



DOSSIER DE PRESSE.

Un nouveau règlement local de publicité (RLP), enseignes et pré enseignes pour Paris

Contact presse
Alix Vic Dupont
Service.presse@paris.fr
01 42 76 49 61

SOMMAIRE

- **LA REGLEMENTATION LOCALE** : Liberté d’affichage et protection du cadre de vie et des paysages (page3)
- **LES OBJECTIFS DE LA REVISION** : Conjuguer la protection du patrimoine et la vitalité économique, touristique et culturelle de Paris (page 4)
- **Un règlement pour Paris plus restrictif, ambitieux et véritablement novateur.**
Les principales orientations (page 4)
- **LA PROCEDURE** (page 6)
- **L’APPLICATION DU NOUVEAU REGLEMENT** (page 6)
- **Annexes** (pages 7 à 15)

LA REGLEMENTATION LOCALE : **Liberté d'affichage et protection du cadre de vie et des paysages**

L'affichage publicitaire et les enseignes sont réglementés par le Code de l'environnement, qui contient les dispositions de la loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et pré enseignes

Cette loi a pour objectif de permettre la liberté d'affichage dans le respect du cadre de vie, et donc des paysages urbains. Pour atteindre cet objectif, elle fixe des règles générales qui s'appliquent aux dispositifs de publicité, d'enseignes ou de pré enseignes. Mais elle donne également aux communes la possibilité d'adapter ce « régime général » à leurs spécificités par l'adoption de règlements locaux

Ainsi, en 1986, la Ville de Paris a adopté un règlement local de publicité (RLP) remanié en 1991 et 1994- et toujours en vigueur aujourd'hui.

Le RLP de 1986 instaurait des zones de publicité élargies : dans ces zones, les règles « dérogent » au régime général en étant plus libérales. C'est notamment le cas sur certaines portions du périphérique ou dans certains quartiers qui le bordent.

La municipalité considère que ce règlement, adopté il y a 25 ans, n'est plus satisfaisant au vu des évolutions de la ville et du rapport que les citoyens entretiennent à la présence de la publicité.

Ce règlement va notamment trop loin en introduisant des zones particulièrement permissives qui défigurent le paysage et le cadre de vie. En outre en multipliant les zones et les exceptions, ce règlement est aujourd'hui trop complexe pour en garantir pleinement l'application

En 2007, après 4 années de concertation avec les services de l'Etat et des personnalités qualifiées désignées par la Préfecture, le Conseil de Paris avait voté un nouveau règlement, qui a été attaqué. Considérant que des vices de forme dans la procédure conduite par le préfet, étaient en effet susceptibles de fragiliser l'application du règlement, le maire de Paris a décidé en 2008 de relancer la totalité de la procédure.

La Ville a donc initié une nouvelle révision du règlement, par un vote en Conseil de Paris en juillet 2009, pour mieux conjuguer ses deux spécificités :

- la protection d'un patrimoine exceptionnel
- la vitalité économique, touristique et culturelle de la Capitale

tout en simplifiant les règles pour une plus grande équité entre les quartiers et une application plus facile des acteurs et de l'administration.

LES OBJECTIFS DE LA REVISION :

Conjuguer la protection du patrimoine et la vitalité économique, touristique et culturelle de Paris

La Ville de Paris souhaite permettre l'affichage au sein de son territoire tout en garantissant sa qualité d'insertion dans le paysage urbain parisien.

Ainsi les nouvelles règles vont se traduire par une réduction substantielle du nombre de dispositifs qui devrait réduire d'environ 30% l'impact de la publicité sur le paysage urbain.

Depuis 2001, la Ville de Paris a engagé une politique de requalification de l'espace public sur l'ensemble des 20 arrondissements.

Dans la continuité de l'adoption du Plan Local d'Urbanisme et des opérations de requalification des espaces publics, la révision du RLP est une étape supplémentaire conçue avec la volonté de :

- mieux préserver et mettre en valeur la qualité du paysage architectural et urbain
- améliorer la qualité de l'insertion paysagère de l'affichage et des enseignes en introduisant de nouvelles règles de dimensions et d'espacement des dispositifs
- garantir les ambitions économiques, culturelles et touristiques de la Ville de Paris

Un règlement pour Paris plus restrictif, ambitieux et véritablement novateur.

Les principales orientations

Mettre en place un nouveau zonage avec des règles d'espacement plus contraignantes:

Simplification et harmonisation sur l'ensemble des 20 arrondissements et son périphérique en limitant le nombre de zones et en introduisant une réelle équité entre les 20 arrondissements parisiens.

Suppression des zones de publicité élargies :

Remplacement des 8 zones actuelles par 4 zones de publicités restreintes :

- Une zone couvrant la majeure partie du territoire (ZPRA) : les dispositifs qui supportent les publicités doivent être espacés de 25 mètres
- Une zone pour le périphérique (ZPR B) : les dispositifs doivent être espacés de 60 mètres
- Une zone pour les bords de Seine et les canaux et la butte Montmartre (ZPRC): publicité interdite à l'exception des mâts qui ne peuvent afficher que de la publicité relative à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles, et des colonnes porte affiches réservés, à l'affichage de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives
- Une zone pour secteurs sauvegardés à l'exception de quelques grandes artères commerciales (ZPRD): la publicité y est interdite

Supprimer les 4 par 3

Interdiction absolue des panneaux de 12 m² sur l'ensemble du territoire (suppression de 920 panneaux situés principalement sur le périphérique et dans les quartiers bordant le périphérique). La taille maximale des panneaux sera donc de 8m².

Limiter la surface des Mobiliers urbains d'information

A partir de 2017 limitation des Mobiliers urbains d'information à un format de 2m² (suppression des mobiliers de 8 m²).

Nouveaux périmètres d'interdiction:

- Instaurer pour les établissements scolaires une interdiction de la publicité sur une largeur de 50m dans la rue de part et d'autre de leurs entrées principales (à l'exception des mats et colonnes portes affiches réservés, par décret, à l'affichage des manifestations).
- Pour les bords de Seine, les canaux, la butte Montmartre, interdire la publicité à l'exception des mats et colonnes portes affiches (dont la vocation est strictement encadré par le code de l'environnement et réservés à l'annonce de manifestations).
- Interdire la publicité sur les murs en surplomb des jardins publics, l'interdire ou la réduire fortement à l'intérieur et en surplomb des espaces verts protégés et des jardins partagés.
- Instaurer un périmètre d'interdiction autour des funérariums

Améliorer l'insertion des bâches de chantier

Afin d'inciter le recouvrement des chantiers par des bâches décoratives, il est introduit la possibilité, dans les zones qui le permettent, d'apposer une publicité d'une surface maximale de 16 m², mais à la condition que cette publicité soit entourée d'une composition décorative originale. Cette décoration, qui participera à une meilleure intégration de l'affichage publicitaire qu'elle entoure dans le paysage de la rue, ne pourra être que décorative, et sans rapport avec le message publicitaire.

Dans le cadre des autorisations, la ville sera particulièrement vigilante à la qualité de cette composition décorative et de sa bonne intégration au contexte urbain alentour.

Protéger les citoyens contre les nuisances sonores et lumineuses des enseignes et panneaux publicitaires

En cas de non respect des normes fixées par la loi et en cas de gêne avérée pour le voisinage, il sera demandé l'arrêt de jour comme de nuit.

Limiter la publicité lumineuse

La publicité lumineuse sera désormais restreinte aux toits terrasses.

Limiter la publicité sur les véhicules

16 m² pour les bus et 2m² pour les autres véhicules. Dans tous les cas, la publicité ne pourra pas recouvrir les vitres des véhicules.

Les enseignes et pré enseignes

- Mieux encadrer l'insertion des dispositifs dans l'espace urbain
- Lutter contre les confusions visuelles qu'elles peuvent générer
- Assurer une meilleure lisibilité des activités commerciales
- Perfectionner les règles d'implantation sur les bâtiments
- Adapter aux besoins propres de certains établissements : ex les établissements culturels

LA PROCEDURE

Un groupe de travail a été désigné par arrêté préfectoral du 26 avril 2010. Le Maire de Paris en a délégué la présidence à son adjointe chargée du Patrimoine, Danièle Pourtaud qui en a aussitôt réuni les membres :

- 9 élus représentant du Conseil de Paris
- 9 élus représentant de l'Etat
- un représentant de la Chambre du Commerce et de l'Industrie de Paris
- des représentants de la chambre des métiers et de l'Artisanat de Paris
- des représentants d'associations locales d'usagers
- des représentants d'entreprises de publicité extérieure, de fabricants d'enseignes

Le règlement adopté par le groupe de travail le 11 février 2011 devra recueillir un avis favorable de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites de Paris en formation spécialisée dite « de la publicité » pour être présenté au Conseil de Paris.

Après le vote du Conseil de Paris, le Maire prendra un arrêté permettant l'application du nouveau règlement local de publicité parisien.

Le 13 juillet 2010 était votée la loi Grenelle 2 qui modifie la loi relative aux publicités, enseignes et pré enseignes. Un amendement a introduit la possibilité pour les villes en cours de procédure (30 villes) de poursuivre selon les dispositions de la loi de 1979 avec toutefois l'obligation d'aboutir d'ici le 13 juillet 2011.

L'APPLICATION DU NOUVEAU REGLEMENT

Le règlement sera applicable à compter de l'arrêté du Maire (juillet 2011) pour toute nouvelle implantation.

La loi fixe un délai de mise en conformité de 2 ans.



PRÉFECTURE DE PARIS

DIRECTION DE L'URBANISME,
DU LOGEMENT ET DE L'ÉQUIPEMENT

**Arrêté préfectoral n° 2010-116-1
portant constitution du groupe de travail chargé de l'élaboration
du règlement local de la publicité, des enseignes et préenseignes applicable à Paris**

Le préfet de la région d'Île-de-France,
préfet de Paris
Officier de la Légion d'honneur,
Commandeur de l'ordre national du Mérite

VU le code de l'environnement, et notamment son livre V, titre VIII, chapitre 1^{er}, relatif à la publicité, aux enseignes et préenseignes ;

VU le décret n° 80-923 du 21 novembre 1980 modifié portant règlement national de la publicité en agglomération ;

VU le décret n° 80-924 du 21 novembre 1980 fixant la procédure d'institution des zones de réglementation spéciale prévues aux articles 6 et 9 de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 ;

VU le décret n° 82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes ;

VU les délibérations en date des 6, 7 et 8 juillet 2009 par lesquelles le Conseil de Paris siégeant en formation de conseil municipal demande au préfet de la région d'Île-de-France, préfet de Paris, de constituer un groupe de travail qui préparera les modifications du règlement local de la publicité, des enseignes et préenseignes actuellement en vigueur ;

VU les délibérations en date des 6, 7 et 8 juillet 2009 du Conseil de Paris, siégeant en formation de conseil municipal, portant désignation des représentants de la ville de Paris au sein du groupe de travail ;

VU les demandes de participation au groupe de travail émanant de la chambre de commerce et d'industrie de Paris, de la chambre des métiers et de l'artisanat de Paris, des associations locales d'usagers agréées au titre de l'article L. 121-5 du code de l'urbanisme, des représentants des entreprises de publicité extérieure, des fabricants d'enseignes et des artisans peintres en lettres ;

VU l'avis des organisations professionnelles représentatives des entreprises de publicité extérieure et des fabricants d'enseignes ;

Sur proposition du directeur de l'urbanisme, du logement et de l'équipement,

ARRÊTE :

Article 1^{er} : Le groupe de travail sur la publicité chargé d'étudier la modification du règlement de la publicité, des enseignes et préenseignes de la ville de Paris est ainsi constitué :

Mme Danièle POURTAUD, représentant M. le maire de Paris, présidente.

Membres avec voix délibérative :

Au titre du Conseil de Paris :

Mme Dominique BERTINOTTI, maire du 4^{ème} arrondissement ;

M. Jérôme COUMET, maire du 13^{ème} arrondissement ;

M. Jacques BOUTAULT, maire du 2^{ème} arrondissement ;

M. Alexis CORBIERE, premier adjoint au maire du 12^{ème} arrondissement, conseiller de Paris ;

Mme Karen TAIEB, conseillère de Paris ;

Mme Laurence DOUVIN, conseillère de Paris ;

Mme Claire de CLERMONT-TONNERRE, conseillère de Paris ;

Mme Catherine BRUNO, conseillère de Paris.

Au titre des services de l'Etat :

M. le préfet ou son représentant ;

M. le directeur du service régional en charge de l'équipement et de l'aménagement ou son représentant ;

M. le directeur du service régional en charge des affaires culturelles ou son représentant ;

M. le chef du service départemental en charge de l'architecture et du patrimoine ou son représentant ;

M. le chef du service départemental en charge de l'aménagement et de l'équipement ou son représentant ;

M. le directeur du service déconcentré de l'État en charge de la circulation ou son représentant ;

M. le directeur du service déconcentré de l'État en charge de l'environnement ou son représentant ;

M. le directeur du service déconcentré de l'État en charge du tourisme ou son représentant ;

M. le directeur du service déconcentré de l'État en charge de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ou son représentant.

Membres avec voix consultative

Au titre de la chambre de commerce et d'industrie de Paris :

M. Bernard IRION, vice-président de la délégation de Paris ou son représentant ;

Au titre de la chambre des métiers et de l'artisanat de Paris :

M. Pascal BARILLON, 3^{ème} vice-président ou son représentant ;

Mme Anne LEBREC, chargée de développement économique ou son représentant.

Pour les associations locales d'usagers :

M. Claude BIRENBAUM, président de l'association « Plate-forme des Associations Parisiennes d'Habitants » ou son représentant ;

M. Jean-Louis HANNEBERT, pour l'association « Société pour la Protection des Paysages et de l'Esthétique de la France » ou son représentant ;

Mme Marie-Claude LHOMMET, pour l'association « Sauvegarde et Mise en Valeur du Paris historique » ou son représentant ;

M. Louis Edmond GOUPY, vice-président de l'association « SOS Paris » ou son représentant ;

M. Paul BAYLAC-MARTRES, président de l'association « Union Départementale 75 - Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie (CLCV) » ou son représentant.

Pour les entreprises de publicité extérieure, les fabricants d'enseignes, les artisans peintres en lettres :

M. Philippe BAUDILLON, directeur général de la société CLEAR CHANNEL France ou son représentant ;

M. Pierre-Jean MAUREL, directeur de la société JCDecaux Mobilier Urbain ou son représentant ;

M. François SALMON, directeur Asset et Development de la société CBS OUTDOOR ou son représentant ;

M. Victor SAUVAGET, responsable sécurité et exploitation de la société ACTIF SIGNAL ou son représentant ;

M. Patrice VOILQUÉ, président directeur général de la société BOULEVARD ou son représentant .

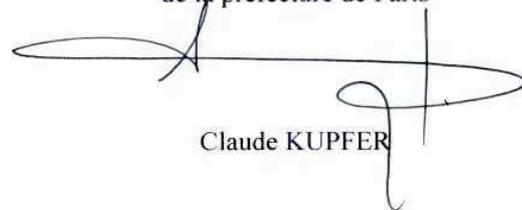
Article 2 : Le présent arrêté est notifié aux personnes et organismes mentionnés à l'article 1^{er} ci-dessus.

Article 3 : Tout recours contre le présent arrêté doit parvenir au tribunal administratif de Paris dans un délai de deux mois à compter de sa notification pour les personnes et organismes auxquels il a été notifié ou à compter de sa publication au recueil des actes administratifs de la préfecture de Paris et de la préfecture de police.

Article 4 : Le préfet, secrétaire général de la préfecture de Paris, le directeur de l'urbanisme, du logement et de l'équipement et le maire de Paris sont chargés de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au recueil des actes administratifs de la préfecture de Paris ainsi qu'au bulletin municipal officiel de la ville de Paris, et consultable sur le site de la préfecture de Paris : www.paris.pref.gouv.fr.

Fait à Paris, le 26 AVR. 2010

Pour le préfet de la région d'Île-de-France,
préfet de Paris
et par délégation,
le préfet, secrétaire général
de la préfecture de Paris

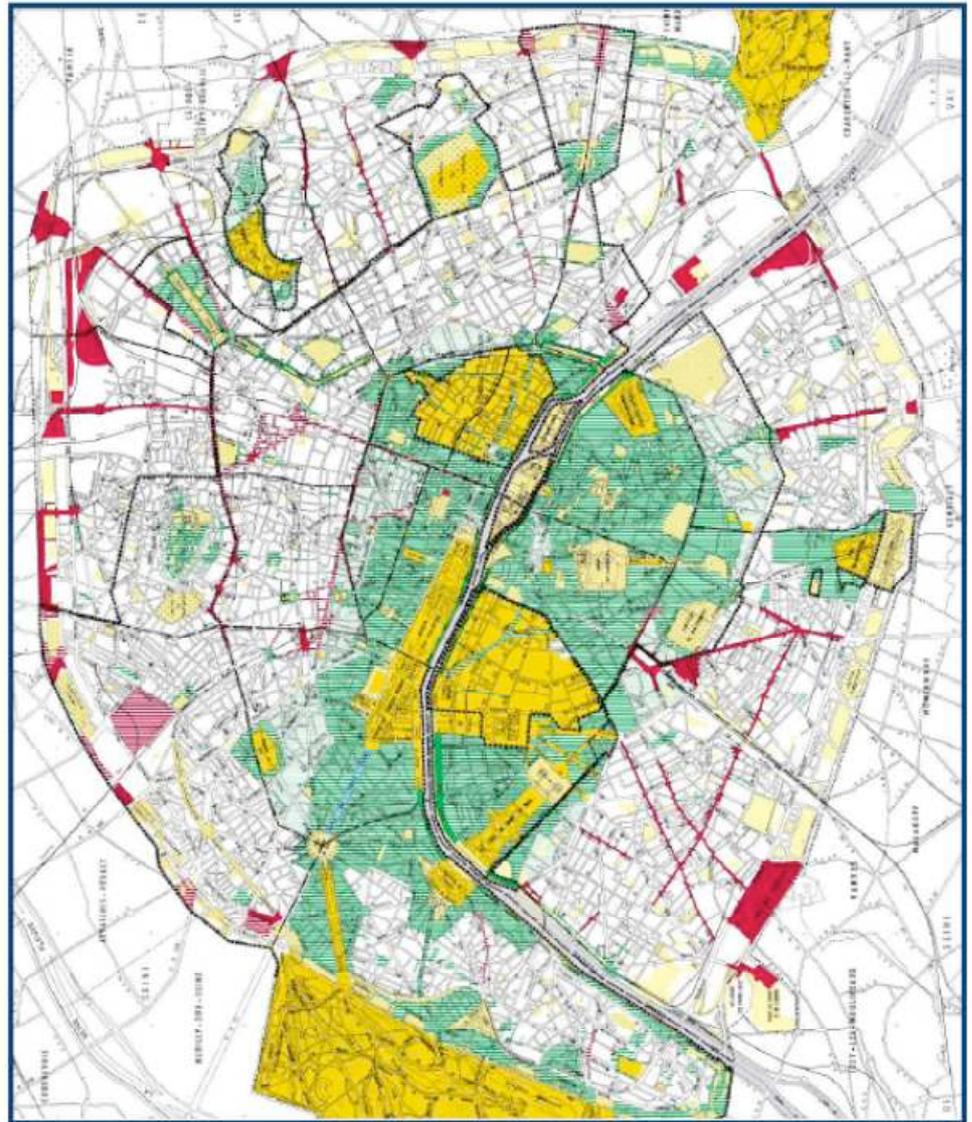


Claude KUPFER

Le zonage de la publicité actuelle

Le règlement municipal instaure actuellement quatre grandes catégories de zonage :

- 1 - un zonage interdisant toute publicité "Zone de Publicité Interdite" (ZPI) ;
- 2 - un zonage instaurant des normes plus strictes que le Code dit "Zone de Publicité Restreinte" (ZPR)
déclinée en 4 sous-secteurs ;
- 3 - un zonage correspondant aux normes du Code dit "Zone de Régime Général" (ZRG) ;
- 4 - un zonage dont les normes sont plus souples que celles du Code dit "Zone de Publicité Élargie" (ZPE) n° 1 et 2.



LES ZONES DE PUBLICITÉ INTERDITE (ZPI)
SITES ET IMMEUBLES CLASSES, SECTEURS SAUVEGARDES
DU MARAIS ET DU 7^e ARRONDISSEMENT.

SITES INSCRITS

ZONES DE PUBLICITÉ INTERDITE : parcs
jardins, squares, comètes, étangs, t.e.p.,
quais bois de la Seine, berges des canaux...

LES ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE (ZPR)

LES ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE

ZONE DE PUBLICITÉ RESTREINTE DES BORDS DE SEINE ET DES CANAUX

ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE N° 3 (ZPR 3).

ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE N° 2 (ZPR 2).

ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE N° 1 (ZPR 1).

LES ZONES DE PUBLICITÉ ÉLARGIE

ZONES DE PUBLICITÉ ÉLARGIE N° 2 (ZPE 2).

ZONES DE PUBLICITÉ ÉLARGIE N° 1 (ZPE 1).

LES ARRONDISSEMENTS I, II, III, IV SONT EN TOTALITÉ DANS LE SITE INSCRIT DE PARIS

— LIMITES D'ARRONDISSEMENTS

..... LIMITES DES SECTEURS SAUVEGARDES

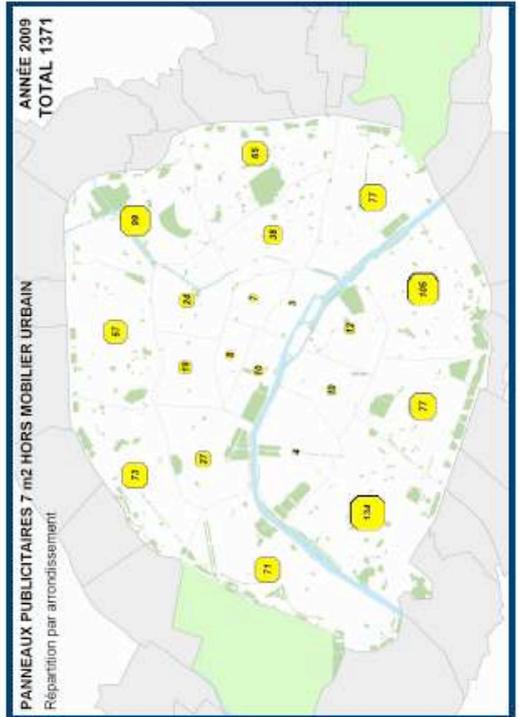
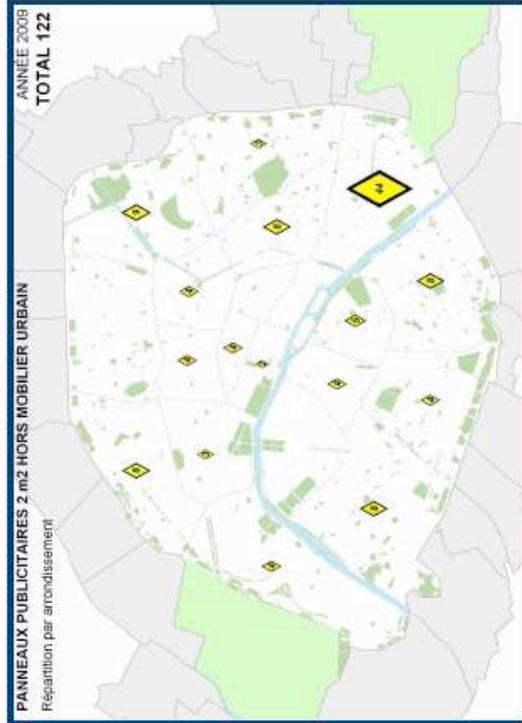
..... LIMITES DU SITE INSCRIT DE PARIS

HORS DES ZONES DÉFINIES PAR LA RÉGLEMENTATION SPÉCIALE (ZPR 1, ZPR 2, ZPE 1, ZPE 2, ZPE 3),
LE TERRITOIRE DE PARIS EST SOUMIS
AUX PRÉSCRIPTIONS DU DÉCRET N° 823 DU 27/11/1980,
PORTANT RÉGLEMENT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ.

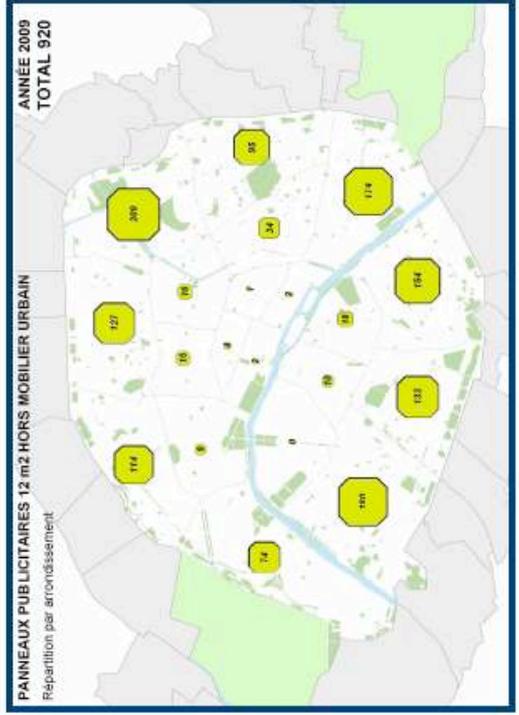
I.4 - État des lieux du parc des publicités parisiennes

a - Les panneaux publicitaires

Paris compte 2 413 panneaux d'une surface comprise entre 2 et 12 m².



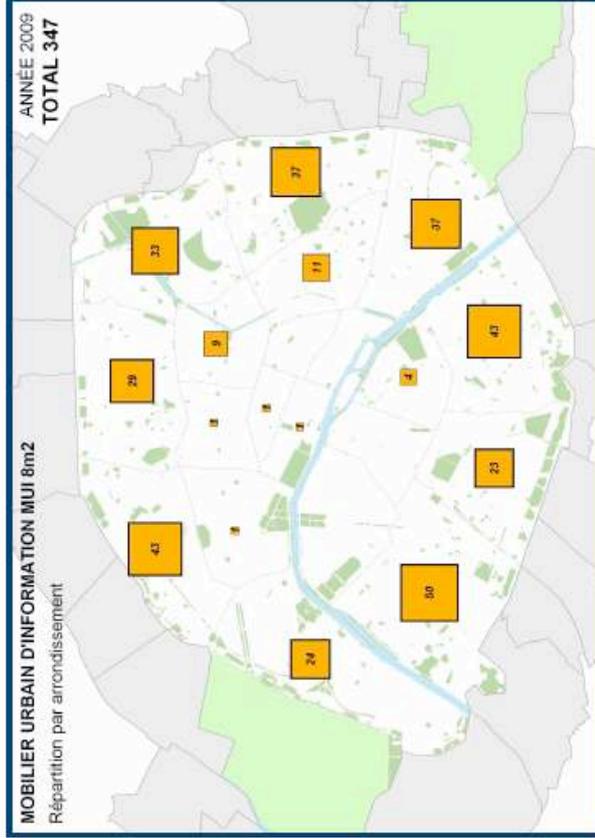
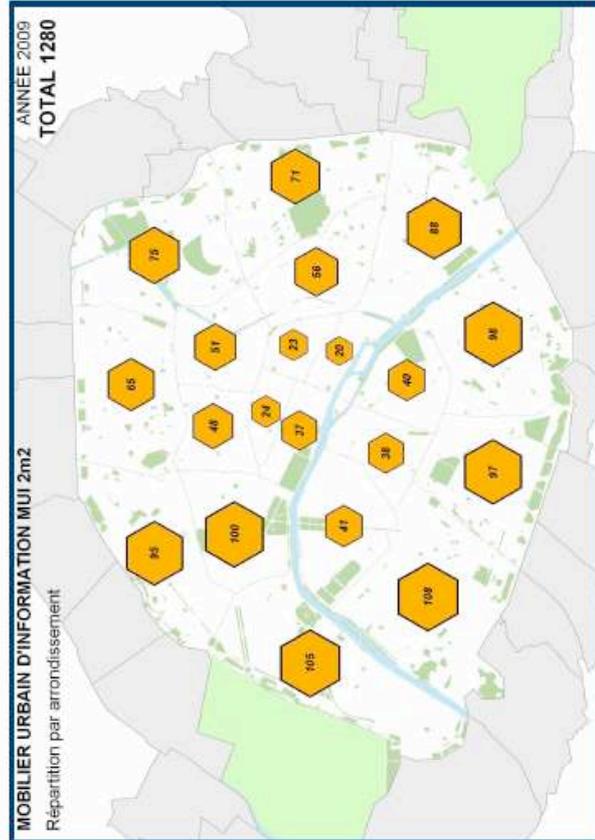
Superficie	
122 x 2 m ² =	244
1371 x 7 m ² =	9 597
920 x 12 m ² =	11 040
Total	20 881



I.4 - État des lieux du parc des publicités parisiennes

Le mobilier urbain

Actuellement, Paris compte 1731 abribus/abritaxis, 1280 MUI 2 m², 347 MUI 8 m², 550 colonnes d'affichage, 700 mâts portables et 390 kiosques.

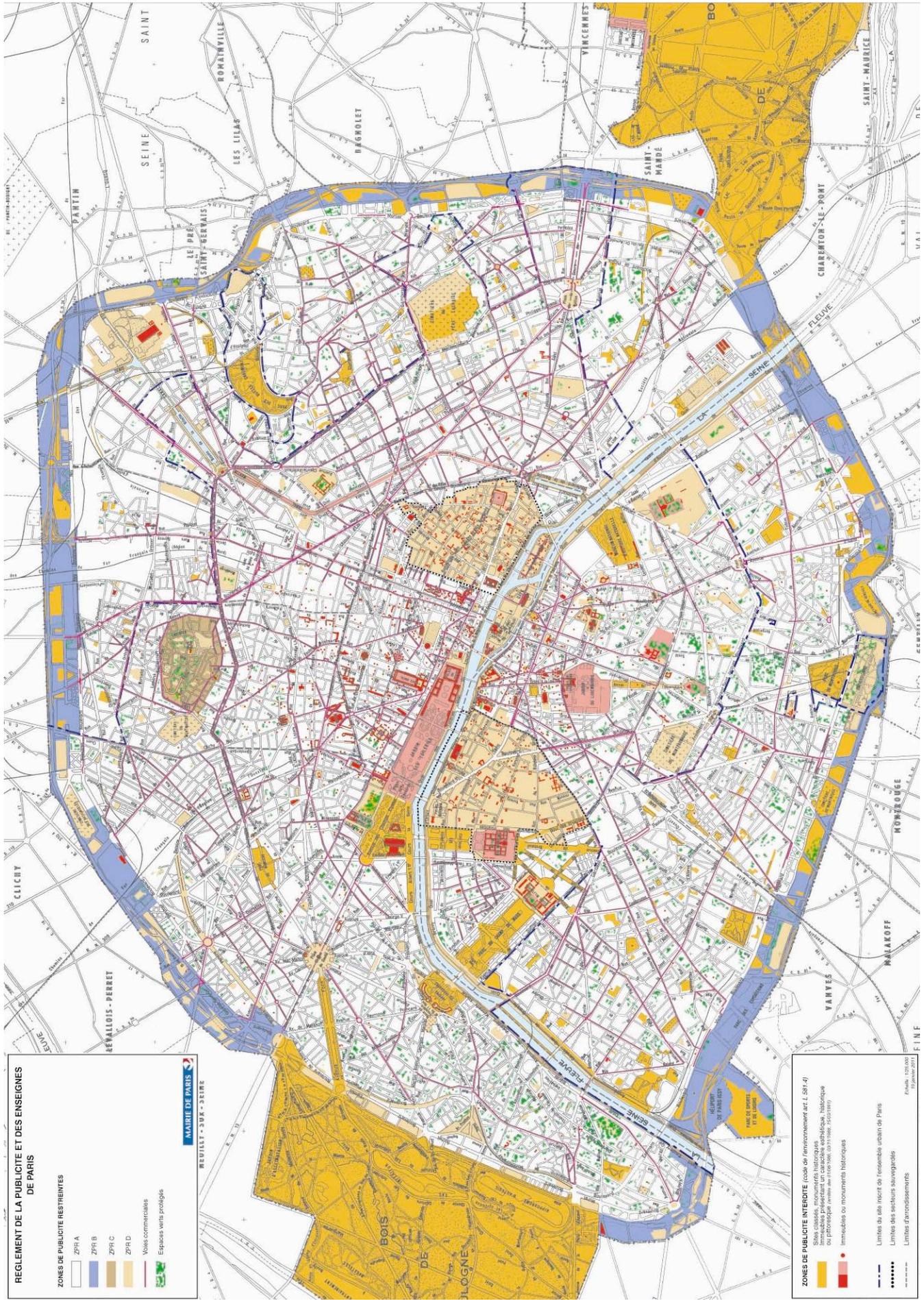


I.4 - État des lieux du parc des publicités parisiennes

C - LES ENSEIGNES

Le droit à l'enseigne est reconnu par la loi, à toute activité commerciale.
On en compte plus de 112 000 sur le territoire parisien et ce pour 65 000 commerces recensés.
1 800 à 2 000 sont autorisées chaque année et un peu plus de 1 200 régularisées.





REGLEMENT DE LA PUBLICITE ET DES ENSEIGNES DE PARIS

ZONES DE PUBLICITE RESTREINTES

- ZPR A
- ZPR B
- ZPR C
- ZPR D
- Voies commerciales
- Espaces verts protégés

Mairie de Paris
BREVILLE - SUR - SEINE

ZONES DE PUBLICITE INTERDITE (code de l'aménagement art. L. 581-4)

- Sites classés, monuments historiques
- Parcs, jardins, sites, historiques, historiques ou pittoresques, monuments, vestiges, historiques ou pittoresques, monuments, vestiges, historiques
- Immédiatité des monuments historiques

Limites du site inscrit de l'ensemble urbain de Paris
Limites des secteurs sauvegardés
Limites d'arrondissements

Échelle: 1/250 000
16/Janvier/2017