

Enquête publique

Révision du Règlement Local de Publicité de Massy.

Enquête publique du lundi 17 juin au mercredi 3 juillet 2019

Rapport d'enquête



Conclusions et avis du commissaire enquêteur

Joël Eymard

11 juillet 2019

Première partie : rapport d'enquête.

Le projet soumis à l'enquête.

Le règlement local de publicité (RLP) est un document réglementaire qui adapte localement la réglementation nationale de la publicité définie par le code de l'environnement. Les règles locales tendent principalement à restreindre dans certains cas les possibilités d'installer des publicités, préenseignes ou enseignes telles qu'elles résulteraient de la réglementation nationale.

Le RLP de la Ville de MASSY en vigueur a été arrêté le 5 décembre 2000. Sa révision est nécessaire pour :

- tenir compte de la profonde réforme du droit de l'affichage extérieur, opérée par la loi « Grenelle II » du 12 juillet 2010 et ses décrets d'application (dont celui du 30 janvier 2012). Cette réforme a apporté de nouvelles restrictions (règles de densité, diminution des surfaces unitaires, restrictions concernant la publicité lumineuse...) mais introduit aussi de nouvelles possibilités (bâches publicitaires, micro-affichage...). Elle a par ailleurs supprimé la possibilité de réintroduire la publicité dans les lieux situés hors agglomération (la zone de publicité autorisée du RLP de 2000 ne peut être reconduite) ;
- prendre en compte les effets de la loi LCAP du 7 juillet 2016 qui redéfinit les abords de monuments historiques mentionnés dans le code du patrimoine. Or, à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite aux abords de ces monuments historiques : périmètre délimité d'abords ou, à défaut, champ de visibilité de 500 mètres et non plus seulement 100 mètres des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques. Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité.
- traiter le volet « enseignes », afin de permettre leur meilleure intégration, en particulier celles du centre-ville.

Le projet soumis à l'enquête apporte donc les modifications nécessaires au RLP sans en changer l'économie générale :

- la délimitation des zones de publicité est réajustée au regard des limites d'agglomération ;
- la réglementation révisée protège les lieux à enjeux patrimoniaux ;
- en dehors de ces lieux, les modifications portent essentiellement sur les règles de densité (ajustées pour tenir compte des règles nationales instaurées en 2012) et la limitation de surface des dispositifs, avec, pour effet notable, la réduction de la prégnance de la publicité dans le paysage ;
- en matières d'enseignes (volet facultatif du RLP), des protections sont édictées sur tout le territoire communal et renforcées en ZP1 et dans les lieux faisant l'objet de protections patrimoniales.

Cadre réglementaire de l'enquête.

Si la commune ne fait pas partie d'une communauté d'agglomération ayant la compétence PLU et seulement à cette condition, elle peut décider que son RLP fasse l'objet d'une révision, d'une révision allégée ou d'une modification à condition que la procédure soit achevée avant le 13 juillet 2020 pour ne pas perdre la compétence de la police de la publicité. La Communauté d'Agglomération Paris Saclay n'ayant pas la compétence urbanisme, la ville de Massy était donc bien en droit de lancer cette procédure de révision.

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, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée.

L'organisation de l'enquête est donc régie par le code de l'environnement (articles L123-1 et suivants). Le projet de RLP étant dispensé d'évaluation environnementale, la durée minimale de l'enquête est de 15 jours (article L123-9).

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Comme pour les Personnes Publiques Associées, cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

Organisation de l'enquête.

Le projet de Règlement Local de Publicité a été arrêté en conseil municipal le 7 février 2019. Auparavant, deux réunions d'information et d'échange avaient été organisées avec les professionnels concernés et les personnes publiques associées, le 3 décembre 2018 et le 7 janvier 2019. Le règlement arrêté a été envoyé avec demande d'avis aux Personnes Publiques Associées (PPA) et à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites de l'Essonne le 22 février 2019. Ils avaient donc jusqu'au 22 mai pour rendre leurs avis.

La présente enquête a été demandée au Tribunal Administratif par le maître d'ouvrage du projet, la ville de Massy, par lettre du 12 mars 2019. Le commissaire enquêteur, Joël Eymard, a été désigné par la décision de Madame la Présidente du Tribunal Administratif de Versailles n° E19000063 /78 en date du 20 mai 2019, après des échanges de courrier avec le maître d'ouvrage pour finaliser le dossier.

Le commissaire enquêteur a déclaré sur l'honneur n'avoir aucun intérêt personnel ni avis *a priori* dans ce dossier.

L'autorité organisatrice de l'enquête est le Maire de Massy qui en a fixé le déroulement par son arrêté n° DHPR-2019-023 du 21 mai 2019 (annexe 1), et qui était représenté par Monsieur Pascal Thuleau, Directeur DHPR (Direction Hygiène et Prévention des Risques), Mairie de Massy. Elle s'est déroulée du lundi 17 juin 2019 à 9h00 au mercredi 3 juillet 2019 à 18h00, soit 17 jours consécutifs.

Le dossier pouvait être consulté à la mairie sur papier ou sur un poste informatique situé dans les bureaux de la Direction Hygiène et Prévention des Risques, située en Mairie Principale, 1, avenue du Général de Gaulle à Massy, siège de la présente enquête publique pendant leurs heures d'ouverture au public, ou téléchargé à l'adresse <https://www.ville-massy.fr/ville/enquete-publique-reglement-local-de-publicite/> Les observations pouvaient être portées sur le registre déposé en mairie, ou envoyées par courrier électronique à l'adresse dhpr@mairie-massy.fr, ou par courrier postal à l'adresse du commissaire enquêteur – révision du RLP – Hôtel de Ville, DHPR, 1, avenue du Général de Gaulle, 91300 Massy

Le dossier d'enquête.

Le dossier, de 70 pages au total, comportait :

- Un bordereau récapitulatif du dossier (2 pages)
- Une notice explicative (4 pages)
- Un projet de rapport de présentation (29 pages)
- Le projet de règlement (5 pages)
- Le plan de zonage (1 page A3)
- Le plan des lieux d'interdiction légale et réglementaire de la publicité (1 page A3)
- L'arrêté du Maire de Massy du 14 février 2012 fixant les limites d'agglomération (3 pages) plus un plan des limites au format A3
- L'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites en date du 9 avril 2019 (avis favorable à l'unanimité) (2 pages). Aucune des Personnes Publiques Associées n'ayant transmis d'avis dans le délai de trois mois fixé par la loi, leurs avis sont réputés favorables.
- Le bilan de la concertation préalable (10 pages)
- Le recueil des textes qui régissent l'enquête publique en cause et l'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative au projet, ainsi que la ou les décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête et les autorités compétentes pour prendre la décision d'autorisation ou d'approbation. (11 pages)

Le dossier comportait donc bien les éléments requis par l'article R123-8 du code de l'environnement.

Un registre à feuillets non mobile, du modèle édité par la société Berger-Levrault, était joint au dossier pour recueillir les observations du public.

La publicité de l'enquête.

L'enquête a été annoncée dans le magazine municipal de juin 2019 (annexe 2).

L'avis d'enquête a été publié dans les journaux suivants :

- Le Parisien du 30 mai 2019 et Le Républicain de l'Essonne du 30 mai 2019
- Le Parisien du 17 juin 2019 et Le Républicain de l'Essonne du 20 juin 2019.

L'avis était également consultable sur le site Internet de mairie de Massy à l'adresse <https://www.ville-massy.fr/ville/enquete-publique-reglement-local-de-publicite/>

Les affiches ont été apposées dans les délais prescrits en ville et à l'entrée de la mairie, comme on le voit par exemple sur la photo du panneau d'affichage administratif situé près de l'entrée principale de la mairie (annexe 2).

L'accueil du public.

L'arrêté du Maire prévoyait trois permanences pour recevoir le public :

- Lundi 17 juin 2019 de 09 heures à 12 heures
- Samedi 29 juin 2019 de 09 heures à 12 heures
- Mercredi 3 juillet 2019 de 15 heures à 18 heures (clôture de l'enquête)

Déroulement de l'enquête.

Lundi 20 mai 2019 : entretien par téléphone avec M. Thuleau, directeur de l'Hygiène et de la Prévention des Risques, représentant du maître d'ouvrage, pour fixer les dates de début et fin d'enquête, ainsi que les permanences, afin de finaliser l'arrêté prescrivant l'enquête, qui est signé le lendemain.

Mercredi 22 mai 2019 : réunion à la mairie avec M. Thuleau et Mme Melacca, du bureau d'étude conseil qui assiste la mairie pour le projet de RLP, pour une présentation du projet et les raisons de la révision.

Lundi 17 juin 2019 : ouverture de l'enquête et première permanence à la mairie de Massy. A l'ouverture, le commissaire enquêteur signe et paraphe le registre destiné à recueillir les observations. La permanence est tenue dans la grande salle de réunion du Maire au 7^e étage. Aucun visiteur ne se présente à cette permanence.

Samedi 29 juin 2019 : La permanence est tenue dans un bureau situé près de l'accueil au rez-de-chaussée. Le registre ne comporte aucune observation. Aucun visiteur ne se présente. Par ailleurs, le commissaire enquêteur constate et signale par courriel au maître d'ouvrage que le dossier n'est plus en ligne.

Mercredi 3 juillet 2019 : La permanence est tenue dans un bureau situé près de l'accueil au rez-de-chaussée. Aucun visiteur ne se présente. A 18h, le commissaire enquêteur clôt le registre, qui ne comporte aucune observation, et le remet avec le dossier au secrétariat de la Direction de l'Hygiène et de la Prévention des Risques.

Jeudi 4 juillet 2019 : Le secrétariat de la Direction de l'Hygiène et de la Prévention des Risques informe le commissaire enquêteur de l'arrivée la veille avant 18h de deux courriels d'observation, l'un émis par la société JCDecaux, l'autre, accompagné d'une présentation de 19 pages, émis par l'association syndicale UPE (Union de la Publicité Extérieure). Ces documents figurent en annexe 3.

Observations recueillies pendant l'enquête.

De la société JCDecaux :

Cette société spécialisée dans le mobilier urbain demande d'ajouter quelques règles spécifiques à celui-ci (voir l'argumentation détaillée en annexe 3 pages 11 à 15) :

- La publicité sur mobilier urbain doit être traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP.
- La publicité apposée sur le mobilier urbain doit être autorisée dans l'ensemble des zones visées à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement.
- pour éviter toute confusion, il est indispensable que la limitation de la surface des publicités sur mobilier urbain ne vise bien que l'affiche. Cette modification sera à opérer dans l'ensemble des articles relatifs à la publicité apposée sur le mobilier urbain présents au sein de chaque zone, à savoir les articles 2 et 3 du projet de règlement.

De l'association syndicale UPE :

Dans une lettre accompagnée d'une présentation de 19 pages (annexe 3 pages 15 à 22) qui prend bonne note de la plupart des dispositions du règlement, UPE demande que la publicité soit autorisée sur les murs de clôture pleins et préconise par ailleurs de créer une zone ferroviaire unique dans laquelle seraient autorisés :

- hors gares, un dispositif de 12 m² (au moins jusqu'en 2024) tous les 200m (sauf si séparés par une voie)
- en gare, un dispositif double (comme actuellement) tous les 80m (sauf si séparés par une voie)

Par ailleurs, l'UPE se plaint de n'avoir obtenu le dossier que le 1^{er} juillet.

Ces observations ont fait l'objet d'un procès-verbal de synthèse envoyé par courriel le 6 juillet au maître d'ouvrage (annexe 4).

Réponses du maître d'ouvrage.

Le 9 juillet, le maître d'ouvrage a transmis par courriel ses réponses aux observations de JCDecaux et UPE (annexe 5). Ces réponses sont reproduites intégralement ci-dessous.

Société JCDecaux

Remarque sur la forme : La société JCDecaux recommande d'ajouter au règlement un article préliminaire portant spécifiquement sur la publicité supportée par le mobilier urbain et précisant que « la publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP »

Réponse Ville : Le RLP édicte des règles locales qui constituent pour l'essentiel des restrictions apportées à la réglementation nationale. Il n'a pas vocation à reprendre les dispositions nationales qui sont rappelées dans le rapport de présentation. Ainsi, comme indiqué dans chaque article traitant les mobiliers urbains publicitaires, leur sont applicables les dispositions des articles R 581-42 à 47 du code de l'environnement qui ne sont pas expressément modifiées.

L'ajout suggéré est donc inutile.

Remarques sur le fond :

Sur la levée de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain la société JCDecaux propose l'ajout d'un article préliminaire précisant que « la publicité apposée sur le mobilier urbain est autorisée dans l'ensemble des zones visées à l'article L 587-8 du code de l'environnement »

Réponse Ville : dans chacun des trois articles du RLP consacrés à la publicité, le régime applicable à la publicité dans les « lieux mentionnés au paragraphe 1 de l'article L. 581-8 du code de l'environnement » est clairement énoncé en en-tête.

L'ajout suggéré est donc inutile.

Sur le format de la publicité apposée sur mobilier urbain, la société JCDecaux recommande que le RLP n'apporte aucune restriction de surface à la publicité apposée sur mobilier urbain, dès lors que la collectivité contrôle l'installation de ces mobiliers puisqu'ils sont implantés sur le domaine public.

Réponse Ville : la Commune n'est pas la seule collectivité habilitée à autoriser ces mobiliers urbains publicitaires. Sur les voies nationales ou départementales, le préfet et le président du conseil départemental sont les autorités compétentes. Dans le futur, la Communauté d'agglomération de Paris Saclay pourrait également le devenir.

Il est donc important que le RLP, opposable à tous bailleurs privés et publics et aux autres collectivités, fixe des limitations pour les mobiliers urbains publicitaires comme pour la publicité sur domaine privé, adaptées à la protection que la Commune juge nécessaire pour la qualité de ses paysages.

Sur la notion de « surface unitaire », la société JCDecaux recommande que la limitation de surface pour la publicité apposée sur mobilier urbain (2,1 m² ou 8 m² selon les cas) soit expressément précisée comme portant sur l'affiche.

Réponse Ville : Dans la mesure où la publicité sur les mobiliers urbains est admise à titre accessoire et que les mobiliers remplissent une autre fonction (abriter des voyageurs, supporter des informations à caractère général ou local.), la limitation de surface édictée par le RLP doit porter effectivement uniquement sur l'affiche et non pas sur le dispositif lui-même.

Les articles concernés seront modifiés: Au lieu de « surface unitaire de la publicité », il sera indiqué « surface unitaire d'affichage ».

Union de la publicité extérieure (UPE)

A noter la « contradiction » exprimée par l'Union de la publicité extérieure :

Dans le courrier, son président indique que « tel qu'il est rédigé, ce projet ne permet pas de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie de la commune et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux ... » Dans la « contribution à l'élaboration du RLP », l'UPE « prend bonne note » de l'ensemble des dispositions proposées, à l'exception des deux points suivants qui font l'objet de demande de modifications.

=> **En zones 2 et 3 : l'UPE demande d'admettre la publicité apposée sur les murs de clôture maçonnés**, dont le régime s'apparente par assimilation aux murs de bâtiments.

Réponse Ville : Le commentaire cité par l'UPE, extrait d'un guide ministériel, sans valeur réglementaire au demeurant, concerne l'application d'une règle nationale (2° et 3° alinéas de l'article R 581-22 du code de l'environnement). Le RLP massicois édicte une interdiction locale de la publicité apposée sur d'autres supports existants que les murs de bâtiment, fondée sur le fait que les murs de clôture sont soit d'une qualité (murs de pierre) justifiant qu'ils ne soient pas masqués par la présence d'un dispositif publicitaire, soit d'une faible hauteur incompatible avec l'installation d'un dispositif apposé à plus de 0,50 m du sol comme exigé par la réglementation nationale.

La Ville souhaite le maintien de l'interdiction de publicité sur les murs autres que de bâtiment.

=> **Traitement du domaine ferroviaire** : L'UPE propose un traitement spécifique de la publicité installée en et hors gares.

Hors gares, l'UPE recommande d'instaurer des règles de densité adaptées (un seul dispositif sur un emplacement, inter-distance de 200m entre deux emplacements). Concernant la surface des dispositifs, l'UPE préconise de conserver la règle nationale de 12m² « hors tout » jusqu'au 31 décembre 2024 (date d'échéance du contrat actuel entre la SNCF et la société JCDecaux), puis de limiter la surface des dispositifs (8m² de surface d'affiche et 10,60m² de surface cadre compris) à compter du 1^{er} janvier 2025.

Réponse Ville : Cette demande avait déjà été exprimée par l'UPE et la société Médiatransports dans le cadre de la concertation. La réponse avait été apportée dans le Bilan de la concertation (page 8 du tableau détaillé) : A Massy, les emprises « transports » correspondent à des domaines relevant soit de la SNCF, soit de la RATP et sont morcelées en plusieurs parcelles. La règle d'inter-distance proposée par les professionnels n'est donc pas adaptée. Hors gare, le domaine « ferroviaire » reste soumis au régime de la zone qu'il traverse comme c'est le cas dans le RLP actuel.

En gare, l'UPE recommande que le RLP maintienne des possibilités de dispositifs côte à côte et double face. La règle d'inter-distance pourrait être de 80m entre chaque dispositif situé du même côté de la voie ferrée.

Réponse Ville : En toutes zones (dont la ZP1 la plus restrictive et les lieux protégés), les dispositifs publicitaires sur quais de gare restent admis dans les conditions de la réglementation nationale. Dans les ZP2 et ZP3, ils sont soumis aux limitations de surface fixées dans les zones concernées et restent soumis à la règle de densité fixée par l'article R 581-25 du code de l'environnement pour le domaine public

La Ville souhaite le maintien des dispositions actuelles du RLP relatives à la publicité « en et hors » gares.

Annexes :

1. Arrêté municipal prescrivant l'enquête	7
2. Publication dans le magazine municipal et affichage de l'avis d'enquête	10
3. Contributions de JCDecaux et UPE reçues le 3 juillet	11
4. Procès-verbal de synthèse	23
5. Réponses de la Ville de Massy aux observations de JCDecaux et UPE	24

Annexe 1 : Arrêté municipal prescrivant l'enquête

Envoyé en préfecture le 29/05/2019
Reçu en préfecture le 29/05/2019
Affiché le 
ID : 091-219103777-20190521-W_ARR2019_0021-AR

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté - Egalité - Fraternité

MAIRIE DE MASSY
(ESSONNE)

ARRETE DU MAIRE

ARRETE / DHPR-2019-023

PORTANT ORGANISATION DE L'ENQUETE PUBLIQUE AFIN D'INFORMER LE PUBLIC ET DE RECUEILLIR SES OBSERVATIONS ET PROPOSITIONS RELATIVES AU PROJET DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP) DE MASSY

Le Maire de Massy,

Vu le code général des collectivités territoriales,

Vu le code de l'environnement, notamment les articles L. 581-14 et suivants, et L. 123-4, L. 123-7, et R. 123-13 à R.123-16,

Vu le code de l'urbanisme et notamment les articles L. 153-19 et R. 153-8,

Vu la délibération du conseil municipal du 22 juin 2018 prescrivant la révision du règlement local de publicité et définissant les modalités de concertation mises en œuvre à l'occasion de cette révision,

Vu la délibération du Conseil Municipal du 7 février 2018 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de révision du règlement local de publicité,

Vu la décision du président du tribunal administratif de Versailles n° E19000063/78 en date du 20 mai 2019, désignant Monsieur Joël EYMARD en qualité de commissaire enquêteur pour l'enquête publique relative au projet de règlement local de publicité,

Vu le dossier d'enquête publique,

ARRETE

ARTICLE 1 : Objet et dates de l'enquête publique

Une enquête publique est organisée afin d'informer le public et de recueillir ses observations et propositions relatives au projet de révision du règlement local de publicité (RLP) de Massy.

S'inscrivant sous l'empire de la loi Grenelle II et de la loi CAP du 7 juillet 2016, le projet de RLP arrêté poursuit l'économie générale du RLP de 2000, en opérant une simplification du zonage (3 zones) et une exclusion des lieux situés hors agglomération, ainsi qu'une adaptation des règles locales eu égard à la profonde réforme opérée par la loi Grenelle II.

La révision du RLP consiste donc essentiellement à « grenelliser » le RLP de 2000 dont elle ne modifie aucunement l'économie générale :

- la délimitation des zones de publicité est réajustée au regard des limites d'agglomération ;

Envoyé en préfecture le 29/05/2019
Reçu en préfecture le 29/05/2019
Affiché le 
ID : 091-219103777-20190521-W_ARR2019_0021-AR

- la réglementation révisée protège les lieux protégés à enjeux patrimoniaux ;
- en dehors de ces lieux, les modifications apportées portent essentiellement sur les règles de densité (ajustées pour tenir compte des règles nationales instaurées en 2012) et la limitation de surface des dispositifs, avec pour effets notables, la réduction de la prégnance de la publicité, dans le paysage ;
- en matières d'enseignes (volet facultatif du RLP), des protections sont édictées sur tout le territoire communal et renforcées en ZP1 et dans les lieux faisant l'objet de protections patrimoniales.

Cette enquête publique se déroulera à partir du 17 juin 2019 à 9h00 au 3 juillet 2019 à 18h00 inclus (soit un total de 17 jours).

ARTICLE 2 : Décision susceptible d'être prise à l'issue de l'enquête publique

Au terme de cette enquête, la révision du règlement local de publicité, éventuellement modifiée pour tenir compte des avis joints au dossier d'enquête publique, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur, pourra être approuvée par délibération du conseil municipal de Massy.

ARTICLE 3 : Commissaire enquêteur

Monsieur Joël EYMARD, a été désigné commissaire enquêteur.

ARTICLE 4 : Dossier d'enquête publique

Pendant toute la durée de l'enquête définie à l'article 1^{er} ci-dessus, le dossier d'enquête publique peut être consulté au à la Direction Hygiène et Prévention des Risques, située en Mairie Principale, 1, avenue du Général de Gaulle à Massy, siège de la présente enquête publique, du 17 juin 2019 au 3 juillet 2019, aux jours et heures habituels d'ouverture au public des services, soit du lundi au vendredi de 8h30 à 17h30 et le samedi, de 8h30 à 12h00 sur support papier et sur un poste informatique.

Les pièces du dossier d'enquête publique seront également disponibles sur le site internet de la ville de Massy, à l'adresse : <https://www.ville-massy.fr/>

ARTICLE 5 : Présentation des observations

A la Direction Hygiène et Prévention des Risques, bureau 410, située en Mairie Principale, 1, avenue du Général de Gaulle à Massy, le dossier d'enquête est accompagné d'un registre d'enquête à feuillets non mobiles, coté et paraphé par le commissaire enquêteur, sur lequel les observations ou propositions du public peuvent être consignées. Un accès gratuit au dossier est également garanti par un poste informatique.

Les observations et propositions peuvent également être adressées à l'attention de M. le commissaire enquêteur :

- soit par courrier adressé par voie postale à l'adresse suivante : Monsieur Joël EYMARD, commissaire enquêteur – révision du RLP – Hôtel de Ville, DHPR, 1, avenue du Général de Gaulle, 91300 Massy
- soit par voie électronique dont l'objet du mail précisera « enquête publique relative à la révision du règlement local de publicité de MASSY – observations à l'attention du commissaire enquêteur » à l'adresse dhpr@mairie-massy.fr

Ces observations devront être reçues avant la clôture de l'enquête fixée au 3 juillet 2019 à 18 heures et seront annexées au registre d'enquête.

ARTICLE 6 : Permanences du commissaire enquêteur

Envoyé en préfecture le 29/05/2019
Reçu en préfecture le 29/05/2019
Affiché le 
ID : 091-219103777-20190521-W_ARR2019_0021-AR

Le commissaire enquêteur se tiendra à la disposition du public à la Direction en Mairie Principale, 1, avenue du Général de Gaulle à Massy :

- le lundi 17 juin de 9h à 12h,
- le samedi 29 juin de 9h à 12h,
- le mercredi 3 juillet de 15h à 18h,

ARTICLE 7 : Rapport et conclusions du commissaire enquêteur

Dès sa réception et durant un an à compter de la clôture de l'enquête, le rapport du commissaire enquêteur ainsi que ses conclusions motivées seront consultables à la Direction Hygiène et Prévention des Risques et sur le site internet de la Ville <https://www.ville-massy.fr/>

ARTICLE 8 : Informations complémentaires

Toute information complémentaire relative au projet de règlement local de publicité de Massy peut être demandée auprès de Monsieur le Maire Nicolas SAMSOEN, représenté par Monsieur Henry LECIGNE, Maire-Adjoint délégué à la Sécurité, aux Anciens Combattants, au Stationnement et à l'Hygiène et à la Salubrité :

- par courrier adressé à Hôtel de Ville, DHPR, 1, avenue du Général de Gaulle, 91300 Massy
- par mail à l'adresse dhpr@mairie-massy.fr
- par téléphone au 01.60.13.74.48

ARTICLE 9 : Recours

Les intéressés désirant contester cette décision peuvent saisir le Tribunal Administratif de Versailles (56, avenue de Saint-Cloud – 78011- Versailles Cedex) compétent d'un recours contentieux dans un délai de deux mois à compter de la notification du présent arrêté. Ce délai ne fait pas obstacle à l'exécution de cet arrêté.

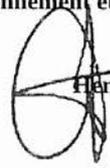
ARTICLE 10 : Ampliation

Le Directeur Général des Services de la Commune de Massy, Monsieur le Commissaire de Police, Monsieur le Chef de Police de la Police Municipale et les Fonctionnaires Territoriaux de la Direction Hygiène et Prévention des Risques, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, dont l'ampliation sera adressée à :

- Monsieur le Sous-Préfet de l'arrondissement de Palaiseau,
- Monsieur le Commissaire de Police,
- Monsieur le Chef de Police de la Police Municipale,
- Monsieur Joël EYMARD, Commissaire Enquêteur.

Fait à Massy, le 21/05/2019

**Le Maire Adjoint Délégué à la Sécurité, aux Anciens Combattants,
au Stationnement et à l'Hygiène et à la Salubrité,**

Annexe 2

Insertion de l'avis d'enquête dans le magazine municipal de juin 2019

INFORMATIONS MUNICIPALES

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE
RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

LE CONSEIL MUNICIPAL
L'espéral de Monsieur le Maire entendu, APRÈS EN AVOIR DÉLIBÉRÉ, DÉCIDE de confier dans le cadre d'un affichage la gestion et l'exploitation de l'Opéra de Massy au Centre National d'Art Lyrique (CNAL) dont le siège social est situé 1, place de France à Massy.

CONSEIL MUNICIPAL
Le prochain Conseil Municipal se tiendra le jeudi 27 juin à 20h30 en Mairie - salle des Mariages - au 1 avenue du Général de Gaulle.

APPORT VOLONTAIRE
AU CENTRE TECHNOLOGIQUE MUNICIPAL (CTM) 01.60.13.74.09 / 01.60.13.72.34 Entrée entre le 26 et le 30 rue Victor Basch sur RDV aux numéros 13030 - 100 et numéros 1015 - 124.

PERMANENCES
Votre Maire, Nicolas Samson, vous reçoit sur rendez-vous, en mairie de Massy, le samedi de 9h à 17h. Appelez au 01.60.13.75.16 ou laissez vos coordonnées téléphoniques à l'adresse mail suivante: cabinet@annuaire.massy.fr

OBJECTIF BAC !
DU MARDI 11 AU VENDREDI 14 JUIN TOUS LES JOURS DE 10H À 20H MÉDIATHÈQUE HÉLÈNE CRUCQUX MÉDIATHÈQUE JEAN COCTEAU OUVERTURE EXCEPTIONNELLE
Les médiathèques de Massy se mobilisent une nouvelle fois pour les jeunes Massinois, dans le cadre d'une semaine de révisions, « Objectif Bac », en leur proposant de nombreuses places de travail et des horaires beaucoup plus larges.

PORTES OUVERTES
DU CONSERVATOIRE DE MUSIQUE ET DE DANSE DE MASSY du 24 au 28 juin de 17h30 à 20h au 8 rue des États-Unis, 91300 Massy

PHARMACIES DE GARDE
WWW.3237.FR

NUMÉROS UTILES
MAIRIE DE MASSY : 01.60.13.3000
FOUET MUNICIPAL : 01.60.13.74.24
COMMUNAUTÉ DE POUCEY : 01.60.13.45.77
L'ÉCLAIRAGE D'ÉCLAIRAGE : 01.60.13.62.92
CENTRE DE SERVICES MASYCOY : 01.60.13.30.86
SÈS 91 MÉDECINE : 01.26.80.91.91
MÉDECINE DDT (en jours ouvrés) : 01.60.46.91.91
AMBULANCE 15 : 01.60.13.29.36
RÉPUBLIQUE : 01.60.13.29.36

APPORTE VOLONTAIRE
DU MARDI 11 AU VENDREDI 14 JUIN TOUS LES JOURS DE 10H À 20H MÉDIATHÈQUE HÉLÈNE CRUCQUX MÉDIATHÈQUE JEAN COCTEAU OUVERTURE EXCEPTIONNELLE

OBJECTIF BAC !
Les médiathèques de Massy se mobilisent une nouvelle fois pour les jeunes Massinois, dans le cadre d'une semaine de révisions, « Objectif Bac », en leur proposant de nombreuses places de travail et des horaires beaucoup plus larges.

PORTES OUVERTES
DU CONSERVATOIRE DE MUSIQUE ET DE DANSE DE MASSY du 24 au 28 juin de 17h30 à 20h au 8 rue des États-Unis, 91300 Massy

PHARMACIES DE GARDE
WWW.3237.FR

NUMÉROS UTILES
MAIRIE DE MASSY : 01.60.13.3000
FOUET MUNICIPAL : 01.60.13.74.24
COMMUNAUTÉ DE POUCEY : 01.60.13.45.77
L'ÉCLAIRAGE D'ÉCLAIRAGE : 01.60.13.62.92
CENTRE DE SERVICES MASYCOY : 01.60.13.30.86
SÈS 91 MÉDECINE : 01.26.80.91.91
MÉDECINE DDT (en jours ouvrés) : 01.60.46.91.91
AMBULANCE 15 : 01.60.13.29.36
RÉPUBLIQUE : 01.60.13.29.36

Affichage de l'avis d'enquête près de l'entrée de la mairie



Annexe 3 : Contributions de JCDecaux et UPE reçues par courriel le 3 juillet

Communication
Extérieure

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

A l'attention de Monsieur Joël EYMARD
 Commissaire enquêteur
 Révision du RLP
 Hôtel de Ville- DHPR
 1 avenue du Général de Gaulle
 91300 MASSY

Plaisir, le 03/07/2019

Objet : Élaboration du Règlement Local de Publicité de la Ville de Massy
Lettre recommandée avec accusé de réception n° 2C 137 541 9671 4 et envoi anticipé
par courriel à : dhpr@mairie-massy.fr

Monsieur le Commissaire enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) initiée par la Ville de Massy.
 À ce titre, nous avons pris connaissance du projet de règlement soumis à l'enquête publique.

Nous souhaitons porter à votre connaissance les observations suivantes.

Il importe de rappeler que le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (**service public des transports** pour les abris-voyageurs – *article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs*, **service public de l'information** pour les mobiliers d'information locale - *CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606*).

Dans un modèle d'optimisation budgétaire, l'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.

Cette spécificité explique que la réglementation relative à la publicité extérieure traite le mobilier urbain de manière distincte des « dispositifs publicitaires classiques ».

En effet, parce que le mobilier urbain ne supporte de la publicité « qu'à titre accessoire », il ne peut être assimilé aux dispositifs publicitaires dont le principal objet est de recevoir toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, conformément à l'article L.581-3 du Code de l'environnement.

C'est la raison pour laquelle le Code de l'environnement traite du mobilier urbain publicitaire dans une sous-section différente de celle relative à la publicité dite « classique » (articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement).

S'agissant d'implantation sur le domaine public ou privé de la collectivité, cette dernière a l'avantage de maîtriser entièrement le format, le design, et les conditions d'exploitation

JCDecaux France
 Siège Social : 17, rue Soyier - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79
 Dir.Rég. Ile-de-France Ouest : 1, Rue le Nôtre - 78370 Plaisir - France
 Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79
 www.jcdecaux.com

Société par Actions Simplifiée au capital de 7 022 549,69 euros - 822 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044601

The logo for JCDecaux, featuring the company name in a bold, blue, sans-serif font. The 'J' and 'C' are connected, and the 'D' is also connected to the 'C'. The 'e' and 'a' are separate. The 'u' and 'x' are also connected.

publicitaire des mobiliers urbains dans le cadre de son contrat de mobilier urbain. En effet, aucun déploiement ne peut être opéré à l'insu de la collectivité puisque l'implantation de mobiliers urbains est soumise à la concurrence, et contrôlée par la collectivité

Dès lors une limitation des possibilités d'exploitation publicitaire sur mobilier urbain, dans un RLP qui a vocation à perdurer dans le temps, serait de nature à limiter les nouveaux services qui pourraient se développer dans les années à venir et qui ne peuvent à date être identifiés.

Le futur RLP de la Commune de Massy, d'une part, entérinera la volonté de la loi Grenelle II de doter les communes d'un règlement local cohérent et, d'autre part, permettra de traiter les nouveaux dispositifs issus de la loi Grenelle II. Pour le mobilier urbain, il s'agit de la publicité numérique.

Le numérique constitue un levier d'innovation incomparable et s'inscrit dans une vision d'avenir, une dynamique d'innovations au bénéfice des collectivités.

Les mobiliers urbains d'information numériques sont une opportunité unique pour la collectivité de disposer d'un outil très qualitatif et puissant de communication.

I. Sur la forme

Nous relevons que la commune de Massy envisage de traiter le mobilier urbain comme une thématique distincte des dispositifs publicitaires classiques, ce qui est conforme aux dispositions précitées.

En complément, par souci de lisibilité et de sécurité juridique, et afin de respecter la volonté de la commune de Massy de ne pas soumettre la publicité sur mobilier urbain aux dispositions concernant les dispositifs publicitaires classiques, nous préconisons qu'il soit expressément inséré en préambule du projet de règlement l'article préliminaire suivant :

ARTICLE PRELIMINAIRE : Publicité supportée par le mobilier urbain

« La publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP ».

Ainsi, les règles qui ne seront pas inscrites dans les parties traitant du mobilier urbain ne lui seront pas opposables, sauf en cas de renvoi exprès (comme c'est le cas au titre de la réglementation nationale contenue dans le Code de l'environnement)

II. Sur le fond

1. Sur la levée de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain

L'actuel projet de règlement fait part de la volonté de la Commune d'autoriser les cinq types de mobiliers urbains publicitaires, y compris numérique, dans l'ensemble des zones



du RLP et ce, y compris dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR) et dans les abords des monuments historiques inclus en ZP 1.

Ainsi, il convient, dans le futur RLP, de procéder à la levée de l'interdiction relative de publicité applicable dans l'ensemble des zones visées à l'article L. 581-8 du code de l'environnement, de manière expresse, par l'insertion à l'article préliminaire susmentionnée « **Publicité supportée par le mobilier urbain** » :

« La publicité apposée sur le mobilier urbain est autorisée dans l'ensemble des zones visées à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement ».

2. Sur le format de la publicité apposée sur mobilier urbain

Dans un premier temps, l'actuel projet de règlement fait part du souhait de la Commune de limiter le format de la publicité apposée sur mobilier urbain d'information, y compris numérique, à 2,1 m² en ZP 1 et à 8m² en ZP 2 et ZP 3.

Or, dans un RLP, toute limitation applicable au mobilier urbain nous paraît surabondante. En effet, étant implanté sur le domaine public, le mobilier urbain présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité via un contrat public qui fixe en amont son nombre, son design, son format et ses emplacements.

A défaut, dans la mesure où la Ville de Massy souhaiterait tout de même limiter le format de la publicité pouvant être apposée sur mobilier urbain, elle devra alors ne tenir compte que de la surface de l'affiche ou de l'écran visible supporté par ce dernier.

Pour ce faire, nous vous proposons d'autoriser de manière expresse les cinq types de mobilier urbain publicitaire, y compris numérique, dans l'ensemble des zones du RLP et ce, conformément aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

Dans un deuxième temps, il ressort du rapport de présentation que la Ville de Massy distingue la « surface unitaire » des « panneaux » de la surface de la publicité sur mobilier urbain, de telle sorte que la surface de « l'affiche » est de 8 m² avec pour les panneaux publicitaires une limitation de la surface cadre compris à 10,60 m².

A titre d'exemple page 25, alinéa 2 :

- **à la surface** : de même qu'en ZP2, le règlement local limite la surface unitaire de l'affiche (8m²) ainsi que la surface cadre compris (10,60 m²) des publicités murales et des publicités scellées au sol non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence voient leur surface unitaire limitée à 8 m² d'affichage et à 10,60 m² avec cadre.
La surface unitaire maximale de la publicité sur mobilier urbain d'information est limitée à 8 m².

Toutefois, dans le règlement, le terme de « surface unitaire » est utilisé tant pour les panneaux que pour le mobilier urbain, ce qui est sujet à insécurité juridique dès lors que le rapport de présentation évoque la surface unitaire comme suit (page 13 § 4) :

JCDecaux

- la **surface unitaire** (il s'agit de la surface « hors tout » et non pas de la seule surface d'« affichage » : les panneaux « 4x3 » traditionnels sont désormais systématiquement irréguliers... - CE, 20 oct. 2016, commune de DIJON, n° 395494) est limitée à 12 m²,
- la surface unitaire et la hauteur au-dessus du sol des **publicités sur mobilier urbain scellé au sol** ou installé directement sur le sol sont limitées à 12 m² et 6 mètres de haut,

Or, là encore, une opposition est faite entre la surface du mobilier urbain et celle des panneaux.

Dès lors, pour éviter toute confusion, il est indispensable que la limitation de la surface des publicités sur mobilier urbain ne vise bien que l'affiche.

Cette modification sera à opérer dans l'ensemble des articles relatifs à la publicité apposées sur le mobilier urbain présents au sein de chaque zone, à savoir les articles 2 et 3 du projet de règlement.

Nous vous proposons donc afin de garantir les choix arrêtés par la Ville de Massy de modifier les articles concernant la surface des publicités sur mobilier urbain afin que seule la « surface d'affichage » soit prise en compte (cette notion étant par ailleurs déjà utilisée dans le RLP).

Ainsi, selon les choix opérés par la Ville de Massy la surface d'affichage de la publicité sur mobilier urbain sera de 8 m² ou 2,1 m².

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Commissaire Enquêteur, nos salutations distinguées.



Christophe Bertrand
Directeur Régional

Contribution UPE

Monsieur le Commissaire-enquêteur
Mairie de Massy
DHPR
1, avenue du Général De Gaulle
91300 Massy

Paris, le 3 juillet 2019

À l'attention de Monsieur Joël EYMARD

*Objet : Révision du règlement local de publicité
Enquête publique*

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel représentant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande attention du projet de règlement local de publicité (RLP) de la ville de Massy soumis à enquête publique.

Cependant, tel qu'il est rédigé, ce projet ne permet pas de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie de la commune et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Cette exigence de conciliation, à laquelle tout RLP doit répondre, est pourtant imposée par le code de l'environnement.

C'est pourquoi, nous vous soumettons des propositions d'aménagements techniques et réglementaires permettant d'améliorer le projet de texte sans pour autant remettre en cause l'équilibre du RLP.

Par ailleurs, le dossier d'enquête publique, qui n'était pas disponible sur le site internet de la ville, nous a été adressé par mail le lundi 1^{er} juillet 2019, à la suite de plusieurs demandes. Pourtant, l'article L123-12 du code de l'environnement dispose que : « *Le dossier d'enquête publique est mis en ligne pendant toute la durée de l'enquête* ». Tel n'a pas été le cas en l'espèce.

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

Stéphane DOTTELONDE
Président de l'UPE

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'SD', is placed below the typed name and title of the sender.

PJ : Dossier de présentation



2, rue Sainte Lucie | 75015 Paris | Tél : 01 47 42 16 28 | Fax : 01 47 42 89 96
contact@upe.fr | www.upe.fr | SIRET : 30302628000030 | APE : 9411Z



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019

UPE - Juillet 2019

1



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



La communication extérieure possède les atouts nécessaires pour répondre aux différents objectifs des annonceurs. La communication extérieure est un outil de communication locale et régionale :

- ✓ La communication extérieure est un mass-média, tout particulièrement sur les marchés locaux. C'est aujourd'hui le **média local le plus puissant**.
- ✓ Elle est un média privilégié pour les annonceurs locaux qui cherchent en particulier à développer leur notoriété, à créer du trafic, à faire savoir au plus grand nombre qu'ils proposent des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer leur image de marque.
- ✓ Il s'agit également d'un **média de proximité**, dimension capitale dans une stratégie de communication locale. **Seuls Internet et la publicité extérieure** offrent la possibilité de communiquer sur une zone géographique précise. La publicité extérieure reste un outil indispensable pour se faire connaître sur sa zone de chalandise. Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser d'avantage Internet sans bénéfice direct pour la collectivité (ex. TLPE) ni pour l'emploi local.
- ✓ La communication extérieure permet ainsi de délivrer les messages au bon endroit et au bon moment.

UPE - Juillet 2019

2



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



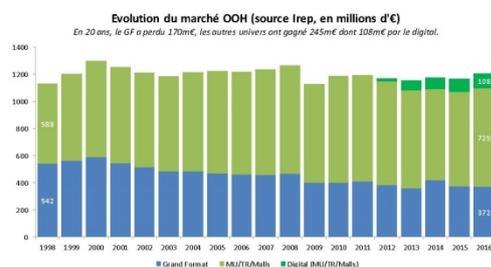
La communication extérieure – un média moderne

Au cours des 20 dernières années, la communication extérieure s'est imposée comme le **dernier média de masse**.

Elle a ainsi pu préserver ses parts de marché dans un univers concurrencé par l'arrivée de la publicité digitale.

Cette position s'affirme notamment pour les acteurs locaux qui ne disposent pas d'autres médias pour communiquer sur le territoire de manière globale.

La communication extérieure doit donc pouvoir s'exprimer pour favoriser le développement du tissu économique local.



UPE - Juillet 2019

5



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique - Juillet 2019



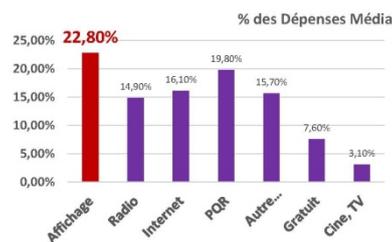
Le marché de la communication extérieure – Investissements locaux

En 2018 au sein de la Direction commerciale locale de l'un de nos adhérents, de nombreux annonceurs locaux ont communiqué sur les réseaux du territoire massicois, notamment pour une communication directionnelle.

Tous les secteurs d'activités et toutes les tailles d'activités sont représentés : salons, aquarium, sport, agence immobilière, grande distribution, bricolage, cuisiniste, hôtellerie, restauration, loisirs, mutuelles...

La communication extérieure est faite par et pour les annonceurs locaux.

Elle est le dernier média leur permettant d'être connus de tous sans ciblage marketing.



Pourcentages de dépenses média attribués à la communication extérieure :

22 - Hébergement / Restauration	24,0%
21 - Loisirs / Tourisme	39,3%
19 - Enseignement / Formation	10,7%
07 - Commerce alimentaire spécialisé	29,9%
02 - Transports de voyageurs	12,6%

Sur le territoire français, l'affichage représente 22,80 % des investissements publicitaires locaux (1^{er} média).

Source France Pub 2017



UPE - Juillet 2019

4



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique - Juillet 2019



Un RLP et ses objectifs

Article L581-1 du code de l'environnement :

« Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre. »

- ✓ À partir du Règlement National de la Publicité (RNP), lequel est inscrit dans le code de l'environnement, le RLP donne la possibilité d'adapter les règles nationales aux enjeux locaux, permettant ainsi d'intégrer la publicité et les enseignes dans toute leur diversité au territoire considéré.
- ✓ Le RNP fixe des interdictions absolues mais également des interdictions relatives. Pour ces dernières, le RLP s'avère être un outil pour réintroduire la publicité dans ces zones.
- ✓ De plus, le RLP doit s'adapter de manière maîtrisée aux évolutions, notamment en termes d'urbanisation et de nouvelles technologies.
- ✓ Enfin, le RLP ne doit pas être un document excessivement complexe et se doit d'encadrer les installations publicitaires de manière claire pour gagner en efficacité. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation juridique pour les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés de le respecter.

UPE - Juillet 2019

5



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique - Juillet 2019



Le dossier d'enquête publique a été reçu par mail le 1^{er} Juillet 2019 à 15H30, alors que la procédure se termine le mercredi 3 juillet 2019 à 17h30.

UPE - Juillet 2019

6



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



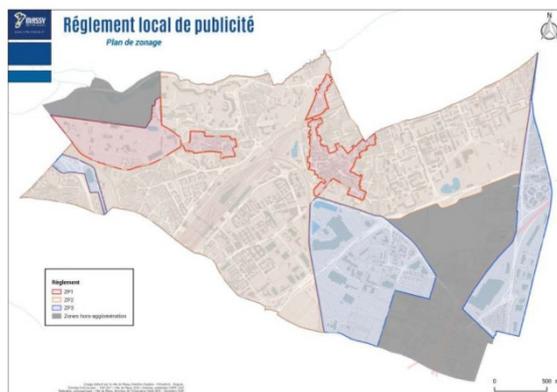
Zonage et dispositions spécifiques

UPE - Juillet 2019

7



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



UPE - Juillet 2019

8



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



Zone 1

Le projet de RLP prévoit une interdiction de toute communication extérieure en ZP 1, à l'exception :

- Des quais de gare
- De l'affichage de petit format
- Du mobilier urbain.

Nous prenons bonne note de ces dispositions.

UPE - Juillet 2019

9



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



Zone 2

Article 3 « Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en zone de publicité 2 (ZP2) et zone de publicité 3 (ZP3) » :

« En dehors des lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement

- dispositifs muraux, non lumineux ou ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence :
- ils sont interdits sur les clôtures et sur les murs autres que de bâtiment,
 - leur surface unitaire est limitée à 8 m² d'affichage et à 10,60 m² avec encadrement,
 - aucun point d'un dispositif ne peut se trouver à moins de 0,50 m des limites du mur ;

dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, non lumineux ou ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence :

- leur surface unitaire est limitée à 8 m² d'affichage et à 10,60 m² avec encadrement,
- en ZP2, ils sont admis sur les unités foncières présentant une longueur de façade sur rue au moins égale à 15 mètres ; »

Nous prenons bonne note de ces dispositions, notamment celles liées au format des dispositifs publicitaires.

UPE - Juillet 2019

10



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



Zone 2

Article 3 : « Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en zone de publicité 2 (ZP2) et zone de publicité 3 (ZP3) »

Règles de densité :

- « sur une même unité foncière, le panachage entre dispositifs muraux et scellés au sol ou installés directement sur le sol n'est pas admis,
- un espacement d'au moins 20 m est exigé entre deux dispositifs scellés au sol situés sur une même unité foncière,
- en cas de publicité numérique, un seul dispositif est admis
- en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique, le nombre de dispositifs installés sur une

En ZP2 :

- longueur de façade sur rue inférieure à 15 m : aucun dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol, 1 dispositif mural ;
- longueur de façade sur rue supérieure ou égale à 15m et inférieure à 40 m : 1 dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol, ou 1 dispositif mural ;
- longueur de façade sur rue supérieure ou égale à 40 m : 2 dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, ou 1 dispositif mural. »

Nous prenons bonne note de ces dispositions.

UPE - Juillet 2019

11



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



Zone 3

Article 3 « Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en zone de publicité 2 (ZP2) et zone de publicité 3 (ZP3) » :

« En dehors des lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement

- dispositifs muraux, non lumineux ou ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence :
- ils sont interdits sur les clôtures et sur les murs autres que de bâtiment,
 - leur surface unitaire est limitée à 8 m² d'affichage et à 10,60 m² avec encadrement,
 - aucun point d'un dispositif ne peut se trouver à moins de 0,50 m des limites du mur ;

dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, non lumineux ou ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence :

- leur surface unitaire est limitée à 8 m² d'affichage et à 10,60 m² avec encadrement. »

Nous prenons bonne note de ces dispositions, notamment celles liées au format des dispositifs publicitaires.

UPE - Juillet 2019

12

Zone 3

Article 3 « Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en zone de publicité 2 (ZP2) et zone de publicité 3 (ZP3) » :

Règles de densité :

- « sur une même unité foncière, le panachage entre dispositifs muraux et scellés au sol ou installés directement sur le sol n'est pas admis,
- un espacement d'au moins 20 m est exigé entre deux dispositifs scellés au sol situés sur une même unité foncière,
- en cas de publicité numérique, un seul dispositif est admis,
- en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique, le nombre de dispositifs installés sur une

En ZP3 :

- longueur de façade sur rue inférieure à 40 m : 1 dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol, ou 1 dispositif mural ;
- longueur de façade sur rue supérieure ou égale à 40 m et inférieure à 80 m : 2 dispositifs scellés au sol ou installé directement sur le sol ou 1 dispositif mural ;
- longueur de façade sur rue supérieure ou égale à 80 m : 3 dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol ou 2 dispositifs apposés sur murs différents. »

Nous prenons bonne note de ces dispositions.

UPE - Juillet 2019

13

Zones 2 et 3

Il nous semble important de préciser que la publicité est autorisée sur les murs de clôture maçonnés dont le régime s'apparente, par assimilation, aux murs des bâtiments.



Illustration hors Territoire

« La publicité est enfin interdite « sur les clôtures qui ne sont pas aveugles » (Art. R.581-22). Distinction doit être faite entre les murs de clôture maçonnés (pierres, moellons, ciment...), dont le régime s'apparente, par assimilation, aux murs des bâtiments et les clôtures, aveugles ou non. Les clôtures aveugles comprennent par exemple les palissades en bois, métal, plastique voire en matériaux d'origine végétale alors que les clôtures non-aveugles désignent les grilles et grillages. Une clôture constituée d'un muret surmonté d'une grille ou d'un grillage n'est donc pas aveugle. »

Extrait du Guide Pratique « La réglementation de la publicité extérieure », page 34



UPE - Juillet 2019

14

Territoire ferroviaire - Hors gare

Le territoire de la commune de Massy possède un domaine ferroviaire important qui constitue une source importante de recettes pour la SNCF via les autorisations d'exploitation publicitaire qu'elle accorde en contrepartie de redevances d'occupation du domaine public.

Ce territoire présente deux particularités :

- Une unité foncière dont les parcelles sont gérées par un unique propriétaire ;
- Un seul opérateur gère l'exploitation publicitaire de ce territoire (règle d'interdistance possible). A ce titre, nous suggérons l'introduction de règles particulières sur ce domaine.

A ce titre, nous suggérons l'introduction de règles particulières sur ce domaine permettant le maintien de dispositifs placés généralement dans un environnement moins urbanisé.



Dans un souci de cohérence avec l'ensemble des zones, ces dispositions pourraient être les suivantes :
 Sur ZP2 et 3 (une seule zone SNCF) :

- > 1 dispositif seul sur son emplacement
- > Interdistance de 200 mètres entre chaque dispositif
- > Aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.

UPE - Juillet 2019

15



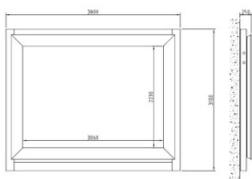
Extrait Géoportail : voies ferrées



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



Territoire ferroviaire - Hors gare



- Surface de l'affiche: 6,8m²
- Surface du cadre: 11,8m²
- Variantes de mobilier: sur mur ou sur pied

Sur le format :

Les dispositifs dits « 8 m² » situés sur le domaine public ferroviaire **appartiennent à la SNCF**. Les autorisations d'exploitation publicitaire permettent à la SNCF de valoriser son domaine public par la perception de redevances d'occupation du domaine public.

La surface hors tout de ces dispositifs (11,80 m²) étant conforme à la réglementation nationale, le futur RLP pourrait permettre leur maintien, étant entendu que les actuels dispositifs « 12m² » de type « colle » seront mis en conformité.



Proposition sur les emprises de la SNCF, autoriser le format 12 m² (moules incluses) :

- Soit sans condition de durée ;
- Soit jusqu'au **31 décembre 2024**, le contrat « hors gare » en vigueur arrivant à échéance au cours de l'année 2024 et imposer, à compter du 1er janvier 2025, un format 8 m² hors moules ou 10,60 m² moules comprises (cela reporterait de seulement 2 ans l'obligation de mise en conformité, si l'on estime une entrée en vigueur du RLP en 2020).



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



Territoire ferroviaire - En gare

Pour les dispositifs de la gare qui seraient potentiellement soumis au code de l'environnement, les règles pourraient être les suivantes :

- Maintien des dispositifs doubles (« côte à côte » et double face) ;
- Interdistance de **80 mètres** entre chaque dispositif simple ou double ;
- Aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie ferrée.

UPE - Juillet 2019

17



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019



Territoire ferroviaire - En gare



Exemples de dispositifs doubles sur quais de gare (hors territoire de la ville de Massy)

UPE - Juillet 2019

18



Contribution à l'Elaboration
du Règlement Local de Publicité
Enquête Publique – Juillet 2019

Annexe 4 : Procès-verbal de synthèse

A Monsieur Pascal Thuleau, Directeur DHPR (Direction Hygiène et Prévention des Risques),
Mairie de Massy

Procès-verbal de fin d'enquête publique n° E19000063 / 78.

Monsieur le Directeur,

L'enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité de la Ville de Massy s'est achevée mercredi 3 juillet 2019 à 18h00, conformément à l'arrêté du Maire de Massy n° DHPR-2019-023.

Votre secrétariat m'a informé jeudi 4 juillet de l'arrivée de deux courriels d'observation avant la clôture de l'enquête, l'un émis par la société JCDecaux, l'autre, accompagné d'une présentation de 19 pages, émis par l'association syndicale UPE (Union de la Publicité Extérieure).

Ces courriels, que vous m'avez transmis, contiennent, en résumé, les observations suivantes :

De la société JCDecaux :

Cette société spécialisée dans le mobilier urbain demande d'ajouter quelques règles spécifiques à celui-ci

- La publicité sur mobilier urbain devrait être traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP.
- La publicité apposée sur le mobilier urbain devrait être autorisée dans l'ensemble des zones visées à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement.
- pour éviter toute confusion, il est indispensable que la limitation de la surface des publicités sur mobilier urbain ne vise bien que l'affiche. Cette modification serait à opérer dans l'ensemble des articles relatifs à la publicité apposée sur le mobilier urbain présents au sein de chaque zone, à savoir les articles 2 et 3 du projet de règlement.

De l'association syndicale UPE :

Dans une lettre accompagnée d'une présentation de 19 pages qui prend bonne note de la plupart des dispositions du projet de règlement, UPE préconise par ailleurs de créer une « zone ferroviaire unique » dans laquelle seraient autorisés :

- hors gares, un dispositif de 12 m² (au moins jusqu'en 2024) tous les 200m (sauf si séparés par une voie)
- en gare, un dispositif double (comme actuellement) tous les 80m (sauf si séparés par une voie)

Par ailleurs, l'UPE se plaint de n'avoir obtenu le dossier que le 1er juillet.

Ces observations sont les seules qui sont parvenues pendant la durée de l'enquête, sous réserve de l'existence de courrier postal non encore traité par les services de la mairie.

Conformément au code de l'environnement, vous pouvez me transmettre vos réponses à ces observations dans un délai de quinze jours, de préférence par courriel. Je vous serais reconnaissant d'accuser réception de ce message, avec tout commentaire que vous jugeriez utile.

Avec mes plus cordiales salutations,

Joël Eymard
Commissaire enquêteur

Annexe 5 : Réponses de la Ville de Massy aux observations



Massy, le 08/07/2019

Monsieur EYMARD
Commissaire EnquêteurDirection Hygiène et Prévention des Risques
Affaire suivie par : Pascal THULEAU
Tél. : 01.60.13.75.12
p.thuleau@mairie-massy.fr
Référence : DHP19.07.265 PT/ST

Objet : Réponses de la Ville aux demandes de l'UPE et société JC DECAUX

Monsieur,

Suite aux observations concernant l'élaboration de notre Règlement Local de Publicité (RLP), je vous prie de bien vouloir trouver ci-dessous nos réponses :

- **Société JC DECAUX**

Remarque sur la forme

La société JC DECAUX recommande d'ajouter au règlement un article préliminaire portant spécifiquement sur la publicité supportée par le mobilier urbain et précisant que « *la publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP* »

Réponse Ville : Le RLP édicte des règles locales qui constituent pour l'essentiel des restrictions apportées à la réglementation nationale. Il n'a pas vocation à reprendre les dispositions nationales qui sont rappelées dans le rapport de présentation. Ainsi, comme indiqué dans chaque article traitant les mobiliers urbains publicitaires, leur sont applicables les dispositions des articles R 581-42 à 47 du code de l'environnement qui ne sont pas expressément modifiées.

L'ajout suggéré est donc inutile.

Remarques sur le fondSur la levée de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain

La société JC DECAUX propose l'ajout d'un article préliminaire précisant que « *la publicité apposée sur le mobilier urbain est autorisée dans l'ensemble des zones visées à l'article L 581-8 du code de l'environnement* »

Réponse Ville : dans chacun des 3 articles du RLP consacrés à la publicité, le régime applicable à la publicité dans les « lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement » est clairement énoncé en en-tête.

L'ajout suggéré est donc inutile.

Mairie de Massy - 1 avenue du Général de Gaulle - BP20101 - 91305 Massy CEDEX
Tel : 01 60 13 3000 - Fax : 01 69 30 88 22



Sur le format de la publicité apposée sur mobilier urbain

La société JC DECAUX recommande que le RLP n'apporte aucune restriction de surface à la publicité apposée sur mobilier urbain, dès lors que la collectivité contrôle l'installation de ces mobiliers puisqu'ils sont implantés sur le domaine public.

Réponse Ville : la Commune n'est pas la seule collectivité habilitée à autoriser ces mobiliers urbains publicitaires. Sur les voies nationales ou départementales, le préfet et le président du conseil départemental sont les autorités compétentes. Dans le futur, la Communauté d'agglomération de Paris Saclay pourrait également le devenir.

Il est donc important que le RLP, opposable à tous bailleurs privés et publics et aux autres collectivités, fixe des limitations pour les mobiliers urbains publicitaires comme pour la publicité sur domaine privé, adaptées à la protection que la Commune juge nécessaire pour la qualité de ses paysages.

Sur la notion de « surface unitaire »

La société JC DECAUX recommande que la limitation de surface pour la publicité apposée sur mobilier urbain (2,1 m² ou 8 m² selon les cas) soit expressément précisée comme portant sur l'affiche.

Réponse Ville : Dans la mesure où la publicité sur les mobiliers urbains est admise à titre accessoire et que les mobiliers remplissent une autre fonction (abriter des voyageurs, supporter des informations à caractère général ou local.), la limitation de surface édictée par le RLP doit porter effectivement uniquement sur l'affiche et non pas sur le dispositif lui-même.

Les articles concernés seront modifiés : Au lieu de « surface unitaire de la publicité », il sera indiqué « surface unitaire d'affichage ».

o Union de la publicité extérieure (UPE)

A noter la « contradiction » exprimée par l'Union de la publicité extérieure :

Dans le courrier, son président indique que « tel qu'il est rédigé, ce projet ne permet pas de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie de la commune et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux... »

Dans la « contribution à l'élaboration du RLP », l'UPE « *prend bonne note* » de l'ensemble des dispositions proposées, à l'exception des deux points suivants qui font l'objet de demande de modifications.

⇒ En zones 2 et 3 : l'UPE demande d'admettre la publicité apposée sur les murs de clôture maçonnés, dont le régime s'apparente par assimilation aux murs de bâtiments.

Réponse Ville : Le commentaire cité par l'UPE, extrait d'un guide ministériel, sans valeur réglementaire au demeurant, concerne l'application d'une règle nationale (2^e et 3^e de l'article R 581-22 du code de l'environnement).

Le RLP massicois édicte une interdiction locale de la publicité apposée sur d'autres supports existants que les murs de bâtiment, fondée sur le fait que les murs de clôture sont soit d'une qualité (murs de pierre) justifiant qu'ils ne soient pas masqués par la présence d'un dispositif publicitaire, soit d'une faible hauteur incompatible avec l'installation d'un dispositif apposé à plus de 0,50 m du sol comme exigé par la réglementation nationale.

La Ville souhaite le maintien de l'interdiction de publicité sur les murs autres que de



Mairie de Massy - 1 avenue du Général de Gaulle - BP20101 - 91305 Massy CEDEX

Tel : 01 60 13 3000 - Fax : 01 69 30 88 22



bâtiment.

⇒ Traitement du domaine ferroviaire : L'UPE propose un traitement spécifique de la publicité installée en et hors gares.

Hors gares, l'UPE recommande d'instaurer des règles de densité adaptées (un seul dispositif sur un emplacement, inter-distance de 200m entre 2 emplacements). Concernant la surface des dispositifs, l'UPE préconise de conserver la règle nationale de 12m² « hors tout » jusqu'au 31 décembre 2024 (date d'échéance du contrat actuel entre la SNCF et la société JC DECAUX), puis de limiter la surface des dispositifs (8m² de surface d'affiche et 10,60m² de surface cadre compris) à compter du 1^{er} janvier 2025.

Réponse Ville : Cette demande avait déjà été exprimée par l'UPE et la société Médiatransports dans le cadre de la concertation. La réponse avait été apportée dans le Bilan de la concertation (page 8 du tableau détaillé) : A Massy, les emprises « transports » correspondent à des domaines relevant soit de la SNCF, soit de la RATP et sont morcelées en plusieurs parcelles.

La règle d'inter-distance proposée par les professionnels n'est donc pas adaptée. Hors gare, le domaine « ferroviaire » reste soumis au régime de la zone qu'il traverse comme c'est le cas dans le RLP actuel.

En gare, l'UPE recommande que le RLP maintienne des possibilités de dispositifs côte à côte et double face. La règle d'inter-distance pourrait être de 80m entre chaque dispositif situé du même côté de la voie ferrée.

Réponse Ville : En toutes zones (dont la ZP1 la plus restrictive et les lieux protégés), les dispositifs publicitaires sur quais de gare restent admis dans les conditions de la réglementation nationale.

Dans les ZP2 et ZP3, ils sont soumis aux limitations de surface fixées dans les zones concernées et restent soumis à la règle de densité fixée par l'article R 581-25 du code de l'environnement pour le domaine public

La Ville souhaite le maintien des dispositions actuelles du RLP relatives à la publicité « en et hors » gares.

Je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Pour le Maire,
le Maire Adjoint délégué à la Sécurité, au
Stationnement, à l'Hygiène et à la Salubrité,



Henri LECIGNE



Mairie de Massy - 1 avenue du Général de Gaulle - BP20101 - 91305 Massy CEDEX
Tel: 01 60 13 3000 - Fax : 01 69 30 88 22

Deuxième partie : Conclusions et avis du commissaire enquêteur.

Conclusions.

Sur l'organisation de l'enquête.

La principale conclusion est l'absence de mobilisation du grand public autour du projet, seuls des professionnels de la publicité s'étant manifestés. Lors de la phase de concertation préalable au 4^e trimestre 2018, un seul habitant de Massy s'était exprimé, et ses observations avaient été largement prises en compte dans le projet soumis à l'enquête, ce qui explique probablement cette absence de mobilisation. En revanche, les professionnels avaient déjà exprimé des demandes, dont une partie a été reprise dans les observations parvenues en fin d'enquête.

Le dossier était complet, bien organisé et facile à consulter, d'autant que le règlement proprement dit tient en cinq pages. La concision de ce texte, qui renvoie systématiquement au règlement national intégré au code de l'environnement, semble avoir dérouté les publicitaires qui auraient apparemment préféré un rappel explicite de certaines dispositions dudit code.

Rien à dire sur les conditions d'accueil en mairie, d'autant que personne ne s'est présenté, ni aux permanences, ni pour consulter le dossier « papier » en dehors des permanences.

L'absence du dossier en ligne constatée par le commissaire enquêteur et l'association UPE a été corrigée immédiatement, sans qu'on puisse savoir depuis combien de temps le dossier n'était plus disponible. Les observations reçues en fin d'enquête montrent que cet incident n'a pas empêché d'y accéder les publics spécifiquement concernés, professionnels et associations.

En dehors de ce point, l'organisation et le déroulement de l'enquête ne soulèvent pas de remarque du commissaire enquêteur.

Sur le contenu du règlement proposé.

D'une façon générale, le règlement proposé par la ville de Massy semble « dans la moyenne » des documents similaires et ne paraît pas présenter de singularité par rapport à ce qu'on peut trouver dans des communes comparables. La remise à niveau pour tenir compte de l'évolution de la législation était évidemment nécessaire compte tenu de son ancienneté.

Comme indiqué plus haut, le règlement est très concis, se limitant à préciser les points qui viennent compléter le règlement national ou y déroger. Mais contrairement à un PLU qui s'adresse à tous les publics et doit, de ce fait, être accessible à une population peu habituée à la lecture et l'interprétation des textes réglementaires, le RLP s'adresse essentiellement à des professionnels qui sont supposés avoir assimilé les règles applicables à leur profession.

Dans ces conditions, les deux premières observations de JCDecaux surprennent car une relecture attentive des textes, code de l'environnement et projet de RLP, montrent effectivement l'inutilité de ces demandes.

Concernant la réglementation applicable au mobilier urbain, on pourrait s'interroger sur son utilité puisque, étant implanté dans des espaces publics, la collectivité qui en décide l'implantation a tout loisir d'en spécifier les caractéristiques dans son cahier des charges. La réponse de la ville de Massy justifie le choix de réglementer par le fait qu'une partie de l'espace public ne lui appartient pas, et qu'il convient dans ces conditions d'unifier les règles applicables sur l'ensemble de la commune. Cette réponse avait déjà été faite au courrier de la société JCDecaux du 15 janvier 2019. Cette position est logique, et le commissaire enquêteur ne peut que la soutenir.

Par ailleurs, ne pouvant définir les dimensions « extérieures » de la publicité intégrée au mobilier urbain, il est logique de ne réglementer que les affiches proprement dites comme le demande JCDecaux, demande acceptée par la Ville.

La demande d'UPE d'autoriser la publicité sur les murs de clôture « aveugles » est rejetée par la ville de Massy. On peut déjà remarquer que sur la photo en page 14 de sa présentation qui illustre cette demande, le panneau d'affichage n'est pas conforme à la règle du RLP qui exige une distance minimale de 50 cm par rapport aux limites du mur supportant le panneau. Comme

L'UPE ne fournit pas d'argument pour soutenir sa demande, le commissaire enquêteur suivra l'avis de la ville.

Concernant la demande d'UPE de fixer des distances entre supports publicitaires en « zone ferroviaire », demande déjà faite à la ville lors des réunions des 3 décembre et 7 janvier et par courriers des 14 décembre et 16 janvier, la ville a déjà répondu plusieurs fois qu'une règle d'inter-distance appliquée entre dispositifs installés sur des propriétés différentes serait illégale car elle placerait le premier opérateur installé sur une séquence donnée en abus de position dominante.

Les autres demandes d'UPE visant à un allègement du règlement applicable en ZP2 et Zp3 pour les surfaces publicitaires dans le « domaine ferroviaire » ne sont pas argumentées sur le fond, et le commissaire enquêteur ne voit pas de raison de les soutenir, sachant qu'en outre le règlement proposé par la ville de Massy ne durcit que très peu le règlement national auquel il ne peut déroger.

En conclusion, à part la précision apportée sur la surface publicitaire prise en compte dans le mobilier urbain, il n'y a pas d'argument pour soutenir les demandes de modification exprimées pendant l'enquête.

A noter enfin en page 4 du règlement, première ligne, « en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique, le nombre de dispositifs installés sur une », il manque à la ligne suivante les mots « même unité foncière ».

Avis du commissaire enquêteur.

Considérant que :

- la révision du Règlement Local de Publicité était nécessaire compte tenu de son ancienneté et de la nécessité de mise en conformité avec l'évolution de la législation et du cadre urbain,
- l'enquête a été organisée dans des conditions qui paraissent essentiellement conformes aux textes réglementaires, l'indisponibilité temporaire du dossier en ligne n'ayant semble-t-il pas eu de conséquence,
- les Personnes Publiques Associées n'ont pas émis d'avis, ce qui vaut avis favorable,
- l'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites est favorable à l'unanimité,
- le règlement proposé est d'un caractère largement répandu et ne crée pas de contrainte inhabituelle pour les publicitaires et les commerçants,
- il n'est apparu au cours de l'enquête aucun argument justifiant de changer des règles appliquées depuis près de vingt ans,
- la ville de Massy a accepté la demande concernant la référence à la taille des affiches dans le mobilier urbain,

le commissaire enquêteur donne un **avis favorable** au projet de révision du Règlement Local de Publicité de la ville de Massy.

Le 11 juillet 2019,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Joël Eymard', written in a cursive style.

Joël Eymard