



Révision du Règlement Local de Publicité

Réunion d'information et de concertation
23 janvier 2018

Révision du Règlement Local de Publicité

Participez à la concertation

Réunion publique d'information et d'échanges

Mardi 23 janvier 2018 à 19h00

Pavillon de l'Arsenal

21 Boulevard Morland 75004 Paris

En présence de :

Jean-Louis Missika, Adjoint à la Maire de Paris, chargé de l'urbanisme, de l'architecture, des projets du Grand Paris, du développement économique et de l'attractivité.

Emmanuel Grégoire, Adjoint à la Maire de Paris, chargé de toutes les questions relatives au budget, au financement et à la transformation des politiques publiques.

Révision du
Règlement
Local de
Publicité

ACCUEIL

Révision du Règlement Local de Publicité

- PASCAL BEAUMARD, Conseil en concertation
Animateur/modérateur de la réunion
- Première réunion d'information et de concertation relative au
Règlement local de publicité
- Une réunion en trois temps :
 1. Une présentation des objectifs : 19h05 – 19h35
 2. Un échange avec vous : 19h35 – 20h50
 3. Une synthèse : 20h50 – 21h00

EN TRIBUNE

Jean-Louis MISSIKA

Adjoint chargé de l'urbanisme, de l'architecture, des projets du Grand Paris et du développement économique et de l'attractivité ;

Emmanuel GREGOIRE

Adjoint chargé du budget, du financement et de la transformation des politiques publiques ;

Véronique LEVIEUX

Adjointe chargée du patrimoine ;

Oanh DO-KHAC

Cheffe de projet RLP, Direction de l'Urbanisme ;

Philippe ZAVOLI

Maître de conférences, Centre de recherche « Pau-Droit Public »
Université de Pau et des pays de l'Adour.

MODALITES DE CONCERTATION

- Information des habitants par la publication d'un avis sur le site internet www.paris.fr et dans un journal municipal (BMO, A Paris).
- **Registre en ligne** en vue de recueillir les contributions du public, qui sera accessible pendant une durée d'au moins trois mois.
- **Deux réunions publiques.**
- Réunion technique avec les professionnels et les associations concernés.



Révision du
Règlement
Local de
Publicité

LE PROJET DE RÉVISION

ORIENTATIONS ET PRINCIPAUX OBJECTIFS

Jean-Louis MISSIKA

Adjoint chargé de l'urbanisme, de l'architecture, des projets du Grand Paris, du développement économique et de l'attractivité.

Emmanuel GREGOIRE

Adjoint chargé du budget, du financement et de la transformation des politiques publiques.

LE RÈGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITÉ

Oanh DO-KHAC

Cheffe de projet RLP, Direction de l'Urbanisme.

Philippe ZAVOLI

Maître de conférence, Centre de recherche « Pau-Droit Public »
Université de Pau et des pays de l'Adour.

- Le champ d'application du RLP.
- La publicité extérieure ; les limites du droit.

LE RÈGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITÉ

- **La réglementation nationale (code de l'environnement) est adaptée au niveau local par un règlement local de publicité.**
- **Qui porte sur la publicité extérieure, visible de toute voie ouverte à la circulation publique.**
- **Dispositifs concernés :**
 - **Publicité** : toute inscription , forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
 - **Enseigne** : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (bâti ou non) et relative à une activité qui s'y exerce.
 - **Préenseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée (régime identique à la publicité).

LE RÈGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITÉ

→ Principaux objectifs d'un RLP

- Adapter la réglementation nationale, dans un sens plus restrictif uniquement.
- Encadrer la publicité dans les zones d'interdiction relative de publicité (L.581-8) :
 - aux abords des monuments historiques (code du patrimoine) ;
 - dans les sites patrimoniaux remarquables (code du patrimoine) ;
 - dans les sites inscrits ;
 - à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 ;
 - dans les parcs naturels régionaux ;
 - dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
 - dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales.







LE RÈGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITÉ

→ Sujets hors RLP

Certains sujets sont hors de du champ d'application d'un RLP :

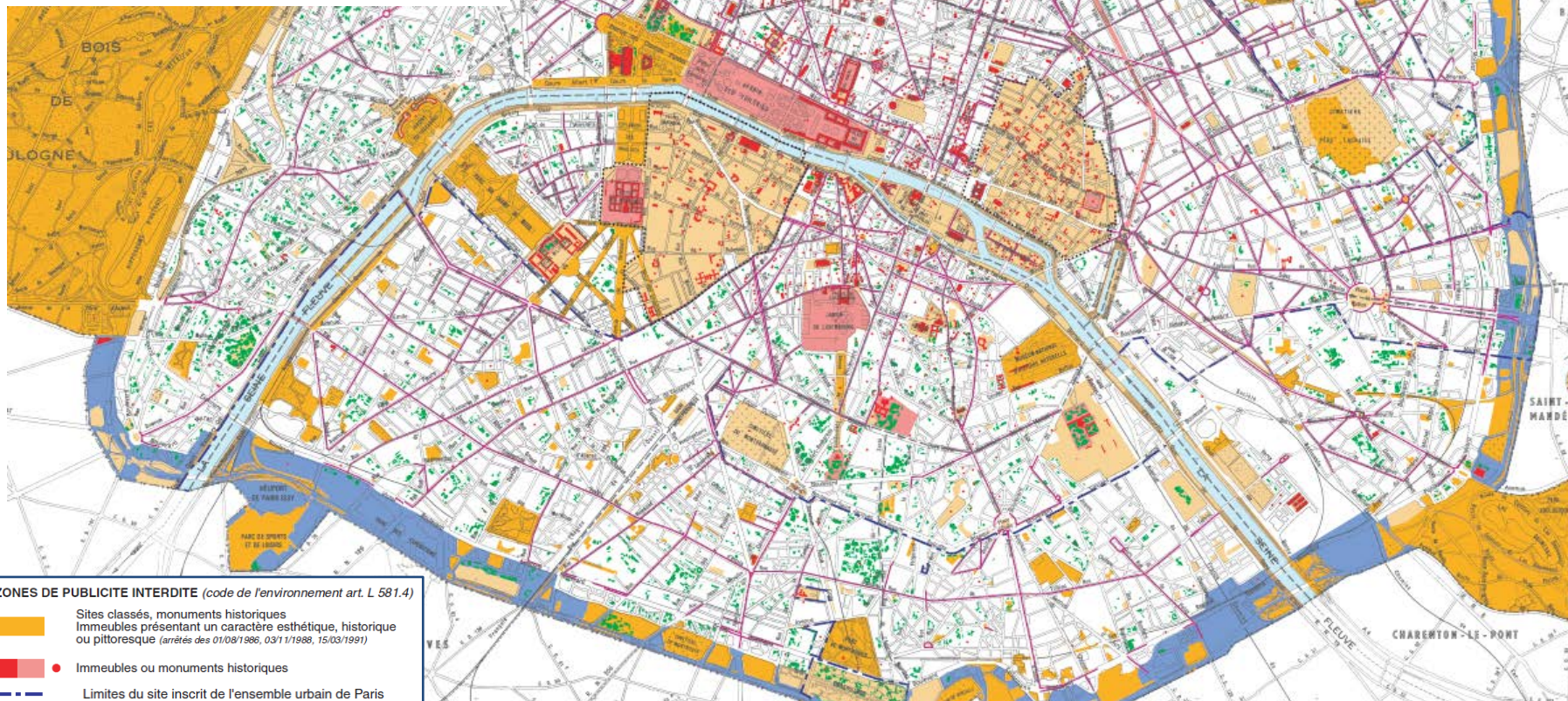
- **Contenu d'un message publicitaire** – encadrement au titre d'autres législations.
- **Sécurité routière** – code de la route.
- **Publicité sur les monuments historiques** – code du patrimoine.
- **Publicité à l'intérieur d'un local qui n'est pas utilisé principalement comme un support de publicité** : métro, parkings souterrains, centres commerciaux, vitrines de commerce en activité.
- **Mobiliers non publicitaires** : journaux électroniques d'information.
- **Publicité olfactive, sonore.**






ZONES DE PUBLICITE RESTREINTE

-  ZPR A
-  ZPR B
-  ZPR C
-  ZPR D
-  Voies commerciales
-  Principaux espaces verts protégés au titre du PLU

★ Principales parcelles protégées au titre du PLU
(figurent sur les plans au 1/5000^{ème} des 20 arrondissements)

REGLEMENT DE LA PUBLICITE ET DES ENSEIGNES



- ### ZONES DE PUBLICITE INTERDITE (code de l'environnement art. L 581.4)
-  Sites classés, monuments historiques
Immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (arrêtés des 01/08/1986, 03/11/1988, 15/03/1991)
 -  Immeubles ou monuments historiques
 -  Limites du site inscrit de l'ensemble urbain de Paris
 -  Limites des secteurs sauvegardés
 -  Limites d'arrondissements

Limite de la révision : le maintien du zonage actuel – 2011.



Typologie

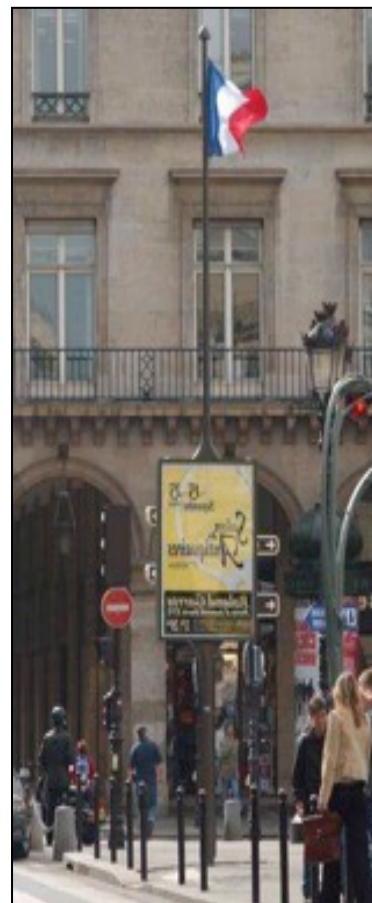


Les abris voyageurs



Les kiosques

Les mâts et colonnes porte-affiches

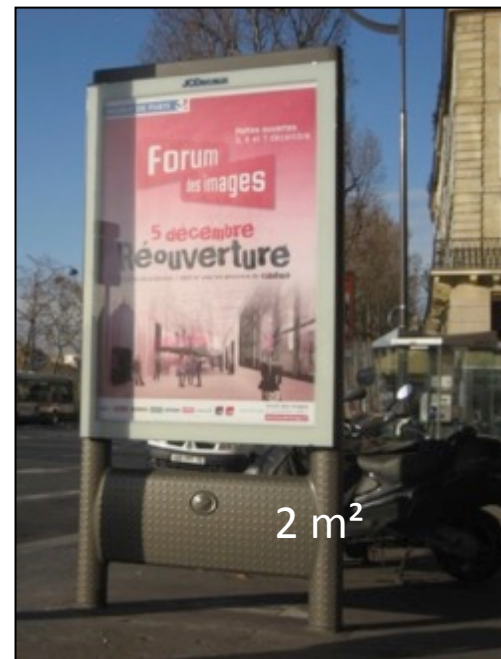




Les mobiliers urbains d'information



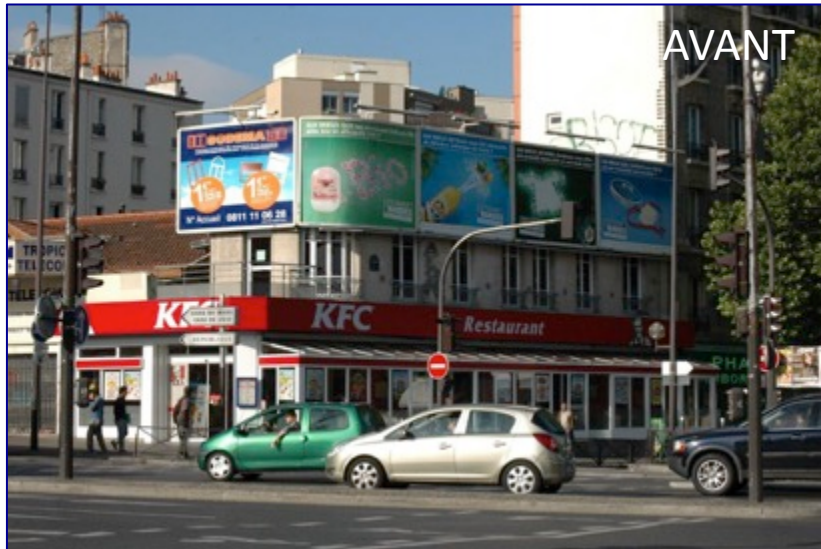
8 m² : Interdits par le RLP
à partir du 31/12/2017



2 m²

AVANT/ APRES

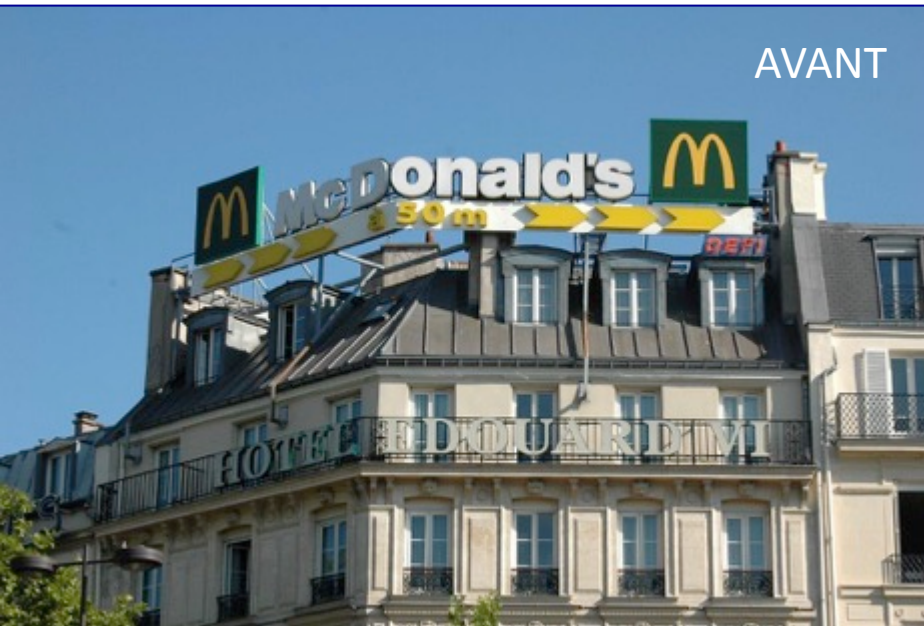
Vers une réduction de l'impact visuel de la publicité



→ **Boulevard Ney** (Porte de Clignancourt – 18^e)

AVANT/ APRES

Vers une réduction de l'impact visuel de la publicité



→ Montparnasse (14^e)

AVANT/ APRES

Vers une réduction de l'impact visuel de la publicité



→ Rue Monge (5^e)

CALENDRIER DE LA RÉVISION DU RLP

- Prescription de la révision par délibération du Conseil de Paris : novembre 2017;
- Réunions de concertation, recueil des contributions / élaboration du projet jusqu'en mai 2018.
- Bilan de la concertation et arrêt du projet : juillet 2018.
- Saisine de la Commission départementales de la nature, des paysages et des sites : été 2018.
- Saisine des Personnes Publiques Associées : octobre 2018.
- Enquête publique : mars 2019.
- Approbation du RLP : Juillet 2019.

Révision du
Règlement
Local de
Publicité

ECHANGES

Révision du
Règlement
Local de
Publicité

SYNTHESE



Révision du Règlement Local de Publicité

Merci de votre participation

<http://revision-rlp-paris.concertationpublique.net>