

Département de l'Essonne

Commune Le Plessis-pâté

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

Version approuvée



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 de préenseignes	12
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	21
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes.....	22
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires.....	29
e) La réglementation locale	30
5. Régime des autorisations et déclarations préalables	33
6. Les compétences en matière de publicité extérieure	34
7. Les délais de mise en conformité	35
 II. Diagnostic du parc d'affichage	 36
1. Les publicités et préenseignes	36
2. Les enseignes	47
 III. Enjeux en matière de publicité extérieure	 59
 IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	 61
1. Les objectifs.....	61
2. Les orientations.....	61
 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	65
---	----

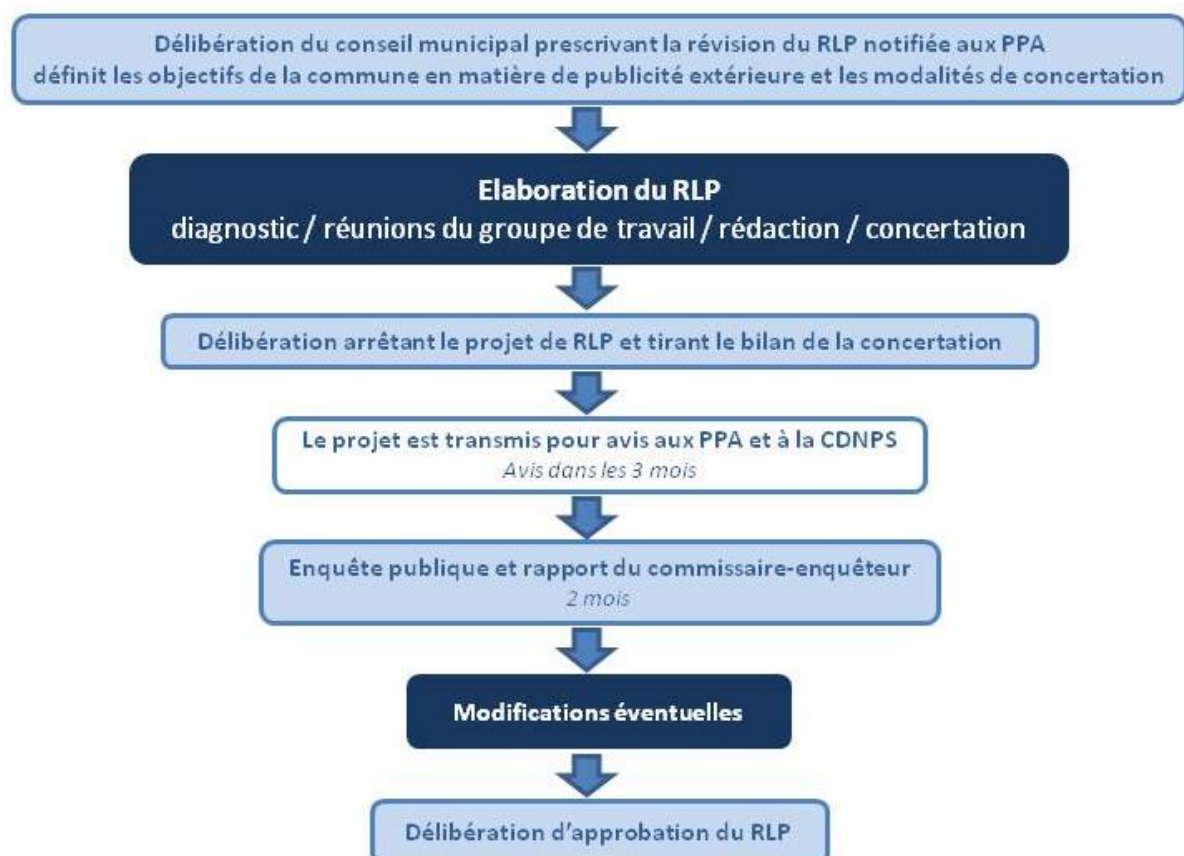
Introduction

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 refondé 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 Ier 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.

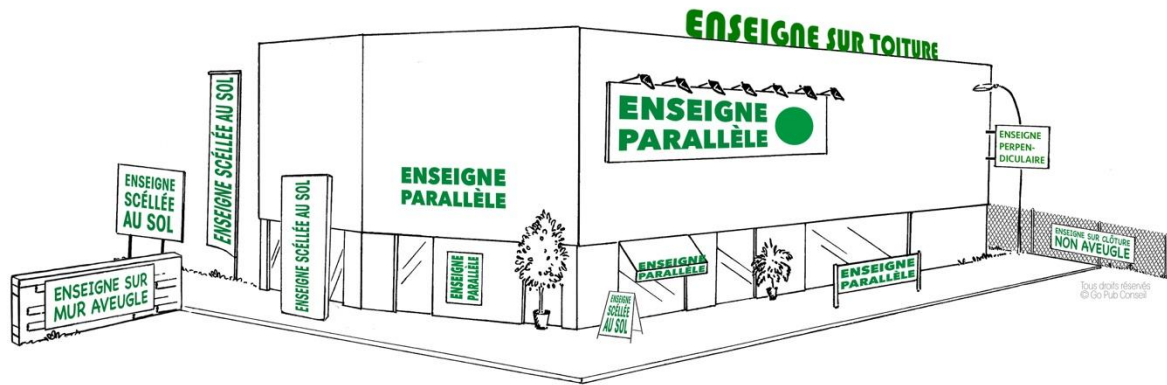
Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

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

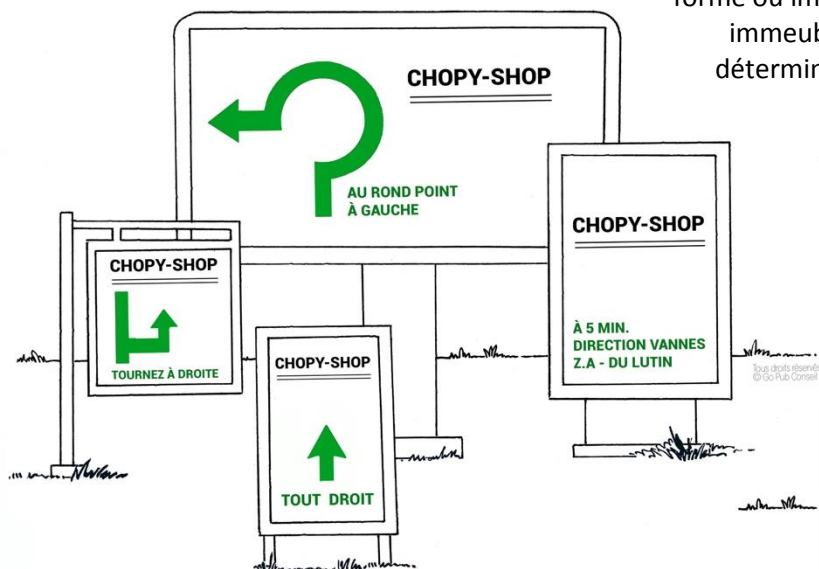
- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations 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, au règlement local de publicité.

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.

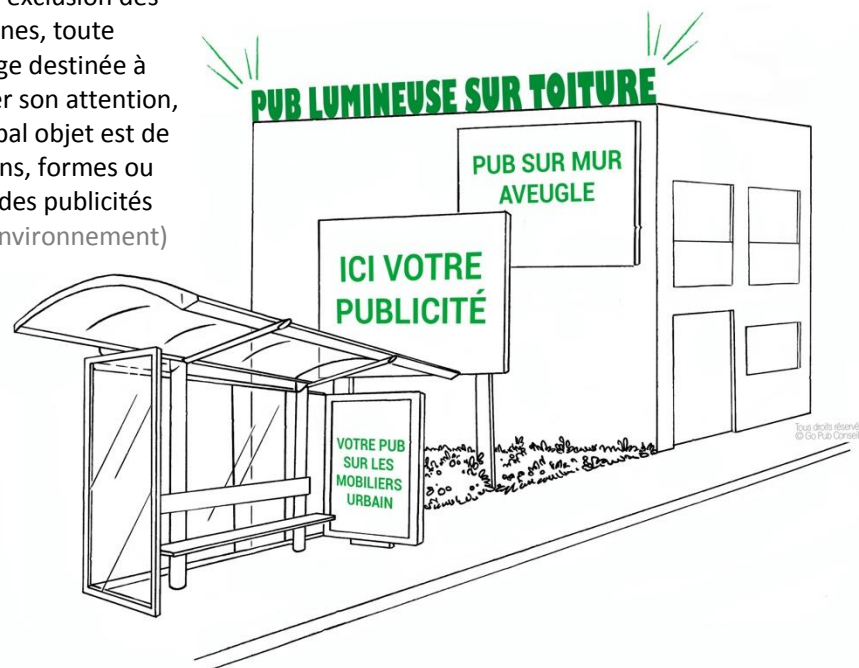
Une **enseigne** constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce (Art. L.581-3 du Code de l'environnement)



Une **préenseigne** constitue toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce une activité déterminée (Art. L.581-3 du Code de l'environnement)



Une **publicité** constitue, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités (Art. L.581-3 du Code de l'environnement)



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

La commune du Plessis-pâté est située dans le département de l'Essonne dans la région d'Île-de-France. Elle compte 3 987 habitants².

La commune fait également partie, depuis le 1^{er} janvier 2016, de la Communauté d'Agglomération Cœur d'Essonne Agglomération, née de la fusion de la Communauté d'Agglomération du Val d'Orge et la Communauté de commune de l'Arpajonnais, qui regroupe 21 communes et compte plus de 195 819 habitants³.

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 interdite⁴. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité⁵, 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.

² Données démographiques issues du recensement 2015 de l'INSEE

³ Idem

⁴ Article L581-7 du code de l'environnement

⁵ Article L581-19 du code de l'environnement

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 10 706 072 habitants⁶.

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.

⁶Données démographiques issues du recensement 2015 de l'INSEE

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

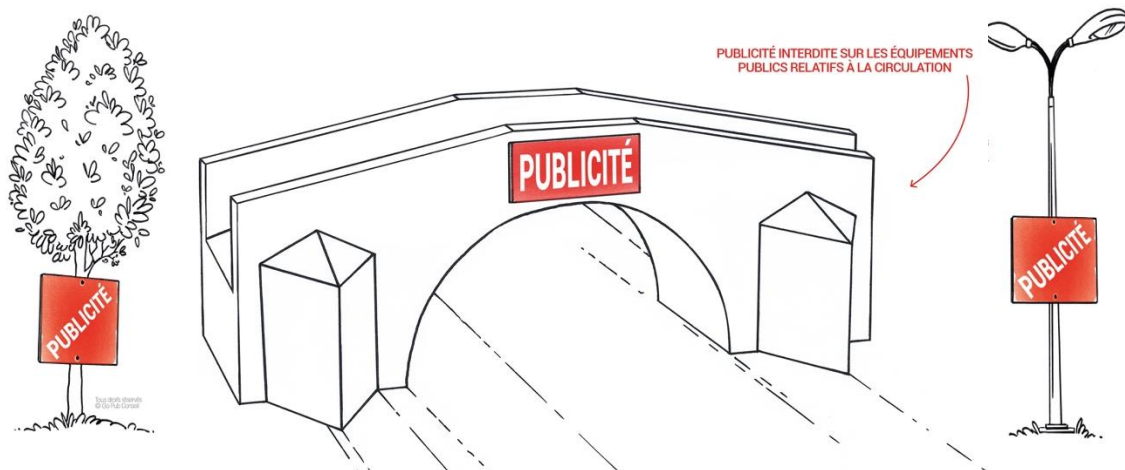
a) Les interdictions absolues⁷

Pour rappel, les interdictions absolues de publicité instituées par le code de l'environnement ne peuvent pas être levées, et cela même par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur le territoire.

A ce titre, la commune du Plessis-Pâtée est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur les arbres mais également :

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 ;

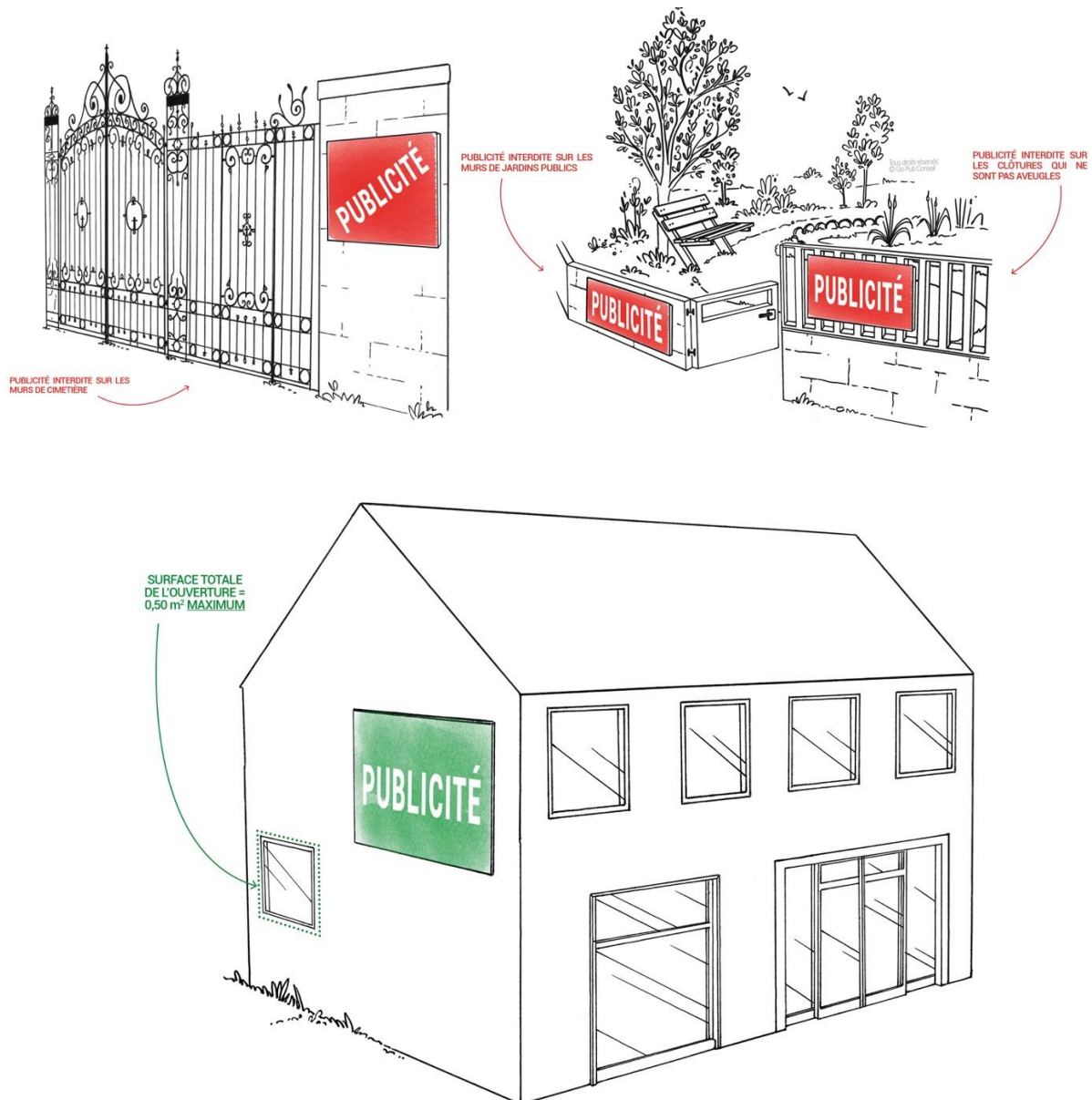


⁷ Article L581-4 du code de l'environnement

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 public⁸.



⁸ Article R581-22 du code de l'environnement

b) Les interdictions relatives⁹

Contrairement aux interdictions absolues de publicité, les interdictions relatives peuvent être levées par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur le territoire.

La commune du Plessis-Pâté n'est concernée pas aucune interdiction relative de publicité.

⁹ Article L581-8 du code de l'environnement

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 moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et de 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 exploitent¹⁰.

Interdiction

Sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

- la publicité sur les bâches (de chantier ou publicitaires),
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹¹ 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.

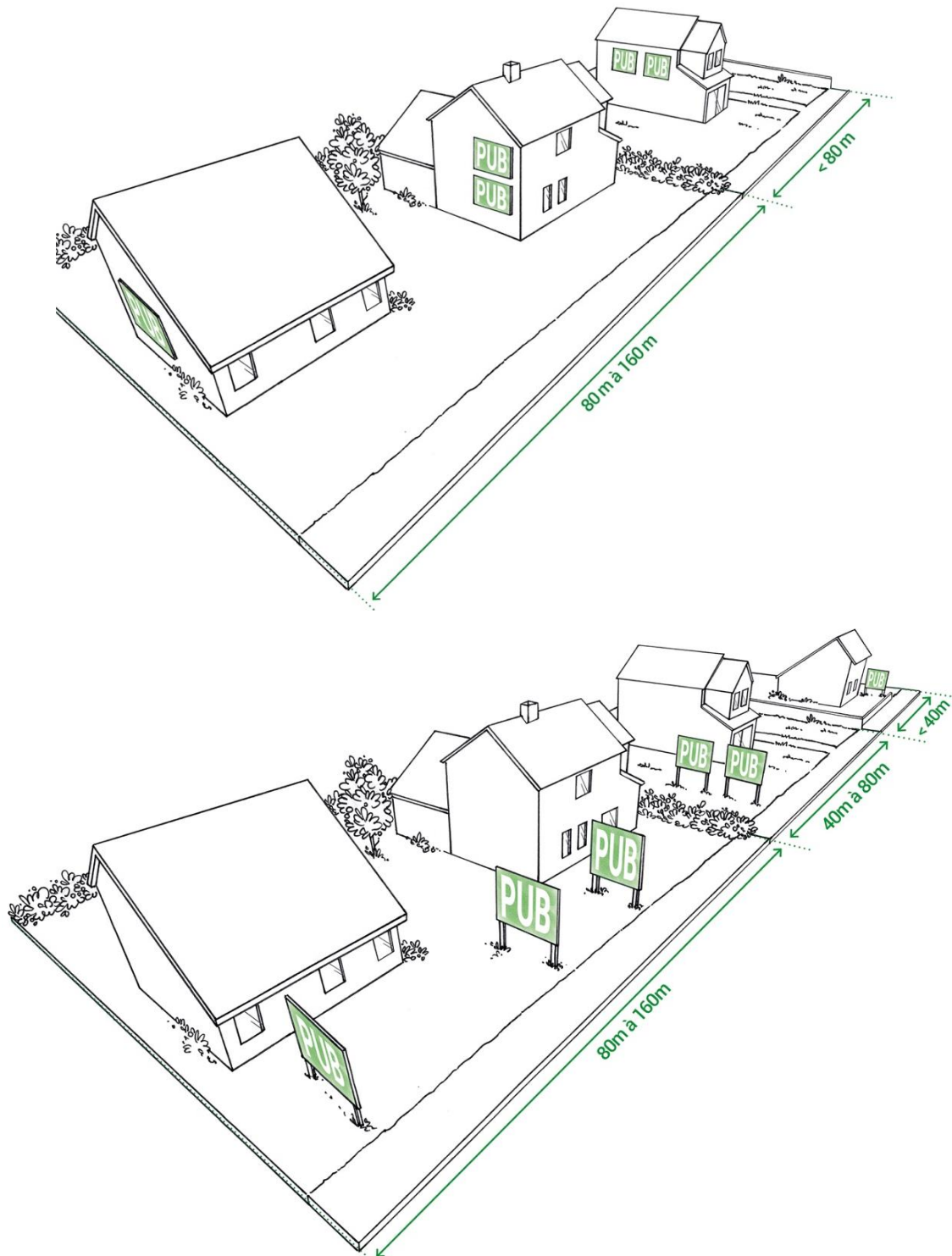
¹⁰ Article R581-24 du code de l'environnement

¹¹ 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

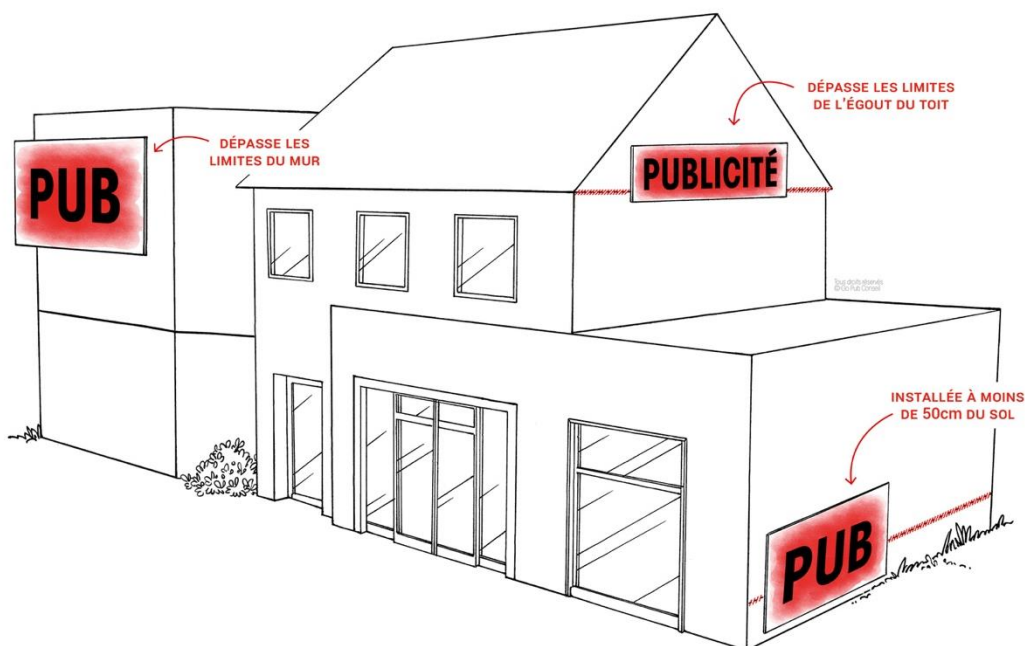
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

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 $\leq 12 \text{ m}^2$

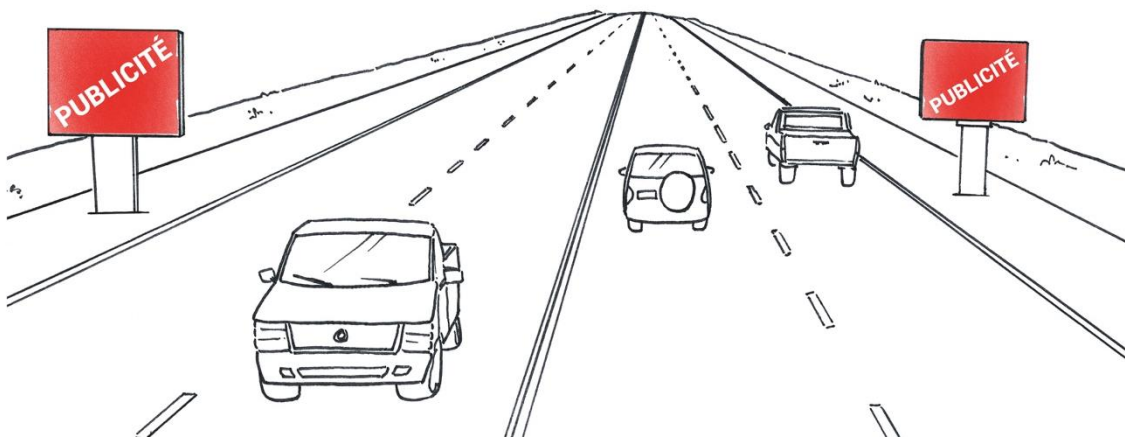
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

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

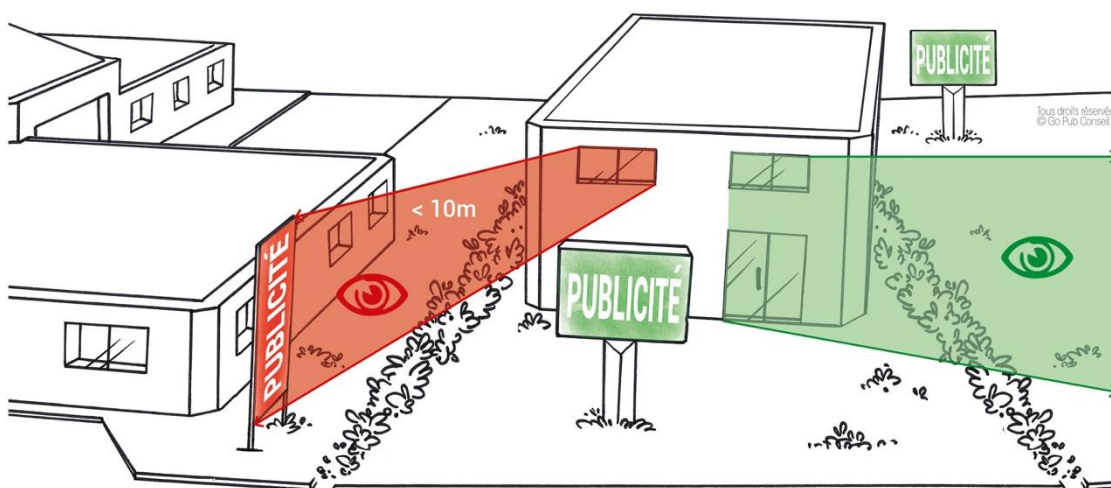
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

- 1° Dans les espaces boisés classés¹²,
- 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.

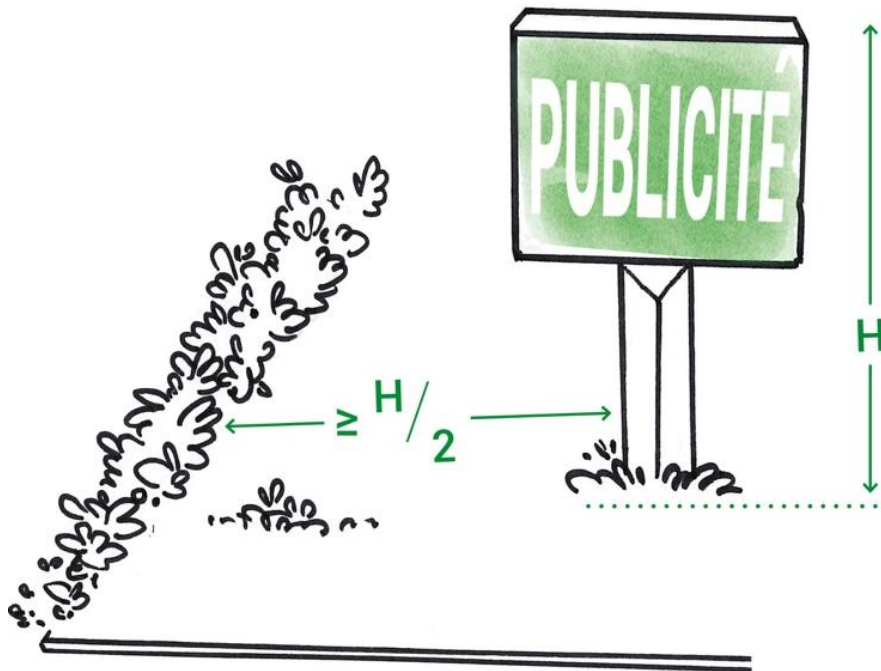


Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



¹² 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.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹³.

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 $\leq 8 \text{ m}^2$

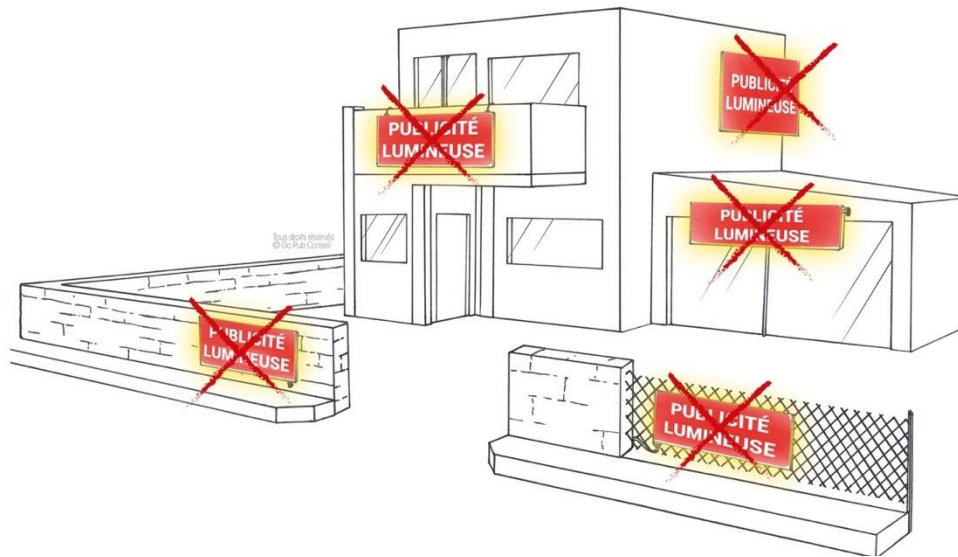
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

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

¹³ arrêté ministériel non publié à ce jour

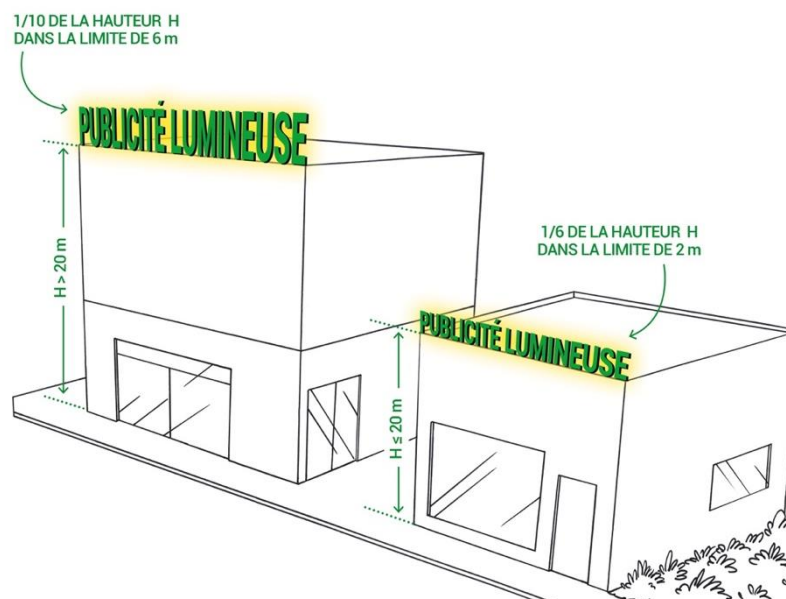
La publicité lumineuse ne peut :

- 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.



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 $\leq 8 \text{ m}^2$

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

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁴, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ 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 (excepté dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants comme c'est le cas pour Le Plessis-Pâté).

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.

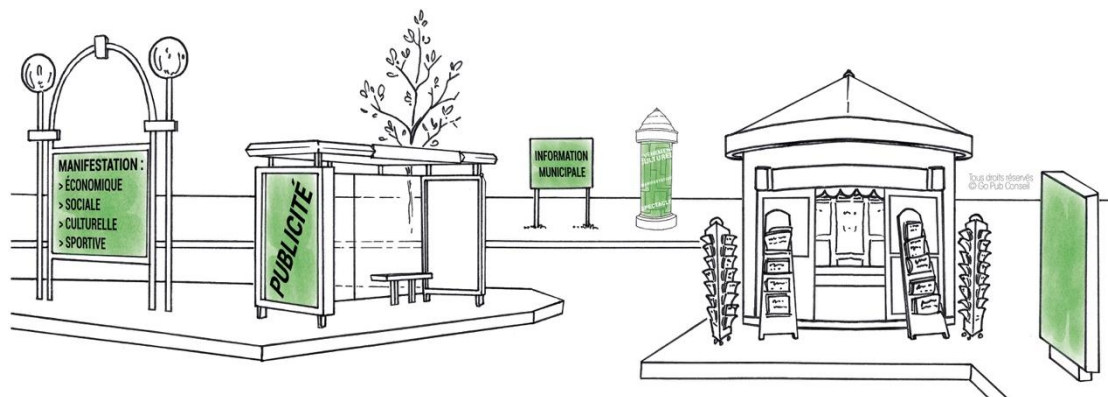
La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 113-1 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.

¹⁴ arrêté ministériel non publié à ce jour

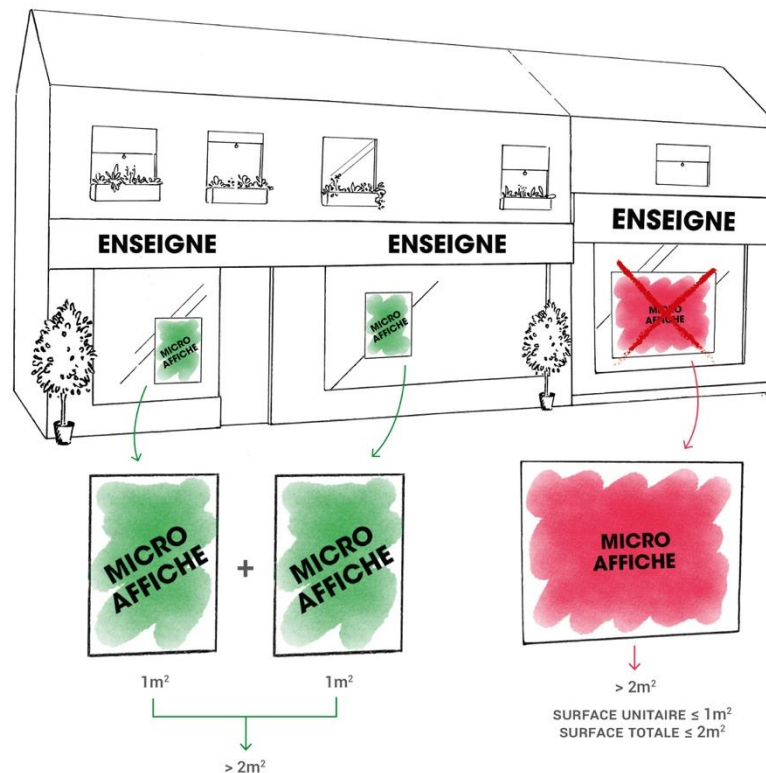
Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



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 $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifîés 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.

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.

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,
- maintenue 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).

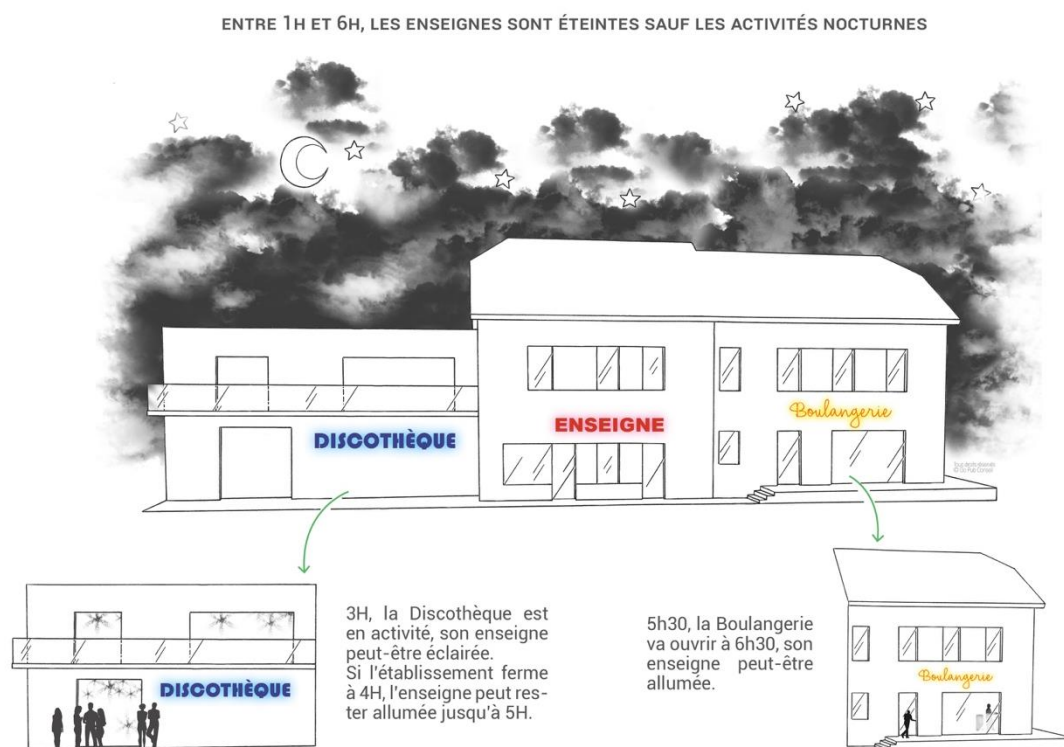
Les enseignes lumineuses

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 ministériel¹⁵.

Elles sont éteintes¹⁶ 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.



¹⁵ arrêté non publié à ce jour

¹⁶ l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

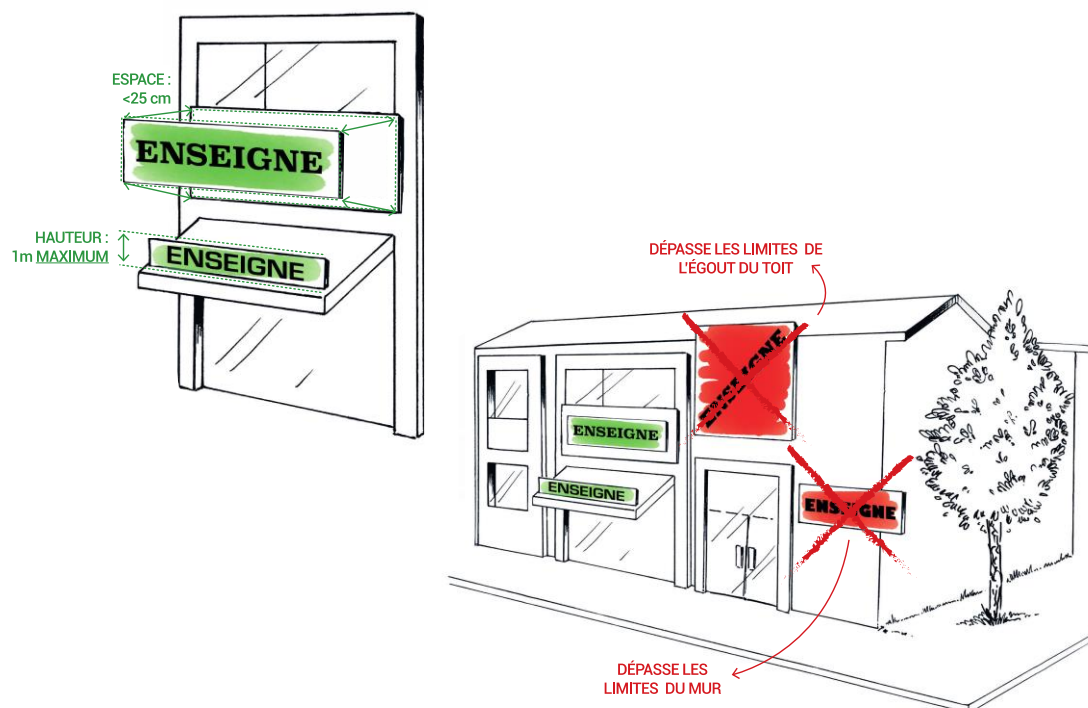
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

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 :

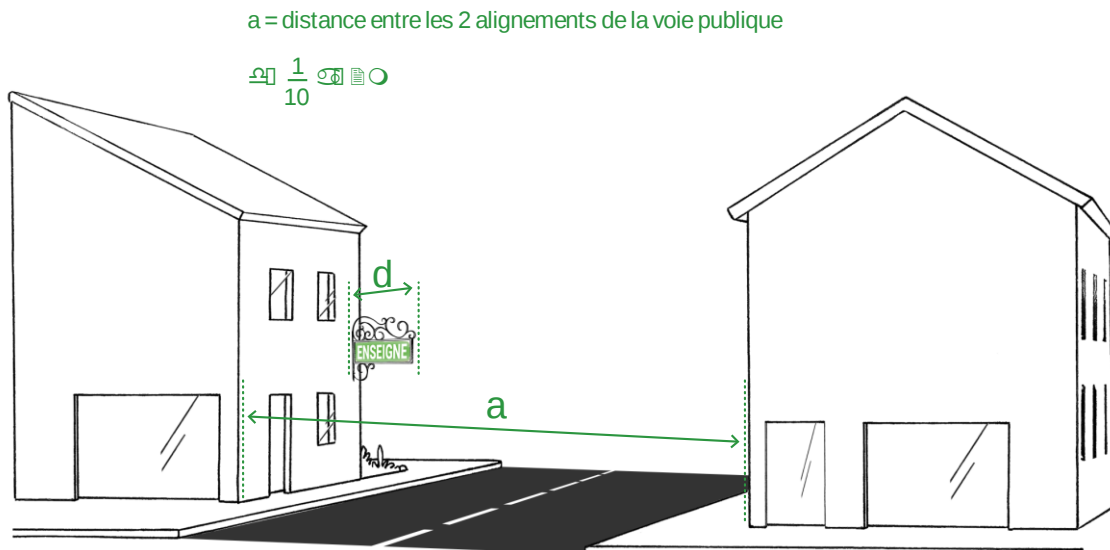
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et 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).

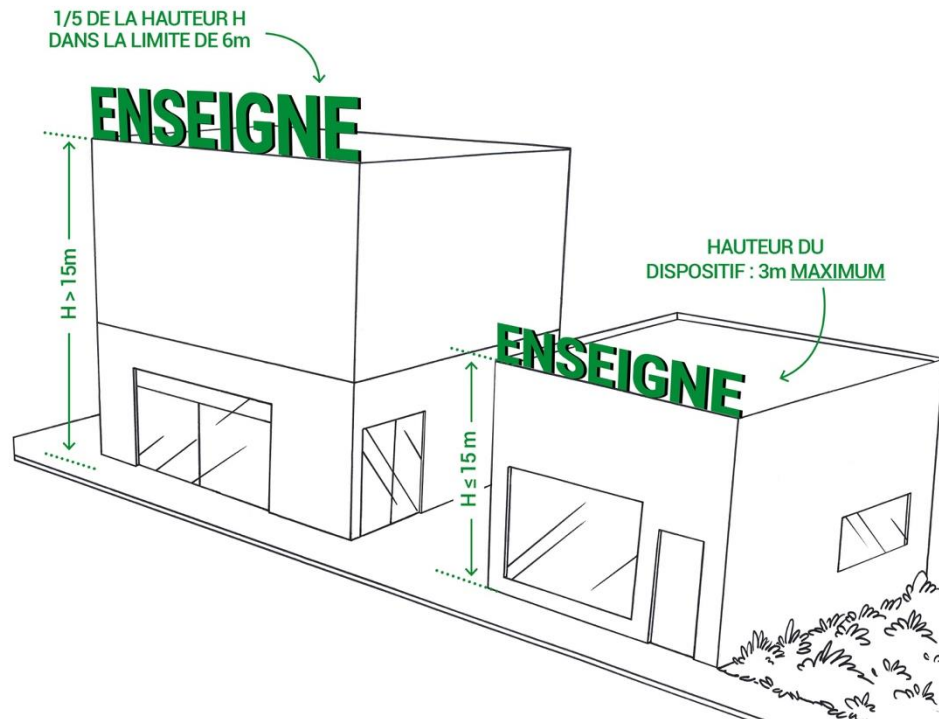


Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

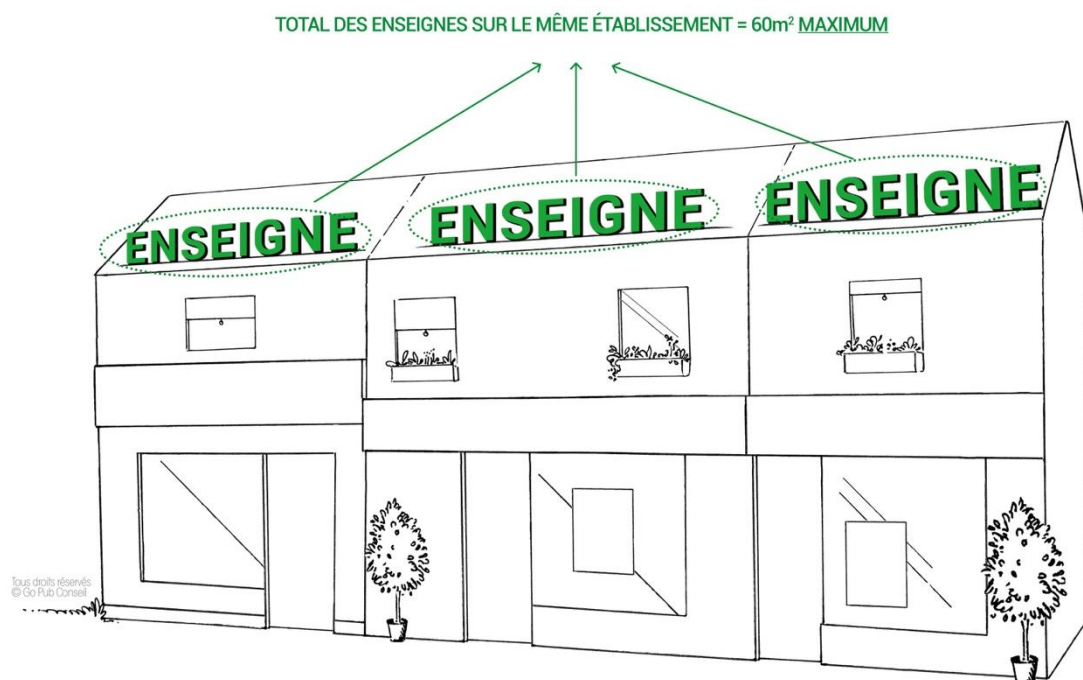
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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 ≤ 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 cumulée¹⁷ des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²



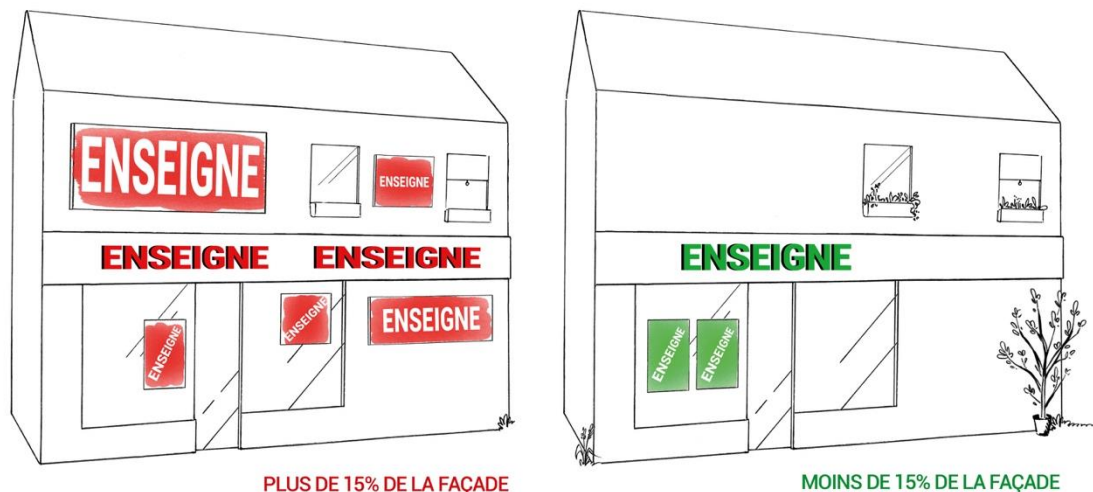
¹⁷ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée¹⁸ 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 enseignes parallèles et les enseignes perpendiculaires au mur entrent dans le calcul de la surface cumulée des enseignes apposée sur la façade commerciale. Dans le cas des enseignes perpendiculaires, le recto et le verso se cumulent. Les publicités murales ou le micro-affichage n'entrent pas dans le calcul de la surface totale des enseignes.

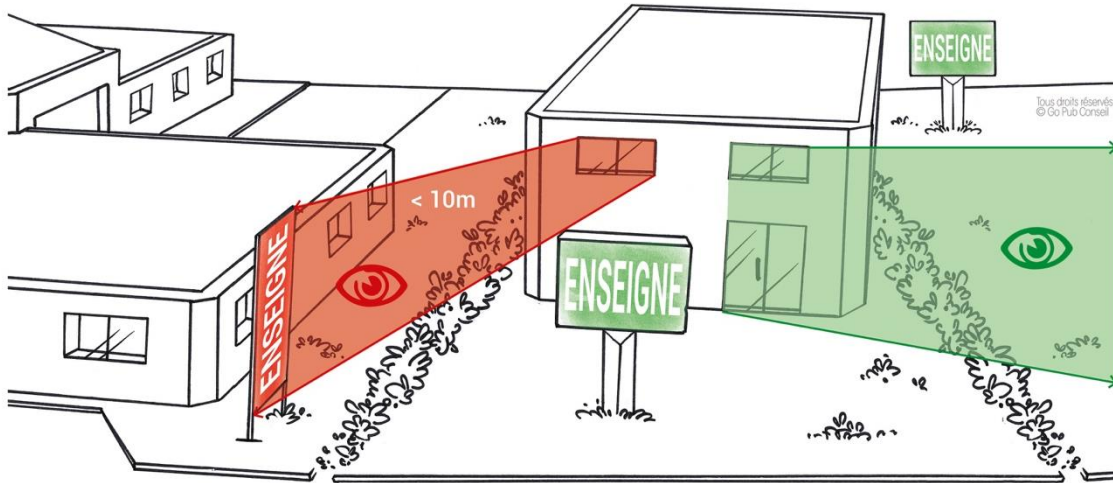
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface commerciale. Les enseignes apposées sur auvents ou marquises ne sont pas prises en compte dans le calcul de la surface cumulée.



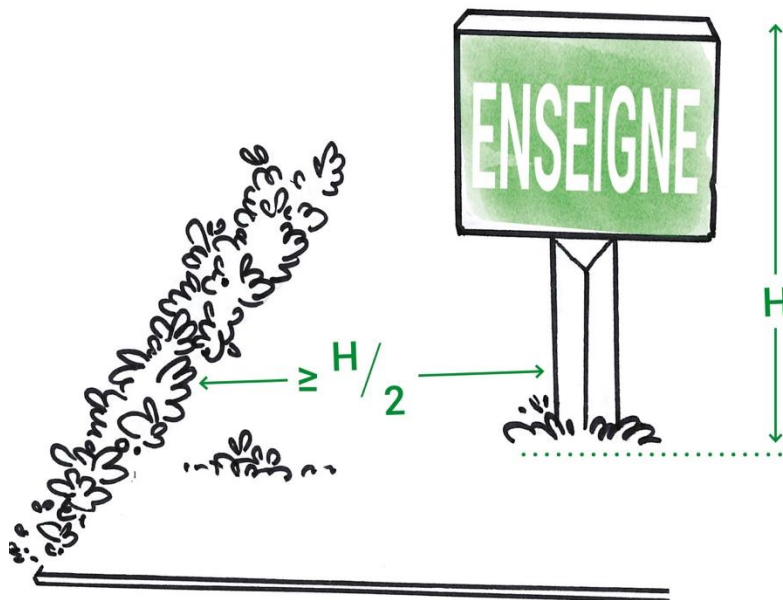
¹⁸ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

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

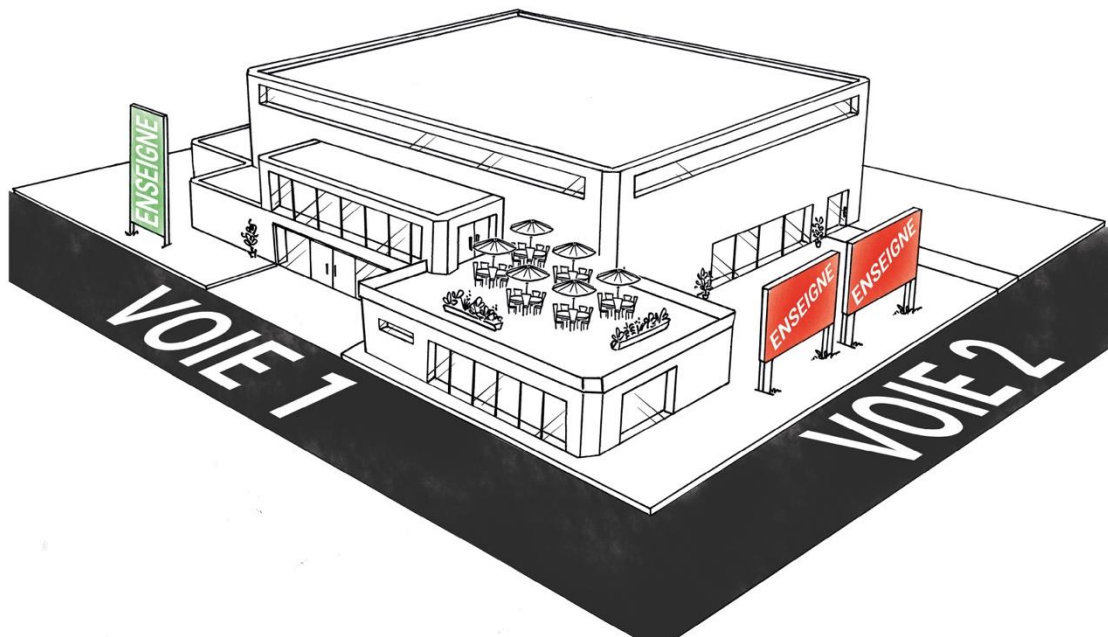
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,5 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 éteintes¹⁹ 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 ministériel²⁰.

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

- 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 ≤ 12 m² (si 2° alinéa)

¹⁹ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

²⁰ arrêté non publié à ce jour

e) La réglementation locale

La commune du Plessis-pâté dispose d'un règlement local de publicité, datant du 28 septembre 2006. Ce RLP a été adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation régit par la loi de 1979 sur la publicité extérieure, sans révision de ce règlement celui-ci deviendra caduc en 2020, conformément à la réforme de la loi « Grenelle II ».

La réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application, ont supprimé notamment les zones de publicité retreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. 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 national²¹* ».

Le RLP de 2006 institue 2 Zones de Publicités Restreintes (ZPR) et 1 Zone de Publicité Autorisée (ZPA) sur le territoire du Plessis-pâté :

ZPR1 : Elle couvre l'ensemble de la commune hormis la ZPR1 et la ZPA. Dans cette zone, seule la publicité apposée sur mobilier urbain, d'un format maximum de 2 mètres carrés, est autorisée.

ZPR2 : Elle s'étend de la Route de Corbeil depuis la limite communale Brétigny-sur-Orge / Le Plessis-pâté jusqu'à la limite Est du lot parcellaire 208 inclus. Cette zone est intégrée à la ZPR1, suite à la procédure de révision du RLP du Plessis-pâté en 2006.

ZPA : Elle s'étend sur l'axe CD 19 entre les limites suivantes :

- CD 19 à l'EST : De chaque côté de la route depuis 50 mètres avant la Route des Bordes ;
- CD 19 à l'OUEST : De chaque côté de la route arrêté à la limite communale de communale de Brétigny-sur-Orge.

Dans cette zone, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol et apposée sur mur ou clôture est limitée à 12 mètres carrés maximum, contre 16 mètres carrés fixé par la loi de 1979. La hauteur des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 mètres au-dessus du sol contre 7 mètres de hauteur au-dessus du sol maximum pour les publicités apposées sur mur ou clôture. Le RLP instaure également les règles de densité suivantes :

- Applicables à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

	Nombre de publicité scellée au sol autorisé
Linéaire de façade entre 0 et 25m	0
Linéaire de façade entre 25 et 50m	1
Linéaire de plus de 50m	1 dispositif supplémentaire par tranche de 50m de façade

Les supports doivent respecter une interdistance de 50m entre eux et peuvent être installés côte à côte moyennant une interdistance de 100m entre les autres dispositifs publicitaires.

²¹ Article L.581-14 du Code de l'environnement

- Applicables à la publicité apposée sur mur ou clôture : 1 dispositif par pignon aveugle maximum, et 2 dispositifs maximum par bâtiment.

Quant à la publicité apposée sur mobilier urbain, elle est limitée de manière homogène sur l'ensemble du territoire, à 2 mètres carrés maximum.

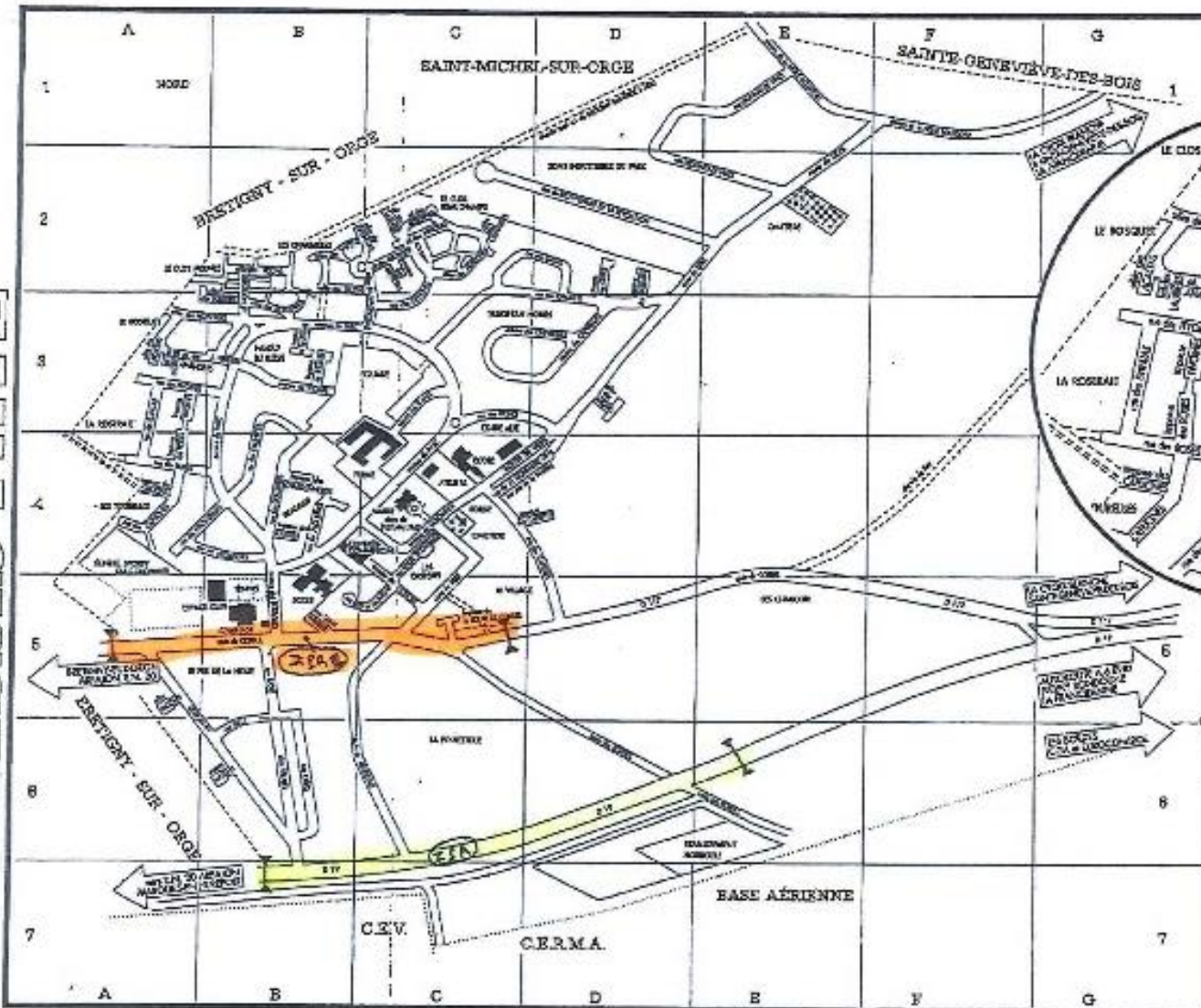
Le RLP met également des dispositifs esthétiques générales notamment l'obligatoire d'avoir un bardage pour les dispositifs scellés au sol qui n'exploiteraient qu'une seule face. Les autres dispositifs sont peu utiles au regard des règles nationales posées par le code de l'environnement (art. R.581-24 C. env.).

Le RLP encadre également l'utilisation des publicités apposées sur palissade de chantier en les limitant à 12 mètres carrés maximum.

Enfin, en matière d'enseigne, le RLP de 2006 renvoi directement à la réglementation nationale. C'est également le cas pour les publicités lumineuses, les dispositifs temporaires et l'affichage d'opinion.

Globalement, le RLP de 2006, est un RLP qui prend en compte les enjeux du territoire. Certains éléments de zonage devront être ajusté dans la future réglementation locale ainsi que certaines règles (densité). Le RLP pourra également encadrer les enseignes ou encore les dispositifs lumineux actuellement assujettis à la réglementation nationale.

LE PLESSIS-PATTE



2020
2020

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 délais de mise en conformité en fonction du type de dispositifs concerné (publicité, préenseignes et enseignes) 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

Le diagnostic qui suit, en s'appuyant sur un inventaire exhaustif réalisé sur les publicités et préenseignes (hors mobilier urbain) et les enseignes (réalisé en octobre 2018), a permis d'identifier les enjeux locaux en matière de publicité extérieure.

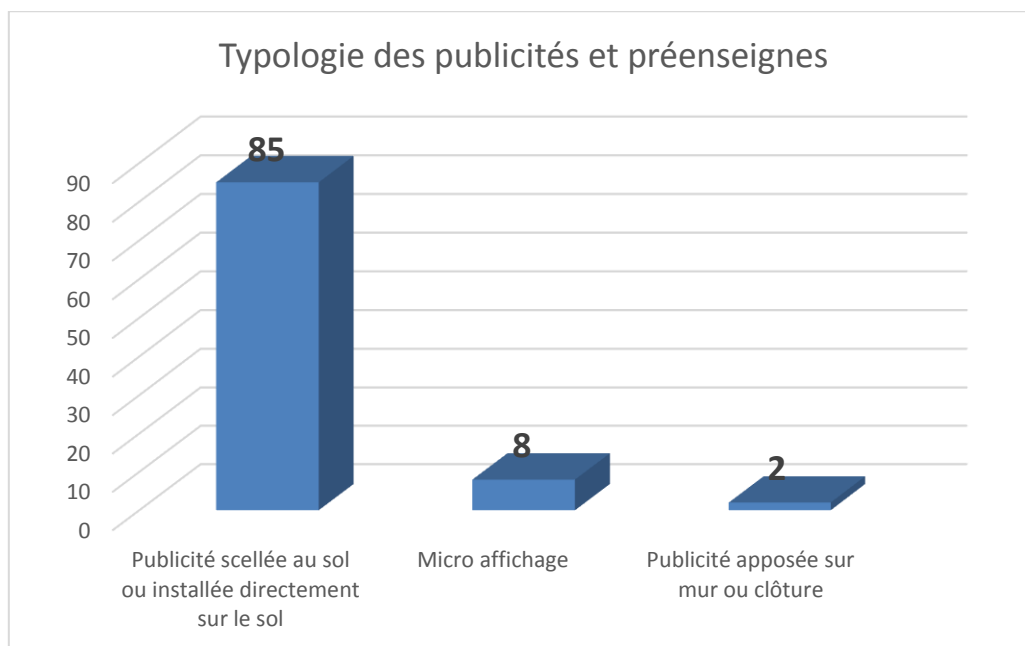
Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

Nous verrons dans un premier temps, les caractéristiques des publicités et préenseignes existantes sur le territoire communal. Ensuite, nous aborderons dans un second temps les enjeux posés par les enseignes.

1. Les publicités et préenseignes

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.

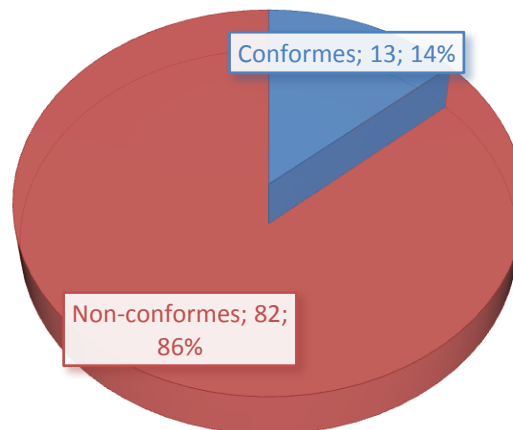
Sur le territoire communal, les publicités et les préenseignes se présentent sous 3 formes distinctes :



95 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total 890 m² de surface d'affichage.

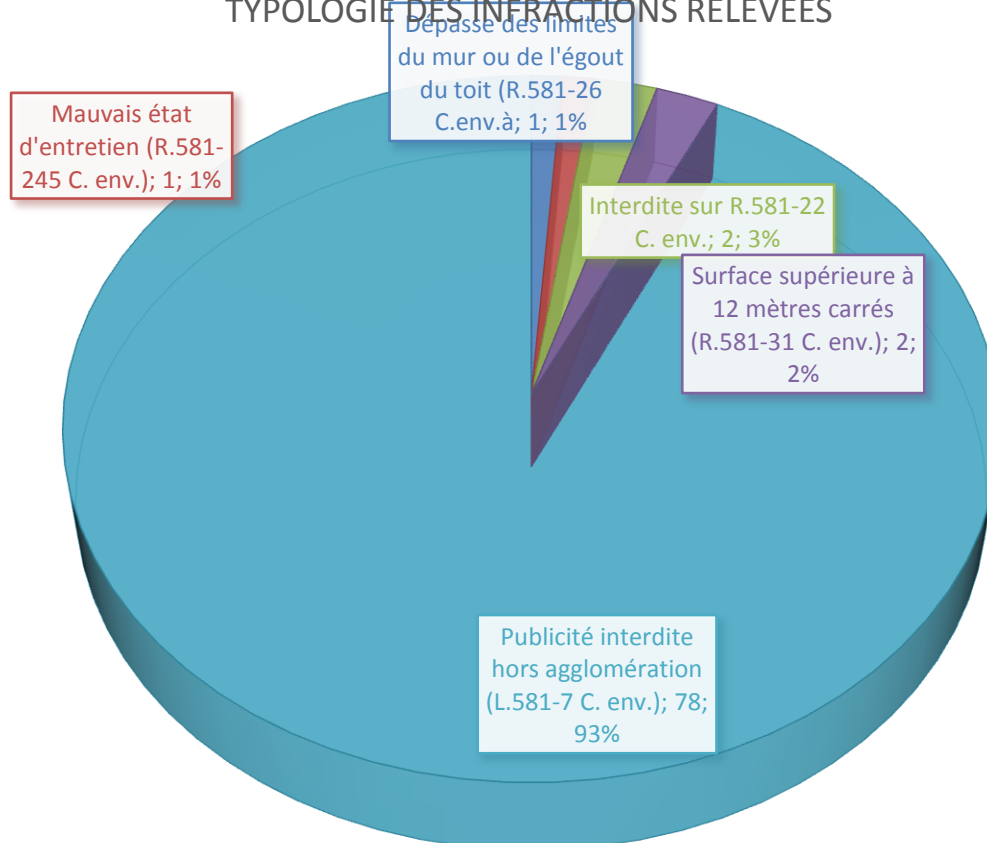
Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au code de l'environnement

CONFORMITÉ DES PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES AU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

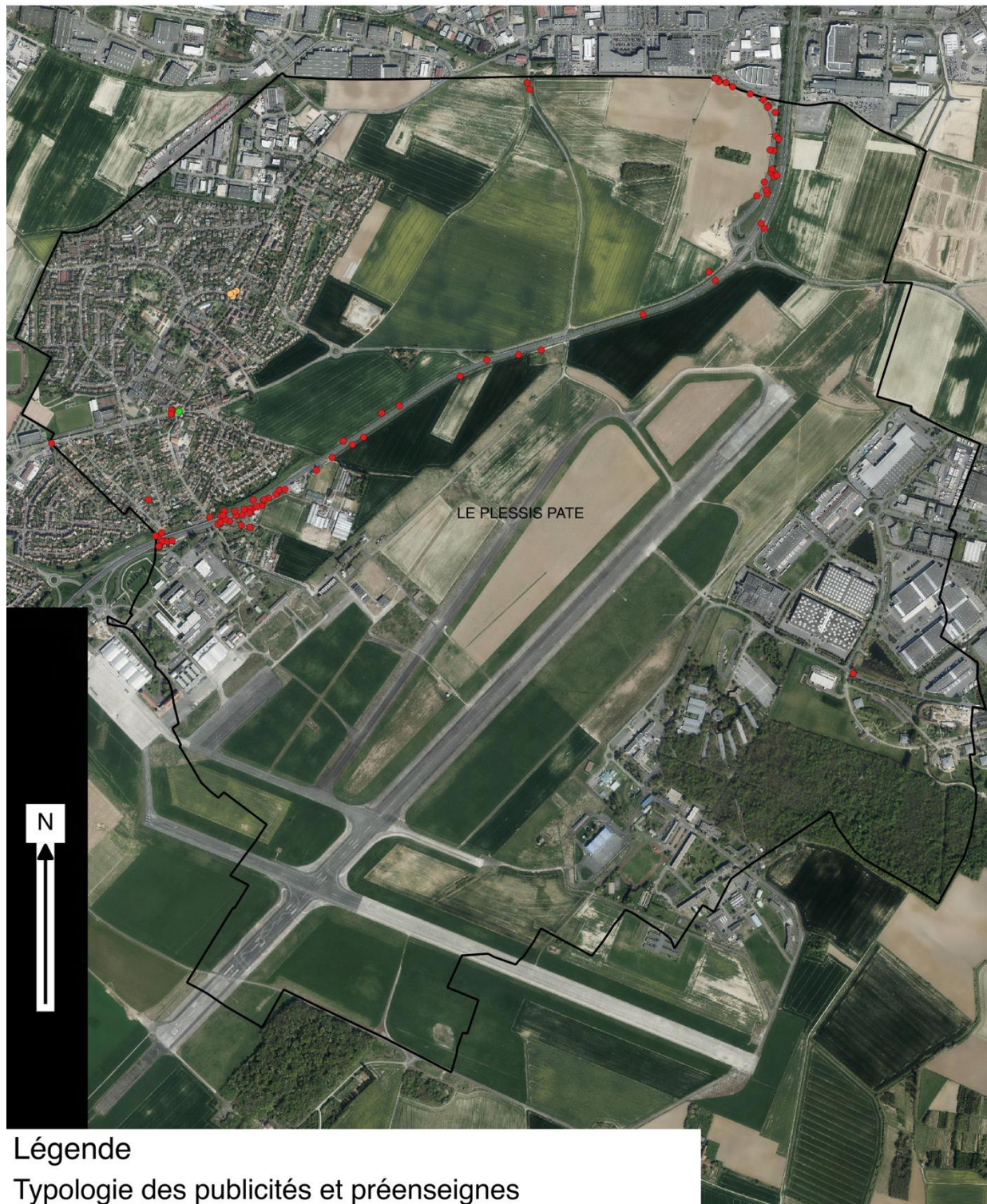


On constate que 82 dispositifs sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 86% des publicités et préenseignes du Plessis-Pâté. Un dispositif est non conforme à deux articles du code de l'environnement, c'est pourquoi on relève au total 83 infractions. Ces infractions sont réparties de la manière suivante :

TYPOLOGIE DES INFRACTIONS RELEVÉES



Localisation des publicités et préenseignes sur le territoire du Plessis-Pâté



Légende

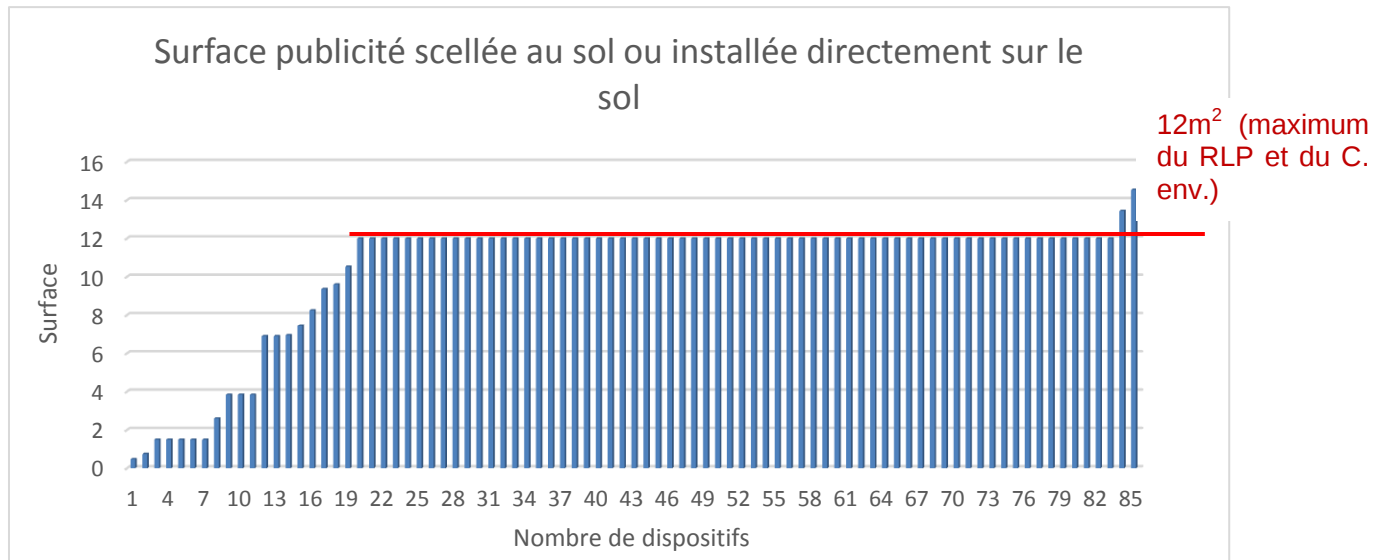
Typologie des publicités et préenseignes

- Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Micro affichage
- Publicité apposée sur mur ou clôture

La cartographie ci-dessus montre la répartition des publicités et préenseignes sur le territoire. Les dispositifs sont quasiment exclusivement concentrés sur la D19, l'axe majeur du territoire permettant la traversée Nord-Sud de la commune, en direction de Paris et Etampes.

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (90% des dispositifs de la commune).



On remarque que la moitié des dispositifs ont une surface égale à 12m². Ce format correspond au maximum autorisé par le RLP de 2006 du Plessis-pâté. Seuls deux dispositifs ont une surface de plus de 12m².



Relais Information Service (RIS), non-conformes et s'apparentant à de la publicité, novembre 2018, Plessis-Pâté.

Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont utilisés majoritairement sur la D19, soit la ZPA mise en place par le RLP du Plessis-pâté.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol le long de l'axe traversant du territoire, la D19, novembre 2018, Plessis-Pâté.

La majorité de ces dispositifs comportent 2 pieds, mais on relève également quelques mono-pieds.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol avec mono-pieds, novembre 2018, Plessis-Pâté.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol avec deux pieds, novembre 2018, Plessis-Pâté.

Deux dispositifs publicitaires disposent également de passerelles fixes. Ces éléments liés à l'entretien des publicités et préenseignes accentue l'impact des dispositifs publicitaires.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol avec passerelles fixes, novembre 2018, Plessis-Pâté.

Au regard de la réglementation nationale, les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont impactées par les infractions telles que : l'installation hors agglomération (sur l'axe CD19 – actuelle ZPA du RLP de 2006), le mauvais entretien des dispositifs, une implantation sur des éléments sur lesquels la publicité est interdite de manière absolue ou encore un format supérieur à 12m² (non-conforme non seulement au Code de l'environnement mais également au RLP de 2006).



Publicité apposée sur un éclairage public et publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées sur la D19, hors agglomération, novembre 2018, Plessis-Pâté.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées sur la D19, hors agglomération et en mauvais état d'entretien, novembre 2018, Plessis-Pâté.

Le micro-affichage :

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* »



Publicité de type micro-affichage, novembre 2018, Plessis-Pâté.

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactant pour le paysage. Le risque de ces dispositifs, est de venir surcharger la façade des activités que les accueille en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit également d'une source de revenu pour ces activités.

Le Code de l'environnement les limite à 1m² maximum de surface unitaire, sans que leur surface totale ne dépasse 1/10^{ème} de la façade de l'activité sur laquelle ces publicités sont apposées, dans la limite de 2m².

Les dispositifs de type micro-affichage sont présents sur une seule activité du territoire.

La publicité apposée sur un mur ou une clôture :

Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (1%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage.



Publicité apposée sur mur, dépassant de l'égout du toit, novembre 2018, Plessis-Pâté.



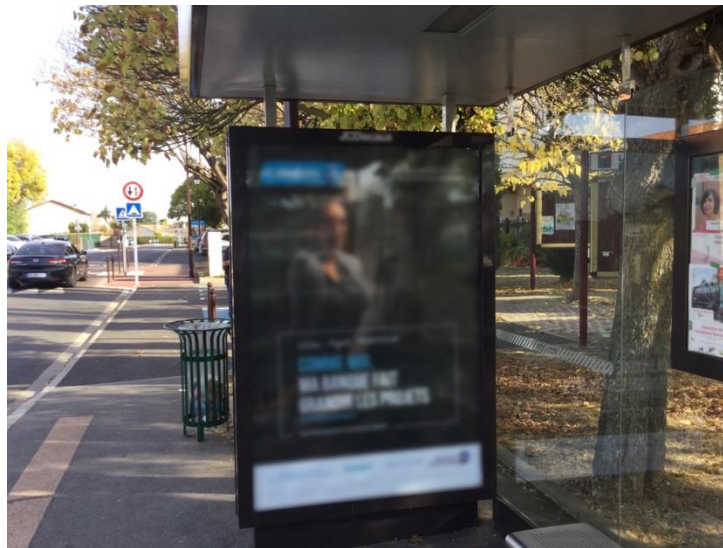
Publicité apposée sur clôture non-aveugle, novembre 2018, Plessis-Pâté.

Les deux dispositifs sur mur ou clôture ont une surface respective de 0,3 et 1,5m². Les deux dispositifs présents sur le territoire communal sont tous les deux en infraction. L'un car il est installé sur clôture non-aveugle et l'autre car il dépasse des limites du mur ou de l'égout du toit sur lequel il est apposé, ce qui est proscrit par le Code de l'environnement.

La publicité apposée sur mobilier urbain (cette dernière se décompose en 5 sous-catégories) :

Bien que ces dispositifs n'aient pas fait l'objet d'un relevé ciblé, les publicités apposées sur mobiliers urbains sont présentes sur Plessis-Pâté sous la forme de 2 catégories distinctes, à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité commerciale d'un format de 2m² ;
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés communément « *sucette* ». Ces dernières peuvent atteindre jusqu'à 12m² dans la réglementation nationale mais le RLP les limite à 2 m² maximum sur le territoire de Plessis-Pâté ;



Publicité apposée sur abris bus, novembre 2018, Plessis-Pâté.



Publicité apposée sur un mobilier urbain de type « sucette », novembre 2018, Plessis-Pâté.

Globalement, ces dispositifs ne posent pas de problématiques paysagères sur le territoire. Les dispositifs actuellement inscrite dans le RLP de 2006 pourront être reprises dans la future réglementation locale afin de pérenniser l'action du RLP actuel.

La publicité lumineuse :

La publicité lumineuse est très peu présente sur la commune de Plessis-Pâté puisque seulement 1% des dispositifs sont lumineux.

L'unique dispositif lumineux relevé sur le territoire est éclairé par projection. La catégorie des publicités lumineuses éclairées par projection ou transparence est la plus répandue sur le territoire national. Ces dispositifs, en termes de dimensions et de réglementation, sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.



Publicité lumineuse éclairée par projection, novembre 2018, Plessis-Pâté.

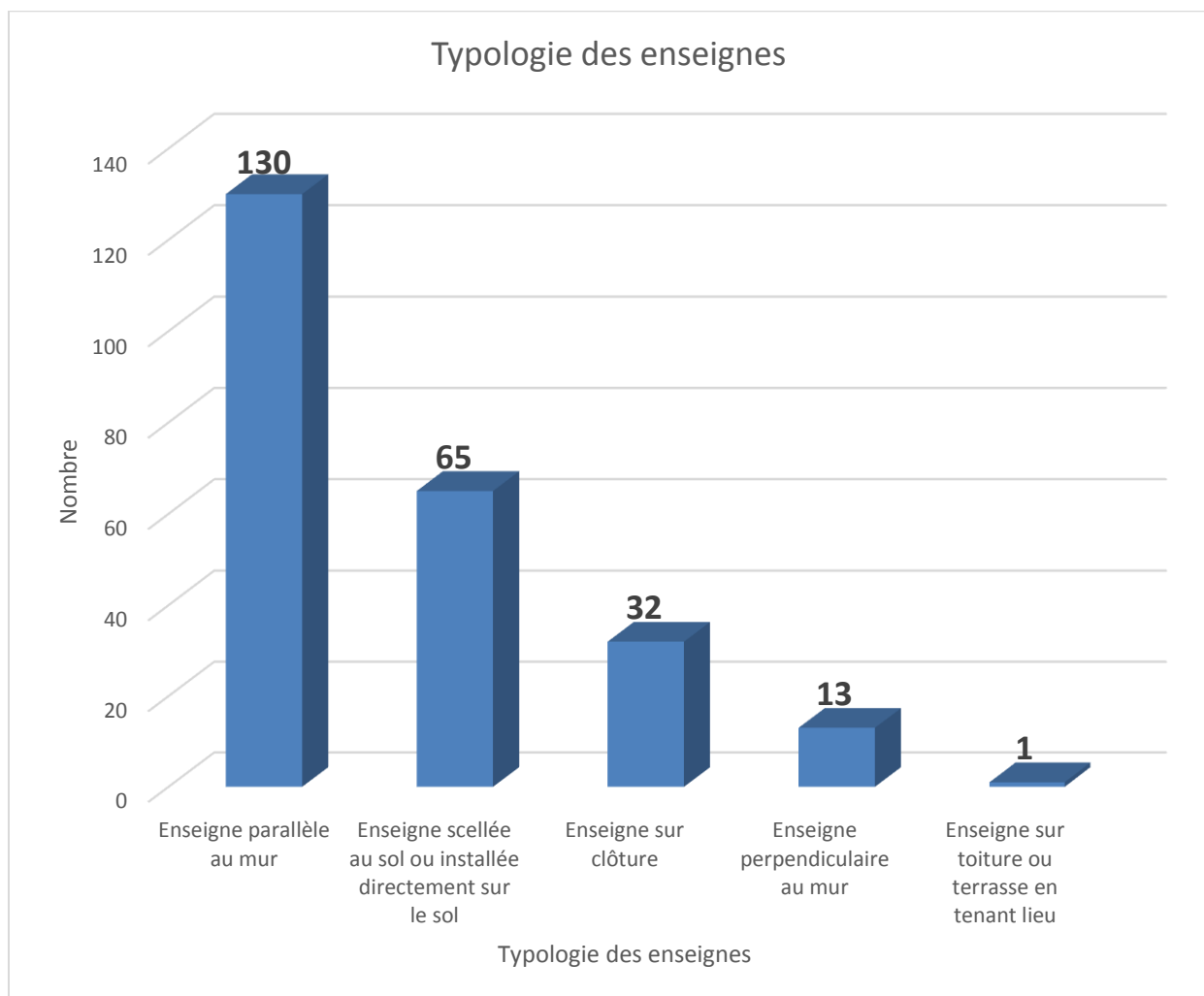
Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques. Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

2. Les enseignes

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou en secteur où il y a peu d'enseignes.

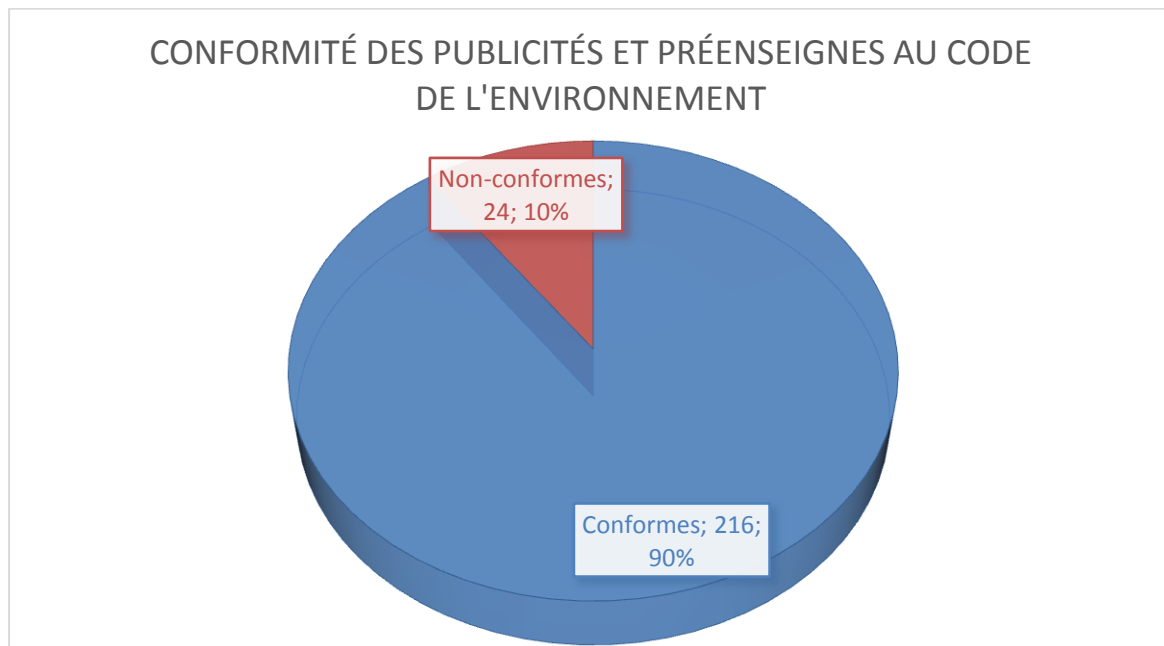
Dans un premier temps nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présente sur le territoire communal du Plessis-Pâté. Puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

Cinq grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal réparties de la manière suivante :

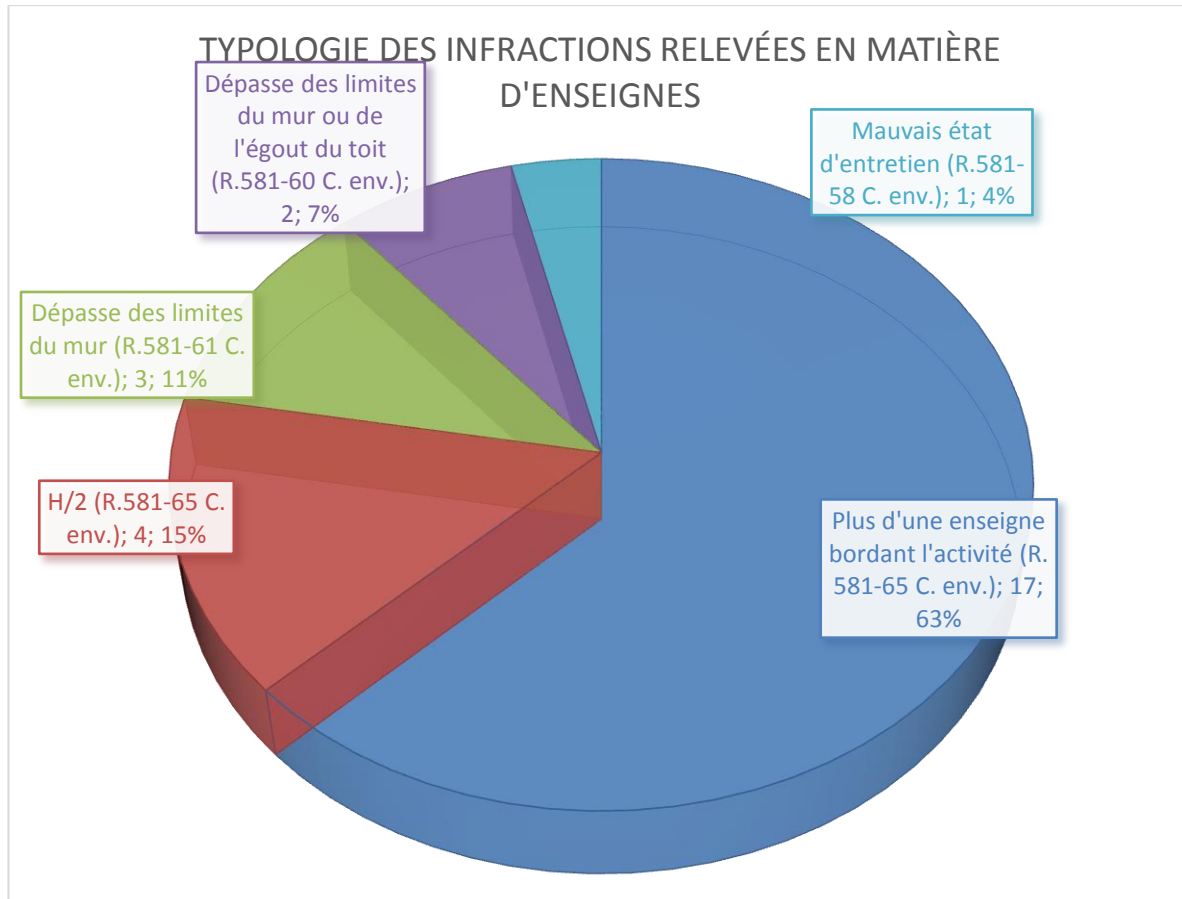


Au total, 241 enseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles signalent plus de 70 activités présentes sur Plessis-Pâté.

Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 24 dispositifs non conformes au Code de l'environnement, soit 10% des enseignes de Plessis-Pâté. Plusieurs dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. C'est pourquoi on relève au total 27 infractions. Ces infractions sont réparties de la manière suivante (graphique ci-après) :



Localisation des enseignes sur le territoire du Plessis-Pâté



La cartographie ci-dessus, nous montre que les enseignes sont principalement localisées dans les zones d'activités (notamment les enseignes sur clôture et scellée au sol ou installée directement sur le sol) et en centre-ville (notamment les enseignes parallèle et perpendiculaire au mur).

L'enseigne parallèle au mur :

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ce type d'enseigne représente 54% des enseignes relevées à Plessis-Pâté et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



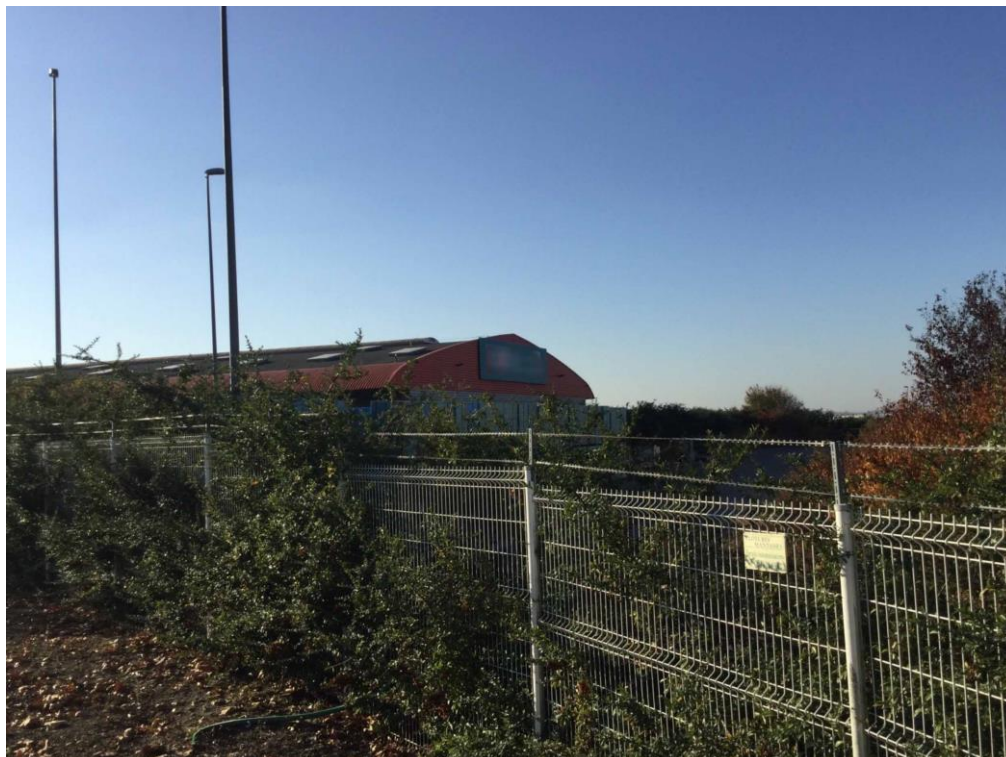
Enseigne parallèle au mur réalisée avec un panneau de fond et enseigne parallèle au mur réalisée en lettres découpées, novembre 2018, Plessis-Pâté.



Enseigne parallèle au mur réalisée en vitrophanie, novembre 2018, Plessis-Pâté.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation (ne pas dépasser les limites du mur ou de l'égout du toit) et sa surface (respect de la proportion par rapport à la surface de la façade).

Sur le territoire communal, on ne recense que 2 enseignes contraires à ces règles nationales. Ces deux enseignes dépassent des limites du mur ou de l'égout du toit.



Enseignes parallèles au mur dépassant des limites du mur, novembre 2018, Plessis-Pâté.

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol :

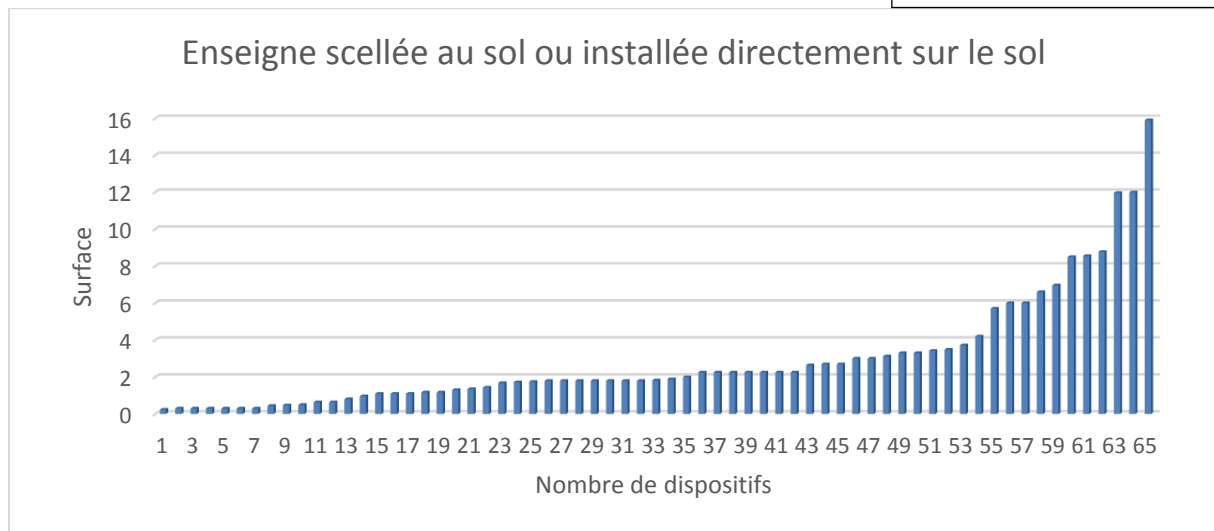
Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la seconde catégorie d'enseignes la plus répandue (27%). Elles sont particulièrement présentes sur les zones d'activités de la commune et participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre 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 (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « drapeau », novembre 2018, Plessis-Pâté.



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « panneau » et enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « totem », novembre 2018, Plessis-Pâté.



La majorité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont une surface inférieure à 3 mètres carrés (72%) et seulement 8 dispositifs excèdent 6 mètres carrés (la surface maximum fixée par le code de l'environnement pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants)



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus de 6 m² et enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de 6 m², novembre 2018, Plessis-Pâté.



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de 3 m², novembre 2018, Plessis-Pâté.

Comme le montre les graphiques ci-avant, on relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule. Quatre enseignes scellées au sol ne respectent pas l'implantation à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (H/2).



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus d'un mètre carré et en surnombre, novembre 2018, Plessis-Pâté.



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus d'un mètre carré et en surnombre, novembre 2018, Plessis-Pâté.

L'enseigne sur clôture :

Les enseignes sur clôture (en particulier sur clôture non aveugle) ne représentent que 13% des enseignes du Plessis-Pâté. Ce type d'enseigne est plus présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non.



Enseigne sur clôture aveugle, novembre 2018, Plessis-Pâté



Enseigne sur clôture non-aveugle, novembre 2018, Plessis-Pâté

Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau nationale. Elles sont principalement utilisées dans les zones d'activités.

L'enseigne perpendiculaire au mur :

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 5% des enseignes du territoire et disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.



Enseigne perpendiculaire au mur réalisée en fer forgé, novembre 2018, Plessis-Pâté

Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville.



Enseignes perpendiculaires au mur dépassant des limites du mur et cumul d'enseignes perpendiculaires sur une même façade d'activités, novembre 2018, Plessis-Pâté.

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu :

On ne relève qu'une seule enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu sur le territoire communal. Cette catégorie d'enseigne ne compte que pour 1% du total des enseignes relevées. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



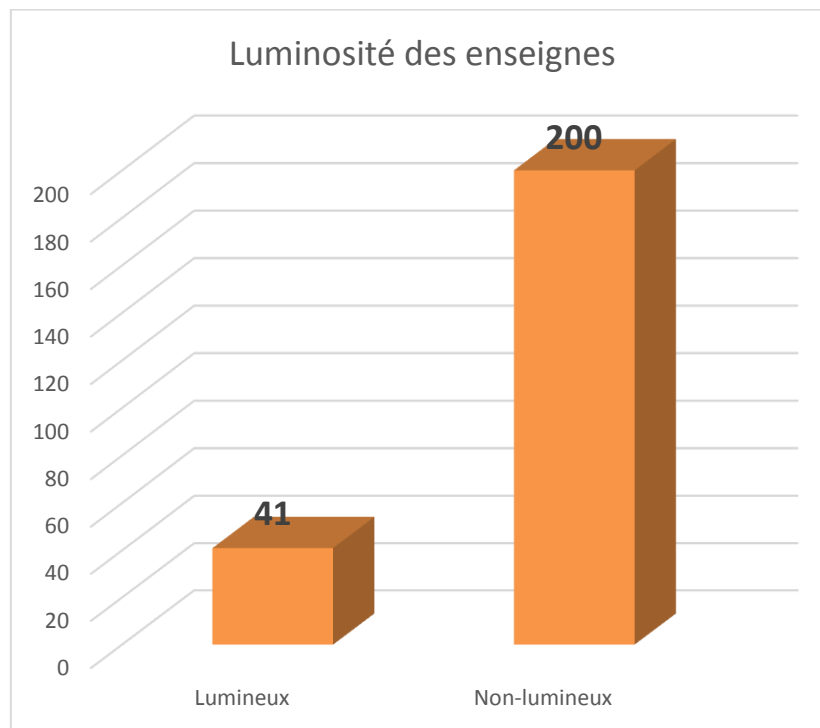
Enseigne sur toiture réalisée en lettres découpées, Plessis-Pâté, octobre 2018.

Ces enseignes sont souvent visibles de très loin fermant parfois des perspectives alors que bien souvent elles pourraient être apposées en façade sans avoir un impact paysager trop dommageable. Une réflexion pourra être menée pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le territoire.

L'enseigne lumineuse :

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 près de 17% 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.



Enseignes éclairées par projections, novembre 2018, Plessis-Pâté.

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.

III. Enjeux en matière de publicité extérieure

Au-delà de la réglementation en vigueur sur le territoire évoquée précédemment, il apparaît d'autres problématiques en matière de publicité que seule la mise en place d'un RLP pourra appréhender.

Enjeu n°1 : la préservation des espaces où la publicité extérieure est peu présente

Le diagnostic de terrain a montré qu'il existe des secteurs (zones résidentielles, zones hors agglomération etc.), où il n'y a pas ou peu de publicité extérieure. Hormis les enseignes des activités le plus souvent discrètes et bien intégrées, ces zones comportent aussi du mobilier supportant de la publicité dont le format est de 2m². Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Enjeu n°2 : Encadrer la densité publicitaire parfois élevée et les formats publicitaires importants sur le territoire

Bien que le RLP de 2006 pose des règles de densité, ces règles devront être adaptées par la future réglementation locale pour s'adapter aux nouveaux enjeux du territoire. En effet, il est impératif de mettre en place une règle de densité qui permette d'éviter la surenchère de dispositif publicitaire.

Enfin, la majorité des dispositifs publicitaires restent des publicités de grand format (12m²). Le RLP pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants. Beaucoup de collectivités instaurent une limitation de surface à 8m².

Enjeu n°3 : la place du mobilier urbain publicitaire dans le paysage de la commune

La publicité supportée sur le mobilier urbain est présente sur l'ensemble de la commune. Les catégories de mobilier supportant de la publicité sont essentiellement des abris destinés au public et des « *sucettes* » dont la publicité est d'un format de 2m², conformément au RLP de 2006. La future réglementation pourra donc maintenir cet acquis.

Enjeu n°4 : l'impact des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

A ce jour, le RLP de Plessis-Pâté ne pose aucune règle concernant les enseignes. La future réglementation locale pourra donc encadrer les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol afin de minimiser leur impact. Celui-ci est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol. Une réflexion sur l'harmonisation des surfaces et/ou hauteur entre ces deux familles de dispositifs pourra éventuellement être engagée. La mise en place de règles spécifiques dédiées aux enseignes scellées au sol ou installées sur le sol de moins d'un mètre carré pourra également être envisagée.

Enjeu n°5 : l'impact des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sur le paysage

Une seule enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu a été relevé sur le territoire communal. Malgré cela, ce type d'enseignes occupe une place importante dans le paysage du fait de leur implantation et de leur format. Ces dispositifs sont particulièrement impactant et peuvent dans une grande majorité des cas être installés en façade sans nuire à la visibilité de l'activité.

De nombreux RLP(I) limitent fortement voire interdisent l'implantation d'enseignes sur toiture dans certains secteurs (Bordeaux Métropole, Dijon Métropole) pour préserver et/ou améliorer le cadre de vie.

Enjeu n°6 : l'impact des enseignes sur clôture sur le paysage

Les enseignes sur clôture peuvent nuire fortement à la qualité des paysages dès lors qu'elles sont trop nombreuses sur un même support et/ou dès lors qu'elles couvrent de manière importante la clôture. Les enseignes sur clôture non-aveugle sont également des dispositifs plus impactant que les enseignes sur clôture aveugle.

Si la commune le souhaite, la future réglementation locale pourra mettre en place des conditions particulières d'utilisation pour ce type d'enseignes (exclusivement pour les activités situées en retrait de la voie publique, impossibilité de cumuler enseigne scellée au sol et enseigne sur clôture etc.) une limitation en nombres ou encore en surface pourront être fixées dans le RLP pour répondre à cet enjeu.

Enjeu n°7 : La place des dispositifs lumineux

Compte tenu de son appartenance à l'unité urbaine de Paris, le territoire doit fixer une plage d'extinction nocturne pour les publicités et préenseignes lumineuses dans son RLP. Une attention particulière doit être portée aux enseignes et aux publicités numériques dont l'impact sur le paysage est particulièrement polluant. En effet, ses dispositifs consomment de l'énergie et peuvent générer des nuisances visuelles du fait du défilement d'images ou de vidéos.

Enjeu n°8 : Les enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont des supports régulièrement utilisés par les entreprises pour des opérations ou manifestations exceptionnelles de moins de 3 mois (soldes, déstockage, etc.) ou pour des opérations immobilières (vente, location, réhabilitation etc.) de plus de 3 mois. Les enseignes temporaires privilégiées sont : Les enseignes temporaires sur clôture et les enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol. A ce titre, une attention particulière devra être portée pour une meilleure insertion de ses dispositifs le plus souvent de grand format (12m²).

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

1. Les objectifs

Par une délibération de prescription de la révision du Règlement Local de Publicité (RLP), en date du 11 juin 2018, la commune de Plessis-Pâté a fixé plusieurs objectifs pour l'amélioration du cadre de vie en matière de publicité extérieure sur son territoire :

- Assurer la qualité paysagère sur les voies structurantes et les entrées de ville: RD19, notamment entre la limite communale avec Brétigny-sur-Orge et la route des Bordes, la route de Corbeil / la RD117 avec la futur ZAC Val Vert-Croix Blanche / la future liaison Centre Essonne (LCE) / Le Chemin de la Noue Rousseau / la Route de Corbeil
- Intégrer et anticiper la règlementation pour les futurs projets urbains en cours de réalisation et à venir (les Charcoix, la ZAC Val-Vert - Croix Blanche, la LCE, l'ex Base aérienne 217) ;
- Homogénéiser les préenseignes pour une meilleure visibilité des entreprises situées dans les ZAE du Parc et de la Tremblaie ;
- Homogénéiser les enseignes du Centre Commercial des Arcades du Clos, ainsi que de la ZAC Val Vert Croix Blanche, afin de concilier visibilité des commerces et préservation du paysage urbain et du paysager hors agglomération.

2. Les orientations

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

Orientation n°1 : Réduire la densité publicitaire et/ou le format publicitaire ;

Orientation 2 : Préserver les secteurs peu touchés par la publicité extérieure ;

Orientation 3 : Limiter l'impact des dispositifs lumineux y compris numériques ;

Orientation 4 : Réglementer les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

Orientation 5 : Réglementer les enseignes sur clôture ;

Orientation 6 : Interdire les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;

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 de Plessis-Pâté. Ainsi, une zone unique de publicité couvre l'ensemble de l'agglomération de la commune. Cette zone de publicité unique couvre une partie de la D19 de la route de Leudeville/rue Latécoère à la route des Bordes.

Les secteurs situés en dehors de cette zone unique, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception²².

Par ailleurs, un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy²³, 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.

Dans cette zone unique, la collectivité a choisi d'interdire des dispositifs peu qualitatifs pour le cadre de vie existant, notamment les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu. L'objectif de cette règle est d'entériner un état de fait, car la commune ne compte aucun dispositif de ce type actuellement.

Les publicités apposées sur mur sont limitées à 10,5 mètres carrés de surface « *hors tout* », dans la limite de 8 mètres carrés d'affiche, et 6 mètres de hauteur afin de limiter l'impact des dispositifs de grands formats. Quant aux publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol elles sont encadrées dans les conditions fixées par le code de l'environnement, à savoir 12 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. Pour atténuer l'impact de ces dispositifs publicitaires, la collectivité a également mis en place des dispositions esthétiques :

- Pour les publicités apposées sur mur ou clôture, il s'agit d'interdire les implantations à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur ou de cette clôture ;
- Pour les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, il s'agit d'obliger ces dispositifs à recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée si le dispositif ne comporte d'une seule face d'affichage.

Outre ces prescriptions, la commune a décidé de renforcer la règle de densité applicable sur cette zone unique de publicité. A ce titre, une seule publicité est autorisée dès lors que l'unité foncière dispose d'un linéaire supérieur ou égal à 20 mètres. L'objectif de cette règle est de limiter l'implantation et la surenchère de dispositif publicitaire principalement aux abords de la D19 qui est particulièrement saturé à l'heure actuelle. Cette règle permet également de limiter l'implantation des dispositifs publicitaires dans les espaces à dominantes d'habitat, d'équipements et dans le centre-ville ou peu d'unité foncière pourront accueillir un dispositif publicitaire. Ainsi, l'objectif de cette règle est de maintenir l'existant et de valoriser les abords de la D19, et de la ZAC Val-Vert.

²² Cf. p. 19 du présent rapport de présentation, concernant les préenseignes dérogatoires.

²³ CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986.

Afin de limiter son impact sur le paysage, la publicité numérique est autorisée uniquement dans la ZAC Val-Vert ; Celle-ci est autorisée seulement si elle est réalisée avec des images fixes (procédés vidéo interdits). Elle est également limitée à 2 mètres carrés et de 3 mètres de hauteur afin de limiter l'impact de ces dispositifs, actuellement inexistantes sur le territoire communal.

Enfin, la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale²⁴ excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou locale, ou des œuvres artistiques. Dans ce cas, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 2 mètres carrés et 3 mètres de hauteur, comme c'est actuellement le cas avec le RLP de 1994.

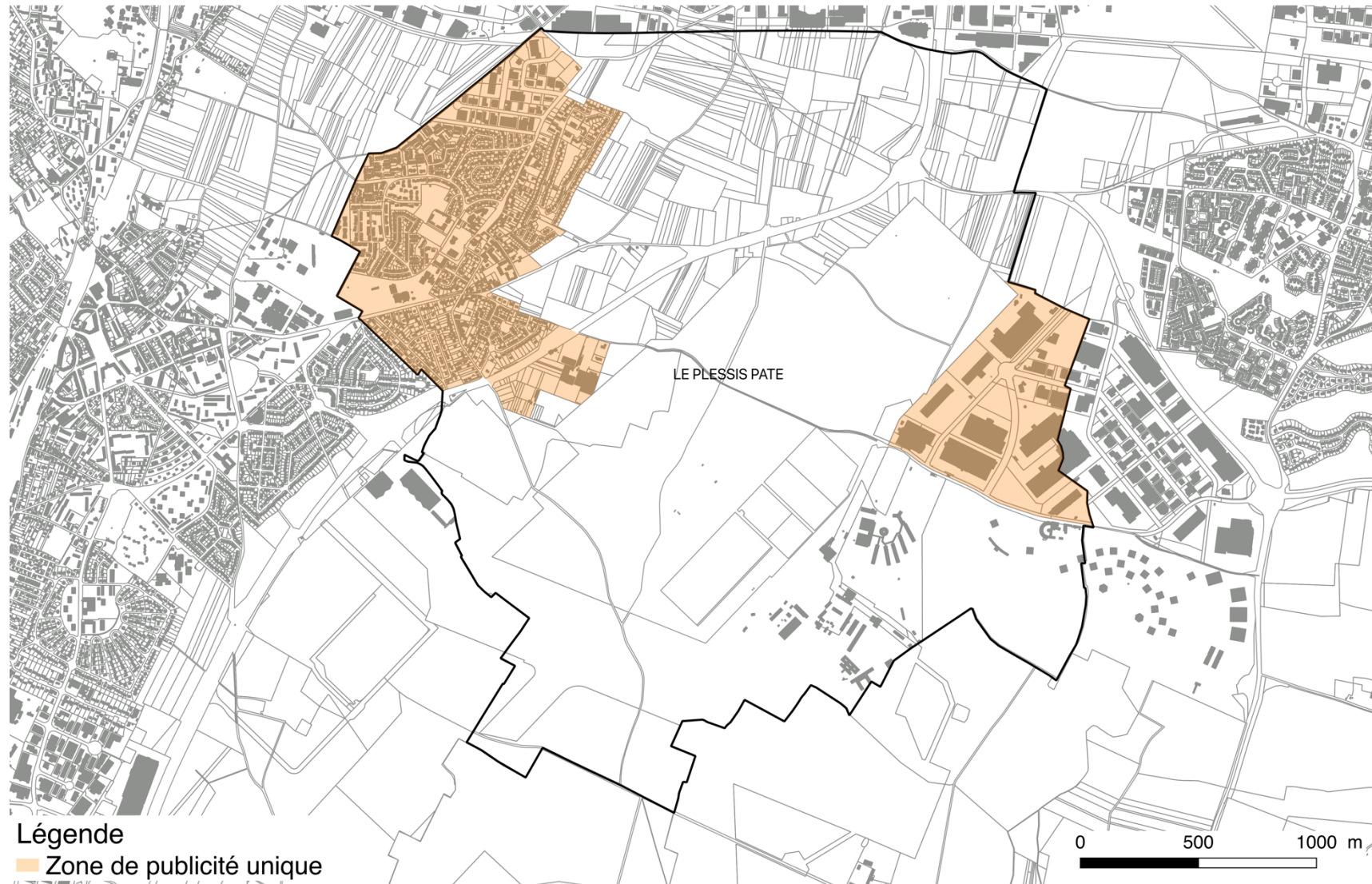
L'ensemble des publicités et préenseignes sont soumises à la plage d'extinction nocturne entre 23 heures et 6 heures afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

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'environnement.

La zone unique de publicité est délimitée sur la carte ci-dessous :

²⁴ Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement

Zonage applicable aux publicités et préenseignes de la commune du Plessis-Pâté



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, est différent du zonage qui s'applique à la publicité et aux préenseignes. Ainsi, les 2 zones sont définies pour les enseignes :

- La zone d'enseignes n°1 (ZE1) couvre les différentes zones d'activités territoire.
- La zone d'enseignes n°2 (ZE2) couvre la zone d'habitat, d'équipement et le centre-ville de la commune.

Sur l'ensemble du territoire, la commune a fait le choix d'interdire les enseignes sur :

- les arbres et les plantations ;
- les auvents ou marquises excepté en ZE1 où ces enseignes restent autorisées à condition qu'elles soient réalisées en lettres ou signes découpées;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu.

Elle a également décidé d'interdire les enseignes numériques (écrans et/ou dispositifs animés) et défilantes sur l'ensemble de son territoire. L'objectif de ces règles est d'interdire l'implantation de dispositifs peu qualitatifs le territoire de la commune et de maintenir l'état actuel du territoire sur ces secteurs.

En zone d'enseignes n°1 (ZE1 – zones d'activités), les enseignes parallèles au mur respectent le cahier des charges de la ZAC Val – Vert qui incite à une implantation de ces enseignes à une hauteur minimum de 2,5 mètres. Cependant, ces enseignes sont interdites si elles sont visibles depuis la RD19. Cette règle s'applique à l'ensemble des zones d'activités pour prévoir une réglementation unifiée.

En zone d'enseignes n°2 (ZE2 – zone d'habitat, d'équipement et centre-ville), la collectivité a choisi d'encadrer les enseignes parallèles au mur afin que leur implantation soit respectueuse des bâtiments sur lesquelles elles sont installées. L'implantation des enseignes parallèles au mur doit se faire en dessous des limites du plancher du 1er étage pour les activités exercées en rez-de-chaussée.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par activité sur l'ensemble du territoire. Leur hauteur ne doit pas excéder 1 mètre et la saillie est limitée à 0,8 mètre maximum en ZE2 (zone d'habitat, d'équipement et centre-ville). En ZE1 (zones d'activités), la saillie est limitée à 1 mètre et les enseignes perpendiculaires ne sont pas limitées en hauteur.

L'objectif de ces règles est de ne pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées et valoriser le patrimoine bâti du territoire. La collectivité souhaite donc privilégier des enseignes qualitatives sur ces espaces. Ces règles tiennent également compte de la Charte de la ZAC de la Croix Blanche.

Toujours dans le but de préserver son patrimoine, la collectivité a choisi d'interdire les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré en ZE2 (zone d'habitat, d'équipement et centre-ville). Cependant, ces enseignes sont autorisées en ZE1 (zones d'activités), dans la limite de 6 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. L'objectif est de limiter l'impact de ces dispositifs dans

les zones d'activités et mettre en cohérence le RLP avec les préconisations du cahier des charges de la ZAC de Val – Vert.

Quant aux enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol inférieures ou égales à un mètre carré, elles sont autorisées, sous condition, sur l'ensemble du territoire. En effet, ces enseignes ne peuvent excéder 1,20 mètre de hauteur maximum et sont limitées à une par voie bordant l'activité en ZE2 (zone d'habitat, d'équipement et centre-ville) et deux par voie bordant l'activité en ZE1 (zones d'activités). Cette réglementation a pour but de limiter leur nombre et leur implantation anarchique sur le territoire. En effet, ces dispositifs ne sont soumis à aucune règle nationale.

Enfin, comme sur l'ensemble du territoire, la commune a choisi d'autoriser les enseignes sur clôture (aveugle et non-aveugle). En ZE1 (zones d'activités), elles sont autorisées dans la limite d'une par voie bordant l'activité sans que leur surface ne puisse dépasser 2 mètres carrés.

En ZE2 (zone d'habitat, d'équipement et centre-ville), elles sont autorisées dans la limite d'une par activité, sans que leur surface ne puisse dépasser 1 mètre carré.

La collectivité souhaite pouvoir maintenir des possibilités de signalisation notamment pour les petites activités et/ou les autoentrepreneurs de manière modérée sans altérer l'environnement et le cadre de vie de ses habitants.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 23 heures et 6 heures 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 ZE2 (zone d'habitat, d'équipements et centre-ville).

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.

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

Zonage applicable aux enseignes de la commune du Plessis-Pâté

