

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFECTURE / DÉPARTEMENT

ESSONNE

COMMUNE

DRAVEIL

REGISTRE D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Cocher la case correspondante

- ☐ Installations classées pour la protection de l'environnement
- ☐ Schéma régional d'Aménagement, de Développement Durable et d'Égalité des Territoires (S.R.A.D.D.E.T)
- ☐ Schémas de cohérence territoriale (S.C.O.T.)
- ☐ Plan local d'urbanisme (P.L.U.)
- ☐ Plan d'occupation des sols (P.O.S.)
- ☐ Carte communale
- ☐ Classement de voirie
- ☒ Divers

relatif à : Règlement local de publicité

REGISTRE D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Objet de l'enquête : Installation d'un règlement local de publicité

Arrêté d'ouverture de l'enquête :

arrêté n° URBA 25-10-276 en date du 08/10/2025 de

☒ M. le Maire de : Draveil

☐ M. le Préfet de : /

Président de la commission d'enquête — Commissaire enquêteur :

Membres titulaires : M. Monsieur Jean-Noël THUILLART qualité commissaire enquêteur titulaire
M. / qualité /
M. / qualité /
M. / qualité /

Membres suppléants : M. Monsieur Brice DEVRIERE qualité commissaire enquêteur suppléant
M. / qualité /
M. / qualité /

Durée de l'enquête : date(s) d'ouverture : du mardi 28 octobre 2025 (9h) au mardi 25 novembre 2025 (17h)

les lundi, mardi, jeudi et vendredi de 8h30 à 11h45 et de 13h30 à 17h30

les / de / à / et de / à /

les / de / à / et de / à /

Siège de l'enquête : hôtel de ville - 91210 Draveil

Autres lieux de consultation du dossier : Centre administratif - rue Chapuis - 81 urbanisme
97 bis St-Henri Barbaron 91210 Draveil

Registre d'enquête :

comportant 32 feuillets non mobiles, cotés et paraphés par le commissaire enquêteur, destiné à recevoir les observations du public ; ces dernières peuvent aussi être adressées par écrit au nom du commissaire enquêteur à :

hôtel de ville 91210 Draveil

Rapport et conclusions du commissaire enquêteur :

seront tenus à la disposition du public dès leur réception à : Service urbanisme - rue Chapuis

Centre administratif - 97 bis St-Henri Barbaron 91210 Draveil

aux heures et jours habituels d'ouverture des bureaux et dans chacune des mairies où s'est déroulée l'enquête et à la préfecture de chaque département concerné.

Réception du public par le commissaire enquêteur :

les lundi 3 novembre 2025 de 16h à 17h et de / à /

les jeudi 13 novembre 2025 de 9h à 12h et de / à /

les mardi 25 novembre 2025 de 14h à 17h et de / à /

les / de / à / et de / à /

les / de / à / et de / à /

les / de / à / et de / à /

une réunion publique ☐ a été ☐ n'a pas été organisée par le Commissaire enquêteur.

PREMIÈRE JOURNÉE

Les Mardi 28/10/2025 de 9h à 11h45 et 13h30 à 17h30 heures

Observations de M⁽ⁿ⁾

mercredi 29/10 /

jeudi 30/10 /

vendredi 31/10 /

lundi 03/11

mardi 04/11 /

mercredi 05/11 /

jeudi 06/11 un mail /

jeudi 07/11 /

vendredi 08/11 /

lundi 10/11 /

mercredi 12/11 /

jeudi 13/11 /

vendredi 14/11 /

lundi 17/11 /

mardi 18/11 /

mercredi 19/11 /

jeudi 20/11 /

vendredi 21/11 un mail

lundi 24/11 /

vendredi 25/11



Règlement local de publicité

À partir de [REDACTED]

Date Jeu 06/11/2025 16:04

À enquetepublique <enquetepublique@mairiedraveil.fr>

Bonjour,

Les documents sont clairs mais très denses, pas facile de s'y retrouver, est-ce qu'il peut y avoir des tableaux de synthèse ?

J'espère que cela va permettre de maintenir dans un nombre très limité la publicité sur des grands panneaux, et aussi faire la chasse aux horreurs bigarrées dont nous affligent de plus en plus certains commerçants, avec des autocollants partout, des trucs qui clignotent, des gros placards qui défigurent les façades et dévalorisent finalement leur commerce et les autres ? Trop d'infos tue l'info...

Cordialement

Roxane Tala

Enquête publique - élaboration du règlement local de publicité - à l'attention de Monsieur le Commissaire-enquêteur

À partir de Charles-Henri DOUMERC [REDACTED]
Date Ven 21/11/2025 14:34
À enquetepublique <enquetepublique@mairiedraveil.fr>

 1 pièce jointe (618 Ko)

Draveil - Projet de RLP - Enquête publique - Contribution UPE - 21 novembre 2025.pdf;

Paris, le 21 novembre 2025

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Dans le cadre de l'enquête publique portant sur l'élaboration du règlement local de publicité (RLP) de la commune de Draveil, je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint les observations de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE).

Je vous en souhaite une bonne réception.

Veuillez agréer, Monsieur le Commissaire-enquêteur, l'expression de mes salutations distinguées.

Charles-Henri DOUMERC
Responsable juridique
Union de la Publicité Extérieure
Tél : 01.47.42.89.92
Email [REDACTED]
2, rue Sainte-Lucie - 75015 PARIS

Monsieur le Commissaire enquêteur
Mairie de Draveil
3 avenue de Villiers
91210 Draveil

Paris, le 21 novembre 2025

À l'attention de Monsieur Jean-Noël THUILLART

Objet : élaboration du règlement local de publicité
Enquête publique

Monsieur le Commissaire enquêteur,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec un grand intérêt du projet d'élaboration du règlement local de publicité (RLP) de la commune de Draveil arrêté en séance du Conseil municipal le 3 juillet 2025 et soumis actuellement à enquête publique.

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

Vous trouverez à cet effet, formulées ci-dessous, nos différentes propositions.

1. Dispositions générales

- Considération esthétique

L'article P.2.1 du projet de règlement énonce que :

« Les dispositifs publicitaires devront s'intégrer de façon harmonieuse dans leur environnement. »

L'obligation d'intégration harmonieuse dans l'environnement est beaucoup trop générale et peut entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP ainsi que pour les autorités de police administrative. En effet, cette obligation implique une appréciation subjective et ne repose pas sur des éléments précis et tangibles. Il n'est pas non plus détaillé et précisé les modalités de contrôle du respect de cette obligation.

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

Pour toutes ces raisons, nous préconisons de supprimer cette obligation.

- Interdiction de la publicité murale

L'article P.2.4 interdit la publicité murale dans l'ensemble du territoire.

En premier lieu, un RLP se doit de contenir des dispositions raisonnables et équilibrées. Le juge administratif veille au respect de la liberté du commerce et de l'industrie et censure des

interdictions générales et absolues (voir en ce sens, TA Lyon, 3 juin 2025, N° 2311196 : censure de l'interdiction générale de la publicité numérique dans le territoire métropolitain).

Le juge administratif vérifie également l'équilibre entre l'objectif de protection du cadre de vie et le respect de la liberté du commerce et de l'industrie (voir en ce sens, TA Rennes, 3 novembre 2025, N°2204409). Le projet de règlement vise ici à interdire la publicité murale dans l'ensemble du territoire, sans toutefois apporter de justifications particulières et précises. Une telle interdiction est susceptible d'être censurée par le juge administratif.

D'autre part, le dispositif publicitaire mural ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel préexistant et matériel. De plus, le règlement national de publicité (RNP) fixe des règles déjà très contraignantes en matière d'installation de dispositifs muraux (murs aveugles ou à ouvertures réduites (< à 0,50m²), installation en dessous de la limite de l'égout du toit, hauteur limitée à 7,5 mètres, etc.), ce qui limite fortement les possibilités d'installations.

Au regard de ce constat, nous sollicitons la possibilité d'exploiter des dispositifs publicitaires muraux dans le respect du code de l'environnement.

- Interdiction des bâches publicitaires

L'article P.2.4 précité interdit les bâches publicitaires dans l'ensemble du territoire.

Or, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont **soumises à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités.** Ainsi, il convient de ne pas interdire par principe ces outils de communication puisque ces dispositifs sont déjà soumis à autorisation préalable.

Par ailleurs, un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des événements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés, et qui peuvent nécessiter l'installation temporaire de telles bâches.

Dans ces conditions, nous préconisons donc de permettre l'implantation des bâches publicitaires en toutes zones du RLP et d'appliquer le règlement national de publicité (RNP) pour ces dispositifs **car les collectivités maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas.**

Le même raisonnement est opéré vis-à-vis des bâches de chantier limitées à 8m² en zone ZP3 et à 2m² en ZP4, ce qui est un non-sens économique et commercial compte tenu de la nature du dispositif, également placé sous le régime de l'autorisation préalable. De plus, ces dispositifs permettent d'apporter aux propriétaires publics ou privés des financements dans le cadre de la rénovation des immeubles.

En outre, la durée de vie de la bâche de chantier est **liée à la durée d'installation de l'échafaudage et est donc par principe limitée dans le temps.** Limiter le format de ce type de support à 8m² ou à 2m² alors même que les bâches sont sous contrôle strict de l'autorité de police et que ce format ne permettra aucun amortissement de la structure nécessaire et correspond ainsi à une interdiction déguisée.

C'est pourquoi, compte tenu que toutes les bâches sont soumises à autorisation du maire, nous souhaitons qu'elles soient autorisées dans les conditions fixées par le RNP, sans préciser de limites de formats.

- Publicité lumineuse

L'article P.2.6 du projet de règlement dispose que :

« La publicité éclairée par projection est interdite.

Le système d'éclairage autorisé est le dispositif de rétroéclairage par LED. Ainsi les publicités seront éclairées par transparence. Les dispositifs éclairés devront, si possible techniquement tout en préservant l'environnement, être autonome grâce à l'énergie solaire. »

Imposer un type de rétroéclairage par LED apparaît risqué pour les motifs suivants.

Il existe en effet une grande variété de matériels économes en énergie sur le marché, matériels fonction des fournisseurs et des opérateurs, qui ne sont pas nécessairement équipés d'une technologie d'éclairage par LED.

De plus, les entreprises de communication extérieure sont déjà engagées, notamment pour les dispositifs de publicité lumineuse utilisés, dans une démarche de réduction de leur empreinte énergétique et carbone :

Ainsi, l'UPE a arrêté une trajectoire carbone et l'a rendue publique en mars 2021 :

- Réduction de 20% des émissions de CO2 en 2025 par rapport à 2019 (le bilan de l'exercice 2024 fait apparaître une diminution de – 25 % par rapport à 2019) ;
- Réduction de 48% des émissions de CO2 en 2030 par rapport à 2019 ;
- Poursuite de la diminution des émissions de CO2 pour atteindre la neutralité carbone à l'horizon 2050 en recourant le moins possible aux mécanismes de compensation.

Ces engagements impliquent l'utilisation de matériels de moins en moins énergivores, et de plus en plus économes en CO2, y compris en LED. Ces engagements ont été également consignés dès 2022 de manière volontaire dans un contrat-climat, déposé auprès de l'ARCOM :

<https://www.publicite-responsable.ecologie.gouv.fr/les-contrats-climat/les-signataires-des-contrats-climat/organisations-professionnelles-et-associations/article/union-de-la-publicite-exterieure-upe>

Par ailleurs, le remplacement de matériels existants occasionnerait une mise au rebut de matériels en parfait état de fonctionnement, ce qui est contraire à toute démarche d'économie circulaire. Les technologies évoluent rapidement et un RLP est établi dans la durée. Les systèmes d'éclairage peuvent évoluer en fonction des avancées en la matière, ce qu'interdirait l'emploi de nouvelles technologies d'éclairage plus efficaces. En outre, le contrôle de cette mesure sur le terrain apparaît complexe.

Pour ces différents motifs, nous préconisons de modifier la rédaction de la façon suivante :

« La publicité éclairée par projection est interdite.

*Le système d'éclairage autorisé est le dispositif de rétroéclairage. Ainsi les publicités seront éclairées par transparence. Les dispositifs éclairés **pourront**, si possible techniquement tout en préservant l'environnement, **employer une technologie de rétroéclairage par LED ou** être autonome grâce à l'énergie solaire. »*

En second lieu, l'article P.2.6 dispose que :

« La publicité numérique et autre publicité lumineuse sont interdites.

Toutefois, la publicité numérique est admise en Zone de Publicité n°3 (ZP3). »

Afin d'assurer une bonne lecture et compréhension du futur RLP, il apparaît nécessaire de préciser les termes suivants : les « *autres publicités lumineuses sont interdites* » au regard des dispositions vu supra (publicité éclairée par transparence autorisée). En effet, la famille des publicités lumineuses comporte les trois catégories suivantes :

- ✓ la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- ✓ la publicité lumineuse autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
la publicité numérique, sous-catégorie de la précédente.

Pour rappel, au sens de l'article R.581-34 du code de l'environnement, bien que qualifiée de publicité lumineuse, la publicité éclairée par projection ou transparence répond au régime de la publicité non lumineuse. Cela est d'ailleurs bien explicité en page 91 du règlement :

« La publicité éclairée par projection ou par transparence est soumise aux dispositions de la publicité non lumineuse. »

De ce fait nous vous proposons de modifier l'article vu supra comme suit :

« La publicité lumineuse autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence est interdite.

Toutefois, la publicité numérique est admise en Zone de Publicité n°3 (ZP3).

- **Publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial**

L'article P.2.6 précité contient les dispositions suivantes :

Par ailleurs, les publicités lumineuses, notamment sous forme d'écrans numériques, disposées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, sont limitées, par baie, à une surface unitaire maximale de 0,50 m².

La surface cumulée de ces publicités lumineuses est limitée à 1 m² par devanture commerciale.



Le projet de règlement prévoit les dispositions suivantes pour les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies en ZPE1 et en ZPE3 :

E.3.13d Enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies :

Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial sont autorisées et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

- ❑ La surface cumulée des enseignes lumineuses est portée à 25% par devanture commerciale.
 - Les écrans sont LED
 - La surface unitaire de l'écran par vitrine n'excède pas 1 m^2 , encadrement compris
 - L'intervalle entre chaque écran doit être au minimum de 0,10 m.



En ZPE2, les règles sont définies comme suit :

E.4.12d Enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies :

Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial sont autorisées et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

- ❑ Surface de la façade commerciale inférieure ou égale à 60 m^2
 - 5% de la devanture commerciale
 - Écran lumineux LED
 - Surface unitaire de l'écran n'excédant pas $1,50 \text{ m}^2$
 - Epaisseur maximale de l'écran : 25 mm
 - Intervalle entre chaque écran : 0,50 m au minimum
 - Densité limitée à 2 écrans par établissement
- ❑ Surface de la façade commerciale supérieure à 60 m^2
 - 8% de la devanture commerciale
 - Écran lumineux LED
 - Surface unitaire de l'écran n'excédant pas $1,50 \text{ m}^2$
 - Epaisseur maximale de l'écran : 25 mm
 - Intervalle entre chaque écran : 0,50 m au minimum
 - Densité limitée à 2 écrans par établissement

L'article L581-14-4 du code de l'environnement, issu de la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dispose que :

« Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

La section 6 du présent chapitre est applicable en cas de non-respect des prescriptions posées par le règlement local de publicité en application du présent article. »

Cet article permet à un RLP de réglementer, **selon quatre items**, les publicités et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Toutefois, les RLP ne doivent pas fragiliser davantage l'activité des commerçants, pleinement mobilisés pour redynamiser les commerces en centre-ville. Dès lors, l'article L581-14-4 précité implique que les RLP puissent établir, le cas échéant, des prescriptions **mesurées et adaptées** à l'univers particulier que représentent les vitrines des commerces.

Cet univers spécifique est en effet composé de dispositifs lumineux dont les formats sont diversifiés. Une réglementation trop contraignante ne fera qu'accroître, pour les commerçants, le sentiment de contraintes administratives.

Ces matériels sont de différentes tailles, car ils peuvent répondre à des objectifs différents : annonces immobilières, information horaires, informations produits, supports publicitaires respectant un format standard de 2m² ou non.

Par ailleurs, **ces écrans diffusent alternativement des visuels de type enseigne ou publicité, il ne peut donc être prévu un régime juridique différent entre enseignes et publicités lumineuses située à l'intérieur des vitrines ou baies au sein d'un RLP.**

Une réglementation trop complexe, comme celle issue de ce projet de règlement, entraînerait des complexités administratives pour les commerçants, artisans, et autres professionnels, mais également pour l'autorité de police ; cela impacterait les commerces des centres-villes et conduira à un report de consommation vers les plateformes numériques.

En outre, les RLP ne peuvent pas prévoir de règles relatives à la densité ou à d'autres items non prévus explicitement par l'article L581-14-4 du code de l'environnement, comme le rappelle le guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure du ministère de l'Environnement de février 2025 (page 100) :

Il n'est par contre pas possible de définir des prescriptions concernant d'autres aspects que ceux prévus par la loi. Par exemple, sont interdites :

- Les prescriptions en matière de hauteur ou de densité;
- Les interdictions de ces publicités et enseignes lumineuses* dans une ou plusieurs zones définies par le RLP.

Pour toutes ces raisons, et dans un objectif de simplification et de cohérence réglementaires, nous suggérons de fixer, dans l'ensemble du territoire, une surface cumulée à 2 m² de la / des publicité(s) et de l' / des enseigne(s) lumineuse(s) implantée(s)

derrière une vitrine commerciale, d'y associer les règles d'extinction prévues dans les dispositions générales. Par ailleurs, le régime devra être identique pour les écrans diffusant de l'enseigne ou de la publicité. En outre, les règles de densité, d'intervalle, d'épaisseur des écrans ou relatives au choix de la technologie devront être supprimées.

- **Extinction de la publicité éclairée et numérique**

L'article P.2.7 du projet de règlement énonce que :

« Les publicités éclairées ou numériques, y compris celles situées à l'intérieur des vitrines ou des baies, sont éteintes entre 22 heures et 6 heures. »

Le décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives aux règles d'extinction des publicités lumineuses et aux enseignes lumineuses a uniformisé les horaires d'extinction (01h00-06h00).

Compte tenu des besoins en communication des annonceurs locaux et des événements pouvant être organisés en soirée, nous préconisons une extinction des publicités et enseignes lumineuses sur domaine privé et des publicités situées à l'intérieur des vitrines ou des baies (indépendamment de la fermeture de l'établissement pour les enseignes lumineuses) entre 23h00 et 06h00.

2. Dispositions particulières

- **ZP3**

▪ **Axes routiers**

L'article P.5.2 du projet de règlement prévoit la règle de densité suivante :

- **Linéaire de l'unité foncière sur D448 et D931 : Supérieur ou égal à 50 mètres**
- **Densité : Un dispositif par unité foncière**
- **Intervalle : 100 mètres entre chaque dispositif situé du même côté de la voie**

S'agissant de la D31, le projet de règlement dispose que :

- **Linéaire de l'unité foncière : Supérieur ou égal à 100 mètres**

Au regard de l'urbanisation et de la taille des unités foncière en présence sur la zone considérée, un linéaire minimal requis de 50 mètres et 100 mètres pour autoriser l'installation d'un dispositif scellé au sol nous paraît beaucoup trop restrictif. Le nombre de parcelles répondant à ces critères sont très faibles, ce qui pourrait s'apparenter à une interdiction déguisée.

Nous demandons également de réintroduire la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires muraux et d'adapter la règle de densité à ce type de support. En effet la longueur de linéaire de l'unité foncière de 50 / 100 mètres envisagée est rarement existante sur des façades de maison de ville ne possédant pas de terrain.

La réglementation nationale impose déjà des restrictions strictes pour ce type de support, les limitant aux seuls murs aveugles ou à ouvertures réduites (ouvertures inférieures à 0,50m² - article R.581-22 du Code de l'environnement), ce qui, en dehors même d'un RLP, réduit considérablement les possibilités.

De plus, imposer un linéaire minimal sur un support mural n'apporte aucune plus-value environnementale : en effet, le dispositif ne crée pas d'obstacle visuel supplémentaire car il s'appuie sur un objet déjà existant.

Au regard de ces éléments, nous suggérons que la longueur de linéaire minimal requis soit ramenée à 30 mètres pour les dispositifs publicitaires scellés au sol, et qu'aucun linéaire de façade ne soit imposé pour les dispositifs muraux.

Par ailleurs, nous souhaitons que l'avenue Henri Barbusse, **dans sa portion comprise entre la rue Pierre Brossolette et l'avenue Payen (sur une distance d'environ 350 m)**, soit incluse en ZP3. Cette petite zone comprend un commerce important et justifie donc à ce titre son inclusion dans ce zonage.

▪ **Zone commerciale de Mainville (Zone UI figurant sur le PLU)**

Le projet de règlement prévoit les règles suivantes applicables à la zone commerciale de Mainville :

- **Surface affiche : 2 m² maximum**
- **Hauteur maximum du dispositif : 3 mètres au-dessus du niveau du sol**
- **Intervalle : 30 mètres entre chaque dispositif situé sur la même unité foncière**

La communication extérieure s'appuie sur des formats d'affiche standards, le 8 m² de surface d'affiche, 10,50 m², encadrement compris. En effet, le média recourt à une chaîne logistique qui ne peut exister que par des processus standardisés (imprimeurs, matériels, logistique, optimisation des coûts...). D'autre part une gradation des restrictions de publicité devrait être opérée en fonction des zones, il nous apparaît incompréhensible qu'une zone commerciale soit dotée de mesures aussi restrictives concernant le format.

Un format de 2m² de surface d'affiche ne permettrait ni la visibilité, ni la lisibilité du message requises dans ces secteurs où l'audience (automobilistes) est mobile et où l'écart à l'axe de circulation (et donc la distance entre l'affiche et celui qui la voit) est souvent important. De plus, fabriquer pour un annonceur/commerçant deux formats d'affiches différents en fonction des zones à couvrir serait économiquement non viable.

Pour ces raisons, dans un objectif de cohérence réglementaire et territoriale, nous souhaitons que, comme pour le reste de la ZP3, le format autorisé soit de 10,50m² (8m² de format d'affiche).

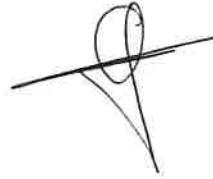
- **ZP4**

Afin de permettre une couverture suffisante du territoire permettant de répondre aux attentes des commerçants et annonceurs, tout en prenant en compte la limitation de la présence publicitaire dans cette zone, **nous souhaitons qu'en ZP4 les dispositifs publicitaires muraux soient autorisés dans les conditions fixées par le RNP.**

En effet, le dispositif sur support pignon ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel existant et matériel, et d'autre part, le règlement national de publicité fixe des règles déjà très contraignantes en matière d'installation de dispositifs muraux (murs aveugles ou à ouvertures réduites (< à 0,50m²), installation en dessous de la limite de l'égout du toit, hauteur limitée à 7,5m, etc. ce qui limite fortement les possibilités d'installations.

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

Charles-Henri DOUMERC
Responsable juridique de l'UPE

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'C' and 'H' followed by a horizontal line and a downward stroke.

