



# AFFICHAGE PUBLICITAIRE

## Plus d'harmonisation et de cohérence

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) permet de renforcer les règles nationales du code de l'environnement, déjà très protectrices. Il permet d'aller plus loin dans la réglementation, sans toutefois aboutir à une interdiction générale de publicité, au nom du respect du principe de liberté d'expression.

### → LE RLPi PEUT RÉGLEMENTER 3 TYPES DE SUPPORTS (localisation, format, matériau, implantation...):



#### LES ENSEIGNES

apposées sur un immeuble  
en lien avec l'activité  
qui s'y exerce



#### LES PRE-ENSEIGNES

qui indiquent la proximité  
d'un immeuble où s'exerce  
une activité (présence de flèches  
directives ou d'indications routières  
le plus souvent)



#### LES PUBLICITES,

destinées à informer  
le public ou attirer son  
attention

**⊘ N'entrent pas dans son champ d'action** : les journaux électroniques d'information communaux, les dispositifs placés à l'intérieur de locaux derrière les vitrines, les mobiliers informatifs sans contenu publicitaire (plans de ville, totems de bienvenue dans une commune...)

### → LE RLPi DE GPS&O 3 AXES QUI GUIDENT LA REFLEXION

- Renforcer l'attractivité et le dynamisme des activités commerciales et de services en privilégiant des dispositifs publicitaires de qualité et assortis sur tout le territoire

- Améliorer l'efficacité des installations sur le principe du « moins mais mieux »

- Lutter contre la pollution visuelle et préserver ainsi le patrimoine naturel et bâti en garantissant l'intégration des signalisations dans l'environnement



# LE DIAGNOSTIC

## Recenser les dispositifs existants et enseignes sur le territoire

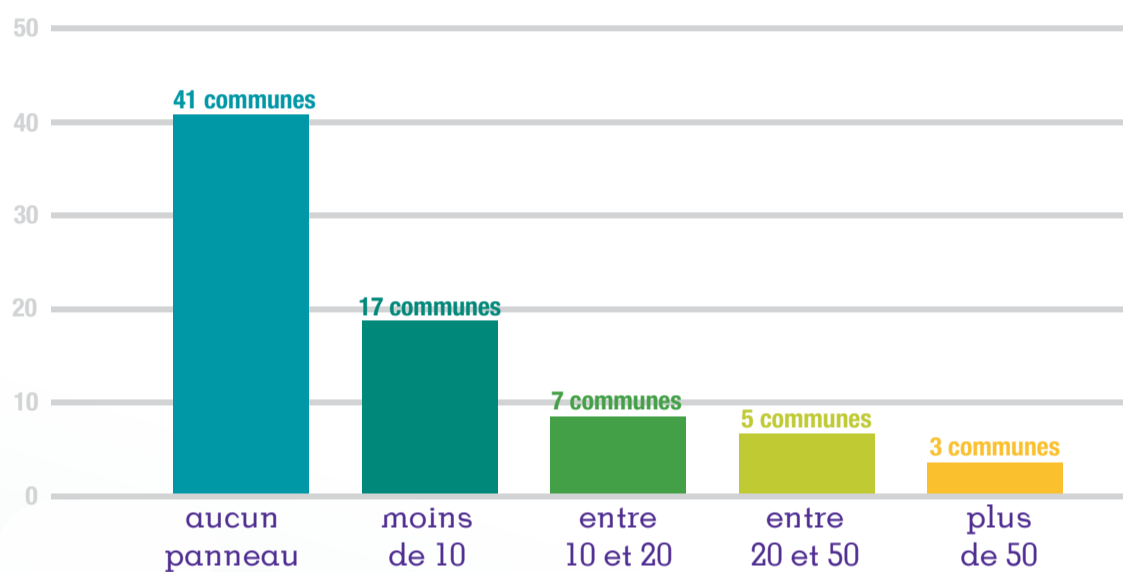
### → SUR LE DOMAINE PRIVÉ : 100% PUBLICITÉ

500 dispositifs sur 32 communes  
90% des installations sont fixées au sol et de grand format (8 ou 12 m<sup>2</sup>)  
Moins de 1% de publicités numériques.  
Sont principalement implantés sur les axes routiers empruntés, aux croisements avec la voie ferrée et à proximité des grandes zones commerciales

### → SUR LE DOMAINE PUBLIC : LE MOBILIER URBAIN

800 dispositifs principalement dans les secteurs d'habitat. Leur fonction de « service public » et le caractère accessoire de la présence publicitaire font qu'ils sont traités différemment dans le RLPi.

### RÉPARTITION DES COMMUNES SELON LE NOMBRE DE PANNEAUX PUBLICITAIRES



### → SUR LES MAGASINS : LES ENSEIGNES

- Dans les centres-villes et les secteurs résidentiels : couleurs sobres, caissons de faible épaisseur ou en lettres découpées, mode d'éclairage discret
- Dans les zones d'activités : généralement en façade, de surface proportionnée par rapport au bâtiment, complétées d'enseignes scellées au sol
- Dans les zones commerciales : sur des bâtiments de plus grande ampleur, dans des espaces principalement dédiés au commerce, destinées à être vues de loin

Diagnostic réalisé en décembre 2020.  
Retrouvez la cartographie sur le site dédié : [rlpi.gpseo.fr](http://rlpi.gpseo.fr)

# EN CONCERTATION

## Chaque avis compte

### → UN TRAVAIL PARTENARIAL

**Avec les communes, les professionnels de l'affichage, les partenaires institutionnels :** une collaboration indispensable à travers des réunions spécifiques, des échanges constructifs, des instances décisionnelles...

**Avec les habitants :** une concertation nécessaire alimentée par un site internet dédié, des publications régulières, des réunions pour échanger, cette exposition, un dossier de concertation consultable dans chaque mairie...

### → DES TYPOLOGIES SE DESSINENT

Le territoire est globalement peu investi par la publicité du fait d'un contexte réglementaire protecteur : le Règlement National de Publicité (RNP) ; des règlements locaux sur 18 communes ; la charte du Parc naturel régional du Vexin français, très restrictive, sur les communes du nord-ouest...

- Communes les plus rurales, notamment celles situées dans le Parc du Vexin français

#### = caractère préservé de presque toute publicité

- Abords des monuments historiques et Sites Patrimoniaux Remarquables (aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine) de Mantes-la-Jolie et Andrésy

#### = quelques dispositifs installés malgré l'interdiction de publicité inscrite dans le Règlement national ; un RLPi peut éventuellement assouplir ces dispositions et admettre des formes très limitées

- Centralités des communes plus urbaines et secteurs dédiés à l'habitat

#### = investis par la publicité mais protégés toutefois par les effets des règlements communaux existants

- Axes routiers les plus empruntés, zones commerciales

#### = secteurs les plus touchés par la publicité et ses nuisances visuelles lorsque les dispositifs, de formes et de tailles différentes, s'accroissent, appelant à davantage de maîtrise pour « aérer » le paysage

### → VOUS AVEZ LA PAROLE !

Partager une vision globale de ce que devrait permettre le RLPi ou bien intervenir sur des sujets plus précis, voire même localisés sur le territoire, chaque contribution est importante. Elle vient nourrir la réflexion des élus de GPS&O pour définir, d'abord de grandes orientations, puis les règlements plus précis à appliquer à chaque zone définie dans le RLPi.

Les moyens pour s'exprimer :

- remplir le formulaire « Je m'exprime » sur le site internet dédié [rlpi.gpseo.fr](http://rlpi.gpseo.fr)
- envoyer un message électronique à [construireensemble@gpseo.fr](mailto:construireensemble@gpseo.fr)
- envoyer un courrier postal au Président de GPS&O, Immeuble Autoneum, rue des Chevries – 78410 Aubergenville

### → POUR S'INFORMER ET PARTICIPER : [RLPI.GPSEO.FR](http://RLPI.GPSEO.FR)

