

Département de l'Essonne

Commune d'Arpajon

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation



Les Halles, Arpajon, Source : Cœur d' Essonne

Version arrêté



Sommaire

Introduction	4
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	7
1. La notion d'agglomération.....	7
2. La notion d'unité urbaine.....	8
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire.....	9
a) Les interdictions absolues.....	9
b) Les interdictions relatives.....	11
4. Les règles applicables au territoire	12
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes	12
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	25
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes	26
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires	33
e) La réglementation locale.....	35
5. Régime des autorisations et déclarations préalables.....	38
1) L'autorisation préalable.....	38
2) La déclaration préalable	38
6. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	39
7. Les délais de mise en conformité.....	40
II. Diagnostic du parc d'affichage	41
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes.....	41
2. Les caractéristiques des enseignes.....	45
III. Problématiques en matière de publicité extérieure	49
1. Contexte paysager.....	49
2. Enjeux liés à la publicité extérieure.....	52
IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	60
1. Les objectifs	60
2. Les orientations.....	60

V. Justification des choix retenus	62
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	62
2. Les choix retenus en matière d'enseignes	66

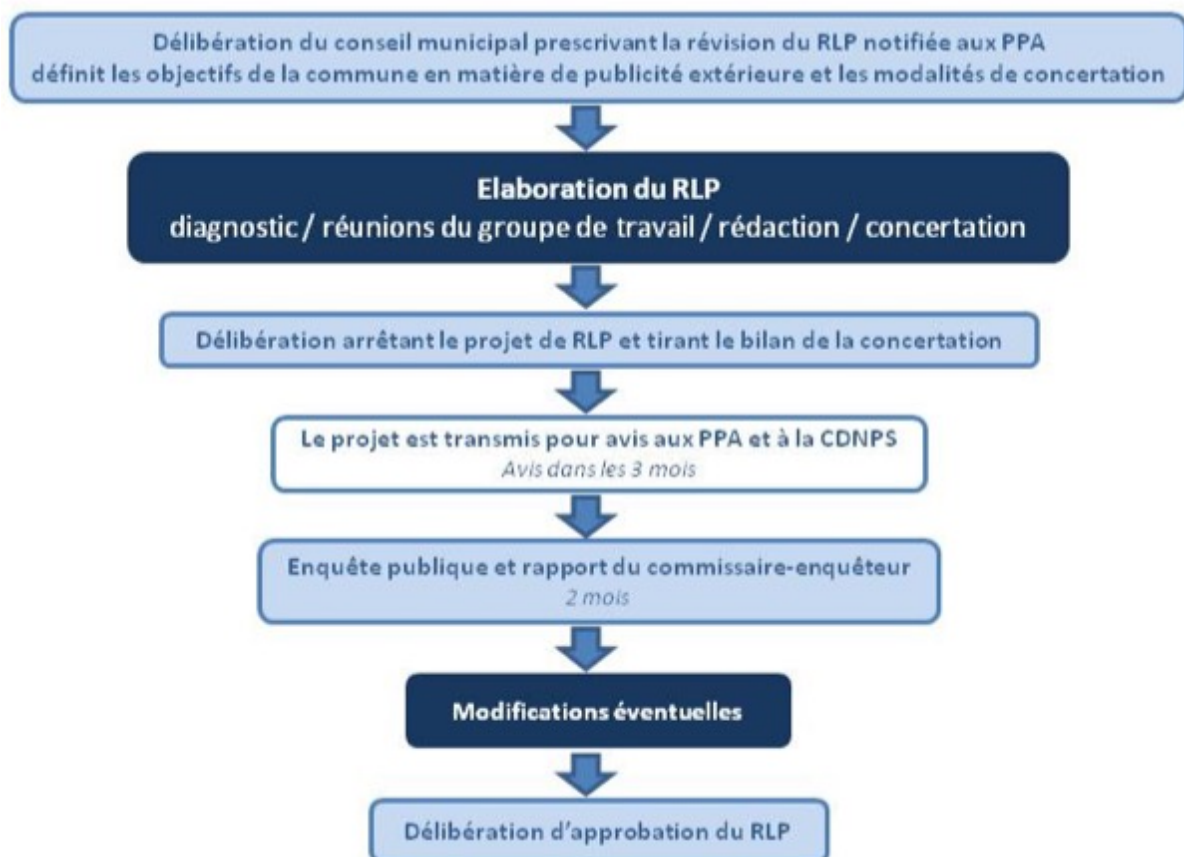
Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise à concilier liberté d'expression¹ et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979.

Parmi les évolutions de la réglementation issues de la loi ENE et de son décret, citons notamment :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions notamment financières ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.



Différentes phases de la procédure d'élaboration d'un RLP

¹ L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

La loi ENE a intégralement refondée les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre 1er du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

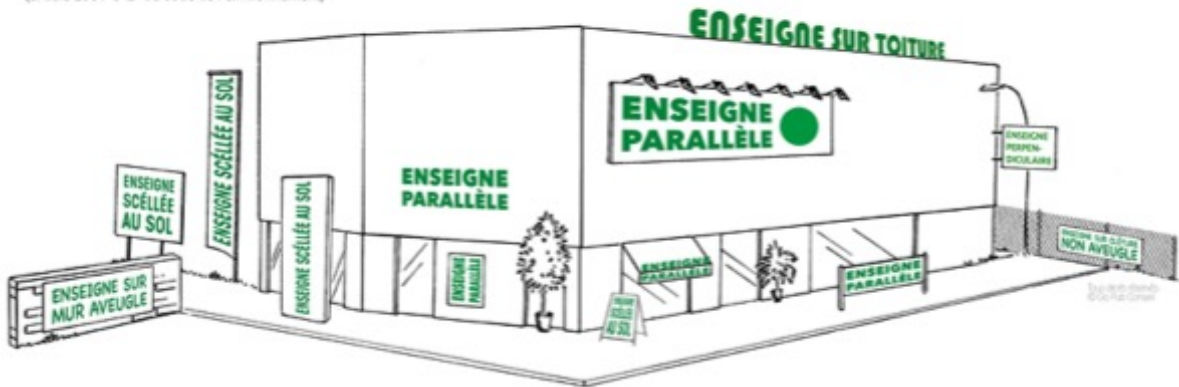
- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les préenseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le code de l'environnement.

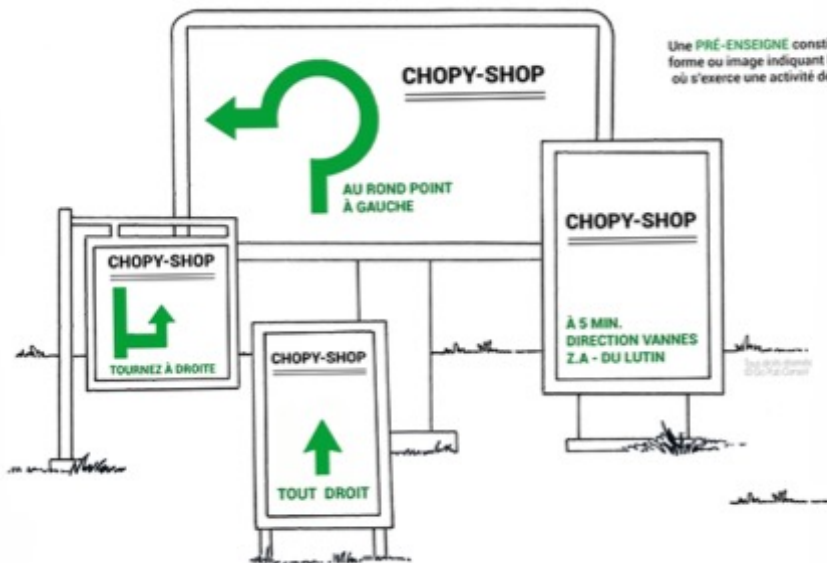
Une **PUBLICITÉ** constitue, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
(article L581-3-1° du code de l'environnement)



Une **ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
(article L581-3-2° du code de l'environnement)



Une **PRÉ-ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

La commune d'Arpajon est située dans le département de l'Essonne dans la région Ile-de-France. Elle compte 10 582 habitants².

La commune fait également partie, depuis le 1er janvier 2016, de l'agglomération Cœur d'Essonne Agglomération qui regroupe 21 communes et compte plus de 193 221 habitants.

1. La notion d'agglomération

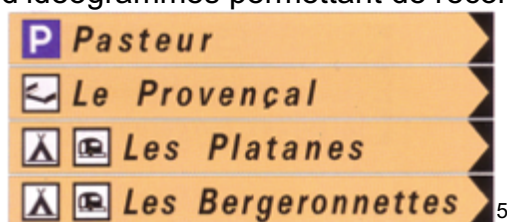
Conformément à l'article R110-2 du code de la route, une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite³. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité⁴, elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- Les activités culturelles,
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL), relevant du code de la route. La SIL a pour objet d'assurer la signalisation des services et équipements d'ordre culturel, économique ou touristique, tout en prenant en compte les enjeux liés à la protection paysagère via des formats de petites tailles. Elle se distingue par l'utilisation d'idéogrammes permettant de reconnaître le service signalé.



² Données démographiques issues du recensement 2014 de l'INSEE

³ Article L581-7 du code de l'environnement

⁴ Article L581-19 du code de l'environnement

⁵ CERTU (Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques), "Signalisation d'information locale : guide technique", 2006, P. 33.

2. La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme 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.

La commune forme l'unité urbaine de Paris qui compte 10 550 350 habitants.

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie

3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

a) Les interdictions absolues⁶

La publicité est interdite de manière absolue sur les monuments historiques classés ou inscrits et plus particulièrement la Halle d'Arpajon classée depuis 1921, l'Église Saint Clément inscrite depuis 1926, la porte cochère située 2 rue Gambetta inscrite depuis 1987 et la maison située 12 place du Marché inscrite depuis 1966.

La publicité est également interdite sur les monuments naturels et dans les sites classés, c'est-à-dire le site classé de la « *Porte de Paris et de la Place de la Porte de Paris* » et le site classé de l'hôtel de ville (« *Place de la mairie avec la mairie et ses dépendances* »), tous les deux classés depuis 1944. Enfin, la publicité est également interdite sur les arbres.

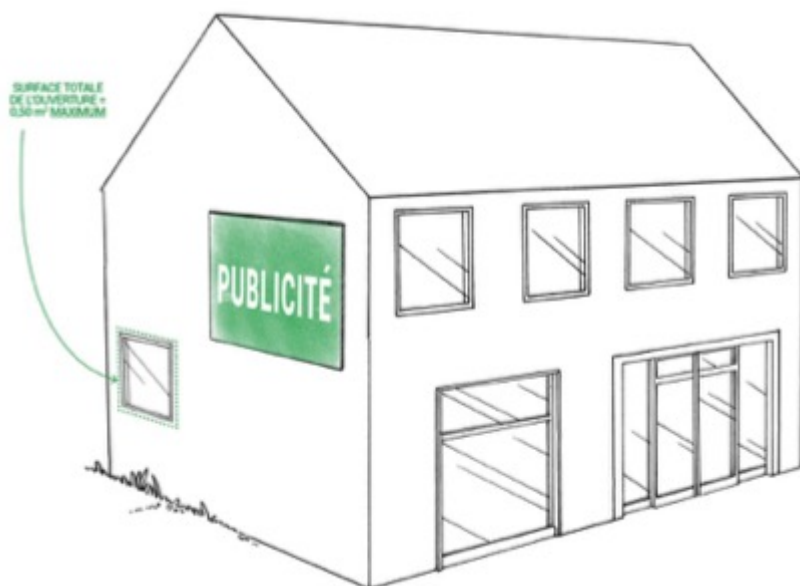
La publicité est également interdite :

1° Sur les plantations, 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 ;



⁶ Article L581-4 du code de l'environnement

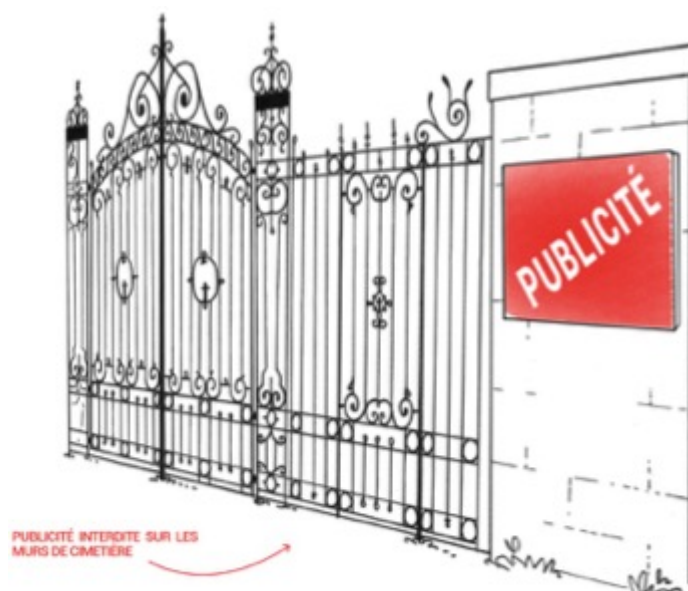
2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
4° Sur les murs de cimetière et de jardin public⁷.



⁷ Article R581-22 du code de l'environnement



b) Les interdictions relatives⁸

La publicité fait également l'objet d'interdictions relatives. Depuis la loi CAP du 7 juillet 2016⁹, sont concernées par les interdictions de publicité relatives les publicités implantées aux abords des monuments historiques classés ou inscrits. « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de 500 mètres de celui-ci*¹⁰», en l'espèce cette protection s'applique à la Halle d'Arpajon, l'Eglise Saint Clément, la porte cochère située 2 rue Gambetta et la maison située 12 place du Marché.

La publicité est interdite de manière relative dans les sites inscrits du centre-ville d'Arpajon, « Place de la Mairie et ses abords » et « *Maisons voisines de la Porte de Paris* » inscrites en 1944 et « *Place du marché et rues avoisinantes* » inscrit depuis 1974.

Enfin, la publicité est également interdite de manière relative dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables, qui se substitue en l'espèce à l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) couvrant notamment le centre-ville d'Arpajon¹¹.

L'interdiction absolue de publicité induit qu'il est impossible de déroger à cette interdiction, contrairement à l'interdiction relative de publicité pour laquelle il est possible de déroger via l'élaboration d'un règlement local de publicité (RLP).

⁸ Article L581-8 du code de l'environnement

⁹ Loi n°2016-925 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016.

¹⁰ Article L.621-30 du code du patrimoine

¹¹ Loi n°2016-925 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016.

4. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent¹².

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹³ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

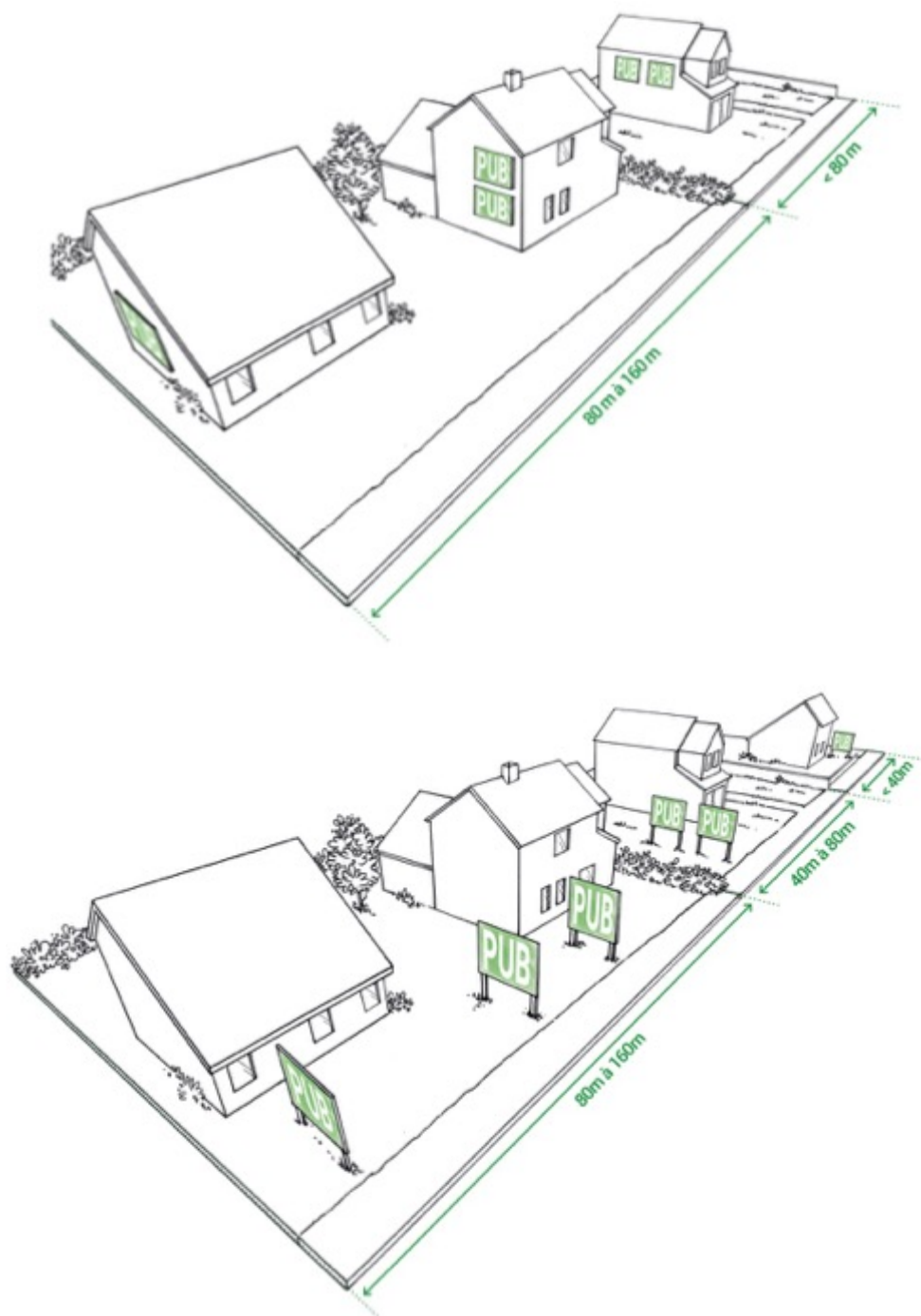
- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

¹² Article R581-24 du code de l'environnement

¹³ Article R581-25 du code de l'environnement



II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

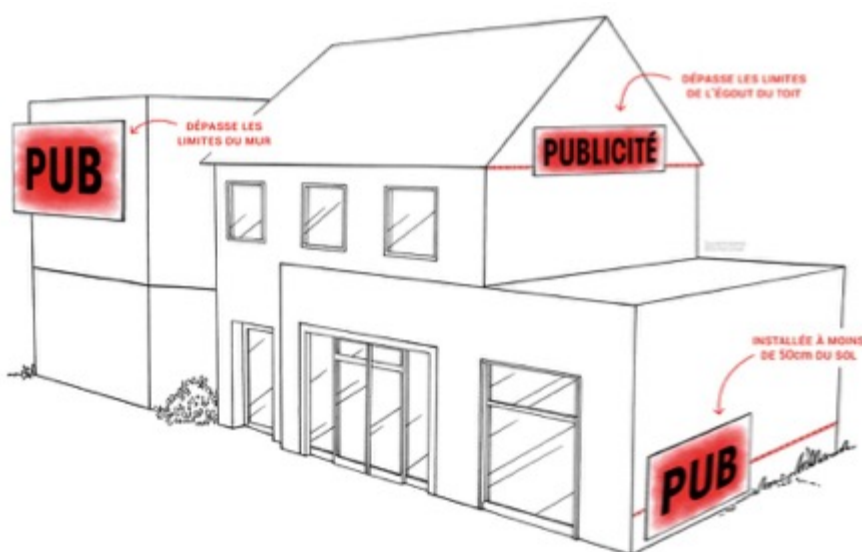
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5 \text{ m}$

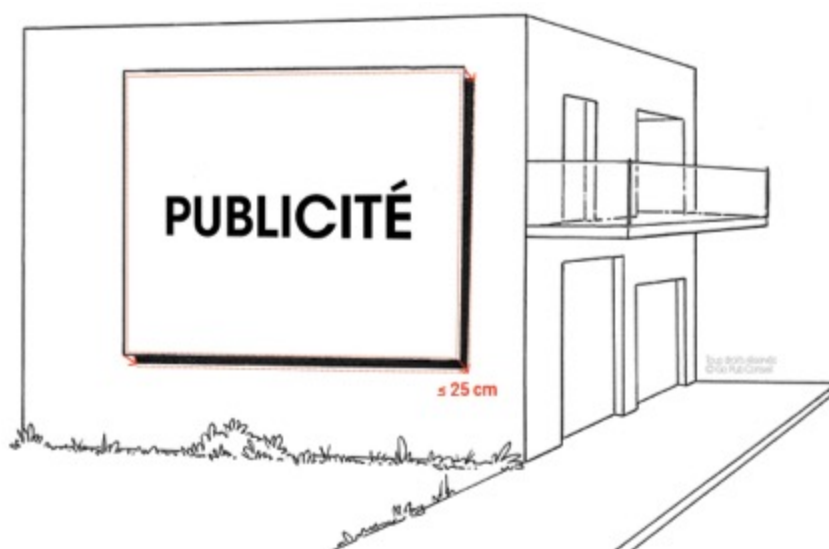
Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- Être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépasser les limites du mur qui la supporte,
- Dépasser les limites de l'égout du toit,
- Être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.



Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

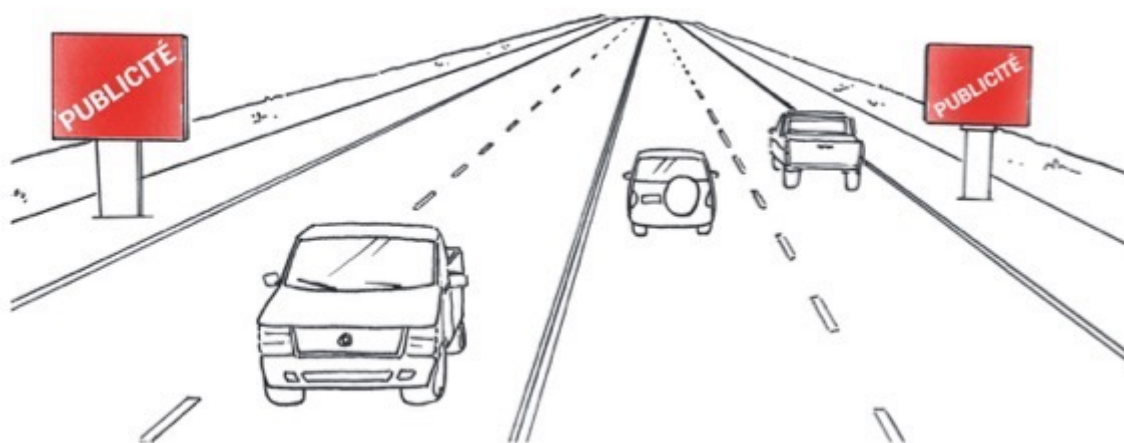
1° Dans les espaces boisés classés¹⁴,

2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux 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.

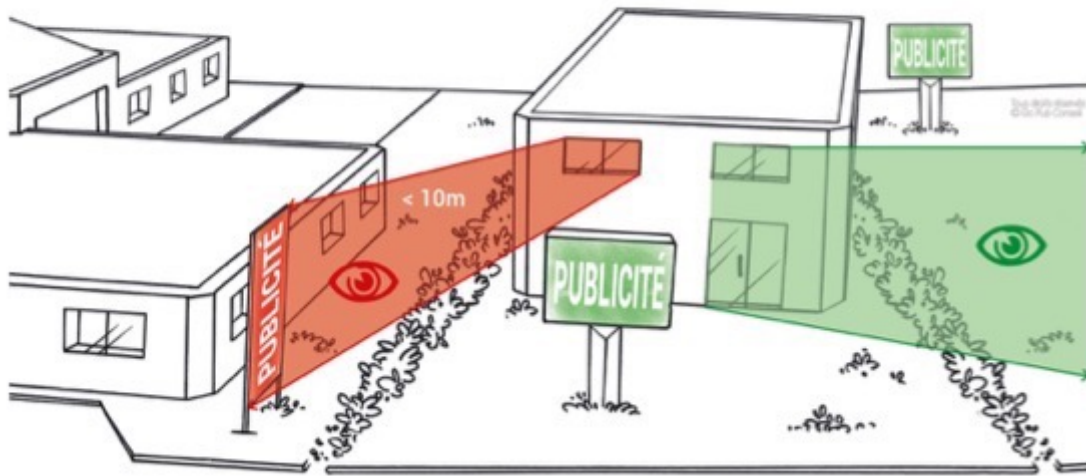
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La commune est traversée dans sa partie nord par la RN 20, avec un échangeur entrée-sortie, l'ensemble de la route est situé hors agglomération au sens du code de la route.

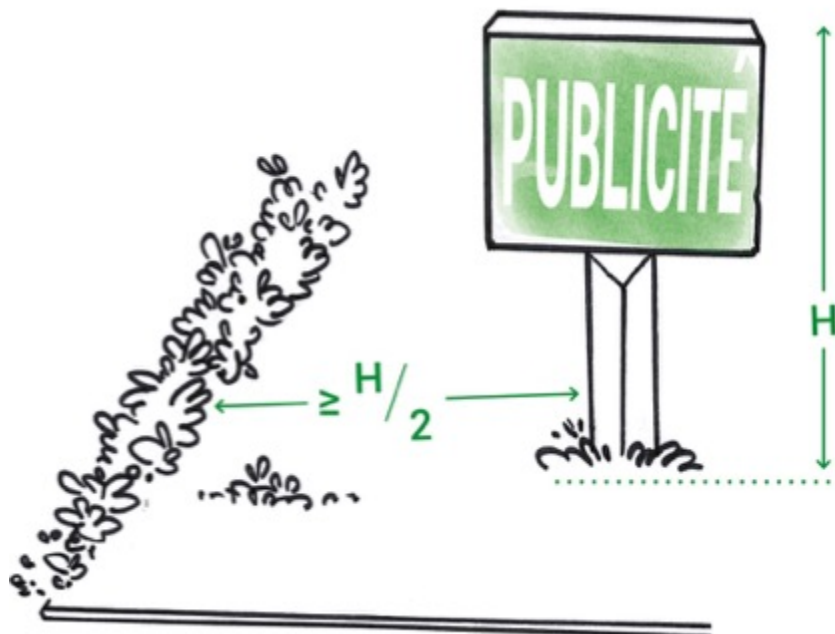


Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

¹⁴ Article L130-1 du code de l'urbanisme



L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹⁵.

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

La publicité lumineuse ne peut :

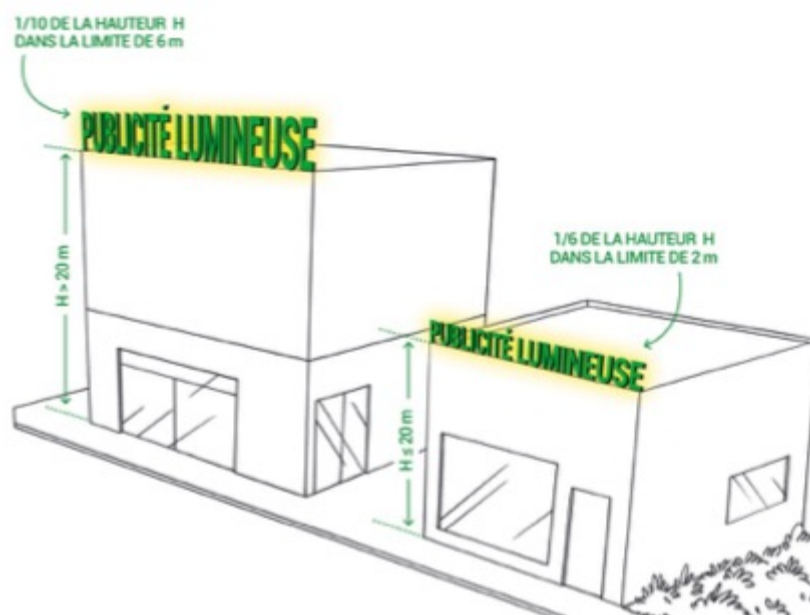
- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Être apposée sur une clôture.



¹⁵ arrêté ministériel non publié à ce jour

Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade > 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale ≤ 8 m²

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁶, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- Non lumineuse ;
- Éclairée par projection ou par transparence ;
- Numérique.

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

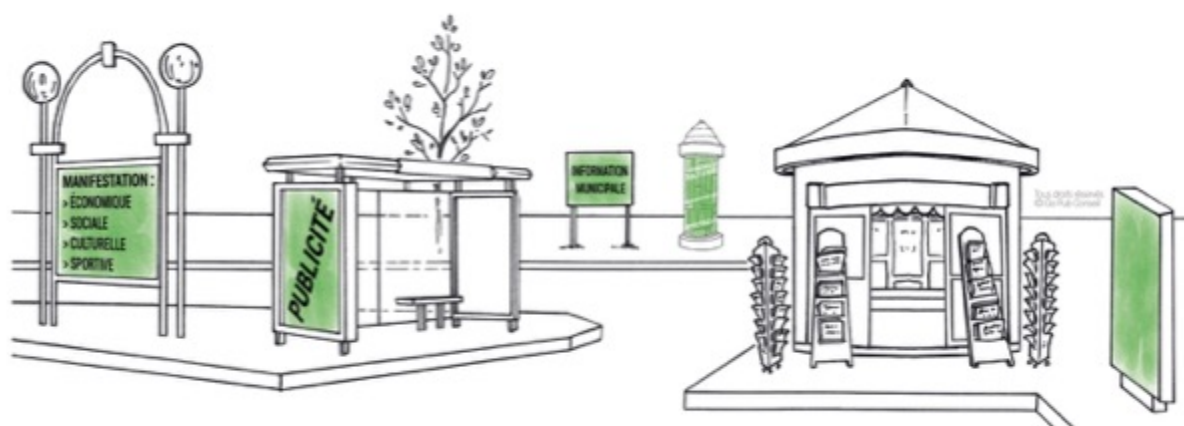
La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- Si les affiches qu'il supporte 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.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

¹⁶ arrêté ministériel non publié à ce jour

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$.
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques,	Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte 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 ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 m ² si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

- 1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- 2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

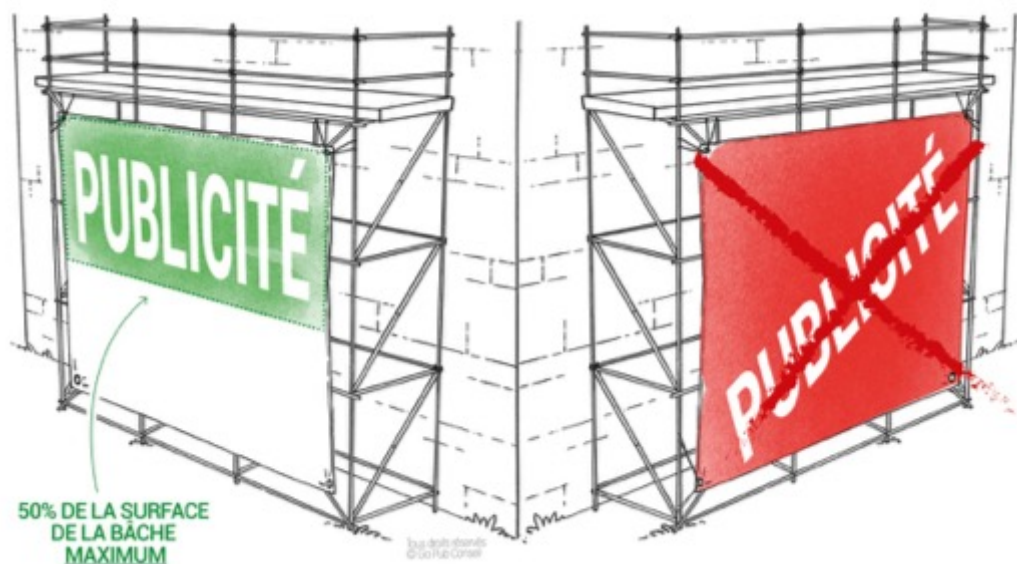
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq 50% de la surface de la bâche¹⁷

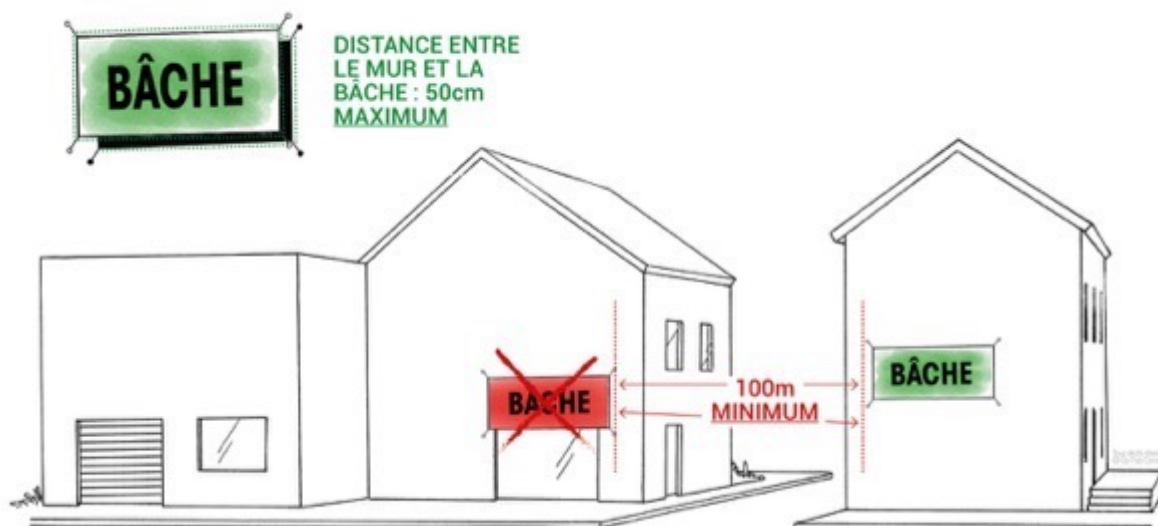


¹⁷ l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

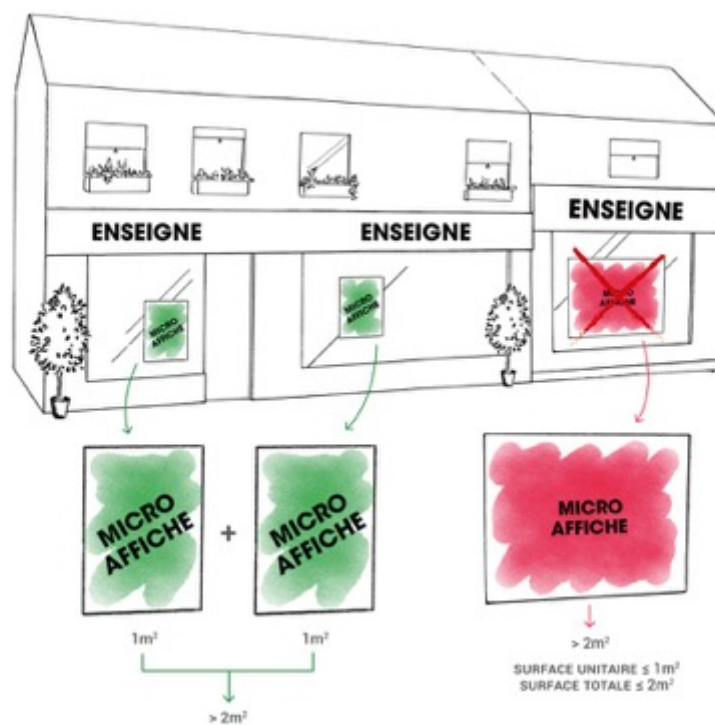
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Règles spécifiques applicables à l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération

Type	Caractéristiques	
Publicité non lumineuse sur mur ou clôture	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 7,5 m	Attention ces règles sont aussi valable pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 6 m	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
Publicité lumineuse	Surface ≤ 8 m ² Hauteur ≤ 6 m	

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

Les publicités sur les véhicules terrestres¹⁸ ainsi que sur les eaux intérieures¹⁹ sont également réglementées par le code de l'environnement.

¹⁸ Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

¹⁹ Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- Les activités culturelles,
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	activités culturelles	monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	préenseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomération de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

- Constituée par des matériaux durables,
- Maintenu en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

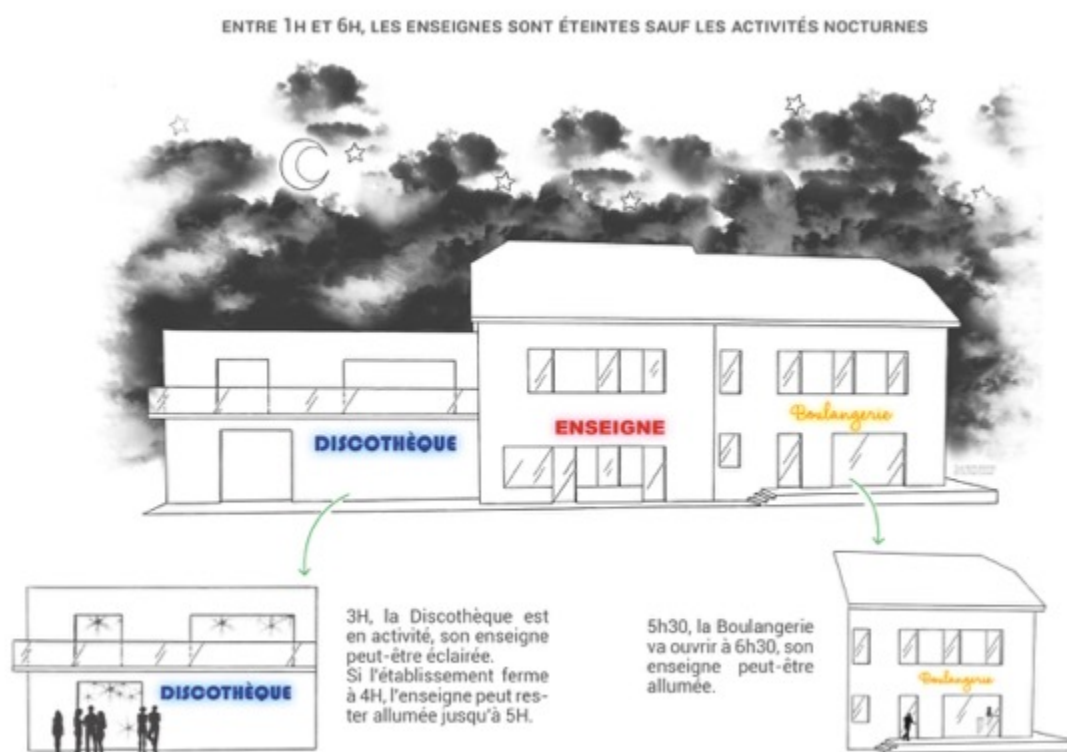
Les enseignes lumineuses

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel²⁰.

Elles sont éteintes²¹ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

²⁰ arrêté non publié à ce jour

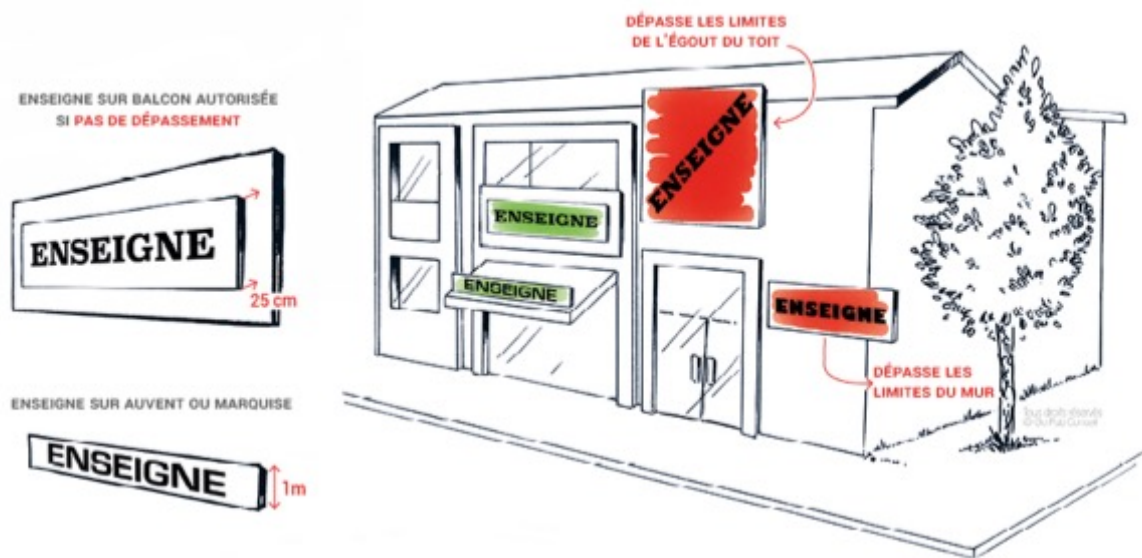
²¹ l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

Elles ne doivent pas :

- Dépasser les limites de ce mur
- Constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm
- Dépasser les limites de l'égout du toit.

Des enseignes peuvent être installées :

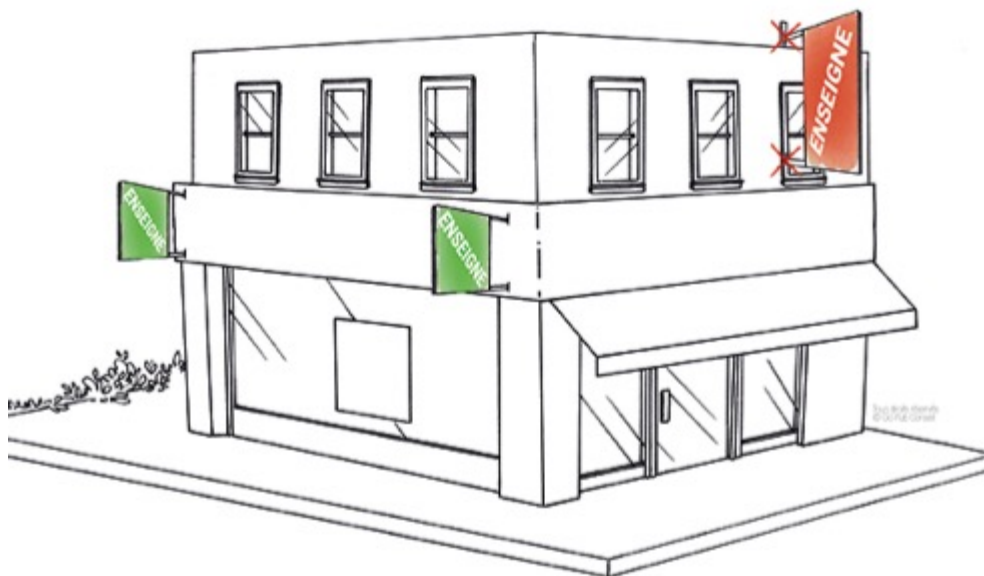
- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- Dépasser la limite supérieure de ce mur,
- Être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

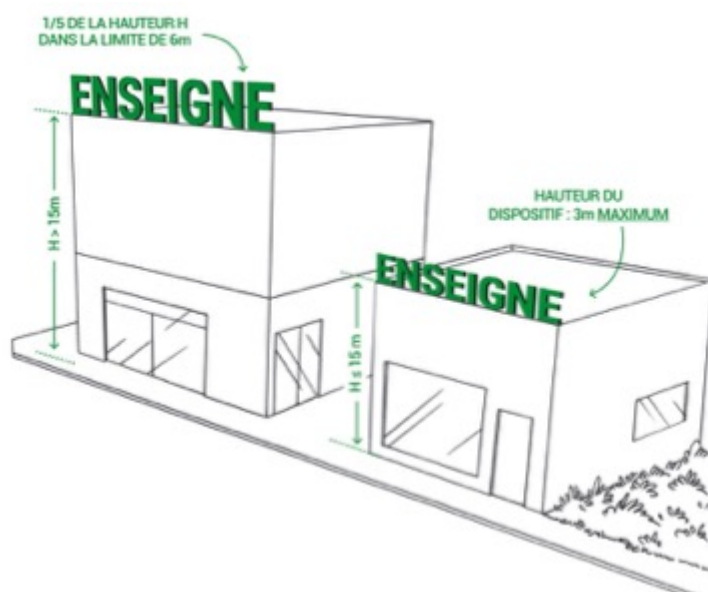


Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

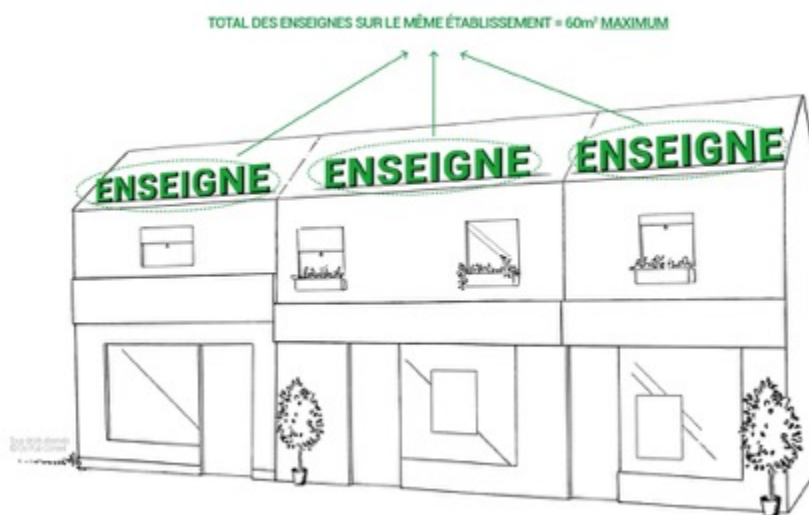
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes 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 m de haut.

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade \leq 15 m	3 m
Hauteur de la façade $>$ 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



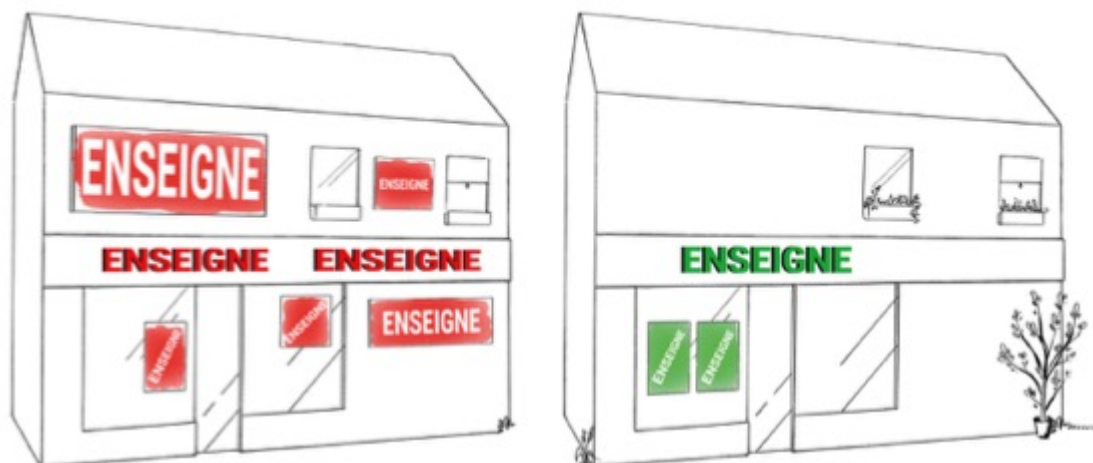
Surface cumulée²² des enseignes sur toiture d'un même établissement \leq 60 m²



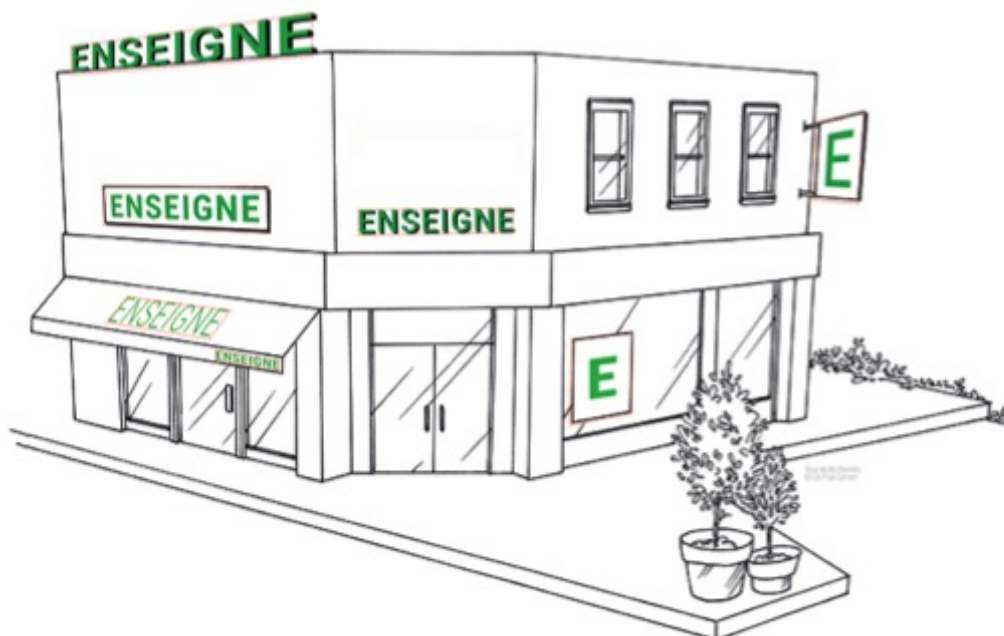
²² Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée²³ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².



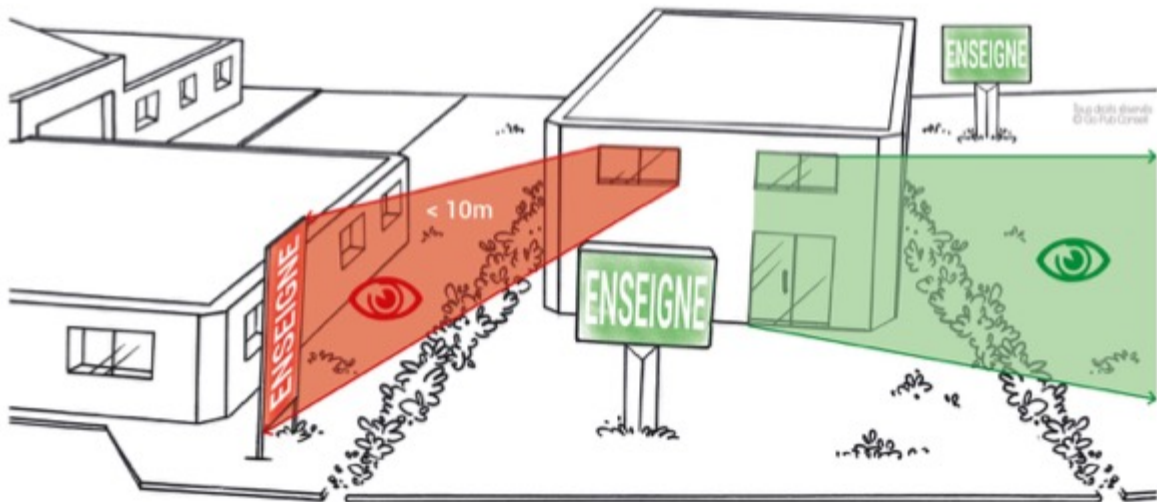
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



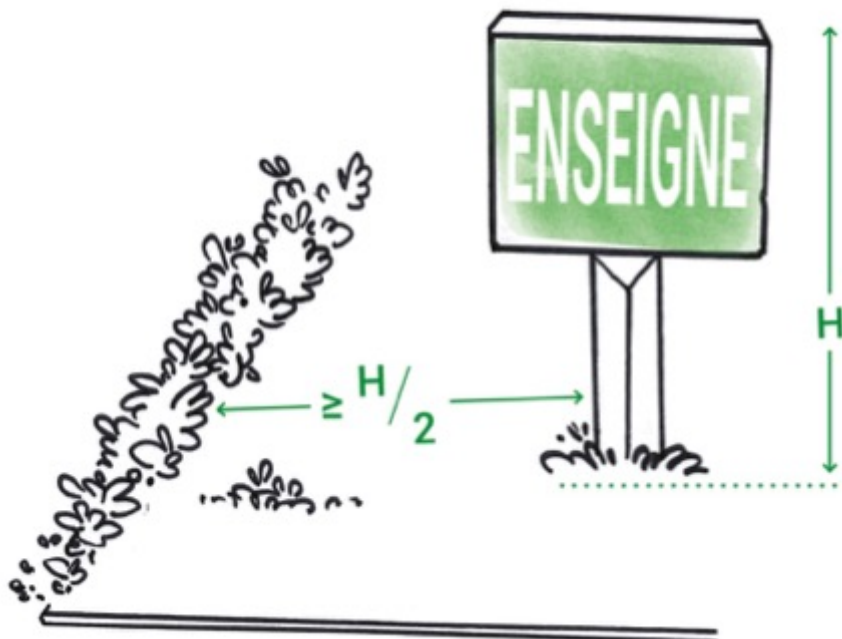
²³ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes, de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

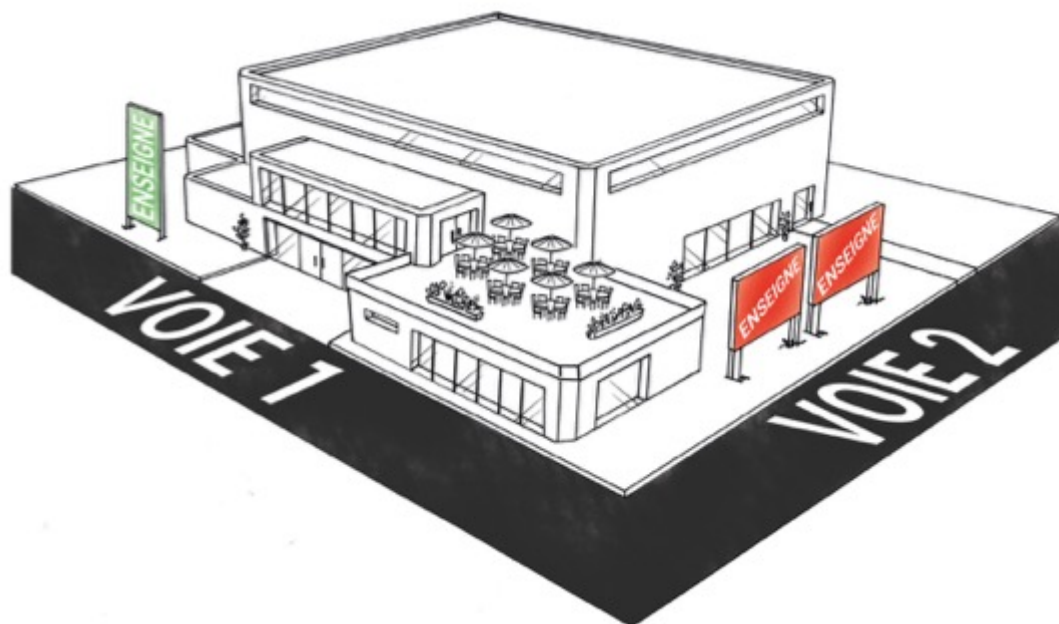
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



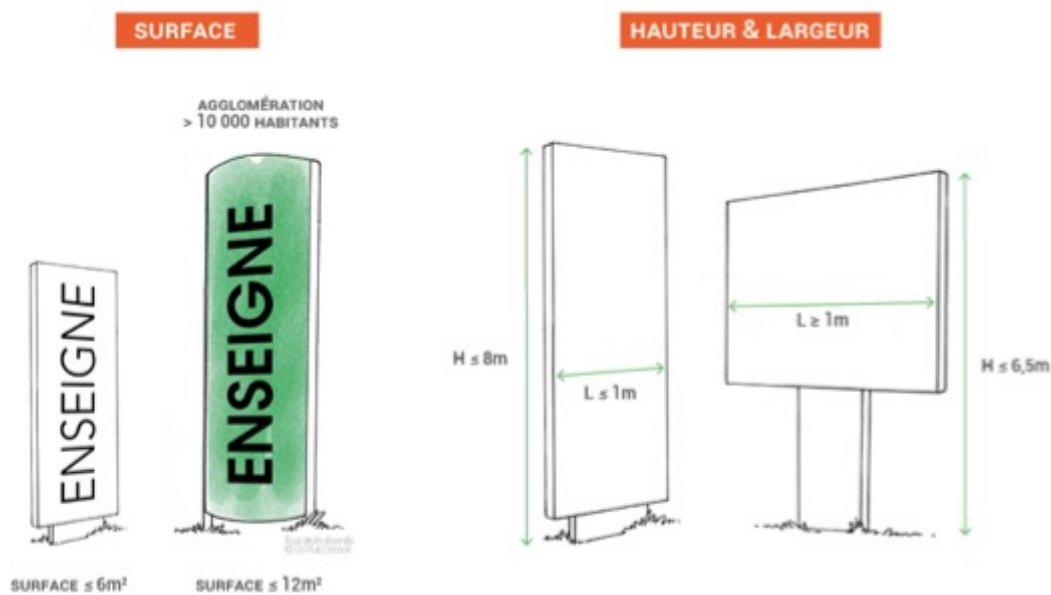
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes²⁴ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel²⁵.

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie ≤ 25 cm
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support
- Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale ≤ 60 m²

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

²⁴ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

²⁵ arrêté non publié à ce jour

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ (si 2° alinéa)

e) La réglementation locale

Le RLP en vigueur depuis 2007 partage le territoire communal en deux zones de publicité restreintes :

La ZPR 1 (en rouge sur le plan) couvre les secteurs qui méritent une protection renforcée comme le centre-ville et quarte axes pénétrants principaux. A savoir, l'Avenue de Verdun, l'Avenue Aristide Briand, l'Avenue Hoche et l'Avenue de la Division Leclerc. En ZPR1, seule la publicité sur mobilier urbain, avec une surface maximale de 2 mètres carrés et la publicité installée dans les chantiers.

La ZPR 2 (en blanc sur le plan) couvre le reste de la commune, non couverte par la ZPR1. En ZPR2, la publicité sur mur aveugle est autorisée mais limitée à 12 mètres carrés maximum. Elle doit être implantée à plus de 0,50 mètre de toute arête du mur. Cependant, elle est interdite sur les bâtiments habitation et sur les clôtures. La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est autorisée uniquement sur les unités foncières présentant au moins 14 mètres de façade, dans la limite de 12 mètres carrés de surface.

Une réglementation spécifique est fixée sur le domaine ferroviaire situé en dehors de la gare. Le RLP autorise au maximum 8 dispositifs de surface de 12 mètres carrés maximum dans les lieux spécifiés dans le RLP, à savoir :

- Au Pont sur la route de la Ferté Allais, un seul dispositif peut être implanté ;
- De part et d'autre du Pont sur la rue de Verdun, 1 seul dispositif peut être installé, les deux dispositifs admis devant être exploités sur matériel identique mono - pied et implantés au plus bas du talus, de manière à ne pas être visibles depuis la Grande rue, de l'autre côté du pont ;
- Les dispositifs consécutifs à l'un de ceux installés à ces deux franchissements, doivent être distants d'au moins 40 mètres.

La publicité lumineuse est autorisée en ZPR2, dans la limite d'une surface d'affichage de 8 mètres carrés.

La réglementation applicable aux enseignes s'applique sur l'ensemble du territoire d'Arpajon, excepté pour les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Le RLP fixe des prescriptions esthétiques pour l'implantation des enseignes sur les bâtiments, notamment le respect des éléments architecturaux. Pour les enseignes parallèles au mur, le RLP préconise que les enseignes ne dépassent pas des limites du mur et ne constitue par de saillie de plus de 0,25 mètre. Ces enseignes ne doivent pas dépasser les limites du niveau bas du 1^{er} étage.

Concernant les enseignes sur clôture, elles sont autorisées à raison d'un dispositif par établissement et par voie bordant l'activité. Elles ne peuvent excéder 0,50 mètre carré. Elles peuvent être implantées sur clôture aveugle ou non aveugle de manière indifférenciée.

Concernant les enseignes sur auvent ou marquise, elles sont interdites sur marquises mais autorisées sur auvent à raison de 0,40 mètre de hauteur maximum.

Concernant les enseignes perpendiculaires au mur, elles ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur, ni le bord supérieur des fenêtres du 1^{er} étage. Ces enseignes ne peuvent pas être installées devant une fenêtre ou un balcon. Elles doivent nécessairement être installées en rupture de façade. Elles sont limitées à une par voie bordant l'activité, sauf exceptions. La saillie de ces enseignes ne doit pas dépasser 1 mètre.

Les enseignes sur toiture ou terrasse e tenant lieu sont interdites en ZPR1 mais autorisées en ZPR2 dans la limite d'une seul par bâtiment et d'1,50 mètre de hauteur maximum.

Concernant les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles sont limitées à 1,20 mètre de largeur et 5 mètres de haut en ZPR1. Elles sont limitées à une par voie bordant l'activité.

En ZPR2, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 1,20 mètre de largeur et 5 mètre de hauteur. Et, comme en ZPR1 elles sont limitées à une par voie bordant l'activité. Toutefois, une unité foncière présentant au moins 14 mètres de façade, l'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol peut s'élever à 6 mètres de hauteur.

Bien que le RLP de 2007 comporte certaines lacunes, notamment en matière de publicité, et ne semble plus adapté à la réglementation actuelle (format de 12 mètres carrés sur toute la ZPR2, absence de règle régissant la publicité lumineuse sur toiture, absence de règle sur le numérique, etc.), ce RLP permet néanmoins de préserver les secteurs sensibles de la commune. En effet, la zone d'AVAP se trouve préserver des publicités de grand format et seule la publicité sur mobilier urbain et sur chantiers y est autorisée. Concernant les enseignes, le RLP met en place un certain nombre de règles reprises du code de l'environnement ainsi que des prescriptions esthétiques supplémentaires afin de privilégier les implantations qualitatives sur son territoire.

La loi Grenelle II a supprimé les zones de publicité retreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* ». La révision du présent RLP permettra donc de mettre en conformité ce document avec les évolutions législatives et réglementaires sur la publicité extérieure de 2010 et 2012.

Ville d'ARPAJON

Projet de règlement communal de la Publicité, des enseignes et pré-enseignes

Plan de zonage - 02 février 2007



Les zones de publicité restreinte n°1 et n°2 sont délimitées uniquement sur les lieux situés en agglomération

L é g e n d e



ZPR1 - zone de publicité restreinte 1 concerne des secteurs qui méritent une protection renforcée



ZPR2 - zone de publicité restreinte 2 concerne tout le territoire aggloméré hormis les secteurs situés en zone de publicité restreinte 1

5. Régime des autorisations et déclarations préalables

1) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- Les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- Les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

2) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

6. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

7. Les délais de mise en conformité

Le Code de l'environnement prévoit différents des délais de mise en conformité en fonction du type de dispositif concerné (publicité, préenseigne et enseigne) et en fonction de l'infraction constatée :

	Infractions au Code de l'environnement	Infractions au RLP
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de Juillet 2015.	Délais de 2 ans suite à l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de Juillet 2018..	Délais de 6 ans suite à l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

II. Diagnostic du parc d'affichage

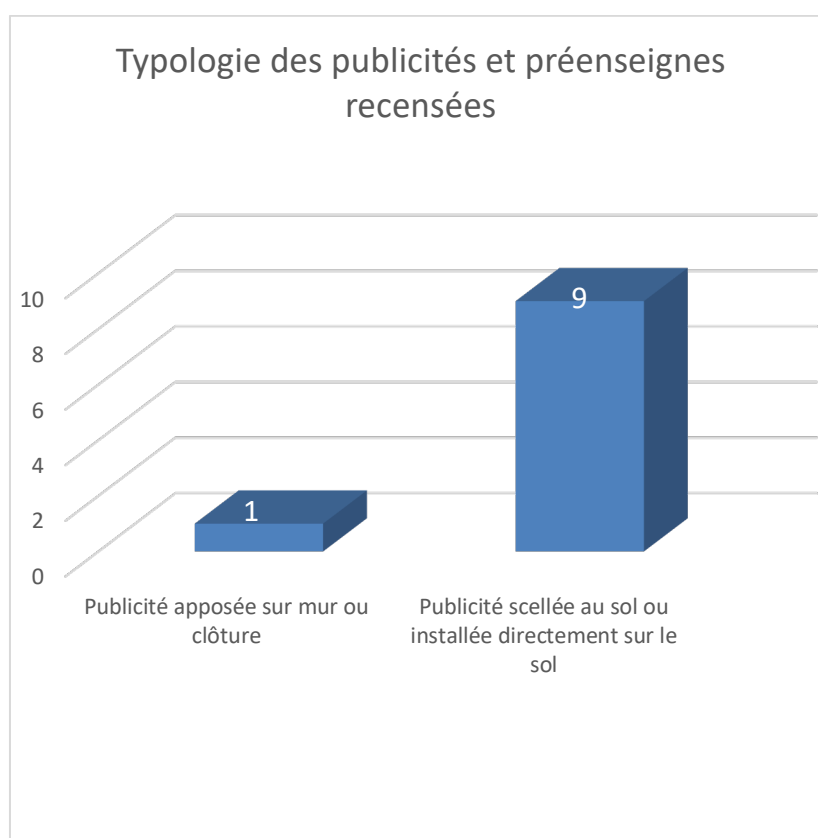
Un recensement exhaustif des publicités, et préenseignes situées sur la commune d'Arpajon a été effectué entre l'année 2015 et 2017. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

Seulement 10 dispositifs publicitaires ont été recensés sur le territoire communal, sans compter le mobilier urbain. Ces dispositifs représentent environ 85 m² de surface d'affichage au total.



Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes sur la commune d'Arpajon en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (90% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (10%), un seul dispositif a été relevé. Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage.

Le seul dispositif apposé sur mur sur le territoire d'Arpajon est une préenseigne située route de Limours. Il s'agit de la seule publicité apposée sur mur ou clôture. Cela s'explique par le fait que le RLP actuel d'Arpajon interdit ce type de publicité en sur la majorité de son territoire et de les autorise qu'enZPR2 et de manière limitative. Ces publicités sont autorisées uniquement sur mur aveugle de bâtiments autres que les murs de bâtiments d'habitation.

Le dispositif actuel est non seulement en infraction avec la réglementation nationale qui interdit aux publicités apposées sur mur ou clôture de dépasser des limites de ce mur ou de l'égout du toit (Art. R.581-26 du code de l'environnement) mais également à la réglementation locale qui interdit la publicité sur les murs de bâtiments d'habitations, les murs de clôtures, de soutènement même s'ils sont aveugles (Art. 2-3 du RLP), comme c'est le cas en l'espèce.

Au regard du parc publicitaire de la commune, seule la publicité apposée sur mur située route de Limours et en infraction. Les autres dispositifs respectent les règles issues du RLP de 2007 ainsi que les prescriptions du code de l'environnement.



Route de Limours, Arpajon.

Concernant la publicité apposée sur mobilier urbain, la commune d'Arpajon dispose de 2 types de mobiliers urbains supportant de la publicité, les abris destinés au public (ex : abris bus) et le mobilier urbain destiné à recevoir des informations générales ou locales, ou des œuvres artistiques (ex : panneaux d'information locale).



L'ensemble des dispositifs publicitaires sont conformes au RLP de 2007 excepté un abribus supportant de la publicité dans le site classé de la Porte de Paris. A l'heure actuelle, ledit dispositif a été déposé. Outre les règles issues de la publicité extérieure, le mobilier urbain doit également se conformer aux règles d'occupation du domaine public concernant les personnes à mobilités réduites.

La ville s'est également dotée d'un fléchage directionnel pour faciliter l'accès aux commerces et activités économiques locales. La présence de logotype sur ces dispositifs implique qu'ils relèvent plutôt du régime des préenseignes. Ces dispositifs sont fréquemment confondus avec la signalisation d'information locale (SIL) de par leur petit format et leurs caractéristiques visuelles similaires. Cependant, la SIL relève exclusivement du code de la route et non du code de l'environnement. A ce titre, la SIL ne peut supporter que des idéogrammes. De plus, toutes les activités ne peuvent pas être signalées par ce type de signalisation²⁶.



Rue de Bellevue

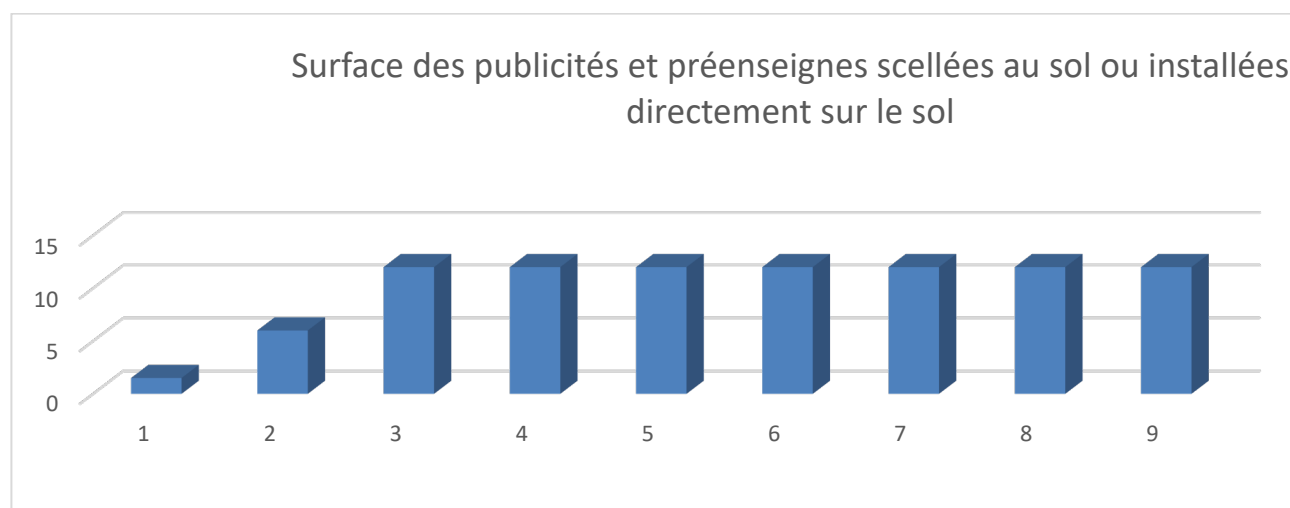


Exemple de SIL

²⁶ : Pour plus d'information : CERTU, "Signalisation d'information locale : guide technique", 2006.

La publicité lumineuse n'est pas présente sur la commune d'Arpajon. Les 10 publicités recensées sont toutes des publicités non lumineuses. Il faut savoir que plusieurs types de dispositifs lumineux existent au regard du code de l'environnement, dont les plus répandues sont les publicités éclairées par projection ou transparence. En termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

Le recensement a donc mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques. Une attention particulière pourra être portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national, lors de la révision du RLP.



On remarque que les dispositifs les plus nombreux (78 %) sont ceux dont la surface est égale à 12 m². Ce format correspond au maximum autorisé par le code de l'environnement pour la plupart des publicités. Les deux autres dispositifs ne dépassent pas 6 et 1,5 mètres carrés.

Quant à la publicité apposée sur mur, sa surface n'excède pas 2 mètres carrés.

Les dispositifs publicitaires recensés sont localisés principalement aux abords de la voie ferrée, sur la route d'Egly et la route de la Ferté Alias conformément au RLP de 2007. On note également la présence de quelques préenseignes situées à la sortie de la RN20.

Bien que la commune rencontre certaines difficultés dans l'application de son RLP de 2007, la réglementation nationale et locale sont relativement bien respectées. Lors de la révision du RLP, une simplification des règles ainsi que la prise en compte des nouveaux besoins de communication et des nouvelles technologies permettront de combler les lacunes du RLP actuel. La réglementation prendra soin de concilier aussi bien les besoins des acteurs économiques locaux que la préservation et la valorisation du cadre de vie de la commune d'Arpajon. La révision du périmètre de l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) d'Arpajon sera prise en compte par le RLP afin de mettre en place un zonage et une réglementation adaptée à la protection du patrimoine architectural de la ville, notamment si la commune souhaite réintroduire des dispositifs publicitaires dans cette zone.

2. Les caractéristiques des enseignes

Un échantillonnage d'enseignes a été réalisé sur le territoire communal afin de mettre en avant un état des lieux des enseignes représentatif du territoire arpajonnais.

Quatre types d'enseignes ont été recensées sur le territoire : les enseignes parallèles au mur, présentes sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Exemple d'enseignes parallèles au mur en lettres découpées et avec panneau de fond, Grande Rue, Arpajon

Les enseignes perpendiculaires au mur, qui ont globalement des surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Elles sont particulièrement présentes en centre-ville et peuvent avoir un impact plus important dans les rues étroites si leur saillie est importante ou leur implantation anarchique.



Exemple d'enseignes perpendiculaires au mur, Avenue de Verdun, Arpajon

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, qui ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support. Environ 8 enseignes, dont la surface est supérieure à 6 mètres carrés, ont été relevés sur Arpajon.

Pour les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré, elles peuvent être particulièrement problématiques en centre-ville, notamment en ce qui concerne les enseignes type chevalets ou stop-trottoirs. Ces enseignes scellées au sol ou installées sur le sol de petit format ne sont pas réglementées par le code de l'environnement. Leur nombre peut être particulièrement important et a pour effet de saturer les ruelles d'un point de vue paysager et en termes de mobilité. Il convient de préciser que ces dispositifs, lorsqu'ils sont apposés sur le domaine public, doivent être considérés comme des publicités ou des préenseignes. S'ils sont apposés sur le domaine privé ou s'exerce l'activité, on les considère comme des enseignes. En effet, constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. » L'immeuble est entendu au sens du Code civil, c'est-à-dire qu'il relève de l'unité foncière qui comprend aussi bien le bâti que le parcellaire (terrain). Sur le domaine public, ces dispositifs peuvent être considérés comme des enseignes seulement s'ils disposent d'une autorisation d'occupation du domaine public.



Exemple d'enseigne scellée au sol ou installé directement sur le sol de moins d'un mètre carré, Place du marché, Arpajon.



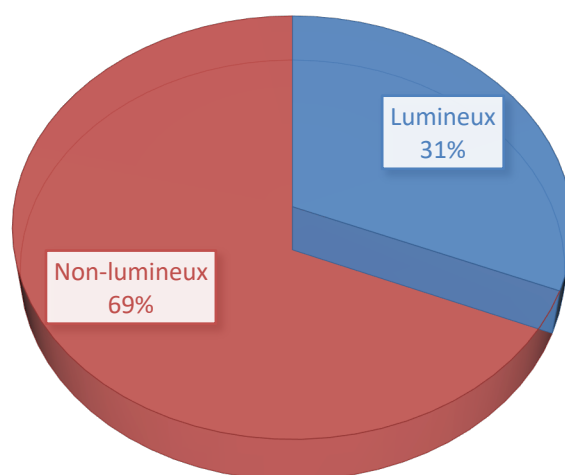
Exemple d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré,
Rue des Prés et Rue de Chevreuse, Arpajon

Enfin, le recensement a permis de relever quelques enseignes installées sur clôture. Ces enseignes peuvent avoir un impact paysager important surtout lorsqu'elles sont implantées sur clôture non aveugle, et peuvent obstruer certaines perspectives paysagères.



Exemples d'enseignes sur clôture non aveugles, Rue des Prés, Arpajon

LUMINOSITÉ DES ENSEIGNES



Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « *toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet* ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

Les enseignes lumineuses représentent environ 31% des enseignes recensées. Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.

Aucune enseigne numérique n'a été localisée sur le territoire communal. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Les enseignes sont principalement localisées en centre-ville (notamment les enseignes parallèle et perpendiculaire au mur). Les autres types d'enseignes (les enseignes sur clôtures et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de grand format) sont plutôt situées aux abords de la RN20 et sur les zones d'activités économiques de la commune.

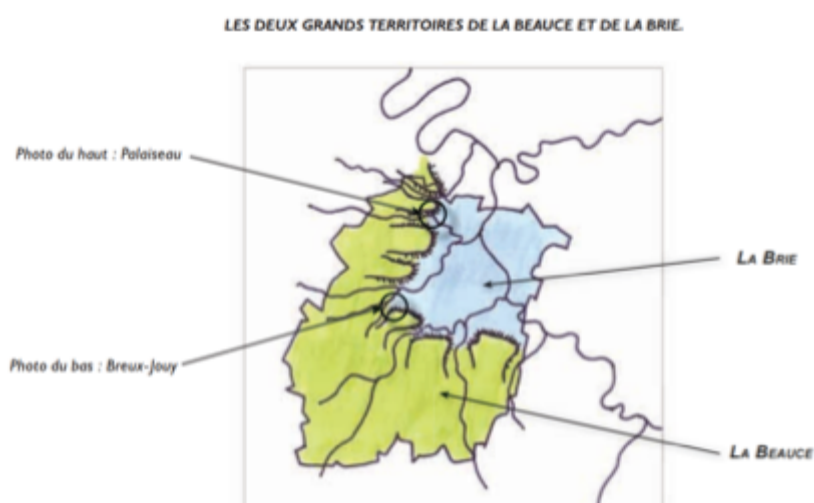
III. Problématiques en matière de publicité extérieure

1. Contexte paysager

Située dans le Bassin Parisien, la commune d'Arpajon se trouve au cœur de l'Essonne. Les paysages distincts composant l'Essonne : le Vexin, le Valois, la Brie, le Gâtinais, la Beauce et le Mantois sont délimités par les grandes vallées qui ont façonné la morphologie du Territoire de l'Essonne.

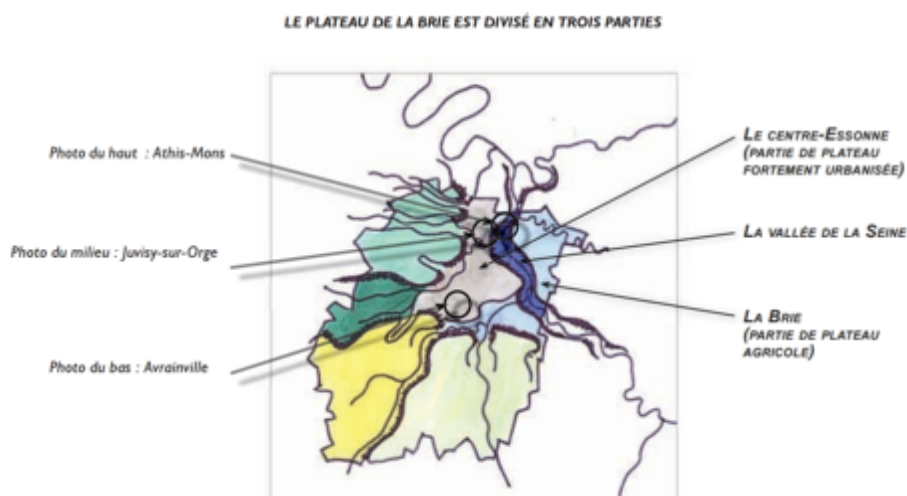
A ce jour, l'Essonne est fortement marquée par un paysage agricole et forestier, cependant le nord de l'Essonne offre « une typologie extraordinairement diverse de paysages urbains »²⁷. La diversité de ces paysages se traduit par la division de l'Essonne en deux grands territoires :

- La Beauce ;
- La Brie.



Guide des Paysages urbains et naturels de l'Essonne, Tome 1 : Diagnostic, CAUE Essonne, p.17.

Arpajon fait partie intégrante du territoire de la Brie qui se divise lui-même en 3 territoires distincts :

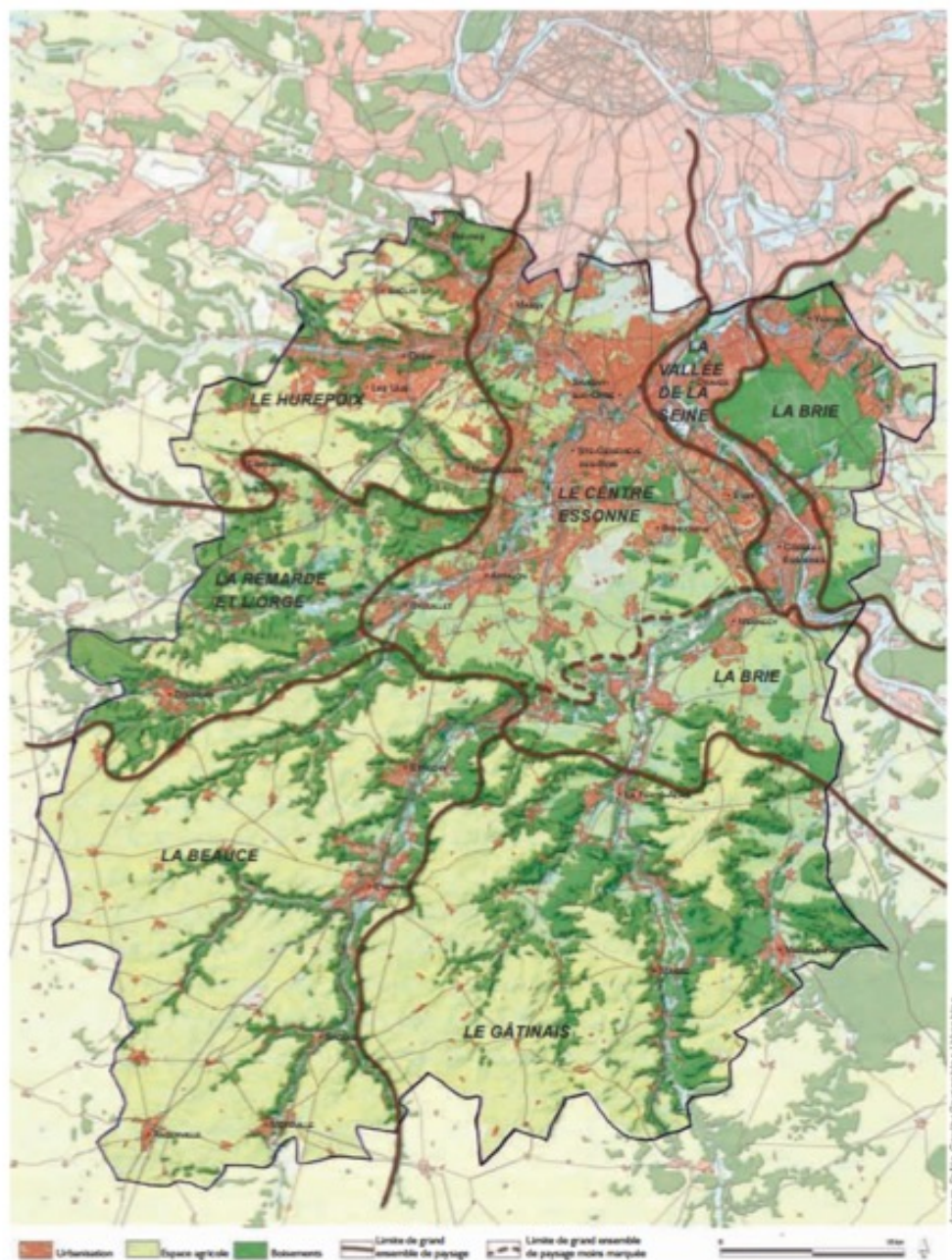


Guide des Paysages urbains et naturels de l'Essonne, Tome 1 : Diagnostic, CAUE Essonne, p.19.

²⁷ : Guide des Paysages urbains et naturels de l'Essonne, Tome 1 : Diagnostic, CAUE Essonne, p.14.

Il ressort alors que la commune d'Arpajon appartient au territoire du Centre-Essonne caractérisé par un plateau fortement urbanisé. De cette division territoriale, ressort 7 entités paysagères dont le paysage urbain du centre-Essonne incluant la commune d'Arpajon.

LES SEPT GRANDS ENSEMBLES DE PAYSAGES ESSONNIENS



Guide des Paysages urbains et naturels de l'Essonne, Tome 1 : Diagnostic, CAUE Essonne, p.21.

Arpajon appartient à la sous-entité paysagère de l'Arpajonnais situé au centre du département de l'Essonne et caractérisé par des paysages plus urbanisés et des pôles urbains forts dont Arpajon. Arpajon est marqué par un patrimoine architectural important mis en valeur par la création d'une aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) couvrant notamment le centre-ancien de la commune.

L'Atlas des paysages de l'Essonne met en avant plusieurs enjeux paysagés dont :

- Des coupures très fortes par les infrastructures des quartiers urbanisés ;
- Des espaces agricoles morcelés ou enclavés et sous forte pression urbaine ;
- Un paysage peu qualifiant depuis les voies de transit avec une urbanisation linéaire et zones d'activités le long des infrastructures routières notamment la RN 20.

La réglementation nationale sur la publicité extérieure a pour objectif principal la préservation et la valorisation du cadre de vie et des paysages. La réglementation sur la publicité extérieure est donc en corrélation avec les enjeux fixés par l'atlas des paysages.

2. Enjeux liés à la publicité extérieure

Le Code de l'environnement est parfois insuffisant pour résorber certaines pollutions visuelles entraînées par la publicité extérieure. Ainsi, au-delà de la réglementation nationale actuellement en vigueur sur le territoire d'Arpajon, il apparaît que la révision du RLP est adaptée aux enjeux et problématiques locales actuelles. Le RLP pourra appréhender au plus près les problématiques locales mise en avant par le diagnostic de territoire et résorber les problématiques du territoire.

Le diagnostic identifie notamment les enjeux suivants :

Enjeu n°1 : Valoriser les entrées de ville et les abords de la voie ferrée en réduisant l'impact des dispositifs publicitaires

Le format des publicités (et préenseignes) notamment scellées au sol ou installées directement sur le sol est parfois importante aux abords des entrées de ville et de manière générale le long de la voie ferrée, et plus particulièrement le long de la route d'Egly.



Dispositifs scellés au sol, ou installés directement sur le sol, implantés le long de la voie ferrée, Route d'Egly, Arpajon



Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol implanté en entrée de ville et le long de la voie ferrée, Route de la Ferté Alais et Route d'Egly, Arpajon

On retrouve également des dispositifs temporaires de très grands formats implantés sur le reste du territoire.



Dispositif temporaire scellé au sol ou installée directement sur le sol, RN20 et route de Limours, Arpajon

Enjeu n°2 : Améliorer la qualité des enseignes en centre-ville, notamment les enseignes parallèles au mur et les enseignes perpendiculaires au mur

Engager une réflexion sur la place des enseignes sur les secteurs à enjeux paysagers et/ou patrimoniaux afin d'éviter la dégradation et la banalisation des paysages de la commune d'Arpajon, tout en prenant en compte les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.



Préserver le centre-ville d'implantation peu qualitatives comme les façades saturées d'enseignes, rue Guinchard et Boulevard Abel Cornaton, Arpajon



Préserver le centre-ville d'implantations peu qualitatives comme les façades saturées d'enseignes et les dispositifs non-conformes (enseigne parallèle au mur dépassant des limites du mur, art. R.581-60 du code de l'environnement), Avenue de Verdun et rue Gambetta, Arpajon.



Eviter le cumul d'enseignes perpendiculaire sur une même activités, Grande Rue, Arpajon



Privilégié l'alignement des enseignes perpendiculaire avec les enseignes parallèles au mur, notamment pour les activités s'exerçants en rez-de-chaussée pour mettre en valeur le patrimoine architectural de la commune (enseigne n°1 dépassant des limites du mur, art. R.581-61 du code de l'environnement), Boulevard Jean Jaurès et Grande rue, Arpajon.

Enjeu n°3 : Encadrer les enseignes des zones d'activités de la commune

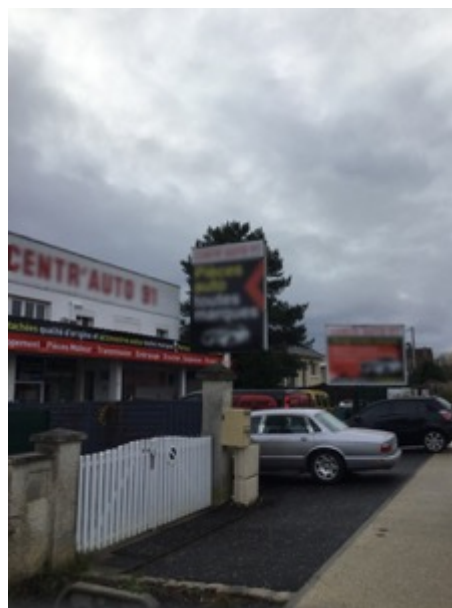
Adapter la réglementation sur les enseignes dans la zone d'activité afin de limiter l'impact de certaines enseignes. Dans le cadre du RLP, certaines catégories d'enseignes avec un fort impact paysager pourraient être encadrées comme les enseignes sur toiture ou terrasse en en tenant lieu, les enseignes sur clôtures, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de grand format, ou encore les enseignes numériques (bien qu'aucune enseigne numérique ne soit actuellement recensée sur le territoire d'Arpajon).



Enseigne parallèle au mur dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit (Art. R.581-60 du code de l'environnement) et cumul d'enseignes sur clôture, Route de Limours, Arpajon.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la limitation en nombre posée par le code de l'environnement (art. R581-64 du code de l'environnement), Rue des Champs, Arpajon.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la limitation en nombre posée par le code de l'environnement (art. R581-64 du code de l'environnement), Route de Limours et Avenue de Verdun, Arpajon.

Enjeu n°4 : Privilégier les implantations qualitatives d'enseignes dans le paysage urbain d'Arpajon.

Plusieurs enseignes qualitatives ont été relevées dans le centre-ville d'Arpajon. Leur localisation correspond au Site Patrimonial Remarquable (SPR – Aire de Mise en Valeur du Patrimoine – AVAP) de la commune. Dans sa révision, le RLP pourra préconiser certaines prescriptions esthétiques ou des règles d'implantations particulières pour privilégier ce type d'enseignes sur le territoire.



Enseigne perpendiculaire au mur en fer forgé, Place du Marché, Arpajon



Enseignes respectueuses de l'architecture des bâtiments sur lesquels elles sont apposées, Grande rue et Place du Marché, Arpajon



Enseignes sobres et respectueuses de l'architecture des bâtiments sur lesquels elles sont apposées, rue Victor Hugo et Grande rue, Arpajon.

IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Par la délibération du 30 avril 2014, prescrivant la révision du règlement local de publicité de la ville d'Arpajon, la commune a fixé les objectifs suivants :

- Procéder à un recensement global des supports de publicités existants ;
- Concilier, autant que faire se peut, les demandes des acteurs économiques de la commune soumis à d'importants enjeux économiques avec l'impérieuse nécessité de préserver l'environnement bâti et naturel ;
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseigne et de publicité liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de l'information et de la communication ;
- Elaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion, et de qualité des dispositifs publicitaires et d'enseignes afin de les rendre cohérents avec la signalisation d'information locales ;
- Préserver le cadre de vie en encadrant d'avantage les dispositifs de préenseignes, d'enseignes et de publicités pour protéger les espaces naturels et les paysages ;
- Conforter et valoriser le tissu économique local, notamment les commerces et les zones d'activités ;
- Permettre la rénovation et la valorisation du centre-ville pour le rendre plus attractif et améliorer le rayonnement de la commune ;
- Associer durablement les Arpajonnais et les acteurs locaux au projet d'aménagement urbain et à sa mise en œuvre ;
- Intégrer les nouvelles dispositions législatives et réglementaires, et anticiper leurs évolutions.

2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la commune a retenu les orientations suivantes :

Orientation n°1 : Encadrer les enseignes dans le centre-ville et sur le Site Patrimonial Remarquable d'Arpajon (Aire de Mise en Valeur du Patrimoine – AVAP) et notamment les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré ou encore les enseignes perpendiculaires au mur qui peuvent nuire à la qualité de ces espaces sensibles.

Orientation n°2 : Limiter l'impact de la publicité et des préenseignes en renforçant la règle de densité publicitaire et/ou les formats des dispositifs plus particulièrement aux abords de la voie ferrée (Route d'Egley, Route de la Ferté Alais, etc.), au niveau des entrées de ville et aux abords des zones d'activités.

Orientation n°3 : Réintroduire la publicité apposée sur mobilier urbain au sein du Site Patrimonial Remarquable d'Arpajon afin de préserver le patrimoine du centre-ville tout en mettant en place une réglementation adaptée aux évolutions de ce secteur.

Orientation n°4 : Réglementer et valoriser les enseignes sur la zone d'activités de Belles vues au nord-ouest de la commune et notamment les enseignes scellées au sol, sur toiture et sur clôture impactant fortement le paysage urbain.

Orientation n°5 : Encadrer les dispositifs publicitaires particuliers comme les dispositifs numériques, ou encore les bâches publicitaires sur l'ensemble du territoire afin d'éviter les implantations peu qualitatives et agressives pour le paysage urbain.

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire d'Arpajon. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) : Elle couvre le périmètre du Site Patrimonial Remarquable de la commune, l'Avenue de Verdun et l'Avenue de la Division Leclerc. La commune a fait le choix d'étendre cette zone aux Avenues de Verdun et de la Division Leclerc pour pérenniser les acquis du RLP de 2007 ;
- La zone de publicité n°2 (ZP2) : Elle couvre la zone agglomérée de la commune en dehors des autres zones citées ;
- La zone de publicité n°3 (ZP3) : Elle couvre les zones d'activités de la commune, situées au nord-ouest du territoire, aux abords de la RN20.

Les secteurs situés en dehors des 3 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception²⁸.

Par ailleurs, conformément à l'arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016, confirmé par un second arrêt du 8 novembre 2017²⁹, les surfaces maximales évoquées ci-après pour les publicités et préenseignes, doivent s'entendre comme étant des surfaces maximales « hors tout », comprenant non seulement la surface d'affichage mais également l'encadrement des dispositifs publicitaires.

Un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy³⁰, a également précisé qu'« il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique » dans le cadre de l'application de la règle de densité.

Au regard des caractéristiques patrimoniales de la ZP1 (Site Patrimonial Remarquable et Avenues de Verdun et de la Division Leclerc), la commune a décidé

- D'une part, de déroger à l'interdiction de publicité sur le secteur du Site Patrimonial Remarquable en réintroduisant uniquement la publicité apposée sur mobilier urbain de manière limitative ;
- Et d'autre part, d'interdire tout type de publicité excepté la publicité apposée sur mobilier urbain sur les Avenues de Verdun et de la Division Leclerc, déjà préservées au titre de l'ancienne réglementation locale³¹.

L'objectif de ces règles est de pérenniser la protection de l'Avenue de Verdun et de l'Avenue de la Division Leclerc et de permettre à la collectivité de maintenir les infrastructures existantes tout en préservant le patrimoine historique et architectural du centre-ville. Dans cette zone, la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par

²⁸ Cf. p. 25 du présent rapport de présentation, concernant les préenseignes dérogatoires.

²⁹ : CE, 20 octobre 2016, n°395494 et CE 8 novembre 2017, n°408801.

³⁰ CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986

³¹ Cf. p. 35 du présent rapport de présentation, concernant la réglementation locale.

la réglementation nationale³² excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou locale, ou des œuvres artistiques. La commune a donc décidé de limiter la surface de ce type de publicité apposée sur mobilier urbain à 4 mètres carrés et 6 mètres de hauteur.

En ZP2 (zone agglomérée), la commune a décidé d'interdire les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu, les bâches publicitaires et les publicités numériques. Cette règle a pour but d'entériner un état de fait sur ce secteur et d'interdire l'implantation de dispositifs particulièrement impactants pur le cadre de vie des Arpajonnais.

Afin d'éviter un impactant outrancier sur ce secteur à dominante d'habitat et d'équipement, la commune a choisi d'encadrer strictement les dispositifs publicitaires. A ce titre, la commune a donc décidé de limiter les surfaces des publicités apposées sur mur ou clôture et des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol à 4 mètres carrés et 6 mètres carrés de hauteur. La commune a également ajouté des prescriptions esthétiques :

- L'implantation des publicités apposées sur mur ou clôture doit être faite à moins de 0,5 mètre des arêtes du mur ou de la clôture ;
- Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol doivent nécessairement recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée, si le dispositif ne comporte qu'une seule face d'affichage.

Outre ces prescriptions, la commune a décidé de renforcer la règle de densité applicable sur la zone de publicité n°2 (ZP2) pour permettre l'implantation d'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières supérieures ou égales 20 mètres linéaires.

Enfin, la commune a choisi d'encadrer la publicité sur mobilier urbain. Comme en ZP1 (Site Patrimoine Remarquable et Avenues de Verdun et de la Division Leclerc), la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale³³ excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou locale, ou des œuvres artistiques. La publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 4 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. Cette règle permet d'harmoniser les surfaces et les hauteurs entre les dispositifs publicitaires et de maintenir les infrastructures existantes.

En ZP3 (zones d'activités), la commune a décidé de mettre en place une réglementation plus permissive que dans les autres secteurs compte tenu des caractéristiques économiques et commerciales de cette zone. A ce titre, seule la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite sur cette zone. En matière de publicités et préenseignes, les publicités apposées sur mur ou clôture et des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. L'objectif est de faciliter la signalisation des acteurs économiques locaux sans dénaturer le cadre de vie de la collectivité. La commune a notamment veillé à harmoniser les hauteurs des dispositifs publicitaires entre la zone agglomérée (ZP2) et les zones d'activités (ZP3). Les prescriptions esthétiques applicables en zone agglomérée (ZP2), le sont également dans les zones d'activités (ZP3) afin de privilégier l'implantation de dispositifs publicitaires qualitatifs sur le territoire.

³² : Article R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement.

³³ : Article R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement

La commune a également renforcé la règle de densité applicable sur la zone de publicité n°3 (ZP3), dans les mêmes conditions qu'en ZP2 (zone agglomérée). La règle de densité du RLP, limite les implantations à un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières est supérieures ou égales 20 mètres linéaires.

La commune autorise en zones d'activités (ZP3), les publicités numériques et les bâches publicitaires. Elle encadre les publicités numériques en limitant leur surface à 4 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. Quant aux bâches publicitaires, leur surface est limitée à 4 mètres carrés. L'objectif de ces règles est de permettre l'installation de ce type de publicité tout en limitant leur impact sur les paysages de la commune.

Enfin, la commune a choisi d'encadrer la publicité sur mobilier urbain. Comme en ZP1 (Site Patrimoniale Remarquable et Avenues de Verdun et de la Division Leclerc) et ZP2 (zone agglomérée), la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale³⁴ excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou locale, ou des œuvres artistiques. La publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. Là encore, la commune a choisi d'harmoniser les surfaces et les hauteurs entre les dispositifs publicitaires pour simplifier l'instruction et maintenir les infrastructures existantes.

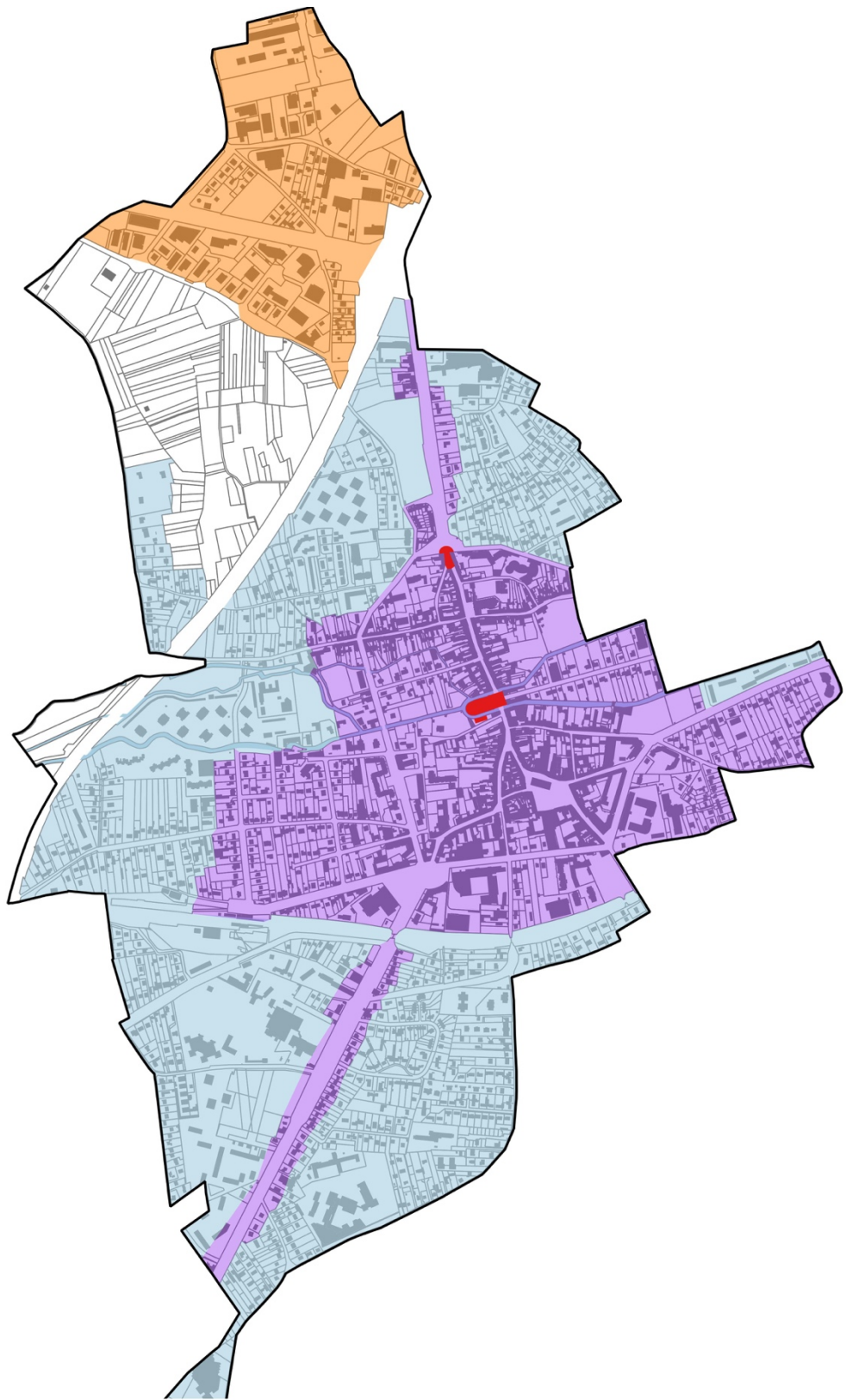
L'ensemble des publicités et préenseignes sont soumises à la plage d'extinction nocturne entre 23h00 et 06h00 afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la réglementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement³⁵.

Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous :

³⁴ : Article R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement

³⁵ Cf. p. du rapport de présentation concernant les règles applicables à la publicité apposée sur mobilier urbain



Légende

- Zone de publicité n°1 (ZP1) : Zone d'AVAP élargie
- Zone de publicité n°2 (ZP2) : Zone agglomérée
- Zone de publicité n°3 (ZP3) : Zone d'activités
- Sites classés (publicité interdite)

0 100 200 m

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Afin de prendre en compte les besoins du territoire et dans un souci de cohérence, le zonage choisi pour les enseignes, a été différencié de celui applicable à la publicité et aux préenseignes. Ainsi, les zones d'enseignes sont définies de la manière suivante :

- La zone d'enseigne n°1 (ZE1) : Elle couvre le périmètre du Site Patrimonial Remarquable de la commune, l'Avenue de Verdun et l'Avenue de la Division Leclerc et la zone agglomérée de la commune. Il s'agit du regroupement de la ZP1 et de la ZP2, applicable aux publicités et préenseignes ;
- La zone d'enseigne n°2 (ZE2) : Elle couvre les zones d'activités de la commune, situées au nord-ouest du territoire, aux abords de la RN20.

Sur la ZE1 (Périmètre du Site Patrimonial Remarquable de la commune, l'Avenue de Verdun et l'Avenue de la Division Leclerc et la zone agglomérée), la commune a souhaité préserver son patrimoine bâti et architectural. A ce titre, elle a interdit les enseignes sur :

- les arbres ;
- les marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu.

Les enseignes numériques sont également interdites en ZE1 (Périmètre du Site Patrimonial Remarquable de la commune, l'Avenue de Verdun et l'Avenue de la Division Leclerc et la zone agglomérée).

Afin de valoriser le patrimoine architectural et bâti du territoire, la commune a choisi d'encadrer les enseignes sur auvents, en les limitant à 0,40 mètre de hauteur. Les enseignes parallèles au mur ne doivent pas dépasser des limites du plancher du 1er étage pour les activités exercées en rez-de-chaussée. L'objectif de ces règles est de pérenniser les effets de la réglementation locale de 2007³⁶ et de valoriser le patrimoine de la commune.

Quant aux enseignes perpendiculaires au mur, elles sont limitées à une par voie bordant l'activité. Leur format est également encadré afin d'éviter l'impact néfaste de ce type d'enseigne dans les rues étroites du centre-ancien. Ces enseignes sont limitées à 0,80 mètre de saillie et 1 mètre de hauteur. Elles ne peuvent être implantées à moins de 2,3 mètres de hauteur et, si le respect de cette règle le permet, elles doivent également être implantées au même niveau que l'enseigne parallèle au mur. L'objectif de cette règle est de valoriser les perspectives paysagères des bâtiments sur lesquels elles sont apposées.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré, la commune a décidé de maintenir les prescriptions de son ancienne réglementation locale, à savoir limiter la hauteur de ces dispositifs à 5 mètres et leur largeur à 1,2 mètre. La commune a également choisi d'encadrer la surface de ces dispositifs, ils ne peuvent excéder 6 mètres carrés. A noter que les caractéristiques du centre-ville permettent d'exclure presque totalement l'implantation de ce type de dispositif. En effet, pour être qualifiés d'enseigne, ces dispositifs doivent être

³⁶ Cf. p.35 du présent rapport de présentation, concernant la réglementation locale.

implantés sur l'unité foncière sur laquelle s'exerce l'activité signalée. Malgré tout, la commune souhaite prévoir le cas de commerces situés en retrait de la voie pour lesquels une indication de ce type serait nécessaire au signalage de leur activité.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré sont limitées en nombre à un dispositif par voie bordant l'activité et 1,5 mètre de hauteur. Cette règle permet de limiter l'implantation anarchique de ces petits dispositifs non réglementés par le code de l'environnement. Contrairement à la ZE1 (Périmètre du Site Patrimonial Remarquable de la commune, l'Avenue de Verdun et l'Avenue de la Division Leclerc et la zone agglomérée), en ZE2 (zones d'activités), la commune a choisi de limiter ces dispositifs à deux par voie bordant l'activité pour permettre aux commerces des zones d'activités de signaler leurs différents services (Drive, entrée, réception, etc.) en évitant de saturer l'information.

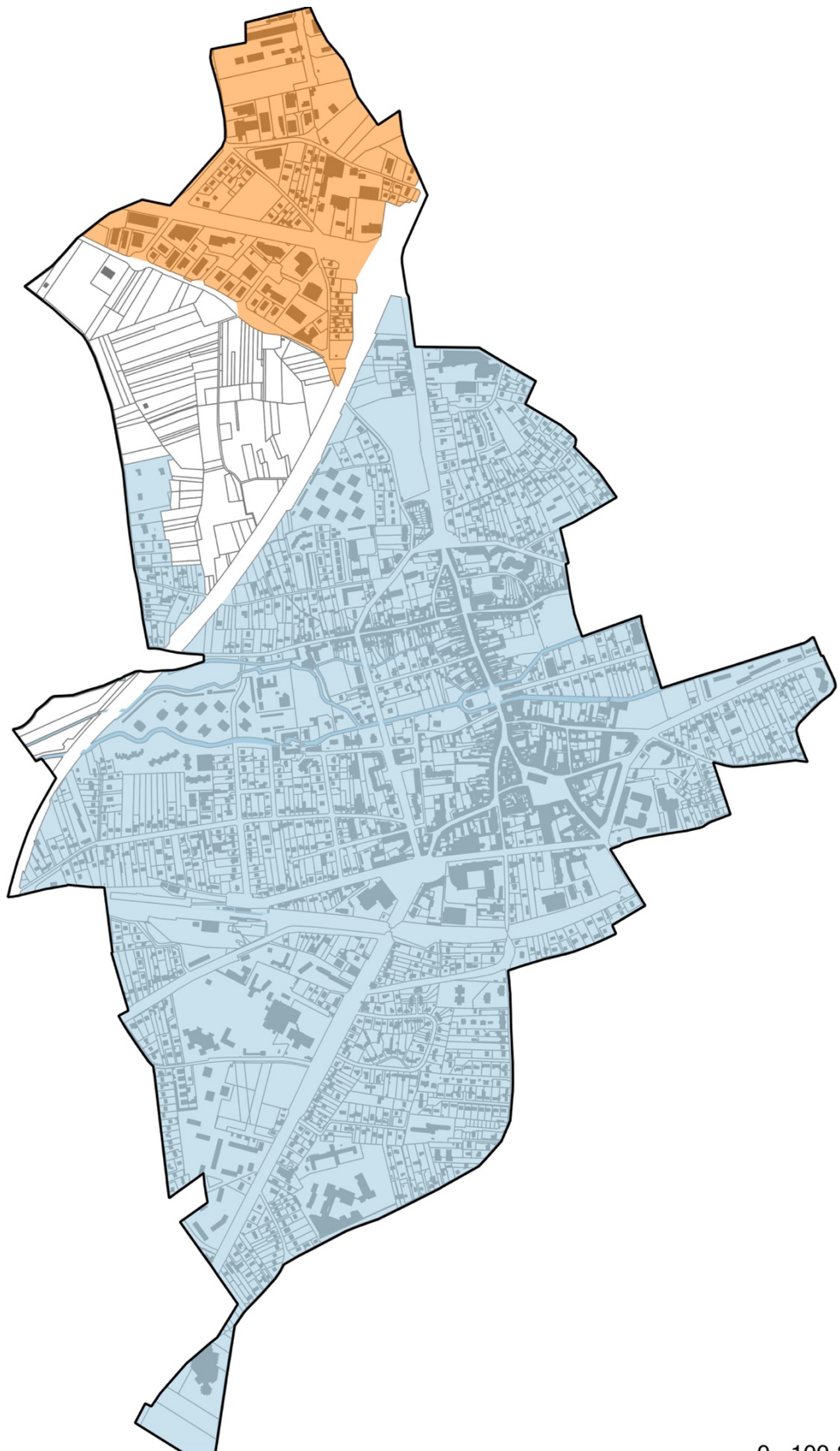
En ZE1 (Périmètre du Site Patrimonial Remarquable de la commune, l'Avenue de Verdun et l'Avenue de la Division Leclerc et la zone agglomérée), la commune a souhaité réglementer les enseignes sur clôture en limitant leur nombre à une par voie bordant l'activité et 0,5 mètre carré maximum. Ces dispositifs, comme les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré, ne sont pas encadrés par le code de l'environnement. L'objectif de cette réglementation est de permettre l'implantation de ce type de dispositifs notamment pour les autoentrepreneurs. Contrairement à la ZE1 (Périmètre du Site Patrimonial Remarquable de la commune, l'Avenue de Verdun et l'Avenue de la Division Leclerc et la zone agglomérée), en ZE2 (zones d'activités), la commune a choisi de limiter ces dispositifs à deux par voie bordant l'activité et 1 mètre carré. La commune a choisi d'être plus permissive en zones d'activités tout en limitant l'impact de ces dispositifs sur le cadre de vie.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, claquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 23h00 et 06h00 pour harmoniser et préserver le paysage nocturne.

La commune a également réglementé les enseignes hors agglomération. En effet, les enseignes implantées hors agglomération sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes installées en ZE1 (site patrimonial remarquable de la commune, l'Avenue de Verdun et l'Avenue de la Division Leclerc et la zone agglomérée de la commune).

L'ensemble de ces règles ont été établi de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Enfin, le règlement local de publicité encadre également l'utilisation de dispositif temporaire.



Légende

- Zone d'enseigne n°1 (ZE1) : Zone d'AVAP élargie et zone agglomérée
- Zone d'enseigne n°2 (ZE2) : Zone d'activités

0 100 200 m