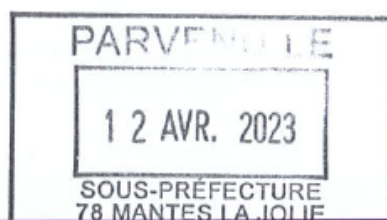


RLPi

Construire ensemble
Grand Paris Seine & Oise



I – RAPPORT DE PRÉSENTATION



RLPi APPROUVÉ VU POUR ÊTRE ANNEXÉ À LA
PRÉSENTE DÉLIBÉRATION DU CONSEIL
COMMUNAUTAIRE EN DATE DU 06 AVR. 2023

Le Président,

Cécile ZAMMIT-POPESCU



SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
PREAMBULE : LE CADRE GENERAL.....	7
A. DONNEES INSTITUTIONNELLES	7
1. <i>L'institution, les compétences.....</i>	7
2. <i>Situation géographique, population.....</i>	9
3. <i>Agglomération et appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants</i>	11
B. BREF PORTRAIT DU TERRITOIRE	13
1. <i>Accessibilité et desserte du territoire.....</i>	14
2. <i>Dynamisme économique et commercial.....</i>	16
► 1^{ère} PARTIE : DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE	
I. CARACTERISTIQUES DU TERRITOIRE DU POINT DE VUE DE LA REGLEMENTATION DE L’AFFICHAGE	23
A. CARACTERISTIQUES PAYSAGERES	23
1. <i>Les composantes paysagères.....</i>	23
2. <i>Les sites sensibles du point de vue de la réglementation de l’affichage.....</i>	25
B. CARACTERISTIQUES PATRIMONIALES.....	29
1. <i>Les monuments historiques</i>	29
2. <i>Les sites patrimoniaux remarquables.....</i>	32
3. <i>La démarche patrimoine du PLUi.....</i>	34
II. RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ COMMUNAUX.....	37
A. NOMBRE ET TYPOLOGIE DES ZONES.....	37
B. POINTS DE CONVERGENCE ENTRE LES REGLEMENTATIONS COMMUNALES.....	38
C. MESURES OBSOLETES OU ILLEGALES QUI NE PEUVENT ETRE RECONDUITES PAR LE REGLEMENT INTERCOMMUNAL.....	39
III. REGLEMENTATION NATIONALE APPLICABLE AU TERRITOIRE EN L’ABSENCE DE RLP.....	43
A. REGLEMENTATION NATIONALE APPLICABLE AUX PUBLICITES ET AUX PREENSEIGNES	43
1. <i>Interdictions de publicité</i>	45
2. <i>Règles nationales applicables à l’ensemble des secteurs agglomérés du territoire</i>	48
3. <i>Règles nationales applicables aux agglomérations appartenant à l’unité urbaine de Paris et aux agglomérations de plus de 10 000 habitants</i>	49
4. <i>Règles nationales applicables aux agglomérations n’appartenant pas à l’unité urbaine de Paris.....</i>	55
B. REGLEMENTATION NATIONALE APPLICABLE AUX ENSEIGNES	58
C. REGIME DES AUTORISATIONS ET DECLARATIONS PREALABLES	61
1. <i>Publicité</i>	61
2. <i>Enseignes</i>	62
IV. ETAT DU PARC EXISTANT DES PUBLICITES, ENSEIGNES ET PREENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE.....	63
A. LE PARC DES PUBLICITES ET PREENSEIGNES	63
1. <i>Sur domaine privé.....</i>	63
2. <i>Présence de publicité dans les lieux protégés.....</i>	66
3. <i>Sur domaine public</i>	69
B. LE PARC DES ENSEIGNES	71
1. <i>Les enseignes traditionnelles.....</i>	71
2. <i>Les enseignes des zones d’activités</i>	72
3. <i>Les enseignes des zones commerciales.....</i>	74
C. LA PERCEPTION DE LA PUBLICITE	76
1. <i>Impact visuel des dispositifs publicitaires</i>	76
2. <i>Les lieux investis par la publicité</i>	77

I. OBJECTIFS DEFINIS PAR LA DELIBERATION DE PRESCRIPTION.....	83
II. ORIENTATIONS GENERALES.....	85
III. JUSTIFICATIONS DE LA REGLEMENTATION LOCALE.....	89
A. DELIMITATION DES ZONES DE PUBLICITE.....	89
1. <i>La zone de publicité 1 (ZP1)</i>	89
2. <i>La zone de publicité 2 (ZP2)</i>	90
3. <i>La zone de publicité 3 (ZP3)</i>	92
4. <i>La zone de publicité 4 (ZP4)</i>	94
B. REGLES LOCALES APPLICABLES AUX PUBLICITES ET PREENSEIGNES	96
1. <i>Principes communs à toutes les zones de publicité</i>	96
2. <i>Règles locales applicables en zone de publicité 1.....</i>	101
3. <i>Règles locales applicables en zone de publicité 2.....</i>	102
4. <i>Règles locales applicables en zone de publicité 3.....</i>	107
5. <i>Règles locales applicables en zone de publicité 4.....</i>	110
C. REGLES LOCALES APPLICABLES AUX ENSEIGNES	113
1. <i>Principes communs à l'ensemble du territoire.....</i>	114
2. <i>Règles locales applicables dans les lieux d'interdiction légale de publicité, en zone de publicité 1 et en zone de publicité 2b.....</i>	116
3. <i>Règles locales applicables hors agglomération et en zone de publicité 2</i>	122
4. <i>Règles locales applicables en zones de publicité 3 et 4.....</i>	124
CONCLUSION.....	127

INTRODUCTION

Conformément à l'article L. 581-14 du code de l'environnement, l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) compétent en matière de plan local d'urbanisme (PLU) peut élaborer sur l'ensemble de son territoire un règlement local de publicité (RLP). Créée le 1^{er} janvier 2016, la communauté urbaine Grand Paris Seine et Oise (GPS&O) est un EPCI regroupant 73 communes, compétent en matière de PLU, et donc de RLP.

18 communes ont fait le choix d'adapter la réglementation nationale de l'affichage (code de l'environnement) à leur contexte local spécifique et se sont dotées d'un règlement local de publicité. Cela témoigne de leur attention particulière à la préservation du cadre de vie et à la lutte contre les nuisances visuelles qui peuvent être générées par l'affichage publicitaire ou les enseignes.

Ces réglementations communales ont été élaborées entre 1984 et 2015. Or, pour les plus anciennes, des évolutions juridiques notables ont, depuis, bouleversé le droit de l'affichage extérieur :

- la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 a profondément modifié les règles nationales applicables aux publicités et aux enseignes, que ce soit pour réglementer de nouvelles formes d'affichage (ex : la publicité « numérique ») ou pour durcir les règles relatives aux conditions d'installation des enseignes ;
- la même loi Grenelle II a modifié le régime juridique des règlements locaux de publicité, qu'il s'agisse des procédures d'élaboration (identiques à celles des PLU) ou de leur « habilitation » réglementaire (suppression des possibilités de déroger à l'interdiction de publicité hors agglomération notamment) ;
- la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (loi LCAP) a fortement étendu le régime des interdictions de publicité aux abords des monuments historiques ;
- la loi du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique a repoussé au 13 juillet 2022 la date de caducité automatique des RLP *ante*-Grenelle des communes membres d'un EPCI ayant engagé l'élaboration d'un RLP intercommunal. Cette caducité des RLP communaux, initialement fixée en 2020 par la loi Grenelle II, aurait pour conséquence la perte des protections instaurées et la perte des pouvoirs de police des treize maires concernés au profit du préfet ;
- la loi Climat et Résilience de 22 août 2021 permet désormais à un RLP d'encadrer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'une vitrine commerciale.

En conséquence, la communauté urbaine Grand Paris Seine et Oise a engagé, par délibération du conseil communautaire du 12 décembre 2019, l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) sur le territoire des 73 communes membres.

Le RLPi est un outil de protection du cadre de vie et de la qualité paysagère du territoire communautaire, qui doit également prendre en compte les besoins en communication des acteurs économiques, notamment des nombreux commerces et activités installés sur le territoire.

Le présent rapport de présentation expose le diagnostic territorial qui a permis de dégager les orientations du RLPi, en explique et en justifie les choix.

Il s'agit d'une pièce maitresse du règlement local de publicité qui comprend également les pièces suivantes :

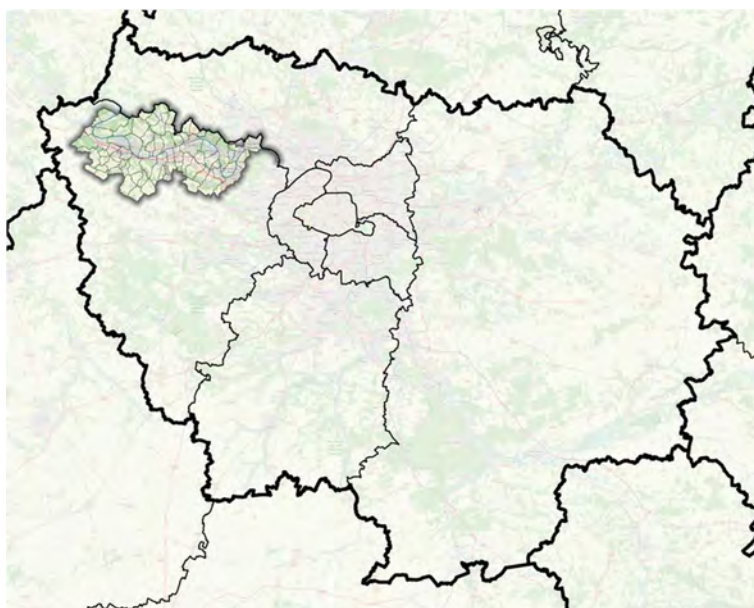
- un règlement (dispositions réglementaires) ;
- un plan de délimitation des zones de publicité réglementée ;
- des annexes : un plan des lieux d'interdiction légale et réglementaire de publicité, les arrêtés municipaux fixant les limites des agglomérations, et les chartes communales de devantures.

PREAMBULE : LE CADRE GENERAL

A. Données institutionnelles

1. L'institution, les compétences

Grand Paris Seine et Oise (GPS&O), Communauté urbaine située au nord du département des Yvelines, dans la grande couronne de la région Île-de-France, a été créée le 1^{er} janvier 2016 dans le cadre de la loi du 7 août 2015 portant sur la Nouvelle organisation territoriale de la république (loi NOTRe).



GPS&O dans la région Île-de-France

Issue de la fusion entre 6 intercommunalités du nord des Yvelines, GPS&O s'inscrit dans la continuité des réflexions engagées en 2015 avec la création d'un syndicat mixte, le pôle métropolitain Grand Paris Seine Aval.

Le territoire de la Communauté urbaine s'étend sur 500 km² et regroupe plus de 410 000 habitants (chiffres Insee RGP 2017) répartis sur 73 communes, structurées en pôles urbains, villes intermédiaires et communes rurales. En nombre de communes, il s'agit de la plus grande Communauté urbaine de France.



Les 73 communes membres de GPS&O

Les compétences principales de la Communauté urbaine sont les suivantes :

- La collecte et le traitement des déchets ;
- L'énergie avec une feuille de route transition énergétique et le plan climat air énergie territorial (PCAET) approuvé le 12 décembre 2019 ;
- Le développement urbain et la protection du patrimoine bâti : plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) approuvé le 16 janvier 2020 ;
- L'habitat et le logement avec le programme local de l'habitat intercommunal (PLHi) approuvé le 14 février 2019 pour la période 2018-2023 ;
- La politique publique de l'eau (production et distribution de l'eau potable, assainissement des eaux usées et gestion des eaux pluviales) ;
- L'environnement et la biodiversité ;
- La conception, l'entretien et les usages des espaces publics ;
- Le développement économique : zones d'activités, actions de développement économique ;
- Le soutien et aides aux établissements d'enseignement supérieur et à la recherche ;
- La gestion des aires d'accueil des gens du voyage ;
- La gestion des risques et pollutions ;
- La transition énergétique : Agenda 21 élaboré par certaines de ses communes ;
- Les établissements culturels et sportifs reconnus d'intérêt communautaire.

Par son objectif général de protection des paysages et d'amélioration du cadre de vie des habitants du territoire, le RLPi s'inscrit en complémentarité d'autres initiatives et documents mis en place par Grand Paris Seine et Oise, par les communes membres ou d'autres collectivités, notamment :

- le PLUi approuvé le 16 janvier 2020 ;
- les sites patrimoniaux remarquables (SPR) de Mantes-la-Jolie et Andrézy ;
- la charte du parc naturel régional du Vexin français (en cours de révision) ;
- le plan climat air énergie territorial (PCAET) arrêté le 12 décembre 2019 ;
- le schéma d'aménagement et de développement équilibré des Yvelines ;
- le schéma directeur régional d'Île-de-France 2030 (SDRIF) ;
- le plan de déplacements urbains d'Île-de-France (PDU) ;
- les programmes « Action cœur de ville » (Mantes-la-Jolie/Limay, Les Mureaux, Poissy).

2. Situation géographique, population

La Communauté urbaine Grand Paris Seine et Oise se situe dans la partie francilienne de la basse vallée de la Seine, à environ 15 km à l'ouest de Paris et à une soixantaine de kilomètres de Rouen. Sa position privilégiée sur l'axe Paris-Rouen-Le Havre lui confère des perspectives d'échanges économiques importants à l'échelle interrégionale.

La Seine est l'élément structurant du territoire, de caractère « polycentrique ». L'activité en vallée de Seine remonte au Moyen-Âge. Des villes-ponts se sont très tôt développées de part et d'autre du fleuve : Mantes/Limay, Les Mureaux/Meulan-en-Yvelines, Poissy/Achères. Avec Conflans-sainte-Honorine, ce sont aujourd'hui les principaux bassins de vie qui structurent l'urbanisation diffuse du territoire le long de la Seine.

Aubergenville et Gargenville constituent des pôles secondaires.

Avec plus de 410 000 habitants, GPS&O est la communauté urbaine la plus peuplée de France. Elle représente en 2017 près d'un tiers de la population yvelinoise (environ 1 437 000 yvelinois) et 3,4% de la population de la région Île-de-France (plus de 12 millions de franciliens).

Entre 1968 et 2013, la croissance démographique continue fait gagner à GPS&O près de 170 000 habitants. L'essor industriel des Trente Glorieuses entre 1968 et 1975, puis la périurbanisation entretiennent cette croissance, à un rythme cependant décroissant.

Depuis les années 1990, GPS&O est confrontée à une baisse de l'attractivité résidentielle : le solde migratoire, positif sur la période 1982-1990, s'est inversé. Néanmoins, le solde naturel, supérieur à ceux du département et de la région, vient compenser cette baisse d'attractivité, maintenant un certain dynamisme démographique et démontrant l'attachement des habitants à leur territoire.

Par ailleurs, GPS&O porte une population plus jeune qu'à l'échelle du département des Yvelines ou de la région Île-de-France, avec près de 40% de moins de 30 ans et seulement 18,9% de plus de 60 ans. La population connaît cependant un vieillissement progressif - qui correspond à la tendance nationale.

La commune la plus peuplée, Mantes-la-Jolie, compte 44 227 habitants, tandis que Poissy, Conflans-Sainte-Honorine et Les Mureaux comptent chacune entre 32 000 et 38 000 habitants. Sur les 73 communes du territoire, 14 communes comptent plus de 10 000 habitants, seuil significatif en droit de l'affichage extérieur : Achères, Andrésy, Aubergenville, Carrières-sous-Poissy, Chanteloup-les-Vignes, Conflans-Sainte-Honorine, Les Mureaux, Limay, Mantes-la-Jolie, Mantes-la-Ville, Poissy, Triel-sur-Seine, Verneuil-sur-Seine et Vernouillet.

communes	population (INSEE 2018)	communes	population (INSEE 2018)	communes	population (INSEE 2018)
Achères	21098	Fontenay-Mauvoisin	387	Mézy-sur-Seine	2282
Les Alluets-le-Roi	1207	Fontenay-Saint-Père	968	Montalet-le-Bois	312
Andrésy	13078	Gaillon-sur-Montcient	671	Morainvilliers	3027
Arnouville-lès-Mantes	941	Gargenville	7490	Mousseaux-sur-Seine	680
Aubergenville	11974	Goussenville	625	Les Mureaux	32949
Auffreville-Brasseuil	649	Guernes	1078	Nézel	1041
Aulnay-sur-Mauldre	1137	Guerville	2162	Oinville-sur-Montcient	1069
Boinville-en-Mantois	292	Guitrancourt	619	Orgeval	6479
Bouafle	2177	Hardricourt	2392	Perdreauville	635
Breuil-Bois-Robert	741	Hargeville	446	Poissy	38313
Brueil-en-Vexin	696	Issou	3997	Porcheville	3193
Buchelay	3111	Jambville	815	Rolleboise	386
Carrières-sous-Poissy	16248	Jouy-Mauvoisin	556	Rosny-sur-Seine	6658
Chanteloup-les-Vignes	10341	Jumeauville	609	Sailly	367
Chapet	1339	Juziers	3873	Saint-Martin-la-Garenne	952
Conflans-Sainte-Honorine	35656	Lainville-en-Vexin	782	Soindres	682
Drocourt	562	Limay	17147	Le Tertre-Saint-Denis	125
Ecquevilly	4205	Magnanville	6104	Tessancourt-sur-Aubette	1041
Épône	6500	Mantes-la-Jolie	44227	Triel-sur-Seine	12081
Évecquemont	788	Mantes-la-Ville	20499	Vaux-sur-Seine	4929
La Falaise	590	Médan	1356	Verneuil-sur-Seine	15982
Favrieux	149	Méricourt	408	Vernouillet	10077
Flacourt	178	Meulan-en-Yvelines	9005	Vert	835
Flins-sur-Seine	2419	Mézières-sur-Seine	3707	Villennes-sur-Seine	5331
Follainville-Dennemont	2131				

3. Agglomération et appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

L'agglomération est une notion fondamentale en droit de l'affichage extérieur puisque, hormis certaines possibilités restreintes (préenseignes dérogatoires principalement), toute publicité est interdite hors agglomération, sans que le RLPi puisse y déroger (à l'exception des établissements commerciaux situés hors agglomération et exclusifs de toute habitation – GPS&O n'étant pas concernée).

En matière d'enseignes, la situation en ou hors agglomération n'a d'incidence que pour celles scellées au sol (surface unitaire limitée à 6m² hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, au lieu de 12m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants – article R. 581-65 du code de l'environnement).

L'agglomération est définie par l'article R. 110-2 du code de la route comme un *« espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde »*.

Les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération sont des annexes obligatoires du RLPi. Toutefois, concernant la délimitation des agglomérations, la jurisprudence a pu préciser que le positionnement des panneaux limitant les entrées et sorties d'agglomération n'avaient qu'une valeur de présomption du caractère aggloméré des lieux : en droit de l'affichage extérieur, c'est la réalité physique des lieux qui prime.

Ainsi, le plan de zonage du RLPi se fonde sur la réalité physique des agglomérations : les lieux situés hors agglomération seront exclus du zonage.

Les espaces non agglomérés représentent au moins 70% du territoire de GPS&O, le territoire étant caractérisé par ses nombreux espaces naturels.



A contrario, seul 30% du territoire correspondent à des secteurs urbanisés (zones U du PLUi) : c'est à l'intérieur de ces 30% que sont délimitées les zones de publicité du RLPi.

Autre particularité du territoire, qui emporte des conséquences notables en droit de l'affichage extérieur : l'appartenance ou non des agglomérations à **une unité urbaine de plus de 100 000 habitants**.

Notion définie par l'Insee, une unité urbaine est une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Tout comme la notion d'agglomération, la distinction entre communes appartenant ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants est également primordiale, les règles nationales applicables étant très différentes dans un cas ou dans l'autre.

Le code de l'environnement édicte des règles restrictives à l'installation de publicité dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (la publicité scellée au sol y est notamment interdite). Au contraire, pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants et celles appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les possibilités d'installation de publicité correspondent aux normes nationales maximales.

33 communes appartiennent à l'unité urbaine de Paris, laquelle compte bien plus de 100 000 habitants. Règlementairement, l'unité urbaine de Paris dépassant le seuil de 800 000 habitants, cela « contraint » le RLPi à définir une règle locale d'extinction nocturne des publicités et préenseignes lumineuses.

Les 40 autres communes n'appartiennent pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Des unités urbaines autres que celle de Paris existent sur le territoire (celles de Septeuil et d'Aubergenville), mais aucune ne compte plus de 100 000 habitants.

En revanche, Aubergenville, en tant que commune de plus de 10 000 habitants est soumise au même régime que celui des 33 communes en unité urbaine de Paris, et ce, même si elle ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, en vertu des articles R.581-26, -31, -32 et -34 du code de l'environnement



De fait, par la réglementation nationale, le territoire de GPS&O est largement préservé de l'installation de publicités :

- toute publicité est interdite dans 70% du territoire correspondant aux lieux situés hors agglomération ;
- dans les 30% restants (les secteurs agglomérés), les possibilités d'installation de publicité sont contraintes dans 39 communes, soit parce qu'elles n'appartiennent pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, soit parce qu'elles n'atteignent pas le seuil de 10 000 habitants.

B. Bref portrait du territoire

Pour ses secteurs urbanisés, le territoire présente des caractéristiques « favorables » à l'installation de publicités : présence d'axes routiers très empruntés et de grandes zones commerciales, soit des lieux générant du trafic et permettant aux dispositifs publicitaires d'avoir une bonne audience.

1. Accessibilité et desserte du territoire

Les infrastructures de transports (axes routiers, voies ferrées, abords d'un aéroport) sont souvent des lieux propices à l'installation de publicités car elles génèrent du trafic.

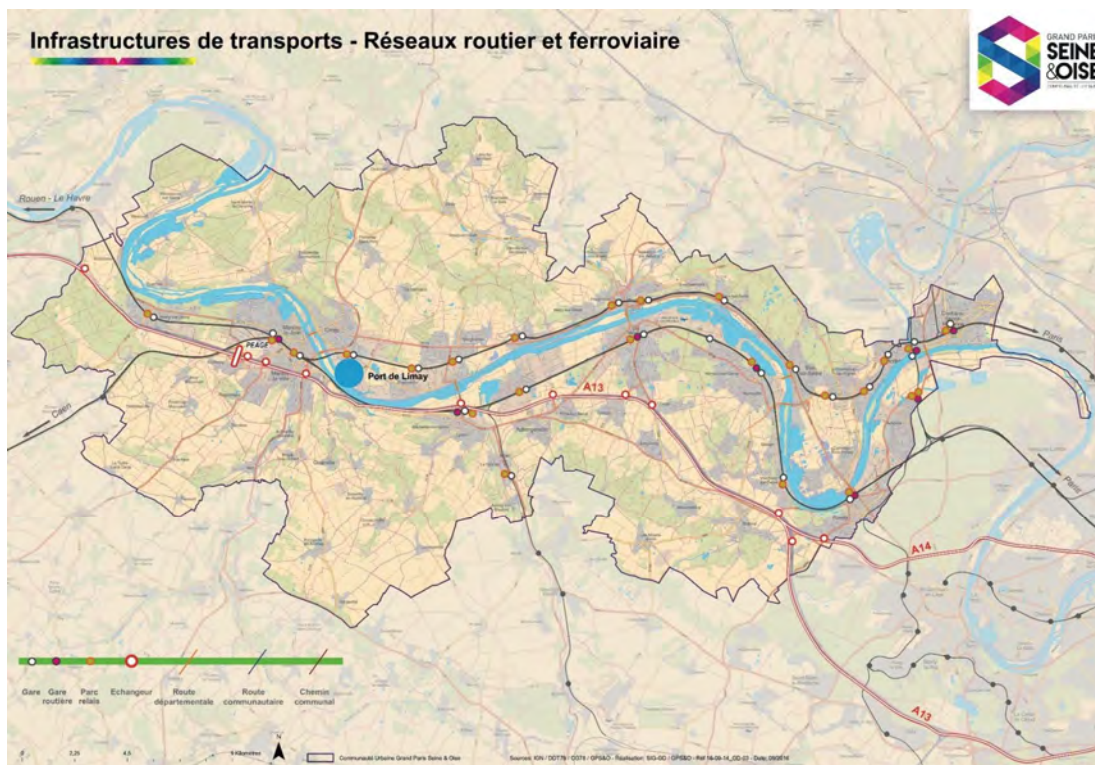
GPS&O présente plusieurs spécificités ayant une influence notable sur les flux de circulation au sein ou vers l'extérieur du territoire :

- La Seine, fil rouge du territoire et axe structurant de son développement urbain et industriel, marque une coupure franche entre le nord et le sud. Cela favorise les déplacements longitudinaux est-ouest. On compte sur le territoire 8 franchissements de la Seine au niveau des principaux pôles urbains ;
- Paris se situe à l'extérieur du territoire. Elle concentre une part significative des flux pendulaires (domicile-travail) et structure les déplacements quotidiens des habitants de GPS&O.

L'accès au territoire se fait principalement par la route. Des axes routiers majeurs traversent le territoire d'est en ouest :

- L'autoroute A13 qui relie Paris à Caen via Rouen (section de 35 km), prolongée à l'est par une section de 2 km de l'autoroute A14 qui relie Orgeval à La Défense ;
- La RD113 longe la rive sud de la Seine ;
- La RD190 longe la rive nord de la Seine.

On recense par ailleurs 44 routes départementales ainsi qu'un réseau de voirie communautaire, qui desservent l'intégralité des villes, villages et bourgs du territoire.



Source GPS&O

Le territoire est accessible en train depuis Paris : 26 gares desservent le tissu urbain dense. Les deux rives de la Seine sont chacune dotées d'une ligne de chemin de fer depuis la fin du XIX^e siècle, sur lesquelles circulent plusieurs lignes de transport ferroviaire : transilien J, L et N ; RER A ; TER Normandie ; TGV Le Havre-Marseille via Massy.

Les transports collectifs publics (bus, RER et transilien) représentent une part modale de 12%, très faible par rapport à celle de la voiture (57% - source : EGT 2010 – STIF – OMNIL – DRIEA). Néanmoins, elle est de 27% des déplacements pour le motif travail, une part plus importante qu'à l'échelle du département (17%) et de la région (18%).

L'offre de bus est diversifiée et maille le territoire : 119 lignes de bus, 10 lignes de bus express et 5 lignes Mobilien (reliant les pôles urbains principalement à Versailles, qui concentre une partie des flux pendulaires sortants).

Des projets de transport viendront renforcer l'accessibilité et l'attractivité de GPS&O :

- Plusieurs projets routiers sont planifiés afin de fluidifier le trafic routier, notamment à l'est du territoire : liaison A13-RD28 à partir d'Epône, prolongement de l'autoroute A104 au nord de l'A13, liaison RD30-RD190 ;
- Le projet EOLE de prolongement de la ligne RER E vers Mantes-la-Jolie devrait dé-saturer la ligne RER A (55 km de la gare Saint-Lazare à Mantes, entraînant le réaménagement des 9 gares touchées) ;
- La ligne nouvelle Paris-Normandie doit améliorer la liaison Paris-Le Havre, avec une gare prévue à Mantes-la-Jolie ainsi qu'une gare à l'étude à Achères ;
- L'extension de la ligne de tramway T13 Express sur l'axe nord-sud au niveau de Poissy ;
- Deux lignes de bus en site propre (TCSP) sont planifiées dans le Mantois et entre Poissy et Carrières-sous-Poissy ;
- Le développement de parcs relais situés à proximité des gares ainsi que des aires de covoiturage devrait fluidifier le trafic.

Concernant les pistes cyclables, GPS&O a adopté un schéma directeur cyclable pour la période 2019-2027, pour améliorer et développer les pistes cyclables en résorbant les points noirs.

La Seine tient une place importante dans le transport fluvial de fret à l'échelle interrégionale voire européenne, mais n'a pas vocation à devenir un axe de transport de voyageurs.

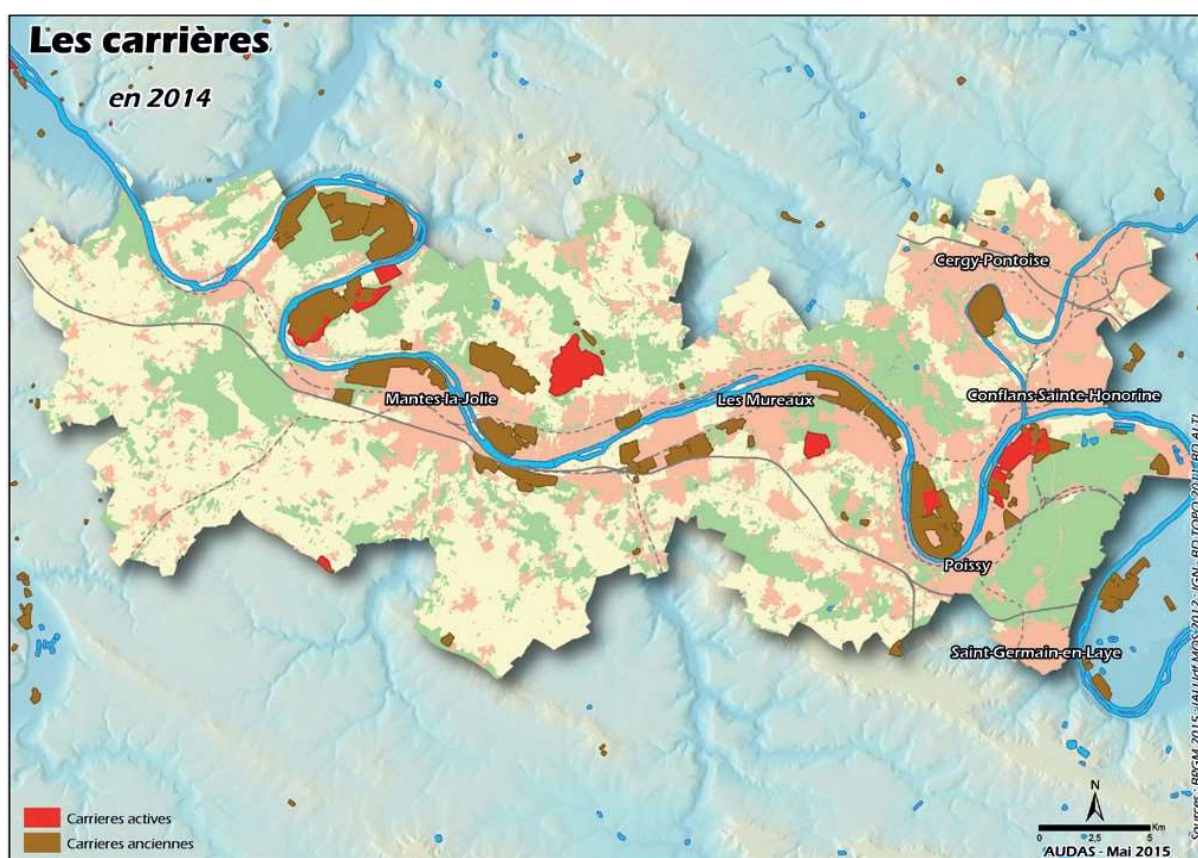
Enfin, aucun aéroport n'est situé sur le territoire de GPS&O et il n'existe pas d'accès rapide à un aéroport international.

2. Dynamisme économique et commercial

Du point de vue économique, le secteur industriel est un marqueur important du territoire de GPS&O, pesant trois fois plus qu'au niveau régional (28% contre 9% - source : Acoess 2018).

Les activités d'exploitation de carrières et cimentières, qui caractérisent historiquement le paysage de GPS&O, contribuent fortement à son attractivité économique.

La présence des carrières caractérise également l'identité paysagère du territoire, le relief créant par ailleurs des perspectives intéressantes sur les espaces de transition entre espaces naturels et urbanisés (habitat ou industrie).



Carte de localisation des carrières (source : diagnostic paysager GPS&O)

Le territoire est confronté à la désindustrialisation depuis plusieurs décennies. Le chômage (13,5% en 2015) y est plus élevé qu'à l'échelle régionale (12,8%) et nationale (14,2%), particulièrement du côté ouest du territoire. Malgré l'impact de la crise économique de 2008 qui a amplifié la perte d'emplois industriels, plusieurs filières industrielles manufacturières, notamment aéronautique, pharmaceutique et de traitement/valorisation des déchets, ont enregistré une hausse du nombre d'emplois dans la dernière décennie.

Par ailleurs, le secteur des services prend de plus en plus d'importance, et la part de cadres résidant sur le territoire augmente. Deux pôles tertiaires d'envergure régionale, situés à Poissy et Mantes-la-Jolie, renforcent l'attractivité économique du territoire.

GPS&O doit également faire face à la concurrence du développement des villes nouvelles comme Cergy-Pontoise ou Saint-Quentin-en-Yvelines. Le déséquilibre habitat/emploi est une problématique importante, conséquence de la crise économique et de l'influence des villes extérieures au territoire.

a. L'offre commerciale

L'offre commerciale de proximité est rare dans les communes rurales. Le territoire totalise 14 polarités commerciales à l'extérieur des noyaux urbains.

Trois grands pôles périphériques s'organisent principalement le long des grands axes de circulation au sud de la Seine (A13 et RD113) et cumulent à eux trois, plus de 11% des achats des Yvelinois :

- L'ouest Mantois, complété par l'offre du centre historique de Mantes-la-Jolie et du parc commercial de Limay : l'offre proposée y est variée, avec une locomotive alimentaire constituée par la « Porte de Normandie » ;
- Flins-Aubergenville : ce pôle propose, outre une offre alimentaire, une offre ciblée en équipement de la personne ;
- La zone des « 40 sous », à cheval sur Orgeval et Villennes-sur-Seine, propose une offre alimentaire de proximité et rayonne sur tout le nord-est des Yvelines par son offre en équipement de la maison.

Trois pôles intermédiaires complètent cette offre dans un cadre urbain dense :

- Achères-Le Grand Cèdre, équipement récent ;
- Conflans-Sainte-Honorine – Les Boutries et Vernouillet - Val de Seine, équipements au contraire vieillissants.

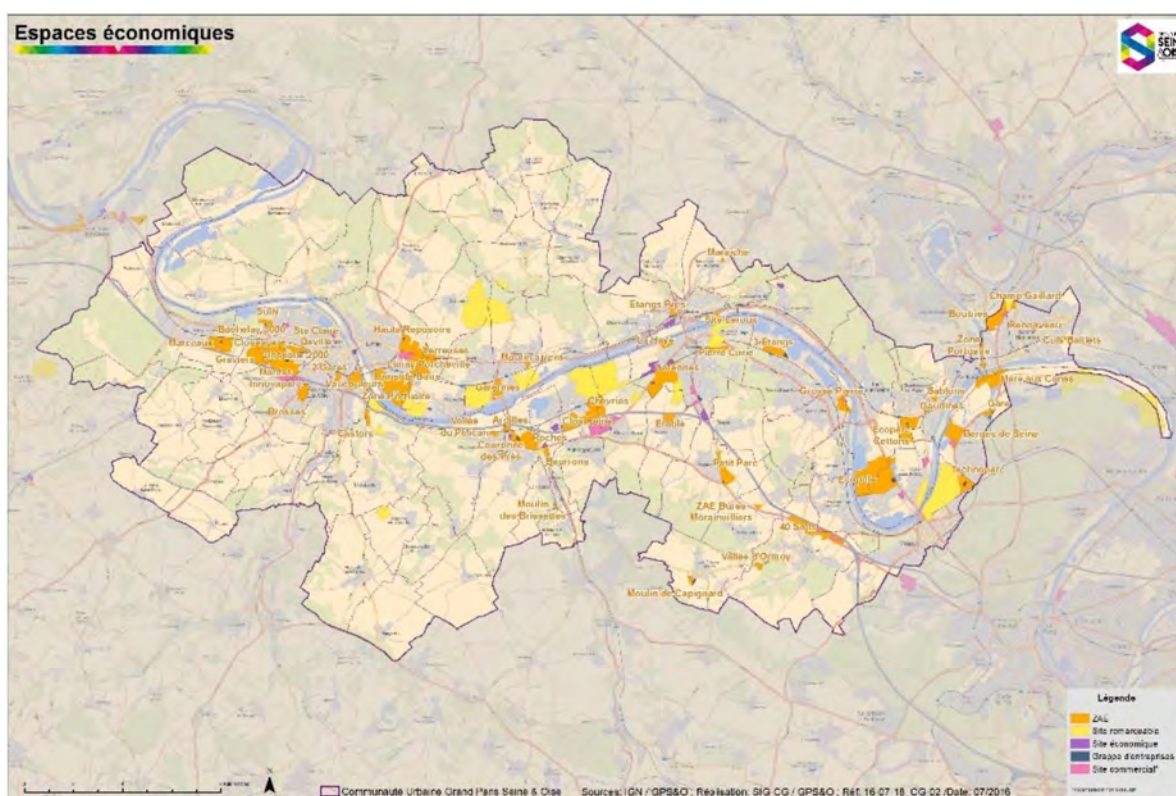
Cinq pôles relais s'organisent autour de surfaces alimentaires, avec une offre et un rayonnement limités :

- Les Beurrons à Epône ;
- Le centre commercial Espace aux Mureaux ;
- Les Aulnes à cheval sur Hardricourt et Meulan-en-Yvelines ;
- Leclerc route d'Andrésy à Carrières-sous-Poissy ;
- Leclerc centralité à Carrières-sous-Poissy.

D'après le zonage du PLUi approuvé en janvier 2020, 50 zones d'activités économiques et commerciales à l'échelle de la Communauté urbaine sont recensées.

Les disparités en termes de qualité des PAE sont nombreuses : vieillissement de certains équipements, répartition inéquitable le long de l'axe A13. De plus, leur aménagement peu ouvert sur leur environnement et leur accessibilité automobile quasi-exclusive leur confèrent une certaine fragilité du point de vue économique et paysager.

La désindustrialisation du territoire et la dynamique des villes-nouvelles a provoqué l'apparition de friches d'activité économique, qui représentent autant d'opportunités pour développer de nouveaux projets économiques.



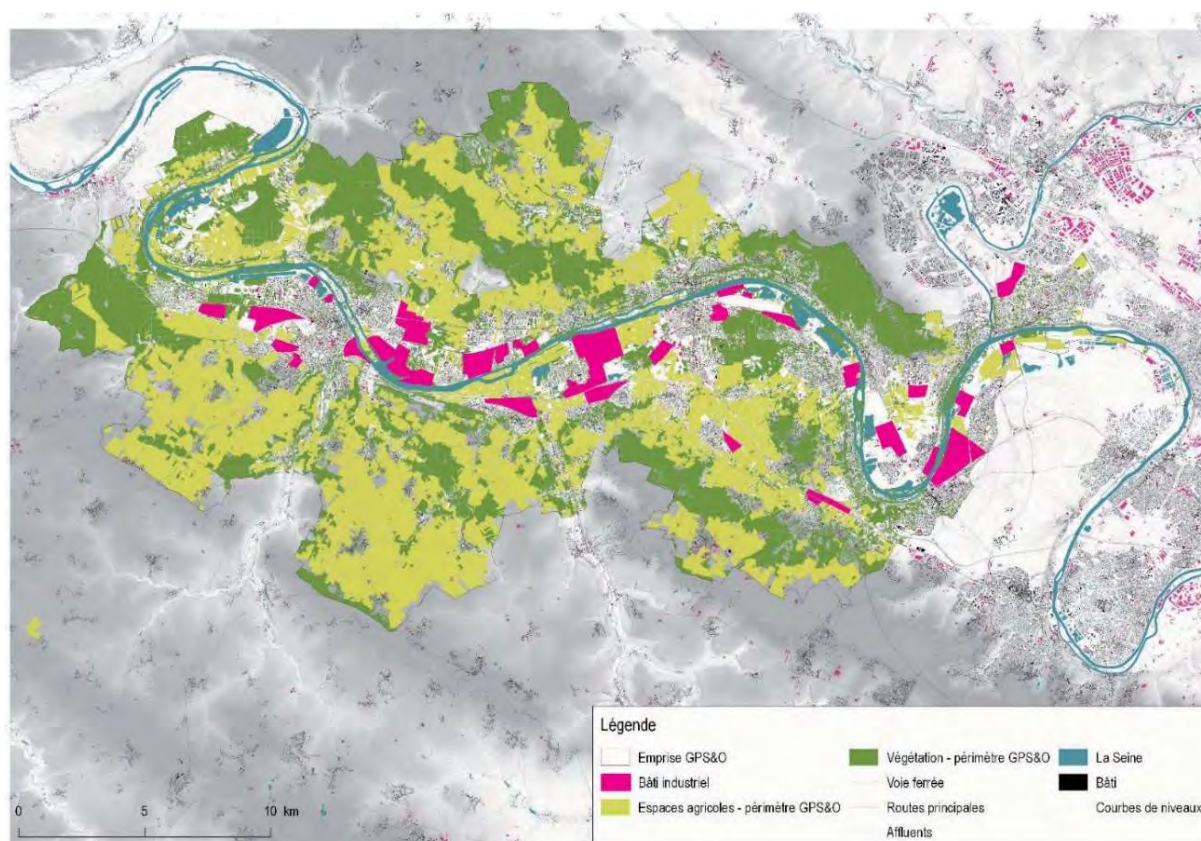
Carte de localisation des espaces économiques (source : GPS&O)

c. L'agriculture

Enfin, l'agriculture tient un rôle économique important sur le territoire : les espaces agricoles couvrent un peu moins de 40% du territoire. La variété des sols permet une certaine diversité des cultures : maraichage sur l'axe Seine, polyculture-élevage dans les vallées secondaires, arboriculture sur les coteaux, grandes cultures sur les plateaux.

La dominance des grandes cultures céréalières caractérise en grande partie le paysage, mais les productions spécialisées comme le maraîchage et l'arboriculture, historiques en vallée de Seine, représentent 30% de l'activité agricole, tandis qu'elle n'occupe que 2,5% de sa surface totale.

Malgré ce dynamisme, la ceinture verte maraîchère, alors même qu'elle constitue un enjeu majeur vis-à-vis de la demande sociétale en faveur des produits locaux, subit la pression foncière typique des espaces périurbains.



Carte d'occupation des sols : l'emprise des activités industrielles est représentée en rose (source : GPS&O)

1^{ère} PARTIE : DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

I. CARACTERISTIQUES DU TERRITOIRE DU POINT DE VUE DE LA REGLEMENTATION DE L’AFFICHAGE

A. Caractéristiques paysagères

1. Les composantes paysagères

Le territoire de GPS&O se situe au sein de trois grandes entités paysagères :

- La vallée de la Seine aval ;
- Le Vexin des Yvelines ;
- Le Mantois-Drouais.

La vallée de la Seine aval constitue l’axe central du territoire, où convergent l’Oise et les rivières qui entaillent les plateaux environnants. Elle est caractérisée par son développement industriel et urbain, structuré par les méandres de la Seine qui s’étend sur environ 55 km. Elle se compose de grandes unités paysagères identifiées dans l’Atlas des paysages des Yvelines (actualisé en 2014) :

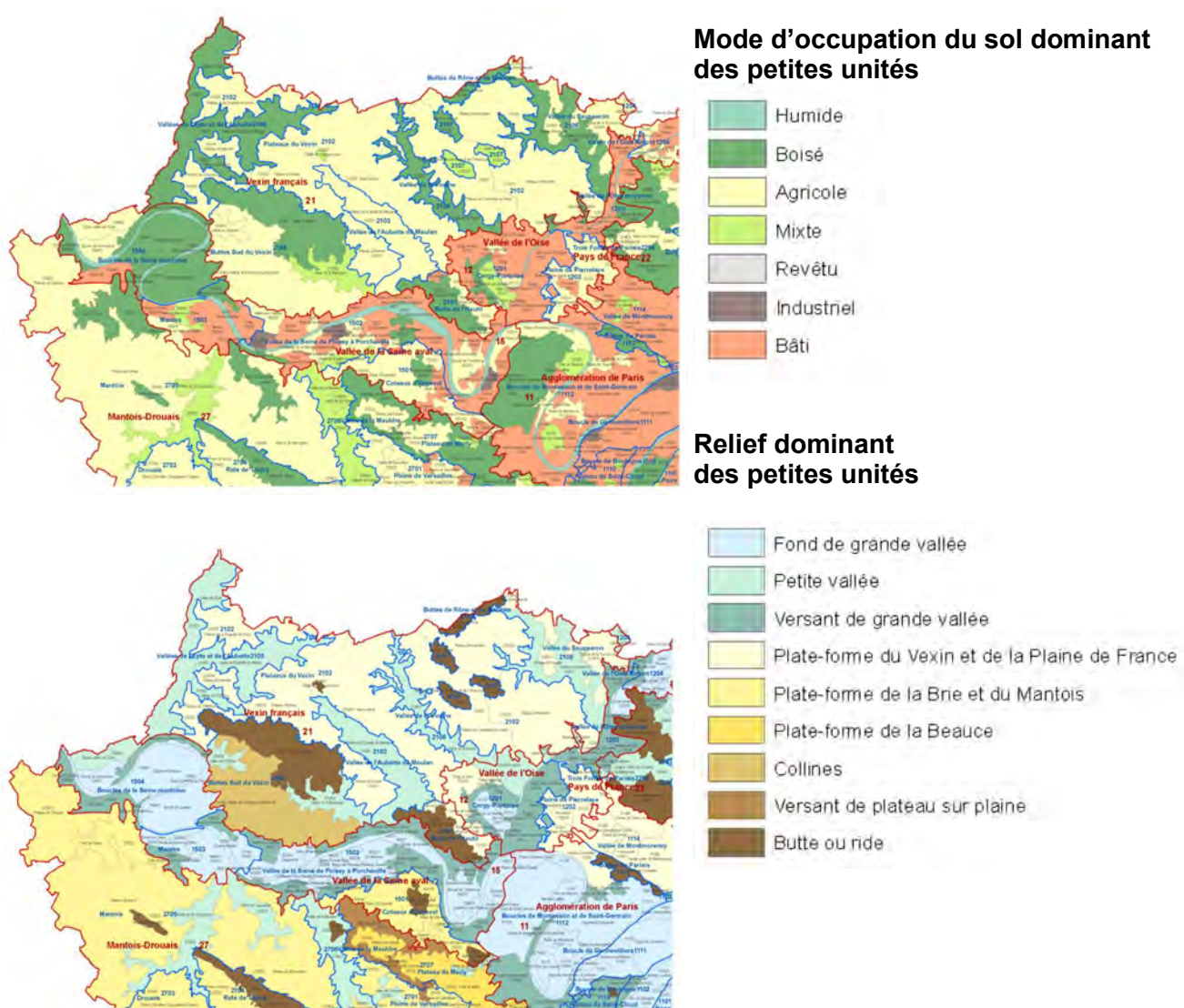
- La boucle de Poissy sillonne la partie ouest du territoire à la lisière de la forêt de Saint-Germain-en-Laye, de Conflans-Sainte-Honorine à Meulan-en-Yvelines. Malgré l’urbanisation continue, c’est une séquence verte, cadrée par des reliefs boisés que domine la butte de l’Hautil et par des bords de Seine paisibles et arborés ;
- Le grand couloir de Seine, de Meulan/Les Mureaux à Mantes-la-Jolie/Limay (villes-ponts), forme un ensemble lisible grâce à sa régularité et à ses coteaux ;
- Les boucles de Guernes, Moisson et Bennecourt forment les limites départementale et régionale et se caractérisent par les milieux écologiques diversifiés abritant plusieurs espèces rares et les longs coteaux incurvés, éclaircis par la craie mise à nue pour l’exploitation des granulats durant plusieurs décennies.

Le Vexin des Yvelines, au nord du fleuve, compose une unité paysagère à part au sein du département, mais aussi du Vexin français et de son parc naturel régional. Il se caractérise par son paysage agricole et rural, ses vallons protégés par des buttes boisées haut-perchées.

Le Mantois-Drouais, au sud du fleuve, se compose de plaines et plateaux intermédiaires, entaillés par de petites vallées. Son caractère rural est fragilisé par une urbanisation résidentielle diffuse sous forme de maisons individuelles, qui marquent le paysage de chacun des villages :

- Le plateau du Mantois présente des paysages agricoles plus ou moins « ouverts » avec le plateau boisé de Longnes et la grande forêt régionale de Rosny à l’ouest, et le plateau d’Arnouville-Andelu à l’est ;

- La vallée de la Vaucouleurs entaille le plateau du Mantois sur une quinzaine de kilomètres avant de déboucher dans la vallée de la Seine à Mantes-la-Ville ;
- La vallée de la Mauldre offre une image à la fois agricole, boisée et urbanisée, avec ses grandes cultures étirées à l'horizontale, ses coteaux et ses bourgs historiques contraints par la rivière de la Mauldre et ses petits affluents ;
- Le plateau des Alluets-Marly est conscrit dans sa partie ouest au sein du territoire de GPS&O et dégage une clairière agricole, organisée autour du village des Alluets-le-Roi et des pentes du plateau. La pression du développement se fait ressentir au contact de la vallée de la Seine industrielle ;
- Les coteaux d'Orgeval dominent la vallée de Seine au niveau de la boucle de Poissy et offrent des vues sur le fleuve. Ils se caractérisent par la complexité de leurs paysages : prairies, vergers, espaces naturels boisés et grandes cultures.



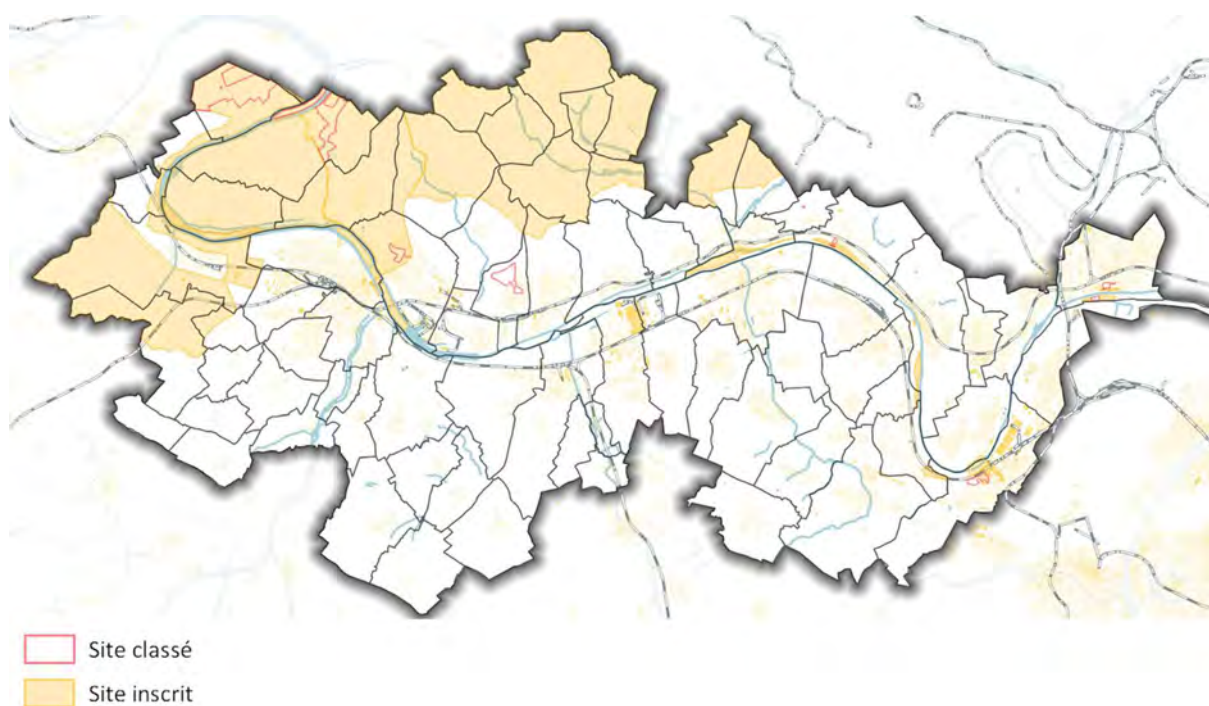
Cartes des unités paysages selon le mode d'occupation du sol et le relief (source : Atlas des Paysages des Yvelines, 2014)

2. Les sites sensibles du point de vue de la réglementation de l'affichage

a. Les sites inscrits et classés

La loi du 2 mai 1930 - intégrée dans le code de l'environnement (Livre III, titre IV, chapitre I^{er}, articles L. 341-1 à L. 341-22) - permet de protéger des monuments naturels et des sites qui présentent un intérêt général du point de vue scientifique, historique, pittoresque, artistique ou légendaire. Le classement est une protection forte qui correspond à la volonté de maintien en l'état du site, ce qui n'exclut ni la gestion ni la valorisation. L'inscription constitue quant à elle une garantie minimale de protection.

12 sites classés sont recensés sur le territoire et occupent 590 hectares soit 1% du territoire, ainsi que 21 sites inscrits (12 500 hectares soit 25% du territoire).



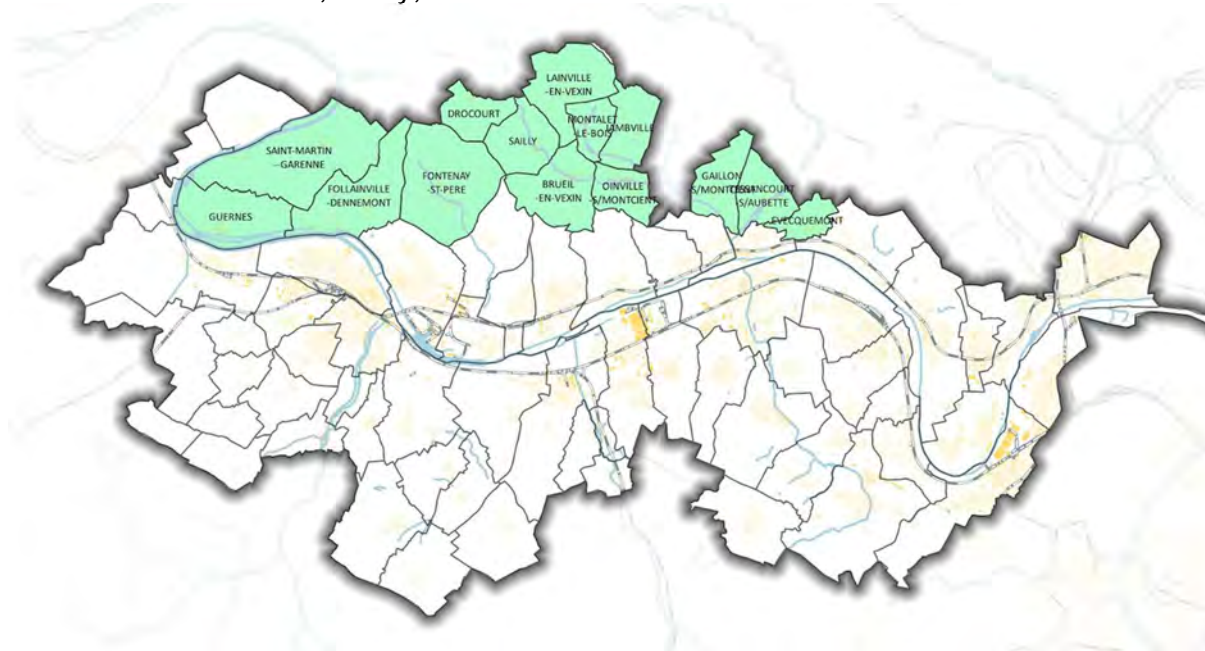
Les sites classés (en et hors agglomération) sont des lieux d'interdiction absolue de publicité.

Les parties agglomérées des sites inscrits sont des lieux d'interdiction relative de publicité, le RLPi étant habilité à y déroger.

c. Le parc naturel régional du Vexin français

Le parc naturel régional du Vexin français (PNR) occupe près de 25% du territoire (12 000 hectares) et concerne 19 communes.

14 communes sont couvertes en totalité par le PNR. Il s'agit des communes de Brueil-en-Vexin, Drocourt, Evécquemont, Follainville-Dennemont, Fontenay-Saint-Père, Gaillont-sur-Montcient, Guernes, Jambville, Lainville-en-Vexin, Montalet-le-Bois, Oinville-sur-Montcient, Sailly, Saint-Martin-la-Garenne et Tessancourt-sur-Aubette



5 autres communes sont couvertes partiellement par le PNR. Il s'agit des communes de Guitrancourt, Gargenville, Juziers, Mézy-sur-Seine et Vaux-sur-Seine.

La charte du PNR (2007-2019) est en cours de révision et le périmètre du PNR pourrait être étendu. Notamment, 3 communes pourraient être totalement couvertes par le PNR : Rolleboise, Méricourt, Mousseaux-sur-Seine.

Les dispositions du règlement local de publicité intercommunal doivent être compatibles avec cette charte (art. L. 581-14 c.env.). Si une incompatibilité existe entre le RLPI et la nouvelle charte du PNR, les dispositions concernées du RLPI devront être abrogées dans les deux ans de l'entrée en vigueur de la charte.



Les parties agglomérées du PNR sont des lieux d'interdiction relative de publicité, le RLPi étant habilité à y déroger.

d. Les sites Natura 2000

Le réseau Natura 2000 rassemble des sites naturels ayant une grande valeur patrimoniale, par la faune et la flore qu'ils abritent.

4 sites Natura 2000 sont recensés sur le territoire communautaire :

- « Les Boucles de Moisson, de Guernes et de Rosny » ;
- « Les coteaux et boucles de la Seine » ;
- « Les sites chiroptères du Vexin français » ;
- « La carrière de Guerville ».

La majeure partie des lieux couverts par les zones Natura 2000 concerne des secteurs situés hors agglomération, où toute publicité est interdite

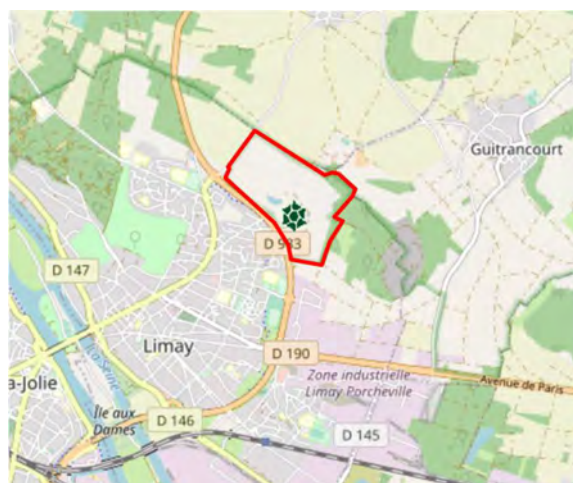
Les éventuelles parties agglomérées des zones Natura 2000 sont des lieux d'interdiction relative de publicité, le RLPi étant habilité à y déroger.



Exemple : limites du périmètre Natura 2000 « Boucles de Moisson, Guernes et forêt de Rosny »
(source : Agence des Espaces Vert – IdF)

e. Les réserves naturelles

Le site géologique de Limay est une réserve naturelle, à dominante rocheuse. A proximité immédiate d'une boucle de la Seine, il s'étend sur 69 hectares et se situe en limite nord-est de la commune de Limay.



Une réserve naturelle est un lieu d'interdiction absolue de publicité, y compris pour ses parties agglomérées.

f. Les espaces boisés classés et les zones naturelles (N) du PLUi

Le plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) protège les espaces naturels par les outils règlementaires suivants : zones naturelles et forestières (zones N), zones agricoles (zones A), espaces boisés classés (EBC) et autres protections paysagères.

En agglomération, les zones N et les EBC sont des secteurs dans lesquels la publicité scellée au sol est interdite.

g. Les zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (ZNIEFF)

De nombreux espaces naturels de Grand Paris Seine et Oise ont été classés et inventoriés dans le but de les protéger de toute urbanisation.

Il s'agit notamment des espaces naturels sensibles (ENS – 12 sur le territoire), des périmètres régionaux d'intervention foncière (PRIF – 9 sur le territoire) ou encore des zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (ZNIEFF – 34 sur le territoire).

En tant que telles, ces protections ne génèrent pas d'interdiction de publicité, si ce n'est qu'elles correspondent souvent à des lieux situés hors agglomération, où toute publicité est interdite.

Le territoire communautaire se caractérise par son paysage ambivalent, avec des marqueurs industriels et patrimoniaux forts en milieu urbain au niveau de la vallée de Seine, et des espaces ruraux, agricoles ou boisés, au niveau des plateaux du Mantois-Drouais et du Vexin français, dessinés par des cours d'eau sinueux et des coteaux incurvés et éclaircis par la craie mise à nu.

B. Caractéristiques patrimoniales

1. Les monuments historiques

Près d'une centaine de monuments historiques est recensée sur le territoire communautaire, répartie sur 41 communes.

Mantes-la-Jolie et Poissy sont les communes qui comptent le plus de monuments historiques (respectivement 12 et 10).

32 communes ne comprennent pas de monuments historiques classés ou inscrits : Achères, Arnouville-lès-Mantes, Auffreville-Brasseuil, Aulnay-sur-Mauldre, Bouafle, Breuil-Bois-Robert, Buchelay, Chanteloup-les-Vignes, Chapet, Drocourt, Favrieux, Flacourt, Flins-sur-Seine, Fontenay-Mauvoisin, Guernes, Hargeville, Issou, Jouy-Mauvoisin, Jumeauville, La Falaise, Le Tertre-Saint-Denis, Les Alluets-le-Roi,

Magnanville, Mantes-la-Ville, Méricourt, Montalet-le-Bois, Mousseaux-sur-Seine, Nézel, Perdreauxville, Porcheville, Rolleboise, Vert.



En droit de l’affichage extérieur, ces monuments historiques génèrent des interdictions de publicité, sur le monument lui-même et dans ses abords.

Plusieurs périmètres des abords de monuments historiques (PDA) ont été institués à Andrésy (par ailleurs en site patrimonial remarquable), à Bouafle, Epône, Gargenville, à Limay, à Mantes-la-Jolie (par ailleurs en site patrimonial remarquable), à Mézy-sur-Seine et à Rosny-sur-Seine. Ils emportent interdiction de publicité à l’intérieur de tout leur périmètre, sauf si le RLPi y déroge, sans qu’il soit nécessaire d’apprécier la co-visibilité avec le monument historique.

A défaut de PDA, l’interdiction de publicité s’applique dans le champ de visibilité du monument historique, jusqu’à 500 m (cf ci-après).

Communes	Monuments historiques
Andrésy	Croix romane
	Demeure dite Rêve Cottage
	Eglise Saint-Germain
Aubergenville	Eglise Sainte-Thérèse-d’Elisabethville
Boinville-en-Mantois	Eglise
Brueil-en-Vexin	Allée couverte
	Ancien logis seigneurial
Carrières-sous-Poissy	Pont sur la Seine
	Eglise Saint-Maclou
Conflans-Sainte-Honorine	Prieuré (ancien)
	Monument aux morts de la batellerie
	Tour Montjoie
Ecquevilly	Ferme (porte)
	Ferme de la Muette

Epône	Dolmen de la Justice
	Eglise Saint-Béat
	Pavillon de David dit Temple de David
Evecquemont	Eglise Notre-Dame-de-l'Assomption
Favrieux	Eglise Notre-Dame de la Nativité
Follainville-Dennemont	Croix du XVIe siècle
	Eglise
Fontenay-Saint-Père	Château du Mesnil
	Eglise
Gaillon-sur-Montcient	Eglise Notre-Dame-de-l'Assomption
Gargenville	Château d'Hanneucourt
Goussonville	Eglise
Guerville	Chapelle Saint-Germain-de-Secqueval
Guitrancourt	Menhir dit la Pierre-Drette
Hardricourt	Eglise Saint-Germain-de-Paris
Jambville	Château de Jambville
	Eglise
Juziers	Eglise Saint-Michel
	Maison du XVIIIe siècle dite le Mesnil-Saint-Laurent
Lainville-en-Vexin	Eglise et croix de cimetière
Limay	Château des Célestins
	Ancien Pont
	Eglise Saint-Aubin
	Maison
	Ancien Hôtel Corsillier
Mantes-la-Jolie	Ancien Hôtel
	Hôtel
	Porte-aux-Saints (rue) 47
	Eglise
	Eglise Sainte-Anne-de-Gassicourt
	Fontaine de l'Hôtel-de-Ville
	Hôtel (ancien)
	Hôtel des Comptes (ancien)
	Hôtel-Dieu (ancien)
	Tour Saint-Maclou
	Maison
Meulan-en-Yvelines	Eglise Saint-Nicolas
	Petit Pont
Morainvilliers	Eglise
Les Mureaux	Dolmen
Médan	Ancienne propriété d'Emile Zola
	Château Ronsard-Maeterlinck (ancien)
	Eglise et croix
	Plage de Villennes
Mézières-sur-Seine	Eglise Saint-Nicolas

Mézy-sur-Seine	Château de Mézy dit le Gibet dit aussi Villa Poiret
	Eglise
Oinville-sur-Montcient	Eglise Saint-Séverin
Orgeval	Eglise Saint-Pierre-Saint-Paul
	Abbaye (ancienne)
	Chapelle de la Maladrerie
	Collégiale Notre-Dame (ancienne)
	Domaine des Migneaux
	Hôtel de ville
Poissy	Pavillon d'exposition
	Pavillon d'octroi
	Pont sur la Seine (également sur commune de Carrières-sous-Poissy)
	Propriété des Meissonnier
	Villa Savoye
Rosny-sur-Seine	Château de Sully
	Hospice Saint-Charles (ancien)
Sailly	Abbaye de Montcient (ancienne)
Saint-Martin-la-Garenne	Chapelle du Prieuré dite l'Eglise aux Moines
Soindres	Eglise
	Eglise Saint-Nicolas
Tessancourt-sur-Aubette	Porterie de la ferme d'Orzeau (ancienne)
Triel-sur-Seine	Chapelle Sainte-Anne
	Eglise Saint-Martin
	Château de Vaux
Vaux-sur-Seine	Eglise Saint-Pierre-aux-Liens
	Immeuble
	Pavillon d'Artois
	Eglise Saint-Martin
Verneuil-sur-Seine	Château et chapelle Notre Dame les Oiseaux
	Ecole
Vernouillet	Eglise Saint-Etienne
Villennes-sur-Seine	Eglise Saint-Nicolas

Les monuments historiques génèrent une interdiction absolue de publicité sur le monument lui-même, et une interdiction relative dans leurs abords (périmètre délimité ou à défaut champ de visibilité jusqu'à 500 m).

2. Les sites patrimoniaux remarquables

Il existe deux sites patrimoniaux remarquables (SPR) sur le territoire de Grand Paris Seine et Oise : celui d'Andrézy et celui de Mantes-la-Jolie.

Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016, les SPR ont remplacé les anciennes ZPPAUP (zones de protection du patrimoine architectural, urbanistique et paysager) et AVAP (aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine). Le SPR constitue une servitude d'utilité publique. Il s'applique nonobstant les dispositions du PLUi approuvé.

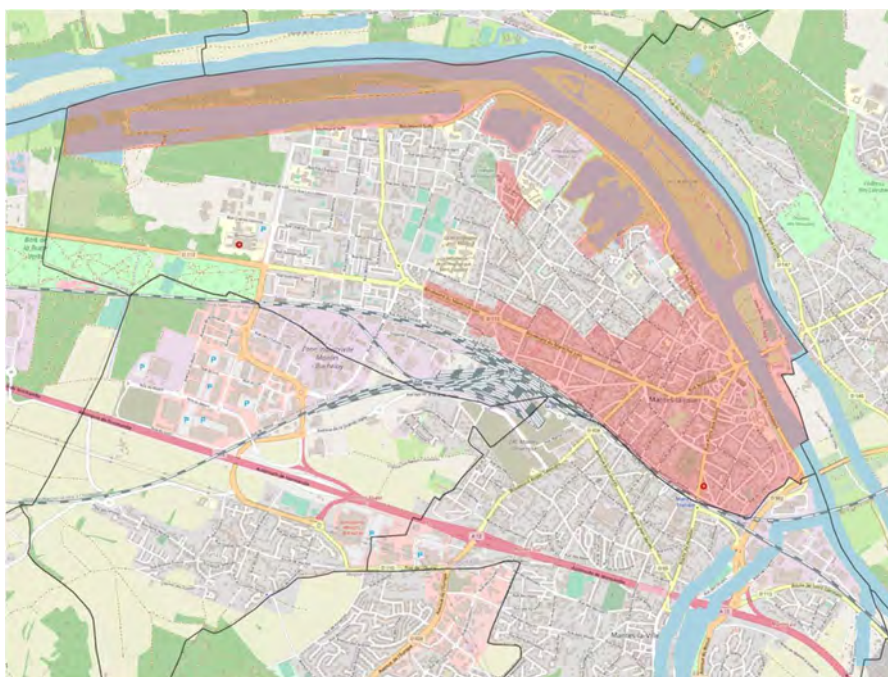
Les objectifs généraux d'un SPR consistent notamment à préserver les éléments de patrimoine naturel et bâti ainsi que de préserver les vues sur le paysage.

a. SPR de Mantes-la-Jolie

La ZPPAUP a été instaurée à Mantes-la-Jolie en septembre 2003. Elle couvre le secteur du centre-ville et du quartier de Gassicourt (ancien village agricole ayant fusionné en 1930 avec Mantes).

A l'intérieur de son périmètre, 4 secteurs sont distingués :

- Le secteur A regroupe le patrimoine architectural du centre ancien ;
- Le secteur B, proche ou contigu au secteur A, couvre les ensembles bâtis composés de constructions plus récentes ;
- Le secteur P correspond aux paysages locaux et aux vues sur les berges de la Seine ;
- Le secteur E correspond au périmètre archéologique.



b. SPR d'Andrésey

L'AVAP d'Andrésey a été approuvée par délibération du Conseil communautaire de GPS&O le 23 mars 2017. Le périmètre de l'ancienne ZPPAUP (2008) a été étendu.

L'AVAP d'Andrésey comprend 3 zones :

- La zone A correspondant aux bords de Seine et de l'Oise (en bleu sur la carte) ;
- La zone B correspondant aux quartiers entre la Seine et les coteaux (orange) ;

- La zone C couvrant le bois de l'Hautil et le domaine de Fäy (vert).



Dans les parties agglomérées des SPR, la publicité est en principe interdite, sans nécessité d'apprécier la co-visibilité. Le RLPi peut déroger à cette interdiction.

3. La démarche patrimoine du PLUi

A travers le PLUi, GPS&O a fait le choix, au-delà des protections relatives aux monuments historiques, de recenser les éléments de patrimoine à préserver : l'article L. 151-19 du code de l'urbanisme précise que « *le règlement du PLU peut identifier et localiser les éléments de paysage et identifier, localiser et délimiter les quartiers, îlots, immeubles bâtis ou non bâtis, espaces publics, monuments, sites et secteurs à protéger, à conserver, à mettre en valeur ou à requalifier pour des motifs d'ordre culturel, historique ou architectural et définir, le cas échéant, les prescriptions de nature à assurer leur préservation, leur conservation ou leur restauration.* »

Ces protections patrimoniales à travers les documents d'urbanisme, même si elles ne génèrent pas de fait des interdictions de publicité, justifient l'instauration de règles locales restrictives quant à l'installation de publicité.

Ainsi, le PLUi identifie un très grand nombre d'éléments protégés au titre de l'inventaire du patrimoine architectural et urbain : près de 4 000 éléments bâtis tels que des bâtiments agricoles, églises, châteaux, des constructions contemporaines - grands ensembles notamment-, mais aussi plus de 3 500 éléments paysagers, dont des espaces de végétalisation en tissu urbain. Cette identification complète les protections au titre du code du patrimoine qui s'applique indépendamment du PLUi et qui soumette à l'avis de l'ABF toute intervention.

Pour les éléments relevant de la démarche patrimoniale du PLUi, le PLUi organise leur protection et mise en valeur. Ainsi, un règlement spécifique assure leur mise en valeur et leur possibilité d'évolution (chapitre 4-2 de la partie 1 du règlement). L'avis de l'ABF n'est pas lié à la différence des protections relevant du code du patrimoine.

Synthèse :

Le territoire communautaire se caractérise avant tout par la prégnance des espaces naturels, agricoles et boisés, constituant autant de lieux situés hors agglomération. De fait, la publicité classique (dispositifs muraux et scellés au sol) est interdite dans plus de 70% du territoire.

Dans les 30% restants, soit les lieux « agglomérés », le territoire communautaire présente des caractéristiques paysagères et patrimoniales générant des interdictions de publicité : Parc Naturel Régional du Vexin français, abords des monuments historiques, sites classés et sites inscrits...

Une attention particulière est portée à ces lieux protégés et également à ceux relevant de la démarche patrimoniale et paysagère adoptée par le PLUi, qui présentent un intérêt patrimonial, sur le plan architectural, urbain ou paysager.

II. RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ COMMUNAUX

18 communes sur les 73 communes membres de GPS&O sont couvertes par un RLP. Ces réglementations spéciales ont été approuvées entre 1992 (Hardricourt, Mézy-sur-Seine) et 2015 (Les Mureaux). Hormis ce récent RLP communal ainsi que celui de Vernouillet (approuvé en 2011 mais non « grenellisé » pour autant), toutes les autres réglementations spéciales sont entrées en vigueur avant la réforme Grenelle II : 16 RLP communaux seront donc automatiquement caducs le 13 juillet 2022.

Sur ces 18 communes dotées d'un RLP à leur échelle, toutes appartiennent à l'unité urbaine de Paris, à l'exception d'Aubergenville (l'Insee a revu la délimitation de l'unité urbaine de Paris en 2020). Il s'agit principalement des communes traversées par un axe structurant ou dotées d'une grande zone commerciale, soit des lieux propices à l'installation de publicité.



A. Nombre et typologie des zones

Le nombre de zones de publicité instaurées par les RLP communaux varie entre 2 (Mézy-sur-Seine) et 9 (Verneuil-sur-Seine). La majorité des communes a délimité 4 ou 5 zones de publicité, ce qui est un chiffre assez élevé à l'échelle d'une seule commune.

Comme le permettait la réglementation nationale *ante*-Grenelle, les RLP communaux ont délimité des zones de publicité « restreinte » et des zones de publicité « autorisée » :

- Zone de publicité restreinte (ZPR) : en agglomération, ces zones avaient pour objet de durcir les règles nationales, pour restreindre les possibilités d'installation des publicités et préenseignes (ex : réduction de la surface maximale admise, restriction quant au caractère lumineux ou à la règle de densité...) ;
- Zone de publicité autorisée (ZPA) : hors agglomération, ces zones permettaient de déroger au principe d'interdiction de publicité, pour y réintroduire certaines formes de publicité.

Cela signifie que pour de nombreux RLP communaux existants, les communes n'ont pas poursuivi exclusivement une logique de protection des paysages : elles ont permis également la réintroduction de publicités hors agglomération, là où elle est en principe interdite.

Les RLP de Carrières-sous-Poissy, Chanteloup-les-Vignes, Conflans-Sainte-Honorine, Hardricourt, Les Mureaux, Magnanville, Mantes-la-Jolie, Mézy-sur-Seine, Orgeval, Vaux-sur-Seine et Vernouillet ont quant à eux uniquement instauré des ZPR, sans ZPA.

Depuis la loi Grenelle II, un RLP ne peut plus instaurer de ZPA : désormais, les zones d'un RLP ne peuvent couvrir que les lieux situés en agglomération et les règles locales sont principalement plus restrictives que les prescriptions du règlement national.

B. Points de convergence entre les réglementations communales

L'analyse des 18 RLP communaux donne des indications sur les secteurs traités et sur les principales mesures instaurées.

De manière générale, les RLP communaux ont tous protégé très fortement **les centres anciens et centres-villes**.

Soit toute publicité y était interdite, sauf celle supportée par du mobilier urbain (ce qui est une mesure illégale en dehors des lieux protégés - cf ci-après C.), soit la publicité ne pouvait y être que murale (et non scellée au sol) et de surface très contrainte (2 ou 4m²). Le même degré de protection a pu être défini pour les **bords de Seine** ou les **entrées de ville**.

En dehors des centre-bourgs et centres-villes, un autre secteur traité concernait les **secteurs résidentiels**. La plupart des communes a souhaité les protéger très fortement. La publicité scellée au sol y est souvent proscrite (Aubergenville, Limay, Mézy-sur-Seine, Triel-sur-Seine, Vernouillet).

La publicité murale est privilégiée, de surface variable : 2, 4 ou 12m². Lorsque la publicité scellée au sol est admise, en plus de la publicité murale, son installation est conditionnée à l'exigence d'un linéaire minimal de façade sur rue d'une unité foncière, de 10 m, 25 m ou 30 m (Mantes-la-Jolie, Conflans-Sainte-Honorine, Les Mureaux).

Le **domaine ferroviaire** a fait l'objet d'une zone spécifique dans de nombreux RLP communaux (Aubergenville, Chanteloup-les-Vignes, Conflans-Sainte-Honorine, Gargenville, Juziers, Mantes-la-Jolie, Poissy, Verneuil). La règle alors instituée consiste à admettre les dispositifs scellés au sol, généralement de 12 m² de surface maximale, le long de la voie ferrée, à condition qu'ils soient espacés entre eux.

Autre typologie de zones : **les axes structurants**, tels que la RD113, l'avenue de l'Europe (Carrières-sous-Poissy, Les Mureaux, Magnanville) et la RD190 qui font l'objet d'une zone de publicité en tant que telle. Les publicités scellées au sol y sont admises, plutôt de grand format (8 ou 12 m²), limitées à un seul dispositif par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière, voire parfois avec l'exigence d'un linéaire minimal (ex : 60 m aux Mureaux).

Enfin, **les grandes zones d'activités, zones industrielles et zones commerciales** ont généralement été les zones dans lesquelles les possibilités d'installation de publicité étaient les plus larges. Dans ces zones, les RLP communaux ont en majorité limité la surface unitaire des dispositifs publicitaires à 12 m², au lieu des 16 m² admis par la réglementation nationale *ante*-Grenelle. Ils ont également édicté des contraintes quant au nombre de dispositifs publicitaires admis par unité foncière (la « règle de densité »).

Les RLP communaux, tous de première génération sauf celui des Mureaux, étaient très peu contraignants à l'égard de la publicité lumineuse. Cela s'explique par le fait que la publicité numérique (publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence) n'était pas encore très développée avant 2010 et a été encadrée (surface, hauteur...) par la loi Grenelle II.

C. Mesures obsolètes qui ne peuvent être reconduites par le règlement intercommunal

Comme précisé ci-dessus, de nombreux RLP communaux ont très fortement protégé leurs centres-villes en y interdisant toute publicité, exception faite généralement de celle supportée par du mobilier urbain.

Ces **zones d'interdiction générale de publicité sur domaine privé** sont considérées comme illégales par l'évolution du contexte juridique, car elles placent l'opérateur de mobilier urbain en abus de position dominante. Le RLPi ne peut instaurer de telles zones, sauf si elles correspondent exactement à des abords de monuments historiques ou à un site patrimonial remarquable, la dérogation en faveur de la publicité sur mobilier urbain se justifiant alors par la mission d'intérêt général assurée par ces mobiliers (abriter les voyageurs, informer la population...).

Plusieurs RLP communaux ont instauré une **règle d'inter-distance** entre dispositifs publicitaires situés sur des unités foncières différentes. L'idée « d'aérer », d'espacer l'installation des publicités situées le long d'un même axe se comprend parfaitement, mais la jurisprudence censure systématiquement cette disposition car elle crée un

« droit de priorité » au premier dispositif installé qui conditionne ensuite l'installation des autres. Ce type de mesure ne peut être reconduit dans le RLPi.

Certains RLP ont prévu des **règles d'autorisation préalable ou de procédure non prévues par le code de l'environnement** : par exemple, ils ont précisé que la publicité murale était « autorisée » uniquement si elle était peinte ou si le mur faisait l'objet d'un traitement préalable ou encore que l'installation de la publicité devait recueillir l'accord préalable des propriétaires des parcelles voisines. Ces mesures, considérées comme illégales, ne peuvent être réécrites dans le RLPi, car elles constituent soit des interdictions déguisées de publicité murale (les conditions définies par le RLP rendent de fait leur installation impossible), soit des détournements des règles nationales de procédure.

Enfin, la grande majorité des RLP communaux procède à un certain nombre de **rappels de règles nationales qu'ils n'adaptent pas** (obligation de maintien en bon état d'entretien, obligation de suppression de l'enseigne dans les 3 mois de cessation de l'activité...), sans pour autant rappeler toutes les règles nationales qui demeurent applicables.

Le RLPi évite de ré-écrire des règles nationales qu'il ne modifie pas.

L'article L. 581-14 du code de l'environnement précise que « *Sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* ».

L'article R. 581-74 du code de l'environnement dispose quant à lui que « *La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L. 581-10, ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R. 581-66 et R. 581-77 et les dérogations prévues par le I de l'article L. 581-8* ».

Le règlement *stricto sensu* correspond donc aux prescriptions locales qui sont édictées, soit pour la totalité de la ou des zones de publicité délimitées sur le territoire, soit pour chacune de ces zones. Cette partie réglementaire doit rester « concentrée » sur son objet fondamental : édicter des prescriptions locales - en principe pour restreindre les possibilités résultant de la réglementation nationale applicable aux publicités et, éventuellement, aux enseignes ; le cas échéant, pour exprimer les conditions dans lesquelles certaines interdictions légales de publicité sont levées.

Par ailleurs, le fait de reprendre dans le RLP certaines règles nationales mais pas d'autres laisse à penser que celles qui n'auraient pas été reprises pourraient ne plus être applicables.

En outre, cette pratique peut poser des difficultés lors de la mise en œuvre du règlement local lorsque les règles nationales évoluent après l'approbation du RLPi.

Synthèse :

- ▶ Les communes dotées de RLP à leur échelle ont marqué leur intention de protéger certains secteurs de leurs territoires, en particulier les centres-villes, les secteurs résidentiels et les lieux présentant une sensibilité paysagère ou patrimoniale.
- ▶ La présence de publicités était davantage admise le long des axes structurants ainsi que dans les zones commerciales, d'activités et industrielles.
- ▶ Le RLPi s'inscrit dans une logique plus protectrice encore : il réduit les surfaces et le nombre des publicités, il ne déroge plus à l'interdiction de publicité hors agglomération.

III. REGLEMENTATION NATIONALE APPLICABLE AU TERRITOIRE EN L'ABSENCE DE RLP

La réglementation nationale relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes a été profondément modifiée par la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 et ses décrets d'application (30 janvier 2012, 1^{er} août 2012 et 9 juillet 2013 notamment).

Cette réforme a apporté d'importantes modifications, qui, si elles ont restreint de nombreuses possibilités admises antérieurement (diminution des surfaces maximales, nouvelles règles de densité ou concernant la publicité lumineuse, limitation des enseignes...), ont également organisé de nouvelles possibilités d'installation publicitaire (bâches, dispositifs de dimensions exceptionnelles, micro-affichage...).

A l'image du territoire, aux paysages très variés (espaces naturels, communes rurales, communes urbaines, zones d'activités...), la réglementation nationale applicable aux 73 communes membres de la Communauté urbaine Grand Paris Seine & Oise est très contrastée.

En matière de publicités et préenseignes, deux régimes juridiques, très différents, sont organisés :

- celui applicable aux agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (39 communes concernées) ;
- et celui des communes de plus de 10 000 habitants ou appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (soit 34 communes).

En matière d'enseignes, hormis le cas des enseignes scellées au sol, les règles nationales sont identiques pour les 73 communes.

La réglementation au titre du cadre de vie et des paysages (code de l'environnement) ne fait pas obstacle à ce que les publicités, enseignes et préenseignes respectent d'autres législations ou réglementations susceptibles de restreindre les possibilités d'installation de ces dispositifs, en particulier celles relatives à :

- la sécurité routière (art. R. 418-2 à R. 418-7 du code de la route) ;
- l'occupation domaniale (art. L. 113-2 du code de la voirie routière, art. L. 2122-1 à L. 2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques), qu'il s'agisse des autorisations requises ou des règles d'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite (loi n° 2005-102 du 11 février 2005).

A. Réglementation nationale applicable aux publicités et aux préenseignes

Selon l'article L.581-19 du code de l'environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Ainsi, toutes les règles applicables à la publicité le sont également aux préenseignes (même corpus juridique).

Une exception existe à ce principe : les préenseignes situées hors agglomération dites « préenseignes dérogatoires » (cf ci-après).

La loi définit la publicité comme « *toute inscription, forme ou image (à l'exception des enseignes et préenseignes) destinée à informer le public ou attirer son attention. Les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités* » (art. L. 581-3, a c.env.).

Le code de l'environnement édicte les mêmes règles pour les publicités non lumineuses et pour les publicités éclairées par projection (spots ou rampe lumineuse éclairant l'affiche papier) ou par transparence (tubes néon derrière l'affiche papier). En revanche, les publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence (ex : publicités numériques) font l'objet de règles distinctes.

A noter : Le décret (modifié) du 30 janvier 2012, entré en vigueur le 1er juillet 2012, a sensiblement modifié la réglementation nationale applicable à la publicité : d'une part, des restrictions nouvelles ont été introduites (densité maximale le long des voies, réduction des surfaces unitaires, limitation de la hauteur sur façade au niveau de l'égout du toit, extinction nocturne) ; mais d'autre part, des possibilités nouvelles ont été admises (micro-affichage sur vitrines commerciales, bâches publicitaires, dispositifs de dimensions exceptionnelles, hauteur sur façades ou clôtures en agglomération de moins de 10 000 habitants).



Exemples de publicités scellée au sol et murale

La loi définit les préenseignes comme « *toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée* » (art. L. 581-3 c.env.).



Exemples de préenseignes : scellée au sol et murale.

Les supports étant identiques à ceux de la publicité, le code de l'environnement les soumet au même régime juridique.

Les publicités sont en général destinées aux grandes campagnes nationales d'affichage, tandis que les préenseignes servent à signaler la proximité d'activités locales (mais pas nécessairement du territoire) et donc répondent plus directement à un besoin de communication des acteurs économiques locaux.

Publicités et préenseignes se situent majoritairement sur propriétés privées (ex : sur le mur d'une habitation), plus rarement sur domaine public (convention d'affichage alors conclue entre la collectivité gestionnaire de la voie et un opérateur, pour l'installation de dispositifs purement publicitaires).

Sur domaine public, le code de l'environnement admet également la publicité et les préenseignes sur mobilier urbain. A titre accessoire à leur fonction principale de service public, cinq catégories de mobiliers urbains peuvent recevoir de la publicité. Il s'agit des mobiliers suivants : abris destinés au public, kiosques à journaux ou plus généralement à usage commercial, colonnes porte-affiches, mâts porte-affiches, mobiliers d'information générale ou locale.



1. Kiosque à usage commercial
(photo hors territoire)



2. Abri voyageurs



3. Colonne porte-affiche



4. Mâts porte-affiches



5. Mobilier d'information avec publicité de 2m² et 8m²



1. Interdictions de publicité

a. Hors agglomération

Comme précisé ci-avant, l'« **agglomération** » - au sens du code de la route (art. R. 110-2) : «*espaces sur lesquels sont groupés des immeuble bâtis rapprochés* » - est une notion fondamentale du droit environnemental de l'affichage extérieur :

- D'une part, la publicité est interdite de façon générale en-dehors des agglomérations (sauf à l'intérieur de l'emprise des aéroports, des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs de plus de 15 000 places, sauf à proximité immédiate des établissements des centres commerciaux

exclusifs de toute habitation si le RLP y autorise la publicité, et sauf cas des « préenseignes dérogatoires »),

- D'autre part, c'est la population des différentes « agglomérations » (une commune peut être constituée d'agglomérations distinctes) qui détermine les possibilités plus ou moins étendues d'installation des publicités à l'intérieur de ces agglomérations.

Dès lors que la publicité est interdite de façon générale en-dehors des espaces agglomérés, la délimitation précise de ces espaces est déterminante pour l'application du droit de l'affichage, que ce soit pour l'application de la réglementation nationale ou pour la juste délimitation des zones de publicité réglementée.

Exception à l'interdiction de publicité hors agglomération : certains types de préenseignes sont admis par la réglementation nationale hors agglomération. Il s'agit des préenseignes dites « dérogatoires », au profit d'activités culturelles, d'activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, de monuments historiques ouverts à la visite ou de préenseignes « temporaires », qui peuvent être installées (art. L. 581-19 c.env.) selon des conditions spécifiques :

- Nombre limité à deux par activité, porté à quatre par monument historique ouvert à la visite (art. R. 581-67 c.env.) ;
- Installation à moins de 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu d'exercice de l'activité signalée, distance portée à 10 km pour les monuments historiques (art. R. 581-66 c.env.) ;
- Installation scellée au sol ou installée directement sur le sol (art. R. 581-66 c.env.) ;
- Panneau rectangulaire (art. 4, arrêté du 23 mars 2015) limité à 1 m de haut et 1,50 m de large (art. R. 581-66 c.env.) ;
- Hauteur au-dessus du sol limitée à 2,20 mètres, avec possibilités de superposer deux préenseignes alignées sur un même mât mono-pied d'une largeur limitée à 15 cm (art. 3, arrêté du 23 mars 2015).

***A noter :** La réglementation nationale applicable aux préenseignes dérogatoires a été sensiblement « durcie » par le décret du 30 janvier 2012 et par l'arrêté interministériel du 23 mars 2015 (a notamment été supprimée toute possibilité d'installation de préenseignes dérogatoires au profit des « activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement » - restaurants, hôtels, stations-services, garages...-).*

b. En agglomération

De manière absolue, la publicité est interdite -sans dérogation possible par le RLPi- dans les lieux visés à l'article L. 581-4 du code de l'environnement.

En agglomération, sur le territoire de GPS&O, toute publicité est ainsi interdite :

- Sur les monuments historiques ;
- Dans les sites classés ;
- Dans les réserves naturelles ;

- Sur les arbres ;
- Sur les immeubles identifiés par arrêté du maire comme présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

Toute publicité est également interdite sur les plantations, poteaux de transport et de distribution électrique, de télécommunication, installations d'éclairage public, équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne, sur les murs de bâtiments, sauf s'ils sont aveugles ou comportent des ouvertures de surface unitaire inférieure à 0,50m², sur les clôtures non aveugles, les murs de cimetières ou de jardins publics, sauf sur les bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est engagée ou a été autorisée (art. R. 581-22 du code de l'environnement).

De manière relative, à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite -avec la possibilité pour un RLP d'admettre des dérogations à ces interdictions- dans les lieux visés à l'article L. 581-8 du code de l'environnement, soit pour GPS&O :

- Dans les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine : périmètre délimité des abords ou, à défaut, rayon de 500m et en covisibilité du monument historique ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables de Mantes-la-Jolie et d'Andrésey ;
- Dans les sites inscrits ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 c.env. ;
- Dans les zones Natura 2000 .

L'article 100 (5°, a) de la loi n° 2016-925 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016 (loi LCAP) a modifié le champ d'application de l'interdiction légale de publicité qui s'appliquait depuis la loi du 29 décembre 1979 aux abords des monuments historiques, pour remplacer l'interdiction "à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité" de ces monuments, par une interdiction "aux abords" de ces monuments, tels que par l'article L. 621-30 du code du patrimoine, à savoir un "périmètre délimité" autour de ces monuments ou, en l'attente d'un tel périmètre, "à moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité" de ces monuments.

Un règlement local de publicité peut lever l'interdiction de publicité dans les abords de monuments historiques, pour leurs parties situées en agglomération, dans des conditions qu'il lui appartient de déterminer, sans qu'elles permettent des conditions d'installation moins strictes que les règles applicables en l'absence d'interdiction légale (art. L. 581-8, I, 1° du code de l'environnement).

INTERDICTION ABSOLUE DE PUBLICITE (le RLPi ne peut pas y déroger)	INTERDICTION RELATIVE DE PUBLICITE (le RLPi peut y déroger)
▪ Sur les monuments historiques ▪ Dans les sites classés ▪ Dans les réserves naturelles ▪ Sur les arbres	En agglomération : ▪ Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ▪ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ▪ Dans les sites inscrits ▪ Dans les zones Natura 2000 ▪ A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du code de l'environnement

2. Règles nationales applicables à l'ensemble des secteurs agglomérés du territoire

Des conditions d'installation des dispositifs publicitaires s'appliquent indépendamment du seuil de la population agglomérée (agglomération de plus ou moins de 10 000 habitants) :

- Obligation de disposer d'une autorisation écrite du propriétaire (art. L. 581-24) ;
- Obligation de mentionner nom et adresse, dénomination ou raison sociale de celui qui a apposé ou fait apposer la publicité (art. L. 581-5) ;
- Maintien en bon état d'entretien et de fonctionnement (art. R. 581-24) ;
- Limitation de la densité des dispositifs publicitaires en fonction du linéaire de façade sur rue (art. R. 581-25) :
- Par tranche de 80 mètres linéaires, un dispositif mural (éventuellement deux dispositifs « alignés » pour la 1ère tranche de 80 mètres) ou un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol ;
 - un dispositif supplémentaire est admis pour la 1ère tranche de 40 à 80 mètres.

Par ailleurs, certains types de publicité sont admis dans toutes les communes membres de la Communauté urbaine de Grand Paris Seine et Oise :

- **Affichage « libre »** (art.L. 581-13) : le Maire détermine par arrêté un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

La surface minimale que chaque commune doit réserver à ce type d'affichage est fonction du nombre d'habitants (art. R. 581-2) :

- 4m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4m² plus 2m² par 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12m² plus 5m² pour 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.

- **Conditions d'équipement ou d'utilisation de véhicules terrestres à des fins essentiellement publicitaires (art. R. 581-48) :**
 - interdiction de stationnement ou de séjour en des lieux où les publicités sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique,
 - interdiction de circulation en convoi de deux ou plusieurs véhicules ou à vitesse anormalement réduite,
 - interdiction de circulation aux abords des monuments historiques,
 - interdiction de publicité lumineuse,
 - surface totale limitée à 12m² .

- **Possibilité d'installation de publicités de dimensions réduites sur les vitrines commerciales, dites aussi « micro-affichage » (art. R. 581-57) :**
 - surface unitaire limitée à 1m²,
 - surface totale limitée au 1/10ème de la surface de la devanture commerciale dans la limite de 2m² .

3. Règles nationales applicables aux agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris et aux agglomérations de plus de 10 000 habitants

Selon le classement 2020 de l'INSEE, 33 communes de GPS&O appartiennent à l'unité urbaine de Paris, laquelle comprend plus de 800 000 habitants. Les règles nationales qui leur sont applicables, en l'absence de RLP, sont les plus « favorables » à l'installation de publicité.

Il en va de même d'Aubergenville, en tant que commune de plus de 10 000 habitants, même si elle n'appartient pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

En particulier, la publicité scellée au sol ainsi que la publicité numérique (« lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ») sont admises, respectivement de surfaces maximales de 12m² et 8m². Il s'agit de la surface « support compris » et non pas de la seule surface d'« affichage » (CE, 20 oct. 2016, commune de Dijon, n° 395494).

a. Règles nationales applicables à la publicité non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence dans les agglomérations de plus ou moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine de Paris et aux agglomérations de plus de 10 000 habitants :

Hauteur minimale au-dessus du sol	0,50m (art.R.581-27)
Extinction nocturne	A définir par le RLPi pour les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris
Installation sur mur, clôture, bâtiment	▪ interdiction sur toiture ou terrasse en tenant lieu ▪ interdiction de dépasser les limites du mur ou limites de l'égout du toit (art.R.581-27) ▪ installation sur le mur support ou sur plan parallèle avec une saillie maximale de 0,25m par rapport au mur ▪ suppression préalable des anciennes publicités existantes au même endroit ▪ surface unitaire maximale 12m² ▪ hauteur maximale au-dessus du sol : 7,50m (art.R.581-26)
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	▪ interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R.581-30) ▪ interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31) ▪ surface unitaire maximale 12m² ▪ hauteur maximale au-dessus du sol : 6m ▪ installation à plus de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin et à plus de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative (art.R.581-33)

b. Règles nationales applicables à la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (dont numérique) dans les agglomérations de plus ou moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine de Paris et aux agglomérations de plus de 10 000 habitants :

Hauteur minimale au-dessus du sol	0,50m (art.R.581-27)
Extinction nocturne	A définir par le RLPI pour les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris
Installation sur mur, clôture, bâtiment	▪ interdiction de dépasser les limites du mur, d'être apposée sur garde-corps d'un balcon ou balconnet, d'être apposée sur une clôture (art.R.581-36) ▪ installation sur le mur support ou sur plan parallèle (art.R.581-37) ▪ surface unitaire maximale 8m² ▪ hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-34)
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	▪ interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R.581-30 et R.581-40) ▪ interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-40) ▪ surface unitaire maximale 8m² ▪ hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-41) ▪ installation à plus de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin et à plus de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative (art.R.581-33 et R.581-40)
Publicité lumineuse sur toiture	▪ hauteur inférieure à 1/6ème de la hauteur de la façade, limitée à 2m, pour les façades d'une hauteur inférieure ou égale à 20m (1/10ème, dans la limite de 6m, dans les autres cas) – art.R.581-38 ▪ en lettres et signes découpés sans panneau de fond autre que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base et dont la hauteur est limitée à 0,50m - art.R.581-38
Numérique	Système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (art.R.581-41)



Exemple hors territoire : publicité lumineuse scellée au sol

c. Règles nationales applicables à la publicité supportée par du mobilier urbain, dans les agglomérations de plus ou moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine de Paris et aux agglomérations de plus de 10 000 habitants :

Mobilier urbain scellé au sol ou directement installé sur le sol	▪ interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R 581-30 et R.581-42) ▪ interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-42)
Abri destiné au public (art.R.581-43)	▪ interdiction de publicité sur le toit ▪ surface unitaire des publicités limitée à 2m² ▪ surface totale des publicités limitée à 2m², plus 2m², par tranche entière de 4,50m² de surface abritée au sol
Kiosque à journaux ou à usage commercial (art.R.581-44)	▪ interdiction de publicité sur le toit ▪ surface unitaire des publicités limitée à 2m² ▪ surface totale des publicités limitée à 6m²
Colonne porte-affiches (art.R.581-45)	Réservée à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mât porte-affiches (art.R.581-46)	▪ réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ▪ au plus, deux panneaux de 2m² dos à dos
Mobilier d'information à caractère général ou local ou supportant des œuvres artistiques (art.R.581-47)	▪ surface de publicité commerciale < surface totale informations non publicitaires ▪ interdiction de visibilité des affiches depuis une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, voie express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ▪ surface unitaire limitée à 12m² ▪ hauteur limitée à 6m au-dessus du sol ▪ implantation à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin
Publicité lumineuse (quel que soit le mobilier urbain)	▪ surface unitaire limitée à 8m² ▪ hauteur limitée à 6m au-dessus du sol ▪ implantation de la publicité numérique à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin si publicité visible de la baie et parallèle à elle ▪ système de gradation permettant d'adapter l'éclairage des publicités numériques à la luminosité ambiante

d. Certains dispositifs publicitaires sont uniquement admis dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants :

- Les bâches publicitaires, de chantier ou permanentes ;
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires ;
- La publicité numérique supportée, à titre accessoire, par du mobilier urbain.

e. Bâches publicitaires, de chantier ou permanentes (art. R. 581-53 à art.R.581-55) :

Conditions générales applicables aux bâches de chantier et aux bâches permanentes	Interdiction : - à moins de 40m du bord extérieur des autoroutes ou routes express, sauf autorisation de l'autorité de police de la circulation routière - sur toiture ou terrasse en tenant lieu - de dépasser les limites du mur support - de dépasser les limites de l'égout du toit - de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ▪ hauteur minimale au-dessus du niveau du sol : 0,50m (art. R. 581-53) ▪ extinction à définir par le RLPi ▪ publicité numérique limitée à 8m² et 6m au-dessus du sol
Publicité sur bâches de chantier (art. R. 581-54)	▪ saillie limitée à 0,50m par rapport à l'échafaudage ▪ durée d'affichage limitée à l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux ▪ surface publicité < 50% de la surface de la bâche (sauf travaux BBC) ▪ l'autorisation peut imposer la reproduction sur les parties de bâches non exploitées par la publicité de l'image des bâtiments occultés
Publicité sur bâches permanentes (art. R. 581-55)	▪ installation sur seuls murs aveugles ou comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50m² ▪ interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie ▪ installation sur le mur ou sur un plan parallèle au mur ▪ saillie limitée à 0,50m par rapport au mur ▪ distance minimale de 100m entre deux bâches

f. Dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire (art.R.581-56) :

Interdictions	▪ à moins de 40m du bord extérieur des autoroutes ou routes express, sauf autorisation de l'autorité de police de la circulation routière ▪ de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ▪ si dispositif scellé au sol, interdiction : - En EBC et zones N du PLU - A moins de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin - A moins de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative
Conditions d'installation	▪ publicités lumineuses situées sur un plan parallèle au mur support ▪ hauteur minimale au-dessus du niveau du sol : 0,50m ▪ surface unitaire limitée à 50 m² si le dispositif supporte de la publicité numérique (pas de limitation de surface dans les autres cas)
Durée d'installation	▪ au maximum 1 mois avant le début de la manifestation annoncée jusqu'à 15 jours après la fin de la manifestation
Conditions d'utilisation	▪ extinction à définir par le RLPi ▪ système de gradation de l'éclairage pour publicités numériques



Exemple hors territoire : bâche

4. Règles nationales applicables aux agglomérations n'appartenant pas à l'unité urbaine de Paris

39 communes comptent chacune moins de 10 000 habitants et n'appartiennent pas, selon l'INSEE, à l'unité urbaine de Paris.

La réglementation nationale qui leur est applicable diffère radicalement de celle applicable aux 33 communes appartenant à l'unité urbaine de Paris et dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Aubergenville) : elle contraint fortement l'installation des publicités et préenseignes .

Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les 39 communes hors unité urbaine de Paris. Sont principalement admis les dispositifs sur mur ou clôture, sans possibilité de publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (ex : numérique).

Par ailleurs, la publicité sur mobilier d'information est limitée à 2m² (et non 12m²), ce qui correspond au format « planimètre » ou « sucette » ; la publicité numérique sur tout type de mobilier urbain étant interdite.

a. Règles nationales applicables à la publicité et aux préenseignes dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Paris :

Hauteur minimale au-dessus du sol	▪ 0,50m (art.R.581-27)
Installation sur mur, clôture, bâtiment	▪ interdiction sur toiture ou terrasse en tenant lieu, de dépasser les limites du mur ou limites de l'égout du toit (art.R.581-27) ▪ installation sur le mur support ou sur plan parallèle avec une saillie maximale de 0,25m par rapport au mur ▪ suppression préalable des anciennes publicités existantes au même endroit ▪ surface unitaire maximale 4m² ▪ hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-26)
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	▪ interdit (art.R.581-31)
Publicité lumineuse	▪ interdite (art.R.581-33)

b. Règles nationales applicables à la publicité supportée par du mobilier urbain, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Paris :

Mobilier urbain scellé au sol ou directement installé sur le sol	▪ interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R 581-30 et R.581-42) ▪ interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-42)
Abri destiné au public (art.R.581-43)	▪ interdiction de publicité sur le toit ▪ surface unitaire des publicités limitée à 2m² ▪ surface totale des publicités limitée à 2m², plus 2m², par tranche entière de 4,50m² de surface abritée au sol
Kiosque à journaux ou à usage commercial (art.R.581-44)	▪ interdiction de publicité sur le toit ▪ surface unitaire des publicités limitée à 2m² ▪ surface totale des publicités limitée à 6m²
Colonne porte-affiches (art.R.581-45)	▪ réservée à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mât porte-affiches (art.R.581-46)	▪ réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ▪ au plus, deux panneaux de 2m² dos à dos
Mobilier d'information à caractère général ou local ou supportant des œuvres artistiques (art.R.581-47)	▪ surface de publicité commerciale < surface totale informations non publicitaires ▪ interdiction de visibilité des affiches depuis une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, voie express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ▪ surface unitaire limitée à 2m² ▪ hauteur limitée à 3m au-dessus du sol ▪ implantation à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin
Publicité numérique	▪ interdite

Synthèse des principales dispositions nationales applicables aux publicités du territoire :

	PUBLICITE SCELLEE AU SOL	PUBLICITE MURALE	PUBLICITE NUMERIQUE	BACHES, DISPOSITIFS DE DIMENSIONS EXCEPTIONNELLES
34 COMMUNES EN UNITE URBAINE DE PARIS OU DE PLUS DE 10 000 HABITANTS	Surface 12m ² Hauteur 6m	Surface 12m ² Hauteur 7,50m	Surface 4m ² Hauteur 6m	Admis sur autorisation du Maire (au cas par cas)
39 COMMUNES HORS UNITE URBAINE DE PARIS	Interdite	Surface 4m ² Hauteur 6m	Interdite	Interdite



Communes en/hors unité urbaine de Paris

- Communes en unité urbaine de Paris
- Communes hors unité urbaine de Paris
- Commune de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

B. Réglementation nationale applicable aux enseignes

La loi définit les enseignes comme « *toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* » (art. L. 581-3, b).

A noter : La réglementation nationale applicable aux enseignes a été « durcie » par le décret du 30 janvier 2012, entré en vigueur le 1er juillet 2012. Ces nouvelles restrictions sont pleinement opposables depuis le 1er juillet 2018 pour les enseignes qui étaient régulièrement installées le 30 juin 2012.

Contrairement à la publicité et aux préenseignes, les règles nationales en matière d'enseignes ne diffèrent pas selon que l'enseigne se situe dans une agglomération appartenant ou non à l'unité urbaine de Paris.

En revanche, une distinction est opérée entre les agglomérations de plus ou moins de 10 000 habitants concernant les enseignes scellées au sol.

Toute enseigne est soumise à une obligation de maintien en bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement et doit être constituée de matériaux durables (art. R. 581-58 du code de l'environnement).

L'enseigne doit être supprimée et les lieux remis en état dans les trois mois suivant la suppression de l'activité signalée, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1 et 6 heures lorsque l'activité a cessé, sauf cessation de l'activité après minuit ou reprise avant 7 heures, et sauf événements exceptionnels. Les enseignes clignotantes sont interdites, sauf celles des pharmacies et services d'urgence (art. R. 581-59 du code de l'environnement).



Exemples d'enseigne parallèle au mur et d'enseigne scellée au sol

TYPE DE DISPOSITIF	REGLEMENTATION NATIONALE DES ENSEIGNES PERMANENTES
Enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur (art. R. 581-60)	▪ saillie limitée à 0,25m ▪ interdiction de dépasser les limites du mur ou les limites de l'égout du toit ▪ hauteur maximale : 1m sur auvent ou marquise ▪ hauteur limitée au garde-corps devant balcon ou baie ▪ surface cumulée des enseignes (parallèles + perpendiculaires) en façade : 15% de la surface de la façade commerciale, ou 25% si la surface façade <50m²
Enseignes apposées perpendiculairement à un mur (art. R. 581-61)	▪ interdiction devant une fenêtre ou balcon ▪ interdiction de dépasser la limite supérieure du mur ▪ saillie limitée au 1/10^{ème} de la largeur entre les deux alignements de la voie publique, sauf règlement de voirie plus restrictif, dans la limite de 2m ▪ surface cumulée des enseignes (parallèles + perpendiculaires) en façade = 15% de la surface de la façade commerciale, ou 25% si la surface façade <50m²
Enseignes sur toiture (art. R. 581-62)	Si l'activité exercée dans la moitié au plus du bâtiment : application des règles relatives à la publicité lumineuse sur toiture Dans les autres cas : ▪ en lettres et signes découpés, sans panneau de fond ▪ hauteur maximale de 3m pour les façades d'une hauteur inférieure ou égale à 15m ▪ hauteur maximale de 1/5^{ème} de la hauteur de la façade et limitée à 6m dans les autres cas ▪ surface totale des enseignes en toiture pour un même établissement : 60m²
Enseignes de plus d'1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol (art. R. 581-64 et -65)	▪ installation à plus de 10m des baies des immeubles voisins et à plus de la moitié de la hauteur du dispositif par rapport aux limites séparatives (règle dite « H/2 ») ▪ 1 seule enseigne par voie bordant l'activité ▪ surface maximale 6m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, et 12m² dans les autres agglomérations ▪ hauteur maximale de 6,50m (si largeur inférieure ou égale à 1m) et 8m dans les autres cas
Enseignes de moins d'1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol	Pas de règle nationale spécifique
Enseignes lumineuses	▪ extinction entre 1h et 6h ▪ interdiction du clignotement, sauf pharmacie

Sur le territoire communautaire, la réglementation nationale applicable aux **enseignes temporaires** (signalisation de manifestations culturelles ou touristiques exceptionnelles ou d'opérations exceptionnelles de moins de trois mois ; signalisation de travaux publics, d'opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location ou vente, ainsi que de location ou vente de fonds de commerce) se caractérise par les éléments suivants :

- Installation trois semaines au plus avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée et retrait dans la semaine suivant la fin de la manifestation ou de l'opération (art. R. 581-69) ;
- Maintien en bon état d'entretien et de fonctionnement (art. R. 581-58) ;
- Extinction des enseignes temporaires lumineuses entre 1 et 6 heures du matin, sauf fin ou début d'activité entre minuit et 7 heures du matin (extinction une heure après la cessation et allumage d'une heure avant la reprise) (art. R. 581-59) ;
- Conditions d'installation des enseignes temporaires sur des murs (clôtures ou façades) :
 - installation sur le mur ou sur un plan parallèle au mur avec une saillie limitée à 25 cm sans dépasser les limites de l'égout du toit (art. R. 581-60),
 - installation perpendiculaire au mur sans en dépasser la limite et sans constituer de saillie supérieure au 1/10 de la distance entre les deux alignements de la voie publique (sauf règlement de voirie plus restrictif) limitée à 2m (art. R. 581-61).
- Surface cumulée sur toiture d'un même établissement limitée à 60m² (sauf certains établissements culturels) (art. R. 581-62) ;
- Conditions d'installation des enseignes temporaires de plus d'1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol :
 - installation à plus de 10 mètres en avant d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin et à une distance supérieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (sauf deux enseignes accolées dos à dos, de mêmes dimensions, pour des activités exercées sur deux fonds voisins) (art. R. 581-64),
 - limitation à une enseigne le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité (art. R. 581-64),
 - lorsqu'il s'agit d'enseignes temporaires au profit de travaux publics, d'opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location ou vente, ainsi que de location ou vente de fonds de commerce, surface unitaire limitée à 12m² (art. R. 581-70).

C. Régime des autorisations et déclarations préalables

Pour les 18 communes de GPS&O dotées d'un règlement local de publicité, les pouvoirs de police administrative de l'affichage relèvent de la compétence décentralisée des Maires de chaque commune (art. L. 581-14-2 du code de l'environnement), alors que ces pouvoirs sont exercés par le Préfet pour les 55 autres communes, non couvertes par un RLP.

Dès l'entrée en vigueur du RLPi, chacun des 73 Maires exercera les pouvoirs de police de l'affichage : instruction des autorisations préalables à la pose d'enseignes et de certaines formes de publicité, verbalisation des dispositifs en infraction. Il s'agira donc de missions nouvelles pour 55 communes.



Enseigne temporaire liée à une opération immobilière : scellée au sol, au sol, sa surface est limitée à 12m²

1. Publicité

Déclaration préalable :

Les publicités non lumineuses et celles éclairées par projection ou transparence sont soumises à une simple déclaration préalable à effectuer en mairie (art. L. 581-6 du code de l'environnement) dès lors qu'il existe un RLP.

Aucune réponse n'est à fournir par la Mairie (ni « autorisation », ni refus): il s'agit d'un régime purement déclaratif.

Autorisation préalable :

- Les publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence sont, par principe, soumises à une autorisation délivrée pour une période maximale de huit ans (art. L. 581-9 du code de l'environnement).
- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants où ils sont admis, les emplacements de bâches publicitaires -de chantier ou permanentes- et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont soumis à autorisation du Maire (art. L. 581-9 du code de l'environnement).

2. Enseignes

Toute installation ou modification d'enseigne est soumise à une autorisation préalable du Maire (art. L. 581-18 du code de l'environnement) dès lors qu'il existe un RLP.

L'installation d'une enseigne temporaire est soumise à autorisation uniquement lorsqu'elle est scellée au sol dans les lieux visés à l'article L 581-8 du code de l'environnement ou apposée sur un immeuble ou dans un lieu visé à l'article L. 581-4 du code de l'environnement (art. R. 581-17 du code de l'environnement).

À noter : le RLPi n'a pas le pouvoir de soumettre à autorisation d'autres dispositifs que ceux définis par le code de l'environnement (enseignes, publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence, bâches publicitaires et publicités de dimensions exceptionnelles), ni d'instituer des procédures non prévues par les textes ou de modifier ou compléter ces procédures.

IV. ETAT DU PARC EXISTANT DES PUBLICITES, ENSEIGNES ET PREENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE

Sur le fondement des informations collectées auprès des communes et de GPS&O (déclarations TLPE, contrats de mobiliers urbains...), le relevé de terrain effectué en novembre et décembre 2020 a tendu à être le plus exhaustif possible en matière de publicités et de pré-enseignes installées sur domaine privé : chaque commune a été parcourue.

Toutefois, il est possible que certains dispositifs n'aient pas été relevés ou aient été installés après le travail de terrain. Les chiffres ci-après exposés peuvent donc comporter des « manques », estimés entre 5 et 10%.

En matière d'enseignes, le relevé n'a pas été exhaustif mais typologique : identification des différents types d'enseignes présentes sur le territoire, étude de leur conformité aux règles nationales.

Une étude plus spécifique a été menée sur les enseignes de grandes zones commerciales ou d'activités : le pôle Ouest mantois (Buchelay), le pôle Aubergenville-Flins, le pôle Orgeval-Villennes (route des 40 Sous), la zone commerciale Le Grand Cèdre à Achères, la zone d'activités du Petit Parc à Ecquevilly, le parc d'activités de la Couronne des près à Epône et le parc d'activités économiques Les Garennes aux Mureaux.

A. Le parc des publicités et préenseignes

1. Sur domaine privé

a. Nombre des dispositifs

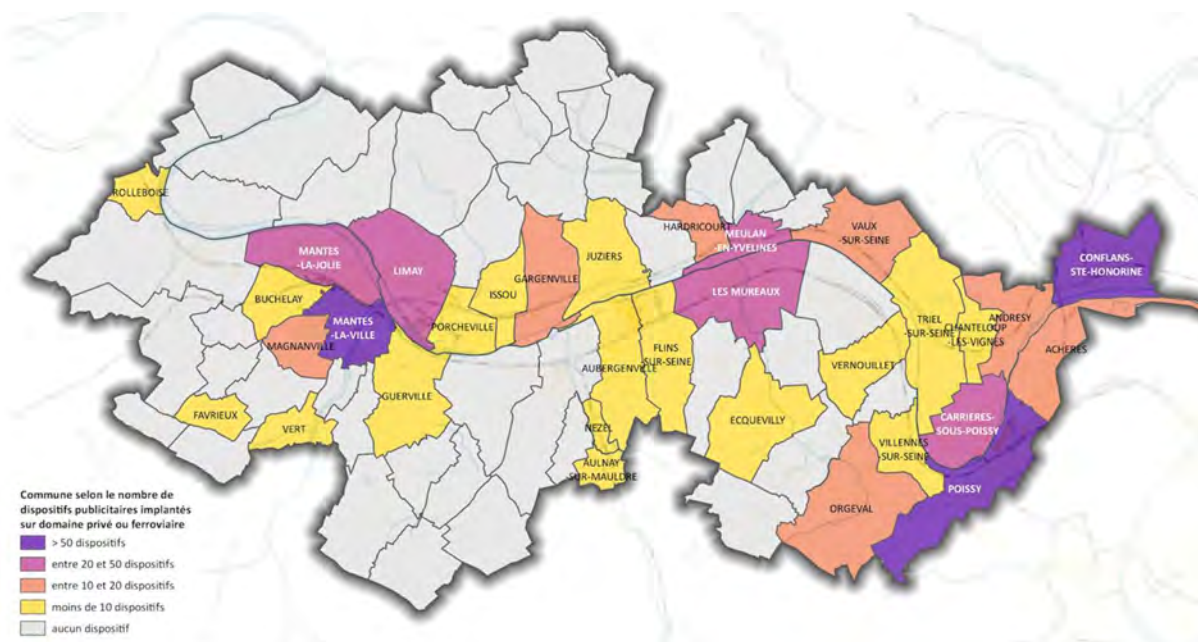
Plus de 500 dispositifs ont été recensés, sur domaine privé, sur le territoire. La présence publicitaire est inégalement répartie, ces dispositifs ayant été relevés sur 32 communes uniquement.

Les villes dans lesquelles la présence publicitaire est la plus notable sont Conflans-Sainte-Honorine, Poissy et Mantes-la-Ville, chacune comptant plus de 50 dispositifs.

Carrières-sous-Poissy, Les Mureaux, Meulan-en-Yvelines, Limay et Mantes-la-Jolie sont moyennement investies par la publicité : chacune compte entre 20 et 50 dispositifs publicitaires.

Dans les 24 autres communes, davantage rurales et situées en périphérie du territoire, la présence publicitaire reste très contenue : entre 1 et 20 dispositifs.

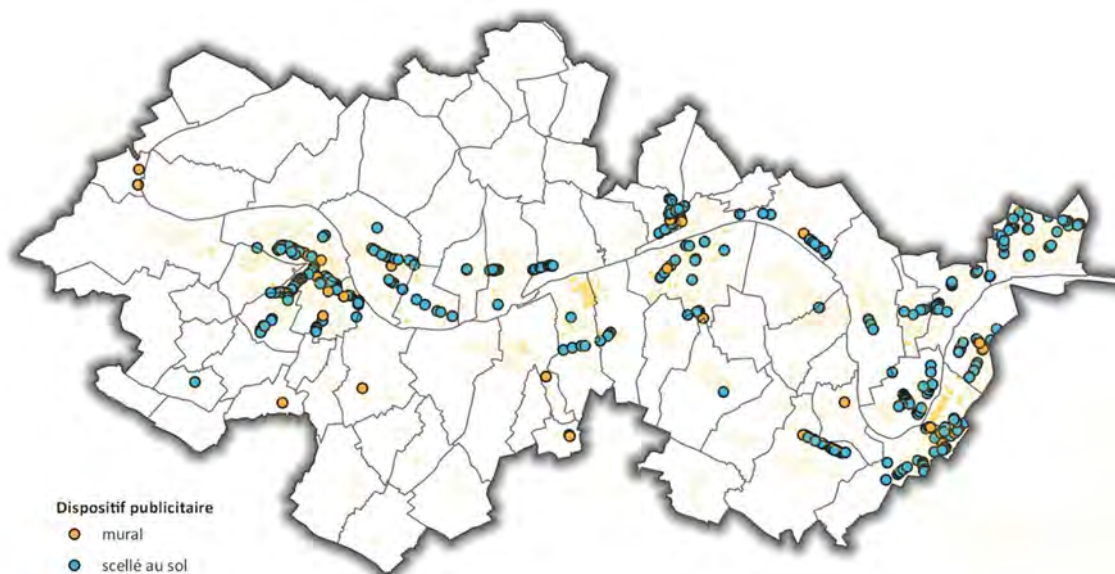
Enfin, 41 communes apparaissent en revanche totalement dénuées de publicités sur domaine privé.



b. Typologie des dispositifs

Plus de 20 sociétés d'affichage ont été recensées, à la fois groupes nationaux et locaux, chacune développant son propre matériel : les caractéristiques esthétiques des dispositifs varient donc fortement (matériaux, couleur du cadre, pied...).

La très grande majorité des dispositifs publicitaires relevés sont des dispositifs scellés au sol, simple ou double face : plus de 90% des dispositifs au total. A contrario, les dispositifs sur murs ou sur clôtures sont minoritaires. Cela témoigne du fait que les conditions d'installation d'une publicité sur un support existant sont de fait davantage contraintes par la réglementation nationale que celles des dispositifs scellés au sol, puisque le mur support doit être aveugle (dénué de toute ouverture) ou présenter de très faibles ouvertures (de surface inférieure à 0,50m²).



Concernant les surfaces d'affiche des dispositifs publicitaires : la très grande majorité (au moins 70%) sont des dispositifs de grand format (affiche de 8 et 12m²).

Les dispositifs dont la seule affiche fait 12m² sont non conformes à la réglementation nationale qui fixe la surface maximale, support compris et non de la seule affiche, à 12m² (CE 20 octobre 2016 « Commune de Dijon »).

Concernant le caractère lumineux des dispositifs publicitaires : plus de 70% des dispositifs publicitaires relevés sont non lumineux (simple affiche papier). 30% du parc correspond à des dispositifs éclairés par projection (spots éclairant le dispositif) ou transparence (tubes néon à l'intérieur du dispositif) qui, réglementairement, sont soumis au même corpus juridique que les dispositifs non lumineux.

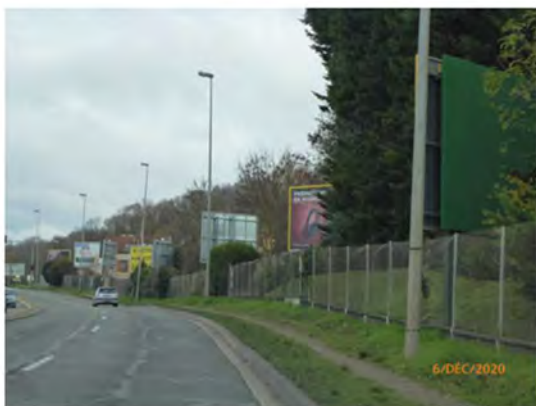
Aucun dispositif numérique n'a été relevé sur domaine privé.

Concernant les besoins des acteurs économiques locaux, plus de 70% des dispositifs publicitaires sont exploités en « préenseignes longue conservation » pour signaler, de manière permanente, la proximité d'activités locales. A contrario, 30% sont consacrés à des campagnes publicitaires nationales.

c. Lieux de concentration de la publicité

La publicité s'adressant avant tout aux automobilistes, elle s'installe dans les lieux générant le plus de passage, lui permettant d'être vue par le plus grand nombre :

- Le long des axes routiers les plus empruntés : RD 190 (dans la séquence allant de Limay à Poissy), RD 14 (d'Aubergenville aux Mureaux), RD 203 à Conflans-Sainte-Honorine, RD 55 (de Carrières-sous-Poissy à Andrésy), RD 113 à Mantes-la-Jolie, RD 928 (de Magnanville à Mantes-la-Jolie), avenue de la Maladrerie et avenue du Maréchal Foch à Poissy ;
- A proximité des franchissements de voie ferrée (soit sur domaine ferroviaire) ;
- A proximité des grandes zones commerciales, zones d'activités et zones industrielles : route des Quarante Sous à Orgeval, ZA des Boutries à Conflans-Sainte-Honorine, zone commerciale Auchan (Buchelay/Mantes-la-Ville), ZI de Limay/Porcheville.



Avenue du Maréchal Leclerc de Hauteclerc à Meulan-en-Yvelines



35 dispositifs recensés sur domaine ferroviaire

2. Présence de publicité dans les lieux protégés

a. Publicité située hors agglomération

En raison des nombreux interfaces ville-campagne, particularité du territoire, la présence de publicité hors agglomération est constatée sur le terrain et concerne au moins 25 dispositifs.

Ces dispositifs sont non conformes à la réglementation nationale et doivent être supprimés sans délai.



Publicité en zone naturelle

b. Publicité en zone naturelle (N) du PLUi

Le zonage du PLUi est entré en vigueur au premier trimestre 2020. Certains dispositifs publicitaires scellés au sol (au moins 24) se sont retrouvés dans les nouvelles zones N, ce qui constitue un motif d'infraction.

Ils doivent être supprimés dans les deux ans de l'entrée en vigueur du PLUi.

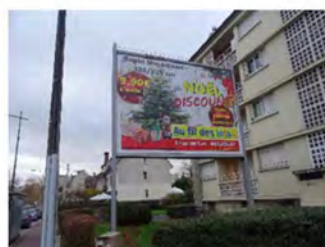


RN 184 à Conflans-Sainte-Honorine

c. Publicité dans le site patrimonial remarquable de Mantes-la-Jolie

A Mantes-la-Jolie, 18 dispositifs (sur les 33 relevés sur la commune) se situent dans le site patrimonial remarquable (SPR).

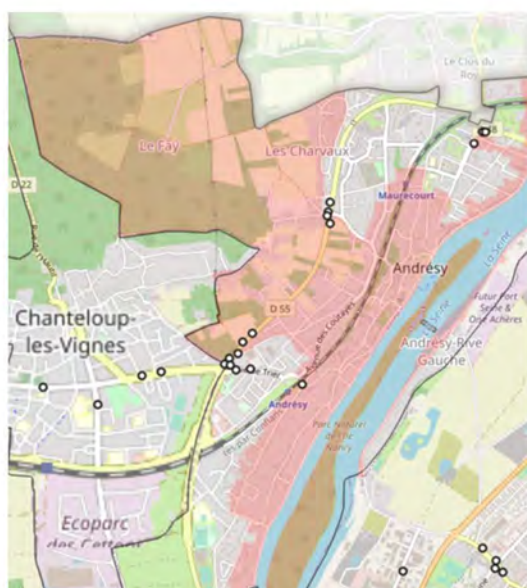
Le RLP (2005) de la commune est postérieur à l'instauration de la ZPPAUP (2003), devenue SPR. Dans la « zone de protection autour des monuments historiques », le RLP admettait la publicité sur mobilier urbain et la publicité murale, mais pas la publicité scellée au sol.



Publicités sur domaine privé situées dans le SPR de Mantes-la-Jolie

A Andrésey, 10 dispositifs (sur les 15 relevés sur la commune) se situent dans le site patrimonial remarquable (ex-AVAP approuvée le 23 mars 2017).

La commune n'est pas couverte par un RLP. Les dispositifs relevés dans le SPR auraient du être supprimés dans les deux ans de l'entrée en vigueur du SPR.



Publicités sur domaine privé situées dans le SPR d'Andrésey

d. Irrégularités

Outre les cas des dispositifs avec affiche de 12m² (dépassant donc la surface maximale admise par la réglementation nationale de 12m² cadre compris) et la présence de publicité en lieux d'interdiction, environ 15% des dispositifs recensés sur domaine privé sont non conformes à la réglementation nationale « Grenelle II ».

Les principales infractions sont relatives :

- A l'installation de dispositifs scellés au sol, ne respectant pas la distance minimale (« H/2 ») avec la limite séparative (article R.581-33) ;
- A des dispositifs muraux dépassant les limites du mur ou les limites de l'égout du toit (article R.581-27) ;
- A des dispositifs installés sur des murs ou clôtures présentant des ouvertures de plus de 0,50m² (article R.581-26) ;
- A des dispositifs installés à moins de 0,50m au-dessus du sol ;
- A l'installation hors agglomération.



Dépasse les limites de l'égout du toit



Est installé à moins de 0,50m du niveau du sol



Mobiliers urbains (abris voyageurs et mobiliers d'information) qui peuvent porter de la publicité

Synthèse du diagnostic publicité et préenseignes :

- les dispositifs publicitaires sont principalement installés dans les pôles commerciaux ainsi que le long des axes routiers les plus fréquentés et sur le domaine ferroviaire ;
- la présence, en très grande majorité, de dispositifs scellés au sol et non de muraux, témoigne des possibilités, plus contraintes ou moins fréquentes, d'installation des dispositifs sur murs aveugles ou présentant de faibles ouvertures ;
- le format d'affiche de 12m² est encore largement pratiqué ;
- le taux d'infractions à la réglementation nationale et/ou aux règlements locaux met en évidence l'enjeu de l'application des règles (par le Préfet ou par les Maires) ;
- sur domaine privé et sur domaine public, la présence de publicité numérique est quasi inexistante par rapport à la publicité par affiche papier ;
- dans les lieux « protégés » (abords des monuments historiques, site patrimonial remarquable et sites inscrits), de la publicité a été relevée, principalement sur mobilier urbain.

B. Le parc des enseignes

Différentes typologies d'enseignes ont été relevées.

1. Les enseignes traditionnelles

Les enseignes traditionnelles correspondent à des commerces généralement exercés en rez-de-chaussée (plus rarement en étages, tels que les hôtels), situés dans les centralités et secteurs résidentiels.

Leur insertion dans le paysage est globalement satisfaisante : elles sont en général constituées d'enseignes parallèles au mur (enseignes en « bandeau »), de taille raisonnable eu égard à la façade commerciale, constituées en panneau plein de faible épaisseur, plus rarement en lettres et signes découpés, les couleurs utilisées sont sobres.

Avec les enseignes parallèles au mur, les enseignes perpendiculaires sont l'autre catégorie dominante en ces lieux. Leur nombre varie entre 1 et 3 ou 4 dispositifs pour une même activité, les tabacs-presse étant relativement généreux sur le nombre d'enseignes perpendiculaires. Leur positionnement est en général au plus près du rez-de-chaussée mais certaines enseignes perpendiculaires montent dans les étages et apparaissent alors vraiment détachées de la devanture.

Le mode d'éclairage des enseignes en façade est variable : spots, rampe lumineuse, enseigne perpendiculaire lumineuse, rétro-éclairage.

Les enseignes scellées au sol ou en toiture sont quasi inexistantes.

Les enseignes situées en site patrimonial remarquable ou dans les abords des monuments historiques sont particulièrement bien intégrées : nombre limité d'enseignes perpendiculaires et positionnement en continuité de l'enseigne parallèle, enseigne en bandeau souvent composée en lettres et signes découpés, mode d'éclairage discret, teintes sobres. Dans ces lieux, les enseignes sont soumises à accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France, dont les exigences permettent de renforcer l'intégration qualitative des enseignes.



Hors lieux patrimoniaux, des pistes d'améliorations sont identifiées pour accroître l'intégration et la sobriété des enseignes, et donc l'attractivité des activités :

- certaines enseignes « en bandeau » rompent avec les lignes de composition de la façade ;

- les enseignes perpendiculaires sont parfois au nombre de 3 ou 4 pour une même activité, peuvent être de taille assez conséquente ou avoir un scellement assez proéminent, être positionnées dans les étages alors que l'activité n'est exercée qu'au rez-de-chaussée ;
- les couleurs utilisées jurent parfois avec la façade sur laquelle les enseignes sont installées ;
- l'emploi de matériaux ou procédés peu qualitatifs est constaté : caissons épais, bâches, vitrophanie extérieure,
- les enseignes sur mur pignon « s'étalent » parfois bien plus que la partie occupée par l'activité...



Enseigne sur pignon aveugle de surface importante



Enseignes aux couleurs agressives et de surface disproportionnée par rapport à la surface de la façade commerciale



A noter : le traitement des enseignes est indissociable de celui des devantures commerciales. Dans ce cadre, les chartes communales sont des outils adaptés pour guider au mieux les pétitionnaires dans la conception d'ensemble de leur projet. Celles de Vernouillet et de Mantes-la-Jolie figurent en annexe du RLPi.

2. Les enseignes des zones d'activités

Les enseignes des zones d'activités (industrie, services...) sont relativement sobres. Elles sont généralement en façade, de surface proportionnée à la surface du bâtiment, et complétées d'enseignes scellées au sol.

Ces lieux sont principalement empruntés par les travailleurs, qui connaissent l'organisation de la zone : le besoin de signalisation des enseignes, sur le bâtiment lui-même ou sur son terrain d'assiette, est limité.

Les zones d'activités récentes, et notamment celles accueillant un hub économique (ex : ZA d'Ecqueville), sont organisées de manière qualitative. Le traitement des enseignes est une composante, parmi d'autres, de la lisibilité de la zone :

- forte présence du végétal par le biais d'alignements plantés (arbres d'essences variées), de haies, et d'espaces engazonnés... ;

- présence mesurée d'enseignes scellées au sol, limitée à un seul dispositif par voie bordant l'activité, de surface égale ou inférieure à 6m², souvent de format totem ;
- absence d'enseignes en toiture ;
- enseignes en façade de taille très modeste eu égard à l'ampleur de la façade qui les accueille, mode de réalisation en lettres découpées ou caisson de faible épaisseur ;
- panneaux d'information des noms et emplacements des activités.



L'intégration des enseignes et la composition d'ensemble de la zone sont de moindre qualité, lorsque la zone est ancienne. C'est le cas, par exemple, de la zone industrielle Les Garennes, créée en 1984 aux Mureaux. La présence du végétal y est discrète, de nombreux affichages sur clôtures sont relevés.

Concernant les enseignes scellées au sol, certaines sont en surnombre, la réglementation nationale limitant les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1m² à un dispositif par voie bordant l'activité. Enfin, elles sont de format divers, ce qui ne participe pas à l'identité claire de la zone. Il est préférable de privilégier un seul format, de type totem.

Des pistes d'amélioration sont identifiées pour les enseignes des zones d'activités, notamment l'harmonisation des formats des enseignes scellées au sol et l'encadrement des enseignes sur clôtures.



Enseignes scellées au sol de surfaces et formats divers

3. Les enseignes des zones commerciales

Situées dans des lieux générant beaucoup de passage, destinées à être vues de loin, ces enseignes sont plus manifestes dans leur expression : grandes enseignes en façade (y compris parfois numériques), enseignes scellées au sol, enseignes en toiture...

Bien qu'elles soient de plus grande ampleur, peu de cas de non-conformité à la réglementation nationale sont relevés, si ce n'est pas d'enseignes scellées au sol en surnombre ou d'affichage sauvage sur les arbres.

Leur intégration est plus ou moins réussie en fonction de l'ancienneté de la zone.

Les enseignes sont majoritairement des enseignes parallèles à la façade, proportionnées par rapport à la surface de la façade commerciale. Le mode de réalisation de ces enseignes est relativement qualitatif.

La conception même du bâtiment prévoit souvent les emplacements des enseignes (ce qui permet un traitement harmonisé de l'ensemble du pôle), certaines étant réalisées en lettres et signes découpés ce qui garantit une certaine sobriété. Toutefois, l'emploi de matériaux ou procédés peut déprécier la composition d'ensemble du bâtiment (vitrophanies extérieures ou bâches notamment).



Les enseignes scellées au sol de format totem permettent de mieux lire le message commercial, en se distinguant des formats classiques utilisés par les publicités. C'est le cas par exemple de la route des 40 Sous à Orgeval ou du pôle Ouest mantois.

La majeure partie des enseignes scellées au sol des autres pôles commerciaux empruntent cependant exactement le même format que celui des dispositifs publicitaires, ce qui peut créer une confusion de lecture des messages et du paysage.



Enseignes scellées au sol de format totem le long de la route des 40 Sous (Orgeval). Le format totem est également utilisé dans des zones plus récentes, telles que la ZAC des Mériel à Flins-sur-Seine.

Les enseignes sur clôture sont nombreuses dans les pôles commerciaux et viennent occulter des clôtures généralement ajourées.



Les enseignes sur clôture sont nombreuses dans les pôles commerciaux et viennent occulter des clôtures généralement ajourées

Enfin, de nombreux établissements se signalent par des enseignes en toiture relativement prégnantes dans le paysage, dont certaines dépassent la surface nationale maximale de 60m² (surface cumulée des enseignes en toiture pour un même établissement).

Synthèse diagnostic enseignes :

Concernant les enseignes, l'insertion paysagère de celles situées dans les centres-bourgs, centres-villes et secteurs dédiés à l'habitat est globalement satisfaisante, même si des pistes d'amélioration sont identifiées : la réduction du nombre des enseignes perpendiculaires et leur positionnement au plus près du rez-de-chaussée notamment, ces dispositifs pouvant entraver les perspectives.

Les enseignes des zones d'activités économiques et industrielles sont sobres.

Celles des grandes zones commerciales sont plus exorbitantes dans leur format, en particulier les enseignes numériques, scellées au sol et sur clôtures.

L'éventuel manque de qualité urbaine et paysagère de ces zones n'est pas exclusivement dû aux publicités ou aux enseignes, mais plutôt à l'accumulation de ces différents dispositifs. Pour les zones les plus anciennes, il résulte également d'autres facteurs : manque de végétalisation, espaces publics de faible qualité, absence de signalisation spécifique à la zone, bâtiments peu harmonieux entre eux.

C. La perception de la publicité

1. Impact visuel des dispositifs publicitaires

L'impact visuel du dispositif est dû :

- au type de support (dispositif scellé au sol, murs de bâtiment, de clôture ou de soutènement...) ;
- au nombre (doublons, effet de groupe, de front) ;
- à la densité (espacement) ;
- aux formats (surface d'affichage : 2m², 8m²...) ;
- à l'implantation (perpendiculaire ou parallèle à l'axe de la voie circulée, retrait par rapport à l'alignement) ;
- au design du matériel (un pied, deux pieds) ;
- aux mouvements (déroulants, tri-vision, numérique, oriflammes, drapeaux) ;
- aux couleurs et matériaux des matériels (moulure jaune, noir, blanc...) ;
- au contexte dans lequel elle s'insère (espace urbain dense, espace dégagé, arrière-plan végétal).

Ces effets se cumulent, atteignant parfois la cacophonie visuelle, due à la juxtaposition de dispositifs disparates qui cohabitent sur les domaines privé et public.



Juxtaposition de différentes catégories de dispositifs, empruntant des formats semblables



La répétition et le fait que certains dispositifs soient installés côte-à-côte créent un effet « forêt de panneaux ».

2. Les lieux investis par la publicité

Les dispositifs de publicité extérieure (publicités, pré-enseignes, enseignes) participent à la composition du paysage et du cadre de vie dans les milieux urbains.

Les zones d'activités sont des morceaux de territoire dédiés à l'activité économique des entreprises. Les zones commerciales sont des espaces avec un bâti peu dense, un tissu lâche, qui offre de nombreux espaces disponibles pour la publicité.

Leur manque de qualité urbaine et paysagère est généralement dû à :

- un manque de composition urbaine : dessin de la trame viaire et de la trame parcellaire ;
- la faible prise en compte du site, du contexte paysager ;
- la pauvreté du vocabulaire architectural et des traitements paysagers (« boîtes à chaussures ») ;

- la faible qualité architecturale et constructive ;
- un manque de cohérence dans le traitement des revêtements des sols ;
- un dimensionnement des espaces publics à l'échelle de la voiture et non du piéton (grande surface de parking, largeur de voirie) ;
- la faible présence de végétal par rapport aux grandes étendues imperméabilisées ;
- la forte présence publicitaire et des enseignes.
- la forte pression publicitaire sur ces zones commerciales, due à la nécessité d'attirer l'attention des automobilistes entraîne une surenchère et une surcharge d'informations, rendant ces espaces saturés visuellement.
- l'impact visuel de la publicité est dû à : la densité, au nombre, à l'implantation, aux formats, aux mouvements, aux couleurs, matériaux et contrastes, au contexte dans lequel elle s'insère.

En cohérence avec les orientations du projet d'aménagement et de développement durables du PLUi approuvé le 16 janvier 2020 pour la revalorisation des zones d'activités et commerciales du territoire, les dispositifs d'affichage extérieur sont une composante de la qualité d'ensemble de ces zones. Dans ces secteurs, dédiés au commerce, la priorité doit être donnée au message en lien avec les activités locales, plus qu'à la publicité.

Synthèse 1^{ère} partie :

- ▶ Si le territoire présente des facteurs propices à l'installation de publicités et préenseignes (axes routiers très empruntés, réseau ferré, présence de grandes zones commerciales et d'activités), il en présente tout autant lui permettant de bénéficier d'un cadre de vie très préservé en certains lieux.
- ▶ Ainsi, la présence publicitaire se concentre uniquement sur une trentaine de communes, plus ou moins investies par les dispositifs d'affichage extérieur, sur les 73 que compte GPS&O.
- ▶ Dans les communes entièrement couvertes par le Parc Naturel Régional du Vexin français notamment, aucune publicité, y compris sur mobilier urbain, n'a été relevée.
- ▶ A l'inverse, certaines séquences paysagères apparaissent comme véritablement « saturées », avec un effet de forêt de panneaux les uns derrière les autres.
- ▶ A 90%, les dispositifs installés sont scellés au sol. Or, ce sont ceux qui créent la plus grande pollution visuelle, en tant qu'obstacles supplémentaires dans le paysage.
- ▶ Le RLPi s'attache particulièrement à traiter ces situations critiques, en réduisant les surfaces et le nombre des dispositifs.
- ▶ Il s'attache aussi à assurer une certaine égalité de traitement entre tous les habitants du territoire, en gommant les disparités de régimes juridiques organisées par la réglementation nationale selon le seuil de population et l'appartenance à une grande unité urbaine.

2^{nde} PARTIE : REGLEMENTATION LOCALE

I. OBJECTIFS DEFINIS PAR LA DELIBERATION DE PRESCRIPTION

Les objectifs de l'élaboration du RLPi de GPS&O ont été définis par la délibération du Conseil communautaire du 12 décembre 2019 :

Garantir un cadre de vie de qualité :

- prendre en compte la diversité des paysages urbains, péri-urbains et naturels du territoire, et affirmer les exigences d'intégration paysagère et architecturale et de qualité des dispositifs de publicités et des enseignes ;
- créer une ambiance urbaine et affirmer la qualité des quartiers et lieux de vie ;
- affirmer l'identité locale en prenant en compte un patrimoine bâti parfois exceptionnel dans les villes et les bourgs ;
- limiter la pollution visuelle et nocturne et développer la sobriété énergétique des dispositifs lumineux.

Développer l'attractivité du territoire

- renforcer l'attractivité du territoire, tant comme lieu de vie, de production, de service et d'usage ;
- renforcer l'attractivité des zones économiques en assurant une meilleure lisibilité des activités et un environnement qualitatif ;
- mettre en valeur les secteurs commerciaux, dans les centres comme en périphérie, par l'efficacité et la qualité des dispositifs de communication commerciale ;
- répondre aux besoins des équipements culturels, sportifs et autres en leur offrant des outils de communication efficaces et adaptés.

Développer l'efficacité des outils d'information

- équilibrer l'efficacité de l'information délivrée avec la préservation du cadre de vie, en centre-ville ou en zone de périphérie moins dense ;
- prendre en compte l'évolution des techniques d'affichage et de marketing publicitaire et anticiper l'évolution de la ville.

Les objectifs ainsi définis par le Conseil communautaire portaient à la fois sur :

- **des secteurs à traiter** : les centralités urbaines et rurales, les secteurs résidentiels, les zones économiques et commerciales ;

La collectivité affirme sa volonté d'assurer une égalité de traitement de tous les habitants de son territoire et de leur offrir un cadre de vie préservé au maximum de l'installation de publicités en complémentarité des objectifs et actions règlementaires du PLUi approuvé le 16 janvier 2020.

Par l'effet protecteur des RLP communaux existants et la morphologie du tissu bâti, la présence de publicité dans les centralités et dans les secteurs résidentiels (pavillonnaires ou grands ensembles) est limitée. Le RLPi tend à réduire la place de la publicité dans ces secteurs, qui représentent la majeure partie du territoire urbanisé,

en limitant les surfaces des publicités, en édictant des règles pour en limiter le nombre, en encadrant la publicité lumineuse, selon les différentes ambiances paysagères.

Le territoire étant très dynamique sur le plan économique et commercial, le RLPi doit traduire l'ambition territoriale consistant à concilier protection du cadre de vie et renforcement de l'attractivité des activités locales.

- **des dispositifs à encadrer** : les publicités et enseignes lumineuses sont particulièrement visées.

En cohérence avec les démarches initiées par le PCAET et prenant conscience du fait que les dispositifs tendent à se développer, même si le territoire en est pour l'instant très préservé, GPS&O a souhaité les traiter de manière spécifique, qu'il s'agisse de publicités, enseignes ou préenseignes.

Ces dispositifs sont plus impactants dans le paysage qu'une simple affiche papier non éclairée par exemple, et le sont d'autant plus lorsque leurs images sont mouvantes et très lumineuses (cas des dispositifs numériques).

Ainsi, le RLPi fixe une règle d'obligation d'extinction des publicités, enseignes et préenseignes, plus ambitieuse que la règle nationale applicable aux agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, et soumet également à obligation d'extinction, comme le permet la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, les dispositifs lumineux situés à l'intérieur d'un commerce.

Le RLPi limite également la place des publicités et des enseignes numériques sur le territoire.

Par le caractère hétérogène de ses paysages et ses interfaces ville/campagne, le territoire présente des particularités que le RLPi traite dans une double logique :

- celle d'harmonisation des règles à l'échelle des 73 communes ;
- couplée à celle de graduation des règles en fonction des ambiances paysagères.

II. ORIENTATIONS GENERALES

Les objectifs du RLPi, définis en décembre 2019, ont été précisés lors du débat sur les orientations générales qui s'est tenu devant le Conseil communautaire le 9 novembre 2021, soit après le diagnostic de terrain.

22 Conseils municipaux ont par ailleurs tenu le même débat :

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| • Achères | • Les Mureaux |
| • Boinville-en-Mantois | • Meulan-en-Yvelines |
| • Carrières-sous-Poissy | • Mézières-sur-Seine |
| • Chanteloup-les-Vignes | • Montalet-le-Bois |
| • Chapet | • Morainvilliers |
| • Conflans Sainte Honorine | • Orgeval |
| • Drocourt | • Poissy |
| • Flins-sur-Seine | • Sailly |
| • Follainville-Dennemont | • Soindres |
| • Goussonville | • Villennes-sur-Seine |
| • Issou | |
| • La Falaise | |

Les 22 conseils municipaux ont pris acte des orientations proposées.

Trois communes ont formulées des remarques :

- Follainville-Dennemont insiste sur le fait d'interdire la publicité dans le parc naturel régional du Vexin ;
- Goussonville demande de permettre l'installation d'enseignes dans les périmètres des monuments historiques ;
- Villennes-sur-Seine demande que le RLPi se fixe des objectifs ambitieux.

Le débat au sein du conseil communautaire a permis aux élus d'effectuer des premiers arbitrages règlementaires :

- **Maintenir l'interdiction de publicité définie par la réglementation nationale pour les communes entièrement couvertes par le Parc Naturel Régional du Vexin français.**

A été soumis au débat le choix à opérer entre maintien de la règle nationale d'interdiction de publicité dans les parties agglomérées du PNR ou de dérogation, comme cela est permis par les textes, par le RLPi.

Le conseil communautaire a penché unanimement pour le maintien de l'interdiction de toute publicité, y compris sur mobilier urbain, dans les 14 communes entièrement couvertes par le PNR.

Cela rejoint la volonté des communes concernées, étroitement associées à la procédure, ainsi que celle du syndicat mixte de gestion du parc.

La règle nationale est donc maintenue dans ces communes, sans adaptation locale. Cela explique pourquoi, sur le plan de zonage, les communes ne sont pas couvertes par une zone de publicité.

- **Sauvegarder l'authenticité des paysages des communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Paris, au caractère rural plus marqué, en maintenant à minima la réglementation nationale, voire en la durcissant davantage.**

Cette orientation porte spécifiquement sur les 39 communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine de Paris, soit celles présentant un caractère davantage rural.

La réglementation nationale leur réserve déjà un régime relativement protecteur des paysages puisque la publicité scellée au sol y est interdite et que la publicité murale, admise, est limitée à deux dispositifs alignés sur un même mur, de 4m² chacun maximum.

Les élus communautaires et municipaux se sont accordés pour adapter ces règles nationales aux spécificités locales, en durcissant la règle de densité, marquant la volonté de réduire le nombre des publicités. Un seul dispositif, et non deux, est admis par mur support.

En outre, pour certains secteurs au caractère patrimonial ou paysager plus sensible (ex : centralités historique, bords de Seine), une réduction des surfaces de 4 à 2m² a également été souhaitée.

- **Accroître la qualité du cadre de vie des centres-villes et des secteurs principalement dédiés à l’habitat des communes appartenant à l’unité urbaine de Paris.**

L’ambition territoriale ici traduite consiste à assurer une égalité de traitement entre les habitants des communes « rurales » et ceux des communes urbaines.

Le Conseil communautaire a décidé de dupliquer le régime juridique protecteur des agglomérations n’appartenant pas à l’unité urbaine de Paris aux autres communes pour lesquelles la réglementation nationale permet au contraire des possibilités « maximales » d’installation de publicités.

Ainsi, pour tous les secteurs d’habitat, pavillonnaires ou de grands ensembles, la publicité scellée au sol ainsi que la publicité numérique sont interdites.

- **Réduire l’impact publicitaire le long des axes structurants et à proximité des zones commerciales et d’activités, en diminuant la surface des publicités scellées au sol et murales, en édictant une règle locale de densité et en encadrant la publicité numérique.**

Sont ici visés les secteurs de concentration de publicité sur le territoire, soit ceux générant le plus de « flux » et non pas les lieux « habités ».

Le RLPi doit permettre une dé-densification de la publicité, pour une meilleure lisibilité des activités notamment, et instaurer une réduction des surfaces des dispositifs tout en leur permettant néanmoins de rester visibles.

Les axes structurants ainsi que les grandes zones commerciales et d’activités sont empruntés par les automobilistes, et non par les piétons.

Si le RLPi réduit la présence publicitaire en ces lieux, il n’entend pas pour autant définir des surfaces si réduites qu’elles ne permettent pas la bonne lisibilité des affiches depuis la route.

- **Traiter de manière spécifique la publicité située dans les lieux patrimoniaux.**

Dans les abords des monuments historiques (périmètre délimité des abords, ou à défaut, champ de visibilité jusque 500m) ainsi que dans les sites patrimoniaux remarquables (Mantes-la-Jolie et Andrésy), la publicité est en principe interdite, avec possibilité de dérogation par le RLPi.

Il est décidé de déroger à l'interdiction de publicité dans ces lieux, de manière très limitée et encadrée, en faveur de dispositifs directement contrôlés par les collectivités :

- la publicité supportée par le mobilier urbain, lequel assure avant tout une mission de service public ;
- les chevalets, utiles aux commerçants, qualifiés de publicités ou préenseignes directement installées sur le sol lorsqu'ils ne se situent pas sur le terrain d'assiette de l'activité à laquelle ils se rapportent.

- **Améliorer la lisibilité des activités et l'insertion qualitative des enseignes, tant celles des centre-bourgs, centres-villes et secteurs résidentiels, que celles des zones commerciales et d'activité, sans brider pour autant la liberté d'expression des activités locales.**

Cette orientation porte sur les enseignes et traduit l'ambition de GPS&O de soutenir les activités locales et de renforcer leur attractivité.

D'un point de vue réglementaire, la meilleure visibilité des enseignes, par rapport aux dispositifs publicitaires est assurée par des règles renforçant leur intégration qualitative sur le bâtiment-support et de manière générale dans leur environnement immédiat ainsi que des formats distincts de ceux des publicités et préenseignes, pour éviter la cacophonie visuelle de certains secteurs et la confusion des messages.

Le juste équilibre est recherché entre règles qualitatives et respect de la liberté de création des commerçants et activités locales, chacun développant sa propre identité.

III. JUSTIFICATIONS DE LA REGLEMENTATION LOCALE

A. Délimitation des zones de publicité

En premier lieu, il a été procédé à la délimitation entre espaces agglomérés et non agglomérés, les zones de publicité délimitées par le RLPi ne pouvant l'être que dans les lieux situés en agglomération (le territoire ne comporte pas de centre commercial situé hors agglomération et exclusif de toute habitation, autour duquel le RLPi aurait pu délimiter un périmètre).

Si le positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération constitue une présomption du caractère aggloméré, la délimitation de ces lieux repose avant tout sur le zonage du PLUi approuvé le 16 janvier 2020.

Les zones A (agricoles), N (naturelles) et AU (à urbaniser) du PLUi ont été considérées comme des lieux situés hors agglomération, à l'exception de certaines zones AU dont l'urbanisation est déjà bien engagée.

Une fois la délimitation des secteurs agglomérés opérée (majoritairement les zones U du PLUi), GPS&O a fait le choix d'instaurer un zonage relativement simple à l'échelle des 73 communes. Le nombre de zones de publicité est volontairement restreint : cela participe à l'homogénéisation des règles sur tout le territoire, au traitement égalitaire des habitants et au renforcement de l'identité du territoire.

Comme précisé ci-avant, les 14 communes entièrement couvertes par le PNR restant sous le régime de la seule réglementation nationale en matière de publicités et préenseignes (maintien du principe d'interdiction), elles ne sont pas couvertes par une zone de publicité, dont l'objet est de définir des adaptations des règles nationales en matière de publicité et préenseignes.

1. La zone de publicité 1 (ZP1)

Elle couvre les deux sites patrimoniaux remarquables (SPR) de Mantes-la-Jolie et d'Andrésy, ainsi que les périmètres délimités des abords (PDA) des monuments historiques de toutes les communes.

Dans les parties agglomérées de ces lieux patrimoniaux, l'article L.581-8 du code de l'environnement fixe un principe d'interdiction de publicité dans le périmètre concerné, sans qu'il soit nécessaire d'apprécier si le dispositif publicitaire se situe en covisibilité ou non avec le monument historique ; le RLPi étant habilité à déroger à cette interdiction.

Pour tenir compte de la réalité du terrain, GPS&O fait le choix de déroger à l'interdiction de publicité, le RLPi listant limitativement les types de publicité admis.

Seules les publicités sur mobilier urbain et les publicités directement installées sur le sol, toutes installées sur domaine public et donc directement contrôlées par les collectivités, sont admises. Toute autre forme de publicité reste interdite.

A noter : A défaut de PDA, les abords des monuments historiques correspondent à un rayon de 500m autour du monument, la publicité n'y étant par principe interdite que si elle se situe en covisibilité.

Les rayons de 500m ne sont pas traduits en zone de publicité en tant que telle, mais les règles applicables en ZP1 sont également applicables à ces rayons.

Si les rayons de 500m avaient été traduits en zone de publicité, le plan de zonage du RLPi ayant un caractère réglementaire, une procédure de modification du RLPi aurait été nécessaire pour mettre à jour le plan de zonage à chaque institution d'un nouveau monument historique.

Les lieux d'interdiction (absolue et relative) de publicité sont représentés sur un autre plan ayant valeur d'annexe : ainsi, un simple arrêté de mise à jour du RLPi, pris par le Président de GPS&O, pourra permettre d'actualiser la représentation de ces lieux (ex : classement d'un nouveau monument historique, remplacement d'un rayon de 500m par un PDA...).

Le règlement du RLPi précise en revanche clairement les règles applicables à la publicité et aux préenseignes situées dans les lieux d'interdiction relative de publicité (art.4 du règlement).

En ZP1, les règles en matière d'enseignes sont précises et traduisent l'exigence qualitative de la collectivité pour les enseignes situées dans ces lieux patrimoniaux. Les règles définies reprennent les préconisations des règlements des deux SPR, celles que l'Architecte des Bâtiments de France applique lorsqu'il a à connaître d'un dossier d'enseigne dans les abords d'un monument historique et celles de certaines chartes communales (Mantes-la-Jolie, Vernouillet).

2. La zone de publicité 2 (ZP2)

Elle couvre les centralités ainsi que tous les secteurs principalement dédiés à l'habitat de toutes les communes (pavillonnaire et collectif).

La ZP2 se définit à contrario des autres zones. Tous les secteurs agglomérés des 39 communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Paris ont été classés en ZP2.

Dans cette zone, la publicité scellée au sol et la publicité numérique sont interdites, la publicité murale étant en revanche admise en nombre limité.

Est ainsi opéré un rapprochement des régimes juridiques entre les communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Paris et les autres communes.

Les secteurs d'habitat des 33 communes en unité urbaine de Paris et ceux d'Aubergenville (commune de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants) sont soumis aux règles nationales applicables aux communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, durcies quant à la densité des dispositifs.

Ce « lissage » des régimes juridiques, traduisant une volonté de restriction forte à l'installation de publicité dans les communes les plus urbaines (les plus investies par la publicité), est gage d'harmonisation des règles à l'échelle de tout le territoire, et surtout de traitement égalitaire de tous les habitants.

A noter : un sous-secteur « ZP2b » est délimité à Mantes-la-Jolie, Limay, Les Mureaux, Poissy, Porcheville, Conflans-Sainte-Honorine, Orgeval, Morainvilliers, Villennes-sur-Seine et Médan.

Pour les communes les plus urbaines, la ZP2b correspond à des espaces de centralités historiques (tissus des bourgs anciens) qui se caractérisent par un bâti dense, continu à l'alignement des voies.

Pour les communes rurales, la ZP2b couvre les centres anciens à identité villageoise, qui se caractérisent par des éléments de bâtis, constructions, murs qui constituent un front de bâti le long des voies souvent étroites.

En plus de la règle de densité qui est durcie par le RLPi en ZP2, le RLPi restreint fortement les surfaces des publicités murales en ZP2b (2m², au lieu de 4m² dans le reste de la ZP2).

En matière de publicités et préenseignes, par les règles applicables en ZP2 et ZP2b, GPS&O traduit la volonté de protéger très fortement le cadre de vie de tous les habitants du territoire.

En matière d'enseignes, la recherche d'un certain équilibre entre qualité des enseignes et respect de la liberté du commerce est mise en œuvre. Les règles très qualitatives appliquées aux enseignes en ZP1 sont reprises, néanmoins allégées. Le RLPi développe une approche pragmatique : à l'échelle des 73 communes, les enseignes sont extrêmement diverses. Il s'agit de trouver le juste niveau de règles locales (en matière d'enseignes, le RLPi ne peut que durcir les règles nationales), d'autant que la ZP2 est la zone majoritaire en superficie.

En ZP2b, qu'il s'agisse de clôture végétale, grillagée ou murale, la présence d'enseignes sur ces éléments est écartée dans les lieux les plus sensibles du point de vue paysager et patrimonial.

3. La zone de publicité 3 (ZP3)

Elle correspond globalement aux axes routiers structurants du territoire, soit les axes les plus empruntés et les plus investis par la publicité.

Les tronçons d'axes routiers concernés par la ZP3 :

- Achères : Avenue de Poissy
- Carrières-sous-Poissy : RD 55
- Poissy : RD 30 et avenue de Chambourcy
- Orgeval : RD 113
- Meulan-en-Yvelines : RD 14 et RD 28
- Hardricourt : RD 28 et RD 913
- Les Mureaux : RD 14
- Aubergenville : RD 14
- Gargenville : RD 146
- Issou : RD 146
- Porcheville : RD 146
- Magnanville : RD 928 et RD 110
- Buchelay : RD 110
- Mantes-la-Ville : RD110 et RD 928
- Mantes-la-Jolie : RD 928
- Conflans-sainte-Honorine : RN 184

Certains axes aujourd'hui très investis par la publicité n'ont pas été classés en ZP3, mais en ZP2, des projets de requalification étant engagés pour favoriser les circulations douces, la mise en place d'alignements plantés et la mixité des fonctions en faveur de l'habitat. C'est le cas par exemple de :

- la RD190 à Carrières-sous-Poissy et Poissy. Le projet de requalification de l'axe traduit l'ambition d'affirmer un caractère plus urbain à l'axe afin et d'identifier un cheminement plus lisible et sécuritaire (carrefour compacté, optimisation de la largeur des voies, cheminements piétons et cycles dédiés, site propre pour les bus).

Les objectifs visés par le projet de requalification de la RD190 portent sur la mise en place d'un TCSP pour améliorer la desserte vers le pôle gare (stabilisation des temps de parcours des bus), la requalification du secteur avec la mise en place d'aménagements pour les modes doux (pistes, traversées sécurisées). L'un des enjeux est également de recoudre le paysage des quartiers Est et Ouest de la commune de Carrières-sous-Poissy aujourd'hui séparés par une RD190 aux codes très routiers.

La requalification de la RD a été prévue, au droit de la section urbaine, sur toute la largeur des emprises publiques, réduisant ainsi les délaissés routiers. Elle favorisera l'insertion de la RD190 tant en secteur urbain qu'interurbain grâce à un traitement qualitatif : traitement homogène des intersections de la section urbaine sous forme de place carrée, identification d'un espace pour chaque mode de déplacement, espaces verts et alignements d'arbres au bénéfice du cadre de vie des habitants/riverains.

La continuité des circulations douces (cycles et piétons) sera assurée tout le long de l'aménagement. Les traversées piétonnes seront réalisées uniquement au droit des carrefours les rendant sécurisées.

Des plantations et espaces verts engazonnés seront par ailleurs réalisées.

- la RD 190 dans les séquences entrées de villes de Carrières-sous-Poissy et Poissy. Une entrée de ville a besoin d'une identité visuelle (œuvre d'art, immeuble signal, point d'eau, etc.) : elle donne l'avant-goût, l'ambiance de l'architecture de la ville.

Ces entrées matérialisent le premier contact de l'usager avec la ville, le village et offrent parfois en aperçu qui ne reflète pas les atouts des ensembles bâtis et paysagers : un manque d'organisation urbain, un aspect routier / piéton déséquilibré, un traitement hétéroclite du bâti... Pourtant ces entrées jouent un rôle important d'accueil et influent sur la perception et donc l'attractivité du territoire.

Ce passage est parfois compliqué pour le visiteur, frappé par les nombreux affichages publicitaires, perdu dans les espaces industriels et commerciaux ou encore dans une échelle qui n'est plus celle du piéton. Ces entrées de ville et village constituent donc un enjeu important dans l'image d'un territoire. Un classement en ZP3 aurait été inadapté.

- le boulevard du Maréchal Juin à Mantes-la-Jolie. Il s'agit d'un axe de composition urbaine, qui fait le lien entre le quartier du Val Fourré et le centre-ville, classé dans le Site Patrimonial Remarquable.

- les boulevards urbains de Conflans-Sainte-Honorine et Mantes-la-Ville. De par leur largeur et leur fréquentation, les boulevards sont des axes importants pour une ville : les aménagements ont été soignés, avec notamment des plantations et des façades de qualité.

La transformation urbaine des boulevards a engendré une prise de conscience de la nécessité de rééquilibrer les pratiques de déplacement en ville. Le boulevard urbain, qui se définit comme un axe structurant, doit ainsi combiner les fonctions de déplacements et d'espaces publics de qualité où les nuisances liées au trafic routier sont fortement réduites.

L'objectif principal poursuivi par le RLPi est de dé-densifier la présence publicitaire, en particulier celle des dispositifs scellés au sol (qui constituent le mode le plus rencontré sur le territoire), le long des axes les plus empruntés du territoire.

La publicité murale, bien que moins prégnante dans le champ visuel car apposée sur un support existant (mur de bâtiment), est interdite en ZP3. Les murs-supports pouvant accueillir de la publicité le long des axes structurants sont quasi inexistantes. Le choix a été fait d'interdire cette catégorie de publicité, qui peut déprécier la qualité architecturale d'une construction intéressante.

Un dispositif scellé au sol constitue un élément ajouté dans le paysage, ex nihilo. En tant que dispositif qui émerge verticalement, c'est un obstacle à la vue. Enfin, ce type de dispositif a une emprise au sol, ce qui peut créer des conflits d'usage, un certain encombrement.

Pour ces raisons, au-delà des surfaces limitées des dispositifs scellés au sol, le RLPi exige un linéaire minimal de façade sur rue pour qu'un dispositif scellé puisse s'installer.

Ces types de dispositifs ne peuvent donc prendre place que si la séquence paysagère est suffisamment « aérée ».

En matière d'enseignes, la recherche d'un certain équilibre entre qualité des enseignes et respect de la liberté du commerce est mise en œuvre. Des dispositions communes à la ZP4 encadrent les enseignes sur clôture et scellées au sol afin de contribuer à la qualité visuelle des paysages.

4. La zone de publicité 4 (ZP4)

Elle couvre les périmètres des grandes zones commerciales et d'activités, soit principalement, les zones UE du PLUi, sous réserve d'être conforme au règlement national et notamment d'être situé dans l'unité urbaine de Paris .

Ont notamment été classés en ZP4, les grandes zones d'activité et commerciales suivantes :

- Conflans-Sainte-Honorine : Les Boutries
- Achères : Le port
- Poissy : Technoparc et Site Peugeot
- Chanteloup-les-Vignes : Les cettons
- Orgeval : RD 113
- Les Mureaux : Le rouillard
- Aubergenville : Site Renault, Les Chevries, le Haut des mon repas, Family village
- Gargenville : Les Garennes
- Issou : Rangiport
- Limay : zone portuaire, les Garennes, Limay-Porcheville,
- Mantes-la-Ville : La Vaucouleurs, Les Portes de Normandie
- Mantes-la-Jolie : Saint Claire Neuville
- Buchelay : Les Closeaux, Mon Beau Buchelay

Bien que d'ampleur, la zone commerciale de Carrefour qui se situe en partie sur la commune de Flins-sur-Seine a été classée en partie en ZP2 et non en ZP4.

En effet, selon la classification INSEE, Flins-sur-Seine est une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : la réglementation nationale y interdit toute publicité scellée au sol.

Ainsi, la zone commerciale qui se situe sur la commune de Flins-sur-Seine ne peut donc être couverte par une zone de publicité admettant les dispositifs scellés au sol.

La ZP4 est la zone la plus « ouverte » à la publicité, les possibilités d'installation restant cependant bien en-deçà de ce qu'admettrait la réglementation nationale.

C'est la seule zone dans laquelle la publicité numérique est admise sur domaine privé, fortement contrainte quant à sa surface ainsi qu'à son nombre.

Elle couvre des secteurs de flux et non des lieux habités, les voiries sont relativement larges et les bâtiments d'activités espacés entre eux. Ces considérations liées à la morphologie du tissu urbain justifient que publicités scellées au sol et murales y soient admises, y compris numériques, dans des formats permettant la bonne lisibilité des affiches par les automobilistes traversant les lieux, encadrées quant à leur nombre.

En matière d'enseignes, les règles applicables sont les mêmes qu'en ZP3. La réglementation nationale est largement conservée, complétée de dispositions locales relatives aux enseignes sur clôture (interdiction sur clôture végétale et limitation à un dispositif de 1m² pour les autres types de clôtures) et les enseignes scellées au sol qui sont celles qui créent à ce jour la plus grande pollution visuelle car souvent désordonnées ou de grands formats.

Dans ces lieux principalement dédiés à l'économie et au commerce, la bonne application des nouvelles règles nationales apporterait déjà dans bien des cas une plus value paysagère certaine.

A noter : Le domaine ferroviaire n'a pas été considéré comme une ambiance paysagère à part entière, justifiant l'instauration d'une zone de publicité spécifique. Le domaine ferroviaire est constitué des abords des voies ferrées du territoire. Il est composite, et ne constitue pas une entité paysagère homogène.

Les talus d'abords de voie ferrée créent des espaces libres, sans usage et dégagés, où sont implantés des dispositifs publicitaires scellés au sol, souvent avec des passerelles du fait du dénivelé, dont la présence aggrave l'ingratitude des lieux. Cette répétition sur un même linéaire fait un effet de « forêt de panneaux » qui augmente l'impact visuel par le nombre et la densité des dispositifs.

Les espaces extérieurs des gares doivent être traités comme une entrée de ville ou un axe structurant, c'est-à-dire soigner la première image que l'on a du territoire en descendant du train.

En agglomération, le domaine ferroviaire, pour les parties parvis et abords des voies ferrées et talus, est considéré par le RLPi comme les tissus urbains qu'il traverse (donc couvert par la ZP1, ZP2, ZP3 ou ZP4).

En revanche, des dispositions spécifiques sont définies pour les publicités situées sur les quais de gares. Etant visibles uniquement des usagers du train, ils ne dégradent pas le paysage environnant, aussi la collectivité permet-elle leur maintien, mais de surface très réduite (2m²).

B. Règles locales applicables aux publicités et préenseignes

Le RLPi met en œuvre une double logique : à la fois d'harmonisation des règles à l'échelle de tout le territoire, et de restrictions graduées à l'installation de publicité en fonction des zones.

Le croisement entre ces deux logiques permet de parvenir à un équilibre entre un traitement homogène des grandes ambiances urbaines du territoire et une approche différenciée en fonction de leur sensibilité paysagère et patrimoniale. Il en résulte une protection plus forte des secteurs patrimoniaux (sites patrimoniaux remarquables et abords des monuments historiques) et des paysages "vécus" et "habités" comme les secteurs résidentiels et centralités, alors que les secteurs plus "fonctionnels" et de "flux" sont encadrés de manière à limiter l'impact paysager tout en permettant aux activités de se signaler et d'être visibles.

1. Principes communs à toutes les zones de publicité

Des prescriptions sont définies pour toute publicité ou préenseigne installée en ZP1, ZP2 (et ZP2b), ZP3 et ZP4, afin de renforcer l'identité territoriale :

- a. L'installation de publicités sur support existant est uniquement possible sur mur de bâtiment, aveugle ou comportant de faibles ouvertures, et non sur clôture (végétale ou murale).**

Les publicités sur clôture dépassent souvent de la clôture, ce qui peut créer un obstacle visuel supplémentaire. Elles peuvent aussi être de format disproportionné par rapport au mur de clôture ou déprécier l'architecture du bâtiment. Pour ces raisons, en complémentarité des orientations du PLUi approuvé affirmant l'objectif de traiter qualitativement les clôtures sur voie comme participant à la qualité du paysage de la rue, elles sont interdites de manière générale dans toutes les zones de publicité.



En toutes zones, le RLPi interdit les publicités sur clôture, de surface généralement disproportionnée par rapport au mur support.

Exception à l'interdiction de publicité sur clôture : les palissades de chantier, qui sont des formes de clôtures, peuvent recevoir de la publicité, compte tenu de leur caractère temporaire.

La publicité peut être apposée sur des palissades de chantier, quel que soit le terrain d'assiette de ces palissades (sur propriétés privées ou, moyennant une autorisation d'occupation domaniale, sur des emprises publiques).

L'article L. 581-14 du code de l'environnement admet qu'un règlement local de publicité interdise la publicité sur palissade de chantier uniquement aux abords des monuments historiques ou autres lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du même code. C'est le choix opéré par le RLPi : les publicités et préenseignes sur palissade de chantier restent interdites en lieux « protégés ».

Dans toutes les autres parties des agglomérations, le règlement local peut réglementer la publicité sur les palissades de chantier, mais il ne saurait l'interdire.

Ainsi, en sus des conditions nationales fixées pour l'installation de publicité sur des clôtures -les palissades de chantier constituent des formes de clôtures temporaires- (obligation de clôtures aveugles, apposition à plat ou parallèlement à la clôture avec une saillie limitée à 25 cm, hauteur minimale de 50 cm au-dessus du sol), le règlement local les soumet aux règles de surface propres à chacune des zones de publicité.

b. L'installation de publicité en toiture ou sur terrasse en tenant lieu est interdite en toutes zones.

Ces dispositifs sont inexistants sur le territoire et leur développement n'est pas souhaité car ils viennent rompre l'harmonie architecturale du bâtiment qui les supporte. Ces dispositifs, qui émergent au-dessus du toit, augmentent la hauteur du bâtiment, et les lettres découpées lumineuses parfois de couleurs criardes détonnent dans le paysage.

c. L'interdiction de publicités, murales ou scellées au sol, en doublons ou côte à côte : un seul dispositif est admis sur son emplacement.

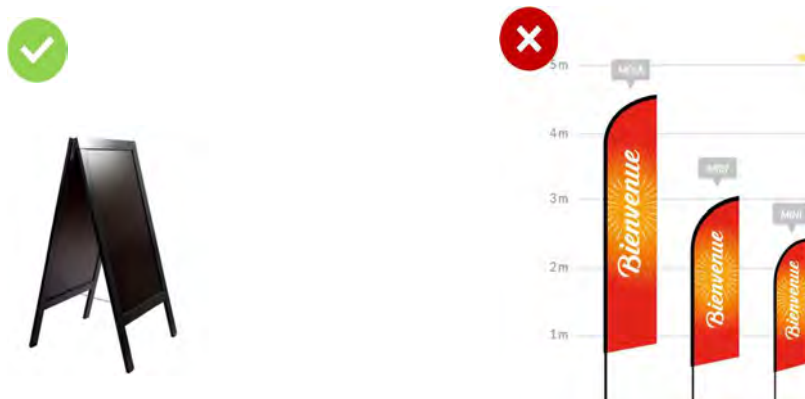
Les dispositifs côte-à-côte, permis par la réglementation nationale, sont très prégnants visuellement, particulièrement lorsqu'ils sont de grands formats et scellés au sol. Le RLPi édicte donc une règle simple à apprécier et à appliquer, en interdisant l'installation de plusieurs dispositifs sur un même emplacement.

d. Les publicités et préenseignes directement installées sur le sol, sont encadrées quant à leurs dimensions : 0,80m de largeur maximale et 1,20m de hauteur maximale depuis le niveau du sol.

Ces dispositifs sont admis en toutes zones dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris et à Aubergenville (agglomération de plus de 10 000 habitants

n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants), La limitation de la hauteur permet d'admettre les dispositifs de type chevalets mais d'interdire ceux de type oriflammes, moins esthétiques. Installés sur domaine public et non sur le terrain d'assiette de l'activité à laquelle ils se rapportent, ces dispositifs sont avant tout contrôlés par le biais de l'autorisation d'occupation du domaine public, délivrée par chaque Maire. A l'occasion de l'instruction de la demande, le Maire appréciera notamment la bonne accessibilité du domaine public aux personnes à mobilité réduite par exemple.

L'encadrement des possibilités d'installation des publicités et préenseignes directement installées sur le sol, utiles pour les activités souhaitant accroître leur visibilité, se justifie au regard d'une logique de qualité urbaine des abords des constructions et des espaces publics. Bien qu'ils ne soient pas ancrés au sol, ces éléments peuvent créer des conflits d'usage du domaine public (comme les mobiliers urbains), et encombrer les vues au sein de ces lieux, par essence dégagés et aménagés pour faciliter les circulations du quotidien.



Les formats standards définis par le RLPi permettent d'avoir une harmonisation des dispositifs sur l'espace public et de cibler des typologies de dispositifs, comme des chevalets, plus qualitatives et plus adaptées aux besoins des activités et commerces implantés le long des rues, et moins encombrantes pour la fluidité et la sécurité des circulations.

e. Les publicités lumineuses (éclairées par projection ou transparence ou autres) doivent être éteintes entre 22h et 7h.

Ainsi, la plage horaire d'extinction fixée par la réglementation nationale (1h-6h) dans les agglomérations n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants est allongée de quatre heures.

Cette obligation d'extinction s'applique également, comme le permet la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 à tout dispositif lumineux situé à l'intérieur d'une baie ou d'une vitrine d'un local à usage commercial, quel que soit le mode d'éclairage : affiche papier rétro-éclairées, lettres néon, écrans numériques...

La publicité lumineuse supportée à titre accessoire par du mobilier urbain, qu'elle soit éclairée par projection ou transparence ou numérique, est aussi soumise à la même règle d'extinction, sauf celles supportées par des abris voyageurs, tant que le service n'est pas terminé, par souci de sécurité pour les usagers des transports en commun.

f. Le RLPi saisit l'opportunité offerte par la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 de réglementer les dispositifs lumineux situés à l'intérieur d'un local à usage commercial.

En particulier, il limite la surface des écrans numériques intérieurs, qu'il s'agisse de publicités, enseignes ou préenseignes, en proportion de la surface de la vitrine commerciale. La surface cumulée de ces écrans est limitée au quart de la surface de la vitrine.



Cette règle de proportionnalité a semblé plus juste et mieux adaptée à la pluralité des cas rencontrés (ex : agences de voyages ou immobilières) qu'une règle de limitation du nombre des écrans ou de la surface unitaire.

g. Des prescriptions esthétiques sont applicables aux dispositifs scellés au sol.

La face non exploitée du dispositif doit être habillée d'un carter de protection. Cette mesure simple permet d'accroître l'insertion paysagère du dispositif dans le paysage.

h. Les publicités scellées au sol situées sur les quais de gares sont admises en toutes zones.

Visibles uniquement des usagers du train, et déjà existants sur le territoire, le RLPi admet, en toutes zones (mais uniquement dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris), les dispositifs scellés au sol situés sur les quais de gares, et non sur les parvis extérieurs ou le long des voies ferrées côté voies routières.

En revanche, le RLPi contraint fortement leur surface : au lieu de 12m² règle nationale, la surface est réduite à 2m².

Dans la limite de 2m², la publicité numérique scellée au sol est admise sur quais de gare : dans ce format et non visible depuis l'extérieur de la gare, elle est jugée non impactante pour le paysage.

Synthèse des principes communs :

Les principes communs, applicables en toutes zones, constituent un premier niveau de protection qui répond à la logique d'homogénéisation des dispositifs publicitaires à l'échelle de toutes les zones de publicité. Notamment, les publicités sur clôture et sur toiture sont interdites de manière générale.

A ce premier niveau de règles, s'ajoute un second niveau : les règles sont modulées en fonction des ambiances paysagères. Les restrictions à l'installation de publicité sont graduées en fonction de la sensibilité paysagère des lieux.

2. Règles locales applicables en zone de publicité 1

Les règles applicables en ZP1 le sont également dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement, hors Parc Naturel Régional.

Hormis le cas du PNR (maintien de la règle nationale d'interdiction de la publicité), le RLPi, comme le permet le code de l'environnement, déroge à l'interdiction de publicité, de manière très limitée et encadrée, dans les lieux listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement et en ZP1.

Ces lieux correspondent, sur le territoire, aux deux sites patrimoniaux remarquables de Mantes-la-Jolie et d'Andrésey, aux abords des monuments historiques de toutes les communes (périmètre ou rayon de 500m avec condition de covisibilité), aux abords de monuments historiques situés sur d'autres communes mais débordant sur le territoire de GPS&O ainsi qu'aux parties agglomérées des sites inscrits.

Seules sont admises deux formes de publicités directement contrôlées par les collectivités :

- **Les dispositifs installés directement sur le sol sont admis dans la limite d'une surface unitaire totale inférieure à 1m² (hauteur inférieure à 1,20m au-dessus du sol et largeur maximale 0,80m).**

Les dispositifs « posés » sur le sol, type porte-menus ou chevalets, sont qualifiés de publicité ou préenseigne directement installée sur le sol lorsqu'ils ne se situent pas sur le terrain d'assiette de l'activité (ils auraient alors été qualifiés d'enseignes).

D'abord gérés par le biais de l'autorisation d'occupation du domaine public, le RLPi a prévu d'admettre ces dispositifs utiles aux activités locales, selon des règles tenant à leur largeur maximale (0,80m) et à la hauteur par rapport au niveau du sol (1,20m).

- **Les publicités et préenseignes, non numériques, sur mobilier urbain sont admises dans les lieux d'interdiction légale de publicité en agglomération et en ZP1.**

Les cinq catégories de mobilier urbain pouvant recevoir de la publicité sont admises (colonnes et mâts porte-affiches, kiosques, abris voyageurs et mobiliers d'information), dans le respect de la réglementation nationale, et pour le mobilier d'information dans la limite de 2m² (format dit « sucette » ou « planimètre »).

La publicité numérique sur tout type de mobilier urbain est interdite en lieux protégés.

Bien que la loi LCAP du 7 juillet 2017 ait considérablement étendu l'interdiction de publicité dans les abords des monuments historiques (rayon de 500m et non plus de 100m autour du monument avec condition de covisibilité), le RLPi n'entend pas admettre les grands mobiliers d'information (publicité de 8m²) dans les abords des

monuments historiques. La surface unitaire des publicités sur mobilier d'information est limitée à 2m².

Outre les règles du RLPi, il est rappelé que l'installation de mobilier urbain est maîtrisée directement par la collectivité par le biais du contrat conclu avec un opérateur et que toute installation de mobilier urbain, publicitaire ou non, dans les abords des monuments historiques et en site patrimonial remarquable, est soumise à accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France (art R 421-25 et R 423-54 c.urba. et L 621-32 c.patrimoine).

A noter : Dans les parties agglomérées des 14 communes entièrement couvertes par le Parc Naturel Régional, le RLPi maintient l'interdiction de toute publicité.

Dans les autres lieux d'interdiction relative, hormis la publicité directement installée sur le sol ainsi que la publicité sur mobilier urbain, toute autre forme de publicité demeure interdite.

Les règles applicables dans les lieux protégés prévalent sur celles de la ZP2, la ZP3 ou la ZP4 : ainsi, dans les abords en covisibilité des monuments historiques d'un secteur classé en ZP2 par exemple, il convient d'appliquer les règles de l'article 4 du règlement du RLPi et non celles de l'article 5.

3. Règles locales applicables en zone de publicité 2

Certains types de dispositifs de publicités et préenseignes sont interdits en ZP2, couvrant tous les secteurs agglomérés des communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Paris et tous les secteurs résidentiels et centralités des communes plus urbaines.

L'objectif est de protéger fortement le cadre de vie de tous les habitants du territoire. Pour cela, le régime juridique applicable en ZP2 se rapproche fortement de celui défini par la réglementation nationale pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

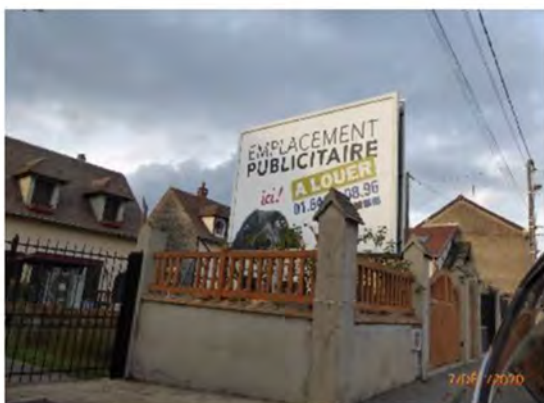
a. Dispositifs interdits en ZP2

Sont interdites en ZP2 :

- **Les publicités et préenseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu**, comme dans tout le reste du territoire (principes communs).
- **Les publicités et préenseignes scellées au sol.**

Cette interdiction résulte de la réglementation nationale pour les 39 communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Paris : le RLPi la « duplique » aux secteurs d'habitat des 34 autres communes, afin de traiter tous les habitants du territoire de manière égalitaire.

Contrairement à la publicité murale, la publicité scellée au sol constitue un objet supplémentaire dans le paysage, qui ne s'insère pas sur un support déjà existant. En ce sens, la présence de la publicité scellée au sol est moins adaptée que celle de la publicité murale dans les secteurs résidentiels, en tissu urbain dense, au cœur d'un tissu pavillonnaire ou des grands ensembles.



La publicité scellée au sol, particulièrement si elle est de grand format, ne s'intègre pas harmonieusement dans les tissus urbains denses des centralités ou secteurs d'habitat.

- **Les publicités et préenseignes numériques, à l'exception de celles installées sur mobilier urbain.**

Aujourd'hui, les dispositifs de publicités et de préenseignes ne se limitent plus aux seuls procédés papiers, et sont majoritairement « mis en lumière » afin d'être plus visibles de jour comme de nuit, grâce à des systèmes de rétro-éclairage ou de projection. Les dispositifs numériques (écran) tendent également à se développer, même si le territoire en est très préservé pour l'instant.

L'encadrement global de ces dispositifs lumineux se justifie par la volonté de préserver les ambiances nocturnes, en cohérence avec le plan climat air énergie territorial (PCAET). Les publicités et préenseignes numériques ont un impact généralisé sur les paysages du quotidien, de jour comme de nuit, en produisant une animation lumineuse directement perceptible depuis l'espace public.

Les dispositifs numériques, au caractère lumineux et animé, produisent une nuisance visuelle plus forte qu'un simple panneau « affiche papier », même éclairé par projection ou transparence. Cela justifie leur interdiction dans les secteurs principalement dédiés à l'habitat (ZP2 et ZP2b).

En effet, sur domaine privé, bien que les publicités numériques soient soumises à autorisation préalable du maire (pouvoir d'appréciation au cas par cas), leur présence n'est pas souhaitée en secteurs résidentiels.

Sur mobilier urbain, la publicité numérique est admise, limitée à 2m² quel que soit le type de mobilier, car uniquement possible dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et soumise à plusieurs « verrous » autres que le RLPi, ses emplacements précis et le nombre de mobiliers étant contrôlés par la collectivité.

b. Dispositifs admis en ZP2 selon les règles nationales

Certains dispositifs sont admis en ZP2 selon les seules règles nationales. Il s'agit :

- **Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, des bâches de chantier et des dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire.**

Ces dispositifs sont temporaires et soumis à autorisation préalable du Maire, qui dispose d'un pouvoir d'appréciation au cas par cas lui permettant d'inviter le pétitionnaire à réduire la surface du dispositif, à en changer l'emplacement ou le visuel notamment, si le projet présenté ne s'insère pas correctement dans l'environnement ;

- **Dans toutes les communes, du « micro-affichage » (dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale).** En dehors des lieux protégés où un RLP peut faire le choix de ré-introduire ce type de dispositifs, le RLPi n'est pas habilité à les règlementer.

c. D'autres dispositifs sont admis, assortis de restrictions locales :

- **Dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris et celles de plus de 10 000 habitants hors unité de plus de 100 000 habitants (Aubergenville), les publicités et préenseignes directement installées sur le sol** (largeur maximale 0,80m, hauteur maximale par rapport au niveau du sol 1,20m).
- **Les publicités et préenseignes, non numériques, sur mur de bâtiment et sur palissade de chantier**, selon des conditions de nombre et de surface plus contraintes que les règles nationales.

Nombre : un seul dispositif est admis par mur de bâtiment aveugle ou comportant des ouvertures de moins de 0,50m² et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière. Cela constitue une restriction par rapport à la réglementation nationale qui admettrait deux dispositifs « alignés » sur le même mur.

Surface : alors que la réglementation nationale admet la publicité murale de 4m² support compris dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants et de 12m² dans les autres agglomérations, le choix opéré pour le traitement des secteurs d'habitat a été d'appliquer la règle de surface unitaire maximale de 4m² à tous les secteurs résidentiels de toutes les communes, rurales et urbaines.

Cela constitue une restriction très forte pour les communes les plus urbaines, d'autant que la publicité scellée au sol est interdite.

En ZP2b, lieux méritant une protection accrue (centralités historiques et cœurs de villages principalement), la surface est réduite à 2m² support compris. Ce format est un standard pratiqué par les afficheurs, en particulier en publicité murale dans les tissus urbains denses.



Règle nationale dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris : 12m² support compris



ZP2: 4m² support compris



ZP2b: 2m² support compris

- **Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, les publicités et préenseignes, non numériques, sur bâches permanentes, sont soumises aux mêmes conditions que la publicité murale classique.**

En effet, bien que le procédé diffère, l'impact visuel est semblable. Cela constitue une restriction très forte des règles nationales, lesquelles ne prévoient pas de surface maximale pour ces dispositifs soumis à autorisation préalable du maire et non à simple déclaration préalable.

Il s'agit d'éviter que les professionnels, prenant acte des possibilités limitées de publicités murales « classiques » (affiche papier, vitrine déroulante...) développent les dispositifs de type bâches publicitaires permanentes.

- **Les publicités et préenseignes sur mobilier urbain** : elles sont admises selon les conditions fixées par la réglementation nationale, la surface de celles apposées sur mobilier d'information étant limitée à 2m², portée à 8m² dans les agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (en l'espèce, les 33 communes appartenant à l'unité urbaine de Paris).

La publicité numérique sur mobilier urbain, uniquement possible dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, est admise en ZP2, limitée à 2m² quel que soit le type de mobilier.

La publicité numérique sur mobilier urbain n'est possible que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et limitée à 2m².



Les principales catégories de publicité admises en ZP2 sont :

- les publicités non numériques sur mur de bâtiment, limitées à un dispositif de 4m² de surface unitaire maximale (ou 2m² en ZP2b) par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière ;
- les publicités sur mobilier urbain, limitées à 2m² sur mobilier d'information, portée à 8m² dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris. La publicité numérique sur tout type de mobilier urbain est limitée à 2m².

4. Règles locales applicables en zone de publicité 3

La ZP3 couvre des séquences d'axes structurants. Le principal objectif poursuivi par le RLPi est de dé-densifier la présence des publicités scellées au sol, dispositifs majoritaires sur le territoire, pour améliorer la perception visuelle et la qualité paysagère de ces axes.

Pour autant, ces lieux étant des lieux de « passage », principalement empruntés par des automobilistes et non par des piétons, la bonne lisibilité des affiches a été prise en compte : le RLPi durcit la règle nationale de surface mais conserve des possibilités d'installation de « grands formats » (affiche de 8m²).

a. Dispositifs interdits en ZP3

Sont interdites en ZP3 :

- **Les publicités et préenseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu**, comme dans toutes les zones de publicité.
- **Les publicités et préenseignes sur mur de bâtiment et les bâches permanentes.**

Le long des axes structurants, les bâtiments sont généralement placés en retrait et peu présentent un mur aveugle. Pour éviter la juxtaposition entre publicité scellée au sol et publicité murale, cette seconde catégorie est interdite en ZP3. L'objectif est d'aérer la présence publicitaire le long des axes.

b. Dispositifs admis en ZP3 selon les règles nationales

Comme en ZP2, **les bâches de chantier, les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire et le « micro-affichage »** sont admis en ZP3, selon les conditions fixées par la réglementation nationale (pour les deux premières catégories, il s'agit de dispositifs temporaires, soumis à autorisation préalable du maire, et uniquement possibles dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants).

c. D'autres dispositifs sont admis, assortis de restrictions locales :

- **Dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris et celles de plus de 10 000 habitants hors unité de plus de 100 000 habitants (Aubergenville), les publicités et les préenseignes directement installées sur le sol** sont admises, encadrées quant à leurs dimensions (largeur maximale 0,80m, hauteur maximale par rapport au niveau du sol 1,20m).
- **Les publicités et préenseignes scellées au sol.**

L'implantation des publicités et des préenseignes s'établit dans une logique de flux, ce qui explique la présence de dispositifs de grands formats (12 et 8 m²) en appui des tissus bâtis le long des axes automobiles à fort potentiel d'audience.

La réduction globale des formats des dispositifs de publicités et préenseignes se justifie au regard d'une logique d'apaisement et de réduction des nuisances visuelles de la ville, tant dans ses usages que dans son paysage.

La logique d'apaisement de la ville justifie particulièrement la forte réduction des publicités et préenseignes scellées au sol, tant dans leurs formats et que dans leurs possibilités d'implantation.

En effet, à la différence des dispositifs sur façade ou sur clôture installés sur des supports existants, les dispositifs scellés au sol constituent des objets déportés, principaux obstacles visuels dans le paysage urbain et depuis ses espaces publics.

Si une présence publicitaire scellée au sol peut se justifier dans les secteurs mixtes, le long des axes structurants et dans les grandes zones commerciales et d'activité (soit en ZP3 et en ZP4), où le tissu urbain se caractérise par de larges parcelles avec des grands volumes de bâtiments implantés en recul de la voie, le RLPi entend réduire leur surface et plus particulièrement leur nombre en ZP3 :

Nombre : un linéaire minimal (25m) de façade sur rue d'une unité foncière est exigé pour qu'un dispositif scellé au sol puisse être installé, et le nombre de dispositif par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière est plafonné à un, quelle que soit la longueur de ce linéaire.

Cela signifie que pour les linéaires inférieurs à 25m, aucune publicité ne peut être installée puisque la publicité murale est interdite en ZP3.

Cette exigence d'un linéaire minimal permet de réduire le nombre de dispositifs scellés au sol et de faire en sorte qu'ils soient implantés sur des séquences paysagères plus aérées.

Le linéaire minimal est modulé en fonction des spécificités du tissu urbain de certaines communes, afin certes de dé-densifier la présence des dispositifs scellés au sol, mais aussi de garantir quelques possibilités d'installation. Ainsi, le linéaire est réduit à 15m à Achères et Carrières-sous-Poissy, il est au contraire fixé à 30m aux Mureaux ainsi que rue de Chambourcy et avenue de la Maladrerie à Poissy, et à 50m à Orgeval.

Surface : pour les dispositifs non lumineux ou éclairés par projection ou transparence, la surface unitaire maximale est limitée à 10,50m² (soit 8m² de surface d'affiche), au lieu de la règle nationale de 12m², ce qui correspond à des formats qui permettent la bonne lisibilité des affiches depuis un axe routier.

S'agissant des dispositifs lumineux autres qu'éclairés par projection ou transparence (dont les numériques), la surface unitaire maximale est de 2m² (support compris), comme la publicité numérique sur mobilier urbain, au lieu de la règle nationale de 8m².



En ZP3, un seul dispositif scellé au sol de surface d'affiche de 8m² peut être installé par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière, à condition que ce linéaire soit d'au moins 25m (ou 15m ou 30m selon les cas).

- **Les publicités et préenseignes sur mobilier urbain.**

Elles sont admises selon les conditions fixées par la réglementation nationale, la surface de celles apposées sur mobilier d'information étant limitée à 8m², soit le même format que les publicités scellées au sol non numériques sur domaine privé.

La publicité numérique sur mobilier urbain, uniquement possible dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, est admise en ZP3 selon les mêmes conditions qu'en ZP2 (surface limitée à 2m² sur tout type de mobilier).

Les principales catégories de publicité admises en ZP3 sont :

- les publicités scellées au sol, limitées à un dispositif de 10,50m² de surface unitaire maximale (réduite à 2m² si numérique) par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière, si ce linéaire est d'au-moins 25m, étant noté que le linéaire minimal a été adapté aux spécificités de certaines communes (15, 30 ou 60m selon les cas) ;
- les publicités sur mobilier urbain, limitées à 8m² de surface unitaire pour le mobilier d'information (la publicité numérique étant limitée à 2m²).

5. Règles locales applicables en zone de publicité 4

En ZP4, soit dans les zones commerciales et d'activités d'ampleur, dans le respect de la vocation économique des lieux, les possibilités d'installation de publicités sont plus larges, demeurant toutefois bien moindres que ce que permettrait la réglementation nationale. L'objectif poursuivi est complémentaire à celui affiché dans le PLUi approuvé d'améliorer la qualité urbaine des zones commerciales et d'activité d'ampleur comme indiqué dans l'OAP commerce et artisanat (axe 3) :

« Axe 3 : Qualifier les espaces commerciaux et les entrées de ville, réduire leur impact sur l'environnement

- *Être vigilant à la qualité des publicités et enseignes.*
- *Appréhender les espaces commerciaux comme des lieux de vie, créateurs d'urbanité. → Veiller à une intégration architecturale et paysagère qualitative.*
- *Favoriser une architecture réversible et limiter l'impact de nouvelle implantation sur l'environnement.*
- *Intégrer la trame verte et bleue dans les projets de développement commercial, limiter la perméabilité des sols et être vigilant aux traitements des lisières entre espaces urbanisés et espaces naturels et agricoles. » (extrait OAP commerce et artisanat – PLUi approuvé)*

Comme en ZP3, la publicité numérique sur domaine privé est admise, fortement contrainte en nombre et surface. La collectivité répond ainsi aux attentes fortes des citoyens sur le sujet, sans pour autant interdire totalement ces types de dispositifs soumis à autorisation préalable du Maire.

Concernant les dispositifs non numériques, des possibilités de « grand format » demeurent dans ces lieux de flux (la règle nationale de surface étant néanmoins abaissée), le RLPi agissant également sur la règle de densité.

a. Dispositifs interdits en ZP4

Les publicités et préenseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu, sont interdites en ZP4 comme dans toutes les zones de publicité.

b. Dispositifs admis en ZP4 selon les règles nationales

Comme en ZP2 et en ZP3, les bâches de chantier, les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire et le « micro-affichage » sont admis en ZP4, selon les conditions fixées par la réglementation nationale.

c. D'autres dispositifs sont admis, assortis de restrictions locales :

- **Dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Paris et celles de plus de 10 000 habitants hors unité de plus de 100 000 habitants (Aubergenville), les publicités et préenseignes directement installées sur le sol** (largeur maximale 0,80m, hauteur maximale par rapport au niveau du sol 1,20m).
- **Les publicités et préenseignes sur mur de bâtiment, ainsi que sur bâches permanentes et sur palissade de chantier**, selon des conditions de nombre et de surface plus contraintes que les règles nationales.

Nombre : un seul dispositif est admis par mur de bâtiment aveugle ou comportant des ouvertures de moins de 0,50m² et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière, sans cumul possible avec un autre dispositif mural ou avec un dispositif scellé au sol, sauf pour les linéaires de plus de 100m (les deux dispositifs devant alors être espacés entre eux d'au moins 40m).

Surface : pour les dispositifs non lumineux ou éclairés par projection ou transparence, la surface unitaire maximale est limitée à 10,50m² (soit 8m² de surface d'affiche), au lieu de la règle nationale de 12m², ce qui correspond à des formats qui permettent la bonne lisibilité des affiches depuis un axe routier.

S'agissant des dispositifs lumineux autres qu'éclairés par projection ou transparence (dont les numériques), la surface unitaire maximale est de 2m² (support compris), comme la publicité numérique sur mobilier urbain, au lieu de la règle nationale de 8m².

- **Les publicités et préenseignes scellées au sol**

Nombre : le principe d'un seul dispositif (mural ou scellé au sol) par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière est défini. Pour les grands linéaires (plus de 100m), deux dispositifs peuvent être installés avec une règle d'espacement entre eux d'au moins 40m. Il peut s'agir de deux dispositifs muraux, de deux dispositifs scellés au sol ou d'un dispositif mural et d'un dispositif scellé au sol.

Surface : les surfaces unitaires maximales sont identiques à celles définies pour les publicités murales (10,50m², réduit à 2m² si le dispositif est numérique).

- **Les publicités et préenseignes sur mobilier urbain** : elles sont admises selon les conditions applicables en ZP3.

A noter : en ZP2, ZP3 et ZP4, le RLPi durcit la règle nationale de densité, y compris pour les parkings extérieurs des établissements commerciaux ou d'activités.

Les zones d'activités sont des morceaux de territoire dédiés à l'activité économique des entreprises. Les zones commerciales sont des espaces avec un bâti peu dense, un tissu lâche, qui offre de nombreux espaces dégagés. La forte pression publicitaire sur ces zones commerciales, due à la nécessité d'attirer l'attention des automobilistes entraîne une surenchère et une surcharge d'informations, rendant ces espaces saturés visuellement.

Une perte de lisibilité de l'espace et des constructions est constatée au profit de éléments destinés à informer ou attirer l'attention, ce qui engendre un manque d'attractivité et une perte de qualité de ces lieux, perçus comme des paysages urbains ou périurbains banalisés, standardisés.

En réduisant le nombre et la surface des publicités, le RLPi tend à améliorer leur qualité pour redonner aux entreprises, à leurs salariés, à leurs partenaires, aux habitants, un environnement de travail de qualité en cohérence avec les objectifs du PLUi approuvé.

Les principales catégories de publicité admises en ZP4 sont :

- les publicités scellées au sol et murales, limitées à un dispositif de 10,50m² de surface unitaire maximale (ou 2m² si numérique) par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière ;

Pour les linéaires de plus de 100m, deux dispositifs sont admis (deux publicités murales, deux publicités scellées au sol ou une publicité murale et une publicité scellée au sol), à condition qu'ils soient espacés entre eux d'au moins 40m ;

- les publicités sur mobilier urbain, limitées à 8m² de surface unitaire pour le mobilier d'information (la publicité numérique est limitée à 2m² sur tout type de mobilier).

C. Règles locales applicables aux enseignes

En matière d'enseignes, le RLPi poursuit également la double logique d'homogénéisation des règles à l'échelle de tout le territoire, et de graduation en fonction des ambiances paysagères.

Les règles locales témoignent d'une approche pragmatique de la collectivité et s'adaptent à la réalité du territoire, très étendu et divers : le RLPi édicte des règles simples, dans l'objectif d'une bonne intégration qualitative des enseignes, L'objectif est qu'elles soient effectivement appliquées et qu'elles soutiennent les activités locales.

Les règles locales sont plus restrictives pour les enseignes situées dans les lieux patrimoniaux et paysagers, en ZP1 et ZP2b ainsi que, dans une moindre mesure, en ZP2 (secteurs résidentiels). Elles complètent et restreignent les règles nationales, en particulier celles relatives aux enseignes perpendiculaires.

En ZP3 et ZP4, les règles nationales sont plus largement conservées, assorties de restrictions locales quant aux enseignes sur clôtures, scellées au sol et numériques.

Certaines zones commerciales et d'activités sont vieillissantes : les projets de requalification seront l'occasion de travailler la qualité des enseignes avec les aménageurs.

1. Principes communs à l'ensemble du territoire

En matière d'enseignes, les principes communs sont applicables en et hors agglomération. Il existe un « droit à l'enseigne » : une activité a toujours le droit de se signaler sur son bâtiment ou son terrain d'assiette, y compris hors agglomération.

Les principes communs permettent de renforcer l'identité territoriale et de définir un premier niveau de restrictions des règles nationales, dans l'objectif d'accroître l'attractivité des activités locales.

Les enseignes apposées sur bâtiment constituent la majorité des enseignes présentes sur le territoire.

Ces enseignes s'insèrent directement dans l'architecture des bâtiments et participent à l'animation des façades commerciales. De ce fait, elles contribuent à la qualité des ambiances urbaines, notamment dans les centres-villes et centres-bourgs, et encore plus fortement dans les secteurs patrimoniaux.

Dans l'objectif de préserver et de mettre en valeur ces tissus urbains, et dans une logique de qualité urbaine et architecturale, un premier niveau de règles est défini pour encadrer leur insertion sur le bâtiment support et dans leur environnement de manière générale :

- **Elles doivent respecter les lignes de composition de la façade, les emplacements des baies et ouvertures.**

L'objectif ici traduit réglementairement est d'éviter par exemple qu'une enseigne parallèle parcourt toute la façade, sans respecter les emplacements de la vitrine commerciale ni des ouvertures. Cette règle de positionnement simple, applicable à tout le territoire, permet de mieux intégrer l'enseigne à la façade, sans la dénaturer et en veillant à garantir sa lisibilité.

- **Elles ne doivent masquer aucun élément décoratif de la façade, ni chevaucher la corniche ou le bandeau** : il s'agit d'une règle de « bon sens », l'enseigne devant respecter la qualité architecturale du bâtiment qui la supporte.
- **Elles doivent rechercher la faible épaisseur et la discrétion des fixations et des dispositifs d'éclairage** : la sobriété des dispositifs est préconisée, ce qui n'empêche pas leur visibilité. Les caissons épais sont à proscrire de même que les modes d'éclairages de type spot-pelles dépassant fortement du mur.

- **Les teintes agressives ainsi que les mécanismes d'animation sont interdits.** L'aspect de l'enseigne doit être en harmonie avec les teintes et les matériaux de la façade. L'appréciation du caractère « agressif » des couleurs employées se fera au cas par cas par chaque maire, en fonction de l'emplacement précis de l'enseigne en tel ou tel lieu.
- **Les enseignes parallèles et perpendiculaires doivent être positionnées au plus près du rez-de-chaussée si l'activité est exercée uniquement en rez-de-chaussée.** Par ailleurs, une autre règle, applicable à toute enseigne sur tout le territoire invite à un positionnement de l'enseigne au plus près du lieu d'exercice de l'activité : **lorsque le mur est dénué de devanture (cas d'un mur pignon), l'enseigne doit être installée dans les limites de la partie effectivement occupée par l'activité, et ne pas s'étendre sur tout le mur.**
- **A l'instar des publicités et préenseignes, les enseignes sont également soumises à obligation d'extinction nocturne. Au lieu de la règle nationale d'extinction entre 1h et 6h, les enseignes lumineuses extérieures devront être éteintes entre 22h et 7h.**

Les dispositifs d'enseignes sont pour la plupart éclairés, afin d'être visibles de jour comme de nuit, grâce à des systèmes de rétro-éclairage ou de projection ou par lettres leds sur store. Un développement des enseignes numériques est constaté à l'extérieur, mais également à l'intérieur des vitrines commerciales.

La règle locale d'extinction s'applique aux enseignes extérieures, lorsque l'activité a cessé entre 22h et 7h. Pour les autres cas (ex : hôtels, restaurants...), l'enseigne devra être éteinte au plus tard une heure après la cessation d'activité et pourra être allumée au plus tôt une heure avant le début d'activité.

L'obligation d'extinction nocturne s'applique aussi, comme pour les publicités et préenseignes, aux enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines commerciales, comme le permet la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, quel que soit le mode d'éclairage.

Cette règle locale n'empêche pas qu'un commerce ou autre activité, qui fermerait à 19h par exemple, éteigne son enseigne avant minuit.

Le RLPi fixe ainsi la même obligation d'extinction nocturne aux publicités, enseignes et préenseignes extérieures ainsi qu'aux dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines des commerces.

Cela participe à l'homogénéisation des règles à l'échelle de tout le territoire, et pour tout type de dispositif lumineux, marquant ainsi la volonté de la collectivité d'encadrer

les dispositifs énergivores, quels qu'ils soient, pouvant dégrader les paysages urbains nocturnes et impacter la faune vivant la nuit.

- **Les enseignes numériques situées à l'intérieur de vitrines commerciales ont également des impacts visuels perceptibles depuis les rues qui les bordent, notamment lorsqu'elles occultent des baies entières.**

Afin de limiter ces impacts tant sur les ambiances urbaines que sur l'architecture des bâtiments, la surface cumulée des écrans numériques intérieurs, qu'ils soient publicités, enseignes ou préenseignes est limitée au quart de la surface de la vitrine.

- **Enfin, les enseignes directement installées sur le sol sont admises sur tout le territoire.**

Elles sont limitées en nombre à un dispositif par établissement et par voie bordant l'activité, ce qui correspond à la règle nationale applicable aux enseignes scellées au sol et directement installées sur le sol de plus d'1m².

Leurs dimensions maximales sont encadrées, de manière exactement identique à celles des publicités et préenseignes directement installées sur le sol.

2. Règles locales applicables dans les lieux d'interdiction légale de publicité, en zone de publicité 1 et en zone de publicité 2b

En matière de publicités et préenseignes, le règlement n'édicte des règles spécifiques que pour celles situées dans les lieux d'interdiction relative en agglomération (site patrimonial remarquable, abords des monuments historiques en covisibilité et sites inscrits). De manière logique, il ne traite pas des lieux d'interdiction absolue, toute publicité demeurant interdite (ex : sites classés).

En matière d'enseignes, le RLPi traite de ces deux catégories de lieux « protégés » : ce sont ceux qui présentent la sensibilité paysagère et patrimoniale la plus forte, les règles relatives aux enseignes y sont très précises pour qu'elles s'insèrent au mieux dans ces environnements sensibles.

La ZP2b correspondant à des lieux méritant également une forte protection, même s'ils ne comprennent pas de monument historique ou autre élément de patrimoine bâti ou paysager générant règlementairement une interdiction légale de publicité, les enseignes installées dans cette zone sont traitées de manière égalitaire avec celles situées dans les lieux protégés.

Le RLPi fonde ses règles sur les prescriptions appliquées par l'Architecte des Bâtiments de France lorsqu'il a à connaître d'un dossier d'enseigne dans les abords des monuments historiques de toutes communes ou en SPR, ainsi que sur les règles

qualitatives de certains RLP communaux ou préconisations de chartes communales et règlements de SPR, qui ont pleinement produit leurs effets.

L'objectif est que les pétitionnaires disposent d'un règlement clair expliquant l'ensemble des règles appliquées aux enseignes dans les lieux protégés : cela permet de les guider en amont de la conception de leur projet d'enseignes.

a. Dispositifs interdits dans les lieux protégés, en ZP1 et en ZP2b.

- **Les enseignes sur balcons, garde-corps, marquises** sont interdites : le règlement local précise le principe général applicable à toute enseigne de ne pas altérer un élément décoratif du bâtiment. Les enseignes sont malvenues sur certaines parties du bâtiment-support, qui constituent des éléments architecturaux de qualité.
- **Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu** sont interdites.

Comme les publicités et préenseignes, les enseignes en toiture sont des éléments ajoutés dans le paysage, des dispositifs qui émergent au-dessus du toit et augmentent la hauteur du bâtiment.

Les enseignes sur toiture ou sur terrasse constituent des dispositifs rapportés, souvent assez massifs pour être visibles de loin, et qui sont de fait plus adaptés aux ambiances urbaines des zones d'activités où ils sont à l'échelle des volumes des bâtiments.

Au contraire, les ambiances de centres-villes et de centres-bourgs ou d'abords de monuments historiques se caractérisent par des tissus urbains mixtes assez denses au sein desquels les enseignes sur toiture paraissent peu adaptées et assez impactantes d'un point de vue paysage.

- **Les enseignes sur tout type de clôture sont interdites**, par parallélisme avec le traitement des publicités et préenseignes.

Cette interdiction porte donc à la fois sur les clôtures végétales, les clôtures aveugles et non aveugles (grillages, portails...). En effet, dans les lieux les plus sensibles du point de vue paysager et patrimonial, les enseignes sur clôture sont jugées surabondantes par rapport aux enseignes (parallèles et perpendiculaires) en façade. Les clôtures constituent des éléments à préserver de toute inscription, forme ou image (les publicités et préenseignes sur clôture étant par ailleurs interdites en toutes zones).

- **Les enseignes scellées au sol sont interdites.**

En tant qu'objets déportés du bâtiment-lieu d'exercice de l'activité et donc plus prégnants dans le paysage, les enseignes scellées au sol sont interdites dans les lieux protégés, certains de ces lieux correspondant à des espaces de nature aux vues dégagées, d'autres à des secteurs patrimoniaux.

Une exception est apportée à l'interdiction des enseignes scellées au sol : celles des stations-essence, nécessaires pour indiquer les prix des carburants, sont admises. Elles sont limitées à un dispositif de 6m² maximum par activité et par voie bordant l'activité. Cela correspond à la règle nationale applicable aux enseignes scellées au sol situées hors agglomérations ainsi que dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants : la règle est ici dupliquée à tous les lieux protégés, y compris ceux des communes les plus urbaines.

- **Les enseignes sous forme de caissons entièrement lumineux, néons et enseignes à lumière non fixe (rayon laser, numérique, clignotant) sont interdites.**

De même qu'en matière de publicités et préenseignes, une attention particulière est portée au caractère lumineux des dispositifs. Le RLPi interdit les enseignes au mode d'éclairage agressif ou mouvant, plus impactant dans le paysage et plus énergivore.

Le RLPi maintient cependant la règle nationale, qui permet aux seules pharmacies et services d'urgences de disposer d'enseignes clignotantes.

Par ailleurs, le RLPi apporte une exception à l'interdiction des enseignes numériques en lieux protégés, en ZP1 et en ZP2b, en faveur de celles des établissements culturels de type cinémas, dont les enseignes sont souvent intégrées dans la conception architecturale même du bâtiment

b. Dispositifs admis dans les lieux protégés, en ZP1 et en ZP2b.

- **Des prescriptions très précises sont définies pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur (dites « en bandeau »).**

Le règlement local ne peut pas déroger et ne peut « assouplir » les règles nationales suivantes :

- interdiction de dépassement des limites du mur support et de l'égout du toit ;
- saillie limitée à 25 cm ;
- limitation de la surface totale des enseignes en façade (soit la surface cumulée des enseignes parallèles et perpendiculaires) proportionnellement à la surface de la

façade commerciale : 25% si la façade commerciale fait moins de 50m² ou 15% lorsque la façade commerciale est de plus de 50m².

En complément de ces règles nationales, le règlement local édicte les restrictions complémentaires suivantes :

Règle de positionnement : les dispositions du RLPi ont pour objectif de préserver l'intégrité architecturale du bâtiment et du site dans lequel l'enseigne se situe, tout en s'adaptant au fonctionnement de l'activité.

Les enseignes doivent être positionnées dans la limite du rez-de-chaussée et installées au-dessus de la devanture : il s'agit ici d'une règle simple consistant à imposer, pour les activités exercées uniquement au rez-de-chaussée, que les enseignes restent au plus près du rez-de-chaussée. Pour les activités exercées principalement ou uniquement en étage, les enseignes parallèles peuvent être positionnées au niveau de l'étage d'exercice de l'activité.

Les enseignes « latérales » sont admises : les activités ont le droit d'installer des enseignes « verticales », entre les baies par exemple, servant généralement à indiquer les horaires d'ouverture et fermeture ou, pour les restaurants, la carte proposée. Elles doivent être indépendantes des enseignes horizontales.

Exemple d'enseignes horizontale et verticale correctement positionnées, d'une grande sobriété



Mode de réalisation : les dispositions du règlement local ont pour objectif de permettre une bonne insertion de l'enseigne sur la façade, en tenant compte de la devanture et en adéquation avec le caractère de l'immeuble.

Les enseignes parallèles sont réalisées soit **en lettres découpées ou peintes ou inscrites sur store ou encore sur un bandeau de faible épaisseur comportant des lettres évidées** (reproduisant ainsi l'effet des lettres découpées). Un seul mode de réalisation n'est pas imposé, plusieurs options sont possibles. Le mode de réalisation dépend du support sur lequel l'enseigne vient s'apposer (mur en pierre ou enduit, devanture en applique, store).

Afin d'assurer une bonne insertion des écritures et leur homogénéisation, **la hauteur de l'enseigne disposée horizontalement est limitée à 50cm, de même que la largeur de l'enseigne disposée verticalement.**



Exemples de modes de réalisation de l'enseigne parallèle admis en lieux protégés, en ZP1 et en ZP2b : lettres peintes sur devanture en bois, lettres découpées, écritures sur lambrequin de store.

- **Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur (dites « en drapeau ») font également l'objet de règles locales spécifiques, restreignant les règles nationales.**

Le règlement local ne peut pas déroger et ne peut « assouplir » les règles nationales suivantes :

- Interdiction de dépassement de la limite supérieure du mur support ;
- Interdiction d'apposition devant une fenêtre ou un balcon ;
- Limitation de la surface totale des enseignes en façade (soit la surface cumulée des enseignes parallèles et perpendiculaires) proportionnellement à la surface de la façade commerciale : 25% si la façade commerciale fait moins de 50m² ou 15% lorsque la façade commerciale est de plus de 50m² .

En complément de ces règles nationales, le règlement local édicte les restrictions complémentaires suivantes :

Limitation du nombre : Une enseigne perpendiculaire est admise par établissement et par voie ouverte à la circulation publique bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée.

Ainsi, une activité située dans un bâtiment à l'angle de deux voies pourrait disposer, dans le respect des règles nationales et des autres règles locales, de deux enseignes en drapeau.

Toutefois, afin de conserver des façades épurées, ces enseignes ne peuvent être regroupées sur le même angle du bâtiment.

Par ailleurs, aucun « bonus » n'est accordé pour les activités types tabac-presse, qui devront supprimer certaines de leurs enseignes perpendiculaires ou les regrouper sur un même support.

Règle de positionnement : lorsque l'activité est exercée uniquement en rez-de-chaussée, l'enseigne perpendiculaire doit être positionnée à au moins 2,20m du niveau du sol, sans dépasser l'appui des fenêtres du 1^{er} niveau, le cas échéant dans le prolongement de l'enseigne apposée à plat ou parallèlement au mur si elle existe.

L'objectif est de permettre la bonne circulation des véhicules de livraison ou ramassant les déchets par exemple (éviter qu'ils n'accrochent l'enseigne) et d'assurer une continuité des dispositifs afin d'éviter un « éparpillement » sur la façade.

Les activités exercées également en étages (ex : hôtels) peuvent positionner leur enseigne perpendiculaire au niveau des étages occupés par l'activité.

Encadrement des dimensions : des règles précises sont édictées quant aux dimensions maximales de l'enseigne perpendiculaire, ce qui participe sans conteste à leur homogénéisation.

Leur épaisseur est limitée à 8cm, la saillie maximale par rapport au mur est de 80cm, la hauteur maximale de 50cm, de même que la largeur. La surface ne peut donc dépasser 0,25m².

C'est la discrétion de ces dispositifs qui est recherchée dans les lieux patrimoniaux.



Exemples d'enseignes perpendiculaires particulièrement bien intégrées à la façade commerciale (positionnées en continuité de l'enseigne parallèle, de surface modeste)

3. Règles locales applicables hors agglomération et en zone de publicité 2

Le même corps de règles est défini pour les secteurs résidentiels de toutes les communes (ZP2) et pour les lieux situés hors agglomération, un niveau de protection équivalent étant ainsi assuré.

Les règles locales applicables aux enseignes en lieux protégés sont reprises, néanmoins allégées pour tenir compte des réalités de terrain des tissus urbains résidentiels et des centralités non situées dans des secteurs patrimoniaux, et de la grande diversité des enseignes à l'échelle de tout le territoire.

a. Dispositifs interdits hors agglomération et en ZP2.

Les enseignes sur balcons, garde-corps, marquises, clôture végétale sont interdites, ainsi que celles sous forme de caissons entièrement lumineux, néons et enseignes à lumière non fixe.

De mêmes qu'en lieux protégés, ZP1 et ZP2b, **les enseignes numériques extérieures sont interdites en ZP2**, par égalité de traitement avec les dispositifs de publicités et préenseignes, exception faite de celles des établissements culturels.

b. Dispositifs admis hors agglomération et en ZP2.

Les enseignes installées en toiture ou sur terrasse en tenant lieu sont admises selon les seules règles nationales, sans restriction locale. Pour les activités situées hors agglomération en particulier, l'intention a été de leur permettre de pouvoir être vues de loin.

c. D'autres catégories d'enseignes sont admises, assorties de règles locales spécifiques :

- **Les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur, autre que de clôture (dites « en bandeau »).**

Le règlement local conserve les règles nationales de non-dépassement des limites du mur support et de l'égout du toit, de saillie maximale de 25cm et de limitation de la surface totale des enseignes en façade en proportion de la surface de la façade commerciale.

Par ailleurs, le RLPi ne limite pas le mode de réalisation ni le mode d'éclairage de l'enseigne parallèle, outre les principes communs applicables à tout le territoire. En effet, la ZP2 est la zone majoritaire en superficie et recouvre des cas d'enseignes très

variés : enseignes traditionnelles de centralités, plus éparses dans les tissus résidentiels, enseignes de centres commerciaux secondaires...

Le mode de réalisation et le mode d'éclairage seront appréciés au cas par cas lors de l'instruction de la demande d'autorisation préalable.

Le règlement édicte des restrictions tenant uniquement à la règle de positionnement.

Lorsque l'activité dispose d'une devanture commerciale, les enseignes sont disposées au-dessus de la devanture, sans dépasser le niveau du rez-de-chaussée. Cette règle tend à respecter les lignes de composition de la façade et invite à un positionnement des enseignes parallèles au niveau de l'ouverture constituée par la devanture.

Les règles de positionnement des enseignes de format vertical sont identiques à celles applicables en ZP1.

- **Les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur de clôture**

Interdites en lieux protégés, en ZP1 et ZP2b (exception faite des cas où ce serait le seul moyen pour l'activité d'être visible), elles sont admises en ZP2, notamment pour permettre la signalisation de nombreuses activités exercées à domicile (esthétique, coiffure, paysagiste...). Leur nombre et leur surface sont encadrés : une seule enseigne, de $\frac{1}{4}$ de m² maximum, est admise par établissement et par voie bordant le lieu d'exercice de l'activité.

Ce format restreint permet aux activités de se signaler, en plus de leurs enseignes sur façade, tout en restant harmonieusement intégrées aux tissus d'habitat (généralement denses) ou hors agglomération (espaces au contraire plus dégagés où donc les enseignes parallèles et perpendiculaires sont aisément visibles, l'enseigne sur clôture devenant alors surabondante).

- **Les enseignes scellées au sol**

En ZP2, les enseignes scellées au sol ne sont admises que si les enseignes en façade ne sont pas suffisamment visibles depuis la voie publique. L'objectif est d'éviter la multiplication des dispositifs pour un même établissement, tout en permettant la bonne visibilité des activités.

Elles sont admises selon les seules règles nationales applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants, soit limitées à un dispositif par activité et par voie, de 6m² maximum (au lieu de 12m² règle nationale dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants), ce qui dans la même logique que le traitement des publicités et préenseignes participe à l'homogénéisation des règles applicables à toutes les centralités et secteurs dédiés à l'habitat.

- **Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur (dites « en drapeau ») font l'objet de règles locales presque aussi précises qu'en lieux protégés, restreignant les règles nationales.**

Le règlement local conserve les règles nationales d'interdiction de dépassement de la limite supérieure du mur support, d'interdiction d'apposition devant une fenêtre ou un balcon et de limitation de la surface totale des enseignes en façade en proportion de la surface de la façade commerciale.

En complément de ces règles nationales, le règlement local édicte les restrictions complémentaires suivantes :

Limitation du nombre : la règle applicable en lieux protégés l'est également hors agglomération et en ZP2. Une enseigne perpendiculaire est admise par établissement et par voie ouverte à la circulation publique bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée.

Cette attention particulière portée aux enseignes perpendiculaires s'explique par le fait que trop nombreux et/ou mal positionnés, ces dispositifs peuvent altérer des perspectives et créer une impression de désordre.

Règle de positionnement : l'enseigne perpendiculaire doit être positionnée dans la limite de l'appui des fenêtres du 1^{er} niveau, le cas échéant dans le prolongement de l'enseigne apposée à plat ou parallèlement au mur si elle existe.

Les activités exercées également en étages (ex : hôtels) peuvent positionner leur enseigne perpendiculaire au niveau des étages occupés par l'activité.

4. Règles locales applicables en zones de publicité 3 et 4

Les règles nationales sont largement conservées en ZP3 et ZP4, correspondant à des secteurs mixtes et aux grandes zones commerciales et d'activités.

La réglementation nationale a été notablement durcie par la loi « Grenelle II » du 12 juillet 2010 : la conformité de ces enseignes, pourtant exigible depuis 2018, n'est pas toujours constatée sur le terrain.

Aussi, la seule conformité des enseignes aux nouvelles règles nationales apparaît dans bien des cas suffisante pour permettre leur bonne insertion. C'est le cas notamment des enseignes en toiture, qui restent soumises aux seules règles nationales, sans restriction locales.

Néanmoins, pour tenir compte des attentes citoyennes exprimées dans le cadre de la concertation, le RLPi traite spécifiquement certains types d'enseignes, jugés relativement « polluants » dans ces lieux :

- **Les enseignes numériques, de tout type (sur mur ou scellées au sol), sont limitées à 2m² de surface unitaire**, par égalité de traitement avec les publicités et préenseignes numériques (sur domaine privé et sur mobilier urbain) admises dans ces mêmes zones, l'impact visuel étant semblable.
- **Les enseignes apposées à plat ou parallèlement à une clôture :**

Le RLPi maintient l'interdiction d'enseigne sur clôture végétale, comme dans les autres zones et hors agglomération, et supplée à l'absence de toute règle nationale applicable aux enseignes sur clôture.

Le long des axes structurants ou dans les zones commerciales et d'activités, les activités locales nécessitent d'apposer leurs enseignes sur plusieurs types de supports pour être correctement visibles.

Le RLPi admet donc les enseignes sur clôture en ZP3 et ZP4, mais les encadre quant à leur nombre et leur surface, dans l'objectif de veiller à leur insertion qualitative.

Nombre : leur nombre est limité à une seule enseigne par établissement et par voie bordant le lieu d'exercice de l'activité.

Surface : la surface unitaire de ces dispositifs est limitée à 1m², afin d'être dans un rapport d'échelle cohérent avec les dimensions des clôtures existantes.



Exemples d'enseignes sur clôture dont la surface devra être réduite

- **Les enseignes scellées au sol**

Le long des axes structurants, de nombreuses enseignes scellées au sol utilisent exactement le même format que celui des publicités scellées au sol, ce qui peut créer une confusion dans la lecture des messages.

CONCLUSION

- ▶ Le présent RLPi constitue la première version, à l'échelle des 73 communes membres de GPS&O, d'une réglementation commune de la publicité, des enseignes et des préenseignes. Il est complémentaire aux objectifs du PADD du PLUI approuvé par GPS&O le 16 janvier 2020.
- ▶ Les enjeux sont multiples : garantir une certaine homogénéisation des règles applicables sans nier les spécificités communales et la diversité des ambiances paysagères, assurer la protection du cadre de vie sans nier les besoins des acteurs économiques de communiquer et de se signaler.
- ▶ Le RLPi traduit cette recherche d'équilibre, dans le cadre de la mise en œuvre de l'ambition territoriale de réduction générale de la place des dispositifs de publicités et préenseignes extérieurs dans les espaces publics.
- ▶ Points forts de la réglementation locale : le RLPi assure une égalité de traitement de tous ses habitants, qu'ils vivent dans des communes rurales ou urbaines, dans des pavillons ou grands ensembles ; et contraint fortement les procédés numériques (qu'il s'agisse de publicités, enseignes et préenseignes, extérieurs mais aussi intérieurs) répondant ainsi aux attentes des citoyens.
- ▶ Le volet « enseignes », bien que facultatif dans un RLP, est également traité, pour accompagner les activités locales dans la conception d'enseignes qualitatives, leur permettant d'être mieux visibles et plus attractives.

