



Règlement Local de Publicité (RLP) de Château-Thierry

Synthèse des évolutions apportées au projet de RLP de Château-Thierry

Les remarques issues de la consultation des personnes publiques associées, de l'enquête publique et du rapport et des conclusions du commissaire enquêteur justifient quelques modifications mineures du projet de Règlement Local de Publicité, qui ne sont pas de nature à porter atteinte à l'économie générale du projet.

1. Evolutions apportées pour prendre en compte les remarques formulées par la Direction Départementale des Territoires, dans son avis du 8 février 2023

Rapport de présentation

Page 39 Compétence	Ajustement du paragraphe 3.4 Le pouvoir de police
Page 65 Enseignes en toiture (photographie de l'enseigne Carrefour)	Ajustement de la légende de la photographie dans le paragraphe 4.4.2
Page 67 Enseignes en toiture (photographies des enseignes Kiabi et Intersport)	Ajustement de la légende des deux photographies dans le paragraphe 4.4.2
Page 74 Palissades de chantier	Précision apportée dans le paragraphe 6.2.1 pour l'application de la règle relative aux palissades de chantier par surface unitaire
Page 78 Vitrophanies	Précision apportée dans le paragraphe 6.3.1 pour l'application de la règle relative à la vitrophanie : enseignes apposées à l'extérieur des vitrines

Règlement

Article P.I Palissades (préciser si la surface est unitaire)	Précision apportée à l'article P.I : « La surface unitaire de la publicité sur palissades de chantier est inférieure ou égale à 4,70 mètres carrés. »
Article P.J Publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines (deux dispositions identiques)	Suppression de la disposition « La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines est éteinte pendant les horaires de fermeture de l'établissement ». La disposition « La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines est éteinte lorsque l'établissement est fermé » est seule conservée.
Articles P.1.5, P.2.7 et P.3.6 (application de la règle à préciser)	Précisions apportées dans les articles P.1.5, P.2.7 et P.3.6. pour indiquer qu'un seul dispositif lumineux de 1 m ² maximum par vitrine est admis
Article E.H Enseignes temporaires interdites sur façades non aveugles	Mention supprimée
Articles E.1.5; E.2.5 et E.3.3 Chevalets	Précision apportée dans le glossaire
Article E.3.4 Inscriptions publicitaires	Rédaction modifiée : la disposition « Les inscriptions publicitaires sont interdites est remplacée par « La citation des marques de produits est interdite ».

2. Evolutions apportées suite aux remarques formulées lors de l'enquête publique

Règlement

Observation n°2 (Union de la Publicité Extérieure) 1.1 Horaires d'extinction – demande de modification	Ajustement des horaires d'extinction à 23h-7h, notamment pour une meilleure cohérence avec le plan lumière de la Ville : modification des articles P.J. et E.K.
Observation n°2 (Union de la Publicité Extérieure) 1.1 Publicité lumineuse – demande de suppression	Suppression de la disposition « Aucune publicité lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif, ou porter atteinte à l'environnement. »

Rapport de présentation

Observation n°2 (Union de la Publicité Extérieure) 1.1 Horaires d'extinction – demande de modification	Ajustement, dans la partie explication des choix du rapport de présentation, des horaires d'extinction à 23h-7h, notamment pour une meilleure cohérence avec le plan lumière de la Ville
Observations n°2, 4 et 6 (Union de la Publicité Extérieure, Syndicat National de la Publicité Extérieure, Cadres Blancs) : demande d'introduction de la publicité à 10,5 m ²	Précision dans le paragraphe 6.2.3 du rapport de présentation : La réduction de la surface des dispositifs publicitaires à 4,7 m ² répond à la volonté d'assurer une meilleure intégration des dispositifs publicitaires dans l'environnement proche, tout en assurant la lisibilité des messages. Les dimensions des dispositifs retenus dans le RLP permettront aux entreprises de communiquer tout en améliorant le paysage urbain. Parallèlement à la définition des règles du RLP permettant une diminution de l'impact visuel de la publicité, un travail est aujourd'hui engagé, dans les zones d'activités, sur la végétalisation, le mobilier urbain, l'esthétisme des bâtiments, etc. pour renforcer leur attractivité.