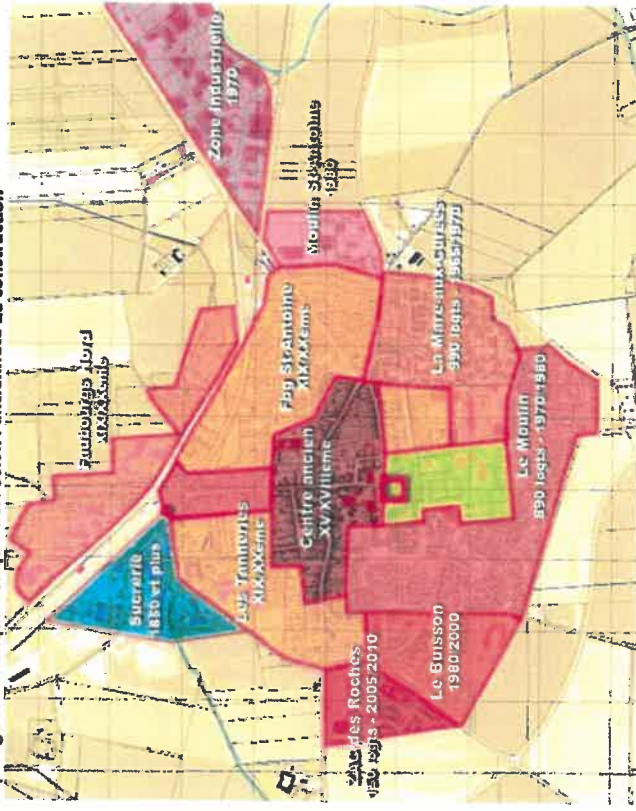
Le secteur du commerce, transports et services divers est le premier employeur sur la commune, avec 45,3 % des emplois, suivi par l'administration publique, l'enseignement, la santé et l'action sociale qui représente 33,3% des emplois. Vient ensuite le secteur de l'industrie avec 16,5 % des emplois. Les deux secteurs offrant le moins d'emplois sur le territoire communal sont donc la construction et l'agriculture.

2. La morphologie urbaine et le patrimoine bâti

a) Morphologie urbaine et parcellaire

Le tissu urbain de Nangis est constitué de plusieurs quartiers aux morphologies différentes du fait de leur époque de construction.

Repérage schématique des quartiers selon l'ancienneté de construction



Source : Atlas territorial de Nangis

Le tissu ancien du bourg

Le cœur de ville est délimité par un cours paysager qui est le souvenir d'une ancienne enceinte fortifiée. Installé sur le relief de la « Motte-Beauvoilr, il était au départ sous la protection de l'ancien château fortifié et de l'église.

Ce tissu ancien de Nangis, datant du XV au XVIII^{ème} siècle, est caractérisé par la présence de bâti en alignement le long de la voie. Les parcelles sont de formes hétérogènes et imbrication du bâti. Cependant, il compte encore de nombreux « cours-d'îlots » arborés. La densité du tissu ancien est de 60 à 80 logements par hectare.

Le tissu « Faubourg »

La densité est beaucoup plus faible que dans le tissu ancien avec 15 à 25 logements par hectare en moyenne. Le bâti du XIXème est discontinu par endroit et en léger retrait par rapport à la voie publique. Ces secteurs de « Faubourg » se situent près de la gare et se sont développés avec l'arrivée du chemin de fer.

Le lotissement dense

La densité de ce tissu est de 30 logements par hectare environ. Le tissu date des années 1980/2000.

Les collectifs

La densité des collectifs se rapproche de la densité du centre ancien avec 50 à 70 logements par hectare. Ces collectifs datent des années 1970.

Le lotissement pavillonnaire

Les lotissements pavillonnaires sont implantés avec une densité faible : 15 logements par hectare en moyenne. Ce tissu date des années 1970/1980.

Les ZAC récentes

Avec une densité de 20 à 30 logements par hectare, les ZAC récentes offrent un tissu mixte individuel et collectif. C'est le tissu le plus récent de la commune (2005/2010).

b) Le patrimoine bâti

La commune de Nangis possède trois éléments historiques reconnus : l'église Saint-Martin et Sainte Magne ainsi que le château de Nangis et le portail de l'ancienne ferme du château.

• **Eglise Saint-Martin et Sainte Magne**

L'église St Martin et Ste Magne, classée Monument Historique en 1989 est très bien conservée. Sa nef est de style gothique lancéolé, avec clocher et beffroi, flanquée de cinq chapelles rajoutées au XVIIIème siècle (il n'en reste que quatre aujourd'hui). En façade, au-dessus du porche, on trouve une peinture représentant Saint-Martin. L'église est classée par arrêté du 28 août 1989.



- **Le château de Nangis**

Ce château est le vestige d'un château fort, aussi appelé "Château de La Motte-Beauvoir". Il a en effet été reconstruit vers la fin du XVI^e siècle par le Marquis de Nangis, sur les ruines du château fort.

Après sa vente en 1795 à un notaire qui le fit détruire en ne gardant que l'aile gauche, la ville l'a acheté en 1860 pour y installer l'Hôtel de ville.

Sur la façade, deux plaques rappellent le nom de deux personnalités de Nangis, Antoine de Brichanteau et Adrien Ramond Du Bosc qui se distingua dans de nombreuses batailles.



- **Portail de l'ancienne ferme du château**
Ce portail en pierre se situe juste en face de l'église et donne accès à l'ancienne ferme du château, aujourd'hui la cours Emile Zola donnant accès à l'Espace culturel de la Bergerie. Cette vieille porte est inscrite par arrêté du 1^{er} octobre 1963.

- **Autres éléments de patrimoine**

La commune possède également un bel ensemble urbain et architectural en centre-ville. Les maisons à échoppes forment des alignements le long de la rue principale et autour de la place du marché.

De plus, l'avenue qui mène à la gare compte plusieurs maisons bourgeoises. Celles-ci ont été édifiées par des rentiers locaux et sont caractéristiques de l'architecture de la fin du 19^{ème} siècle.

La commune est également concernée par le Monument historique présent sur la commune de Rampillon : Borne fleurdelysée n°34 (classement par arrêté du 24 avril 1964). (Source : PLU)

ENJEUX

Tenir compte de la morphologie urbaine dans la réglementation publicitaire afin de préserver le cadre de vie de la commune.

Préserver la qualité architecturale du centre ancien tout en laissant la possibilité aux commerces de proximité de subsister.

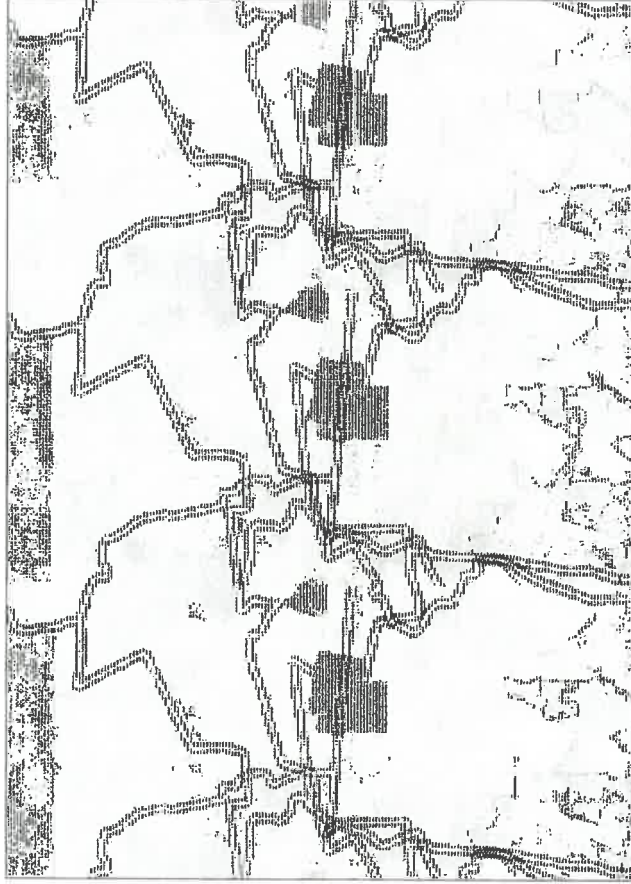
Prendre en compte la présence de l'Eglise, et du portail de l'ancienne ferme du château, classés au titre des monuments historiques.

Préserver le patrimoine bâti de la commune et notamment les éléments bâtis remarquables.

3. Les composantes naturelles et le paysage

3.1 Les composantes naturelles

Aucun site Natura 2000, réserve biologique, réserve naturelle, parc naturel régional ni Zone d'importance pour la conservation des Oiseaux ne se trouve sur le territoire de Nangis. Cependant, une ZNIEFF de type 1 ainsi qu'une ZNIEFF de type 2 sont situées sur le territoire communal.



hg/ESPACES

ZNIEFF de type 1 « Bassins de la haute-voie à Nangis ».

Cette ZNIEFF a une superficie de 54,37 hectares.

« Ce site est constitué des bassins de décantation de la sucrerie de Nangis qui servent d'exutoire ou de lieu de nourrissage à une partie des anatidés de l'étang de Villefermoy. Ils sont envahis d'une végétation aquatique riche. Site plébiscité par de nombreuses espèces d'oiseaux d'eau, peu communes en plaine de Brie. » Source : INPN

ZNIEFF de type 2 : « Massif de Villefermoy »

Cette ZNIEFF a une superficie de 7033,23 hectares.

« Vaste site d'intérêt écologique global, élargi à la forêt privée partiellement prospectée en 1997, dans laquelle ont été identifiées trois ZNIEFF de type 1. La partie privée du massif forestier présente d'assez fortes potentialités notamment sur le plan botanique et

Rapport de Présentation

entomologique ; d'autres ZNIEFF de type 1 pourraient être identifiées. Le statut privé est un important facteur limitant la connaissance. » Source : INPN

Sur le territoire communal de Nangis, un grand nombre d'espaces naturels sont présents. Ils assurent un équilibre écologique et animent le paysage par la diversité de leur importance, de leur forme et des essences qui les constituent. Ainsi, 347 espèces végétales ont été recensées par le Conservatoire Botanique National du Bassin Parisien sur le territoire de la commune. En outre, 219 espèces animales y ont été répertoriées.



Source : Atlas territorial de Nangis

Les boisements

Des massifs boisés sont présents, dans la partie Sud-Ouest de la commune pour la majorité. Ils recouvrent 500 hectares du territoire soit 22% de la superficie totale. Quelques massifs boisés sont également présents à proximité du bourg.

Les espaces ouverts paysagés

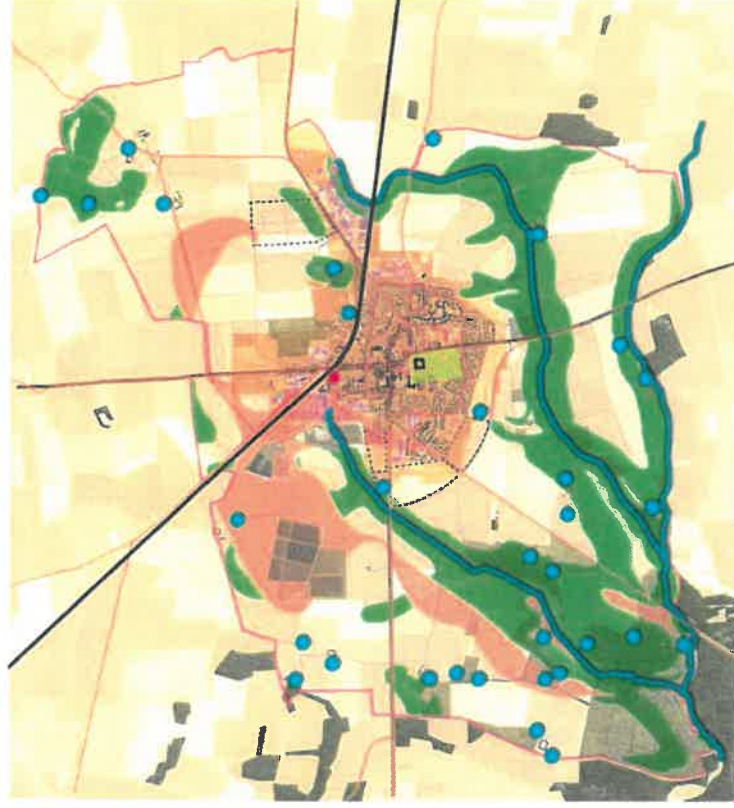
Les espaces ouverts paysagés regroupent les terrains de sport en plein air ainsi que des espaces verts. Bien que ce ne soit pas les plus riches en termes de biodiversité, ils participent de la trame verte.

Les jardins familiaux

Plusieurs jardins familiaux existent au sein du bourg : au Nord dans le secteur dit des «Tanneries», au Sud près de l'aire d'accueil ou encore à l'Ouest en allant vers la zone industrielle.

Les alignements d'arbres

Les alignements d'arbres présents notamment le long des axes viaires et de la voie ferrée structurent l'espace urbain et participent à l'équilibre écologique et à la présence de la biodiversité sur Nangis. Les alignements d'arbres ont un rôle important pour la biodiversité et notamment pour l'avifaune.



Source : Atlas territorial de Nangis – carte des zones potentiellement humides et repérage des mares et des rus sur la commune

Les milieux aquatiques

Le réseau hydrologique de Nangis est constitué de rus ainsi que des bassins de la sucrerie mais aussi par un certain nombre de mares. La végétation aquatique est riche au niveau des bassins de la sucrerie.

Ces mares représentent des sites importants pour la biodiversité et plus particulièrement pour les amphibiens, les libellules ou encore les insectes aquatiques et certaines plantes. Ce sont des réservoirs de biodiversité.

3.2 Le paysage et les entrées d'agglomération

Le paysage est formé de l'interaction de plusieurs composantes :

- les éléments naturels que sont la topographie, l'hydrographie et pour une part la végétation,
- l'influence humaine que sont l'occupation du sol (forestier, agricole, industriel), l'habitat et les voies de circulation qui sont par ailleurs des axes privilégiés de perception du paysage.

L'entité agricole

Les terres agricoles couvrent l'essentiel du territoire communal. Elles offrent un paysage essentiellement plat d'où n'émergent que quelques silos et/ou châteaux d'eau. Une vingtaine de fermes, en activité ou non, ponctuent le paysage agricole.

L'entité urbaine

L'entité urbaine est composée de plusieurs sous-entités :

- l'entité urbaine résidentielle principale qui correspond au bourg de Nangis.
- Les zones d'activités.

Le rôle paysager des espaces d'habitat intervient à deux niveaux :

- Niveau global, en tant que perception de la présence humaine sur le territoire,
- Niveau plus rapproché, en tant que cadre de vie des habitants.

En outre, l'entité urbaine est marquée par la présence d'alignements d'arbres le long des axes structurants, qui animent le paysage urbain et favorisent la biodiversité.

L'entité « Espaces naturels »

Cette entité est composée des différents boisements présents sur la commune ainsi que des différents espaces verts et parcs communaux.

Les éléments d'eau viennent également animer le paysage communal.

Les éléments marquant le paysage de Nangis

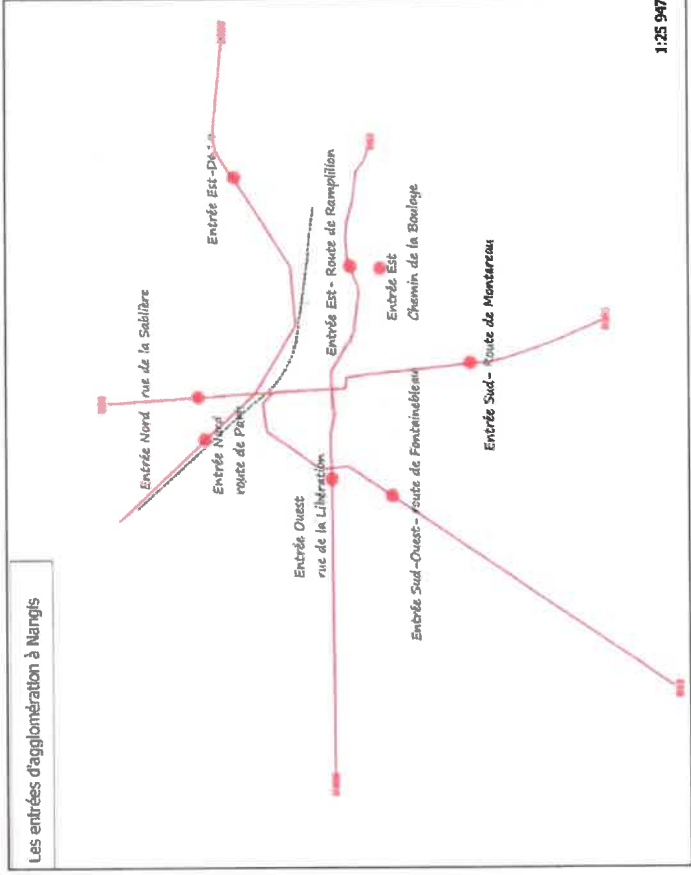
Les alignements d'arbres ou haies font partie de cette entité naturelle, notamment au droit des axes de circulation viaires et ferroviaires.
Ces alignements d'arbres permettent le paysagement des grands axes et animent le paysage.
L'église constitue un point de repère paysager, elle est en effet visible en de nombreux points du territoire.

Les coupures paysagères

Des coupures paysagères sont lisibles sur le territoire. Elles représentent parfois aussi des fractures pour les continuités écologiques.

La voie ferrée représente une coupure, mais celle-ci est modérée du fait de la présence de nombreux bosquets à ses abords ainsi que d'un talus sur une partie de la voie.

Les grands axes de circulation sont donc les principales coupures paysagères (RD 619 essentiellement).



IngESPACES

Les entrées d'agglomération

La commune de Nangis présente 8 entrées principales d'agglomération :

- Une entrée Nord, rue de la Sablière,
- Une entrée Nord, route de Paris, RD 619
- Une entrée Ouest, rue de la Libération
- Une entrée Sud-Ouest, route de Fontainebleau
- Une entrée Sud, Route de Montereau
- Une entrée Est, Route de Rampillon
- Une Entrée Est, chemin de la Bouloie
- Une entrée Est, par la RD619



1- Entrée Nord – rue de la Sablière RD 56

Cette entrée d'agglomération est de bonne qualité, avec la présence d'une végétation abondante à droite de la route. Sur le côté gauche, les constructions sont très visibles et mériteraient une intégration paysagère plus importante.

2- Entrée Nord – route de Paris – RD 619



L'entrée d'agglomération Route de Paris est fortement marquée par les silos et par les activités commerciales sur la gauche de la route. Des dispositifs plus sobres et moins nombreux permettraient d'améliorer cette entrée de ville

qui par ailleurs est de bonne qualité grâce à l'alignement d'arbres remarquable qui est présent sur la droite.

3- Entrée Ouest – rue de la Libération (RD 408)



Un bel alignement d'arbre existe de part et d'autre de la voie, ainsi que des haies ce qui favorise l'intégration paysagère du bâti commercial à droite (intermarché puis Mc Donald's...). Le traitement architectural de ce restaurant de fast food (bardage imitation bois, couleur verte, enseignes,...) lui permet de bien se fondre dans le paysage.



4- Entrée Sud-Ouest, route de Fontainebleau (RD 12)

Les dernières habitations construites ont été accompagnées d'un paysagement avec des alignements d'arbres. Ceux-ci font la transition entre l'espace agricole et l'entité urbaine.



5- Entrée Sud, Route de Montereau

Cet axe est bordé par des terres agricoles d'un côté et par un boisement de l'autre. Les équipements en entrée de ville (déchèterie) sont donc bien intégrés dans le paysage, de même que les habitations visibles depuis l'entrée de ville à gauche (présence de haies et d'arbres).



6- Entrée Est - Route de Rampillon RD 62

Cette entrée de ville est marquée par la présence d'un imposant château d'eau, contrebalancé à gauche par la présence du mur en pierre du cimetière.



7- Entrée Est, chemin de la Bouloie

Cette entrée est marquée par la présence du cimetière puis d'activités. Quelques arbres viennent accompagner les activités à droite de la route. Le bâti à gauche de la route mériterait également une intégration paysagère.

8- Entrée Est, RD 619



Cette entrée présente un enjeu de paysagement avec l'intégration de la nouvelle zone d'activités en projet au Nord de la route. En outre, les activités déjà présentes au Sud ne sont pas bien intégrées dans le paysage et présentent des dispositifs d'enseignes trop nombreux et en mauvais état d'entretien.

ENJEUX

Protéger le patrimoine naturel de la commune (les espaces agricoles, les parcs et les différents espaces verts urbains...)

Soigner la qualité paysagère des entrées de ville qui marquent l'identité communale pour tous les usagers traversant la commune.

4. Les activités économiques

L'activité économique est dynamique sur le territoire communal du fait du positionnement de la commune aux abords de la RD619 et de la RD408. Il est donc nécessaire de prendre en compte les besoins de publicité extérieure indispensables au maintien de ces activités.

Principaux pôles d'activités économiques

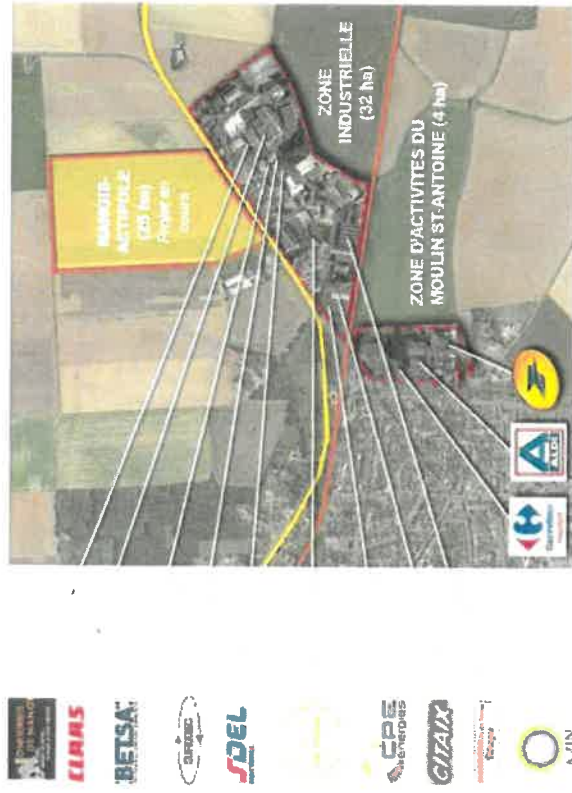


Source : Atlas territorial de Nangis

4.1 Les zones d'activités

La zone d'activités du moulin Saint Antoine

Cette zone d'activités s'étend sur 4 hectares. Elle comprend notamment un centre de tri de la Poste, un centre d'accueil pour les personnes handicapées, deux supermarchés ainsi qu'un garage.



Source : Atlas territorial de Nangis

La zone Industrielle

Cette zone industrielle de 32 hectares accueille 43 entreprises environ dont : ABLB (Négoce de pommes de terre), BETSA (fabrication d'appareils de mesure de très haute pression à l'international), CITAIX PARIS (Transports de produits pétroliers), DARCHE GROG, EIFFEL Industrie, FONDERIE DE NANGIS (Fonderie de métaux légers), FORNELLS (Transformation de matières plastiques, acier, aluminium), MACOCCO (Façonnage et transformation de verre plat).

La sucrerie



Située à l'Ouest du bourg à proximité de la gare cette industrie a été fondée en 1873, et occupe une part importante du territoire.

Le sucre produit dans cette usine provient de betteraves sucrières provenant de 330 exploitants situés dans un rayon approximatif de 19 km.

La Sucrierie recourt majoritairement au chemin de fer pour ses livraisons (pour 70% environ de sa production annuelle à hauteur de 96.000 tonnes de sucre produites par an).

4.2 Les zones d'activités en projet



ZAC de Nangis-Actipôle

Cette future zone s'étendra sur 25 hectares environ, à l'Est du bourg, au Nord de la RD 619.

L'objectif principal de cette zone d'activités est la dynamisation économique du territoire, au travers de l'accueil des entreprises, dans des champs d'activités divers tels que : bureaux, services, logistique...

Perspective future le long de la RD 619



Source : Communauté de communes de la Brie nangissienne

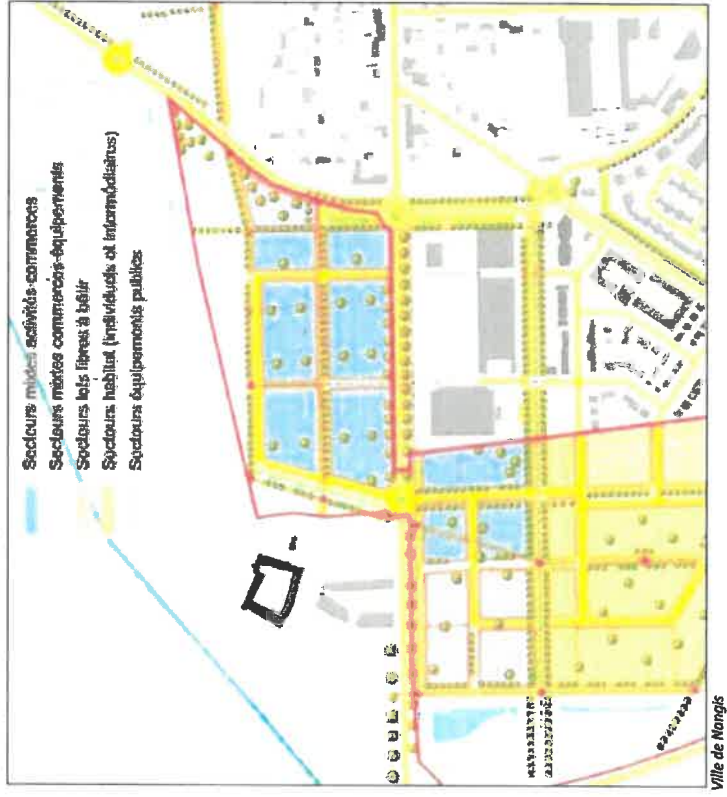
Rapport de Présentation

ZAC de la « Grande Plaine »

Cette future zone s'étendra sur 34,5 hectares environ avec une vocation mixte activités économiques, habitat et équipements publics.

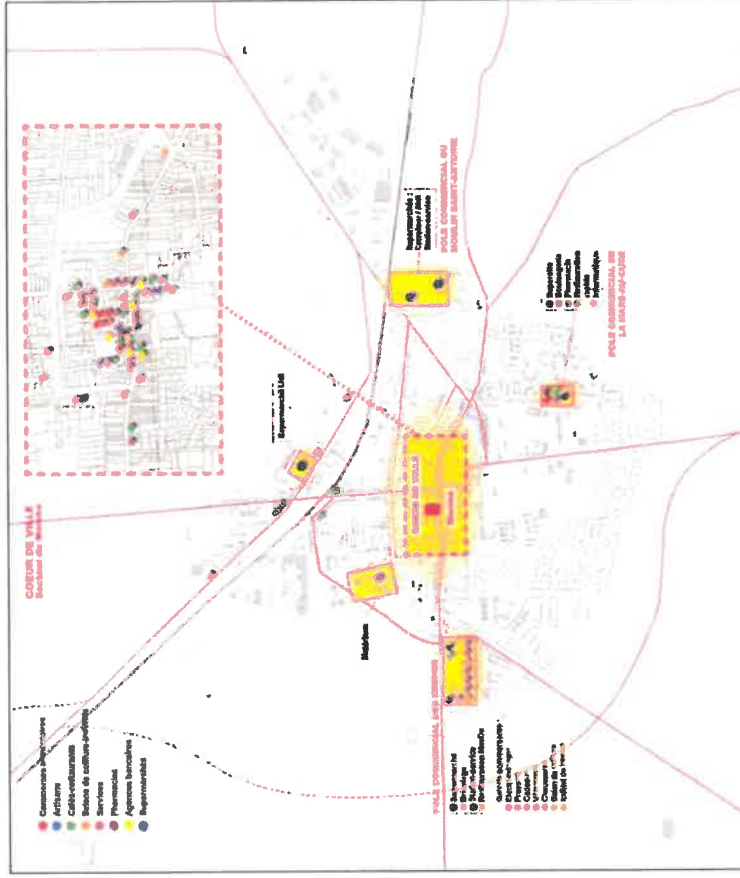
Elle comprend un secteur mixte activité-commerce.

Extrait de la plaquette de présentation de la ZAC de la Grande Plaine – zoom sur les futurs secteurs à vocation d'activités



4.3 L'offre commerciale

Les commerces et services de proximité



Source : Atlas territorial de Nangis

De nombreux commerces sont implantés dans la ville :

- Artisanat (7)
- Bien-être (21)
- Commerce alimentaire (21)
- Commerce hôtelier, cafetier et de restauration (26)
- Commerce non alimentaire (44)



Les grandes surfaces

Six supermarchés sont implantés dans la commune :

- Aldi marché, dans la ZAC du Moulin Saint Antoine
- Carrefour Market, avenue de Verdun
- Carrefour Express, rue du Général Leclerc
- Coccil Market, centre commercial de la Mare-aux-Curées
- Intermarché, ZAC des Roches
- Lidl, avenue du Général de Gaulle

L'offre commerciale sur la commune se répartit de façon équilibrée entre plusieurs pôles aux fonctions spécifiques :

- Le centre-bourg, principalement constitué de petits commerces, à dominante de services et de restauration, dont l'offre est complétée par le marché hebdomadaire sous la halle,
- Le pôle commercial des Roches, avec son supermarché et quelques enseignes à dominante d'équipement et de la personne et de la maison,
- Les supermarchés de moyenne surface : Carrefour et Aldi à l'Est ; Lidl au Nord
- Plusieurs enseignes disséminées au sein de la zone résidentielle, notamment rue du général Leclerc, rue des tanneries, pôle de commerce de proximité de la Mare-aux-Curées...

L'offre commerciale sur Nangis est ainsi plutôt abondante et diversifiée. Elle permet de répondre aux besoins des habitants de la Ville et de sa zone de chalandise.

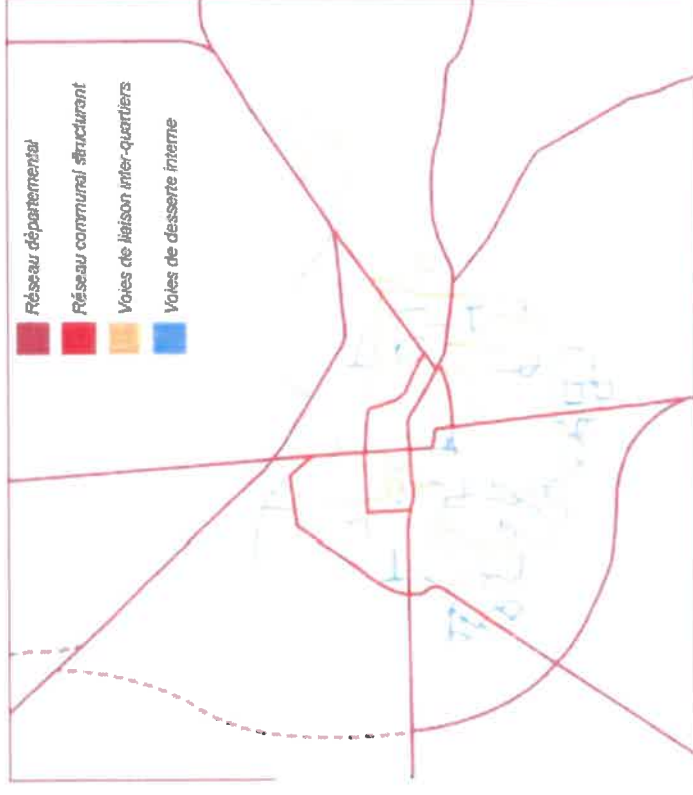
ENJEUX

Faire des zones d'activités commerciales un lieu de passage au cadre de vie agréable.

Prendre en compte le développement des zones d'activités et des zones commerciales afin d'intégrer au mieux les nouvelles publicités, enseignes et pré-enseignes dans leur environnement.

Permettre le développement des commerces en centre-ville tout en préservant la qualité architecturale de la commune et notamment prendre en compte leur proximité avec l'Eglise et le portail de l'ancienne ferme du château (Monuments Historiques).

5. Le réseau routier



La commune de Nangis dispose d'une bonne situation géographique car elle bénéficie d'un réseau important sur le plan de la desserte routière et des transports. En effet, elle est desservie par trois routes principales : la RD619, la RD 408 et la RD201.

En établissant une hiérarchisation des voies routières de Nangis, on distingue :

- o Le réseau départemental,
- o Le réseau communal structurant,
- o Les voies de liaison inter-quartiers
- o Les voies de desserte interne

❖ Le réseau départemental

Nangis se situe au point de convergence de plusieurs routes départementales :

- la RD 619 menant de Paris à Provins
- la RD 408 venant de Melun

Rapport de Présentation

- la RD 12 venant de Fontainebleau
- la RD 201 venant de Monttereau
- la RD 62 venant de Rampillon
- la RD 56 venant de Gastins et Rozay

La RD619 (ex RN19) est classée route à grande circulation ainsi que la RD 408 et la RD201.

❖ Le réseau communal structurant

Cinq voies composent le réseau communal structurant de la commune. Elles permettent de desservir le cœur de Bourg et représentent le réseau historique des rues. La rue principale (rue du Général Leclerc) est aménagée en « voie partagée ».

❖ Les voies de liaison inter-quartiers

Le réseau des voies de liaison inter-quartiers constitue la majorité des routes présentes sur la commune. Elles desservent une très grande partie des logements présents sur le territoire communal.

❖ Les voies de desserte interne

L'intérieur des quartiers est irrigué par de nombreuses voies en bourde ou en impasse.

ENJEUX

- **Conciller les impératifs de la sécurité routière avec les nécessités de la promotion des produits et prestations des entreprises.**
- **Soigner la qualité des entrées de ville, supports de l'image de marque de la commune.**

IV. DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE

1. Illustration des principales infractions recensées sur la commune


L'enquête de terrain a été réalisée en septembre 2017. La commune ne dispose actuellement d'aucun règlement local de publicité. Les infractions qui sont présentées ci-après sont donc recensées par rapport au règlement national de publicité.

Sont ensuite présentés des dispositifs qui seront en infraction par rapport au présent RLP.

Code couleur :

Encadré en rouge : infraction

Encadré en vert : dispositifs réglementaires

	<p>Les pré-enseignes murales sont soumises aux mêmes règles que la publicité murale.</p> <p>Leur format, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne doit pas excéder 4 m² et leur hauteur totale 6 m.</p> <p>Ici, le panneau a une surface de 12 m² (4x3 m) et excède la hauteur autorisée.</p> <p>De plus, la façade sur laquelle elle est apposée comprend des ouvertures, or les publicités et pré-enseignes sont interdites sur les murs non aveugles.</p>
	<p>Les enseignes ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit (R581-60 du CE).</p>
	<p>Une enseigne apposée sur la façade d'un établissement ne doit pas avoir une surface cumulée de plus de 15 % de la surface de la façade. (Ou 25% si façade de moins de 50 m²) (Article R.581-63)</p> <p>De plus, l'enseigne n'est pas implantée sur la façade commerciale.</p>

Accusé de réception en préfecture
077-217103271-20190523_MNF-0080_DE
Date de transmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019



Les enseignes ne peuvent dépasser les limites des murs sur lesquels elles sont apposées.

Une enseigne en toiture doit être composée de lettres découpées, comme dans l'exemple ci-dessous.



Une publicité ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit – ni être apposée sur une façade comportant des ouvertures de plus de 0,5 m². Dans l'exemple ci-contre, il s'agit d'une publicité pour des vérandas, portes et fenêtres, implantée au-dessus de l'échoppe d'un photographe, entre deux fenêtres.



	<p>Les publicités et pré enseignes sont interdites sur les clôtures qui ne sont pas aveugles (R581-22 à 24 du CE). L'inscription d'autovision, à gauche, est une pré enseigne et ne doit donc pas être apposée sur ce grillage.</p>
	<p>Les véhicules ne peuvent stationner ou séjourner en des lieux où les affiches sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Le conducteur doit donc ranger son véhicule dans un lieu fermé, pour un arrêt en cours ou en fin de journée. Ici, le véhicule était stationné le long de l'avenue de Verdun (RD 619).</p>
	<p>Les dispositifs doivent être maintenus en bon état (article R581-58 du CE).</p>
	<p>Publicité scellée au sol interdite à Nangis (-10 000 habitants). Ce panneau n'étant pas implanté sur l'unité foncière où s'exerce l'activité, elle constitue une publicité.</p>




Accusé de réception en préfecture
07-2019-00023-MUN-000-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

<p>Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée (Art. R.581-64 du CE, dernier alinéa).</p> <p>Cet hôtel dispose de trois enseignes scellées au sol le long de la RD 619 sur son unité foncière.</p>	
<p>La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de six mètres carrés dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. (Art.R581-65 du CE)</p>	

Dispositifs non conformes au présent RLP

Le présent RNP tend à privilégier la qualité des dispositifs et la préservation des caractéristiques architecturales de la ville. Ainsi, les dispositifs ci-dessous qui ne sont pas forcément en infraction au regard du RNP, le seront au regard du RLP.

	<p>Jambes interdites d'appui</p>
--	----------------------------------

	<p>Les enseignes sur clôture sont interdites, à l'exception des enseignes sur clôtures constituées d'un mur plein.</p> <p>Un exemplaire en clôture par établissement</p> <p>Les préenseignes sont interdites sur les clôtures qui ne sont pas aveugles (RNP).</p>
	<p>Zone centre-ville</p> <p>La hauteur des lettres composant l'enseigne doit respecter la proportion de la façade et du bandeau support. La hauteur de l'enseigne ne dépassera pas le quart de celle de la vitrine.</p>  <p>Exemples qualitatifs</p>

Accusé de réception en préfecture
077-21703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de l'émission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Zone commerciale des Roches



Exemples qualitatifs



L'implantation de l'enseigne doit tenir compte des percements de la façade : les lettres et signes ou bandeaux ne doivent pas dépasser les limites extérieures des baies.



Centre-ville : les enseignes perpendiculaires doivent avoir une saillie ne dépassant pas 0,8 m et une surface limitée à 0,8 m², pattes de scellement comprises.

Elles seront positionnées sous l'appui des baies du premier étage.

	<p>Les chevalets ne sont pas autorisés en dehors de l'unité foncière où s'exerce l'activité, hors droit de terrasse.</p> 
 <p>Les enseignes apposées sur les terrasses, les balcons, les auvents, les garde-corps et les marquises ne sont pas autorisées. Les enseignes doivent être réalisées au moyen de matériaux durables : bois, métal, fer forgé, inox brossé, zinc, composite, acier, verre ...</p>	 <p>L'implantation de publicités sur des éléments de patrimoine bâti ancien les dénature. Le RLP interdit les pré-enseignes et publicités sur les murs en pierre apparente.</p>
 <p>Les publicités murales doivent être implantées à 50 cm des limites latérales des murs.</p>	

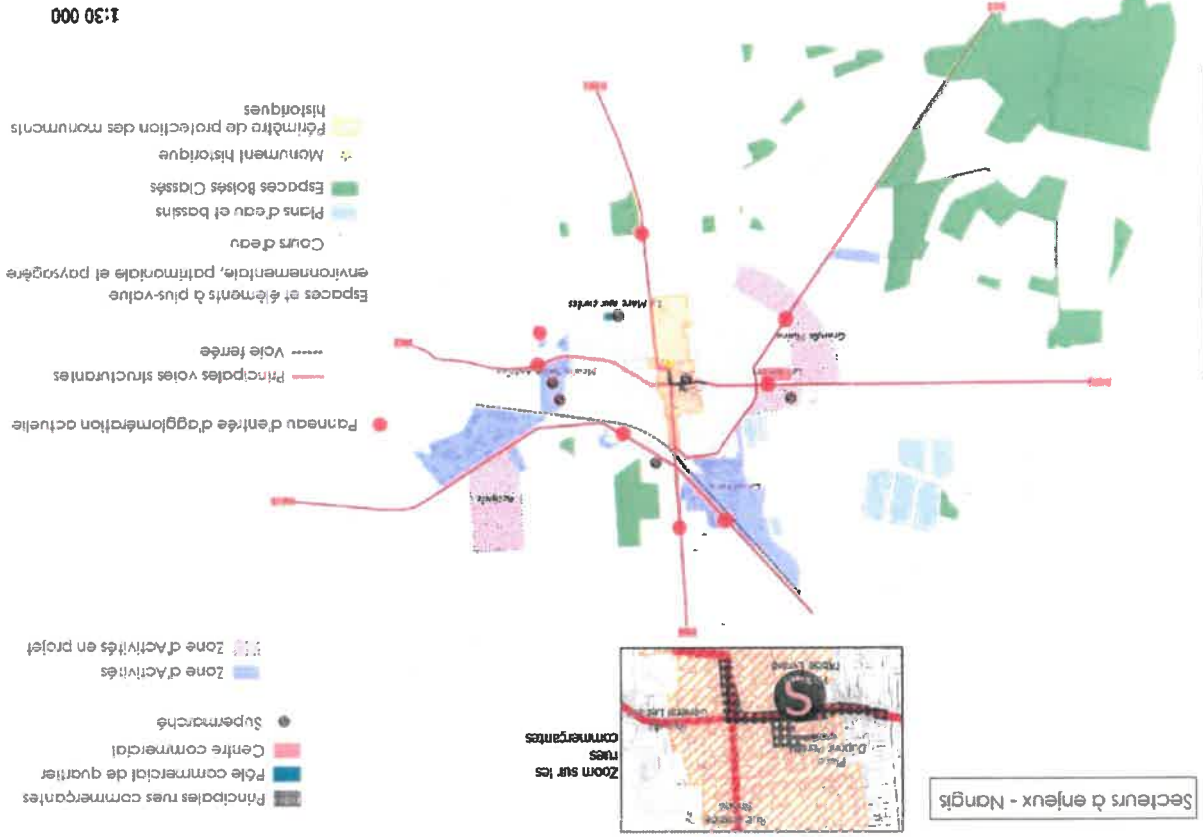
Photomontages montrant des exemples d'application du RLP.



Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019



Source : IngESPACES



Secteurs à enjeux - Nangis

Accusé de réception en préfecture
 077-21770327 1-20190523-NAI-0080-DE
 Date de télétransmission : 23/05/2019
 Date de réception préfecture : 23/05/2019

2. Définition des secteurs à enjeux

D'après le diagnostic territorial et le diagnostic de publicité sur la commune de Nangis, les secteurs à enjeux sont les suivants :

- Les rues principales du centre-bourg, où sont localisés de nombreux commerces, présentent des enjeux en termes d'enseignes et de préenseignes. Ces rues sont en partie situées dans le périmètre de protection des monuments historiques qu'il conviendra de prendre en compte.
- La présence de 6 supermarchés et un pôle commercial de quartier (la mare aux curées) qui nécessitent un affichage publicitaire qui est toutefois à encadrer
- Les espaces à vocation d'activités économiques situés en dehors des principales rues commerçantes et des zones d'activités en développement avec des enjeux en termes de publicité et d'enseignes.
- Les futurs espaces d'activités économiques au sein desquels le règlement local de publicité peut encadrer les futures enseignes.
- L'entité urbaine résidentielle de Nangis est très peu impactée par la publicité, mais quelques enseignes y sont présentes et nécessitent une prise en compte.
- Les axes principaux et les entrées de ville présentent des enjeux forts en termes de paysage puisqu'elles sont support de l'image communale.

Le territoire est traversé par un grand nombre de voies structurantes d'importance. La présence d'activités économiques aux abords du bourg engendre des entrées de ville de plus ou moins bonne qualité paysagère. Les panneaux d'agglomération qui marquent ces entrées de ville pourront voir leur emplacement modifié avec la construction des nouvelles zones d'activités actuellement en projet. Néanmoins, le RLP se doit de tenir compte des limites de l'agglomération de fait à l'instant où il est approuvé.

- Plus ponctuellement, afin de préserver les qualités patrimoniales, environnementales et paysagères fondant l'identité de Nangis, il est important de prendre en compte les cours d'eau, plans d'eau et bassins, Espaces Boisés Classés et zones naturelles du PLU, en conformité avec le code de l'environnement.

V. Les Orientations pour le Règlement Local de Publicité

Sur la base du diagnostic présenté ci-avant, la commune de Nangis a défini trois grandes orientations de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure qui se déclinent en plusieurs sous orientations.

→ Orientation 1 : Préserver et améliorer le cadre de vie et la qualité paysagère

- Valoriser l'image communale en général, garantir un cadre de vie de qualité à ses habitants
- Se prémunir des nuisances visuelles
- Limiter les implantations des dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes, mais aussi valoriser leur harmonie et leur cohérence
- Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural du centre-ville
- Valoriser le patrimoine paysager par la préservation des perspectives et protéger les extensions urbaines résidentielles

→ Orientation 2 : Favoriser la sécurité routière et la qualité des entrées de ville

- Améliorer la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers traversant la commune et de leurs entrées de ville, qui constituent la première vitrine du territoire
- Limiter les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière

→ Orientation 3 : Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité économique et commerciale de la commune en privilégiant des dispositifs de qualité

- Privilégier la qualité et la lisibilité des enseignes dans le centre historique et les zones d'activités
- Encadrer les pré-enseignes pour rendre le jalonnement plus fonctionnel
- Favoriser la qualité esthétique des façades en encadrant le nombre et la surface des enseignes sur façade
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicités liés notamment à l'apparition de nouvelles technologies des communications

VI. Les objectifs et la justification des règles et du zonage au regard des orientations retenues

1. Objectifs de l'élaboration du RLP

Par délibération du 29 janvier 2018, (annulant et remplaçant la délibération initiale du 6 mars 2017), la commune a prescrit l'élaboration du règlement local de Publicité.

L'élaboration de ce règlement s'est imposée dans le cadre de différents objectifs :

Objectifs fonctionnels :

- Permettre au maire d'exercer les compétences d'instruction et de police de l'affichage publicitaire sur l'ensemble du territoire communal
- Elaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs publicitaires et d'enseignes afin de les rendre cohérents avec la signalisation d'information locale
- Instaurer des zones de publicité réglementées distinctes dans l'ensemble du territoire communal afin de tenir compte des caractéristiques spécifiques des secteurs concernés
- Adapter au contexte local les règles applicables en matière de publicité et d'enseignes, prévues par le Code de l'Environnement
- Gérer et encadrer les dispositifs d'enseignes et de publicité sur le territoire communal

Objectifs qualitatifs :

Les objectifs qualitatifs déclinés dans la délibération de prescription du RLP ont conduit à définir 3 grandes orientations telles que présentées dans le chapitre précédent, à savoir pour rappel :

- Se prémunir des nuisances visuelles pour préserver et améliorer le cadre de vie et la qualité paysagère
- Favoriser la sécurité routière et la qualité des entrées de ville
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité économique et commerciale de la commune en privilégiant des dispositifs de qualité

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

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

Cependant, ces restrictions ne doivent pas aboutir à une interdiction totale et absolue de la publicité car celle-ci est considérée comme un vecteur de la liberté d'expression.

Le règlement local de publicité doit ainsi parvenir à concilier la liberté d'expression et la préoccupation environnementale, exprimée de manière affirmée dans les documents d'urbanisme.

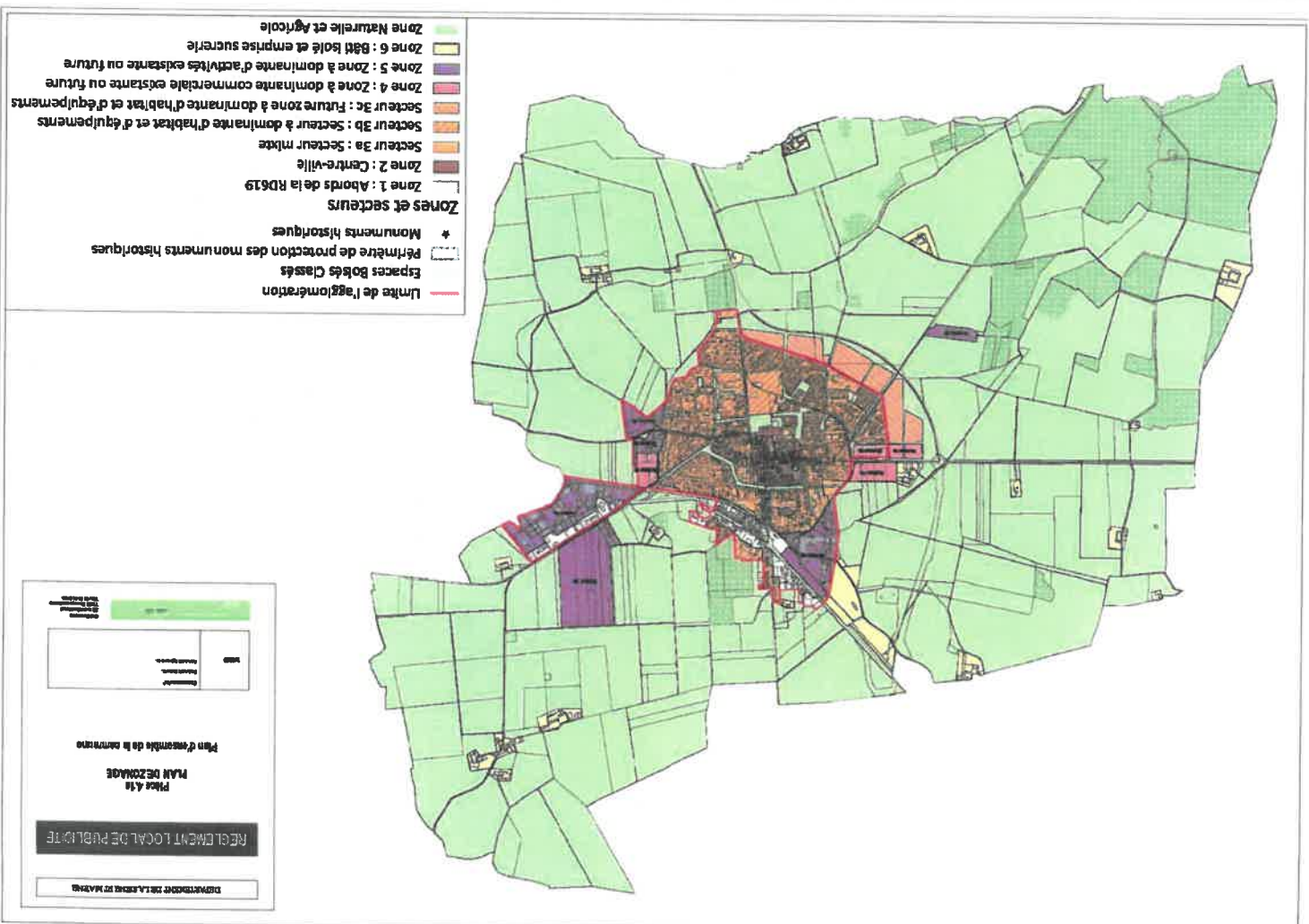
La volonté de la commune est de conserver une présence publicitaire minimale sur le territoire. Il s'agit d'améliorer l'image de Nangis en termes de qualité de vie et ce, en tenant compte du développement de son urbanisation.

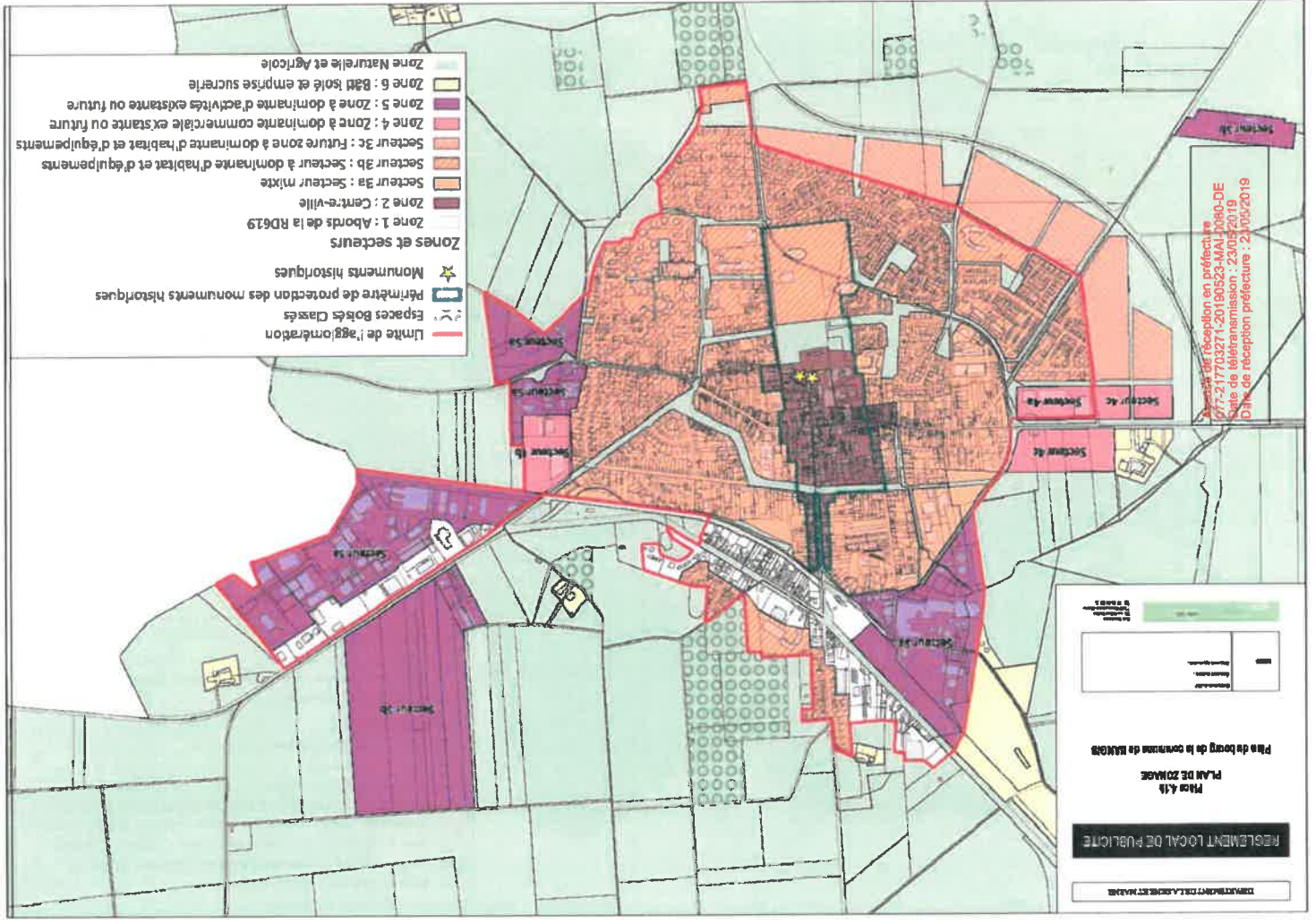
La spécificité du RLP de Nangis tient dans le fait que la commune compte actuellement moins de 10 000 habitants et qu'elle n'appartient pas à une agglomération de plus de 100 000 habitants. Ainsi, les dispositifs publicitaires scellés au sol n'y sont pas autorisés, et c'est pourquoi le RLP ne les aborde pas. La commune ne souhaite en effet pas les interdire lorsqu'elle aura dépassé le seuil des 10 000 habitants (sauf en centre-ville), mais envisagera alors une révision du RLP pour les encadrer.

En centre-ville, sont interdites la publicité et les préenseignes lumineuses ou non, numériques ou non, scellées au sol, installées directement sur le sol ou sur supports muraux, à l'exception des dispositifs de petit format sur devanture commerciale destinés à recevoir de la publicité, afin de préserver la qualité patrimoniale de cet ensemble bâti ancien.

Toutefois, la publicité sur mobilier urbain est autorisée dans les conditions de format prévues par le RNP à l'intérieur du périmètre de protection des monuments historiques afin de permettre à la commune d'afficher les informations municipales dans son centre-ville.

Les enseignes nécessitent des restrictions complémentaires par rapport aux règles nationales pour assurer leur bonne intégration. L'expérience de l'application du règlement national et de l'avis de l'architecte des bâtiments de France au sein du périmètre de protection des monuments historiques est prise en compte pour adapter les prescriptions telles que proposées par le règlement local.





- Zones et secteurs**
- Zone 1 : Abords de la RD619
 - Zone 2 : Centre-ville
 - Secteur 3a : Secteur mixte
 - Secteur 3b : Secteur à dominante d'habitat et d'équipements
 - Secteur 3c : Future zone à dominante commerciale existante ou future
 - Zone 4 : Zone à dominante commerciale existante ou future
 - Zone 5 : Zone à dominante d'activités existante ou future
 - Zone 6 : Bât isolé et emprise sucrière
 - Zone Naturelle et Agricole
- Monuments historiques**
- ★
- Espaces Boisés Classés**
- ▭
- Périètre de protection des monuments historiques**
- ▭
- Limite de l'agglomération**
-

Dossier de réception en préfecture
 077-217703271-20190523-MAI_2019-DE
 Date de télétransmission : 23/05/2019
 Date de réception préfecture : 21/05/2019

PLAN DE ZONAGE

Plan de zonage de la commune de Baignes

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

DIMENSIONNEMENT DES ANNONCES

2. Justification du zonage et du règlement au regard des orientations retenues

a) Justification de la délimitation des zones et grands objectifs du règlement

La délimitation des zones (voir cartes ci-avant) et le contenu réglementaire des zones ont été définis afin de prendre en compte :

- L'occupation des sols existante sur le territoire communal, notamment pour les secteurs situés en agglomération, mais aussi pour le bâti isolé hors agglomération
- Les infrastructures de transport et la problématique des entrées de ville (RD 619)
- Les destinations principales d'affectation des sols futures déterminées par le plan local d'urbanisme et les ZAC : (ZAC Nangis Actipôle – ZAC de la Grade plaine), pour les secteurs hors agglomération,
- Les zones protégées définies par le Plan Local d'Urbanisme (zones naturelles, zones agricoles, espaces boisés classés),
- Les monuments historiques et leur périmètre de protection.

Sur la commune de Nangis, cinq zones de publicité règlementées à l'intérieur de l'agglomération ont été identifiées afin de tenir compte des caractéristiques et des enjeux mis en exergue dans le diagnostic :

- la zone 1 correspondant aux abords de la RD 619 au Nord du bourg, dont l'enjeu principal est l'amélioration de la qualité de l'entrée de ville
- la zone 2 englobant le centre-ville, et correspondant pour partie au périmètre de protection des monuments historiques dont l'enjeu est la préservation patrimoniale, mais aussi le maintien du dynamisme et de l'attractivité commerciale. L'espace dévolu aux équipements scolaires et sportifs, qui est dans le périmètre de protection des MH n'est pas compris dans cette zone car il n'y a pas d'enjeu en terme de publicité ou d'enseigne.
- la zone 3 comprenant un secteur mixte (commerces, habitat, équipements) et un secteur à dominante d'habitat et d'équipements, ainsi qu'un secteur à dominante d'habitat et d'équipement futur (hors agglomération). Les deux premiers secteurs sont distingués sur le plan de zonage afin d'identifier leurs différentes vocations, mais ils jouissent d'un seul et même règlement, puisque leurs enjeux en termes de publicité et d'enseignes se rejoignent. La vocation dominante de ces secteurs est en effet l'habitat, mais quelques commerces y sont présents et il convient donc de réglementer enseignes et publicité afin de préserver le cadre de vie des habitants tout en favorisant la visibilité des établissements. Concernant la zone d'urbanisation future à dominante d'habitat et d'équipements (secteur 3c correspondant à une

partie de la ZAC de la Grande Plaine). Cette zone n'étant pas encore sortie de terre, mais programmée dans le cadre d'une ZAC, la commune a souhaité lui appliquer par anticipation les dispositions relatives aux enseignes applicables en agglomération. Une fois que l'urbanisation aura abouti, le règlement pourra ainsi s'appliquer aux éventuels commerces qui souhaiteraient s'y implanter.

- la zone 4 à dominante commerciale regroupe les principaux espaces commerciaux : la ZAC des Roches et la ZI du moulin Saint Antoine. Ces deux espaces englobant des types de constructions différentes, des règles spécifiques sont édictées pour chacune d'entre elles.
 - 4a : La ZAC des Roches comprend un centre commercial récent qui répondait à un cahier des charges ayant pour but une homogénéité de traitement des façades, que le RLP s'attache à renforcer en réglementant notamment l'implantation des enseignes à plat par rapport aux ouvrants.
 - 4b : La ZI du Moulin Saint Antoine comprend des grandes surfaces commerciales plus anciennes mais rénovées dont l'ampleur nécessite d'adapter par exemple la proportion maximale des enseignes en façade.
 - 4c : La zone à dominante commerciale future (ZAC de la Grande Plaine). De la même manière que pour la zone à vocation d'habitat future, les dispositions relatives aux enseignes pourront être appliquées à cette zone une fois qu'elle sortira de terre. Les règles sont les mêmes que celles prévues pour la zone commerciale des roches.
- la zone 5a, à dominante d'activités, regroupe deux secteurs situés à l'Est de la commune, avec des vocations diversifiées : artisanat, industrie, bureaux, mais aussi quelques commerces et services. Là encore un règlement spécifique est nécessaire pour l'adapter à ce type d'activités. Le secteur 5b, zone d'urbanisation future à dominante d'activités englobe à la fois quelques constructions isolées existantes (trop éloignées de l'entrée dans Nangis pour être considérées en agglomération), et la future zone d'activités « Nangis actipôle ». Là encore, les dispositions identiques à celles des zones d'activités existantes s'appliqueront aux enseignes quand les constructions seront édifiées.

Sur le plan de zonage, sont également identifiées deux autres zones hors agglomération où la publicité est proscrite à l'exception des préenseignes dérogatoires et des préenseignes temporaires :

- la zone 6 correspondant au bâti isolé (corps de ferme et hameau de la Psauve principalement) et à l'emprise d'une partie des terres de la sucrerie. Cette zone a été créée afin d'encadrer d'éventuelles reconversions de corps de ferme à vocation commerciale (vente à la ferme, cueillettes,...) autorisées par le PLU. L'objectif est d'éviter la dénaturation de ce patrimoine rural traditionnel par des enseignes ou enseignes temporaires (bâches) inadaptées.
- Les zones protégées définies par le Plan Local d'Urbanisme (zones naturelles, zones agricoles) sont également reportées sur le plan de zonage du RLP. Conformément au

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de l'information : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

code de l'environnement la publicité scellée au sol n'y est pas autorisée. Les zones naturelles du PLU couvrant les principaux axes situés à l'intérieur du bourg, le RLP se doit de reprendre ce zonage.

Le plan de zonage fait également apparaître le périmètre modifié autour des Monuments Historiques. A l'intérieur de ce périmètre, le RLP autorise la publicité sur le mobilier urbain dans les conditions de format fixées par le RNP (2 m²). Il est en effet nécessaire que ces dispositifs puissent être implantés en centre-ville (panneaux d'information communaux,...) sans pour autant qu'ils soient trop impactant pour le paysage puisque encadrés par un contrat spécifique garantissant leur qualité et leur entretien et gérés par la commune.

Pour information le plan de zonage du RLP présente également les espaces boisés classés au Plan Local d'Urbanisme, au sein des quels la Publicité est interdite, conformément au code de l'environnement.

b) Justification des règles du RLP

➤ Dispositions générales

Des dispositions relatives à la qualité et à l'esthétique des dispositifs sont édictées afin de favoriser la qualité du cadre de vie. En particulier, il est demandé que les dispositifs soient choisis dans des teintes de gris ou de vert, afin de garantir une harmonie et leur intégration dans le tissu urbain.

La publicité sur les palissades de chantier est encadrée afin de limiter leur nombre et leur format afin que ces dispositifs ne soient pas trop prégnants dans le paysage Nangissien.

➤ Publicité scellée au sol

Pour rappel, la commune de Nangis comptant actuellement moins de 10 000 habitants, la publicité scellée au sol est interdite par le code de l'environnement. La commune souhaite que cette règle puisse évoluer lorsque sa population dépassera 10 000 habitants (sauf en centre-ville), mais envisagera alors une révision de son RLP pour encadrer les nouveaux dispositifs autorisés.

La publicité sur mobilier urbain est autorisée dans les conditions de format prévues par le RNP (« sucette » de moins de 2 m²), y compris à l'intérieur du périmètre de protection des monuments historiques afin de permettre à la commune d'afficher les informations municipales dans son centre-ville.

La publicité scellée au sol est interdite dans les zones protégées.

➤ Publicité murale

Dans toutes les zones, la commune limite le format, le nombre et la hauteur des dispositifs publicitaires muraux selon les mêmes règles que le code de l'environnement, mais y ajoute une restriction supplémentaire, à savoir une implantation à plus de 50 cm des limites

latérales du mur, afin une fois encore de favoriser au mieux l'intégration de la publicité dans le cadre bâti. En outre, dans la zone 3 « habitat et équipements » la surface des dispositifs muraux est explicitement limitée à 4 m² afin de conserver cette règle lorsque la commune dépassera le seuil des 10 000 habitants.

Dans toutes les zones, la publicité numérique et lumineuse est interdite, car jugée trop prégnante dans le paysage urbain. De plus, ce type de dispositif peut être de nature à distraire l'attention des automobilistes et représente donc une source d'insécurité routière.

La publicité sur les clôtures est interdite en centre-ville et au sein de la zone commerciale, zones où l'on trouve peu de clôtures pleines et où ce type de dispositif n'a pas sa place.

Dans la zone centre-ville seuls les dispositifs publicitaires de type micro affichage sur vitrine sont autorisés, afin de préserver la qualité patrimoniale de cet espace. De même, les dispositifs de publicité murale sont interdits sur les murs en pierre apparente dans la zone 3 (mixte et habitat/équipements).

Dans les zones protégées, la publicité murale est soumise aux règles du RNP.

Enseignes

NB : les zones situées hors agglomération (ZAC de la Grande plaine, ZAC Nangis actipôle) jouissent du même règlement concernant les enseignes que les zones en agglomération de même vocation : habitat/équipements, commerces, activités), afin d'harmoniser à terme le règlement sur l'ensemble du territoire communal.

Les enseignes nécessitent des restrictions complémentaires par rapport aux règles nationales pour assurer leur bonne intégration et la qualité urbaine et paysagère de Nangis. Les dispositions synthétisées ci-dessous ont donc pour objet de préciser les conditions de qualité esthétique, d'implantation, de durabilité,...propres à assurer cet objectif.

➤ Enseignes en façade

L'implantation sur les balcons, balconnets, auvents, marquises et garde-corps est interdite dans les zones 1 à 3 afin de préserver l'aspect extérieur du bâti et la qualité de vie des habitants du premier étage.

Dans le centre-ville, des règles très précises sont édictées en termes d'implantation, de matériaux, de saillie des lettres, de nombre,... afin d'obtenir une certaine homogénéité et une qualité des enseignes, de manière à favoriser la qualité architecturale.

Dans la zone commerciale des roches (secteur 1), des règles d'implantation précises sont formulées afin de conserver l'aspect original des façades telles que conçues dans le cadre de la ZAC. Ainsi, les enseignes ne doivent pas dépasser les limites extérieures des baies.

La surface des enseignes est celle du RNP concernant les vitrines de centre-ville, mais concernant les grandes surfaces (zone commerciale St Antoine et zone d'activités) la proportion de celle-ci est limitée à 10 % pour limiter leur impact sur le paysage communal.

La vitrophanie et l'affichage opaque sur les baies est également encadrée dans les zones 2, 3 et 4, afin de notamment de maintenir une visibilité et un éclairage suffisant à l'intérieur des locaux, mais aussi de favoriser l'esthétique des vitrines.

➤ **Enseignes sur clôtures**

Les enseignes sur clôtures sont fortement encadrées car ce sont des dispositifs qui sont susceptibles de pénaliser de manière importante la perception de la ville depuis ses espaces publics.

Ainsi, les enseignes sur clôtures sont interdites sur les clôtures non aveugles dans toutes les zones. Elles sont interdites dans tous les cas dans la zone centre-ville, et autorisées uniquement pour les enseignes temporaires en zones 3 et 6 et dans les zones protégées.

Dans la zone commerciale, elles sont autorisées à raison d'un exemplaire en clôture par établissement, ou un exemplaire par voie pour les établissements situés à l'angle de deux voies, et elles sont limitées à un format de 2 m² maximum. Enfin, dans les zones 1 (entrée de ville) et 5 (zone d'activités), leur format est limité à 1,5 m² et leur implantation par rapport au mur plein est encadré.

➤ **Enseignes perpendiculaires**

Celles-ci sont interdites dans la zone commerciale où elles n'ont pas leur place (grandes surfaces ou ZAC des Roches où le cahier des charges n'en prévoyait pas), ainsi que dans les zones protégées.

Elles sont autorisées dans les autres zones, mais elles devront être implantées sur les façades commerciales (sauf pour les activités non visibles depuis l'espace public). Elles seront apposées sous l'appui des fenêtres du 1^{er} étage, dans le prolongement de l'enseigne parallèle, afin de limiter l'emprise globale des enseignes sur le bâti. De même, leur saillie est limitée à 0,8 m (sauf dans la zone 1 où elle est limitée à 1 m, car les voies concernées sont plus large). Leur surface est limitée à 0,8 m² en centre-ville et en zone 6. Enfin, ce type d'enseigne est limité à 1 par établissement, à l'exception des établissements qui, par leur nature, souhaitent indiquer leurs diverses activités, comme les Maisons de la Presse - Bureaux de Tabac. Dans ce cas, les enseignes seront alignées entre elles. Il s'agit de ne pas pénaliser ce type d'établissement qui possède différentes activités (vente de billets de loterie, tickets de métro, presse, tabac,...), mais pour autant de limiter l'impact des enseignes sur le bâti en imposant leur alignement.

➤ **Enseignes scellées au sol ou posées sur le sol**

Ce type d'enseigne est interdit dans la zone centre-ville, hors chevalets lorsqu'est consenti un « droit de terrasse », afin de limiter l'emprise publicitaire en centre-ville et de favoriser la

fluidité des déplacements. En effet, les enseignes chevalets constituent souvent un obstacle pour les piétons, poussettes et fauteuils roulants.

Dans les zones 3 et 6 (habitat/équipements – zone mixte et zone bâti isolé) et dans les zones protégées, les enseignes de plus d'1 m² ne sont autorisées que si l'activité se situe en retrait de plus de 2 mètres de l'alignement de la voie. Dans le cas contraire, la visibilité des commerces et suffisante et il n'y a pas de nécessité d'implanter d'enseigne scellée au sol.

Dans les autres zones, le RNP s'applique pour les scellés au sol de plus d'1 m² (nombre, surface et hauteur limités).

En termes d'aspect, afin de favoriser la qualité urbaine, seuls sont autorisés les totems ou enseignes sur mât unique perpendiculaires à la voie, dans toutes les zones.

Pour les enseignes de moins d'1 m², elles sont limitées à 2 par établissement sur l'unité foncière où s'exerce l'activité dans toutes les zones sauf centre-ville, zone commerciale et zone 6.

Les chevalets sur l'espace public ne sont admis que si une autorisation d'occupation du sol est consentie (droit de terrasse), ou dans la zone commerciale et la zone 6 sur l'unité foncière où s'exerce l'activité (pour la zone des roches, unité foncière unique englobant tous les commerces, le parking et les voies d'accès). Dans tous les cas, un libre passage d'1,4 m doit être maintenu, correspondant aux normes minimales de largeurs pour les liaisons piétonnes.

➤ Enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont interdites dans les zones protégées.

Dans l'ensemble de la commune, les règles applicables sont celles du RNP (lettres découpées). En outre, une précision est apportée pour les toitures à pentes : les enseignes situées au-dessus de l'égout du toit seront peintes directement sur la toiture ou seront apposées en lettres découpées sur un support rigoureusement parallèle à la toiture et présentant une saillie ne dépassant pas 15 cm. En effet, la commune souhaite autoriser ce type d'enseignes, assez répandues parmi les grandes chaînes de restaurants, mais toutefois les encadrer afin qu'elles s'intègrent au mieux dans le tissu urbain.

➤ Enseignes temporaires

La commune a souhaité particulièrement encadrer ce type d'enseignes qui souvent sont les plus pénalisantes dans le paysage urbain. Là où le RNP ne donne pas de surface ou de nombre maximal, le RLP a souhaité les limiter à une par établissement en façade dans les zones 2, 3, 6 et zones protégées, et leur appliquer les mêmes règles que celles relatives aux enseignes permanentes.

De plus, les bâches sur clôtures sont réglementées en termes d'implantation par rapport au mur support et en termes de surface.

Ce type d'enseigne (sur clôture) est interdit en centre-ville.

Rapport de Présentation

Accusé de réception en préfecture
077-21703271-20190523-MAJ-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception en préfecture : 23/05/2019

➤ Enseignes lumineuses

Les enseignes à faisceau de rayonnement laser, jugées à la fois trop prégnantes dans le paysage urbain et favorisant la pollution lumineuse nocturne sont interdites dans toutes les zones.

Concernant les enseignes lumineuses, dans le but de limiter justement la pollution nocturne et ses effets néfastes sur la santé et l'environnement, leur extinction est exigée entre 23 h et 6 h, sauf pour les établissements ouverts durant cette plage horaire. Le RLP est donc plus contraignant que le RNP sur ce point (extinction à partir d'1 h du matin dans le RNP).

Les caissons lumineux jugés inesthétiques sont interdits dans la zone centre-ville, d'intérêt patrimonial, et dans la zone commerciale, où les commerces sont récents et encadrés par une charte (zone des Roches) ou bien composée de grandes surfaces où les caissons n'ont pas leur place (Moulin St Antoine).

Les néons visibles sont interdits dans toutes les zones.

Conformément aux lois Grenelle, le RLP rappelle en outre que les dépenses énergétiques sont à maîtriser par l'installation de systèmes économes (ampoules LED), de minuteries....

Les pages qui suivent présentent des tableaux synthétisant le RLP en comparaison au règlement national.

Accusé de réception en préfecture
 077-217703271-20190523-MAI-000-DE
 Date de réception préfecture : 23/05/2019

Enjeux et attachés	Impact et portée	Surface	Implication	Enjeux en regard
<p>Indicateurs sans données biogéochimiques et géologiques sur les zones d'habitat et d'alignement</p> <p>25% de la surface de la zone d'habitat et d'alignement est en zone d'habitat et d'alignement (10% de la surface de la zone d'habitat et d'alignement est en zone d'habitat et d'alignement)</p>	<p>Identifié NRP</p> <p>Identifié NRP</p> <p>Identifié NRP</p> <p>Identifié NRP</p>	<p>Identifié NRP</p> <p>Identifié NRP</p> <p>Identifié NRP</p> <p>Identifié NRP</p>	<p>Indicateurs sans données biogéochimiques et géologiques sur les zones d'habitat et d'alignement</p> <p>25% de la surface de la zone d'habitat et d'alignement est en zone d'habitat et d'alignement (10% de la surface de la zone d'habitat et d'alignement est en zone d'habitat et d'alignement)</p>	<p>Indicateurs sans données biogéochimiques et géologiques sur les zones d'habitat et d'alignement</p> <p>25% de la surface de la zone d'habitat et d'alignement est en zone d'habitat et d'alignement (10% de la surface de la zone d'habitat et d'alignement est en zone d'habitat et d'alignement)</p>

ENJEUX

Scalées au sol	Capacité maximale	Luminosité et surchauffe	Surchauffe	Distance minimale par rapport aux habités	Enjeux
Indiqués	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Indiqués
Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés
Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés
Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés

PLUJETS ET PERSISJETS

Zone 1 - Abords de la NRP	Zone 2 - Zone du centre-ville	Zone 3 - Zone d'habitat et d'alignement	Zone 4 - Zone d'habitat	Zone 5 - Zone d'activités	Zone 6 - Zone d'habitat et d'alignement	NRP
Indiqués	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés	Identifiés

Échelles des règles du PLU par zone et comparaison avec le NRP (les règles sont présentées aux règles qui diffèrent du NRP)

ANNEXE : Sigles et abréviations

ABF : Architecte des bâtiments de France

AVAP : Aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (devenue « Site patrimonial Remarquable »)

CDNPS : Commission départementale de la nature, des paysages et des sites

DDT : Direction départementale des territoires

DRIEE : Direction régionale et interdépartementale de l'environnement et de l'énergie

EBC : Espace boisé classé

EPCI : Etablissement public de coopération intercommunale

Loi ENE : Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement

Loi SRU : Loi du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbains

PAC : Porter à connaissance

PLU : Plan local d'urbanisme

PNR : Parc naturel régional

PPA : Personnes publiques associées

RGC : Route à grande circulation

RLP : Règlement local de publicité

RLPI : Règlement local de publicité intercommunale

RNP : Règlement national de publicité

SIL : Signalisation d'information locale

TLPE : Taxe locale sur la publicité extérieure

ZPA : Zone de publicité autorisée (dans les RLP avant la Loi ENE)

ZPE : Zone de publicité élargie (dans les RLP avant la Loi ENE)

ZPR : Zone de publicité restreinte (dans les RLP avant la Loi ENE)

Rapport de Présentation



Département de Seine et Marne
Commune de NANGIS

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

PIÈCE 3 : REGLEMENT



Élaboration du RLP

Document arrêté le :

Document approuvé le :



Siège social : 23 rue Alfred Nobel
77420 Champs sur Marne
Tél : 0164618624
Mail : ingespaces@wanadoo.fr

Accusé de réception en préfecture
077-217703271-20190523-MAIL-0000-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS
TITRE 1 : DISPOSITIONS LIMINAIRES

Accusé de réception en préfecture
077-21703271-20190523-MAI-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS
TITRE 1 : DISPOSITIONS LIMINAIRES

SOMMAIRE

TITRE 1 : DISPOSITIONS LIMINAIRES	6
Article 1. OBJET DU REGLEMENT	6
Article 2. PORTEE DU REGLEMENT	6
Article 3. LE REGIME DES AUTORISATIONS ET DECLARATIONS PREALABLES	7
TITRE 2 : DISPOSITIONS GENERALES ET DELIMITATION DES ZONES	8
Article 1. LIEUX D'IMPLANTATION DE LA PUBLICITE ET DES PREENSEIGNES	8
Article 2. CONDITIONS DE POSE ET DE DEPOSE DES DISPOSITIFS	8
Article 3. ENTRETIEN	9
Article 4. QUALITE, ESTHETIQUE ET MATERIAUX	10
Article 5. LA PUBLICITE SUR LES PALISSADES DE CHANTIER	10
Article 6. DELIMITATION DES ZONES DE PUBLICITE REGLEMENTEES	11
TITRE 3 : DISPOSITIONS APPLICABLES AUX ZONES SITUÉES EN AGGLOMERATION	12
CHAPITRE 1 : ZONE 1 « AUX ABORDS DE LA RD 619 »	12
A. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES	12
Article 1. Dispositifs interdits	12
Article 2. Règles d'implantation et densité des dispositifs muraux	12
Article 3. Format des publicités et préenseignes murales	12
B. REGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES	13
Article 1. Dispositions générales et dispositifs interdits	13
Article 2. Enseignes sur clôture	13
Article 3. Enseignes en façade	13
Article 4. Enseignes perpendiculaires	13
Article 5. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol	14
Article 6. Enseignes en toiture	14
Article 7. Enseignes temporaires	14
Article 8. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses	15
CHAPITRE 2 : ZONE 2 « CENTRE-VILLE »	17
A. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES	17
Article 1. Dispositifs interdits	17
Article 2. Les préenseignes temporaires	17
B. REGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES	17
Article 1. Dispositifs interdits et règles générales applicables aux enseignes	17
Article 2. Enseignes en façade	18
Article 3. Enseignes perpendiculaires	20
Article 4. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	21
Article 5. Enseignes temporaires	21
Article 6. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses	21
CHAPITRE 3 : ZONE 3 « MIXTE » ET A DOMINANTE D'HABITAT ET D'EQUIPEMENTS	22
A. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES	22
Article 1. Dispositifs interdits	22
Article 2. Règles d'implantation et densité des dispositifs muraux	22
Article 3. Format des publicités et préenseignes murales	22
B. REGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES	23
Article 1. Dispositifs interdits et dispositions générales	23
Article 2. Enseignes en façade	23
Article 3. Enseignes perpendiculaires	23
Article 4. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol	24

Article 5. Enseignes temporaires	25
Article 6. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses	25
CHAPITRE 4 : ZONE 4 « A DOMINANTE COMMERCIALE » existantes et futures	26
A. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNEDS	26
Article 1. Dispositifs interdits	26
Article 2 : Règles d'implantation et densité des dispositifs muraux	26
Article 3 : Format des publicités et préenseignes murales	26
B. REGLES RELATIVES AUX ENSEIGNEDS	26
Article 1. Dispositifs interdits	26
Article 2. Enseignes sur clôture	27
Article 3. Enseignes en façade	27
Article 4. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol	28
Article 5. Enseignes en toiture	28
Article 6. Enseignes temporaires	28
Article 7. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses	29
CHAPITRE 5 : ZONE 5 « A DOMINANTE D'ACTIVITES » existantes et futures	30
A. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNEDS	30
Article 1. Dispositifs interdits	30
Article 2 : Règles d'implantation et densité des dispositifs muraux	30
Article 3 : Format des publicités et préenseignes murales	30
B. REGLES RELATIVES AUX ENSEIGNEDS	30
Article 1. Dispositifs interdits et dispositions générales	30
Article 2. Enseignes sur clôture	31
Article 3. Enseignes en façade	31
Article 4. Enseignes perpendiculaires	31
Article 5. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol	32
Article 6. Enseignes en toiture	32
Article 7. Enseignes temporaires	33
Article 8. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses	33
TITRE 4 : DISPOSITIONS APPLICABLES DANS LES ZONES HORS AGGLOMERATION	34
CHAPITRE 1 : DISPOSITIONS APPLICABLES AUX PUBLICITES ET PREENSEIGNEDS EN TOUTES ZONES HORS AGGLOMERATION	34
CHAPITRE 2 : DISPOSITIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNEDS AU SEIN DE LA ZONE 6 « BATI ISOLE ET EMPRISE SUCRERIE »	34
Article 1. Dispositifs interdits et dispositions générales	34
Article 2. Enseignes perpendiculaires	34
Article 3. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol	35
Article 4. Enseignes temporaires	35
Article 5. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses	36
TITRE 5 : DISPOSITIONS APPLICABLES DANS LES ZONES PROTEGEES	37
CHAPITRE 1 : DISPOSITIONS APPLICABLES AUX PUBLICITES ET PREENSEIGNEDS DANS LES ZONES PROTEGEES	37
Article 1. Dispositifs interdits	37
Article 2. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol	37
Article 3. Enseignes temporaires	38
ANNEXES	39

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS
TITRE 1 : DISPOSITIONS LIMINAIRES

Accusé de réception en préfecture
Orléans, le 23/05/2019
Date de transmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

TITRE 1 : DISPOSITIONS LIMINAIRES

Article 1. OBJET DU REGLEMENT

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

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

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

Article 2. PORTEE DU REGLEMENT

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

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

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

Les règles ne s'appliquent pas aux publicités et préenseignes installées sur mobilier urbain qui sont soumises aux règles du règlement national de publicité (en particulier l'article R.581-47 du CE qui précise que dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, la publicité scellée au sol sur le mobilier urbain n'est autorisée que sur une surface unitaire inférieure à 2 mètres carrés et qui s'élève à moins de 3 mètres au-dessus du sol).

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS
TITRE 1 : DISPOSITIONS LUMINAIRES

Article 3. LE REGIME DES AUTORISATIONS ET DECLARATIONS
PREALABLES

Article 3.1. Déclaration préalable

La déclaration préalable de nouvelle installation, de remplacement ou de modification d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité ou une préenseigne se fait au moyen d'un formulaire CERFA.

Le remplacement ou la modification de bâches comportant de la publicité, dont l'emplacement a été préalablement autorisé doit faire l'objet d'une déclaration préalable.

Article 3.2. Autorisation préalable

Sont soumis à autorisation préalable :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence (ce qui inclut la publicité numérique) qu'elles soient ou non apposées sur du mobilier urbain,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires,
- les enseignes, sous réserve selon les cas de l'avis conforme de l'Architecte des Bâtiments de France ou du service de l'Etat en charge de l'aviation civile,
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8 du code de l'environnement.
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser quelles qu'elles soient.

TITRE 2 : DISPOSITIONS GENERALES ET DELIMITATION DES ZONES

Article 1. LIEUX D'IMPLANTATION DE LA PUBLICITE ET DES PREENSEIGNES

La publicité est interdite hors agglomération.

Interdictions absolues au sein de l'agglomération (code de l'environnement)

Toute publicité est interdite sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire, sur les monuments naturels, dans les sites classés, sur les monuments naturels et sur les arbres (L.581-4).

La publicité est également interdite sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne, sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface inférieure à 0,50 mètre carré, sur les clôtures non aveugles et sur les murs de cimetière et de jardin public (R.581-22).

La publicité est également interdite au sein de l'agglomération :

- dans les espaces boisés classés (EBC)
- dans les zones naturelles définies par le Plan Local d'Urbanisme (PLU)

Interdictions relatives

Toute publicité (hors mobilier urbain selon les conditions fixées par le règlement national) est également interdite au sein du périmètre modifié de protection des monuments historiques, annexé en tant que servitude d'utilité publique au plan local d'urbanisme et reporté à titre d'information sur les documents graphiques du présent RLP.

Article 2. CONDITIONS DE POSE ET DE DEPOSE DES DISPOSITIFS

L'installation d'un nouveau dispositif devra être précédée de la suppression des dispositifs existant sur le même mur support, à l'exception, le cas échéant, des publicités peintes qui présentent un intérêt artistique, historique ou pittoresque.

Lorsque la dépose d'un dispositif est sollicitée conformément à la loi ou au présent règlement, il devra également être procédé au retrait de tous les supports ou appareillages correspondants. Faut de quoi, le dispositif sera considéré comme maintenu.

Article 3. ENTRETEN

Publicités et préenseignes

Les publicités, enseignes et préenseignes seront maintenues en parfait état d'entretien.

Toute réparation demandée par l'administration devra être effectuée dans les quinze jours suivant sa notification, ou dans les 48 heures si l'état du dispositif constitue un danger pour les personnes.

Enseignes

Sont applicables aux enseignes les dispositions de l'article R. 581-58 du Code de l'Environnement. Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables.

Elles doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.

En vertu de l'article L.581-14 du code de l'environnement, tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants.

Nettoyage

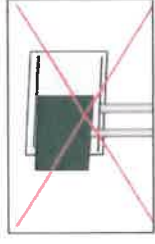
Les résidus de grattage des dispositifs ainsi que tout dépôt d'affichage sont strictement proscrits. Les propriétaires des dispositifs doivent procéder au nettoyage des salissures engendrées par l'activité.

La remise en état

L'enlèvement du dispositif implique qu'aucune trace des anciens montages ne soit visible sur le mur support ou le sol support. L'enlèvement des traces visibles inclut notamment la suppression des ancrages et des systèmes d'alimentation correspondants. Pour les dispositifs muraux, il s'agit de la correction de la peinture du mur support ou du revêtement marqué par la présence du dispositif durant de nombreuses années.

Article 4. QUALITE, ESTHETIQUE ET MATERIAUX

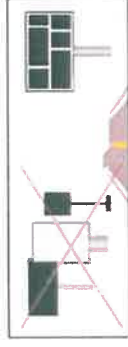
Tous les supports publicitaires, enseignes et pré-enseignes admis sur le territoire communal doivent être construits en matériaux inaltérables.



Lorsqu'il pourra être implanté un panneau double face, les deux faces devront être d'une surface identique.



Les dispositifs en « V » ou « en trièdre » sont interdits.



Lorsque plusieurs panneaux sont présents à proximité, leur regroupement sur un même panneau sera favorisé.

Esthétique :

- le cadre et le pied du dispositif doivent être choisis dans des teintes de gris ou de vert
- le bardage habillant les faces non utilisées des dispositifs devront être choisis dans des teintes de gris ou de vert
- le dispositif doit être mono-pied et sans jambes d'appui
- Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Les passerelles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser.

Article 5. LA PUBLICITE SUR LES PALISSADES DE CHANTIER

Dans les zones où la publicité murale est autorisée, la publicité sur les palissades de chantier est autorisée dans les conditions suivantes :

- le dispositif ne doit pas dépasser les limites de la palissade
- surface unitaire maximale : 4 m²
- densité maximale : 1 sur chaque rue, par chantier,
- le panneau ne peut être implanté à moins de 50 cm du sol
- il ne peut être maintenu plus d'une année.

Article 6. DELIMITATION DES ZONES DE PUBLICITE REGLEMENTEES

La délimitation précise des zones figure aux plans en annexe du présent dossier.

Il existe trois types de zones, les zones en agglomération, les zones hors agglomération et les zones protégées.

Le RLP distingue :

- la zone 1 correspondant aux abords de la RD 619 au Nord du bourg
- la zone 2 englobant le centre-ville, et correspondant pour partie au périmètre de protection des monuments historiques (hors espace dévolu aux équipements scolaires et sportifs)
- la zone 3 comprenant un secteur mixte (commerces, habitat, équipements) et un secteur à dominante d'habitat et d'équipements, ainsi qu'un secteur d'urbanisation future à dominante d'habitat et d'équipements (ZAC de la Grande Plaine)
- la zone 4 à dominante commerciale regroupant les principaux espaces commerciaux existants (ZAC des Roches, ZI du moulin Saint Antoine) ainsi que les zones commerciales futures (ZAC de la Grande Plaine)
- la zone 5 à dominante d'activités existantes, ainsi que la zone d'urbanisation future à dominante d'activités (ZAC Nangis Actipôle)
- la zone 6 correspondant au bâti isolé (corps de ferme et hameau de la Psauve principalement) et à l'emprise d'une partie des terres de la sucrerie
- Les zones dites « protégées » concernent les zones agricoles et les zones naturelles

TITRE 3 : DISPOSITIONS APPLICABLES AUX ZONES SITUÉES EN AGGLOMERATION

Rappel : pour l'ensemble des dispositifs autorisés dans la zone, les règles sont définies dans les articles ci-dessous. Lorsqu'aucune règle n'est définie, il convient de se reporter aux règles du règlement national de publicité (RNP).

CHAPITRE 1 : ZONE 1 « AUX ABORDS DE LA RD 619 »

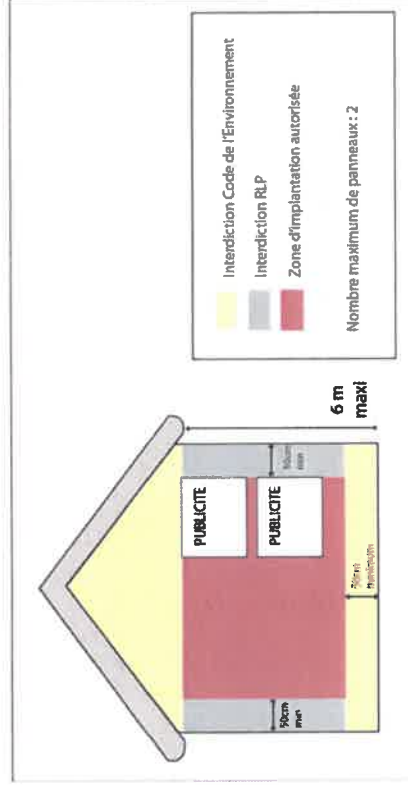
A. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES

Article 1. Dispositifs interdits

- Les publicités et les préenseignes lumineuses et numériques,
- Les bâches comportant de la publicité ou des préenseignes

Article 2 : Règles d'implantation et densité des dispositifs muraux

Les règles d'implantation et de densité des dispositifs muraux sont celles définies au code de l'environnement. En outre, les dispositifs muraux ne pourront être apposés à moins de 0,50 mètre des limites latérales du mur qui les supporte.



Article 3 : Format des publicités et préenseignes murales

Le format unitaire de l'affiche publicitaire murale ne peut excéder 4 mètres carrés, cadre compris.

La hauteur totale de l'affiche publicitaire murale (panneau compris) ne peut excéder 6 mètres.

Accusé de réception en préfecture
077 21 70 82 71 - 20190523-MAIL0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

B. REGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES

Article 1. Dispositions générales et dispositifs interdits

Dans l'ensemble de la zone, sont interdites les enseignes à faisceau de rayonnement laser.

Les enseignes d'un même établissement présenteront une harmonie entre elles ainsi qu'avec le traitement de la façade, notamment au regard de la gamme de couleurs et du choix des matériaux utilisés.

Article 2. Enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont interdites, à l'exception :

- des enseignes temporaires (voir ci-après)
- des enseignes sur clôtures constituées d'un mur plein.

Dans le cas d'une enseigne apposée sur un mur plein, la dimension de l'enseigne doit alors être inférieure à 1,5 m². L'enseigne doit être réalisée à l'aide de lettres découpées, de préférence sans panneau de fond ou sur un support transparent non teinté.

Les enseignes sur mur plein devront par ailleurs respecter les principes suivants :

- implantation à 0,30 m du sol minimum et 0,30 m des limites supérieures et latérales du mur,
- un exemplaire en clôture par établissement, ou un exemplaire par voie pour les établissements situés à l'angle de deux voies.

Article 3. Enseignes en façade

Les enseignes parallèles à la façade sont assujetties aux règles du code de l'environnement.

En outre, l'implantation d'enseignes à plat sur les balcons, balconnets, auvents, marquises et garde-corps est interdite.

De plus, seules sont autorisées les enseignes informant de la nature ou du nom de l'établissement ou indiquant son sigle.

Article 4. Enseignes perpendiculaires

Elles doivent être implantées sur les façades commerciales, sauf pour les activités non visibles depuis l'espace public.

Elles doivent être positionnées dans le prolongement ou l'alignement de l'enseigne parallèle (sauf impossibilité technique). Elles ne peuvent pas être apposées sur ou devant une baie, un balcon, un auvent.

Elles ne doivent pas constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 1 mètre.

Elles sont limitées à une enseigne de ce type par établissement, à l'exception des établissements qui, par leur nature, souhaitent indiquer leurs diverses activités, comme les Maisons de la Presse - Bureaux de Tabac. Dans ce cas, les enseignes seront alignées entre elles.

Article 5. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Les enseignes de plus d'1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Ce type d'enseigne sera perpendiculaire à la voie et sera de type « totem » ou enseigne fixée à un mât unique et répondant aux caractéristiques suivantes :

- Implantation sur l'unité foncière où s'exerce l'activité
- La surface est limitée à 6 m²,

En outre, sur l'unité foncière où s'exerce l'activité, deux enseignes de moins d'1 m² sont autorisées au sol par établissement.

Pour les établissements disposant d'une autorisation d'occupation de l'espace public (hôtels-restaurants, boulangeries, restaurants, cafés... disposant d'un droit de terrasse), un chevalet (considéré donc comme une enseigne) sera autorisé par commerce, dans les conditions suivantes :

- Implantation au droit du commerce, dans l'emprise de la terrasse
- Surface maximale de 1 m²,
- Implantation respectant un libre passage de 1,4 m minimum sur le trottoir, le cas échéant

Article 6. Enseignes en toiture

Les enseignes sur toiture doivent être réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

Dans le cas de toitures à pentes, les enseignes situées au-dessus de l'égout du toit seront peintes directement sur la toiture ou seront apposées en lettres découpées sur un support rigoureusement parallèle à la toiture et présentant une saillie ne dépassant pas 15 cm.

Article 7. Enseignes temporaires

Lors de l'utilisation de bâches comme enseignes temporaires, celles-ci doivent être maintenues en bon état de propreté et d'entretien et être constituées de matériaux durables et de qualité. Elles doivent également être munies d'un système de tension adapté. Si elles sont apposées sur la façade d'un bâtiment, les enseignes temporaires respecteront les règles suivantes :

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS

CHAPITRE 1 « ZONE 1 « AUX ABORDS DE LA RD 619 »

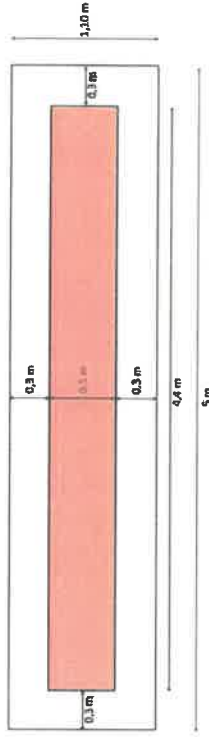
- Ne pas cumuler plus de 25 % de la façade du bâtiment sur laquelle elles sont apposées, sans toutefois dépasser 12 m².
- Ne pas créer une saillie supérieure à 0,25 m.
- Ne pas dépasser les limites latérales de la façade, ni dépasser les limites de l'éégout du toit.

Les enseignes de type bâches sur clôtures devront par ailleurs respecter les principes suivants :

- implantation sur les parties pleines de la clôture uniquement
- à 0,30 m du sol minimum et 0,30 m des limites supérieures et latérales de la clôture,
- un exemplaire en clôture par établissement, ou un exemplaire par voie pour les établissements situés à l'angle de deux voies
- pour les clôtures d'une longueur supérieure à 5 m ou d'une hauteur supérieure à 1,50 m, ne pas dépasser 30 % de la surface du mur qui le supporte, sans toutefois pouvoir dépasser 4 m²

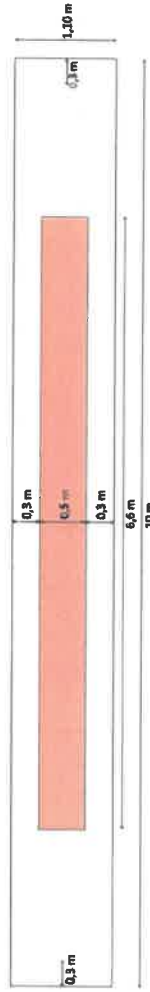
Exemple 1:

Clôture de 5 m de longueur
Surface maximale de la bâche : $4,4 \times 0,5 = 2,2 \text{ m}^2$



Exemple 2:

Clôture de 10 m de longueur
Surface du mur : $10 \times 1,1 = 11 \text{ m}^2$
Surface maximale de la bâche : $30 \% \times 11 = 3,3 \text{ m}^2$



Article 8. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses

Les enseignes clignotantes ou utilisant la technique des chenilles lumineuses sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

Les néons visibles sont interdits.

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS

CHAPITRE 1 : ZONE 1 « AUX ABORDS DE LA RD 619 »

Les dépenses énergétiques sont à maîtriser par l'installation de systèmes économes (ampoules LED), de minuteries...

Le système d'éclairage doit être intégré à l'enseigne ou à la devanture et être discret. Il peut être situé derrière les lettres (enseignes rétro-éclairées, en ombre chinoise) ou dans la tranche de la lettre : l'épaisseur de la lettre doit être inférieure à 5 cm.

Les spots s'ils sont utilisés, doivent être de petit format, le plus discret possible.

L'intensité et la direction de la lumière doivent être réglées de façon à n'éblouir ni les passants ni les véhicules, ni les riverains.

L'éclairage clignotant ou intermittent est interdit.

Les enseignes lumineuses seront éteintes entre 23h00 et 6h00 sauf pour les établissements ouverts durant cette plage horaire.

Accusé de réception en préfecture
077-21703271-20190523-MAI-0080-DE
Date de télétransmission : 23/05/2019
Date de réception préfecture : 23/05/2019

Article 2. Enseignes en façade

Règles d'implantation des enseignes en façade

Les enseignes parallèles à la façade doivent s'harmoniser avec les lignes de composition des façades sur lesquelles elles s'inscrivent, afin de mettre en valeur l'architecture de la construction.



Elles ne doivent pas masquer la modénature (corniche, encadrement de baie...).

Les enseignes principales seront situées sur la baie du commerce, en lettres découpées, ou implantées au-dessus de la baie du rez-de-chaussée, sous la corniche, dans le bandeau de la façade ; elles ne doivent pas être situées au-dessus de l'appui des fenêtres du premier étage, ou dépasser l'égout du toit pour les immeubles comprenant simplement un rez-de-chaussée.

L'implantation de l'enseigne doit tenir compte des percements de la façade, respecter le rythme des pleins et des ouvertures du bâtiment : les lettres et signes ne doivent pas dépasser les limites extérieures des baies.

L'annonce doit être simple et la fixation au mur doit être discrète.



Les enseignes apposées sur les terrasses, les balcons, les auvents, les garde-corps et les marquises ne sont pas autorisées.

Nombre d'enseignes parallèles sur les façades



Sur les murs des façades, il ne sera apposé qu'une seule enseigne parallèle par établissement ou par travée architecturale sur chaque voie ouverte à la circulation.

Toutefois, 3 éléments annexes sont en outre tolérés sur le bâti (hors vitrine), par établissement et par voie :

- 1 micro-affichage de 0,5 m² maximum relatif à l'activité du commerce, protégé par une vitre ou imprimé sur support résistant aux intempéries
- 1 panneau de moins de 0,25 m² sur jambage, protégé par une vitre ou imprimé sur support résistant aux intempéries
- 1 enseigne sur le lambrequin du store (partie tombante)



Exemple d'enseigne sur le lambrequin du store



Règles concernant l'aspect des enseignes : taille, matériaux et procédés

La hauteur des lettres composant l'enseigne doit respecter la proportion de la façade et du bandeau support. La hauteur de l'enseigne ne dépassera pas le quart de celle de la vitrine.

La saillie des lettres doit être inférieure à 7 cm par rapport au nu de la façade.



Les enseignes doivent être réalisées au moyen de matériaux durables : bois, métal, fer forgé, inox brossé, zinc, composite, acier, verre ...

Elles doivent être peintes, ou imprimées sur la boiserie dans le cas de devanture en applique (exemple ci-contre), ou réalisées au moyen de lettres découpées opaques.

Les panneaux de fond sont déconseillés ; s'ils sont utilisés, ils doivent être conçus en cohérence avec l'aspect architectural de la façade. Ils sont interdits sur les murs en pierre apparente, à l'exception des panneaux transparents.

Règles concernant les vitrines et les baies



Pour les enseignes apposées sur les baies, la vitrophanie ne dépassera pas 25% de la surface de chaque baie.

Exemple de vitrophanie

Concernant l'affichage opaque sur les baies extérieures, il est limité à 1 m² de surface par dispositif. Dans tous les cas, 75 % au moins de la baie doit rester libre de tout affichage et vitrophanie et la surface cumulée des enseignes en façade ne dépassera pas 15 % (ou 25 % si la façade commerciale est inférieure à 50 m²).

Article 3. Enseignes perpendiculaires



Elles doivent être implantées sur les façades commerciales, sauf pour les activités non visibles depuis l'espace public.

Elles seront positionnées sous l'appui des baies du premier étage ou sous l'égout du toit en cas d'immeuble ne comprenant qu'un rez-de-chaussée, et positionnées dans le prolongement ou l'alignement de l'enseigne parallèle. Elles ne peuvent pas être apposées sur ou devant une baie, un balcon, un auvent.

Elles ne doivent pas constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,8 mètres et dans tous les cas, ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Leur surface est limitée à 0,8 m², pattes de scellement comprises.



Elles sont limitées à une enseigne de ce type par établissement, à l'exception des établissements qui, par leur nature, souhaitent indiquer leurs diverses activités, comme les Maisons de la Presse - Bureaux de Tabac.

Article 4. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

L'enseigne scellée au sol ou posée directement sur le sol est interdite, notamment les chevalets, drapeaux, oriflammes, kakémonos, calicots (banderoles), etc...

Toutefois, pour les établissements disposant d'une autorisation d'occupation de l'espace public (hôtels-restaurants, boulangeries, restaurants, cafés... disposant d'un droit de terrasse), un chevalet (considéré donc comme une enseigne) sera autorisé par commerce, dans les conditions suivantes :

- Implantation au droit du commerce et dans l'emprise de la terrasse
- Surface maximale de 1 m²,
- Implantation respectant un libre passage de 1,4 m minimum sur le trottoir, le cas échéant

En outre, pour ces établissements peuvent être apposées des enseignes précisant le nom de l'établissement sur du mobilier mobile (parasols,...).

Article 5. Enseignes temporaires

Lors de l'utilisation de bâches comme enseignes temporaires, celles-ci doivent être maintenues en bon état de propreté et d'entretien et être constituées de matériaux durables et de qualité. Elles doivent également être munies d'un système de tension adapté.

Les enseignes temporaires sont limitées à une par établissement. Elles sont interdites sur clôtures.

Les enseignes temporaires apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade. La surface des enseignes peut toutefois être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés. Dans tous les cas, la surface des enseignes temporaires ne pourra dépasser 6 m².

Article 6. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses

Les enseignes clignotantes ou utilisant la technique des chenilles lumineuses sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

Les néons visibles et les caissons lumineux sont interdits.

Les dépenses énergétiques sont à maîtriser par l'installation de systèmes économiques (ampoules LED), de minuteries.

Le système d'éclairage doit être intégré à l'enseigne ou à la devanture et être discret. Il peut être situé derrière les lettres (enseignes rétro-éclairées, en ombre chinoise) ou dans la tranche de la lettre : l'épaisseur de la lettre doit être inférieure à 5 cm.

Les spots s'ils sont utilisés, doivent être de petit format, le plus discret possible.

L'intensité et la direction de la lumière doivent être réglées de façon à n'éblouir ni les passants ni les véhicules, ni les riverains.

L'éclairage clignotant ou intermittent est interdit.

Les enseignes lumineuses seront éteintes entre 23h00 et 6h00 sauf pour les établissements ouverts durant cette plage horaire.

CHAPITRE 3 : ZONE 3 « MIXTE » ET A DOMINANTE D'HABITAT ET D'EQUIPEMENTS

Cette zone comprend trois secteurs sur le plan de zonage :

- *Secteur 3a : vocation mixte habitat, commerces, activités en agglomération*
- *Secteur 3b : à dominante d'habitat et d'équipements en agglomération*
- *Secteur 3c : à dominante d'habitat et d'équipements futurs hors agglomération*

Les deux premiers secteurs sont identifiés sur le plan de zonage afin de les distinguer puisque leurs caractéristiques sont différentes, mais ils bénéficient de la même réglementation

Rappel : pour l'ensemble des dispositifs autorisés dans la zone, les règles sont définies dans les articles ci-dessous. Lorsqu'aucune règle n'est définie, il convient de se reporter aux règles du règlement national de publicité (RNP).

A. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES

Dans le secteur 3c

En application de l'article L 581-7 du Code de l'Environnement toute publicité est interdite en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la sécurité routière.

En application de l'article L 581-19 du Code de l'environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Les préenseignes dérogatoires et les préenseignes temporaires sont soumises aux règles du Règlement National de Publicité.

Dans les secteurs 3a et 3b

Article 1 : Dispositifs interdits

- Les publicités et les préenseignes lumineuses et numériques,
- Les bâches comportant de la publicité ou des préenseignes.

En outre, les publicités et préenseignes sont interdites sur les murs en pierre apparentes.

Article 2 : Règles d'implantation et densité des dispositifs muraux

Les règles d'implantation et de densité des dispositifs muraux sont celles définies au code de l'environnement. En outre, les dispositifs muraux ne pourront dépasser une surface de 4 m² et ne pourront être apposés à moins de 0,50 mètre des limites latérales du mur qui les supporte.

Article 3 : Format des publicités et préenseignes murales

Le format unitaire et la hauteur de l'affiche publicitaire ou des préenseignes murales (cadre compris) ne peut excéder ceux imposés par la réglementation nationale (voir annexe).

B. REGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES

Article 1. Dispositifs interdits et dispositions générales

Dans l'ensemble de la zone, sont interdites :

- Les enseignes sur toitures,
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser,
- Les enseignes sur clôtures, hors enseignes temporaires

Pour l'ensemble des enseignes en façade, apposées à plat et perpendiculaires, il ne faudra pas dépasser 3 couleurs pour l'ensemble d'un même bâtiment, dans des teintes non agressives.

Article 2. Enseignes en façade

Concernant les enseignes apposées sur les bales, 50 % au moins de la baie doit rester libre de tout affichage et vitrophanie.

Les enseignes parallèles à la façade sont assujetties aux règles du code de l'environnement :

« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 centimètres, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'épout du toit.

Ces enseignes ne peuvent présenter une surface cumulée excédant 15 % de la surface de la façade commerciale de l'établissement. Toutefois, cette surface est portée à 25 % lorsque la façade commerciale est inférieure à 50 mètres carrés ».

En outre, l'implantation d'enseignes à plat sur les balcons, balconnets, auvents, marquises et garde-corps est interdite.

Article 3. Enseignes perpendiculaires

Elles doivent être implantées sur les façades commerciales, sauf pour les activités non visibles depuis l'espace public.

Elles ne doivent pas dépasser la limite haute du mur support ni être implantées sur la toiture ou la terrasse.

Elles ne doivent pas constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,8 mètre et dans tous les cas, ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.

Elles sont limitées à une enseigne de ce type par établissement, à l'exception des établissements qui, par leur nature, sont soumises à des obligations inhérentes à leur activité, comme les Maisons de la Presse - Bureaux de Tabac.

Article 4. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Il est autorisé une enseigne de plus d'1 m² scellée au sol ou posée directement sur le sol placée le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Toutefois, ce type d'enseigne n'est autorisé que lorsque le bâtiment se situe en retrait de l'alignement de la voie publique d'au moins 2 m.

Les enseignes scellées au sol ou posées au sol de plus d'1 m² seront implantées perpendiculairement à la voie, et seront de type « totem » ou enseigne fixée à un mât unique et répondant aux caractéristiques suivantes :

- La surface est limitée à 6 m².
- La hauteur par rapport au sol est limitée à :
 - six mètres cinquante de haut lorsqu'elles font un mètre ou plus de large ;
 - huit mètres de haut lorsqu'elles font moins d'un mètre de large.

Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.



S'il existe plusieurs raisons sociales à une même adresse, les enseignes doivent être groupées sur un support commun et harmonisées entre elles. La surface ne doit pas dépasser 0,5 m² par société.

En outre, sur l'unité foncière où s'exerce l'activité, trois enseignes de moins d'1 m² sont autorisées au sol par établissement.

Pour les établissements disposant d'une autorisation d'occupation de l'espace public (hôtels-restaurants, boulangeries, restaurants, cafés... disposant d'un droit de terrasse), un chevalet (considéré donc comme une enseigne) sera autorisé par commerce, dans les conditions suivantes :

- Implantation au droit du commerce, dans l'emprise de la terrasse
- Surface maximale de 1 m²,
- Implantation respectant un libre passage de 1,4 m minimum sur le trottoir, le cas échéant

Article 5. Enseignes temporaires

Les dispositions applicables sont celles du Règlement National de Publicité.

Lors de l'utilisation de bâches comme enseignes temporaires, celles-ci doivent être maintenues en bon état de propreté et d'entretien et être constituées de matériaux durables et de qualité. Elles doivent également être munies d'un système de tension adapté.

Les enseignes temporaires sont limitées à une en façade par établissement. En outre, les enseignes temporaires apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade. La surface des enseignes peut toutefois être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés. Dans tous les cas, les enseignes temporaires ne doivent pas dépasser une surface de 12 m².

Les enseignes de type bâches sur clôtures devront par ailleurs respecter les principes suivants :

- implantation à 0,30 m du sol minimum et 0,30 m des limites supérieures et latérales de la clôture,
- un exemplaire en clôture par établissement, ou un exemplaire par voie pour les établissements situés à l'angle de deux voies.

Article 6. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses

Les enseignes clignotantes ou utilisant la technique des chenilles lumineuses sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

Les néons visibles sont interdits.

Les dépenses énergétiques sont à maîtriser par l'installation de systèmes économes (ampoules LED), de minuterries.

Le système d'éclairage doit être intégré à l'enseigne ou à la devanture et être discret. Il peut être situé derrière les lettres (enseignes rétro-éclairées, en ombre chinoise) ou dans la tranche de la lettre : l'épaisseur de la lettre doit être inférieure à 5 cm.

Les spots s'ils sont utilisés, doivent être de petit format, le plus discret possible.

L'intensité et la direction de la lumière doivent être réglées de façon à n'éblouir ni les passants ni les véhicules, ni les riverains.

L'éclairage clignotant ou intermittent est interdit.

Les enseignes lumineuses seront éteintes entre 23h00 et 6h00 sauf pour les établissements ouverts durant cette plage horaire.

CHAPITRE 4 : ZONE 4 « A DOMINANTE COMMERCIALE » existantes et futures

La zone à dominante commerciale est composée de trois secteurs :

- Secteur 4a : la zone commerciale des roches
- Secteur 4b : la zone commerciale du Moulin St Antoine
- Secteur 4c : zone commerciale future, hors agglomération

A. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES

Dans le secteur 4c

En application de l'article L 581-7 du Code de l'Environnement toute publicité est interdite en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la sécurité routière.

En application de l'article L 581-19 du Code de l'environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Les préenseignes dérogatoires et les préenseignes temporaires sont soumises aux règles du Règlement National de Publicité.

Dans les secteurs 4a et 4b

Article 1. Dispositifs interdits

- Les publicités et les préenseignes lumineuses et numériques,
- Les publicités et les préenseignes sur clôtures.

Article 2 : Règles d'implantation et densité des dispositifs muraux

Les règles d'implantation et de densité des dispositifs muraux sont celles définies au code de l'environnement. En outre, les dispositifs muraux ne pourront être apposés à moins de 0,50 mètre des limites latérales du mur qui les supporte.

Article 3 : Format des publicités et préenseignes murales

Le format unitaire et la hauteur de l'affiche publicitaire ou des préenseignes murales (cadre compris) ne peuvent excéder ceux imposés par la réglementation nationale (voir annexe).

B. REGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES

Article 1. Dispositifs interdits

Dans l'ensemble de la zone, sont interdites les enseignes à faisceau de rayonnement laser et les enseignes perpendiculaires.

Article 2. Enseignes sur clôture

Seules les indications de la raison sociale et du sigle de la ou des entreprise(s) seront autorisées sur la clôture d'entrée.

Elles sont limitées à 2 m² maximum et à un exemplaire en clôture par établissement, ou un exemplaire par voie pour les établissements situés à l'angle de deux voies.

Article 3. Enseignes en façade

Seules sont autorisées les enseignes informant de la nature ou du nom de l'établissement ou indiquant son sigle.

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 centimètres.

Les enseignes en façades ne peuvent dépasser les limites de l'égout du toit.

Les panneaux de fond sont déconseillés ; s'ils sont utilisés, ils doivent être conçus en cohérence avec l'aspect de la façade.

Règles spécifiques au secteur 4a (zone commerciale des roches) et au secteur 4c



Les enseignes principales seront situées sur la baie du commerce, en lettres découpées, ou implantées au-dessus de la baie.

L'implantation de l'enseigne doit tenir compte des percements de la façade : les lettres et signes ou bandeaux ne doivent pas dépasser les limites extérieures des baies.

Concernant les enseignes apposées sur les baies, 50 % au moins de la baie doit rester libre de tout affichage et vitrophane. Dans tous les cas, la surface cumulée des enseignes ne doit pas dépasser 15% de la superficie de la façade.

Règles spécifiques au secteur 2 (zone du Moulin St Antoine)

La surface des enseignes à plat ne peut excéder 10% de la superficie de chaque façade du bâtiment.

Les enseignes d'un même établissement présenteront une harmonie entre elles ainsi qu'avec le traitement de la façade, notamment au regard de la gamme de couleurs et du choix des matériaux utilisés.

Article 4. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Il est autorisé une enseigne scellée au sol ou posée directement sur le sol de plus d'1 m², le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Ces enseignes scellées au sol ou posées au sol seront implantées perpendiculairement à la voie, et seront de type « totem » ou enseigne fixée à un mât unique et répondant aux caractéristiques suivantes :

- La surface est limitée à 6 m²,
- La hauteur par rapport au sol est limitée à :
 - six mètres cinquante de haut lorsqu'elles font un mètre ou plus de large ;
 - huit mètres de haut lorsqu'elles font moins d'un mètre de large.

Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.

En outre, un chevalet sera autorisé par commerce, dans les conditions suivantes :

- autorisation d'occupation de l'espace public ou implantation sur l'unité foncière où est exercée l'activité
- implantation au droit du commerce et dans l'emprise de la terrasse
- Surface maximale de 1 m²,
- Le cas échéant, implantation respectant un libre passage de 1,4 m minimum sur le trottoir.

Article 5. Enseignes en toiture

Les enseignes sur toiture doivent être réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

Article 6. Enseignes temporaires

Lors de l'utilisation de bâches comme enseignes temporaires, celles-ci doivent être maintenues en bon état de propreté et d'entretien et être constituées de matériaux durables et de qualité. Elles doivent également être munies d'un système de tension adapté.

Si elles sont apposées sur la façade d'un bâtiment, les enseignes temporaires respecteront les règles suivantes :

- Ne pas cumuler plus de 10 % de la façade du bâtiment sur laquelle elles sont apposées, sans jamais pouvoir dépasser 12 m²
- Ne pas créer une saillie supérieure à 0,25 m.
- Ne pas dépasser les limites latérales de la façade, ni dépasser les limites de l'égout du toit

CHAPITRE 5 : ZONE 5 « A DOMINANTE D'ACTIVITES » existantes et futures

La zone à dominante d'activités est composée de deux secteurs :

- Secteur 5a : la zone d'activités existante
- Secteur 5b : zone d'activités future, hors agglomération

Rappel : pour l'ensemble des dispositifs autorisés dans la zone, les règles sont définies dans les articles ci-dessous. Lorsqu'aucune règle n'est définie, il convient de se reporter aux règles du règlement national de publicité (RNP).

A. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES

Dans le secteur 5b

En application de l'article L 581-7 du Code de l'Environnement toute publicité est interdite en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la sécurité routière.

En application de l'article L 581-19 du Code de l'environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Les préenseignes dérogatoires et les préenseignes temporaires sont soumises aux règles du Règlement National de Publicité.

Dans le secteur 5a

Article 1. Dispositifs interdits

Les publicités et les préenseignes lumineuses et numériques sont interdites.

Article 2 : Règles d'implantation et densité des dispositifs muraux

Les règles d'implantation et de densité des dispositifs muraux sont celles définies au code de l'environnement. En outre, les dispositifs muraux ne pourront être apposés à moins de 0,50 mètre des limites latérales du mur qui les supporte.

Article 3 : Format des publicités et préenseignes murales

Le format unitaire et la hauteur de l'affiche publicitaire ou des préenseignes murales (cadre compris) ne peuvent excéder ceux imposés par la réglementation nationale (voir annexe).

B. REGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES

Article 1. Dispositifs interdits et dispositions générales

Les enseignes à faisceau de rayonnement laser sont interdites dans l'ensemble de la zone.

Les enseignes d'un même établissement présenteront une harmonie entre elles ainsi qu'avec le traitement de la façade, notamment au regard de la gamme de couleurs et du choix des matériaux utilisés.

Article 2. Enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont interdites, à l'exception :

- des enseignes temporaires (voir ci-après)
- des enseignes sur clôtures constituées d'un mur plein.

Dans le cas d'une enseigne apposée sur un mur plein, la dimension de l'enseigne doit alors être inférieure à 1,5 m². L'enseigne doit être réalisée à l'aide de lettres découpées, de préférence sans panneau de fond ou sur un support transparent non teinté.

Les enseignes sur mur plein devront par ailleurs respecter les principes suivants :

- implantation à 0,30 m du sol minimum et 0,30 m des limites supérieures et latérales du mur,
- un exemplaire en clôture par établissement, ou un exemplaire par voie pour les établissements situés à l'angle de deux voies.

Article 3. Enseignes en façade

Seules sont autorisées les enseignes informant de la nature ou du nom de l'établissement ou indiquant son sigle.

Les enseignes en façades ne peuvent dépasser les limites de l'égout du toit ou du toit terrasse.

Les panneaux de fond sont déconseillés ; s'ils sont utilisés, ils doivent être conçus en cohérence avec l'aspect de la façade.

La surface des enseignes à plat ne peut excéder 10% de la superficie de chaque façade du bâtiment. La surface des enseignes peut toutefois être portée à 25% lorsque la façade est inférieure à cinquante mètres carrés.

Article 4. Enseignes perpendiculaires

Elles doivent être implantées sur les façades commerciales, sauf pour les activités non visibles depuis l'espace public.

Elles doivent être positionnées dans le prolongement ou l'alignement de l'enseigne parallèle. Elles ne peuvent pas être apposées sur ou devant une baie, un balcon, un auvent.

Elles ne doivent pas constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,8 mètre et dans tous les cas, ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.

Elles sont limitées à une enseigne de ce type par établissement, à l'exception des établissements qui, par leur nature, souhaitent indiquer leurs diverses activités, comme les Maisons de la Presse - Bureaux de Tabac. Dans ce cas, les enseignes perpendiculaires seront alignées entre elles.

Article 5. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Il est autorisé une enseigne scellée au sol ou posée directement sur le sol de plus de 1 m², le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Ce type d'enseigne sera perpendiculaire à la voie et sera de type « totem » ou enseigne fixée à un mât unique et répondant aux caractéristiques suivantes :

- La surface est limitée à 6 m²,
- La hauteur par rapport au sol est limitée à :
 - six mètres cinquante de haut lorsqu'elles font un mètre ou plus de large ;
 - huit mètres de haut lorsqu'elles font moins d'un mètre de large.

Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.



S'il existe plusieurs raisons sociales à une même adresse, les enseignes doivent être groupées sur un support commun et harmonisées entre elles.

En outre, sur l'unité foncière où s'exerce l'activité, deux enseignes de moins d'1 m² sont autorisées au sol par établissement.

Pour les établissements disposant d'une autorisation d'occupation de l'espace public (hôtels-restaurants, boulangeries, restaurants, cafés... disposant d'un droit de terrasse), un chevalet (considéré donc comme une enseigne) sera autorisé par commerce, dans les conditions suivantes :

- Implantation au droit du commerce, dans l'emprise de la terrasse
- Surface maximale de 1 m²,
- Implantation respectant un libre passage de 1,4 m minimum sur le trottoir, le cas échéant

Article 6. Enseignes en toiture

Les enseignes sur toiture doivent être réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

Dans le cas de toitures à pentes, les enseignes situées au-dessus de l'égoût du toit seront peintes directement sur la toiture ou seront apposées en lettres découpées sur un support rigoureusement parallèle à la toiture et présentant une saillie ne dépassant pas 15 cm.

Article 7. Enseignes temporaires

Les dispositions applicables sont celles du Règlement National de Publicité.

Lors de l'utilisation de bâches comme enseignes temporaires, celles-ci doivent être maintenues en bon état de propreté et d'entretien et être constituées de matériaux durables et de qualité. Elles doivent également être munies d'un système de tension adapté.

Si elles sont apposées sur la façade d'un bâtiment, les enseignes temporaires respecteront les règles suivantes :

- Ne pas cumuler plus de 25 % de la façade du bâtiment sur laquelle elles sont apposées, sans jamais pouvoir dépasser 12 m².
- Ne pas créer une saillie supérieure à 0,25 m.
- Ne pas dépasser les limites latérales de la façade, ni dépasser les limites de l'égout du toit

Les enseignes de type bâches sur clôtures devront par ailleurs respecter les principes suivants :

- implantation sur les parties pleines de la clôture uniquement
- à 0,30 m du sol minimum et 0,30 m des limites supérieures et latérales de la clôture,
- un exemplaire en clôture par établissement, ou un exemplaire par voie pour les établissements situés à l'angle de deux voies
- pour les clôtures d'une longueur supérieure à 5 m linéaires ou d'une hauteur supérieure à 1,50 m, ne pas dépasser 30 % de la surface du mur qui le supporte, sans toutefois pouvoir dépasser 4 m² (voir schémas dans la zone aux abords de la RD 619).

Article 8. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses

Les enseignes clignotantes ou utilisant la technique des chenilles lumineuses sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

Les néons visibles sont interdits.

Les dépenses énergétiques sont à maîtriser par l'installation de systèmes économes (ampoules LED), de minuterias.

Le système d'éclairage doit être intégré à l'enseigne ou à la devanture et être discret. Il peut être situé derrière les lettres (enseignes rétro-éclairées, en ombre chinoise) ou dans la tranche de la lettre : l'épaisseur de la lettre doit être inférieure à 5 cm.

Les spots s'ils sont utilisés, doivent être de petit format, le plus discret possible.

L'intensité et la direction de la lumière doivent être réglées de façon à n'éblouir ni les passants ni les véhicules, ni les riverains.

L'éclairage clignotant ou intermittent est interdit.

Les enseignes lumineuses seront éteintes entre 23h00 et 6h00 sauf pour les établissements ouverts durant cette plage horaire.

TITRE 4 : DISPOSITIONS APPLICABLES DANS LES ZONES HORS AGGLOMERATION

CHAPITRE 1 : DISPOSITIONS APPLICABLES AUX PUBLICITES ET PRENSEIGNES EN TOUTES ZONES HORS AGGLOMERATION

En application de l'article L 581-7 du Code de l'Environnement toute publicité est interdite en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la sécurité routière.

En application de l'article L 581-19 du Code de l'environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Les préenseignes dérogatoires et les préenseignes temporaires sont soumises aux règles du Règlement National de Publicité.

CHAPITRE 2 : DISPOSITIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES AU SEIN DE LA ZONE 6 « BATI ISOLE ET EMPRISE SUCRERIE »

Article 1. Dispositifs interdits et dispositions générales

Dans l'ensemble de la zone, sont interdites :

- Les enseignes sur toitures,
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser,
- Les enseignes sur clôtures, hors enseignes temporaires

Les enseignes doivent s'intégrer dans la composition de la façade (dimensions, ...), respecter les éléments d'architecture tout comme l'environnement proche.

Lorsque plusieurs entreprises sont situées dans un même bâtiment, les enseignes en façade doivent être harmonisées dans leurs implantations, dimensions, couleurs, graphisme....

Seront recherchés : la simplicité dans les annonces, l'emploi de teintes non agressives, les lettrages découpés, la discrétion dans les modes de fixation des dispositifs.

Article 2. Enseignes perpendiculaires

Elles doivent être implantées sur les façades commerciales, sauf pour les activités non visibles depuis l'espace public. Elles ne doivent pas dépasser la limite haute du mur support.

Elles ne doivent pas constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,8 mètre et une surface de 0,8 m², pattes de scellement comprises.

Elles sont limitées à une enseigne de ce type par établissement, à l'exception des établissements qui, par leur nature, sont soumises à des obligations inhérentes à leur activité, comme les Maisons de la Presse - Bureaux de Tabac. Dans ce cas, les enseignes perpendiculaires seront alignées entre elles.

Article 3. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Il est autorisé une enseigne de plus d'1 m² scellée au sol ou posée directement sur le sol placée le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Toutefois, ce type d'enseigne n'est autorisé que lorsque le bâtiment se situe en retrait de l'alignement de la voie publique d'au moins 2 m.

Les enseignes scellées au sol ou posées au sol de plus d'1 m² seront implantées perpendiculairement à la voie, et seront de type « totem » ou enseigne fixée à un mât unique et répondant aux caractéristiques suivantes :

- Implantation sur l'unité foncière où s'exerce l'activité
- La surface est limitée à 6 m²,
- La hauteur par rapport au sol est limitée à :
 - six mètres cinquante de haut lorsqu'elles font un mètre ou plus de large ;
 - huit mètres de haut lorsqu'elles font moins d'un mètre de large.

Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.

En outre, un chevalet sera autorisé par commerce, dans les conditions suivantes :

- autorisation d'occupation de l'espace public ou implantation sur l'unité foncière où est exercée l'activité
- implantation au droit du commerce et dans l'emprise de la terrasse
- Surface maximale de 1 m².
- Le cas échéant, implantation respectant un libre passage de 1,4 m minimum sur le trottoir.

S'il existe plusieurs raisons sociales à une même adresse, les enseignes scellées au sol doivent être groupées sur un support commun et harmonisées entre elles.

Article 4. Enseignes temporaires

Lors de l'utilisation de bâches comme enseignes temporaires, celles-ci doivent être maintenues en bon état de propreté et d'entretien et être constituées de matériaux durables et de qualité. Elles doivent être munies d'un système de tension adapté.

Les enseignes temporaires sont limitées à une en façade par établissement. En outre, les enseignes temporaires apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 10% de la surface de cette façade. La surface des enseignes peut toutefois être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés. Dans tous les cas, la surface des enseignes temporaires ne pourra excéder 12 m².

Les enseignes de type bâches sur clôtures devront par ailleurs respecter les principes suivants :

- implantation sur les parties pleines de la clôture uniquement
- à 0,30 m du sol minimum et 0,30 m des limites supérieures et latérales de la clôture,
- un exemplaire en clôture par établissement, ou un exemplaire par voie pour les établissements situés à l'angle de deux voies
- pour les clôtures d'une longueur supérieure à 5 m ou d'une hauteur supérieure à 1,50 m, ne pas dépasser 30 % de la surface du mur qui le supporte, sans toutefois pouvoir dépasser 4 m² (voir schémas dans la zone 1 « aux abords de la RD 619 »).

Article 5. L'éclairage des enseignes et les enseignes lumineuses

Les enseignes clignotantes ou utilisant la technique des chenilles lumineuses sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

Les néons visibles et les caissons lumineux sont interdits.

Les dépenses énergétiques sont à maîtriser par l'installation de systèmes économes (ampoules LED), de minuteriers.

Le système d'éclairage doit être intégré à l'enseigne ou à la devanture et être discret. Il peut être situé derrière les lettres (enseignes rétro-éclairées, en ombre chinoise) ou dans la tranche de la lettre : l'épaisseur de la lettre doit être inférieure à 5 cm.

Les spots s'ils sont utilisés, doivent être de petit format, le plus discret possible. L'intensité et la direction de la lumière doivent être réglées de façon à n'éblouir ni les passants ni les véhicules, ni les riverains.

L'éclairage clignotant ou intermittent est interdit.

Les enseignes lumineuses seront éteintes entre 23h00 et 6h00 sauf pour les établissements ouverts durant cette plage horaire.

TITRE 5 : DISPOSITIONS APPLICABLES DANS LES ZONES PROTEGEES

Le plan de zonage du présent Règlement Local de Publicité Identifie par une couleur verte la zone dite « protégée ». Elle comprend les zones N et A telles que définies par le plan local d'urbanisme de la commune de Nangis, à l'intérieur et à l'extérieur des limites de l'agglomération.

Cette zone englobe aussi les espaces boisés classés (EBC), matérialisés spécifiquement au plan de zonage.

CHAPITRE 1 : DISPOSITIONS APPLICABLES AUX PUBLICITES ET PREENSEIGNES DANS LES ZONES PROTEGEES

Les publicités et préenseignes scellées au sol sont interdites à l'intérieur de la zone protégée, en vertu de l'article R.581-30 du code de l'environnement.

CHAPITRE 2 : DISPOSITIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES DANS LES ZONES PROTEGEES

Article 1. Dispositifs interdits

Dans l'ensemble de la zone, sont interdites :

- Les enseignes sur toitures,
- Les enseignes perpendiculaires
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser,
- Les enseignes sur clôtures, hors enseignes temporaires

Article 2. Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Il est autorisé une enseigne de plus d'1 m² scellée au sol ou posée directement sur le sol placée le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Toutefois, ce type d'enseigne n'est autorisé que lorsque le bâtiment se situe en retrait de l'alignement de la voie publique d'au moins 2 m.

Les enseignes scellées au sol ou posées au sol de plus d'1 m² seront implantées perpendiculairement à la voie, et seront de type « totem » ou enseigne fixée à un mât unique et répondant aux caractéristiques suivantes :

- Implantation sur l'unité foncière où s'exerce l'activité
- La surface est limitée à 6 m²,
- La hauteur par rapport au sol est limitée à :
 - six mètres cinquante de haut lorsqu'elles font un mètre ou plus de large ;
 - huit mètres de haut lorsqu'elles font moins d'un mètre de large.

Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.

En outre, une enseigne de moins d'1 m² sera autorisée au sol par établissement sur l'unité foncière où est exercée l'activité.

S'il existe plusieurs raisons sociales à une même adresse, les enseignes doivent être groupées sur un support commun et harmonisées entre elles.

Article 3. Enseignes temporaires

Lors de l'utilisation de bâches comme enseignes temporaires, celles-ci doivent être maintenues en bon état de propreté et d'entretien et être constituées de matériaux durables et de qualité. Elles doivent être munies d'un système de tension adapté.

Les enseignes temporaires sont limitées à une par établissement. En outre, les enseignes temporaires apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 10% de la surface de cette façade. La surface des enseignes peut toutefois être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés. Dans tous les cas, la surface des enseignes temporaires ne pourra excéder 12 m².

Les enseignes de type bâches sur clôtures devront par ailleurs respecter les principes suivants :

- implantation sur les parties pleines de la clôture uniquement
- à 0,30 m du sol minimum et 0,30 m des limites supérieures et latérales de la clôture,
- un exemplaire en clôture par établissement, ou un exemplaire par voie pour les établissements situés à l'angle de deux voies
- pour les clôtures d'une longueur supérieure à 5 m linéaires ou d'une hauteur supérieure à 1,50 m, ne pas dépasser 30 % de la surface du mur qui le supporte, sans toutefois pouvoir dépasser 4 m² (voir schémas dans la zone 1 « aux abords de la RD 619 »).

ANNEXES

ANNEXE 1 : LEXIQUE _____ **40**

ANNEXE 2 : Les principales dispositions du RNP en matière de publicités et de préenseignes _____ **48**

a. Les publicités et les préenseignes murales _____ **48**
b. Les publicités et les préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol _____ **49**
c. Les publicités et les préenseignes lumineuses et numériques _____ **51**
d. Les publicités et les préenseignes sur mobilier urbain _____ **53**
e. Les bâches comportant de la publicité et des préenseignes _____ **54**
f. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles _____ **55**
g. L’affichage de petit format (micro-affichage) _____ **55**
h. L’affichage d’opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif _____ **56**
i. La publicité sur véhicules terrestres _____ **56**
j. La publicité sur les voles navigables _____ **56**
k. Les préenseignes dérogatoires et temporaires _____ **57**

ANNEXE 3 : Les principales dispositions du RNP en matière d’enseignes _____ **59**

a. L’enseigne en façade _____ **59**
b. L’enseigne sur toiture _____ **60**
c. L’enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol _____ **61**
d. L’enseigne lumineuse _____ **62**
e. L’enseigne temporaire _____ **62**
f. L’enseigne à faisceau de rayonnement laser _____ **63**

ANNEXE 4 : SANCTIONS ET DELAIS DE MISE EN CONFORMITE _____ **64**

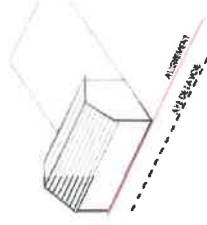
ANNEXE 1 : LEXIQUE

Source principale : guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure, MEDDE

ABF
Architecte des bâtiments de France

Afficheur :
Terme désignant une société d'affichage ou un employé qui met en place les affiches sur les dispositifs.

Alignement :
Limite du domaine public routier par rapport aux propriétés riveraines.



Annonceur :
Entité en faveur de qui est réalisée la publicité (commerce, marque, entreprise, homme politique, film, etc.)

Auvent :
Avancée en matériaux durs en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries.



Aveugle : Se dit d'un mur ou d'une façade d'un bâtiment ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,5 m².

Bâche
· De chantier: se dit d'une bâche comportant de la publicité installée sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.
· Publicitaire: se dit d'une bâche comportant de la publicité et qui n'est pas une bâche de chantier.

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS

ANNEXES

Bale :



Toute surface vitrée pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.).

Balconnet :

Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.

Bandeau (de façade) :

Se dit de la bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

Barrette ou lamelle de jalonnement :

Élément longitudinal s'intégrant à un dispositif de signalétique visant à marquer la direction d'une activité ou d'un équipement au moyen de panneaux ou repères.



Buteau :

Terme employé par les professionnels de l'affichage désignant la plaquette ou l'autocollant apposé sur un panneau d'affichage (sur la moulture ou sur le pied en général) indiquant les coordonnées de la société exploitante.

Cadre :

Partie du dispositif publicitaire qui entoure l'affiche (dite également « moulture »).

Centre commercial :

Ensemble d'au moins 20 magasins et services totalisant une surface commerciale utile minimale de 5000 m², conçu, réalisé et géré comme une seule entité.

Champ de visibilité :



Situation d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne visible d'un monument historique (classé ou inscrit) ou visible en même temps que lui. Ces deux critères, dits de co-visibilité, sont alternatifs et non cumulatifs et relèvent de l'appréciation de l'ABF.

Chantier :

Terme définissant la période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux.

Chevalet :



Dispositif posé sur le sol devant un commerce (presse, restaurant, photographe, etc.). Généralement installé sur le domaine public (trottoir), il fait l'objet d'une autorisation.

Clôture :

Toute séparation physique d'une ou plusieurs propriétés et matérialisant tout ou partie du pourtour d'une ou plusieurs propriétés.

Clôture aveugle :



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

Clôture non aveugle :



Se dit d'une clôture constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Code MATIN F (code Nature Infraction) :

Outil développé par le ministère de la Justice permettant d'associer un numéro à une typologie d'infraction.

Commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS) :

Instance collégiale départementale composée de représentants des services de l'Etat, d'élus locaux, de personnes qualifiées et de représentants des afficheurs et des enseignants. Placée sous l'autorité du préfet, la CDNPS est chargée d'émettre des avis.

Corniche

Couronnement continu en saillie d'une construction. La fonction principale en est de rejeter les eaux de pluie loin de la façade.

Culturelles (activités) :

Sont qualifiées comme tels les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS

ANNEXES

Devanture :

Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Déroulant (Panneau) (Synonyme : scrolling) :

Dispositif constitué d'un caisson vitré à l'intérieur duquel tourne, sur un axe horizontal ou vertical, un train de plusieurs affiches visibles successivement et éclairées par transparence.

Dispositif (publicitaire) :

Terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Durable :

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

Emprise :

Se dit de l'ensemble des éléments constitutifs d'un immeuble ou d'une dépendance du domaine public. Exemple : L'emprise d'une voie publique est constituée de l'assiette de cette voie ainsi que ses dépendances. L'emprise d'un aéroport ou d'une gare est constituée des voies, bâtiments et installations utiles au trafic aérien ou ferroviaire.

Enseigne :

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



Enseigne lumineuse :

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...).



Enseigne temporaire :

Enseigne signalant :

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce.

Garde-corps :

Élément ou ensemble d'éléments formant une barrière de protection placée sur les côtés d'un escalier ouvert, ou pourtour d'une toiture-terrasse.

Immeuble :

Terme désignant, au sens du code civil, le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

Jalonnement :

Action de marquer la direction d'un lieu au moyen de panneaux ou repères.

Jambage

Montants verticaux d'une baie, porte ou fenêtre, lorsque cette baie est terminée par un linteau. Lorsque la baie est fermée par un arc, on donne, de préférence, aux deux montants verticaux qui portent l'arc, le nom de pieds-droits.

JEI (Journal électronique d'information) :

Mobilier urbain mis en place par une collectivité et ne relevant pas du code de l'environnement.

Lambrequin d'un store



Le lambrequin est le nom donné à la petite bande de tissu qui se trouve à l'avant d'un store (partie tombante).

Logo :

Abréviation de logotype. Terme désignant le signe figuratif d'une marque de fabrique, de commerce ou de service ainsi que d'un produit ou de son conditionnement.

Marquise :

Terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Micro-affichage :



Publicité d'une taille inférieure à 1 m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines des commerces.

Modénature :

Terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décorent la façade d'un bâtiment.

Moulure (synonyme de cadre) :

Encadrement d'un panneau publicitaire.

Mur de clôture :

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Mur aveugle (ou mur pignon) :

Voir façade aveugle.

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS
ANNEXES

Nu (d'un mur) :

Plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

Ouverture :

Tout percement pratiqué dans un mur.

Palissade :

Clture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité.

Périmètre :

En droit de la publicité extérieure, secteur de l'EPCI ou de la commune hors agglomération identifié par le RLP(i) où sont implantés des centres commerciaux exclusifs de toute habitation et dans lesquels la publicité est admise.

Piedroit :

Terme, synonyme de pilier, désignant les montants verticaux en maçonnerie situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte) lorsque la baie est fermée par un arc.

Pilier :

Voir piedroit

Parc national :

Espace terrestre ou maritime protégé en raison du caractère spécial du milieu naturel, des paysages et, le cas échéant, du patrimoine culturel qu'ils comportent. Il importe de les préserver de toute dégradation et des atteintes susceptibles d'en altérer la diversité, la composition, l'aspect et l'évolution. L'aménagement, la gestion et la réglementation de ces espaces sont confiés à un établissement public national à caractère administratif, relevant du ministère chargé de la protection de la nature.

Parc naturel régional (PNR) :

Les parcs naturels régionaux ont vocation à préserver et à mettre en valeur des territoires dont les milieux naturels, les paysages et le patrimoine culturel présentent un intérêt particulier. Chaque parc naturel régional définit un projet de territoire concerté de développement durable, conciliant les objectifs de protection du patrimoine et de développement économique. Ce projet est formalisé à travers une charte qui engage l'ensemble des signataires, en particulier l'Etat et les collectivités territoriales, pour une durée de 12 ans, à l'issue de laquelle la charte est révisée.

Préenseigne :



Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Préenseigne temporaire :

Voir enseigne temporaire

Produits du terroir :

Expression désignant les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit.

Publicitaire :

Personne ou groupe de personnes exerçant son activité dans le domaine de la publicité (le terme de publiciste ne s'emploie pas).

Publicité :

Terme désignant toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.



Publicité lumineuse :

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.



Saillie :

Terme désignant la distance qui sépare le dispositif débordant et le nu de la façade.

Scellé au sol :

Se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne ancrée dans le sol au moyen d'un scellement durable (béton par exemple).



Service d'urgence :

Se dit d'un service public portant secours aux personnes (pompiers, SAMU) ou assurant la sécurité des personnes (police nationale ou gendarmerie nationale).

Site patrimonial remarquable

Créés par la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, ce sont « les villes, villages ou quartiers dont la conservation, la restauration, la réhabilitation ou la mise en valeur présente, au point de vue historique, architectural, archéologique, artistique ou paysager, un intérêt public. »

Support :

Règlement Local de Publicité – Commune de MANGIS

ANNEXES

Terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

Surface :

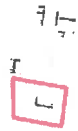
- d'un mur : Terme désignant la face externe, apparente du mur.
- hors-tout : Se dit de la surface d'un dispositif publicitaire comprenant l'encadrement.
- utile : Se dit de la surface d'un dispositif publicitaire affecté à l'affiche.

Terrasse (ou toiture-terrasse) :

Terme désignant une toiture dont la pente est inférieure à 15 %.

Unité foncière :

Terme désignant un ensemble continu de parcelles cadastrales constituant une même propriété.



Unité urbaine :

Terme statistique défini par l'INSEE désignant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires :

Véhicules aménagés pour constituer un support de publicité ou, étant aménagés pour un autre usage, sont détournés de cet usage normal à des fins publicitaires. Les véhicules des services de transport public de voyageurs ne sont pas des véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires.



Visuel :

Terme désignant le contenu d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne.

ANNEXE 2 : Les principales dispositions du RNP en matière de publicités et de préenseignes

(Source : « Guide pratique, La réglementation de la publicité extérieure », ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie)

a. Les publicités et les préenseignes murales

Les règles de surface et de hauteur

	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de moins de 10 000 habitants rattachées à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	4 m ²	6 m
Agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou agglomération de plus de 10 000 habitants	12 m ²	7,5 m
Emprise des aéroports et gares ferroviaires	12 m ²	7,5 m
Bonième des routes à grande circulation traversant les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	4 m ² voire 8 m ²	6 m

Les règles d'implantation



Une publicité ou une préenseigne ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol.

Elles ne peuvent être apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte.

Une publicité ou une préenseigne ne peut dépasser les limites de l'égoût du toit.

Une publicité ne peut constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,25 m.

Les règles de densité

Pour les unités foncières d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres

Lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés sur un support, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...)

Un dispositif publicitaire peut être installé à moins de dix mètres des baies s'il est en retrait du plan du mur contenant cette baie. En effet, dans ce cas, il ne porte pas atteinte à la vue dont les occupants du bâtiment jouissent à partir de leur baie.



Ci-contre, les 3 dispositifs publicitaires sont installés à moins de 10 m des baies de la maison centrale.

Celui de droite est admis car implanté sur un fonds voisin MAIS en retrait du plan du mur où est située la baie (pointillé blanc). Celui du centre est admis car situé sur le fonds propre. En revanche, celui de gauche est illégal.

Les règles de prospect

L'implantation d'un dispositif scellé au sol « ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété ».



La règle du H/2 ne s'applique pas à la publicité installée sur mobilier urbain.

Les règles de densité

Pour les unités foncières d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres

Lorsque l'unité foncière ne comporte pas de dispositifs publicitaires muraux, un seul dispositif scellé au sol peut être installé dans l'unité foncière lorsque sa longueur bordant la voie est inférieure ou égale à quarante mètres. Sous la même réserve que précédemment, deux dispositifs scellés au sol peuvent être installés lorsque la longueur de l'unité foncière bordant la voie est supérieure à quarante mètres.



Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. Deux dispositifs, entre 40 m et 80 m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 20 m.

Pour les unités foncières d'une longueur supérieure à 80 mètres

Règlement Local de Publicité – Commune de NANGIS

ANNEXES

Surface et hauteur des publicités supportant des affiches éclairées par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux dans une agglomération de moins de 10 000 habitants rattachement pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	4 m ²	6 m
Dispositifs muraux dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou dans l'emprise d'un aéroport ou d'une gare ferroviaire	12 m ²	7,5 m
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de moins de 10 000 habitants rattachement pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou dans une agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	12 m ²	6 m
Dispositifs scellés au sol dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est supérieur à 3 millions de personnes et des gares ferroviaires hors agglomération	12 m ²	6 m
Dispositifs scellés au sol dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est supérieur à 3 millions de personnes.	50 m ²	10 m

Surface et hauteur des publicités numériques

	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux dans une agglomération de moins de 10 000 habitants rattachement pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs muraux dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m ² ou 2,1 m ²	6 m ou 3 m
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de moins de 10 000 habitants rattachement pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m ² ou 2,1 m ²	6 m ou 3 m
Dispositifs dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est inférieur à 3 millions de personnes et des gares ferroviaires hors agglomération	8 m ² ou 2,1 m ²	6 m ou 3 m
Dispositifs dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est supérieur à 3 millions de personnes.	50 m ²	10 m

Pour les unités urbaines de moins de 800 000 habitants

Dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, les publicités éclairées par projection ou transparence et les publicités numériques sont éteintes entre une heure et six heures, à l'exception :

- de celles qui sont supportées par le mobilier urbain ;
- de celles qui sont installées dans l'emprise des aéroports.

Pour les unités urbaines de plus de 800 000 habitants