

Règlement Local de Publicités

Pièce n° 1 :

Rapport de présentation

Délibération de prescription de la révision du RLP : 3/12/2020

Délibération sur le débat des orientations : 3/12/2020

Délibération d'arrêt du RLP : 8/07/2021

Enquête publique : 8/10/2021 à 10/12/2021

Délibération d'approbation : 6/04/2022

Table des matières

Chapitre 1 : Préambule.....	3
I. Cadre et définitions	3
Chapitre 1 : Contexte territorial	11
I. Démographie.....	11
II. Paysage et patrimoine.....	13
III. Activité commerciale.....	17
IV. Réseau viaire	18
V. Voies ferrées.....	19
Chapitre 2 : Le cadre réglementaire de la commune de Sainte-Geneviève-des-Bois.....	21
I. Le seuil démographique d’agglomération.....	21
II. Les périmètres environnementaux et urbains.....	22
Chapitre 3 : Le RLP de 2010.....	28
Chapitre 4 : Diagnostic des publicités et enseignes du territoire	29
I. Secteurs à enjeux.....	29
II. Non conformités au Code de l’Environnement.....	39
Chapitre 5 : Orientations.....	46
Orientation 1 : Valoriser le centre historique de la commune.....	46
Orientation 2 : Réduire et harmoniser l’affichage dans les secteurs limitrophes à d’autres communes.....	47
Orientation 3 : Préserver le cadre de vie des secteurs résidentiels.....	48
Orientation 4 : Organiser l’affichage du secteur de la Croix-Blanche	49
Orientation 5 : S’adapter et anticiper les nouvelles technologies	50
Chapitre 6 : Justification des choix retenus.....	51
I. Motifs de délimitation du zonage	51
II. Choix retenus pour la partie réglementaire.....	52

Chapitre 1 : Préambule

I. Cadre et définitions

1. Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions. Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Type de dispositif et date d'installation	opposabilité du RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 ^{er} juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	1 ^{er} juillet 2018
Préenseigne dérogatoire	13 juillet 2015

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue à s'appliquer.

Mise en conformité des dispositifs avec la RNP (décret du 30/01/2012 applicable depuis le 01/07/2012)

2015

- Suppression des préenseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012

2018

- Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012
- Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

Entrée en vigueur du RLP dès sa publication.

Mise en conformité des dispositifs existants avec le RLP dans un délai de :

6 ans pour les enseignes pré-existantes

2 ans pour les publicités et pré-enseignes pré-existantes

2. Le zonage du RLP

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement** et le **Code de la Route**. Selon le secteur géographique (hors agglomération, ou « agglomération » au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

3. Pourquoi réviser le RLP sur la commune de Sainte Geneviève-des-Bois

La commune de Sainte Geneviève des Bois possède un RLP approuvé le 7 décembre 2010 pré-grenelle, qui sera donc rendu caduc s’il n’est pas révisé. Ce règlement permet un encadrement relativement efficace des publicités notamment dans les rues commerçantes de centre-ville où la publicité scellée au sol sur parcelle privée est interdite.

Les enseignes sont en revanche peu encadrées, ce qui limite l’harmonisation de ces dernières.

L’objectif est donc de définir les besoins actuels de la commune, de les mettre en parallèle avec la nouvelle réglementation, ainsi qu’avec les RLP existants dans les communes limitrophes afin d’aboutir à un document cohérent et facilement utilisable.

Les objectifs poursuivis pour l’élaboration du RLP de la commune de Sainte Geneviève des Bois sont les suivants :

- › Valoriser le centre historique de la commune
- › Réduire et harmoniser l’affichage dans les secteurs limitrophes à d’autres communes
- › Préserver le cadre de vie des secteurs résidentiels
- › Organiser le secteur de la Croix Blanche
- › S’adapter et anticiper les nouvelles technologies

4. Contenu du RLP

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

- Un **rapport de présentation** qui s’appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- Un **règlement** détaillant le zonage et les dispositions s’appliquant à chaque zone.
- Des **annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l’ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l’agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

5. Les principales définitions

Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



Enseignes dans la commune

! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes

Pré-enseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée.



Pré-enseignes dans la commune

! En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité

Préenseigne dérogatoire :

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



Publicités dans la commune

Dispositifs temporaires (enseignes ou pré-enseignes)

- Signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- Installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.



Publicités et enseignes temporaires dans la commune

Autres dispositifs ne relevant pas du RLP :

- ✓ Panneaux d'information communaux
- ✓ Panneaux d'affichage libre pour les associations à but non lucratif
- ✓ Signalétique d'Information Locale (SIL)



Panneau d'information



Affichage libre



SIL

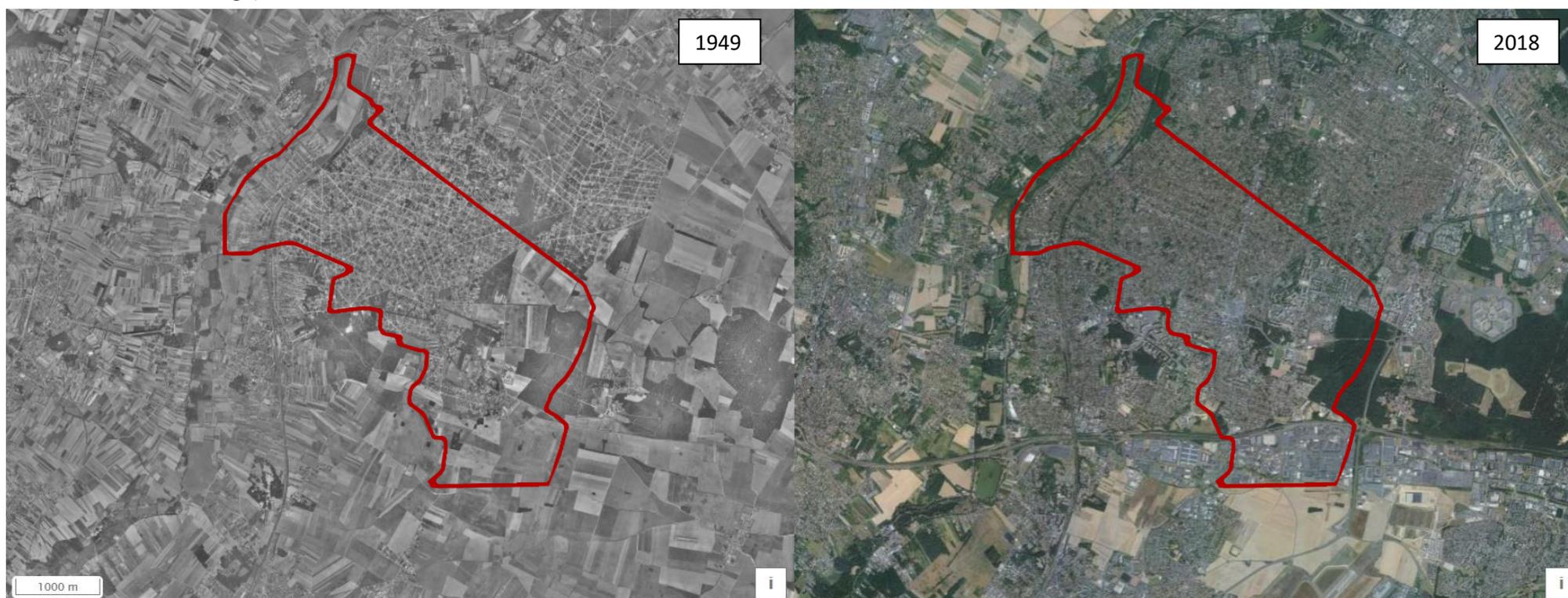
Chapitre 1 : Contexte territorial

I. Démographie

La commune de Sainte Geneviève des Bois s'étend sur 927 hectares pour une population de 36 207 habitants en 2017. Située à 24 km au Sud de Paris, elle constitue la ville centre de l'agglomération Cœur d'Essonne qui regroupe 21 communes (dont Brétigny-sur-Orge, Morsang-sur-Orge et Saint-Michel-sur-Orge).

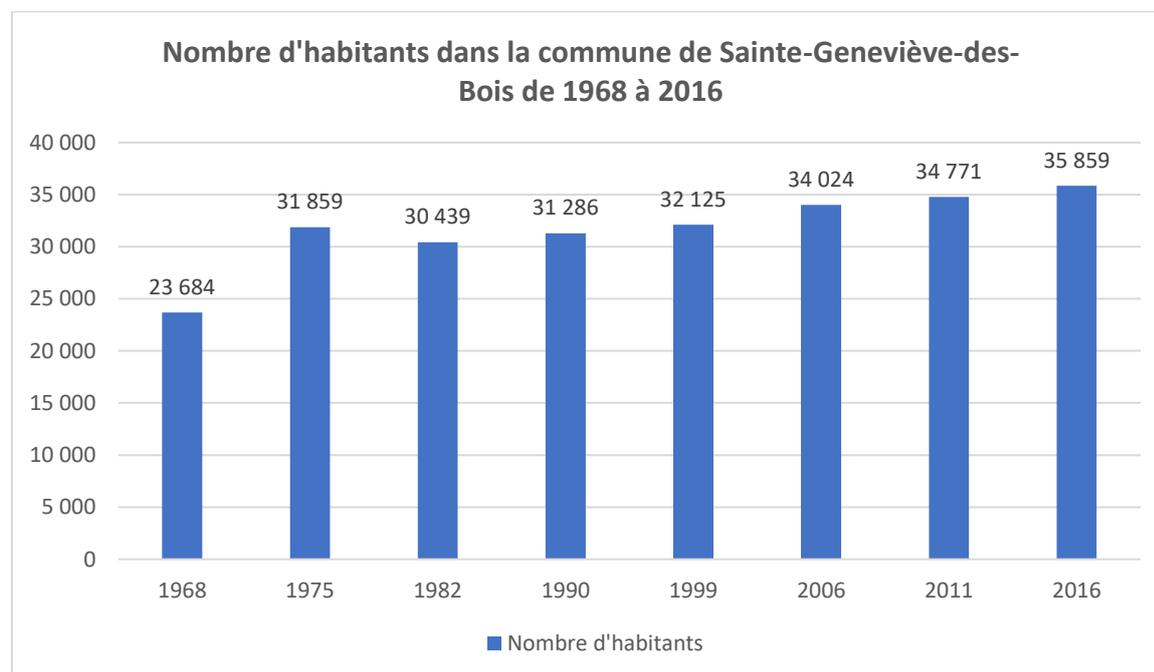
L'ensemble de ces 21 communes sont comprises dans l'unité urbaine Paris en dehors des communes d'Avrainville, de Cheptainville, de Guibeville et de Marolles-en-Hurepoix.

La ville majoritairement résidentielle et pavillonnaire s'est fortement développée des années 20 aux années 40. Les photos aériennes de 1949 montrent ainsi une ville presque entièrement urbanisée dans les années 50 (en dehors de sa partie Est).



Source : Géoportail - Remonter le temps

Ces dernières décennies, la population de la commune a augmenté sensiblement entre les années 60 et 2000. Cependant, le développement de la ville y a été minime contrairement au début des années 1900.

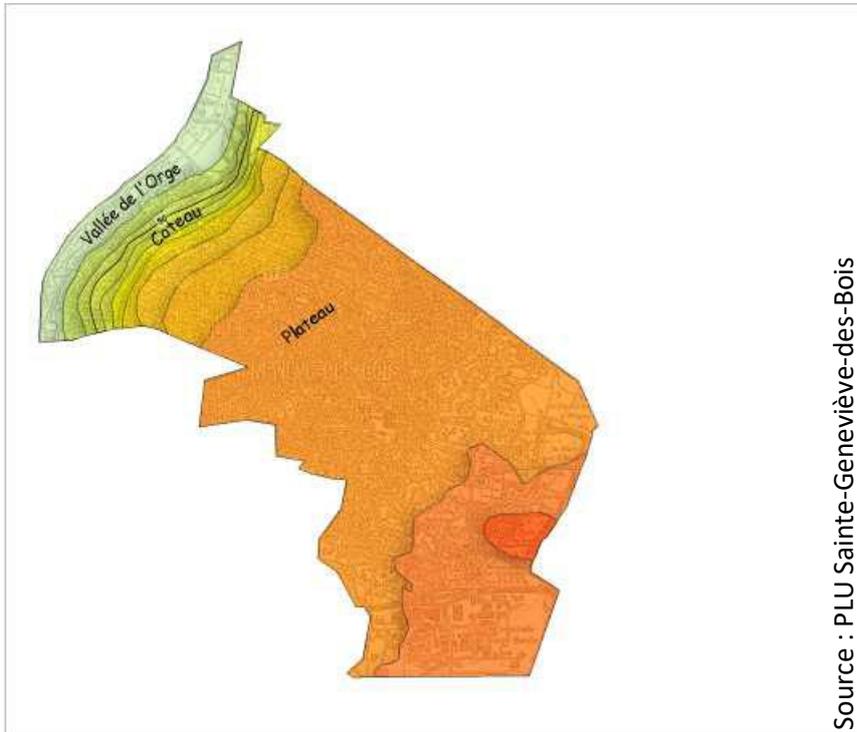


Le vieillissement de la population observé ces dernières décennies reste une réalité, bien que les écarts aux communes limitrophes et au département tendent à se réduire. Les plus de 75 ans représentent ainsi en 2016 7,7% de la population de la commune, contre 6,6% pour le département de l'Essonne. Dans les communes limitrophes, le vieillissement a augmenté plus rapidement. Il reste majoritairement inférieur à la commune de Sainte-Geneviève, mais accroît plus rapidement.

	1990	1999	2016	Ecart 1999 - 2016
Sainte-Geneviève-des-Bois	5,1 %	5,9 %	7,7%	+1,8 %
Morsang-sur-Orge	3,7 %	4,4 %	6,8 %	+2,4 %
Saint-Michel-sur-Orge	3,3 %	4,2 %	7,8 %	+3,6 %
Brétigny-sur-Orge	2,9 %	3,5 %	5,9 %	+2,4 %

II. Paysage et patrimoine

1. Contexte général



Source : PLU Sainte-Geneviève-des-Bois

Sainte-Geneviève des Bois se décompose en trois unités : le plateau qui représente la plus grande partie de la commune, la vallée de l'Orge, espace de nature à protégée et le coteau dégagant ponctuellement des vues qui doit être protégé également.

Trois hameaux prennent place sur l'étendue de la commune actuelle dès la 18^{ème} siècle. Les hameaux, se situent le long de la voie

royale de Corbeil à Versailles.

L'implantation de la gare du Perray en 1890 va bouleverser le contexte de la commune et favoriser son développement. Les parcelles des forêts de Sequigny et de Bois Roche notamment vont être vendues et morcelées et permettre ainsi la construction du tissu pavillonnaire que l'on connaît aujourd'hui et qui s'organise selon les anciens chemins de ces forêts. Entre 1921 et 1936 la ville va s'étendre au moyen de 3000 constructions.



Avenue Salvador Allende

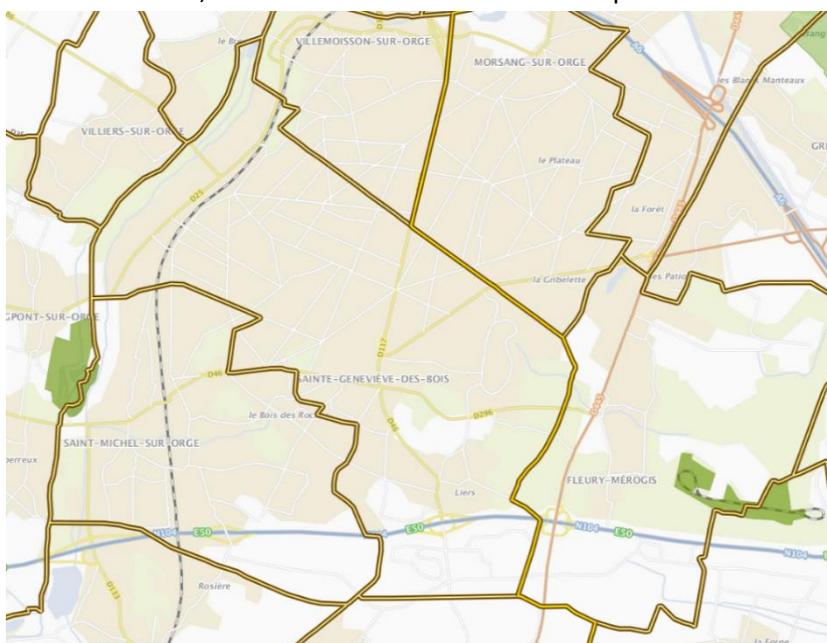
2. Contexte naturel

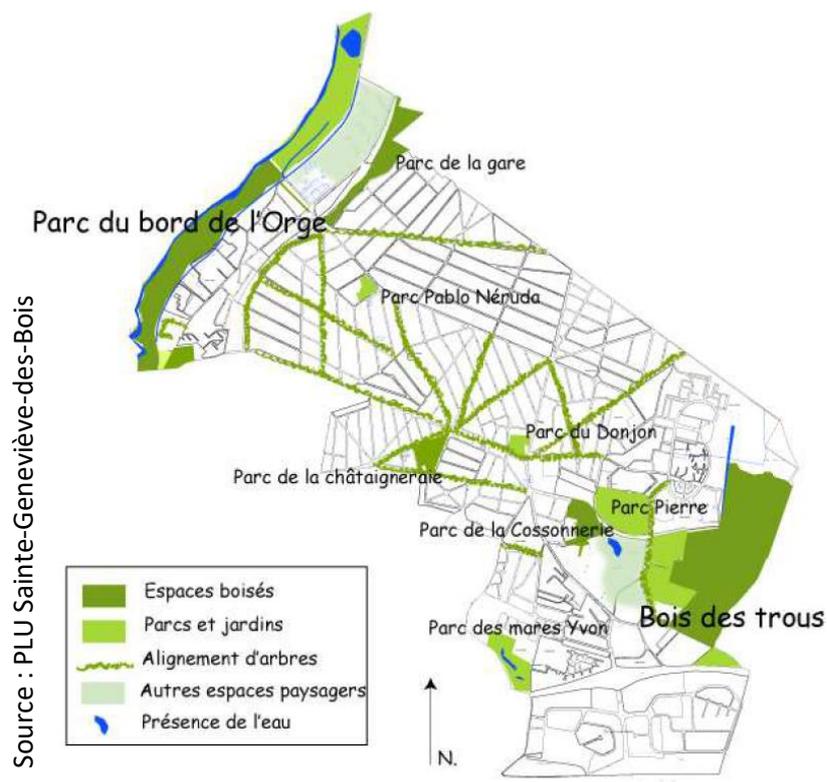
La ville de Sainte-Généviève, de par sa construction au milieu d'un forêt, garde une organisation particulière. Les anciens chemins forestiers, aujourd'hui goudronnés, circulés et à usage majoritairement automobiles, n'en reste pas moins assez végétalisés et notamment arborés. Cette végétation omniprésente préserve l'esprit de ville forêt.

Le tissu pavillonnaire et ses nombreux jardins participe à la végétalisation de la rue et de la ville d'une manière générale. Ces secteurs résidentiels sont ainsi particulièrement sensibles à la publicité et double titre : afin de limiter l'impact de l'affichage sur le cadre de vie des riverains et afin de préserver la qualité paysagère de la commune.

Le Bois des trous au Sud-Est de la commune, ainsi que les boisements le long des voies RER prolongent cet esprit de ville forêt et offre des espaces refuges pour la biodiversité environnante. Si la ville ne possède pas de ZNIEFF ou secteurs Natura 2000, elle est en revanche entourée de plusieurs zones aux potentiels de biodiversité importants tels que :

- La ZNIEFF de type 1 du Bois de Saint-Eutrope (Fleury-Mérogis)
- La ZNIEFF de type 1 de La Fosse aux Carpes (Draveil)
- La ZNIEFF de type 1 du Bassin et prairies de Lormoy (Longpont-sur-Orge),
- La ZNIEFF de type 2 de la Vallée de Seine de Saint-Fargeau à Villeneuve-Saint-Georges





Un ensemble de parcs de plus petite dimension viennent compléter cette trame verte, tels que le parc Pablo Neruda ou le parc du Donjon.

L'ensemble de ces espaces végétalisés participent au cadre de vie de la commune et doivent être protégés.

Dans ces secteurs, l'affichage doit être réduit en dimension et la luminosité des dispositifs limitée.

La vallée de l'Orge quant à elle, située en limite Nord-Ouest de la commune constitue un espace paysager particulier, du fait notamment de son contexte

topographique et végétal. Dans ce secteur, l'eau est omniprésente et favorise ainsi le développement d'une biodiversité particulière spécifique des zones humides. Le parc naturel du Perray prend place entre l'Orge et la Boële et constitue également un espace de promenade à préserver de tout affichage publicitaire.

3. Contexte patrimonial

Le contexte patrimonial de la commune de Sainte-Geneviève-des-Bois mêle des typologies bâties variées et issues d'époques très différentes, témoignant des différentes étapes de développement de la ville. De multiples bâtiments sont identifiés au PLU comme étant remarquables et devront bénéficier d'un traitement particulier en termes d'affichage publicitaire. Une partie de ce patrimoine est présenté dans les paragraphes ci-dessous.



Le Donjon

Au centre de la commune l'ensemble bâti appelé le donjon illustre à lui seul la multiplicité du patrimoine de la commune. La tour centrale issue de l'époque médiévale a été retravaillée et associée à un ensemble de bâtiments au XVIII^{ème} siècle. Le parc entourant le donjon a été aménagé ultérieurement à partir de 1973, tout comme la serre communale datant de 1979. La tour est aujourd'hui classée au titre des monuments historiques.

La route commerciale de Corbeil longe le donjon et son parc, ce qui imposera une réflexion particulière sur la publicité est les enseignes autour du monument.

Le hameau de Liers est quant à lui le plus vieux hameau de la ville, déjà constitué au moyen-âge. Les anciennes fermes constituées par des maisons en bande dénotent aujourd'hui du tissu urbain plutôt pavillonnaire.



Le quartier de Liers et la place de l'éléphant

Au début du 20^{ème} siècle l'émigration d'une partie de la population russe fuyant le régime bolchévique a permis le développement d'un patrimoine particulier sur la commune. La nécropole et le cimetière Russe sont notamment des témoins de cette histoire. Le cimetière est aujourd'hui un site inscrit sur l'inventaire des sites pittoresques du département de l'Essonne.

Le château de la Cossonnerie, ancienne ferme du XVIII^{ème} siècle rachetée en 1927 pour devenir une maison de retraite destinée à accueillir les émigrés russes témoigne également de cette histoire russe.



Le cimetière Russe

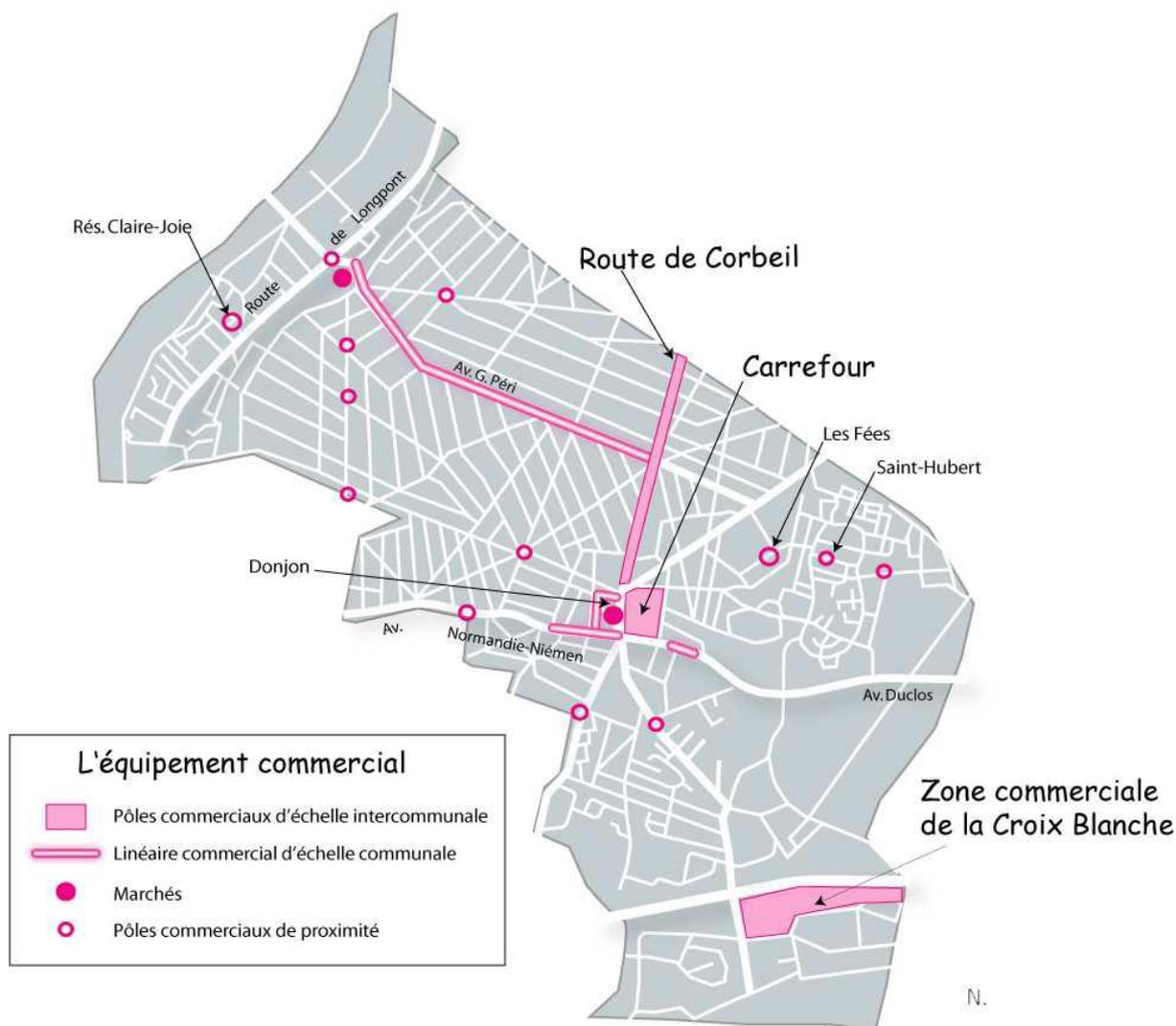
Le tissu pavillonnaire est lui aussi remarquable et patrimonial à certains égards. En effet, le parcellaire issu du découpage forestier caractérise à lui seul une partie de l'histoire de la commune et constitue donc un élément de patrimoine.

La qualité architecturale de certains pavillons constitue également un élément de patrimoine à protéger. En effet certaines maisons en meulière ou avec des toits de chaume sont particulièrement intéressantes et participent à construire l'identité de la ville forêt.

De plus, au sein de ce tissu pavillonnaire, des arbres issus de la forêt initiale ont été préservés et constituent aujourd'hui des éléments de patrimoine à préserver.

III. Activité commerciale

La ville de Sainte-Geneviève-des-Bois, constitue non seulement la ville principale de Cœur d'Essonne, par son nombre d'habitants, mais est également très attractive économiquement. Elle regroupe le long de la Route de Corbeil et de l'Avenue Gabriel Péri près de 200 commerces aux secteurs d'activités très variés (alimentaire, vestimentaire, services à la personne, automobiles, ...). Toutes ces activités permettent de constituer une polarité économique importante sur la commune et engendrent donc une pression d'affichage importante.

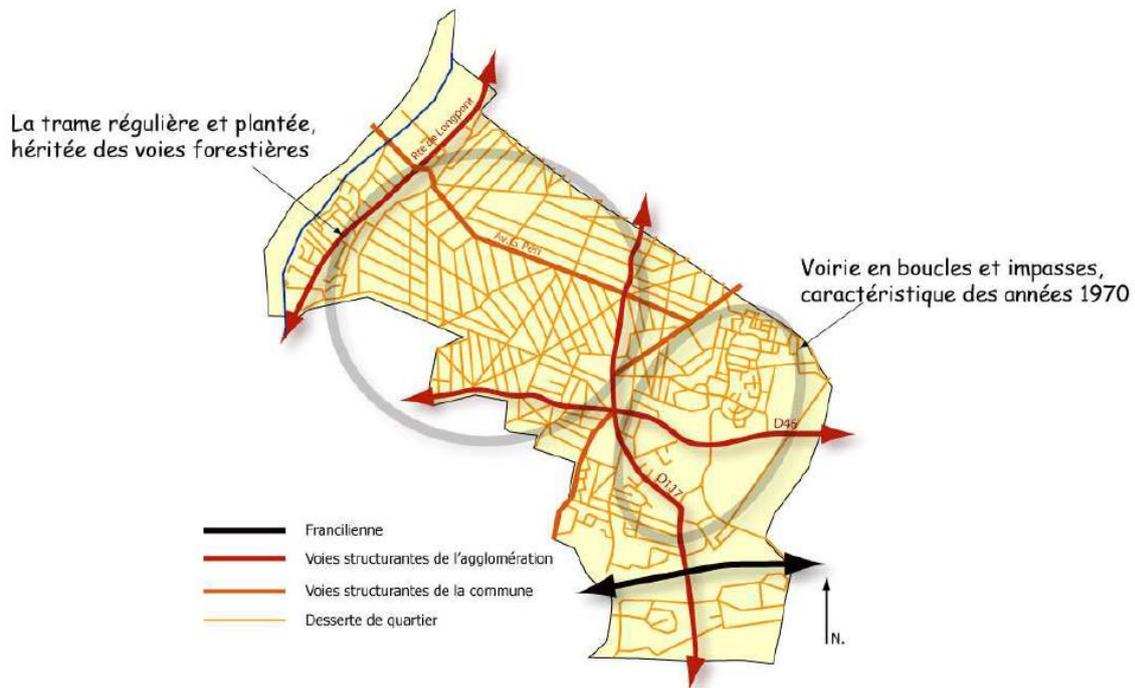


La zone commerciale de la Croix Blanche constitue également un pôle économique très important à l'échelle de la commune et de l'intercommunalité. Installée le long de la francilienne (N104) cette zone commerciale s'étend de part et d'autre sur les communes de Saint-Michel-sur-Orge et Fleury-Mérogis. L'ensemble de la partie Ouest de la zone a une vocation plutôt industrielle, aux formats d'enseignes relativement mesurés, tandis que la partie Est a une vocation véritablement commerciale et présente ainsi des modalités d'affichage beaucoup plus importantes.

Dans ce secteur des grands groupes du bricolage, de l'habillement, et de l'équipement de la maison se regroupent et attirent ainsi des personnes des communes limitrophes et du reste du département.

IV. Réseau viaire

La commune de Sainte-Geneviève-des-Bois bénéficie de liaisons efficaces à l'agglomération parisienne du fait notamment de la traversée de la francilienne (N104) et des autoroutes A4 et A10 à proximité. Les routes express bénéficient de protections particulières au titre du Code de l'Environnement (*« Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération »* (Art. R.581-31 alinéa 2)).



Trame viaire de Sainte-Geneviève-des-Bois

Source : PLU de la commune de Sainte-Geneviève-des-Bois

En complément de ces axes majeurs, la desserte à l'intérieur de la commune se fait par la connexion des routes départementales (D46, D296, D17 et D25) qui parcourent la commune d'Est en Ouest et du Nord au Sud vers les communes limitrophes. Ces routes particulièrement commerciales et où la circulation est importante sont au cœur des enjeux d'affichage pour les publicitaires.

Le réseau viaire des tissus pavillonnaires irrigue par la suite l'ensemble des zones résidentielles. Dans ce tissu viaire les problématiques d'affichage sont limitées, du fait d'une circulation moindre.

V. Voies ferrées

La commune de Sainte-Geneviève des Bois est parcourue par les voies du RER C au Nord-Ouest de la commune. Le RER C dessert la gare de Sainte-Geneviève des-Bois qui constitue ainsi une des entrées de ville.

La voie ferrée est longée par le Boulevard Saint Michel et la Route de Longpont. Deux ponts enjambent la voie ferrée : au niveau de la rue Christophe Colomb et de la rue du Pont Cylindre. Un tunnel permet également la traversée de la voie ferrée dans la rue du Pont de la Fouillé.

L'ensemble de ces voies longeant ou traversant la voie ferrée sont autant de cibles potentielles pour les afficheurs. Pour autant, la voie ferrée étant un espace ouvert, les traversées de la voie bénéficient du contexte paysager particulier où des vues dégagées apparaissent. Actuellement peu affichés, ces secteurs doivent bénéficier d'une protection au titre du RLP.



Boulevard Saint-Michel

Chapitre 2 : Le cadre réglementaire de la commune de Sainte-Geneviève-des-Bois

Au regard de la nouvelle réglementation, l'agglomération est soumise à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération.
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques
- Aux dispositions des communes de plus de 10 000 habitants

I. Le seuil démographique d'agglomération

Sainte-Geneviève-des-Bois compte 36 207 habitants en 2017. Il s'agit donc d'une commune de plus de 10 000 habitants, certaines règles s'imposent selon la réglementation nationale :

		En agglo		Hors agglo
		-10 000 hab.	+ 10 000 hab.	
Publicité & Pré-enseignes	Publicité au sol	interdite	12m ² max	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicité interdite ▪ Pré-enseignes interdites ▪ Pré-enseigne dérogatoire autorisées (1,5 x 1 m)
	Publicité en toiture	interdite	interdite	
	Publicité numérique	interdite	8m ² max	
	Publicité murale <i>Uniquement sur murs aveugles</i>	4m ² max	12m ² max	
	Publicité éclairée par transparence	4m ² max	12m ² max	
Enseignes	Enseignes en façade	15% ou 25% de la surface	15% ou 25% de la surface	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enseignes autorisées hors agglomération
	Enseigne au sol 1 par voie ouverte à la circulation	6m ² max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m)	12m ² max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m)	
	Enseignes en toiture en lettres découpées	3m de haut max si façade < 15m	3m de haut max si façade < 15m	

II. Les périmètres environnementaux et urbains.

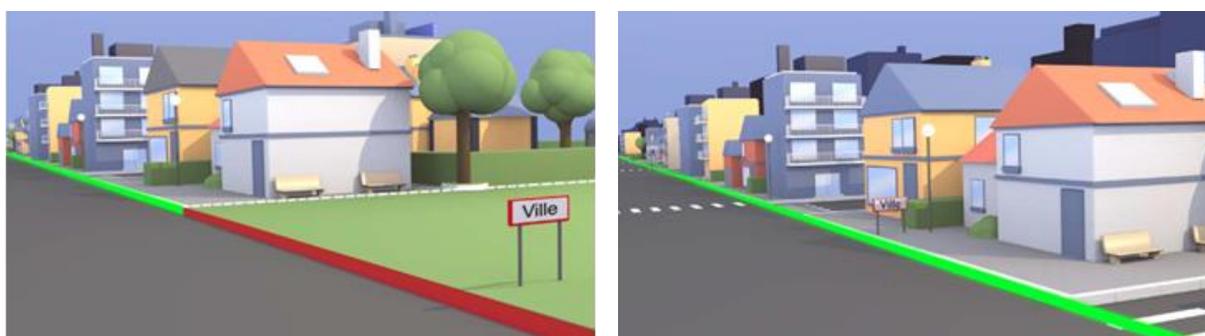
La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :

1. Le périmètre d'agglomération

1.1. Définition de la notion d'agglomération

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse ou le borde ».

Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

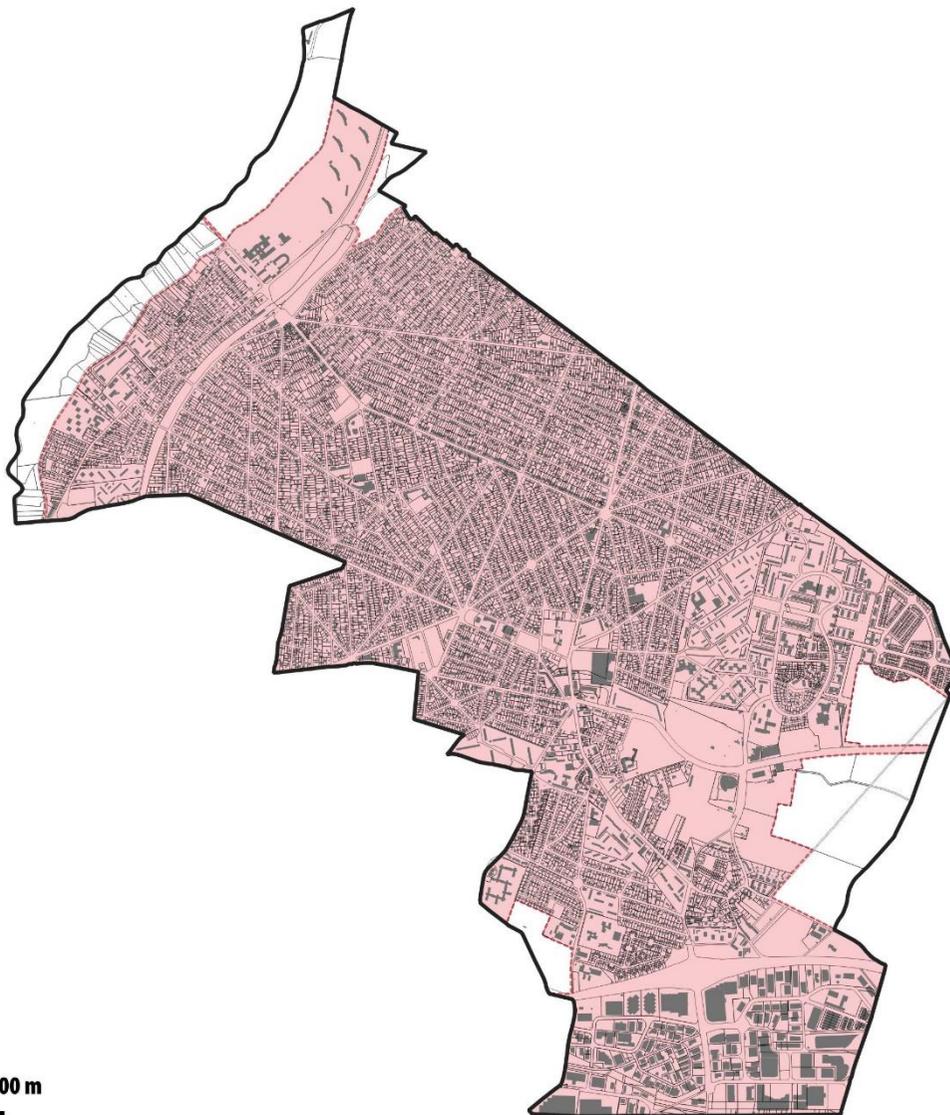


Extrait du guide de la réglementation de la publicité extérieure

Limites d'agglomération

R.L.P. de Saint-Geneviève

 Limites d'agglomération



0 500 m



Sources : IGN, Atlas des Patrimoines
Réalisation : Even Conseil – Décembre 2019



2. Les périmètres environnementaux réglementaires

- ❖ **Toute publicité (et pré-enseignes) est interdite en dehors des agglomérations (sauf dispositifs dérogatoires)**

- ❖ **Interdictions absolues**
 - Sur les MH (classés et inscrits)
 - Sur les monuments naturels et dans les sites classés
 - Sur un immeuble protégé par arrêté du maire compte tenu de son caractère esthétique, historique ou pittoresque
 - Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles
 - Sur les arbres

- ❖ **Interdictions relatives** (il est possible d’y déroger dans le cadre d’un RLP, cette dérogation restant exceptionnelle et argumentée)
 - Aux abords des monuments historiques
 - Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé)
 - Dans les PNR
 - Dans les sites inscrits
 - À moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 sur arrêté du Maire après avis du conseil municipal et de la CDNPS
 - Dans l’aire d’adhésion des parcs nationaux
 - Dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (= Natura 2000)

Il est à noter que la protection au titre des abords s’applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible depuis le monument historique ou visible en même temps que lui et situé dans le périmètre de protection. Il convient de distinguer le critère de visibilité directe : vue depuis la publicité vers le Monument Historique et réciproquement de celui de co-visibilité qui induit l’observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le Monument et le dispositif publicitaire.

Plusieurs secteurs font l’objet d’une réglementation spécifique au niveau national.

3. Le patrimoine remarquable : paysages naturels et urbains

La commune de Senlis possède de nombreux monuments historiques, notamment dans le centre ancien. **La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l’architecture et au patrimoine** élargit le périmètre d’interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d’un rayon initial de 100m à **la totalité du périmètre délimité des abords**, qu’il s’agisse d’un périmètre de protection de monument historique de 500m classique, d’un périmètre de protection modifié. Dans les 500m autour de ces monuments une interdiction relative existe pour la mise en place de publicités. La commune possède :

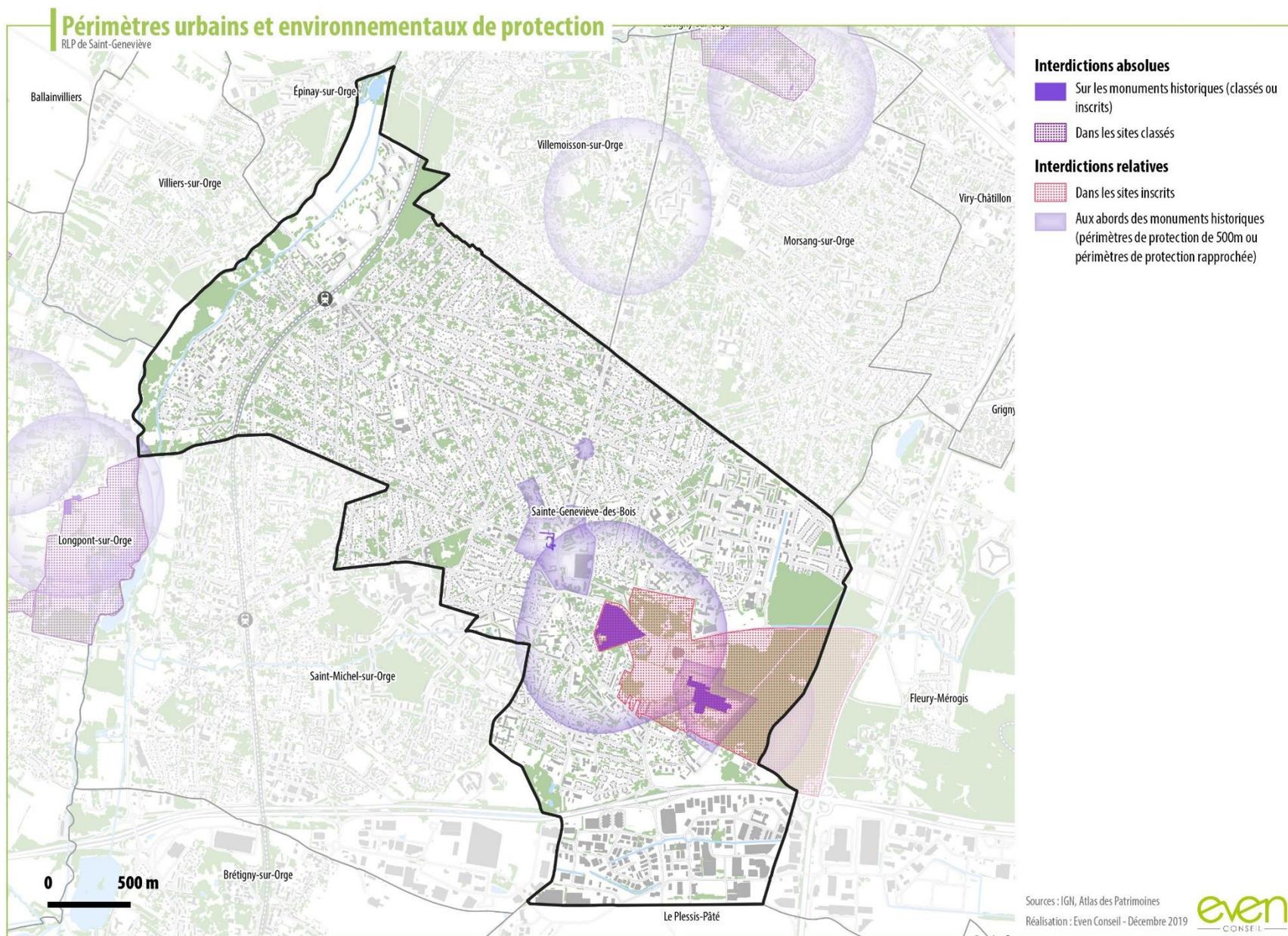
→ **5 Monuments historiques**

Adresse	Nom	Précision sur la protection	
8 Rue de la Cour du Donjon	Château	Donjon : classement par décret du 7 décembre 1923 ; Façades et toitures des communs, passage couvert, douves (cad. B 2130 à 2132, 2135, 2144, 2147 à 2149, 2153, 2154, 2158, 2159, 3370, 3371, 3373, 3375 à 3379 ; J 200) : inscription par arrêté du 12 janvier 1961	Classé
1 rue de la Cossonnerie	Demeure de la Cossonnerie ou Maison russe	Les façades et les toitures, ainsi que les deux chapelles intérieures et le parc (cad. AY 341 à 343, cf plan annexé à l'arrêté) : inscription par arrêté du 26 juillet 2012	Inscrit
chemin de Liers	Eglise orthodoxe russe Notre-Dame-de-l'Assomption	L'église (cad. D 28) : inscription par arrêté du 1er juillet 1974	Inscrit
186 route de Corbeil	Borne à fleur de lys n° 13	Borne à fleur de lys n° 16 devant la maison dite La Maréchaussée : inscription par arrêté du 7 octobre 1931	Inscrit
rue Léo-Lagrange	Cimetière de Liers	La partie du cimetière occupée par les sépultures orthodoxes, délimitée selon le plan joint à l'arrêté et à l'exclusion des sépultures non-orthodoxes (cad. AP 3) : inscription par arrêté du 31 janvier 2001	Inscrit

La commune compte également 1 site inscrit. A l'intérieur de ce site, toute publicité est interdite. Cependant le RLP peut justifier de la possible réintroduction de certains types de publicités.

→ **1 site inscrit**

Cimetière Russe	Décret du 13/11/1979
-----------------	----------------------



4. Les abords des autoroutes, voies express, déviation

Les abords de l'autoroute A1 et les bretelles de raccordement à cette autoroute sont protégées de la publicité, notamment implantée au sol et visible depuis ces axes.

En effet, le code de l'environnement indique : Les publicités scellées au sol sont interdites « *si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération* » (Art. R.581-31, alinéa 2).

Le Code de la Route précise : « *En agglomération, la publicité, les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d'une autoroute ou route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Hors agglomération [...] sur une largeur de 200m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée* » (Art.R.418-7).

Chapitre 3 : Le RLP de 2010

L'élaboration du nouveau RLP se fait dans une commune possédant déjà un RLP approuvé le 7 décembre 2010 et entré en vigueur le 11 février 2011.

Le règlement lié à la publicité définit 4 zones de publicités zonées.

Les publicités et pré-enseignes sont réglementées comme présenté ci-dessous sous forme de tableaux synthétiques :

Zone	Publicité murale	Publicité scellée au sol	Mobilier urbain	Publicité de chantier	Publicité lumineuse
ZPR 1 – Secteurs protégés	Interdit	Interdit	Interdit	8m ² , 1 à 2 dispositifs maximum selon taille de palissade	Interdit
ZPR 2 – Ensemble de la commune hors autres zonages	1 par UF, 4m ² utile, pas à plus de 5m du sol	Interdit	2m ²	8m ² , 1 dispositifs maximum	Interdit
ZPR 3 – Axes commerçants	1 par mur et bâtiment ; 8m ² utile (10m ² total)	1 par UF de plus de 20m sur rue (Exception domaine ferroviaire : espacement de 60m entre dispositifs)	12m ²	8m ² , 1 à 2 dispositifs maximum selon taille de palissade	Autorisé Numérique interdit
ZPR 4 – Zone d'activités Croix Blanche	Interdit	12m ² 1 à 3 selon taille de parcelle	12m ²	12m ² 3 par chantier	Autorisé 12m ²

Les enseignes sont réglementées comme présenté ci-dessous sous forme de tableaux synthétiques :

Zone	Oriflammes	Enseignes parallèles	Enseignes sur clôture	Enseignes au sol	Enseignes perpendiculaires	Enseignes en toiture
ZPR 1 – Secteurs protégés	Interdit	RNP	RNP	RNP	RNP	RNP
ZPR 2 – Ensemble de la commune hors autres zonages	Interdit	RNP	RNP	RNP	RNP	RNP
ZPR 3 – Axes commerçants	Interdit	Installation dans la hauteur du RDC, prise en compte de la structure du bâti	1 par UF 1m ² maximum	Largeur max 1,20 = hauteur max 5m/ 1 par établissement Largeur supérieure 1,20 = surface max 10m ² / 1 par établissement dont linéaire sur rue supérieur à 20m	1 par voie + 2 sous licence En limite latérale de façade jusqu'au haut de la fenêtre du 1er	Autorisées si activité dans tout le bâtiment, hauteur max 2m
ZPR 4 – Zone d'activités Croix Blanche	Interdit	Hauteur de 1/5 de la façade	Interdit	Largeur max 1,20 = hauteur max 5m/ 1 par établissement Largeur supérieure 1,20 = surface max 12m ² / 1 à 3 par établissement selon taille du linéaire sur rue	RNP	1 par établissement, hauteur max 3m

Chapitre 4 : Diagnostic des publicités et enseignes du territoire

I. Secteurs à enjeux

1. Abords des monuments historiques et sites classés

1.1. Publicités et pré-enseignes

Aux abords des monuments historiques, deux typologies de publicités sont en place :

- Des publicités sur mobilier urbain de petit format (type abribus ou MUPI)
- Des publicités de grand format murales ou scellées au sol le long de l'Avenue du Régiment Normandie Niemen, de l'Avenue Jacques Duclos ou encore de la route de Corbeil.

Les grands dispositifs publicitaires peuvent être particulièrement impactant dans les abords des monuments historiques, dès lors qu'ils sont en co-visibilité directe.



Publicité de grand format route de Corbeil



Publicité sur abribus en face du donjon

Enjeux :

- ❖ Limiter les dispositifs de grand format aux abords des monuments historiques
- ❖ Préserver la réintroduction sur petit mobilier urbain afin de maintenir le bon entretien des abribus notamment

1.2. Enseignes

Aux abords des monuments historiques de la commune, les enseignes sont identiques à celles des axes commerçants décrits ci-après. Leur qualité n'est pas meilleure aux abords de ces monuments, ce qui peut nuire à la qualité des abords immédiats des monuments et notamment à proximité du donjon...

Cela pourrait être amélioré par des règles d’enseignes plus strictes. Le long de la route de Corbeil, de nombreuses enseignes au sol de grand format pourraient notamment être limitées



Enseignes à proximité immédiate du donjon



Enseignes autour du cimetière

Enjeux :

- ❖ Encadrer les enseignes aux abords des monuments historiques et sites inscrits en limitant notamment les enseignes au sol
- ❖ Veiller à la conformité des dispositifs existants à la réglementation en vigueur

2. Rues commerçantes

2.1. Publicités et pré-enseignes

Les routes commerçantes constituées notamment par la Route de Corbeil et l’Avenue Gabriel Péri sont affichées de manières différentes. Le long de l’Avenue Gabriel Péri, l’affichage est limité au petit mobilier urbain, renvoyant une image qualitative de l’axe.

A l’inverse, le long de la route de Corbeil l’affichage de petite dimension se cumule à d’autres dispositifs de plus grande dimension, notamment scellés au sol sur parcelles privées ou sur le domaine public. L’impact cumulé de ces publicités associées aux enseignes scellées au sol est ponctuellement très important et pourrait être limité afin d’améliorer la lecture des activités du secteur.

Enjeux :

- ❖ Veiller à assurer la lecture des activités par une limitation des formats de publicité



Grand mobilier urbain présent sur la route de Corbeil



Petit mobilier urbain présent sur la route de Corbeil

2.2. Enseignes

Le long des axes commerçants, les enseignes sont de dimensions importantes et présentent notamment de nombreuses implantations au sol. Le long de la route de Corbeil, les enseignes au sol sont de grande dimension et dépassent pour certaines activités le nombre maximal d'une par voie.



Regroupement d'enseignes au sol le long de la route de Corbeil destinées à être visibles par les automobilistes



Regroupement d'enseignes en façade et sur clôture le long de l'Avenue Gabriel Péri

Enjeux :

- ❖ Définir un cadre permettant d'harmoniser les enseignes le long des rues commerçantes
- ❖ Veiller à la conformité des dispositifs existants à la réglementation en vigueur

3. Secteur de la Croix Blanche

3.1. Publicités, pré-enseignes

Les publicités au sein du secteur de la Croix Blanche sont très nombreuses et de grand format. Au sein de certaines parcelles des accumulations de publicités scellées au sol nuisent au paysage de la zone et limitent la visibilité sur les enseignes du fait d'une surdensité d'affichage. De nombreuses pré-enseignes s'ajoutent aux publicités et enseignes au sol, ce qui les rend difficilement lisible et ne facilite ainsi que peu la circulation au sein de la zone.

Enjeux :

- ❖ Limiter l'accumulation de publicités et pré-enseignes de grand formats
- ❖ Valoriser chaque activité par la mise en place de Relais d'informations



Publicité de grand format vacante



Publicité numérique de grand format vacante



Accumulation de publicité de grand format

3.2. Enseignes

Au sein de la zone de la Croix Blanche, les enseignes, notamment au sol sont très nombreuses et de grand format. Celles-ci se cumulent aux publicités rendant ainsi leur lecture très difficile. Afin de palier à ce manque de lisibilité, les enseignes au sol se font de plus en plus hautes, et de plus en plus grand format. S'ajoutent aux enseignes au sol de nombreuses enseignes en toiture, et en façade de grand format.

Enjeux :

- ❖ Supprimer les dispositifs non-conformes
- ❖ Valoriser les enseignes par rapport aux publicités afin de pérenniser les activités en place



Accumulation d’enseignes au sol non conformes au Code de l’Environnement



Accumulation d’enseignes et de publicités rendant difficile la lecture de la zone

4. Secteurs résidentiels

4.1. Publicités et pré-enseignes

Au sein des secteurs résidentiels (en dehors des axes commerçants), la publicité est limitée à de petits mobiliers urbains peu impactant pour le cadre de vie. Quelques panonceaux faisant la promotion d’agences immobilières ou d’artisans ayant réalisé des travaux dans le secteur sont présents. Leur accumulation peut présenter un impact sur le paysage urbain dans ces secteurs. Cependant les dimensions relativement limitées de ces panonceaux induisent à un faible impact.



Publicité d’agence immobilière



Publicité d’artisan



Petit mobilier urbain

Enjeux :

- ❖ Préserver le cadre de vie en maintenant un affichage publicitaire très limité dans ces secteurs

4.1. Enseignes

Au sein des secteurs résidentiels peu de polarités commerciales sont présentes. Les typologies des enseignes présentes se rapprochent fortement de celles des rues commerçantes. A ces commerces s’ajoutent des activités à domicile ou en tout cas dont le siège social de l’activité est au domicile de l’entrepreneur. Ces activités regroupent notamment beaucoup d’artisans qui se signalent alors à l’aide de panonceaux.



Activité en zone résidentielle

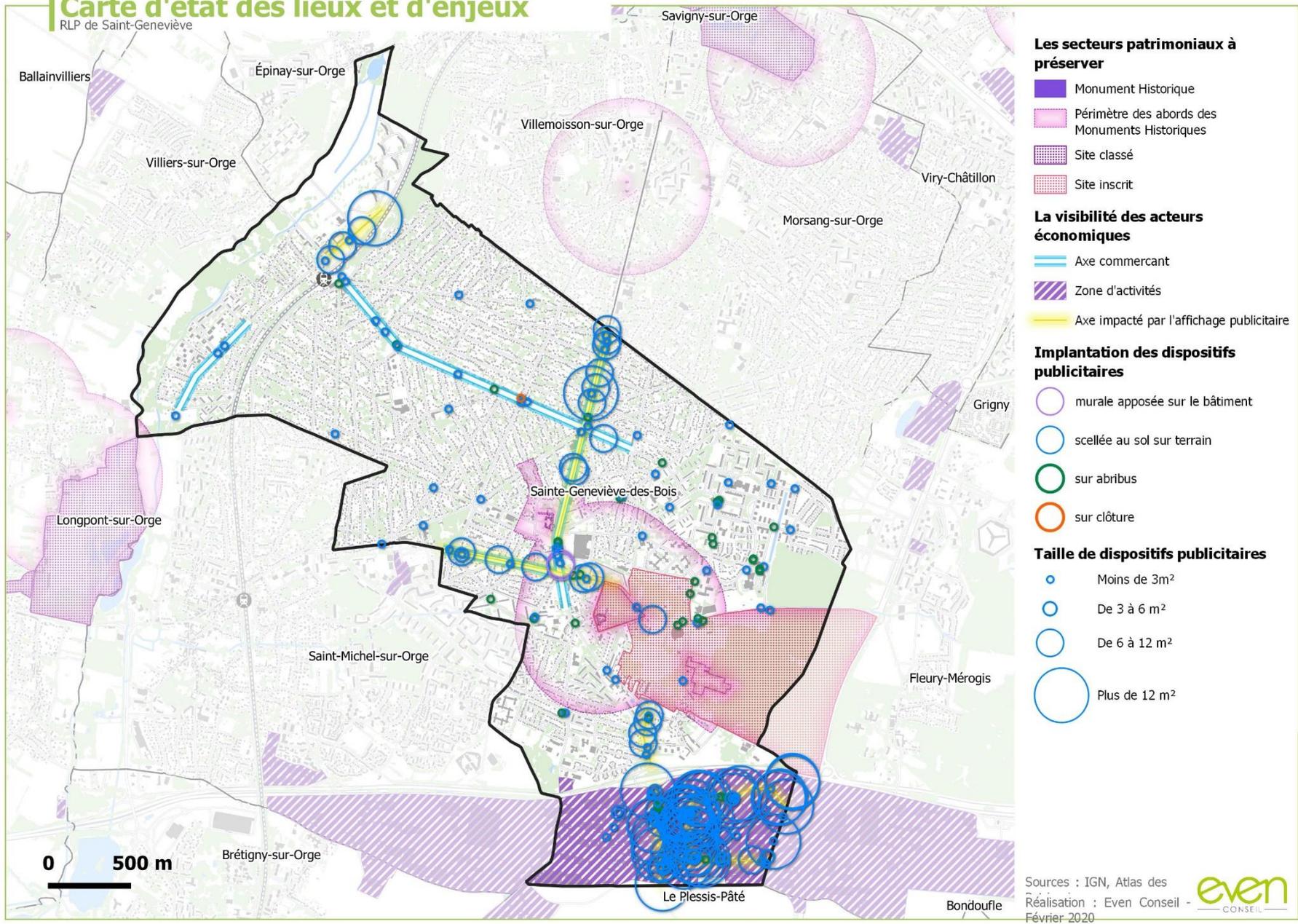


Enseigne d'artisan

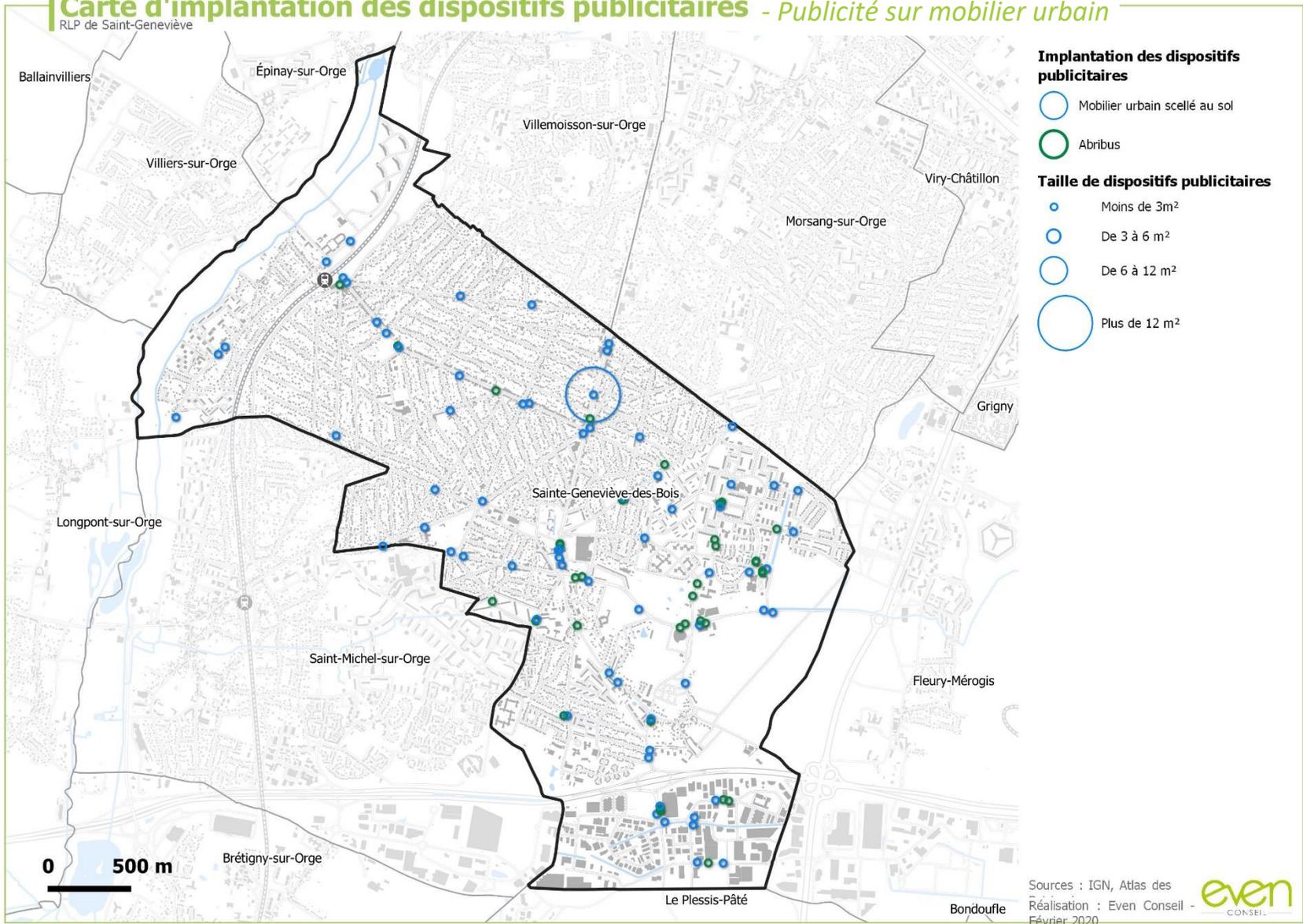
Enjeux :

- ❖ Maintenir une protection des zones résidentielles par des formats d'enseignes limités

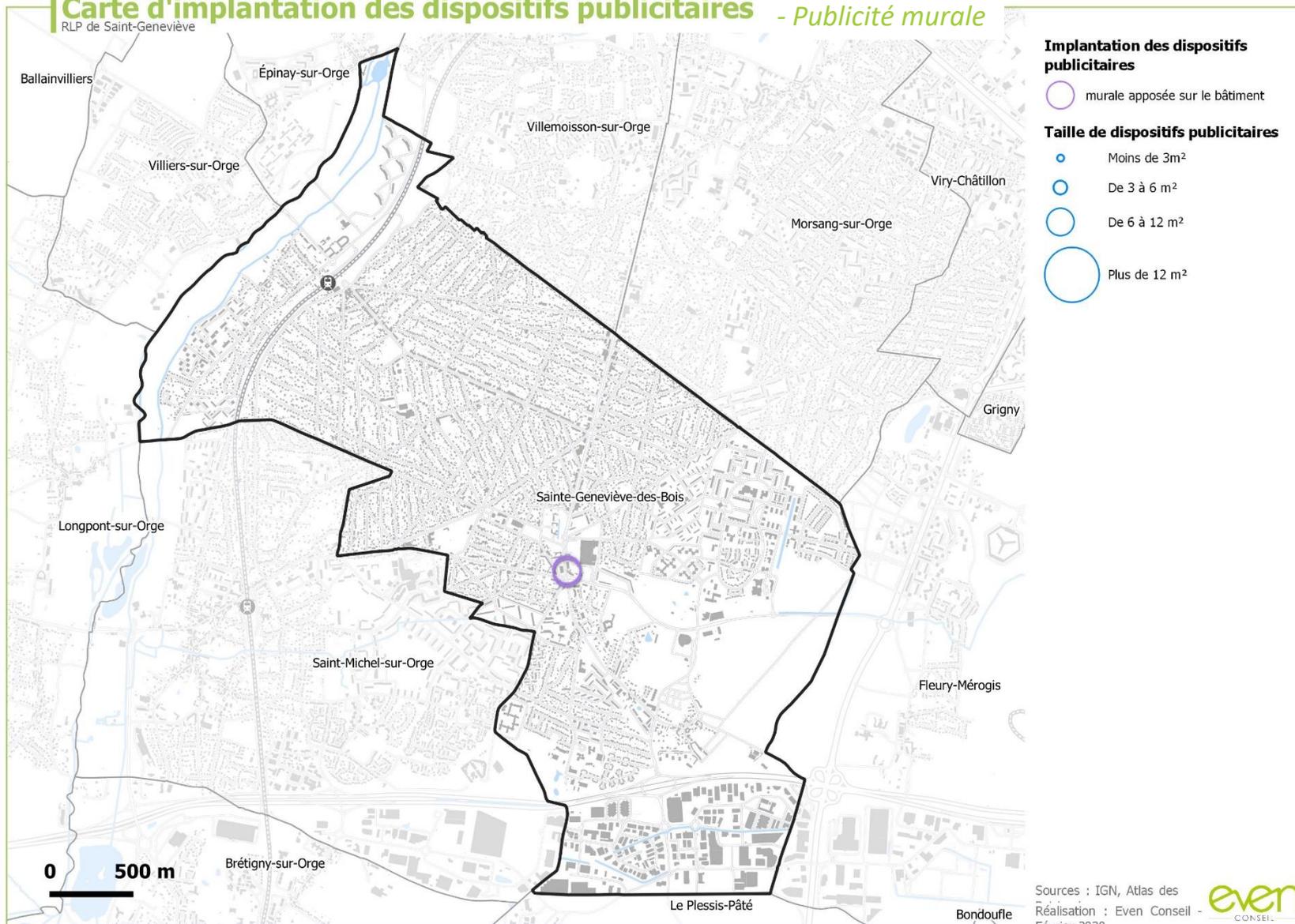
Carte d'état des lieux et d'enjeux



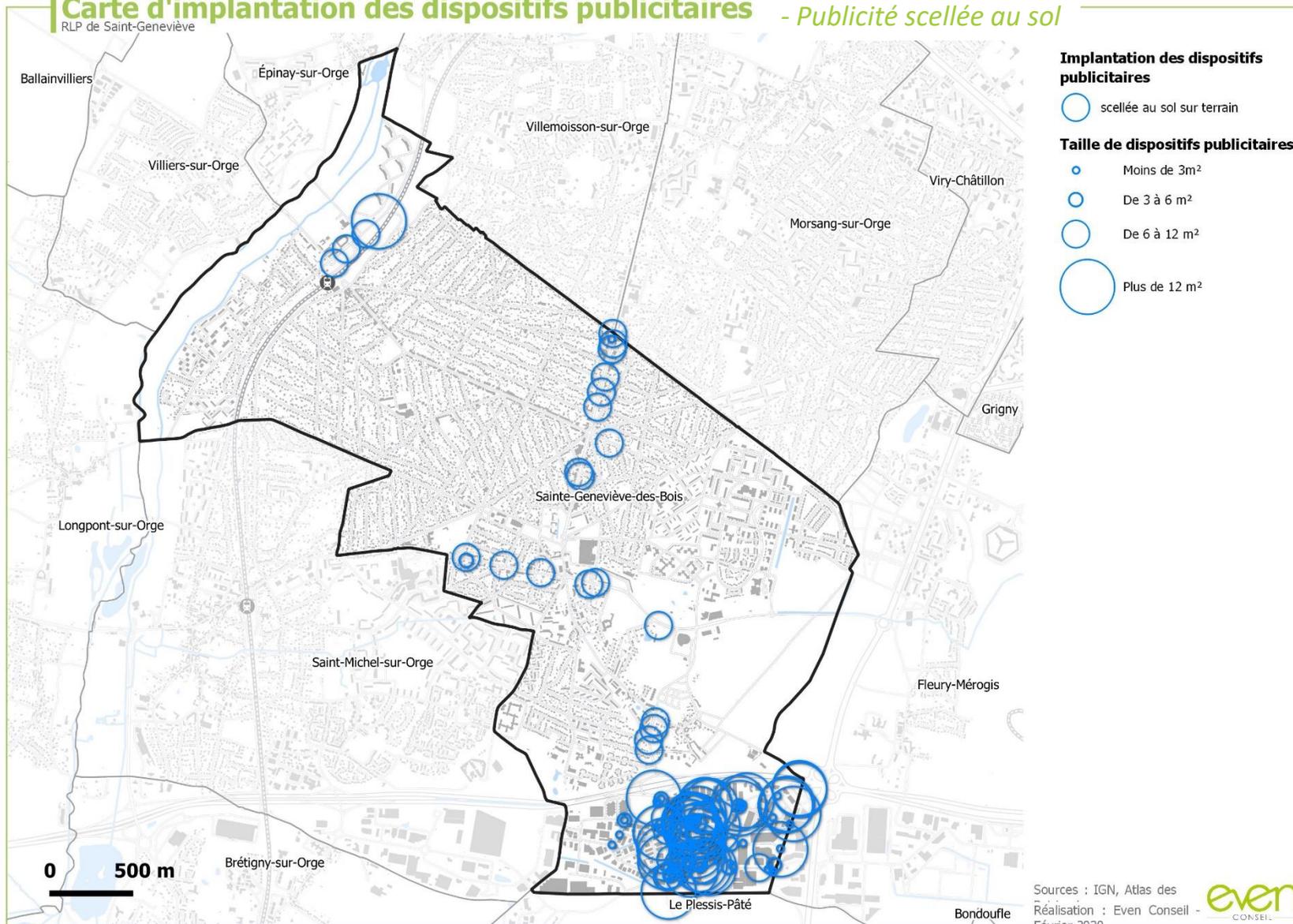
Carte d'implantation des dispositifs publicitaires - Publicité sur mobilier urbain



Carte d'implantation des dispositifs publicitaires - Publicité murale



Carte d'implantation des dispositifs publicitaires - Publicité scellée au sol



II. Non conformités au Code de l'Environnement

Au sein de la commune plusieurs dispositifs non-conformes au Règlement National de Publicité ont pu être identifiés et sont présentés ci-dessous.

1. Les publicités

- **Publicité d'une surface supérieure à 12m²**

Selon le code de l'environnement :

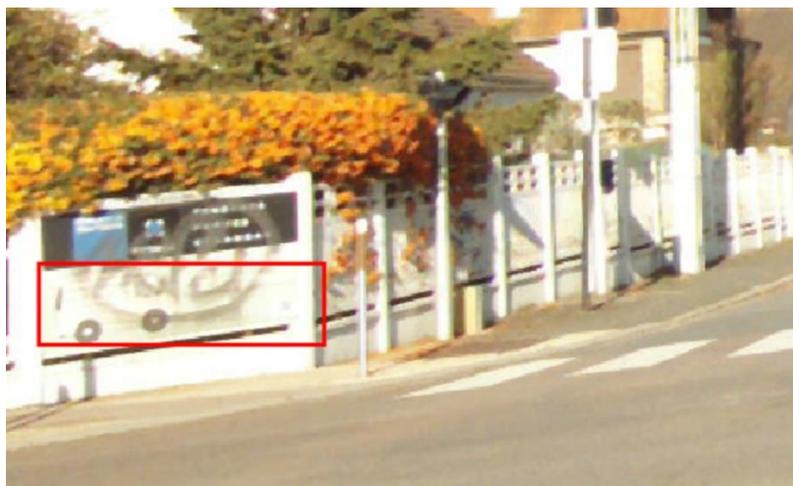
« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, **les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent avoir une surface supérieure à 12 m²** », R581-32 Code de l'Environnement



- **Publicité murale à moins de 0,5m du niveau du sol**

Selon le code de l'environnement :

« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires non lumineux **scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent s'élever à plus de 6m au-dessus du niveau du sol** », R581-32 Code de l'Environnement



- **Publicité sur support où l'implantation est interdite**

Selon le code de l'environnement :

« La publicité est interdite sur les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne » R581-22 Code de l'Environnement



- **Publicité sur clôture non aveugle**

Selon le code de l'environnement :

« Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L. 581-4, la publicité est interdite : Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles » R581-22 Code de l'Environnement



2. Les enseignes

▪ Enseigne au sol surnuméraire

Selon le code de l'Environnement :

« • les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une **surface cumulée excédant 15%** de la surface de cette façade ;

La surface des enseignes peut être portée à **25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés** », R.581-63, Code de l'Environnement



▪ Enseigne clignotante

Selon le code de l'Environnement :

« Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence », R.581-59, Code de l'Environnement



▪ Enseigne au sol surnuméraire

Selon le code de l'Environnement :

« Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre à **un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique** bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée » (Art. R.581-64, dernier alinéa), Code de l'environnement



▪ Enseigne au sol trop haute

Selon le code de l'Environnement :

« Les enseignes au sol ne peuvent dépasser :

- six mètres cinquante de haut lorsqu'elles font un mètre ou plus de large ;
- huit mètres de haut lorsqu'elles font moins d'un mètre de large. »



NB : Le RLP de 2010 prévoyant une zone de publicité élargie sur la zone de la Croix Blanche (qui offrait la possibilité de dépasser les hauteurs prévues par le Code de l'Environnement), ces dispositifs étaient conformes au RLP de la commune, bien que non-conformes au Code l'Environnement

- **Enseigne au sol dépassant 12m²**

Selon le code de l'Environnement :

« La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de six mètres carrés dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Elle est portée à douze mètres carrés dans les agglomérations de plus de dix mille habitants. »



NB : Le RLP de 2010 prévoyant une zone de publicité élargie sur la zone de la Croix Blanche (qui offrait la possibilité de dépasser les surfaces prévues par le Code de l'Environnement), ces dispositifs étaient conformes au RLP de la commune, bien que non-conformes au Code l'Environnement

- **Enseigne en toiture en lettres non découpées**

Selon le code de l'Environnement :

« Ces enseignes [en toiture] doivent être réalisées au moyen de **lettres ou de signes découpés** dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut », R581-62, Code de l'environnement



- Enseigne dépassant le haut du mur

Selon le code de l'Environnement :

« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur **ne doivent pas dépasser les limites de ce mur** ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. »



- Enseigne en façade dépassant l'égout du toit

Selon le code de l'Environnement :

« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur **ne doivent pas dépasser les limites de ce mur** ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. »



Chapitre 5 : Orientations

Orientation 1 : Valoriser le centre historique de la commune

➔ **Préserver les abords du château, du cimetière russe et la demeure de la Cossonerie par une limitation de la publicité**

- Limiter la publicité à de petits formats
- Encadrer la publicité numérique



➔ **Valoriser l'ensemble du cœur historique de la ville par des enseignes de qualité**

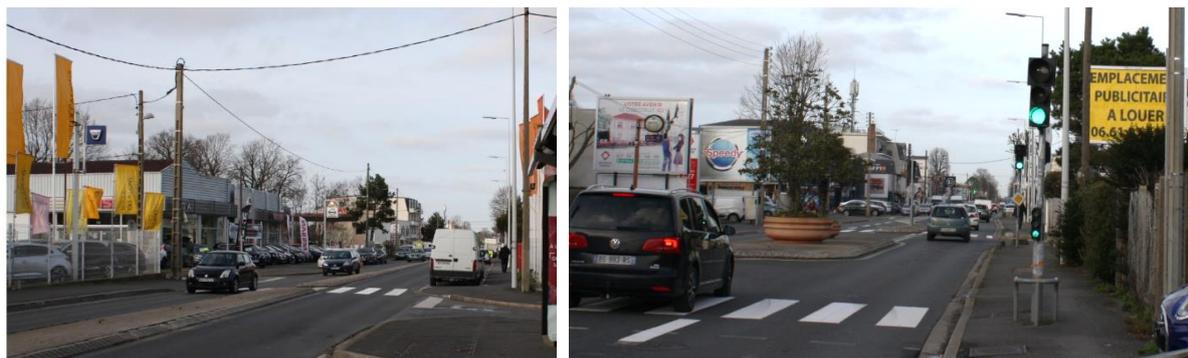
- Assurer une grande qualité d'enseignes aux abords immédiats des monuments par la mise en place d'une réglementation stricte
- Encadrer les enseignes (notamment les formats des enseignes au sol) afin de valoriser les commerces aux abords des monuments historiques



Orientation 2 : Réduire et harmoniser l’affichage dans les secteurs limitrophes à d’autres communes

➔ Définir, le long de la route de Corbeil, une réglementation en cohérence avec les volontés des communes de Morsang-sur-Orge et Villemoisson-sur-Orge

- Limiter les formats et possibilités d’implantation des publicités scellées au sol
- Encadrer les enseignes scellées au sol et notamment les drapeaux



➔ Définir, au sein du secteur de la Croix Blanche, une réglementation en cohérence avec les volontés des communes de Fleury-Mérogis et Saint Michel-sur-Orge

- Engager une réflexion sur la signalétique à l’échelle de l’ensemble de la zone d’activités
- Définir une réglementation concernant les dispositifs numériques, commune aux trois villes



Orientation 3 : Préserver le cadre de vie des secteurs résidentiels

→ Maintenir un nombre et des formats de publicités limités dans les secteurs résidentiels

- Limiter les possibilités d'implantation des publicités en secteur résidentiel
- Limiter les dispositifs à de petits formats



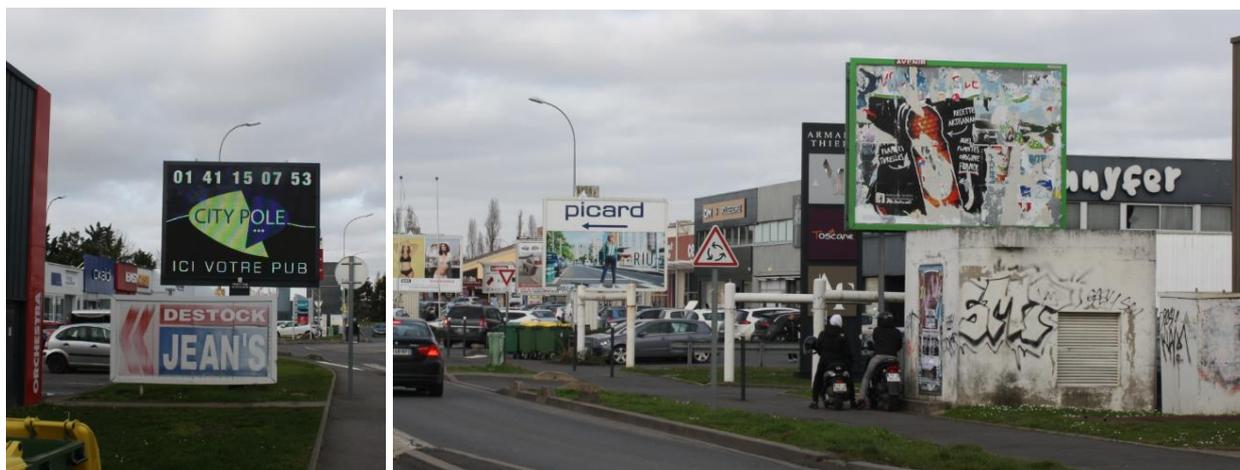
→ Préserver les secteurs résidentiels de dispositifs trop impactant

- Interdire les dispositifs numériques en secteur résidentiel
- Limiter les grands formats d'enseignes au sol ou les dispositifs types drapeaux

Orientation 4 : Organiser l’affichage du secteur de la Croix-Blanche

➔ Limiter l’impact des dispositifs publicitaires afin d’améliorer la visibilité des enseignes au sol

- Assurer le respect, à minima, des formats de la réglementation nationale
- Limiter en nombre les publicités scellées au sol
- Encadrer les publicités numériques



➔ Organiser la signalétique au sein de la zone afin de limiter la multiplication des pré-enseignes

- Limiter l’accumulation de pré-enseignes au niveau des carrefours
- Définir du mobilier privilégié pour supporter les pré-enseignes
- Interdire l’implantation de pré-enseignes sur des dispositifs peu pérennes



Orientation 5 : S'adapter et anticiper les nouvelles technologies

➔ Encadrer les dispositifs numériques

- Limiter la publicité numérique en surface et la limiter à certains secteurs particuliers
- Encadrer les enseignes numériques afin d'éviter leur développement sur l'ensemble de la commune et notamment aux abords des monuments historiques et sites inscrits



➔ Adapter les horaires d'extinction nocturne aux besoins réels de la commune

- Étendre la plage d'extinction nocturne afin de l'adapter aux besoins réels de la commune



Chapitre 6 : Justification des choix retenus

I. Motifs de délimitation du zonage

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux sur la commune de Sainte-Geneviève-des-Bois : les abords des monuments historiques et sites classés, les rues commerçantes, le secteur de la Croix-Blanche et les secteurs résidentiels.

Chacun de ces secteurs présente des problématiques d’affichage propres.

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, quatre zones de publicité ont été définies. Pour chacune de ces zones de publicité (ZP), des prescriptions particulières ont été élaborées. Le RLP prévoit également des dispositions communes à l’ensemble des zones.

1. ZP1 : Centre historique

La ZP1 correspond au secteur du centre historique de la commune, regroupant notamment les principaux monuments historiques et sites classés du territoire. Le but de cette zone est d’offrir une protection renforcée à ces secteurs sensibles en limitant fortement la publicité et en définissant un cadre strict pour l’implantation des enseignes.

2. ZP2 : Secteurs résidentiels et commerces de détail

La ZP2 correspond aux secteurs résidentiels ainsi qu’à l’Avenue Gabriel Péri qui regroupe une très grande partie du commerce de détail de la commune.

L’objectif dans ces secteurs est de restreindre la publicité afin de limiter son impact :

- > dans des secteurs animés où les enseignes ont besoin de visibilité ;
- > dans des secteurs résidentiels où l’ombre portée des dispositifs (notamment de grandes envergures), peut porter atteinte à la qualité du cadre de vie des habitants.

3. ZP3 : Axes routiers majeurs

La ZP3 correspond aux axes routiers présentant de forts enjeux en matière d’affichage et impactés notamment par une surdensité de dispositifs (cumul de publicités et d’enseignes au sol). Elle inclut ainsi les axes suivants : route de Corbeil, avenue du régiment Normandie Niemen et rue de la Mare au Chanvre.

Le long de ces axes, les distances de façade à façade sont relativement importantes. Ainsi l’implantation de dispositifs publicitaires de plus grand format (10,50 m²) y a un impact plus limité qui pourrait s’apparenter à celui des dispositifs de 2 m² dans des rues de centre-ville ou de zones résidentiels plus étroites.

Le long de ces axes les modes déplacements sont majoritairement automobiles.

Pour ces différentes raisons, la ZP3 permet d’adapter les formats publicitaires au contexte d’axes larges et circulés.

4. ZP4 : Croix Blanche

Le secteur ZP4 correspond à la zone d'activité de la Croix Blanche située au Sud de la commune. Ce secteur se caractérise par des cellules commerciales aux typologies bâties de grandes dimensions, avec des parkings qui entourent les bâtiments commerciaux. La zone de la Croix Blanche est séparée du reste de la commune par la Francilienne (N104). Dans ce secteur, le diagnostic fait ressortir un affichage publicitaire et des enseignes présentant une forte densité. Ce secteur bénéficiait de souplesses dans le précédent RLP par le biais d'une zone de publicité élargie.

Dans ce secteur, du fait de la situation initiale de l'affichage, des règles plus souples que dans les autres secteurs sont prévues. Cette souplesse doit permettre de faire accepter le nouveau règlement (qui sera, de fait, plus strict que l'ancienne zone de publicité élargie) et de permettre sa mise en œuvre par des mesures acceptables à la vue de la situation existante.

II. Choix retenus pour la partie réglementaire

1. Réglementation des publicités et pré-enseignes

Le Règlement Local de Publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes et notamment des articles L.581-1 à L.581-45 et aux dispositions des articles R.581-2 à R.581-88.

1.1. Dispositions communes à toutes les zones

▪ **REINTRODUCTION DE LA PUBLICITE EN SECTEUR D'INTERDICTION RELATIVE**

La commune de Sainte-Geneviève-des-Bois est couverte dans sa partie Sud-Est par des périmètres de protection des abords de Monuments Historiques (autour notamment du château et de l'église du cimetière Russe) et d'un site inscrit (le cimetière Russe). Cela engendre une interdiction relative de publicité. Dans ces secteurs, le contexte urbain, associé à un relief peu marqué, limite les vues lointaines. Cela permet de supposer que l'impact de la publicité est prédominant aux abords immédiats des différents monuments, mais faible au bout du périmètre de 500m ou dans le reste de la commune.

Ainsi, afin de préserver les abords de ces monuments, une zone ZP1 a été définie et couvre l'ensemble des abords de ces monuments. Dans ce secteur la publicité est autorisée uniquement sur mobilier urbain afin d'éviter tout effet de surdensité d'affichage dans un secteur à préserver.

Le Règlement Local de Publicité permet ainsi, de façon limitée, la réintroduction de la publicité, dans les secteurs d'abords de monuments historiques.

Afin de préserver les abords, aucun type de publicité supplémentaire à ceux déjà en place n'est autorisé et une réglementation plus forte des enseignes doit permettre de préserver les abords par un affichage dédensifié et de meilleure qualité.

▪ **REGLES D'EXTINCTION NOCTURNE**

Les horaires d'extinction nocturne des publicités, pré-enseignes lumineuses et enseignes sont étendus de 23h à 6h du matin afin de limiter l'impact de la luminosité sur les habitations environnantes et sur

les milieux naturels. Afin de pouvoir maintenir un affichage sécuritaire au sein des abris voyageurs et d'informer les habitants notamment lors d'événements exceptionnels, le mobilier urbain n'est concerné par cette règle.

▪ **REGLES COMMUNES APPLICABLES A L'ENSEMBLE DES ZONES**

Afin de limiter l'impact visuel des dispositifs publicitaires dans le paysage urbain, tout ajout, extension ou découpage du panneau publicitaire est interdit : la publicité doit s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière. Cette disposition vise à interdire l'installation de dispositifs particuliers dont le seul but serait d'attirer le regard, sans aucune prise en compte de l'environnement paysager dans lequel ils s'inscriraient.

Afin de limiter l'occupation de l'environnement par les dispositifs publicitaires, des dispositifs particuliers, très impactant pour le cadre de vie, ont été interdits. C'est notamment le cas des dispositifs intégrant des effets sonores, des dispositifs en toiture, ou de ceux sur terrasses ou marquises. Les dispositifs sur volets et sur clôtures (hors publicité de chantier) ont également été interdits afin de prolonger les dispositions du Code de l'Environnement liées à l'interdiction sur mur et clôtures non aveugles.

Afin d'assurer la préservation de la qualité des espaces naturels, il est rappelé que les publicités scellées au sol, y compris la publicité sur mobilier urbain, sont interdites au sein des Espaces Boisés Classés (EBC) et des zones N du PLU.

L'interdiction du maintien des dispositifs de pose a pour objectif de limiter la surcharge visuelle de chaque dispositif. Actuellement de nombreux dispositifs publicitaires sont entretenus sans recours au maintien de passerelles ou échelles, ce qui leur offre une intégration de bien meilleure qualité. C'est ce vers quoi souhaite tendre la commune pour l'ensemble des dispositifs publicitaires.

De plus, la règle imposant une gamme de teintes sobres contribuera à limiter l'impact visuel de la publicité dans le paysage urbain.

Dans cette même logique, les deux faces d'un même dispositif devront obligatoirement être parallèles. Ces règles permettront de limiter l'emprise globale occupée par la publicité.

▪ **DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES MURALES**

Les dispositifs muraux ont été admis dans certaines zones de la commune. Cependant, en vue de préserver la qualité du bâti sur lequel ces dispositifs s’insèrent, certaines dispositions ont été intégrées :

- Densité : un seul dispositif est admis par mur afin d’éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné
- Distance aux arrêtes : un recul de 50cm par rapport à toute arrête est exigé pour l’implantation de dispositifs muraux. Cette disposition a pour but de protéger les éléments d’architecture et d’éloigner les dispositifs publicitaires (qui intègrent souvent des éléments lumineux) des fenêtres de la façade perpendiculaire de manière à limiter l’impact de la luminosité sur les habitants.
- Préservation des éléments de composition architecturale : une interdiction de masquer des éléments de composition architecturale a été définie afin que la publicité ne nuise pas à la qualité du bâti sur le territoire
- Installation sur la façade : l’installation doit obligatoirement se faire parallèlement aux arrêtes du support afin, là également, de préserver les formes architecturales et imposer une prise en compte du contexte environnemental pour installer un support publicitaire.

▪ **DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES SCHELLES AU SOL (HORS MOBILIER URBAIN)**

Les dispositifs scellés au sol ont été admis dans certaines zones de la commune. Cependant, en vue de préserver la qualité des secteurs environnementaux dans lesquels ces dispositifs s’insèrent, certaines dispositions ont été intégrées :

- Densité : les dispositifs installés côte à côte en doublon sont interdits afin d’éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné.
- Habillage : le dos des dispositifs simple face doivent être habillés afin d’encourager la mise en place de supports de qualité plutôt que de supports installés à l’économie, sans prise en compte de l’environnement. Dans la même logique les dispositifs doivent être à flanc fermé.
- Implantation : l’implantation en V ou en trièdre est interdite afin de limiter l’effet de surdensité publicitaire et éviter qu’un espace trop large ne soit occupé visuellement par des dispositifs publicitaires.

Afin de favoriser l’intégration des dispositifs dans leur environnement et limiter les dispositifs complémentaires aux supports publicitaires eux-mêmes, des dispositions ont été intégrées en vue de préserver la sobriété des dispositifs. L’éclairage par projection (qui nécessite l’installation d’une rampe surplombant le panneau) a ainsi été interdit.

Les seules publicités lumineuses autorisées sont les publicités éclairées par projection ou les publicités numériques sur mobilier urbain. Ces dernières sont autorisées ponctuellement dans certains secteurs de la commune.

▪ DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES DE CHANTIER

La publicité de chantier est un type de publicité qui s’installe temporairement au cours de la réalisation de travaux et uniquement pendant la période effective de réalisation desdits travaux.

Comme tout dispositif temporaire, cet affichage n’a pas vocation à durer, mais peut permettre ponctuellement, de couvrir certains frais de chantier et ainsi de faciliter la réalisation de travaux. Par l’autorisation de la publicité de chantier c’est ainsi une mise en valeur à long terme de l’environnement urbain qui est visée en facilitant les travaux d’aménagement ou de rénovation.

Ainsi le format de ces publicités n’a pas été limité, cependant pour limiter tout effet de surdensité, elles ont été limitées en nombre à 2 dispositifs par palissade.

▪ DISPOSITIONS LIEES AUX PRE-ENSEIGNES TEMPORAIRES

Les pré-enseignes temporaires sont des éléments de communication (généralement liés à l’organisation de manifestations, en partie culturelles) qui s’installent que peu de temps avant l’évènement afin d’en informer la population.

Comme tout dispositif temporaire, cet affichage n’a pas vocation à durer, mais peut permettre ponctuellement, d’apporter de la visibilité à un évènement aillant un intérêt général, c’est pourquoi il est admis sur tout le territoire communal.

▪ DISPOSITIONS LIEES AU MICRO-AFFICHAGE

Le micro-affichage est un élément d’affichage qui tend à s’accumuler sur les devantures des commerces et peut être un motif de dégradation du cadre de vie. Par conséquent ce dernier n’est pas réintroduit dans les secteurs d’interdiction relative.

Cependant, le micro-affichage ne pouvant pas être encadré par le RLP, ce dernier reste admis dans les secteurs n’étant pas dans des périmètres d’interdiction de publicité.

▪ DISPOSITIONS LIEES AUX DISPOSITIFS DE DIMENSION EXCEPTIONNELLE

Les dispositifs de dimension exceptionnelle sont très encadrés par le Code de l’Environnement, étant donné qu’ils sont soumis à autorisation délivrée au cas par cas et qu’ils nécessitent l’avis de la CDNPS. Ainsi ces derniers sont autorisés sans contraintes en ZP3 et ZP4.

Pour autant, les secteurs les plus préservés d’abords de monuments historiques et résidentiels sont inadaptés pour accueillir de tels dispositifs. Leur implantation n’y est donc pas admise.

1.2. Dispositions spécifiques aux différentes zones

▪ PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN

Le Code de l'Environnement désigne 5 supports de mobilier urbain susceptibles d'accueillir de la publicité à titre accessoire :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (type colonne « Morris ») ;
- les mâts porte-affiches ;
- le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité.

L'ensemble du mobilier urbain est encadré par convention de mobilier urbain. Les conventions sont établies entre la mairie et des afficheurs dans le but de préciser quel type et format de mobilier urbain peut être admis dans quel secteur.

Ces conventions permettent ainsi d'encadrer de manière qualitative le mobilier urbain, sans que l'ajout de dispositions réglementaires dans le RLP ne soit nécessaire.

L'affichage sur mobilier urbain est ainsi admis selon les dispositions du Code de l'Environnement et contrôlé par conventions.

▪ PUBLICITE NUMERIQUE

Les dispositifs numériques ont été admis dans certaines zones de la commune. Cependant, en vue de préserver la qualité des secteurs environnementaux dans lesquels ces dispositifs s'insèrent, certaines dispositions ont été intégrées :

En ZP1, la publicité numérique est réintroduite à raison de surfaces limitées à 2m² et uniquement sur mobilier urbain. Ce format limité et l'interdiction de la publicité sur le parc privé a vocation à permettre un équilibre entre dynamisme économique dans ce secteur situé aux portes de l'avenue Gabriel Péri et une préservation des abords des monuments historiques.

En ZP2, la publicité numérique est autorisée uniquement sur mobilier urbain. Le mobilier urbain y est limité à un format de 2m². Cette disposition a vocation à permettre un équilibre entre dynamisme économique dans ce secteur comprenant notamment la gare et l'avenue Gabriel Péri et une préservation des du cadre de vie en limitant très fortement la surface des supports. Toute autre forme de publicité numérique est interdite.

En ZP3, la publicité numérique est autorisée. Toutefois, afin de limiter son impact sur le paysage environnant, celle-ci est uniquement autorisée sur mobilier urbain dans la limite de 2m² maximum de surface totale. Tout autre forme de publicité numérique est interdite.

En ZP4, la publicité numérique est autorisée ponctuellement jusqu'à un format 8 m². Afin de maintenir un faible nombre de dispositifs, une règle de densité a été intégrée. Un seul dispositif peut être installé pour chaque unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 60m dans la mesure.

▪ PUBLICITE MURALE

En ZP1, la publicité murale n'est pas réintroduite afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés et de limiter l'effet de surdensité dans des contextes actuellement peu impactés par les dispositifs publicitaires.

En ZP2, la publicité murale est autorisée afin d'offrir une possibilité de communication aux activités du secteur. Le format autorisé est identique à celui du mobilier urbain afin de s'adapter aux mêmes contraintes paysagères et modes de déplacements.

En ZP3 et ZP4, la publicité murale est autorisée afin d'offrir une possibilité de communication aux activités du secteur. Pour les mêmes raisons que pour le mobilier urbain (forme urbaine plus adaptée, lisibilité en fonction de mode de déplacement, ...), l'implantation de dispositifs de plus grands formats est autorisée (10,50 m² de surface totale, 8 m² de surface utile).

La densité des dispositifs est réglementée afin de limiter le nombre de dispositif publicitaire actuellement présent sur le secteur et ayant un fort impact paysager. Ainsi, il est prévu l'interdiction d'installer un dispositif si les parcelles présentant un linéaire inférieur à 40 m.

▪ PUBLICITE SCLEE AU SOL

En ZP1, la publicité scellée au sol n'est pas réintroduite afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés et limiter l'effet de surdensité dans des contextes actuellement peu impactés par les dispositifs publicitaires.

En ZP2, ZP3 et ZP4, la publicité scellée au sol est autorisée afin d'offrir une possibilité de communication aux activités de ces différents secteurs. Les formats autorisés sont ceux des dispositifs de mobilier urbain (2m² en ZP2 et 10,50m² en ZP2 et ZP3) pour les mêmes motifs.

En ZP2, le long des quais de la gare, des règles de densité spécifiques ont été définies. Ces règles ont pour objectif d'adapter la réglementation au contexte spécifique des quais de la gare qui sont situés sur une parcelle présentant un linéaire extrêmement long et dont l'impact sur le domaine public est modéré du fait de la faible visibilité des quais de la gare depuis le reste de la commune.

La densité des dispositifs est réglementée afin de limiter le nombre de dispositifs publicitaires. Ainsi, il est prévu l'interdiction d'installer un dispositif si la parcelle présente un linéaire inférieur à 40 m.

2. Réglementation des enseignes

2.1. Dispositions communes à toutes les zones

Les enseignes de la commune sont encadrées par des règles communes à toutes les zones.

Ces règles communes sont précisées au sein de chaque zone pour des questions de facilité d'utilisation du règlement. Ainsi le règlement est organisé de manière à avoir, au sein de chaque zone, la totalité des dispositions règlementaires qui s'appliquent aux enseignes, y compris celles communes à toutes les zones.

Les justifications ci-dessous se rapportent ainsi à l'ensemble des règles communes, y compris celles répétées au sein de chaque zone.

▪ COMPOSITION GENERALE

Plusieurs dispositions ont été intégrées de manière à préserver une bonne intégration des enseignes sur les devantures commerçantes et dans le paysage de la rue.

Ainsi les enseignes doivent être réalisées à l'aide de matériaux durables et les bâches sont proscrites. Ces dispositions ont vocation à empêcher l'installation d'enseignes réalisées rapidement et à bas coût, sans réflexion sur leur intégration, au profit d'enseignes capables de perdurer dans le temps et bien intégrées.

Une réflexion est demandée sur les matériaux et teintes afin d'intégrer l'enseigne à la façade. Si cette disposition tient plus du conseil que de la disposition réglementaire, elle a pour objectif d'amener les responsables de commerces et activités à réfléchir à la meilleure intégration de leur enseigne pour se rendre visible tout en s'insérant au cœur d'un paysage commercial défini.

L'implantation d'enseignes est interdite sur les balcons, les volets, les garde-corps, les arbres ou les haies afin de privilégier une implantation au niveau de la devanture commerciale ou au sol. Ces dispositions ont pour but de définir une implantation homogène entre tous les commerçants et entrepreneurs et veiller ainsi à ce que chacun dispose d'une visibilité similaire.

L'exception des enseignes clignotantes liées aux services d'urgence est maintenue afin de rendre visible les services de première nécessité.

L'ajout d'effets sonores est interdit afin de ne pas voir l'environnement dégradé par une nouvelle dimension liée à l'affichage commercial.

De plus, le choix de matériaux et de coloris des enseignes doit être choisi en harmonie avec la façade sur laquelle elles viennent s'inscrire. Les enseignes en adhésifs, peu durables sont interdites en dehors des vitrines où il s'agit d'une des seules modalités d'installation réellement envisageable.

Des prescriptions visant à préserver la qualité architecturale des bâtiments sur lequel s’implanterait une enseigne sont également prévu dans le règlement (interdiction de masquer des éléments architecturaux, respect de la séparation architecturale des bâtiments, ...).

- **ENSEIGNE PARALLELE A LA FAÇADE**

Afin d’optimiser l’intégration des différentes enseignes aux façades et d’améliorer la lecture globale du paysage de la rue, plusieurs règles d’intégration ont été définies par rapport notamment aux rythmes de façade, aux couleurs de l’enseigne et aux matériaux employés.

Le positionnement des enseignes en façade doit ainsi se faire en prenant en compte des lignes de composition de la façade et s’implanter notamment sous la limite du rez-de-chaussée.

Ce positionnement imposé doit permettre de limiter le nombre d’enseignes, tout laissant la possibilité aux commerces ayant un très long linéaire sur rue d’installer plus d’une enseigne dans cet espace dédié. Cette intégration à la façade doit permettre d’améliorer la qualité des fronts commerçants et de limiter les implantations hétéroclites qui donneraient plus ou moins de visibilité à certaines activités.

L’enseigne à plat sur la façade ne doit pas s’étendre d’un bout à l’autre de la façade. Cette implantation étendue n’a en général que peu d’effets positifs, elle est en général soit de très grand format et donc mal intégrée dans le paysage de la rue, soit très allongée et donc difficilement lisible. Cette implantation est donc interdite.

L’enseigne parallèle est limitée à une ligne de texte et un éventuel logo afin de limiter l’accumulation de messages en façade.

La hauteur de l’enseigne à plat ne doit pas dépasser le cinquième de la hauteur de la devanture commerciale. Cette dimension s’ajoute aux pourcentages d’occupation de la devanture du Code de l’Environnement. Ces deux dispositions combinées ont pour effet de limiter les dimensions de l’enseigne à plat, tout en offrant une grande adaptabilité aux typologies bâties et donc aux différents contextes urbains du territoire.

- **ENSEIGNE EN FAÇADE AU-DELA DU REZ-DE-CHAUSSEE**

Dans le cadre d’activités occupant l’intégralité d’un bâtiment, il est considéré que la majorité des enseignes doivent respecter les règles des activités de rez-de-chaussée. Cependant ces activités peuvent avoir besoin d’être visibles par des personnes en voiture et disposent donc d’une dérogation à la règle de respect du rez-de-chaussée pour leurs enseignes parallèles et perpendiculaires à la façade dans la mesure où ces enseignes sont bien intégrées (c’est-à-dire, sans caisson et avec une dimension proportionnée).

▪ **ENSEIGNE PERPENDICULAIRE**

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, toutes les enseignes perpendiculaires doivent être alignées au bandeau (ce qui revient à les positionner au-dessus de la vitrine et sous la limite du rez-de-chaussée). Cela afin d'éviter qu'une enseigne s'implante beaucoup plus haut, au détriment des enseignes de part et d'autre et de l'harmonie du paysage commercial à l'échelle de la rue.

Un positionnement en limite latérale du commerce est imposé afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle. Ceci permet également de créer une cadence régulière.

Le regroupement en angle de rue est interdit de manière à améliorer la lisibilité de ces enseignes et de favoriser une cadence régulière de ces enseignes au sein des fronts commerçants.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec un format maximal de 60*60cm ayant vocation à répondre aux besoins du commerce de détail et ponctuellement d'autres activités.

▪ **ENSEIGNE SUR STORE**

L'enseigne sur store est limitée à une implantation sur lambrequin afin d'éviter les accumulations de messages sur la façade commerciale et éviter les enseignes de grand format (qui pourraient notamment s'implanter sur la partie déroulante du store).

▪ **ADHESIF SUR VITRINE**

Dans l'ensemble des zones, les enseignes en adhésif sur vitrine sont limitées en termes de format afin d'éviter l'effet de masque de la vitrine par la vitrophanie. Ainsi les adhésifs doivent être en lettres ou signes découpés pour maintenir une transparence de la vitrine.

2.2. Dispositions spécifiques aux différentes zones

▪ **ENSEIGNES EN FAÇADE EN ZP1**

La ZP1 correspondant au secteur aux abords des monuments historiques, des mesures complémentaires sont intégrées pour les enseignes en façade afin que celles-ci soient le mieux intégrées possibles.

Ainsi, dans ce secteur, les enseignes parallèles doivent être réalisées en lettres découpées, ce qui permettra de valoriser le bâti sur lesquelles les enseignes s'implantent. La hauteur maximale de ces enseignes sera limitée à 30cm afin de préserver le bâti. Dans les autres zones, ces dispositions ne pourraient pas s'adapter à la diversité des architectures, c'est pourquoi elles n'ont pas été imposées.

Les enseignes perpendiculaires quant à elles sont recommandées en fer forgé et ont une saillie limitée à 80cm.

▪ ENSEIGNE AU SOL SUR PARCELLE PRIVÉE

En ZP1, les enseignes au sol sur parcelle privée sont interdites afin d'éviter tout effet de surdensité d'affichage dans un secteur d'abords de monuments historiques à préserver. Une dérogation est toutefois prévue pour les activités en retrait du domaine public et qui ne seraient pas visibles sans ce type de dispositif. Le format est alors limité à 2m² afin de ne pas avoir un impact paysager trop important dans ce secteur.

Au sein des autres zones les enseignes scellées au sol sont autorisées, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public et peuvent offrir une information de localisation sur les grandes parcelles, notamment en zone d'activités.

Pour autant ces dispositifs peuvent avoir ponctuellement un impact important sur les effets de surdensité d'affichage. Ces dispositifs sont par conséquent réglementés sur plusieurs points :

- Densité : leur densité est limitée à un dispositif par voie ouverte à la circulation. Cette règle inclut les dispositifs de moins de 1m² qui se matérialisent en général par des oriflammes ne participant pas à une bonne lecture de l'activité commerciale tout en ayant un impact négatif sur la qualité paysagère du front commercial
- Non cumul : une règle de non-cumul entre l'enseigne au sol et l'enseigne en clôture a été définie étant donné que ces supports ont une fonction similaire (qui est de permettre la visibilité d'un commerce qui ne serait pas visible autrement). Cependant le choix d'un de ces dispositifs suffit à rendre l'activité visible. Il est laissé à l'entrepreneur le choix entre les deux, selon le contexte de son activité et les formats autorisés par secteur pour permettre une évaluation à la parcelle du bon dispositif.
- Format : des formats spécifiques aux différentes zones ont été intégrés.

En ZP1 ce type d'enseigne est interdit et autorisé uniquement à titre dérogatoire pour les activités non visibles depuis le domaine public. Cette interdiction vise à ne pas démultiplier les supports dans un secteur à préserver et dont la majorité des commerces sont situés en alignement de la rue. Les quelques activités pouvant bénéficier de la dérogation devront respecter un format maximal de 2m², en cohérence avec les formats de publicité sur mobilier urbain.

Il est de 2m² en ZP2 afin de trouver une cohérence avec les formats de publicité, pour les mêmes motifs.

Il est de 6m² en ZP3 afin de s'adapter aux dimensions des axes concernés. Ce format est plus faible que celui autorisé pour les dispositifs publicitaires. Cependant il ne souffre pas d'impossibilité d'affichage lié à des règles de densité (notamment intégrées pour les publicités). Par conséquent le format n'a pas été porté au maximum autorisé de manière à préserver une bonne visibilité de chaque activité et limiter les effets de surdensité.

Il est de 12m² en ZP4 afin d'être cohérent avec les formats de publicité autorisés dans ce secteur.

▪ ENSEIGNE SUR CLOTURE

En ZP1, les enseignes sur clôtures sont interdites afin d'éviter tout effet de surdensité d'affichage dans un secteur d'abords de monuments historiques à préserver.

Au sein des autres zones les enseignes sur clôture sont autorisées, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public. Ces enseignes constituent parfois un des seuls moyens de visibilité de l'activité.

Pour autant ces dispositifs peuvent avoir ponctuellement un impact important sur les effets de surdensité d'affichage. Ces dispositifs sont par conséquent réglementés sur plusieurs points :

- **Densité** : ces dispositifs sont limités à un par voie ouverte à la circulation afin de proposer des règles de densité homogènes entre enseignes au sol et sur clôture (deux dispositifs ayant un but similaire).
- **Implantation** : les enseignes sur clôture sont interdites sur les clôtures végétales afin de préserver la qualité paysagère de ces espaces plantés et autorisées uniquement pour les activités non visibles depuis l'espace public afin de privilégier un support plus qualitatif.
- **Non cumul** : une règle de non-cumul entre l'enseigne au sol et l'enseigne en clôture a été définie étant donné que ces supports ont une fonction similaire (qui est de permettre la visibilité d'un commerce qui ne serait pas visible autrement). Cependant le choix d'un de ces dispositifs suffit à rendre l'activité visible. Il est laissé à l'entrepreneur le choix entre les deux, selon le contexte de son activité et les formats autorisés par secteur pour permettre une évaluation à la parcelle du bon dispositif.
- **Format** : les enseignes sur clôture sont limitées à un format de 2m². Ce format relativement faible doit permettre de privilégier le choix d'enseignes plus qualitatives dès lors que cela est possible, tout en laissant cette possibilité lorsque aucune autre implantation n'est possible.

▪ **ENSEIGNE EN TOITURE**

Les enseignes en toiture sont interdites dans l'ensemble des zones en dehors de la ZP4.

Ces enseignes destinées à offrir une plus grande visibilité sont adaptées ponctuellement sur des parcelles de grande dimension où les axes sont situés à distance du bâti mais pas dans des secteurs urbains denses.

Ainsi dans les secteurs denses représentés par la ZP1, ZP2 et ZP3 ces enseignes sont interdites.

En ZP4 ces enseignes sont autorisées. Elles ne sont pas limitées plus que dans le règlement national, dans la mesure où les dispositions du Code de l'Environnement (qui interdisent les panneaux de fond et exigent la non-visibilité des supports) contraignent techniquement fortement ce type d'enseignes et imposent de fait des enseignes de petit format et à l'impact limité. Ajouter une couche réglementaire ne semble ainsi pas nécessaire tant que le Code de l'Environnement est appliqué à la lettre.

▪ **ENSEIGNES LUMINEUSES ET NUMERIQUES**

L'éclairage des enseignes doit être intégré à la devanture commerciale et doit être le moins agressif possible afin de limiter son impact sur l'environnement et permettre simplement de rendre l'enseigne visible. C'est pourquoi le règlement prévoit un éclairage indirect des enseignes, par rétroéclairage ou par projection. Les dispositifs type lettres éclairantes sur caisson opaque, lettres boîtiers, barre d'éclairage ou spots intégrés à la devanture sont ainsi conseillés.

L'ensemble des dispositifs dont la lisibilité est limitée en journée (type néons, LED point à point) sont proscrits.

Les enseignes suivent la même plage horaire d'extinction nocturne que les publicités et doivent être éteintes en période diurne où leur intérêt est plus limité.

Les enseignes numériques, dont la luminosité est très impactante pour le paysage de la rue et dont l'éclairage est orienté vers la rue sont interdites en ZP1, ZP2 et ZP3. Ces dispositifs en plus d'être impactant ne permettent l'affichage commercial que d'un commerce, ce qui est peu profitable à l'ensemble de l'activité commerciale des communes.

Au sein de la ZP4 et étant donné que la zone est uniquement constituée de cellules commerciales, une souplesse est admise pour les enseignes numériques. Aucune habitation ne pouvant être impactée à proximité par la luminosité des supports, ces dispositifs sont autorisés avec un format de 8m².