

# ET SI ON REPENSAIT LA PLACE DE LA, PUBLICITÉ

## SUR NOTRE TERRITOIRE ?

# 2

## DISPOSITIFS PUBLICITAIRES : DIAGNOSTIC ET ORIENTATIONS

LA LETTRE  
DU RLPI - N2  
DÉCEMBRE 2021



**Adel ZIANE**

Vice-président chargé  
de l'Aménagement  
et de l'urbanisme



**Sonia BENNACER**

Conseillère territoriale  
chargée du RLPI

### ÉDITO

Le RLPI adapte et renforce la réglementation nationale aux **caractéristiques du territoire**. Il instaure une harmonisation de la réglementation locale tout en tenant compte des spécificités des secteurs. En **limitant l'impact des dispositifs publicitaires**, le RLPI protège les **paysages urbains et naturels**. Il limite la pollution lumineuse, et encadre l'emploi des nouvelles technologies en matière de publicité numérique par exemple. La **meilleure gestion de la publicité** doit garantir la **visibilité de l'offre commerciale et des secteurs d'activités pour renforcer l'attractivité du territoire**. Dans le cadre de l'élaboration du diagnostic, des enjeux ont été identifiés et ont conduit à la définition de grandes orientations qui vont ensuite guider l'élaboration du nouveau règlement.

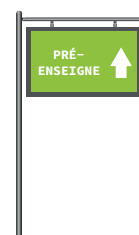
## PRÉ-ENSEIGNES, ENSEIGNES, PUBLICITÉS... DE QUOI PARLE-T-ON ?

### PUBLICITÉS



Les publicités sont des dispositifs destinés à informer le public ou attirer son attention.

### PRÉ-ENSEIGNES



Les pré-enseignes sont des dispositifs signalant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité déterminée.

### ENSEIGNES



Les enseignes sont les dispositifs situés sur le bâtiment ou sur l'unité foncière où s'exerce l'activité signalée.

# UN DIAGNOSTIC, QUATRE SECTEURS À ENJEU

## ① Les espaces naturels et patrimoniaux et les secteurs résidentiels



Ce sont des espaces qui participent à la qualité du cadre de vie et sont les lieux de vie du territoire. Ils regroupent notamment les monuments historiques et leurs abords, la Seine, le canal Saint-Denis ou encore le parc Georges-Valbon.

Dans ces secteurs peu de dispositifs publicitaires sont implantés. Ceux présents sont majoritairement de petit format et intégrés dans le paysage (mobilier urbain, panneaux d'information communaux...).

## ② Les centres-villes et zones commerciales



Ce sont des lieux très fréquentés où de nombreux commerces sont présents. D'un côté, les centres-villes sont des espaces stratégiques pour l'économie locale, où publicités et pré-enseignes de petit format sont présentes sur mobilier urbain (abribus, planimètres...). Les enseignes

en centre-ville sont assez diverses entre elles mais majoritairement de petites tailles, en cohérence avec le bâti. Au sein des zones commerciales, les dispositifs publicitaires sont plus nombreux et de grand format. L'objectif est de se faire remarquer des automobilistes.

## ③ Les zones de circulation routière importantes



Ce sont des espaces de haute visibilité. Que ce soit l'A1, l'A86, le boulevard périphérique, ou encore les grandes nationales, ces secteurs sont affichés au moyen de

dispositifs publicitaires de grands formats (de plus de 12m<sup>2</sup>) ou bien d'enseignes très visibles implantées en toiture ou en haut des façades.

## ④ Les secteurs de projets



Ce sont les secteurs relatifs aux Jeux olympiques et paralympiques 2024, à l'évolution des transports en commun (Grand Paris Express) ou bien à la construction de nouveaux quartiers (Les Tartres, Pleyel).

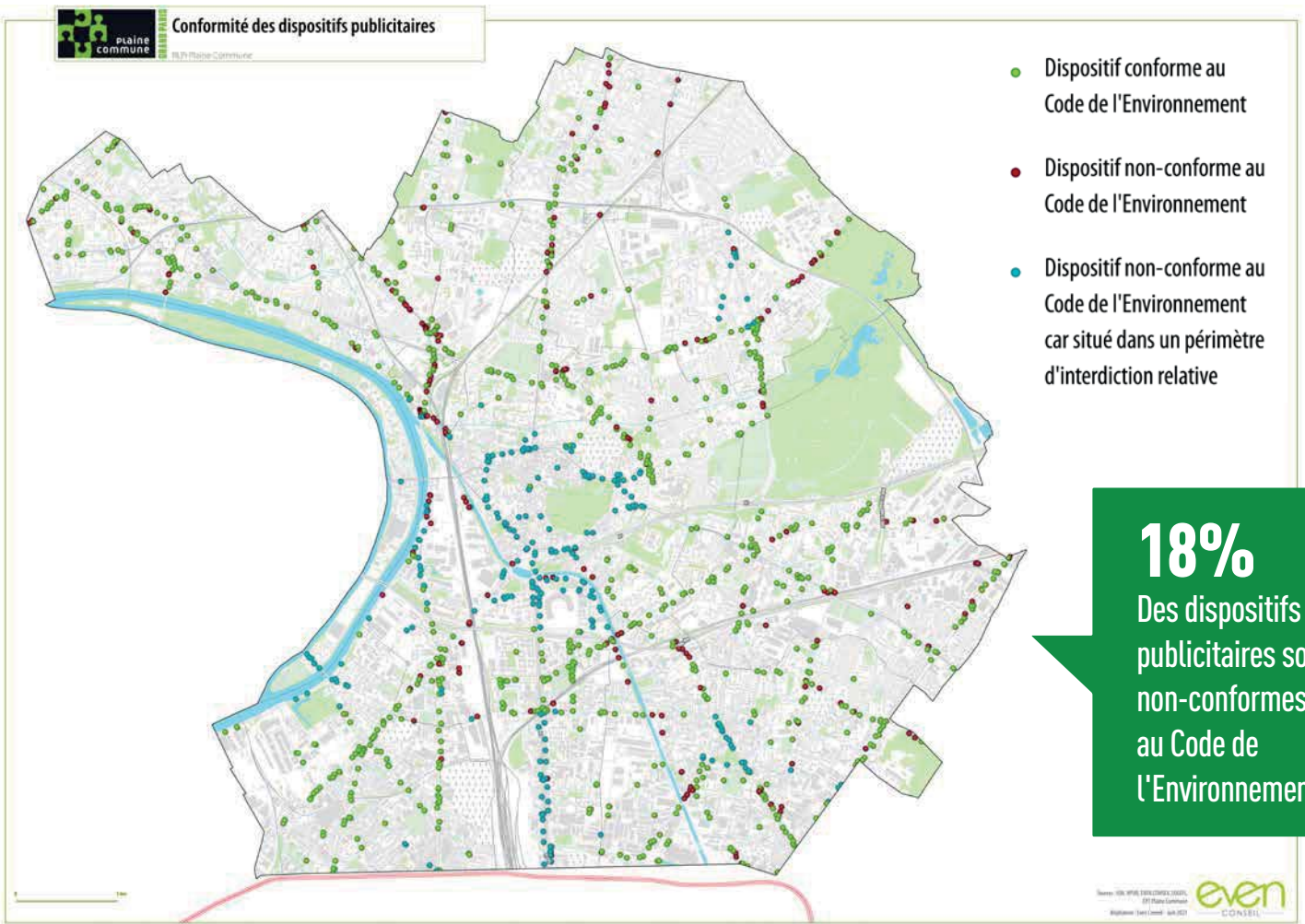
Ces sites de projets ont des besoins d'affichage liés aux chantiers. Il s'agit également de secteurs en mutation où le RLPi ambitionne d'anticiper les besoins futurs en matière de publicité et d'enseignes.

Pour les quatre secteurs précités, la présence de dispositifs publicitaires de grand format peut constituer une surcharge visuelle et une dégradation du cadre de vie. Un des enjeux du présent RLPi consistera donc à limiter l'implantation de dispositifs publicitaires de grand format.





# DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES NON-CONFORMES



## 4 GRANDES ORIENTATIONS À SUIVRE



### ORIENTATION 1

#### Encourager le renouvellement des enseignes pour gagner en harmonie

La réglementation permettra de **définir un cadre simple et lisible** pour améliorer la qualité des enseignes de centres-villes et des zones commerciales. Il s'agit de réduire la densité de publicité aux abords des espaces commerciaux afin **d'améliorer la visibilité des commerces** et encourager une recherche de qualité des enseignes.



### ORIENTATION 2

#### Améliorer la qualité de l'affichage aux abords des espaces patrimoniaux et de nature

Cette orientation vise à **protéger les espaces patrimoniaux** (monuments historiques, sites inscrits), les grands parcs (**parc Georges-Valbon, Butte Pinson**) ainsi que les **quais de Seine et du canal Saint-Denis**. Il s'agit de réduire la publicité à de petits formats, favoriser les enseignes de qualité et réduire la pollution lumineuse nocturne.

#### Le saviez-vous ?

Plaine Commune agit en faveur de la protection de la biodiversité en réduisant les lumières artificielles pendant la nuit aux abords des espaces naturels (parcs, canaux...). Ces zones sont appelées des trames noires.



### ORIENTATION 3

#### Définir un cadre pour les secteurs à haute visibilité

L'orientation vise à proposer une **réglementation adaptée aux enjeux de visibilité** des immeubles de bureaux implantés le long de ces axes à fort trafic (boulevard périphérique, autoroutes A1 et A86).

L'objectif est également de **limiter l'impact de cette publicité sur les quartiers résidentiels** pouvant se trouver à proximité.

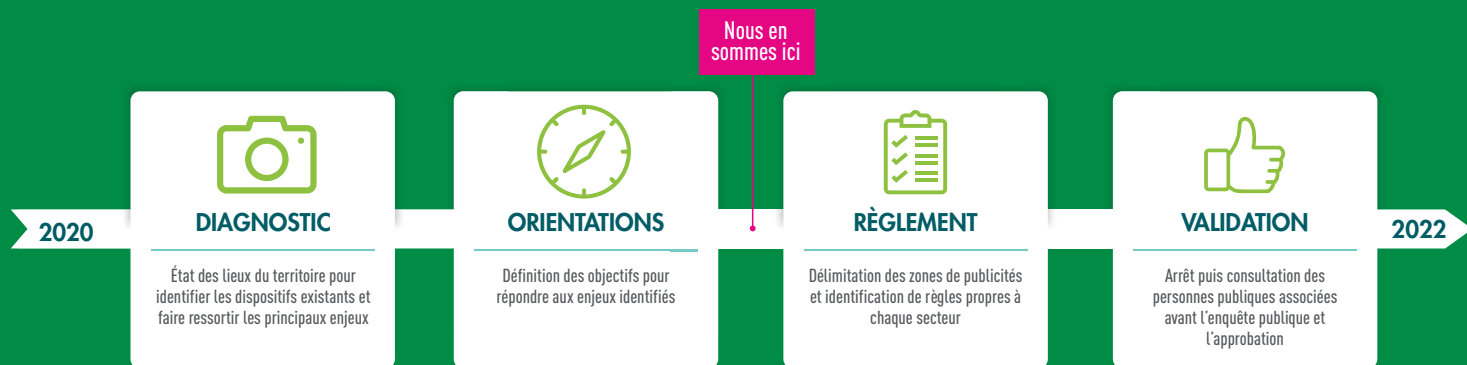


### ORIENTATION 4

#### Accompagner les évolutions urbaines et les grands projets du territoire

Il s'agit d'anticiper les besoins d'affichage temporaire liés aux chantiers d'envergure, notamment ceux des **Jeux Olympiques et Paralympiques 2024** et de **prévenir les besoins générés par les nouveaux réseaux de transports** (futurs lignes 15, 16 et 17, prolongement des métros 12 et 14, prolongement du tramway T8).

# LES ÉTAPES INCONTOURNABLES



## LA CONCERTATION AU CŒUR DU PROJET

Le RLPi de Plaine Commune est élaboré en concertation avec les acteurs concernés (commerçants, professionnels de l'affichage publicitaire, associations environnementales) et avec les habitants du territoire.

### S'informer

- › Articles dans le magazine de Plaine Commune, dans les bulletins municipaux
- › Espace dédié sur le site Internet de Plaine Commune
- › Exposition pédagogique
- › Lettres d'informations
- › Dossier de consultation au siège de Plaine Commune et en mairie

### S'exprimer

- › 4 réunions publiques
- › Registre de concertation disponible au siège de l'EPT Plaine Commune et dans toutes les mairies. Un courriel est aussi à disposition du public : [rlpi@plainecommune.fr](mailto:rlpi@plainecommune.fr)
- › Courrier à adresser au Président de Plaine Commune



## PLUS D'INFOS

Rendez-vous sur :  
[www.plainecommune.fr](http://www.plainecommune.fr)  
[rlpi@plainecommune.fr](mailto:rlpi@plainecommune.fr)  
01 55 93 55 55

Plaine Commune  
21, avenue Jules-Rimet  
93218 Saint-Denis cedex