

Accusé de réception en préfecture
095-200058485-20191105-D-2019--121-DE
Date de télétransmission : 05/11/2019
Date de réception préfecture : 05/11/2019

ValParisis
AGGLO

RAPPORT DE PRESENTATION

- SEPTEMBRE 2019 -



| | |
|--|-----------|
| PRÉAMBULE | 5 |
| 1. LES OBJECTIFS DU RLPI DU VAL PARISIS..... | 6 |
| 2. LES TEXTES RÉGLEMENTAIRES | 10 |
| 2.1/ CONTEXTE JURIDIQUE GÉNÉRAL | 11 |
| 2.1.1. Code de l'environnement et décrets | 11 |
| 2.1.2. Obligation pour un RLPI d'être plus contraignant que le RNP | 11 |
| 2.2/ LE RLPI | 11 |
| 2.2.1. Pourquoi Intercommunal | 11 |
| 2.2.2. RLPI : Prescription, objectifs du RLPI, pouvoir de police | 11 |
| 2.2.3. Élaboration du RLPI | 12 |
| 2.3/ LES LIEUX | 13 |
| 2.3.1. Notion d'agglomération | 13 |
| 2.3.2. Communauté d'agglomération | 15 |
| 2.3.3. Unité urbaine | 16 |
| 2.4 / LES DISPOSITIFS VISÉS | 17 |
| 2.4.1. Publicité | 17 |
| 2.4.2. Enseignes | 23 |
| 2.4.3. Préenseignes | 26 |
| 2.4.4. Les préenseignes dérogatoires | 28 |
| 2.4.5. L'affichage d'opinion et l'affichage sauvage | 29 |
| 2.4.6. Les véhicules équipés spécifiquement | 31 |
| 2.4.7. Les dispositifs ne relevant pas du RNP | 32 |
| 2.5/ LES RÈGLES APPLICABLES | 33 |
| 2.5.1. Les lieux nécessitant un traitement particulier | 33 |
| 2.5.2. Règles en matière de publicité | 36 |
| 2.5.3. Règles en matière d'enseignes | 38 |
| 2.5.4. Règles convergentes des différents RLP | 43 |

| | |
|---|-----------|
| 3. LE TERRITOIRE | 48 |
| 4. LE DIAGNOSTIC | 54 |
| 4.1/ MÉTHODE DE RECENSEMENT | 55 |
| 4.1.1. Publicité (hors mobilier urbain) | 55 |
| 4.1.2. Enseignes | 55 |
| 4.2/ LES CHIFFRES CLÉ DE LA PUBLICITÉ | 57 |
| 4.3/ LES SECTEURS À ENJEUX | 60 |
| 4.3.1. Les espaces de nature | 61 |
| 4.3.2. Les grands axes de circulation | 64 |
| 4.3.3. Les centres-villes | 66 |
| 4.3.4. Les zones commerciales ou d'activités | 71 |
| 4.3.5. Hors agglomération | 74 |
| 4.4/ LES AUTRES CONSTATS | 75 |
| 4.4.1. La disparité des matériels | 75 |
| 4.4.2. La qualité des matériels et le mauvais entretien | 77 |
| 4.4.3. Densité d'implantation | 77 |
| 4.4.4. Les paysages urbains dégradés | 78 |
| 4.4.5. Les infractions en matière de publicité | 79 |
| 4.4.6. Les infractions en matière d'enseignes | 81 |
| 4.4.7. Confusion entre dispositifs | 83 |
| 4.5/ BILAN DES ENTRETIENS AVEC LES COMMUNES | 86 |
| 5. ORIENTATIONS | 89 |

| | |
|---|------------|
| 6. EXPLICATION DES CHOIX | 91 |
| 6.1/ EXPLICATION DU CHOIX DU ZONAGE DU RLPI | 92 |
| 6.2/ EXPLICATION DU CHOIX DES RÈGLES | 92 |
| 6.2.1.Explication du choix des règles communes | 92 |
| 6.2.2.Explication du choix des règles propres à chaque zone | 94 |
| | |
| 7. ANNEXES | 96 |
| 7.1/ ANALYSE DES RLP | 97 |
| 7.1.1. Bessancourt | 97 |
| 7.1.2. Cormeilles-en-Parisis | 99 |
| 7.1.3. Eaubonne | 100 |
| 7.1.4. Ermont | 102 |
| 7.1.5. Franconville | 103 |
| 7.1.6. Herblay-sur-Seine | 105 |
| 7.1.7. Montigny-lès-Cormeilles | 107 |
| 7.1.8. Saint-Leu-la-Forêt | 109 |
| 7.1.9. Sannois | 111 |
| 7.1.10. Taverny | 113 |
| 7.2/ GLOSSAIRE | 115 |
| 7.3/ CAHIER DES PRESCRIPTIONS ARCHITECTURALES | 118 |

- PRÉAMBULE -

La préservation de la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et les populations, est au cœur de la politique du paysage. La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes s'inscrit dans le prolongement de cet objectif.

Depuis la réforme issue de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite Loi ENE), les règlements locaux de publicité (RLP) sont devenus de véritables instruments de planification locale. Ils offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicités, enseignes et préenseignes.

De plus, la loi ENE a institué une nouvelle répartition des compétences de police (délivrance des autorisations préalables, édiction des arrêtés de mise en demeure). Désormais, la compétence de police appartient au préfet lorsqu'une commune n'est pas dotée d'un RLP. Elle appartient au maire, agissant au nom de la commune, lorsque cette dernière est dotée d'un RLP. Même si certaines parties du territoire ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP, elles demeurent sous le pouvoir de police du maire.

L'article R.581-72 du code de l'environnement prévoit que le RLP comprend, au moins, les éléments suivants :

- un rapport de présentation ;
- une partie réglementaire ;
- des annexes.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'EPCI compétent, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

The background features a blurred night scene of a street lamp with a glowing globe. A large, semi-transparent purple triangle is overlaid on the bottom right corner of the image. The text is centered in the white space above the purple triangle.

1.LES OBJECTIFS DU RLPI DU VALPARISIS

Le Val Parisis (alors Communauté d'Agglomération le Parisis) a prescrit l'élaboration d'un RLPi par une délibération du conseil communautaire en date du 1er décembre 2014. Ce projet a été étendu à l'échelle de la nouvelle agglomération en mars 2016.

La préservation des paysages et du cadre de vie, la visibilité des grands axes et zones d'activités sont donc des enjeux fondamentaux pour l'attractivité du territoire du Val Parisis. Par l'élaboration du RLPi, ces enjeux seront pour la première fois analysés de manière globale sur le territoire. La communauté d'agglomération pourra mettre en oeuvre une politique unique et cohérente en terme de gestion de la publicité extérieure.

Le projet de RLPi permettra de répondre aux objectifs de qualité urbaine, architecturale et paysagère du territoire et de répondre aux problématiques de prolifération des préenseignes, de surdimensionnement et de surnombre des publicités, aux affichages sauvages de publicités déjà identifiées en phase de diagnostic.

LES GRANDS PROJETS DE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION EN MATIÈRE DE PRÉSERVATION DU CADRE DE VIE

Le secteur de la RD 14, emblématique au regard des enjeux de publicité extérieure

Le territoire de Val Parisis présente, notamment au niveau des entrées de ville et le long des anciennes routes nationales, des zones d'activités économiques et commerciales de forte attractivité.

Le secteur de la RD14 est le premier pôle commercial de la Région Ile-de-France, avec 250 000 m² de surface de vente tous secteurs d'activités confondus. Ce secteur souffre d'une prolifération anarchique de publicités, pré-enseignes et enseignes, dégradant son image de marque et son environnement.

Suite à un appel à projets lancé par le Ministère de l'égalité des territoires et du logement nommé « Atelier national territoires économiques », l'Etat a mis à disposition de la Communauté d'agglomération en 2011-2012 une équipe d'experts architectes-urbanistes, pour définir avec les

communes une stratégie de reconquête urbaine du secteur de la RD14.

La Communauté d'agglomération s'appuie sur ce travail et la feuille de route ainsi établie pour amorcer la transformation du secteur : la problématique de la publicité extérieure a été traitée en priorité par le lancement de l'élaboration du RLPi. Les enjeux de déplacements, de stationnement, d'organisation spatiale des établissements commerciaux et de consommation foncière sont aujourd'hui également au cœur du travail mené par la CA.

Ce linéaire commercial constitue une véritable coupure urbaine, au sens où la richesse paysagère en deuxième rideau est inaccessible et en manque de visibilité. Aussi, en matière de qualité paysagère, en lien avec le RLPi, l'objectif est de redonner leur place aux aménités urbaines, et de provoquer des porosités vers l'intérieur du territoire. Un des volets de cette étude urbaine concerne donc la recherche d'ancrage de la zone commerciale dans son territoire en tissant de nouveaux liens avec les espaces publics, agricoles et les boisements qui la jouxtent.

Cette étude qui aboutira fin 2016 comprend différentes phases :

- Un diagnostic territorial portant sur une analyse urbaine et paysagère,
- La proposition de scénarii d'aménagement et la définition d'un plan guide urbain et paysager
- La définition d'une stratégie opérationnelle de reconquête urbaine

La préservation et l'aménagement des parcs et massifs forestiers contribuant à la ceinture verte régionale

Le Schéma régional de cohérence écologique d'Ile-de-France identifie clairement le territoire du Val Parisis comme un secteur à enjeux en matière de préservation de la ceinture verte régionale.

Une continuité à dominante boisée discontinue est identifiée entre la forêt domaniale de Montmorency et la forêt de Saint Germain-en-Laye, en passant par la plaine de Pierrelaye-Bessancourt. Cette dernière, plaine agricole de près de 1700 hectares, est au cœur de la politique du Grand Paris avec la plantation d'une nouvelle forêt.

Le Schéma Directeur de la Région Ile-de-France (SDRIF) élaboré concomitamment au SRCE, reprend les enjeux de continuités écologiques et met également en exergue la continuité entre la forêt de Montmorency, les buttes du Parisis, le bois de Boissy.

En concordance avec ces deux documents de planification et pour participer à l'effort régional de préservation des trames verte et bleue en Ile-de-France, la Communauté d'agglomération est particulièrement engagée dans la préservation de ces liaisons vertes. Elle a pris dès 2013, une compétence facultative de « préservation et aménagement des parcs et massifs forestiers du territoire de l'Agglomération contribuant à une ceinture verte dans le sud du Département du Val-d'Oise : Buttes du Parisis, Bois de Boissy et des aulnaies, coulées vertes à vocation intercommunale.

La CA Val Parisis a développé un partenariat très étroit avec le bras armé de la Région, l'Agence des Espaces Verts, et contribue de manière très importante à la bonne gestion des Buttes du Parisis et du Bois de Boissy.

La valorisation de ces espaces et la réduction des nuisances visuelles induites par la publicité extérieure sont au cœur de la démarche d'élaboration du RLPi.

LES OBJECTIFS FIXÉS PAR LE VAL PARISIS SONT LES SUIVANTS :

RENFORCER ET PRÉSERVER L'IMAGE ET L'IDENTITÉ DU TERRITOIRE EN :

-

**PRÉSERVANT LES CONTINUITÉS PAYSAGÈRES, POINTS DE VUE
ET ÉLÉMENTS DE LA CEINTURE VERTE RÉGIONALE ;
AMÉLIORANT LA QUALITÉ ET LA VISIBILITÉ DES PRINCIPAUX AXES ROUTIERS ;**

-

**RENFORÇANT L'ATTRACTIVITÉ ET LE DYNAMISME DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE
EN PRIVILÉGIANT LA QUALITÉ ET LA LISIBILITÉ DES ENSEIGNES ;**

-

**EN GARANTISSANT LA SÉCURITÉ DES AUTOMOBILISTES EN LIMITANT LES SIGNAUX
SUSCEPTIBLES DE GÊNER LA LISIBILITÉ DE LA SIGNALISATION ROUTIÈRE.**

2. LES TEXTES RÉGLEMENTAIRES

ILLEGAL

LEGAL

2.1/ CONTEXTE JURIDIQUE GÉNÉRAL

2.1.1. Code de l'environnement et décrets

La loi ENE, ainsi que les décrets 2012-118 du 30 janvier 2012 et 2013-606 du 9 juillet 2013 ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, relevant jusqu'alors de la loi du 29 décembre 1979 et de ses décrets d'application. L'ensemble des dispositions applicables figure aux articles L.581-1 et suivants et R.581-1 et suivants du code de l'environnement et constituent le Règlement National de Publicité (RNP).

2.1.2 . Obligation pour un RLPi d'être plus contraignant que le RNP

L'article L.581-14 alinéa 2 du code de l'environnement prévoit que :

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

Les RLP s'inscrivent dans une vision stratégique du territoire. Adoptant des règles plus restrictives que celles fixées par le régime général, ils visent à préserver les paysages, à améliorer le cadre de vie ; ils renforcent l'identité du territoire.

2.2/ LE RLPi

2.2.1. Pourquoi Intercommunal

L'article L.581-14 alinéa 1 précise que :

«L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L.581-9».

La communauté d'agglomération du Val Parisis ayant la compétence PLU, elle dispose de la compétence pour élaborer un RLPi.

Le RLPi est annexé au PLUi, lorsqu'il existe.

2.2.2. RLPi : Prescription, objectifs du RLPi, pouvoir de police

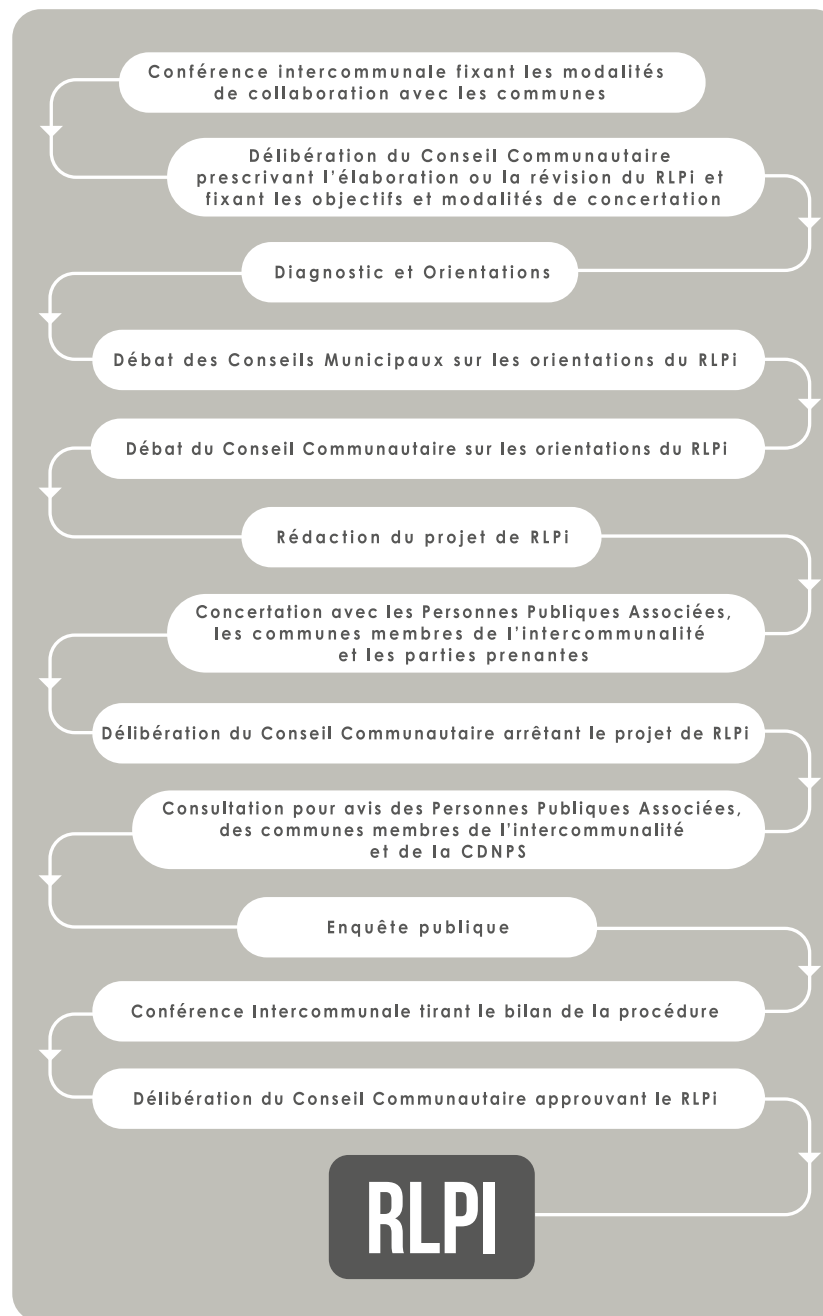
La loi ENE impose la révision des RLP adoptés antérieurement au 13 juillet 2010, avant le 13 juillet 2020 sous peine d'entraîner leur caducité, l'objectif étant de soumettre ces anciens règlements aux exigences nouvelles. A cet égard, huit des quinze communes appartenant à la Communauté d'Agglomération disposent à ce jour d'un tel règlement.

Le pouvoir de police en matière de publicité extérieure appartient au préfet. Mais, la mise en place d'un RLP transfère le pouvoir de police au maire agissant au nom de sa commune. L'élaboration d'un RLPi transfère ainsi le pouvoir de police à chacun des maires pour ce qui concerne sa commune.

2.2.3. Élaboration du RLPi

La procédure d'élaboration du RLPi est calquée sur celle du PLUi.

Cette procédure peut être résumée par le schéma ci-contre :



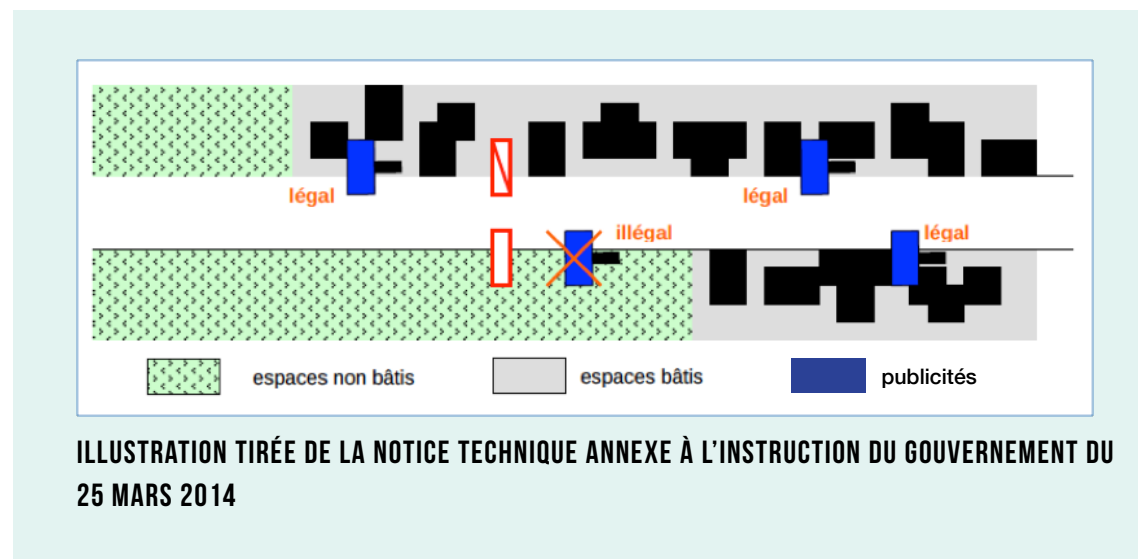
2.3/ LES LIEUX

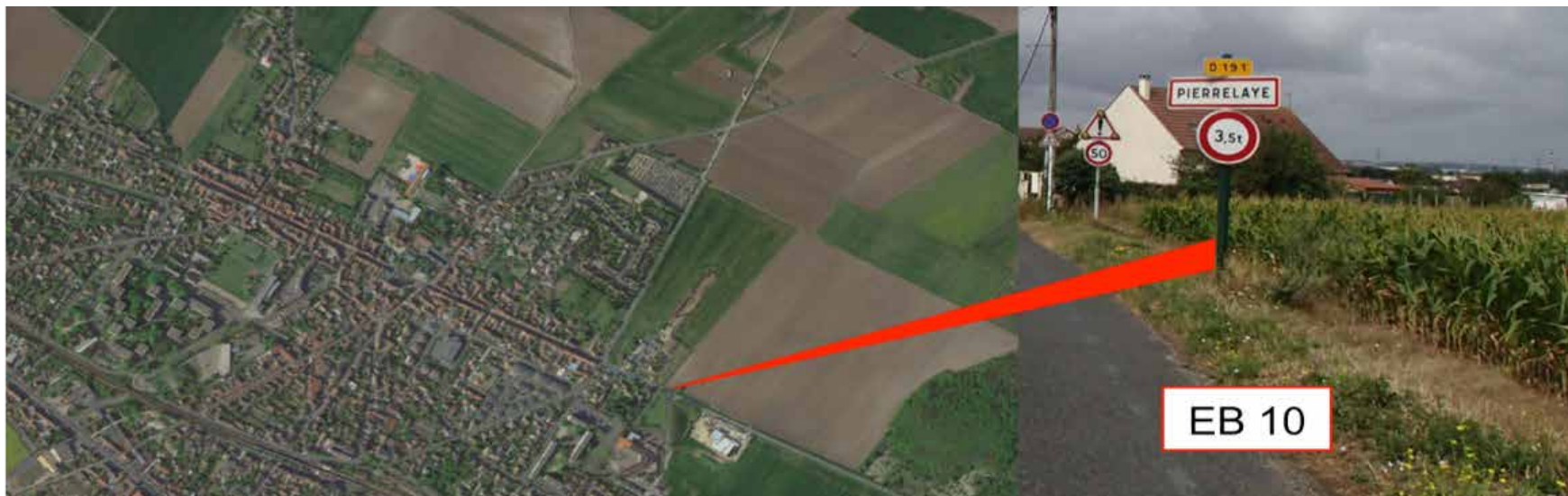
2.3.1. Notion d'agglomération

Par principe, la publicité est interdite hors agglomération et admise en agglomération (Art. L.581-7 du code de l'environnement). La délimitation de l'agglomération s'avère donc déterminante. Sa définition résulte de l'article R.110-2 du code de la route selon lequel il s'agit d'un espace sur lequel sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et délimité par des panneaux d'entrée (EB-10) et de sortie (EB-20). Ces panneaux font l'objet d'une implantation conformément à un arrêté municipal (Art. R.411-2 du code de la route).

Il arrive quelquefois que les panneaux d'entrée et de sortie soient mal implantés : soit qu'ils sont trop en amont (ou en aval) des zones bâties, soit que la zone bâtie se soit progressivement étendue sans que les panneaux

n'aient été déplacés voire qu'ils n'existent pas. Dans ces différentes hypothèses, le juge administratif fait prévaloir le bâti continu sur les panneaux selon le schéma suivant :





UN PANNEAU D'ENTRÉE D'AGGLOMÉRATION ET SA POSITION SUR LE TERRAIN (PIERRELAYE - D 191)

L'élaboration d'un RLPi est l'occasion pour chacune des communes de la communauté d'agglomération Val Parisis de se pencher sur l'arrêté fixant ses limites d'agglomération,

le positionnement des panneaux (entrée = EB 10 / sortie = EB 20) sur le terrain et éventuellement d'une mise à jour afin de se conformer aux exigences réglementaires rappelées plus haut.

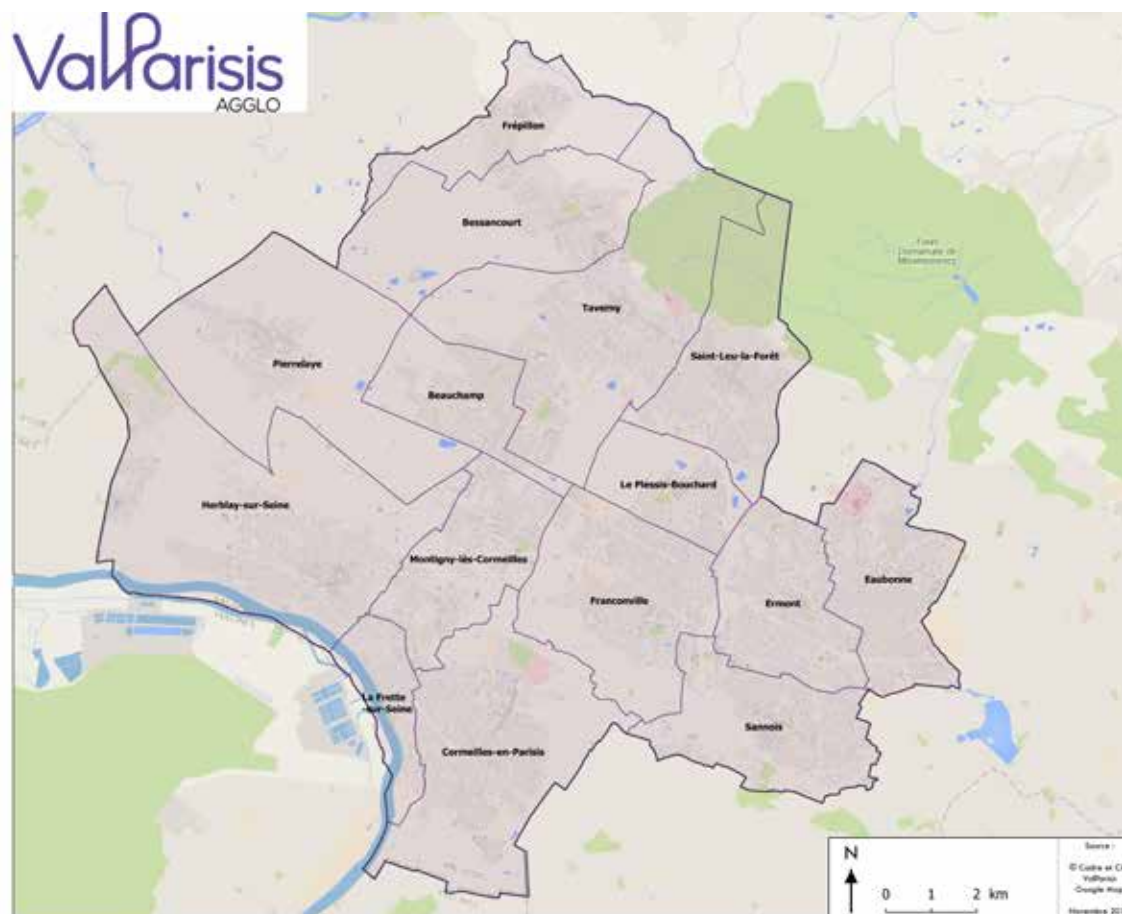
Les arrêtés et les plans afférents sont des annexes du RLPi.

2.3.2. Communauté d'agglomération

La Communauté d'Agglomération Val Parisis est composée de 15 communes : Beauchamp, Bessancourt, Cormeilles-en-Parisis, Eaubonne, Ermont, Franconville, Frépillon, Herblay-sur-Seine, La Frette-sur-Seine, Le Plessis-Bouchard, Montigny-lès-Cormeilles, Pierrelaye, Sannois, Saint-Leu-la-Forêt et Taverny.

Sa population légale (source INSEE 2016 recensement 2013) est de 267 607 habitants, répartie comme suit :

| | |
|--------------------------------|---------------|
| Beauchamp | 8 891 |
| Bessancourt | 6 681 |
| Cormeilles-en-Parisis | 23 696 |
| Eaubonne | 24 945 |
| Ermont | 28 335 |
| Franconville | 33 637 |
| Frépillon | 3 047 |
| Herblay-sur-Seine | 27 923 |
| La Frette-sur-Seine | 4 673 |
| Le Plessis-Bouchard | 8 132 |
| Montigny-lès-Cormeilles | 20 556 |
| Pierrelaye | 8 365 |
| Saint-Leu-la-Forêt | 15 316 |
| Sannois | 27 105 |
| Taverny | 26 305 |



CARTE DE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION VAL PARISIS (SOURCE ©IGN 2013)

2.3.3. Unité urbaine

La question de savoir si une commune fait ou non partie d'une unité urbaine a une importance considérable pour définir les règles applicables à un territoire.

Unité urbaine : La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. Au sens de l'INSEE, on appelle unité urbaine 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.

Si l'unité urbaine se situe sur une seule commune, elle est dénommée ville isolée. Si l'unité urbaine s'étend sur plusieurs communes,

et si chacune de ces communes concentre plus de la moitié de sa population dans la zone de bâti continu, elle est dénommée agglomération multicommunale.

**LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
VAL PARISIS FAIT PARTIE D'UNE UNITÉ
URBAINE DE PLUS DE
800 000 HABITANTS.**

Le Val Parisis se situant dans l'unité urbaine de Paris qui compte plus de 800 000 habitants, ce sont les règles du code de l'environnement des unités urbaines de plus de 100 000 habitants qui s'appliquent sur tout son territoire et des unités urbaines de plus de 800 000 habitants pour la publicité lumineuse.

Cela conduit, d'une part, à ce que toutes les communes dont l'agglomération comporte moins de 10 000 habitants d'être soumises, pour la publicité, au régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants et, d'autre part, à ce que le RLPi fixe les horaires d'extinction des publicités lumineuses.

2.4/ LES DISPOSITIFS VISÉS

2.4.1. Publicité

Art. L. 581-3 du Code de l'environnement

« Au sens du présent chapitre :

1° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des 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 les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ;



EXEMPLE DE PUBLICITÉ

Des dispositions réglementaires fixent les règles d'implantation des publicités en fonction des procédés, des dispositifs utilisés, des caractéristiques des supports et de l'importance des agglomérations concernées.



LES POTEUX ET TRAVERSES DE CES ANCIENS PANNEAUX PUBLICITAIRES SONT ASSIMILÉS À DES PUBLICITÉS

Est ainsi régie



LA PUBLICITÉ MURALE



LA PUBLICITÉ SCÉLÉE AU SOL



LA PUBLICITÉ ÉCLAIRÉE PAR PROJECTION OU TRANSPARENCE



LA PUBLICITÉ LUMINEUSE NUMÉRIQUE



LA PUBLICITÉ SUR MOBILIER URBAIN

Dans certaines conditions, la publicité peut être supportée par des bâches de grande dimension.



BÂCHE PUBLICITAIRE (ILLUSTRATION PRISE SUR UNE COMMUNE N'APPARTENANT PAS À LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION VAL PARISIS)

2.4.2. Enseigne

Art. L. 581-3 du Code de l'environnement

2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;
Des dispositions réglementaires déterminent les prescriptions applicables à son installation et à son entretien en fonction des procédés utilisés, de la nature des activités, des caractéristiques des immeubles où ces activités s'exercent, du caractère des lieux, ainsi que des conditions d'éclairage lorsqu'elle est lumineuse.

Sont ainsi régies :



LES ENSEIGNES MURALES



LES ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL (DISPOSITIFS NON CONFORMES EN RAISON DE LEUR HAUTEUR)



LES ENSEIGNES NUMÉRIQUES



LES ENSEIGNES EN TOITURE



LES ENSEIGNES TEMPORAIRES

2.4.3. Préenseignes

Art. L. 581-3 du Code de l'environnement

« Au sens du présent chapitre :

3° Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. »



EXEMPLE DE PRÉENSEIGNE



MURALE



SCELLÉE AU SOL SUR DISPOSITIF



SUR MOBILIER URBAIN



SUR MÂT

2.4.4. Préenseignes dérogatoires

Catégorie particulière de préenseigne, la préenseigne dérogatoire a son régime propre, modifié depuis le 13 juillet 2015.

Les préenseignes prévues par le 3ème alinéa de l'article L.581-19 peuvent être implantées en dehors des agglomérations lorsqu'elles signalent les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite, les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales et les activités culturelles. Elles peuvent être implantées hors agglomération, au plus à 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent, portée à 10 kilomètres pour signaler les monuments historiques.

Les préenseignes dérogatoires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol. Leurs dimensions ne peuvent excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur. La collectivité gestionnaire de la voirie, peut, le cas échéant après consultation des autres collectivités concernées, fixer des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, qui sont publiées au recueil administratifs des actes de cette collectivité ou intégrées au RLP.

A défaut, les préenseignes dérogatoires respectent les prescriptions nationales fixées par arrêté ministériel.

Il ne peut y avoir plus de quatre préenseignes par monument, lorsque ces préenseignes signalent des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Deux de ces préenseignes lorsqu'elles indiquent la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, peuvent être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument.

Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes par activité culturelle signalée. La commercialisation de biens culturels ne peut être regardée comme une activité culturelle au sens de l'article L.581-19.

Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir.



PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES (INTERDITES DEPUIS LE 13 JUILLET 2015, LES ACTIVITÉS QU'ELLES SIGNALENT N'AYANT PLUS DROIT À CES DISPOSITIFS)

2.4.5. L'affichage d'opinion et l'affichage sauvage

Conformément à l'article L.581-13, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces destinées à l'affichage d'opinion et à la publicité des associations sans but lucratif, dites communément «d'affichage libre». L'article R.581-2 fixe la surface minimale attribuée dans chaque commune.



AFFICHAGE D'OPINION DÉTAIL PAR COMMUNE DE LA SURFACE RÉGLEMENTAIRE MINIMALE

| | Population totale (*) | Surface en m ² |
|--------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| Beauchamp | 8 891 | 12 |
| Bessancourt | 6 681 | 10 |
| Cormeilles-en-Parisis | 23 696 | 22 |
| Eaubonne | 24 945 | 22 |
| Ermont | 28 335 | 22 |
| Franconville | 33 637 | 27 |
| Frépillon | 3 047 | 6 |
| Herblay-sur-Seine | 27 923 | 22 |
| La Frette-sur-Seine | 4 673 | 8 |
| Le Plessis-Bouchard | 8 132 | 12 |
| Montigny-lès-Cormeilles | 20 556 | 22 |
| Pierrelaye | 8 365 | 12 |
| Saint-Leu-la-Forêt | 15 316 | 17 |
| Sannois | 27 105 | 22 |
| Taverny | 26 305 | 22 |

(*) Source INSEE : Recensement de la population 2013 - Limites territoriales au 1er janvier 2015

L'affichage sauvage est illégal car contrevenant à l'art. L.581-24. Ce dernier prévoit que : «nul ne peut apposer de publicité ni installer une préenseigne sans l'autorisation écrite du propriétaire».



AFFICHAGE SAUVAGE (ILLÉGAL)

2.4.6. Les véhicules équipés spécifiquement

Conformément à l'article **R.581-48** :

«Les véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes ne peuvent stationner ou séjourner en des lieux où celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Ils ne peuvent ni circuler en convoi de deux ou plusieurs véhicules, ni à vitesse anormalement réduite.

En outre, ils ne peuvent pas circuler dans les lieux interdits à la publicité en application des articles **L.581-4** et **L.581-8**. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 mètres carrés.

Des dérogations à ces interdictions peuvent être accordées, à titre exceptionnel, par l'autorité de police à l'occasion de manifestations particulières.

La publicité lumineuse est interdite sur les véhicules terrestres.»



ILLUSTRATION PRISE SUR UNE COMMUNE N'APPARTENANT PAS À LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

2.4.7. Les dispositifs ne relevant pas du RNP

D'autres formes de publicité extérieure ne sont pas visées par le RNP et ne peuvent donc être réglementées par un RLP(i).

La publicité apposée sur les véhicules de transport en commun, les taxis, à l'intérieur des galeries marchandes n'entre pas dans le champ du code de l'environnement.

La signalisation d'intérêt locale (SIL), même si son aspect peut l'assimiler à certaines préenseignes, relève du code de la route.

De la même manière, les journaux lumineux d'information, dont les messages sont exclusivement dédiés à l'information citoyenne, ne sont pas concernés par les dispositions du code de l'environnement.



SIGNALISATION D'INTÉRÊT LOCAL - LA FRETTE-SUR-SEINE



JOURNAL LUMINEUX D'INFORMATION - HERBLAY-SUR-SEINE

2.5/ LES RÈGLES APPLICABLES

Dans les communes ne disposant pas de RLP, les dispositions du RNP issues du décret du 30 janvier 2012 sont applicables depuis le 1er juillet 2012 aux publicités et aux enseignes nouvellement implantées. Les publicités installées avant cette date ont dû s'y conformer au plus tard le 13 juillet 2015. Les enseignes disposent d'un délai supplémentaire puisqu'elles devront être mises en conformité au plus tard le 1er juillet 2018.

2.5.1. Les lieux nécessitant un traitement particulier

Parallèlement à la détermination des limites d'agglomération, le code de l'environnement identifie des lieux où les règles applicables à la publicité et aux enseignes diffèrent de celles du régime général. Des règles spécifiques s'appliquent ainsi dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires situés hors agglomération, ainsi que dans l'emprise des enceintes sportives accueillant plus de 15 000 places assises ou peuvent s'appliquer dans les zones commerciales situées hors agglomération (Art. L.581-7 et L.587-10 du code de l'environnement).

IL N'Y A PAS D'AÉROPORT, DE GARE FERROVIAIRE, DE CENTRE COMMERCIAL NI DE STADES SITUÉS HORS AGGLOMÉRATION

Dans les lieux ci-dessous, la publicité est interdite, mais le RLP peut décider de la réintroduire (Art. L.581-8 du code de l'environnement).

Dans ces lieux et sur ces immeubles, les enseignes ne sont pas interdites mais leur installation est soumise à autorisation délivrée par l'autorité de police compétente après avis de l'architecte des Bâtiments de France (Art. L.581-18 et R.581-16 du code de l'environnement).

Afin de préserver le patrimoine architectural et paysager des communes, la publicité est interdite :

- dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) existantes au 13 juillet 2015 et dans les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) qui ont vocation à leur succéder ;

IL N'Y A PAS DE ZPPAUP SUR LE TERRITOIRE À CE JOUR, NI D'AVAP EN PROJET

- dans les périmètres des secteurs sauvegardés ;

IL N'Y A PAS DE SECTEUR SAUVEGARDÉ SUR LE TERRITOIRE À CE JOUR

- aux abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques. La zone d'interdiction de la publicité est le périmètre déterminé par une distance de 100 m du monument et dans son champ de visibilité et non de 500 m comme le prévoit l'article L.621-30 du code du patrimoine ;

SONT CONCERNÉS LES ÉGLISES DE BESSAN-COURT, CORMEILLES-EN-PARISIS, HERBLAY-SUR-SEINE ET TAVERNY, LE CLUB DES ESPÉRANCES À ERMONT, L'HÔTEL DE MÉZIÈRES, LE CHÂTEAU DE LA CHESNAY, LES 2 PAVILLONS DE GARDE À EAUBONNE AINSI QU'À SANNOIS LE MOULIN À VENT DIT «MOULIN TROUILLET».

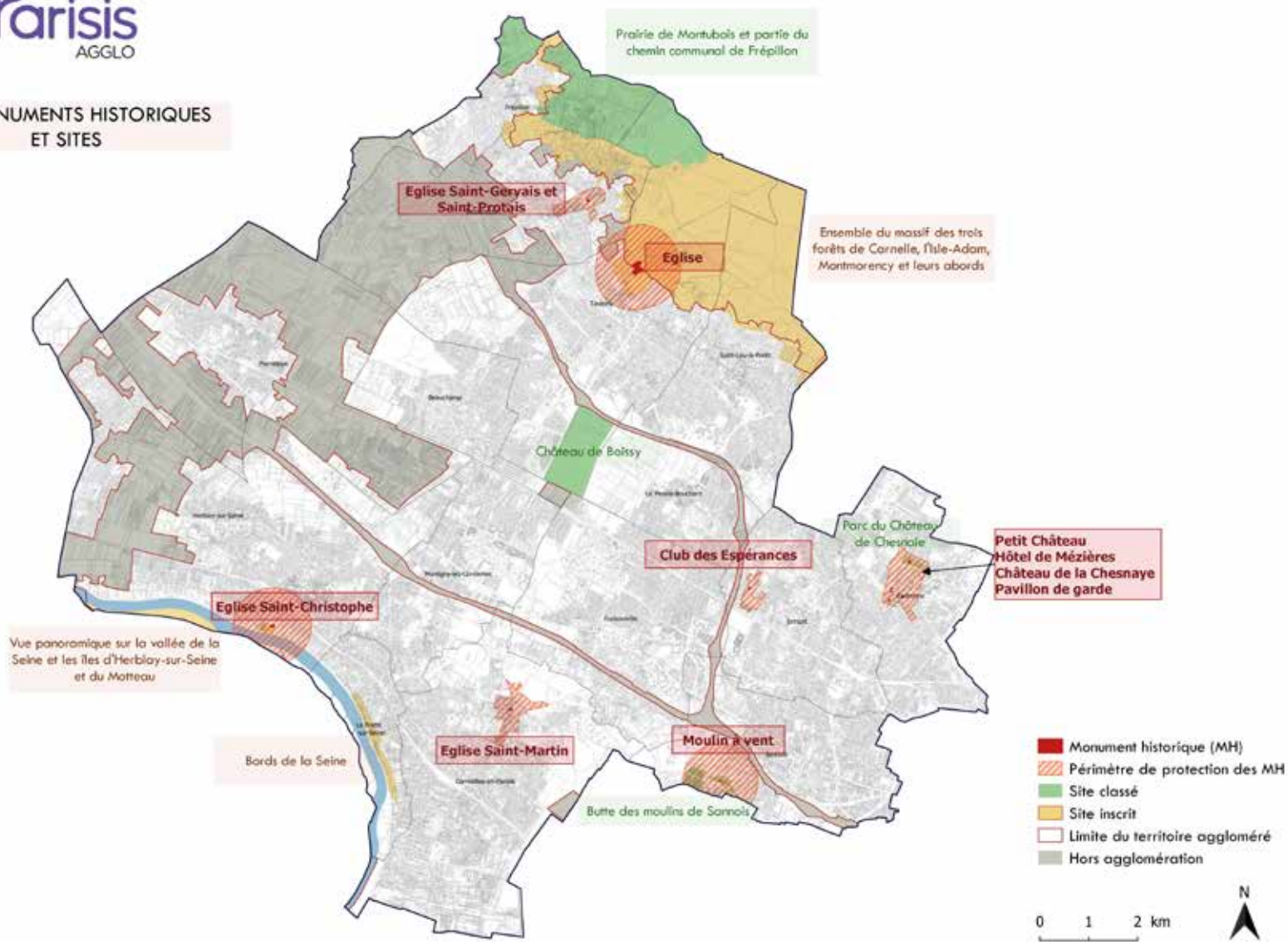


EGLISE DE BESSANCOURT

- dans les sites inscrits ou classés et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci.

SONT CONCERNÉS LES MASSIFS DES TROIS FORÊTS À BESSANCOURT, HERBLAY-SUR-SEINE ET SAINT-LEU-LA-FORÊT, LE POINT DE VUE DE L'ANCIEN MOULIN DE SAINT-JACQUES À BESSANCOURT ET TAVERNY, LES BORDS DE SEINE AINSI QUE L'ÉGLISE ET SES ABORDS À LA FRETTE-SUR-SEINE, LA VUE PANORAMIQUE SUR LA VALLÉE DE LA SEINE, ILES D'HERBLAY-SUR-SEINE ET DU MOTTEAU À HERBLAY-SUR-SEINE, LE CHÂTEAU DE BOISSY ET SON PARC AINSI QUE L'ENSEMBLE FORMÉ PAR LA VALLÉE DE CHAUVRY À TAVERNY, LA BUTTE DES MOULINS ET LA PARCELLE APPARTENANT À LA COMMUNE À SANNOIS.

LES MONUMENTS HISTORIQUES
ET SITES



Cadre et Qstj, Mars 2019

CARTOGRAPHIE DES SITES INSCRITS , CLASSES ET MONUMENTS HISTORIQUES SUR LES 15 COMMUNES (SOURCE DRIEE _ 2016)

En revanche, l'interdiction est dite « absolue » sur les édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques, car elle ne peut être levée par le RLP.

2.5.2. Règles en matière de publicité

Le RNP a fixé un régime propre à la publicité murale (A), à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol (B) et à la publicité numérique (C). A également été instituée une règle nationale de densité (D) et, pour la publicité lumineuse, une obligation d'extinction nocturne (E).

A. Les principales règles de format et de hauteur applicables à la publicité murale

Parmi les règles applicables à la publicité murale, retenons qu'elle est interdite 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, sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou

qu'ils ne comportent que des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m², sur les clôtures qui ne sont pas aveugles et sur les murs de cimetière et de jardin public (Art. R.581-22 du code de l'environnement).

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m², ni s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-26 du code de l'environnement).

B. Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite dans les espaces boisés classés (EBC), ainsi que 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.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m² (Art. R.581-32 du code de l'environnement).

C. Le régime applicable à la publicité numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. Sa surface unitaire ne peut dépasser 8 m² et elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-34 du code de l'environnement).

TABLEAU RÉSUMANT LES DIFFÉRENTES RÈGLES DE SURFACE ET HAUTEUR FIXÉES AU RNP

| Type de publicité ou d'implantation | Surface | Hauteur |
|-------------------------------------|-------------------|---------|
| Murale | 12 m ² | 7,5 m |
| Scellée au sol | 12 m ² | 6 m |
| Numérique | 8 m ² | 6 m |

D. La règle nationale de densité

Applicable à la publicité murale, scellée au sol ou installée directement sur le sol à l'exclusion de la publicité sur le mobilier urbain, une règle de densité est instituée afin de limiter le nombre de dispositifs publicitaires en agglomération. La densité publicitaire est déterminée en fonction de la longueur du côté d'une unité foncière bordant une voie ouverte à la circulation publique. Lorsque ce côté est au plus égal à 80 mètres linéaire, il peut être installé soit deux publicités murales alignées horizontalement ou verticalement soit deux publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire. S'il est inférieur, il ne peut être installé qu'un seul dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol.

En l'absence de toute publicité murale, il ne peut y avoir qu'une publicité scellée au sol si la longueur de la façade est inférieure à 40 m et deux publicités si la longueur est comprise entre 40 m et 80 m.

Au-delà de 80 m, il ne peut y avoir qu'un seul dispositif publicitaire (mural ou scellé au sol) par tranche de 80 m entamée.

E. L'obligation d'extinction nocturne

La publicité lumineuse, c'est-à-dire la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, est soumise à une obligation d'extinction nocturne qui doit être établie par un RLP dans les communes faisant partie d'une unité urbaine de plus de 800 000 habitants.



PANNEAU ÉCLAIRÉ PAR PROJECTION



PANNEAU ÉCLAIRÉ PAR TRANSPARENCE

LE RLPI DOIT FIXER SES PROPRES RÈGLES D'EXTINCTION NOCTURNE APPLICABLES DANS TOUTES LES COMMUNES DE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION.

2.5.3. Règles en matière d'enseignes

A l'instar de la publicité, il existe un RNP applicable aux enseignes selon qu'elles sont installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (A), posées à plat ou perpendiculairement à un mur (B) ou scellées au sol ou directement installées sur le sol (C). Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne (D).

Ces règles s'appliquent que les enseignes soient installées, ou non, en agglomération.

A. Les règles applicables à l'enseigne en toiture

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de

fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.

La surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m².



ENSEIGNE EN TOITURE DONT LES SUPPORTS NE SONT PAS DISSIMULÉS DONC ILLÉGALE

B. Les principales règles applicables à l'enseigne murale

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent dépasser 1 m de haut.

Les enseignes installées devant un balconnet, une baie ou sur un balcon ne doivent pas dépasser les limites du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet, du balcon ou de la baie. Elles ne peuvent constituer une saillie de plus de 0,25 m par rapport au balcon.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.



ENSEIGNES À PLAT

La surface cumulée des enseignes murales ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m², la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.



ENSEIGNES À PLAT ET PERPENDICULAIRES

C. Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Deux enseignes 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.

Lorsqu'elle fait plus de 1 m², l'enseigne scellée au sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsqu'elle fait 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, ainsi qu'hors agglomération, la surface unitaire maximale de l'enseigne scellée au sol est de 6 m². Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, elle est de 12 m².



EXEMPLE D'ENSEIGNE SCÉLÉE AU SOL



EXEMPLE D'ENSEIGNE SCÉLÉE AU SOL

A CORMEILLES, EAUBONNE, ERMONT, FRANCONVILLE, HERBLAY-SUR-SEINE, MONTIGNY, SAINT-LEU, SANNOIS ET TAVERNY, LES ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL PEUVENT AVOIR UNE SURFACE DE 12 M² MAXIMUM, ALORS QU'À BEAUCHAMP, BESSANCOURT, FRÉPILLON, LA FRETTE-SUR-SEINE, LE PLESSIS-BOUCHARD ET PIERRELAYE, LA SURFACE DE CES ENSEIGNES EST LIMITÉE À 6 M².

D. L'obligation d'extinction nocturne

Comme la publicité lumineuse, l'enseigne lumineuse, c'est-à-dire l'enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse est soumise à une obligation d'extinction nocturne. L'enseigne lumineuse doit être éteinte entre

1 h et 6 h du matin lorsque l'activité signalée a cessé. Toutefois, lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et 7 h du matin, l'enseigne doit être éteinte au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peut être allumée une heure avant la reprise

de cette activité.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'évènements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.



EXEMPLES D'ENSEIGNE LUMINEUSE

TABLEAU RÉSUMANT LES PRINCIPALES RÈGLES APPLICABLES AUX ENSEIGNES

| Type d'enseigne ou d'implantation | Règles applicables | Surfaces |
|---|--|---|
| Murales | Ne pas dépasser les limites du mur qui les supportent | Surface cumulée inférieure à 15% de la surface de la façade qui les reçoit ou 25% si la surface de la façade est inférieure à 50 m ² |
| Scellées au sol ou installées directement sur le sol | Recul de H/2 par rapport à la limite séparative Limitation des enseignes de plus de 1 m ² placées le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée | Dans les agglomérations de plus de 10 000 h : 12 m ² |
| | | Dans les agglomérations de moins de 10 000 h et hors agglo : 6 m ² |
| En toiture | Formées de lettres découpées | Inférieur à 60 m ² par établissement signalé |
| Lumineuses | Extinction entre 1 h et 6 h | - |

2.5.4. Règles convergentes des différents RLP

8 communes du Val Parisis disposent aujourd'hui d'un RLP. Il s'agit de Bessancourt, Eaubonne, Ermont, Franconville, Herblay-sur-Seine, Montigny-lès-Cormeilles, Saint-Leu-la-Forêt et Sannois.

Il est à noter que les communes de Cormeilles-en-Parisis, de La Frette-sur-Seine et de Taverny étaient dotées chacune d'un RLP mais que ceux-ci ont été annulés respectivement en 1997, 1995 et en 2011 ; le premier parce qu'il était trop restrictif, le second et le troisième pour un vice de forme. Ces communes sont donc depuis soumises aux dispositions du RNP.

Bien qu'annulés, les règlements de Cormeilles-en-Parisis et Taverny ont fait l'objet d'une analyse dans le présent document, car faisant état des préoccupations de ces communes.

| Commune | Date RLP |
|--------------------------------|-------------------|
| Bessancourt | 2008 |
| Cormeilles-en-Parisis | 1993 (*) |
| Eaubonne | 2015 |
| Ermont | 1988 |
| Franconville | 1994 |
| Herblay-sur-Seine | 2001 |
| La Frette-sur-Seine | 1993 (**) |
| Montigny-lès-Cormeilles | 2000 |
| Saint-Leu-la-Forêt | 2016 |
| Sannois | 1999 |
| Taverny | 1990 (***) |

(*) Annulé en 1997 pour règles trop restrictives

(**) Annulé en 1995

(***) Annulé en 2011 pour vice de forme

AUCUNE DES COMMUNES DOTÉES D'UN RLP N'A JUGÉ NÉCESSAIRE DE RÉVISER CE DOCUMENT DEPUIS SA CRÉATION.

Si la base générale est la protection du cadre de vie, chaque RLP est une réponse à la problématique posée à un moment donné par la présence, généralement excessive, de la publicité extérieure sur le territoire communal. Chaque territoire ayant ses spécificités géographiques et topographiques, les différents règlements sont nécessairement hétérogènes dans leurs prescriptions. Néanmoins, certains éléments sont communs : aucun RLP n'a introduit de zone de publicité autorisée (ZPA) ou zone de publicité élargie (ZPE) sur les territoires communaux, signe d'une nécessité de mieux contrôler les publicités et les enseignes et de prévenir une prolifération.

Le règlement de La Frette-sur-Seine n'a pas fait l'objet d'une étude, le texte n'étant pas disponible. Il faut néanmoins noter que son principal objet était la protection du Boulevard de Pontoise.

Par ailleurs, toutes les communes, excepté Ermont et Herblay-sur-Seine, ont considéré qu'il était nécessaire de protéger la totalité de leur territoire.

| Commune | Nombre de ZPR ou de zone | Totalité du territoire réglementé |
|--------------------------------|---------------------------------|--|
| Bessancourt | 3 | X |
| Cormeilles | 2 | |
| Eaubonne | 2 | X |
| Ermont | 3 | |
| Franconville | 4 | X |
| Herblay-sur-Seine | 4 | |
| Montigny-lès-Cormeilles | 5 | X |
| Saint-Leu-la-Forêt | 4 | X |
| Sannois | 5 | X |
| Taverny | 3 | X |

EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ, LES RÈGLES SUIVANTES ONT ÉTÉ PRESCRITES:

| Commune | Qualité du matériel | Habillage des panneaux | Secteurs interdits | Surface | Mobilier urbain | Densité | Passerelles | Lumineuse |
|-------------------------|---------------------|------------------------|--------------------|---------|-----------------|---------|-------------|-----------|
| Bessancourt | X | X | | X | X | X | | |
| Cormeilles | X | X | X | X | X | X | | X |
| Eaubonne | | X | | X | X | X | | X |
| Ermont | | | X | X | X | X | | |
| Franconville | X | X | X | X | X | X | | |
| Herblay-sur-Seine | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Montigny-lès-Cormeilles | X | X | X | X | X | X | | X |
| Saint-Leu-la-Forêt | X | X | X | X | X | X | | X |
| Sannois | X | X | X | X | X | X | | |
| Taverny | | X | | X | X | X | | |

LES 8 RÈGLEMENTS EN VIGUEUR VISENT ESSENTIELLEMENT LA PUBLICITÉ, MAIS DES DISPOSITIONS EN MATIÈRE D'ENSEIGNES ONT ÉTÉ ADOPTÉES :

| Commune | Qualité des matériaux | Intégration architecturale | Surface | Scellée au sol | Toiture | Lumineuse |
|-------------------------|-----------------------|----------------------------|---------|----------------|---------|-----------|
| Bessancourt | X | X | X | | X | |
| Cormeilles | X | | X | X | X | |
| Eaubonne | X | X | X | X | X | X |
| Franconville | | X | X | | | |
| Ermont | | | | | | X |
| Herblay-sur-Seine | X | X | X | X | | X |
| Montigny-lès-Cormeilles | X | X | X | X | | X |
| Saint-Leu-la-Forêt | | X | X | X | X | X |
| Sannois | | X | X | X | | X |
| Taverny | | t | | | | |

Notamment, on retrouve la notion d'encadrement de la qualité du matériel et de la nécessité d'habiller les dos des dispositifs simple face pour donner un meilleur aspect aux panneaux.

La volonté de protection des secteurs sensibles et paysagers est également très marquée. Les centres-villes font tous l'objet d'une attention particulière, avec pour certains, une interdiction totale.

La surface des dispositifs est réduite de manière assez drastique sur certains secteurs.

Pour les enseignes, les principales prescriptions portent sur la qualité des matériaux.

7 communes édictent des règles qui imposent l'intégration dans l'architecture du bâtiment sur lequel est installée l'enseigne.

Les deux RLP les plus récents (Eaubonne et Saint-Leu-la-Forêt) sont nettement plus restrictifs en matière de publicité que les règlements plus anciens.