

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
<b>1. LES OBJECTIFS DU RLPI DU VAL PARISIS.....</b>	<b>6</b>
<b>2. LES TEXTES RÉGLEMENTAIRES .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1/ CONTEXTE JURIDIQUE GÉNÉRAL</b>	<b>11</b>
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
<b>2.2/ LE RLPI</b>	<b>11</b>
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
<b>2.3/ LES LIEUX</b>	<b>13</b>
2.3.1. Notion d'agglomération	13
2.3.2. Communauté d'agglomération	15
2.3.3. Unité urbaine	16
<b>2.4 / LES DISPOSITIFS VISÉS</b>	<b>17</b>
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
<b>2.5/ LES RÈGLES APPLICABLES</b>	<b>33</b>
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

<b>3. LE TERRITOIRE .....</b>	<b>48</b>
<b>4. LE DIAGNOSTIC .....</b>	<b>54</b>
<b>4.1/ MÉTHODE DE RECENSEMENT</b>	<b>55</b>
4.1.1. Publicité (hors mobilier urbain)	55
4.1.2. Enseignes	55
<b>4.2/ LES CHIFFRES CLÉ DE LA PUBLICITÉ</b>	<b>57</b>
<b>4.3/ LES SECTEURS À ENJEUX</b>	<b>60</b>
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
<b>4.4/ LES AUTRES CONSTATS</b>	<b>75</b>
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
<b>4.5/ BILAN DES ENTRETIENS AVEC LES COMMUNES</b>	<b>86</b>
<b>5. ORIENTATIONS .....</b>	<b>89</b>

<b>6. EXPLICATION DES CHOIX .....</b>	<b>91</b>
6.1/ EXPLICATION DU CHOIX DU ZONAGE DU RLPI	92
<b>6.2/ EXPLICATION DU CHOIX DES RÈGLES</b>	<b>92</b>
6.2.1.Explication du choix des règles communes	92
6.2.2.Explication du choix des règles propres à chaque zone	94
<b>7. ANNEXES .....</b>	<b>96</b>
<b>7.1/ ANALYSE DES RLP</b>	<b>97</b>
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
<b>7.2/ GLOSSAIRE</b>	<b>115</b>
<b>7.3/ CAHIER DES PRESCRIPTIONS ARCHITECTURALES</b>	<b>118</b>

## - 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, édition 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.



# **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 m<sup>2</sup> 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

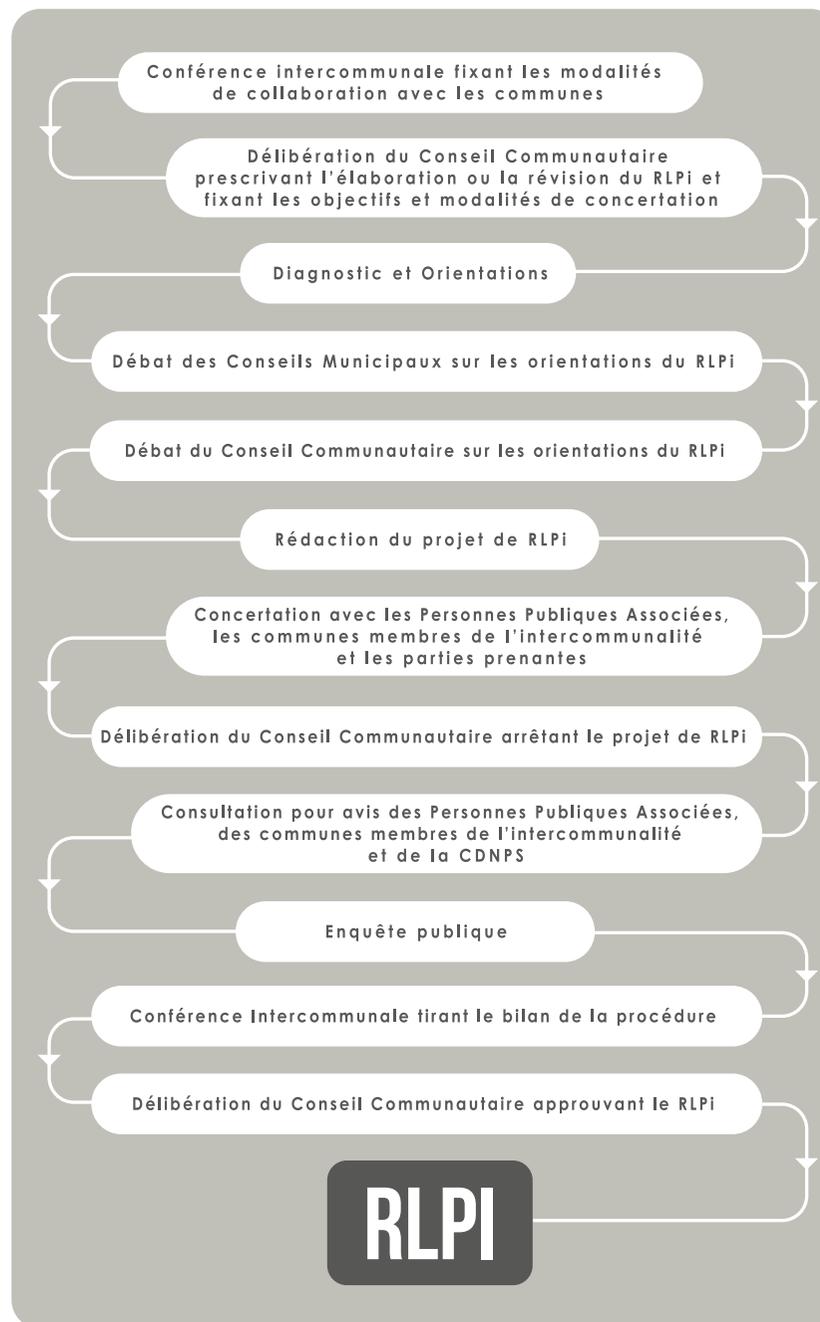
La loi ENE impose la révision des RLP adoptés antérieurement au 13 juillet 2010, avant le 13 juillet 2020 sous peine d'entraîner leur caducité, l'objectif étant de soumettre ces anciens règlements aux exigences nouvelles. A cet égard, huit des quinze communes appartenant à la Communauté d'Agglomération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



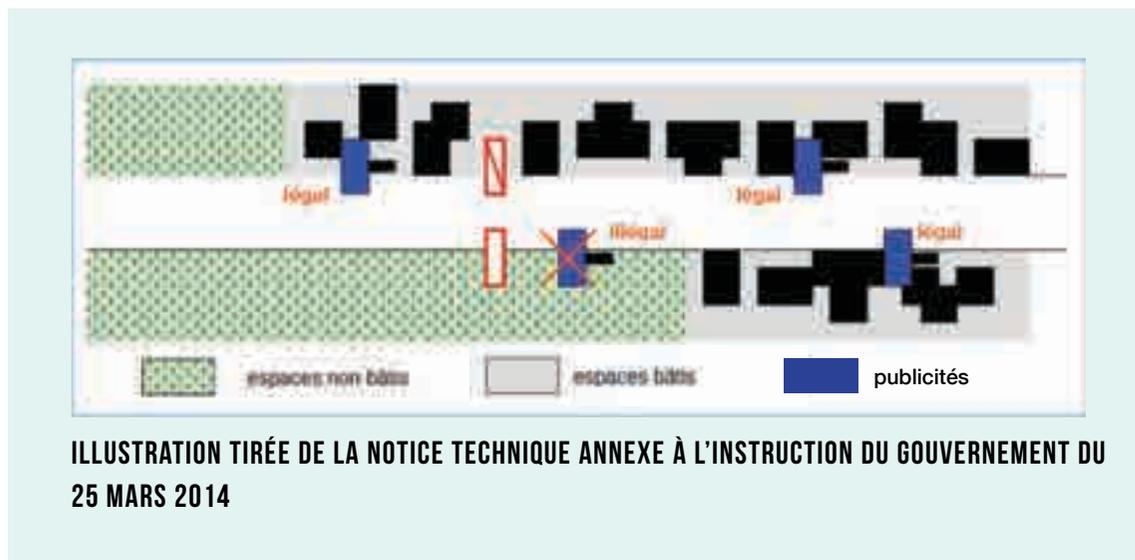
## 2.3/ LES LIEUX

### 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 Paris 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 :**

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



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

(\*) 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



## 2.5/ 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 SAUVEGARDE 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.**



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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup> (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 m<sup>2</sup> 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 <sup>2</sup>	7,5 m
Scellée au sol	12 m <sup>2</sup>	6 m
Numérique	8 m <sup>2</sup>	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 m<sup>2</sup>.



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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>. Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, elle est de 12 m<sup>2</sup>.



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 M<sup>2</sup> 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 M<sup>2</sup>.

#### 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 <sup>2</sup>
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 <sup>2</sup> 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 <sup>2</sup>
		Dans les agglomérations de moins de 10 000 h et hors agglo : 6 m <sup>2</sup>
En toiture	Formées de lettres découpées	Inférieur à 60 m <sup>2</sup> 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
<b>Bessancourt</b>	<b>2008</b>
<b>Cormeilles-en-Parisis</b>	<b>1993 (*)</b>
<b>Eaubonne</b>	<b>2015</b>
<b>Ermont</b>	<b>1988</b>
<b>Franconville</b>	<b>1994</b>
<b>Herblay-sur-Seine</b>	<b>2001</b>
<b>La Frette-sur-Seine</b>	<b>1993 (**)</b>
<b>Montigny-lès-Cormeilles</b>	<b>2000</b>
<b>Saint-Leu-la-Forêt</b>	<b>2016</b>
<b>Sannois</b>	<b>1999</b>
<b>Taverny</b>	<b>1990 (***)</b>

(\*) 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.

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

## 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.



## **3. LE TERRITOIRE**

La Communauté d'Agglomération Val Parisis est située en Région Ile-de-France, dans le sud du Département du Val-d'Oise, à proximité des Yvelines, des forêts domaniales de Saint-Germain-en-Laye et de Montmorency.

Communauté de Communes créée en 2006 avec le rapprochement de 6 communes : Beauchamp, Cormeilles-en-Parisis, Herblay-sur-Seine, La Frette-sur-Seine, Montigny-Lès-Cormeilles et Pierrelaye, elle devient Communauté d'Agglomération le 1er janvier 2011.

Dans le cadre du nouveau schéma départemental de coopération intercommunale, au 1er janvier 2013, la Communauté d'Agglomération est étendue aux communes de Bessancourt, Franconville, Sannois et Taverny.

Depuis la mise en application de la loi du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles, au 1er janvier 2016, un nouveau schéma régional de coopération intercommunal a arrêté la fusion des Communautés d'agglomération Le Parisis et Val-de-Forêt et l'extension à la commune de Frépillon. La nouvelle Communauté d'agglomération, ainsi créée, la CA Val Parisis, compte 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, Saint-Leu-la-Forêt, Sannois et Taverny) et regroupe près de 270 000 habitants (source INSEE, population légale 2012).

À l'écart des quelques grands axes dont le visiteur retient surtout l'image, le cadre de vie est agréable, souvent verdoyant, ouvrant de larges perspectives vers la ceinture verte. Le territoire présente un fort dynamisme économique et un important patrimoine architectural et paysager à préserver.

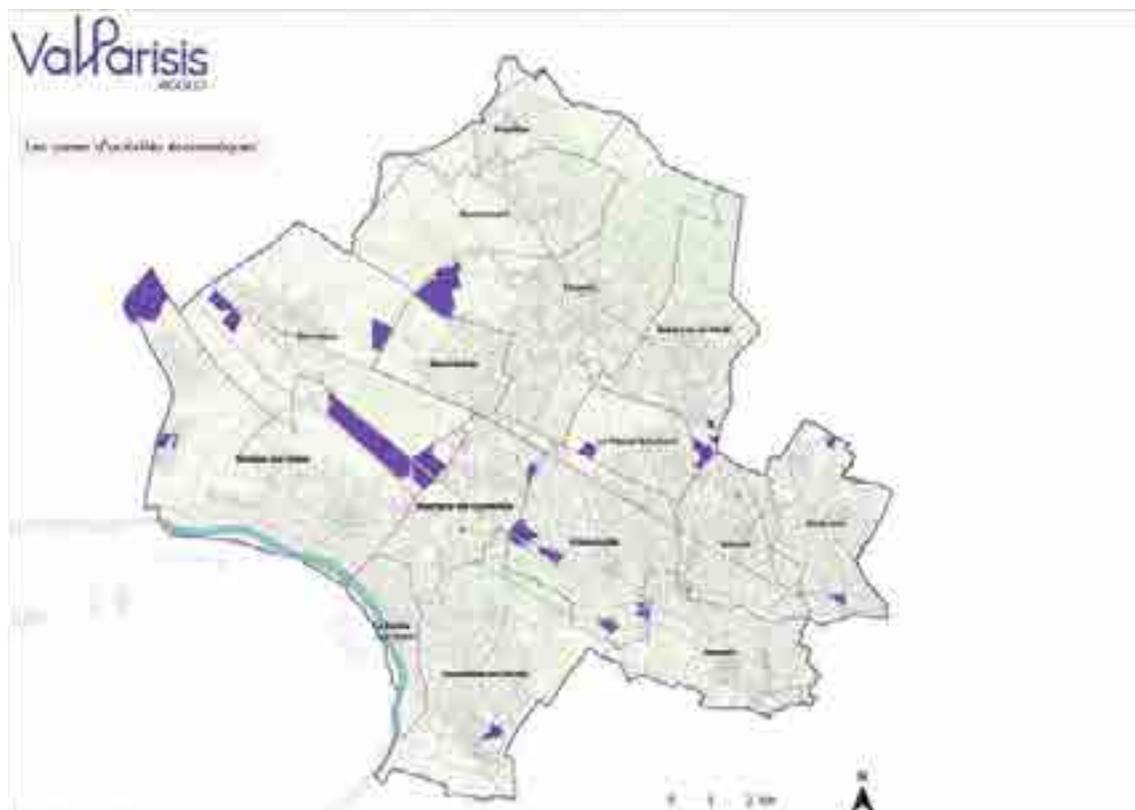
Les axes structurants (A 15, A 115, RD 14, 106, 928, 502, 392 et la Chaussée Jules César) constituent un réseau routier dense. Ils créent la liaison entre la première couronne et le nord du Val-d'Oise.

Le réseau de transports en commun s'articule autour de trois lignes ferroviaires (RER C, Transilien H et J) et seize gares.



**LES AXES STRUCTURANTS DU VAL PARISIS (SOURCE ©IGN 2013)**

Au niveau départemental, l'agglomération du Val Parisis est identifiée comme le second pôle commercial en volume d'établissements. Les dynamiques de développement des zones d'activités se sont majoritairement inscrites dans le territoire compris entre l'A 15 et la RD 14, de Franconville à Pierrelaye. L'attractivité et la reconnaissance de ce linéaire commercial de la RD 14 à l'échelle régionale est particulièrement importante: à lui seul, il regroupe 730 établissements avec 50 % d'enseignes commerciales (détail, hôtellerie-restauration, commerce de gros et automobile).



**CARTE SUR 15 COMMUNES EN 2015, DES ZONES D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES (SOURCE SUAD 2015)**

Environ un quart du territoire du Val Parisis est constitué de surfaces cultivées et prairies, et un cinquième de surfaces boisées. De plus, il présente sur plus de 7 km un linéaire bordant la Seine, véritable vitrine du territoire dont la réhabilitation est en cours de réflexion.



**BORDS DE SEINE**



**BORDS DE SEINE À HERBLAY-SUR-SEINE**



**BORDS DE SEINE À LA FRETTE-SUR-SEINE**

Ce territoire constitue un espace à forts enjeux en matière de continuités écologiques, enjeux inscrits au Schéma Directeur de la Région Ile-de-France (SDRIF) approuvé le 27 décembre 2013. C'est un espace contribuant à la continuité écologique de la ceinture verte de la Région Ile-de-France, qui est à la charnière des forêts de Saint-Germain-en-Laye et de Montmorency, via notamment la Plaine de Pierrelaye-Bessancourt. Cette dernière, plaine agricole de plus de 1 000 hectares, fait l'objet d'un aménagement d'ampleur labellisé Grand Paris planifiant la plantation d'une nouvelle forêt.



**CONTINUITÉ ÉCOLOGIQUE DE LA CEINTURE VERTE DE LA RÉGION ILE-DE-FRANCE  
SUR LE TERRITOIRE DU VAL PARISIS (SOURCE ©IGN 2013)**

## **4.LE DIAGNOSTIC**



## 4.1/ MÉTHODE DE RECENSEMENT

### 4.1.1.Publicité (hors mobilier urbain)

Un recensement exhaustif de la publicité a été réalisé, en juillet-août 2015 sur les communes du Parisis et en février-mars 2016 sur les cinq nouvelles communes, en recueillant sur le terrain toutes les caractéristiques de l’affichage publicitaire. Une base de données SIG est constituée sur la base des relevés terrain, permettant d’établir une cartographie de répartition des dispositifs recensés. Pour chaque dispositif, les données sont consignées et présentées

sous forme d’une fiche détaillée reprenant tous les éléments nécessaires à son suivi :

- nature du dispositif ;
- nom de l’exploitant ;
- adresse du dispositif et adresse de facturation ;
- photo(s) ;
- dimensions, superficie cumulée des enseignes ;
- éclairage, mécanisme ;
- situation légale (ou non) au regard du RNP et/ ou des RLP correspondants.

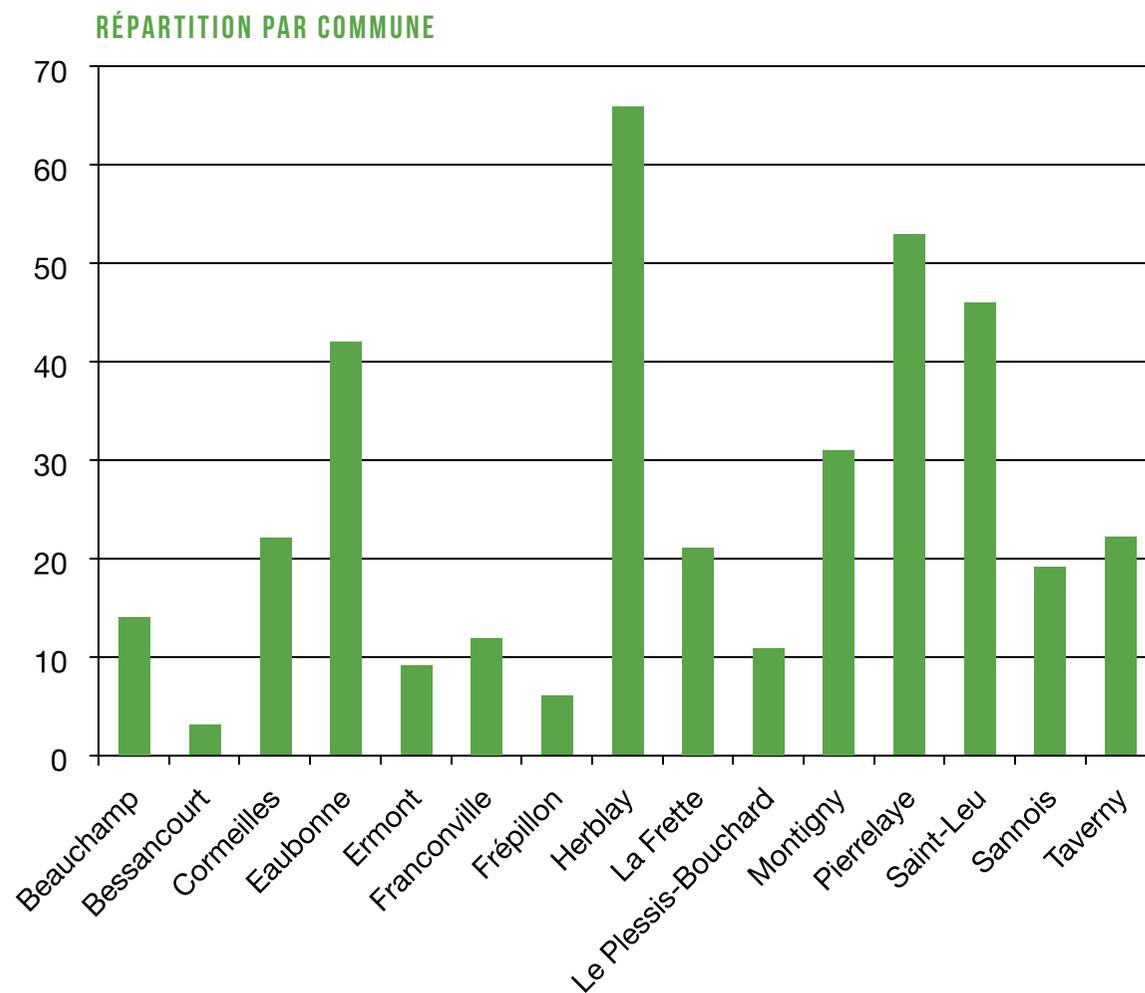
### 4.1.2.Enseignes

Un repérage détaillé qualitatif sur l’agglomération en matière d’enseignes est réalisé, mettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans l’environnement.

## 4.2/ LES CHIFFRES CLÉ DE LA PUBLICITÉ

376

NOMBRE DE DISPOSITIFS RECENSÉS,  
CERTAINS DISPOSITIFS POUVANT  
PRÉSENTER  
DEUX FACES RECTO-VERSO.



Il apparaît clairement que les grands axes qui structurent la communauté d'agglomération sont propices au développement des publicités. Ce sont des lieux recherchés par les annonceurs pour que leur message touche le plus grand nombre.

On remarque, dans le même temps, une faible implantation publicitaire en dehors de ces lieux.

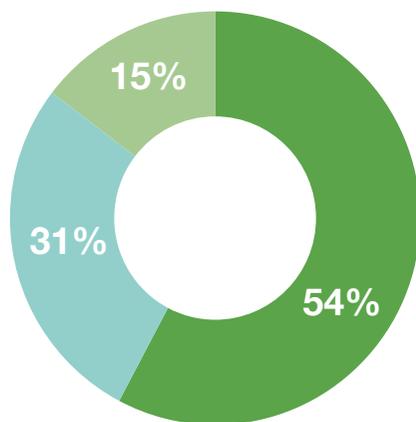


CARTOGRAPHIE DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES (SOURCE ©IGN 2013)

On retrouve majoritairement les surfaces standard utilisées par les professionnels de l’affichage, à savoir 12 m<sup>2</sup> et 8 m<sup>2</sup>.

Ces derniers se répartissent de la manière suivante par commune, sachant que les communes traversées par des grands axes sont plus fortement impactées. Cormeilles-en-Parisis, Eaubonne, Herblay-sur-Seine, Montigny-lès-Cormeilles, Pierrelaye ou Saint-Leu-la-Forêt sont les communes où la présence de dispositifs de grand format est la plus forte.

Les autres formats sont les diverses surfaces inférieures à 8 m<sup>2</sup>, hors mobilier urbain.



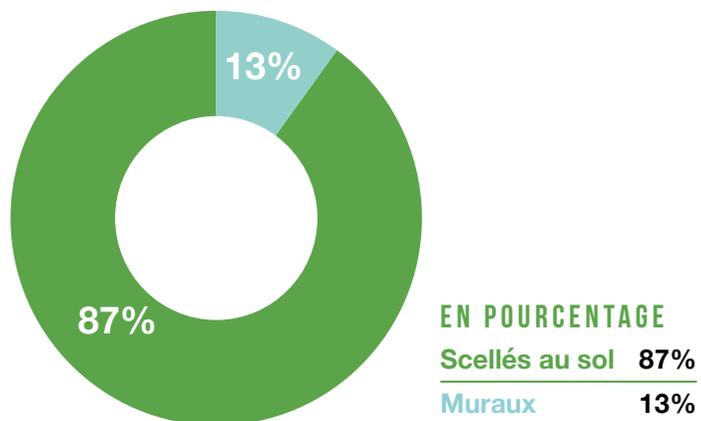
#### EN POURCENTAGE

12 m <sup>2</sup>	54%
8 m <sup>2</sup>	31%
autres	15%

#### RÉPARTITION PAR COMMUNE ET PAR FORMAT

	12 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>	autres
<b>Beauchamp</b>	8	1	4
<b>Bessancourt</b>	2	0	1
<b>Cormeilles-en-Parisis</b>	3	17	2
<b>Eaubonne</b>	17	13	12
<b>Ermont</b>	2	4	3
<b>Franconville</b>	5	6	1
<b>Frépillon</b>	6	0	0
<b>Herblay-sur-Seine</b>	39	27	0
<b>La Frette-sur-Seine</b>	2	8	11
<b>Le Plessis-Bouchard</b>	9	1	1
<b>Montigny-lès-Cormeilles</b>	19	11	1
<b>Pierrelaye</b>	38	15	0
<b>Saint-Leu</b>	28	6	12
<b>Sannois</b>	9	10	0
<b>Taverny</b>	11	2	9
<b>Total</b>	198	121	57

En matière de support, l'urbanisation des communes et les lieux d'attractivités pour la publicité n'ont pas généré de nombreuses implantations sur mur. La très grande majorité des dispositifs sont scellés au sol. Le nombre élevé sur La Frette-sur-Seine correspond à l'occupation d'un mur par de nombreux dispositifs de petite surface.



### RÉPARTITION PAR COMMUNE ET PAR SUPPORT

	Muraux	Scellés au sol
<b>Beauchamp</b>	3	10
<b>Bessancourt</b>	1	2
<b>Cormeilles-en-Parisis</b>	3	19
<b>Eaubonne</b>	5	37
<b>Ermont</b>	0	9
<b>Franconville</b>	0	12
<b>Frépillon</b>	0	6
<b>Herblay-sur-Seine</b>	4	62
<b>La Frette-sur-Seine</b>	12	9
<b>Le Plessis-Bouchard</b>	4	7
<b>Montigny-lès-Cormeilles</b>	3	28
<b>Pierrelaye</b>	4	49
<b>Saint-Leu</b>	4	42
<b>Sannois</b>	4	15
<b>Taverny</b>	2	20
<b>Total</b>	49	327

### 4.3/ LES SECTEURS À ENJEUX

L'État, dans son porter-à-connaissance, a déterminé différents types de lieux sur le territoire du Val Parisis méritant d'être pris en compte dans le cadre de l'élaboration du RLPi.

1. des zones de nature,
2. des voies à grande circulation,
3. des centres-villes,
4. des zones commerciales.

À cela, il convient d'ajouter les axes de transit qui maillent tout le territoire.

La présence des publicités et des enseignes est marquée de manière différente en fonction des sites. On trouvera plus de publicité sur les grands axes et à proximité des centres commerciaux. À l'inverse, les centres-villes n'accueillent essentiellement que des enseignes.

Certains centres-villes sont moins impactés du fait du caractère plus rural qu'a su conserver le centre de la commune. C'est le cas à Beauchamp, à Bessancourt, à Frépillon et à Pierrelaye.

#### 4.3.1. Les espaces de nature

Outre les zones classées naturelles (N), agricole (A) ou espaces boisés classés repérés au titre des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU)

ou des Plans d'Occupation des Sols (POS), la Communauté d'Agglomération compte également des sites inscrits ou classés et des espaces de nature remarquables.



**SITE CLASSÉ -BORDS DE SEINE À LA FRETTE-SUR-SEINE**



VUE DE L'AVENUE THÉODORE MONOD - TAVERNY



9E AVENUE DIRECTION CENTRE-VILLE – BESSANCOURT



PROMENADE DES IMPRESSIONNISTES – MONTIGNY-LÈS-CORMEILLES

#### 4.3.2. Les grands axes de circulation

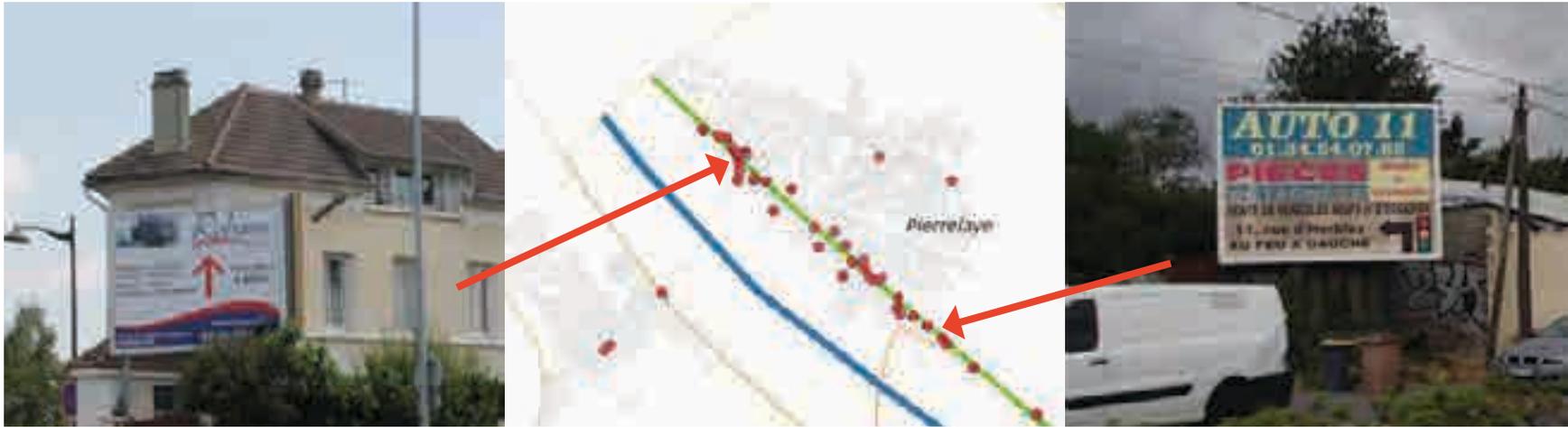
La RD 14, section comprise entre Franconville à l'est, Montigny-lès-Cormeilles, Herblay-sur-Seine et Pierrelaye à l'ouest, est un secteur où la publicité est très implantée.

La RD 392 et la RD 106, du sud au nord, constituent également un des axes identifiés présentant une forte présence de publicité. Sont concernées les communes de Beauchamp, Cormeilles-en-Parisis, La Frette-sur-Seine, Herblay-sur-Seine, Montigny-lès-Cormeilles, Pierrelaye et Taverny.

La RD 502 au nord est propice aux implantations de publicité.



LES RD 392, 106, 14 ET 502 (SOURCE ©IGN 2013)



EXEMPLES D'IMPLANTATIONS DE PUBLICITÉ SUR LA RD 14 – PIERRELAYE



EXEMPLES D'IMPLANTATIONS DE PUBLICITÉ SUR LA RD 392 – LA FRETTE-SUR-SEINE ET CORMEILLES-EN-PARISIS

### 4.3.3. Les centres-villes

Les centres-villes sont très peu touchés par la publicité.

Ces secteurs protégés par les RLP existants sont situés hors des zones d'attractivité de la publicité et leur topographie limite les possibilités d'implantation.

Si les zones commerciales sont surchargées d'enseignes de tous types et de toutes surfaces, certains centres-villes présentent des intégrations relativement réussies avec cependant des points à améliorer.



**ENSEIGNES BIEN INTÉGRÉES  
DANS LA FAÇADE - FRANCONVILLE**



**INSERTION DANS LA FAÇADE À  
AMÉLIORER - BEAUCHAMP**



IMPLANTATION PEU HARMONISÉE ENTRE LES ÉTABLISSEMENTS - HERBLAY-SUR-SEINE



ENSEIGNES EN DRAPEAU EN SURNOMBRE – LA FRETTE-SUR-SEINE



ENSEIGNES SANS LIEN AVEC LES FAÇADES - CORMEILLES-EN-PARISIS



SURFACE TOTALE D'ENSEIGNES SUPÉRIEURE À 25 % - BESSANCOURT



BONNE INTÉGRATION – MONTIGNY-LÈS-CORMEILLES



ENSEIGNE SANS RECHERCHE D'INTÉGRATION - PIERRELAYE



PAS D'HARMONIE DE POSITIONNEMENT - SANNOIS



PAS D'HOMOGENÉITÉ ENTRE LES ÉTABLISSEMENTS – TAVERNY



ENSEIGNES MAL INTÉGRÉES - FRÉPILLON



**BONNE INTÉGRATION – LE PLESSIS-BOUCHARD**



**BONNE INTÉGRATION - EAUBONNE**



**BONNE INTÉGRATION - ERMONT**



**BONNE INTÉGRATION - SAINT-LEU-LA-FORÊT**

#### 4.3.4. Les zones commerciales ou d'activités

On recense plusieurs zones commerciales ou d'activités sur la Communauté d'Agglomération du Val Parisis.

Certaines se sont développées le long des axes précédemment répertoriés. Les plus grandes se situent le long de la RD 14 de Franconville à Pierrelaye.



FRANCONVILLE



MONTIGNY-LÈS-CORMEILLES



TAVERNY



SANNOIS

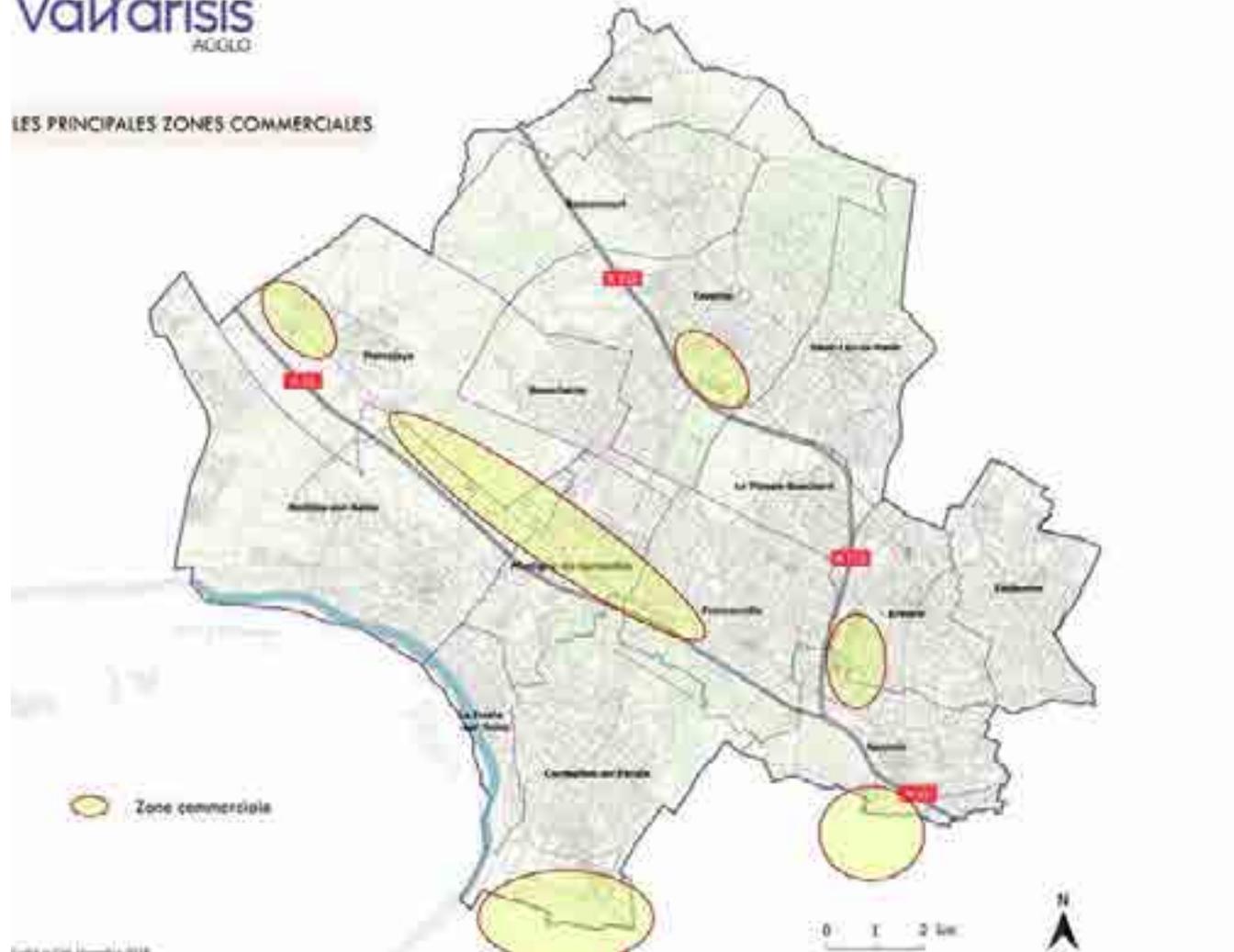


ERMONT



ZONE EN DÉVELOPPEMENT - LES ECUARDES- TAVERNY

LES PRINCIPALES ZONES COMMERCIALES



CARTE DES PRINCIPALES ZONES D'EMPLOIS ET DE COMMERCE ÉTABLIES SUR LE TERRITOIRE (SOURCE ©IGN 2013)

#### 4.3.5. Hors agglomération

Hormis des préenseignes dérogatoires illégales depuis le 13 juillet 2015 encore présentes, on relève quelques dispositifs grand format situés hors agglomération.



PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES – RD 14 PIERRELAYE



DISPOSITIFS HORS AGGLOMÉRATION – RD 14 PIERRELAYE

## 4.4/ LES AUTRES CONSTATS

### 4.4.1. La disparité des matériels

Dans la plupart des cas, le matériel utilisé est très hétérogène dans ses formes ou ses couleurs.

Plus de 20 modèles de panneaux publicitaires ont ainsi été dénombrés correspondant aux

matériels employés tant par les afficheurs nationaux que locaux.



SUPPORTS MONOPIED



SUPPORTS BIPIED

#### 4.4.2. La qualité des matériels et le mauvais entretien

Dans beaucoup de cas, il est constaté la

présence de matériel de qualité médiocre et dont l'entretien laisse à désirer.



DÉFAUT D'HABILLAGE DU DOS



IMPLANTATION EN V



MATÉRIEL TRÈS IMPOSANT



PRÉSENCE DE PASSERELLES



MAUVAIS ENTRETIEN TECHNIQUE



MAUVAIS ENTRETIEN D'AFFICHAGE

#### 4.4.3. Densité d'implantation

On rencontre des concentrations de dispositifs publicitaires dans les lieux les plus fréquentés.



TAVERNY – AVENUE THÉODORE MONOD



PIERRELAYE – AVENUE DU GÉNÉRAL LECLERC

#### 4.4.4. Paysages urbains dégradés

On rencontre des concentrations de dispositifs publicitaires dans les lieux les plus fréquentés.



BEAUCHAMP - CHAUSSÉE JULES CÉSAR BESSANCOURT



BESSANCOURT - AVENUE DE LA RÉPUBLIQUE



LA FRETTE-SUR-SEINE – BOULEVARD DE PONTOISE

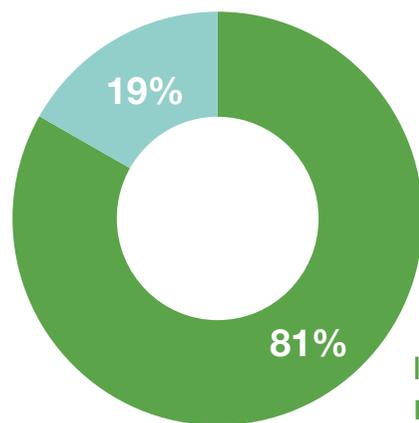


EAUBONNE – AVENUE DU GÉNÉRAL LECLERC

#### 4.4.5. Les infractions en matière de publicité

Les infractions, qu'elles soient au code de l'environnement ou au regard des RLP en vigueur sont relativement peu nombreuses.

Elles ne représentent que 19 % des dispositifs installés. Ce chiffre est néanmoins à relativiser. Sur La Frette-sur-Seine notamment, la plupart des infractions sont situées dans le site inscrit et correspondent à de petits panneaux. Sur Taverny, le chiffre élevé intègre des infractions au titre du RLP annulé.



#### ILLÉGALITÉS EN POURCENTAGE

<b>Légaux</b>	<b>81 %</b>
<b>Illégaux</b>	<b>19 %</b>

#### RÉPARTITION PAR COMMUNE

	Illégaux	Légaux
<b>Beauchamp</b>	<b>1</b>	<b>12</b>
<b>Bessancourt</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>Cormeilles-en-Parisis</b>	<b>2</b>	<b>20</b>
<b>Eaubonne</b>	<b>7</b>	<b>35</b>
<b>Ermont</b>	<b>0</b>	<b>9</b>
<b>Franconville</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
<b>Frépillon</b>	<b>5</b>	<b>1</b>
<b>Herblay-sur-Seine</b>	<b>6</b>	<b>60</b>
<b>La Frette-sur-Seine</b>	<b>14</b>	<b>7</b>
<b>Le Plessis-Bouchard</b>	<b>1</b>	<b>10</b>
<b>Montigny-lès-Cormeilles</b>	<b>8</b>	<b>23</b>
<b>Pierrelaye</b>	<b>1</b>	<b>52</b>
<b>Saint-Leu</b>	<b>6</b>	<b>40</b>
<b>Sannois</b>	<b>1</b>	<b>18</b>
<b>Taverny</b>	<b>16</b>	<b>6</b>
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>305</b>

Les principaux motifs d'infractions sont les suivants :

- Hauteur de dispositif scellé au sol supérieure à 6 m
- Non-respect de la règle de distance à la limite séparative de propriété (H/2)
- Implantation en site inscrit



SCELLÉ AU SOL SUPÉRIEUR À 6 M - PIERRELAYE



NON-RESPECT DU H/2 - PIERRELAYE



SITE INSCRIT – LA FRETTE-SUR-SEINE

#### 4.4.6. Les infractions en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, les infractions suivantes ont été relevées :

- Scellée au sol dont la hauteur est supérieure à 6,5 m
- Scellée au sol dont la surface est supérieure à 12 m<sup>2</sup>
- Enseigne en façade dépassant du mur
- Enseigne en toiture en lettres non découpées
- Nombre d'enseignes présentes supérieur à 1 par voie bordant l'établissement
- % de l'enseigne supérieure soit à 25 % (façade commerciale < à 50 m<sup>2</sup>) soit à 15% (façade commerciale > à 50 m<sup>2</sup>). Cette règle ne s'appliquera qu'en 2018 pour les enseignes installées avant le 1er juillet 2012.



ENSEIGNE SCÉLÉE AU SOL, HAUTEUR > À 6, 5 M



ENSEIGNE SCÉLÉE AU SOL, SURFACE > À 12 M2



ENSEIGNE EN FAÇADE DÉPASSANT DU MUR



ENSEIGNE EN TOITURE AVEC LETTRES NON DÉCOUPÉES



ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL NOMBRE > À 1



ENSEIGNES EN FAÇADE SURFACE > À 15 %

#### 4.4.7. Confusion entre dispositifs

L'analyse de la situation a mis en avant une donnée particulière en matière d'enseignes et de publicités : la superposition de dispositifs de différentes formes et tailles ce qui génère un paysage chaotique.



EXEMPLE D'UNE PRÉENSEIGNE NOYÉE AU SEIN D'ENSEIGNES – RD 392 HERBLAY-SUR-SEINE

Cette confusion met également en avant le fait que la réduction de la publicité n'entraînerait pas une amélioration du paysage sans traitement approprié des enseignes.



AUTRE EXEMPLE DE PUBLICITÉ AU SEIN D'ENSEIGNES – RD 14 HERBLAY-SUR-SEINE

Ces différents dispositifs, dont la structure est celle de panneaux publicitaires, sont en réalité tous des enseignes.



RD 14 - HERBLAY-SUR-SEINE



RD 14 – PIERRELAYE



Cette photo illustre parfaitement le sujet : matériel identique, mais à gauche une enseigne et à droite une publicité

## 4.5/ BILAN DES ENTRETIENS AVEC LES COMMUNES

Entre septembre 2015 et mars 2016, les communes ont été rencontrées individuellement.

De ces différents entretiens, plusieurs items ressortent que les communes souhaitent voir traiter dans le futur RLPi.

Commune	RLP existant	Format	Numérique	Objectif global
Beauchamp	non	/	Intérêt si encadré	Maîtrise des implantations de publicité et des enseignes
Bessancourt	oui	8 m <sup>2</sup>		RLP actuel satisfaisant Maintien des règles actuelles
Cormeilles-en-Parisis	non		Intérêt car maîtrise possible	Traitement du RD 392 et protection du rd-point des Cormiers
Eaubonne	oui	8 m <sup>2</sup>	surface de 2,1 m <sup>2</sup> maximum	Reprise des règles du nouveau RLP
Ermont	oui			Limiter la prolifération de la publicité
Franconville	oui	12 m <sup>2</sup>		Peu de publicité présente / Maintien des effets du RLP actuel
Frépillon	non			Enseignes en infractions à traiter
			Traitement particulier pour les différencier des journaux électroniques	Ne pas admettre de publicité en dehors de la RD 928
				Traiter la RD 14 dans son ensemble
				Prévoir une réglementation sur la 11e avenue.
Herblay-sur-Seine	oui	12 m <sup>2</sup>		Maintenir le niveau de protection du centre et des bords de seine
				Travailler la signalétique commerciale

Commune	RLP existant	Format	Numérique	Objectif global
<b>La Frette-sur-Seine</b>	<b>non</b>		<b>Intérêt marqué</b>	Protéger le Bd de Pontoise (RD 392)
<b>Le Plessis-Bouchard</b>	<b>non</b>			Préserver le caractère apaisé de la commune
				Réduire la densité à 1 dispositif par unité foncière
				Maintien des exigences du RLP actuel
<b>Montigny-lès-Cormeilles</b>	<b>oui</b>	<b>12 m<sup>2</sup></b>		Traitement global de la RD 14
<b>Pierrelaye</b>	<b>non</b>			Faire du Bd Bordier une voie attractive
				Disposer du pouvoir de police pour refaire appliquer les textes
				Reprise des règles du RLP
<b>Saint-Leu-la-Forêt</b>	<b>oui</b>	<b>12 m<sup>2</sup></b>	<b>Accepté avec règles</b>	Problématique de la communication des cirques
				RLP actuel satisfaisant mais refonte nécessaire
<b>Sannois</b>	<b>oui</b>	<b>12 m<sup>2</sup></b>	<b>Intérêt si encadré</b>	Protéger les quartiers d'habitat
				Retrouver le pouvoir d'instruction
				Protéger le centre-ville et le secteur commercial de Verdun
<b>Taverny</b>	<b>non</b>	<b>Secteurs à 8 ou 12m<sup>2</sup></b>	<b>Intérêt si encadré</b>	Petit format sur la rue d'Herblay-sur-Seine
				Définir des règles qualitatives pour les enseignes

**LES DEMANDES ESSENTIELLES DES COMMUNES PORTENT SUR :**

**LA PROTECTION DES ESPACES DE NATURE ET DES CENTRES-VILLES**

-

**LE MAINTIEN DES EFFETS DES RLP ACTUELS**

-

**LE TRAITEMENT DES AXES COMMERCIAUX DANS LEUR GLOBALITÉ**

-

**L'ENCADREMENT DU NUMÉRIQUE**

-

**LA DISPOSITION DU POUVOIR DE POLICE**

## 5. ORIENTATIONS



Les espaces seront traités par similitude de typologie, pour obtenir un règlement intercommunal harmonisé sur l'ensemble du territoire du Val Parisis.

Il sera créé 5 zones de publicité qui couvrent l'ensemble du territoire.

- Les continuités paysagères
- Les centralités urbaines et centres anciens
- Les corridors urbains
- Les pôles d'emplois et de commerces
- Les quartiers d'habitats.

En matière de publicité, les orientations suivantes sont préconisées :

- Protéger fortement les espaces de nature et les centres-villes ;
- Adapter les formats à l'environnement proche ;
- Réguler la densité ;
- Définir des normes qualitatives pour le matériel ;
- Encadrer la publicité numérique.

En matière d'enseignes, les orientations suivantes sont préconisées :

- Déterminer des règles d'insertion dans l'architecture en centres-villes ;
- Appliquer le code de l'environnement dans les zones commerciales ;
- Fixer une forme spécifique aux enseignes scellées au sol ;
- Encadrer les enseignes numériques.

## **6. EXPLICATION DES CHOIX**



## 6.1/ EXPLICATION DU CHOIX DU ZONAGE DU RLPi

La diversité urbaine des différentes communes composant la communauté d'agglomération du Val Parisis conduit à identifier cinq catégories de zone en matière de publicité (zone 1 à zone 5) toutes situées en agglomération et, hors agglomération, une sixième zone (zone 6) uniquement consacrée au régime des enseignes, puisque la publicité est strictement interdite hors agglomération. Il convient de préciser que la commune de Saint-Leu-la-Forêt était dotée d'un RLP particulièrement restrictif avant son entrée dans la communauté d'agglomération. Souhaitant disposer du niveau de protection de son cadre de vie fixé par son RLP, certaines dispositions du RLPi sont spécifiquement plus restrictives pour cette commune.

La zone 1 correspond aux continuités paysagères situées en agglomération. Sont notamment visés la trame verte et bleue, ainsi que les espaces boisés classés. En raison de leur caractère naturel, les règles en matière de publicité et d'enseigne y sont les plus restrictives du règlement.

La zone 2 correspond aux centralités urbaines et centres anciens. En raison de la qualité architecturale des lieux et/ou de la volonté d'en faire des espaces de tranquillité, la publicité y est soumise à des règles très restrictives et les enseignes répondent à des exigences d'intégration dans l'architecture des bâtiments.

A Montigny-lès-Cormeilles, cette zone inclut la partie de la RD14 qui, traversant la commune, va faire l'objet d'opérations de requalification en vue de sa transformation en « rue de centre-ville ». Le zonage prend ainsi en compte cette prochaine évolution de typologie de lieux. Au final, la RD14 reste donc rythmée, à l'identique de ce que l'on rencontre déjà sur les autres communes, comme Franconville ou Pierrelaye, par une alternance de zones de centres-villes, de zones commerciales et de secteurs hors agglomération.

La zone 3 correspond aux corridors urbains. Ils sont identifiés comme tels parce qu'il s'agit des voies publiques passantes de l'agglomération. Toutefois, il convient de préciser que certaines autres voies qui remplissent les mêmes caractéristiques de fréquentation ne sont pas repérées dans cette zone parce qu'elles offrent des vues vers des paysages remarquables à protéger ou

traversent des zones résidentielles. Elles ont alors été repérées dans d'autres zones (notamment zone 1 et zone 5).

La zone 4 correspond aux pôles d'emplois et de commerces. Le régime de la publicité et des enseignes y est le moins restrictif tout en demeurant plus sévère que le règlement national de publicité (RNP).

La zone 5 correspond aux secteurs des communes dits d'habitats et qui ne sont pas déjà couverts par les précédentes zones. Comme il s'agit de lieux où la publicité n'a pas sa place, pouvant se déployer dans d'autres zones, la publicité y est fortement réduite.

La zone 6 couvre la totalité du territoire non aggloméré de l'Agglomération. Elle ne concerne que les enseignes puisque, par principe, la publicité est interdite hors agglomération (article L.581-7 du code de l'environnement).

## 6.2/ EXPLICATION DU CHOIX DES RÈGLES

Le règlement est composé de deux parties. La première concerne un ensemble de règles générales communes, pour la publicité, aux zones 1 à 5 et, pour les enseignes, aux zones 1 à 6 (6.2.1). La seconde concerne des règles spécifiques à chacune de ces zones (6.2.2).

### 6.2.1. Explication du choix des règles communes

#### 1- En matière de publicité

L'article A1 vise à limiter l'impact visuel des dispositifs publicitaires muraux en organisant, lorsqu'ils ne sont pas interdits, leur agencement sur les murs et en limitant leur nombre à un dispositif par mur.

L'article A2 laisse à l'autorité gestionnaire de voirie le soin de déterminer l'implantation de la publicité sur les palissades de chantier en saillie du domaine public.

L'article A3 pour la publicité de petit format et l'article C1 pour les autres dispositifs publicitaires, lèvent l'interdiction publicitaire fixée par l'article L.581-8 du code de l'environnement ainsi que l'autorise ce même article. La publicité de petit format sera limitée et les autres publicités seront soumises au régime des zones considérées.

L'article A4, pour la publicité murale, et l'article B1, pour la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, veillent à l'aspect extérieur des dispositifs supportant de la publicité en interdisant tout équipement ou installation disgracieux.

L'article D1 limite la durée d'implantation des préenseignes temporaires et les soumet au même régime de surface que la publicité en fonction des zones où elles sont installées.

#### 2- En matière d'enseigne

L'article E1 pose un principe général d'insertion de toutes les enseignes murales sur la façade de l'immeuble qui les reçoit.

L'article E2 étend l'interdiction applicable aux dispositifs muraux par l'article A1 aux enseignes murales de plus de 1 m<sup>2</sup>. Il reprend également l'interdiction qui s'applique à la publicité par l'article L.581-4 du code de l'environnement, de sorte que les arbres et plantations soient protégés de tout dispositif de publicité extérieure (publicité, enseigne et préenseigne).

L'article E3 interdit les enseignes à faisceau de rayonnement laser souvent employé hors agglomération et par nature la nuit, ce qui n'est pas compatible avec l'objectif de réduction de la facture énergétique que le RLPi promeut

également en limitant la surface cumulée des enseignes numériques (article F1) en interdisant les enseignes lumineuses sur tous les types de clôture (F2) et en allongeant la période d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (F3).

L'article E4, comme le prévoit l'article D1 pour les préenseignes temporaires, limite la durée d'implantation des enseignes temporaires. Leur surface maximum est celle que prévoit le RNP à l'exception de Saint-Leu-la-Forêt où elle est limitée à 8 m<sup>2</sup>. Mais, afin de réduire leur impact visuel, leur nombre est limité à un dispositif par unité foncière.

L'article E5 complète le RNP dans ses dispositions limitant la surface cumulée des enseignes murales par façade commerciale en traitant spécifiquement les dispositifs implantés directement sur les baies.

L'article E6 met en œuvre le principe introduit par la loi du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises permettant à un RLP d'instituer des zones où le propriétaire d'un local commercial, en cas de carence du locataire, est contraint de veiller à l'aspect extérieur de ce local. Il lui incombe notamment de supprimer les éventuelles enseignes demeurées alors que l'activité commerciale a cessé.

## 6.2.2. Explication du choix des règles propres à chaque zone

### 1- La zone 1

Le caractère naturel de la zone 1 conduit à une interdiction de toute forme de publicité à l'exclusion de celle qui est supportée par le mobilier urbain. Dans les espaces boisés classés (EBC) et sites classés, cette interdiction reste totale. On retrouve ici l'application, dans son esprit et en agglomération, du principe posé par l'article L.581-7 du code de l'environnement interdisant la publicité hors agglomération.

Dans l'hypothèse où des établissements seraient malgré tout implantés, les règles applicables, bien que très strictes, permettent à l'activité de se signaler.

### 2- La zone 2

a- L'impact visuel de la publicité est limité dans les centres villes où seule la publicité sur mobilier urbain et la publicité de petit format est admise. Toutefois cette dernière est interdite à Saint-Leu-la-Forêt.

b- Les règles concernant les enseignes murales poursuivent un but d'intégration dans les façades en limitant leur nombre et en veillant à

leur esthétique. Les enseignes ayant le plus fort impact sur le paysage sont soit interdites, telles les enseignes en toiture, soit réduites, telles les enseignes scellées au sol, à l'exception toutefois de celles relatives au prix des carburants et les enseignes numériques. Lorsqu'elles sont lumineuses (y compris les enseignes numériques) des contraintes d'extinction nocturnes sont fixées.

### 3- La zone 3

a- Les abords des voies passantes, identifiées en zone 3, sont des lieux d'implantation privilégiés de la publicité. Son impact visuel est limité par l'adoption d'une surface inférieure à celle instituée par le RNP (8 m<sup>2</sup> ou 2 m<sup>2</sup> à Saint-Leu-la-Forêt au lieu de 12 m<sup>2</sup>), que la publicité soit supportée par un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol.

En effet, au moment de son entrée dans la communauté d'agglomération du Val Paris, la commune venait d'adopter son propre règlement local de publicité instituant un niveau élevé de protection du cadre de vie contre la publicité qu'elle a souhaité maintenir dans le cadre du RLPi.

S'ajoutent à cette restriction une règle de densité spécifique et une règle d'interdistance quand plusieurs dispositifs peuvent être implantés sur une même unité foncière. Ces mesures visent à « aérer » l'espace public.

Les dispositifs dont le format (bâches) ou l'impact visuel (publicité lumineuse) sont les plus importants sont interdits.

b- Les dispositions du RNP régissant les enseignes murales étant jugées suffisamment adaptées, elles sont reprises. En revanche, les enseignes en toiture sont interdites du fait de leur impact visuel sur le bâti et les perspectives. Les enseignes scellées au sol font l'objet d'une règle de densité spécifique pour en limiter le nombre lorsque plusieurs activités sont exercées sur une même unité foncière et leur surface est réduite au regard de la règle nationale.

#### **4- La zone 4**

a- Les grands axes structurants et les zones d'activité commerciale constituent les lieux naturels d'implantation de la publicité. Ses règles d'implantation sont ainsi les plus libérales du règlement tout en demeurant plus restrictives que le RNP, en particulier à Saint-Leu-la-forêt en matière de format publicitaire pour les motifs exposés plus haut. Ainsi, outre des prescriptions esthétiques, le règlement instaure une règle de densité plus sévère que la règle nationale.

b- Les dispositions du RNP applicables aux enseignes murales ou en toiture sont suffisamment adaptées aux lieux considérés, elles n'ont pas fait l'objet d'adaptation. En revanche, s'agissant des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, des prescriptions leur imposent de s'inscrire dans une enveloppe type « totem » permettant ainsi de les distinguer des publicités scellées au sol. Leur surface est la reprise des dispositions du RNP.

#### **5- La zone 5**

a- Les secteurs qui ne sont pas couverts par les zones 1 à 4 font l'objet d'un traitement particulier car ils constituent les quartiers d'habitat des communes du Val Parisis. Toute forme de publicité y est interdite à l'exception de la publicité de petit format.

b- Les enseignes murales sont soumises aux mêmes prescriptions que celles instituées dans la zone 1 ou 2, ce qui conduit à préserver la qualité architecturale des bâtiments sur lesquelles elles sont installées. Une exception est prévue pour les enseignes numériques dont la surface cumulée est limitée à 1 m<sup>2</sup>. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre et en surface, sauf pour celles relatives au prix des carburants. Les enseignes en toiture sont interdites.

#### **6- La zone 6**

Instituée hors agglomération, elle ne concerne que les enseignes. Les dispositions du RNP s'y appliquent pour tous les types d'implantation (enseignes murales, scellées au sol ou directement installées sur le sol, en toiture) à l'exclusion des enseignes numériques dont la surface cumulée est limitée à 2 m<sup>2</sup>.

# 7. ANNEXES

## 7.1/ ANALYSE DES RLP

### 7.1.1. Bessancourt

L'arrêté date de janvier 2008.

3 zones de publicité restreinte (ZPR) sont déterminées sur le territoire. Elles correspondent :

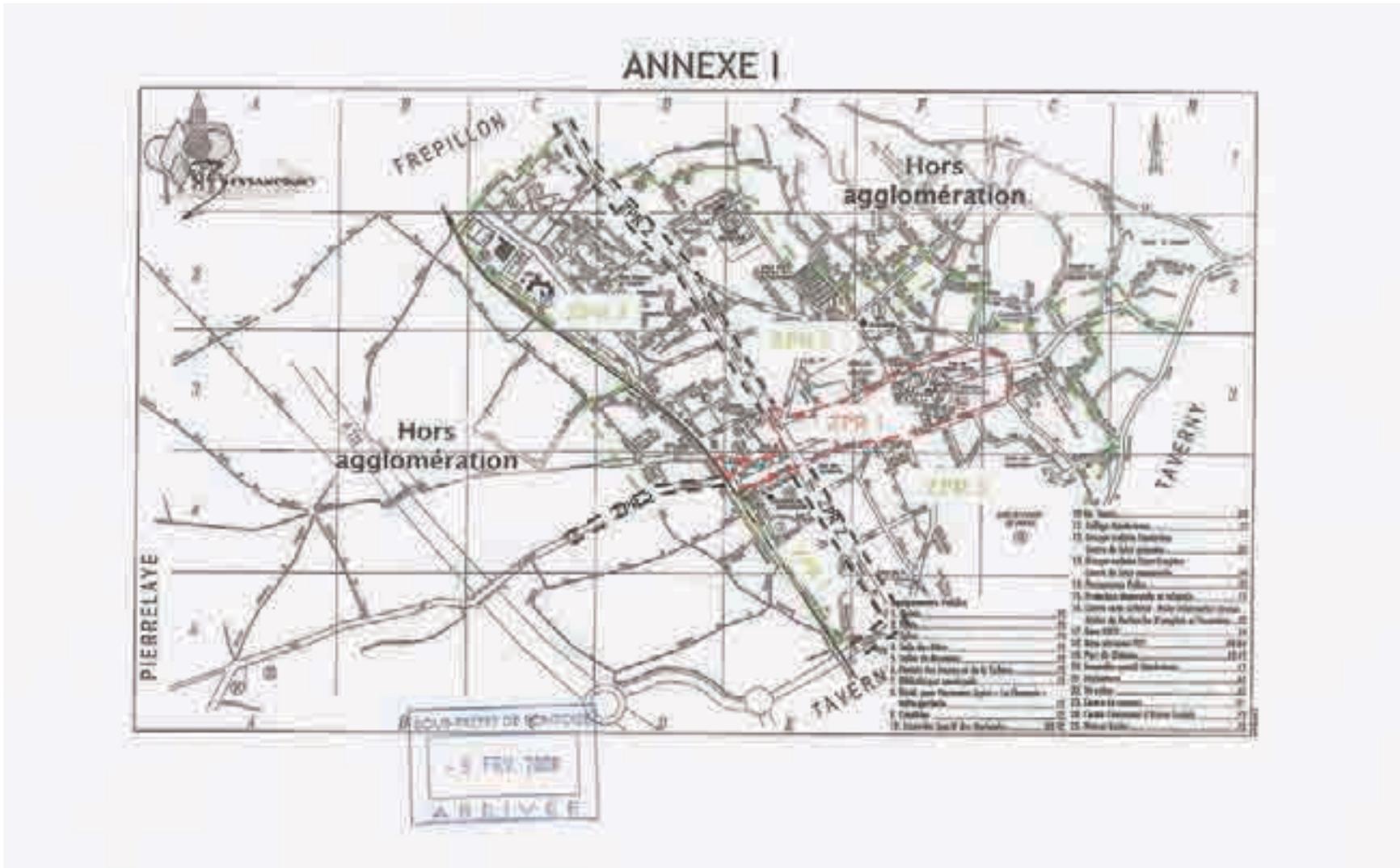
- pour la zone 1, au bâti dense du centre ancien, de part et d'autre d'une portion de l'axe de la Grande Rue et de l'axe de la rue de la Gare ;
- pour la zone 2, aux principaux axes de circulations traversant l'agglomération (rue de Pierrelaye, la portion de la 9e Avenue en agglomération, la RD 928) ;
- pour la zone 3, au reste du territoire non couvert par les ZPR 1 ou 2.

### PUBLICITÉ

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3
<b>Densité</b>		<b>oui</b>	
<b>Murale</b>	<b>Interdit</b>	<b>≤ 8 m<sup>2</sup></b>	<b>Interdit</b>
<b>Sur clôture</b>	<b>Interdit</b>		
<b>Scellée au sol</b>	<b>Interdit</b>	<b>≤ 8 m<sup>2</sup></b>	<b>Interdit</b>
<b>Mobilier urbain</b>	<b>Interdit</b>		<b>Interdit</b>
<b>Lumineuse</b>			

### ENSEIGNES

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3
<b>A plat</b>	<b>Respect site</b>	<b>Lettrage découpé</b>	<b>Lettrage découpé</b>
<b>Drapeau</b>			
<b>Scellée au sol</b>	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 2 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 2 m<sup>2</sup></b>
<b>En toiture</b>	<b>Interdit</b>		
<b>Lumineuse</b>			



**PLAN DE ZONAGE DU RLP DE BESSANCOURT**

### 7.1.2. Cormeilles-en-Parisis

L'arrêté date de juillet 1993. Il a été annulé par le tribunal administratif en 1997 car trop restrictif en matière de publicité. Les règles édictées menaient à une quasi suppression de la publicité, notamment en introduisant une marge de recul du domaine public égale à leur hauteur pour l'implantation des dispositifs dans les propriétés privées.

2 zones de publicité restreintes instaurées. Elles correspondent :

- pour la ZPR 1, à la majorité du territoire au nord et au sud de la RN 192 (actuelle RD 392), ainsi qu'à une zone de 100 m autour de l'église Saint-Martin.
- pour la ZPR 2, aux 2 côtés du la RN 192 (actuelle RD 392) sur une profondeur de 10 m de l'entrée nord-ouest jusqu'à la rue Pasteur et de la rue Charles Fourier jusqu'à la sortie sud-est.

### PUBLICITÉ

	ZPR 1	ZPR 2
<b>Densité</b>	<b>Interdit</b>	<b>oui linéaire</b>
<b>Murale</b>	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 6 m<sup>2</sup> et H ≤ à 5 m</b>
<b>Scellée au sol</b>	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 6 m<sup>2</sup> et H ≤ à 5 m</b>
<b>Mobilier urbain</b>	<b>≤ à 6 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 6 m<sup>2</sup></b>
<b>Lumineuse</b>	<b>Interdit</b>	<b>Interdit en toiture</b>

### ENSEIGNES

	ZPR 1	ZPR 2
<b>A plat</b>	<b>≤ à 6 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 6 m<sup>2</sup></b>
<b>Scellée au sol</b>	<b>≤ à 6 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 6 m<sup>2</sup></b>
<b>En toiture</b>	<b>Interdit</b>	<b>Interdit</b>

Il n'y a pas de plan matérialisant les 2 zones.

### 7.1.3. Eaubonne

Le règlement a été approuvé en février 2015.

2 zones qui couvrent la totalité du territoire sont déterminées. Elles correspondent :

pour la zone 1, au centre-ville, aux abords des sites urbains stratégiques et aux lieux protégés ;

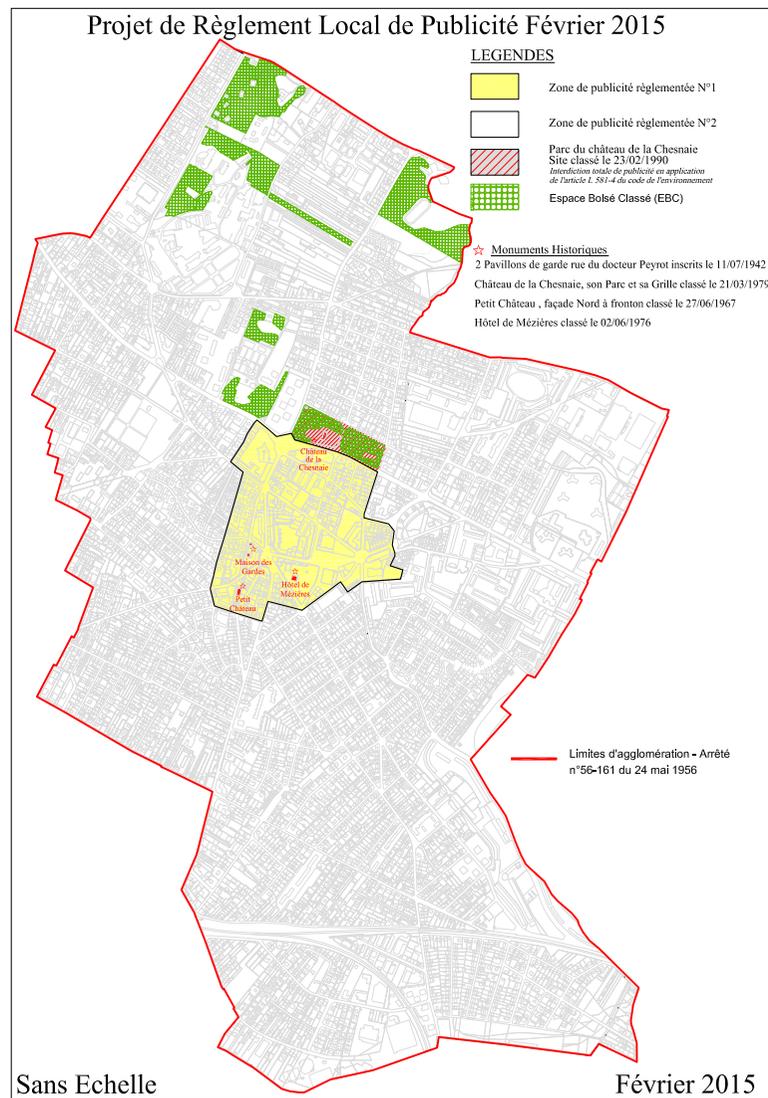
pour la zone 2, au reste du territoire.

### PUBLICITÉ

	ZPR 1	ZPR 2
Densité	/	<b>oui linéaire</b>
Murale	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 8 m<sup>2</sup></b>
Sur clôture	<b>Interdit</b>	<b>Interdit</b>
Scellée au sol	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 8 m<sup>2</sup></b>
Petit format	<b>≤ à 1 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 1 m<sup>2</sup></b>
Mobilier urbain	<b>≤ à 2 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 2 m<sup>2</sup></b>
Lumineuse	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 2 m<sup>2</sup></b>

### ENSEIGNES

	ZPR 1	ZPR 2
A plat	<b>Règles de positionnement</b>	<b>Règles de positionnement</b>
Drapeau	<b>Règles de positionnement</b>	<b>Règles de positionnement</b>
Scellée au sol	<b>≤ à 2 m<sup>2</sup> et H &lt; à 3 m</b>	<b>≤ à 8 m<sup>2</sup> et H &lt; à 8 m</b>
En toiture	<b>Hauteur maximum = 2 m</b>	<b>Hauteur maximum = 2 m</b>
Lumineuse		



## PLAN DE ZONAGE DU RLP D'EAUBONNE

#### 7.1.4. Ermont

Le règlement a été arrêté le 2 mai 1988 et ne comporte pas de plan de zonage.

2 secteurs sont déterminés : les axes routiers et ferrés, le centre-ville et le quartier de la gare. 5 ZPR dans le secteur 1, correspondant à des axes ou des portions d'axes, sont définies.

#### PUBLICITÉ

	Secteur 1	Secteur 2	Secteur 3
<b>Densité</b>	Surface totale de publicité < à 27 m <sup>2</sup> ou 12 m <sup>2</sup> par unité foncière en fonction de la ZPR	Surface inférieure à 10 % de la surface du mur	<
<b>Murale</b>	< à 4 m <sup>2</sup> ou 9 m <sup>2</sup> selon la ZPR	< à 2 m <sup>2</sup>	< à 12 m <sup>2</sup>
<b>Scellée au sol</b>	< à 4 m <sup>2</sup> ou 9 m <sup>2</sup> selon la ZPR	Interdit	Interdit sauf dans la gare
<b>Mobilier urbain</b>	RNP	RNP	RNP

#### ENSEIGNES

	Secteur 1	Secteur 2	Secteur 3
<b>A plat</b>		1 seule	
<b>Drapeau</b>		1 < à 2 m <sup>2</sup>	
<b>Lumineuse</b>		Autorisée sur vitrine	

### 7.1.5. Franconville

L'arrêté initial date de novembre 1994. Un arrêté complémentaire étendant le périmètre de la ZPR 3 a été pris en décembre 1997.

4 zones de publicité restreinte (ZPR) sont déterminées sur le territoire. Elles correspondent :

- pour la ZPR 1, aux espaces de nature du bois des Eboulores et de la Butte de Cormeilles.;

- pour la ZPR 2, aux quartiers centraux de la commune et du quartier situé dans un rayon de 200 m autour de l'Église Notre Dame des Noues ;
- pour la ZPR 3, aux quartiers à forte densité commerciale étendue au chemin de la Vallée de Fécamp, la rue du Général Leclerc (RN 14), la ruelle de la Fontaine des Boulangers, la rue Grosdemange et l'autoroute A 15 ;

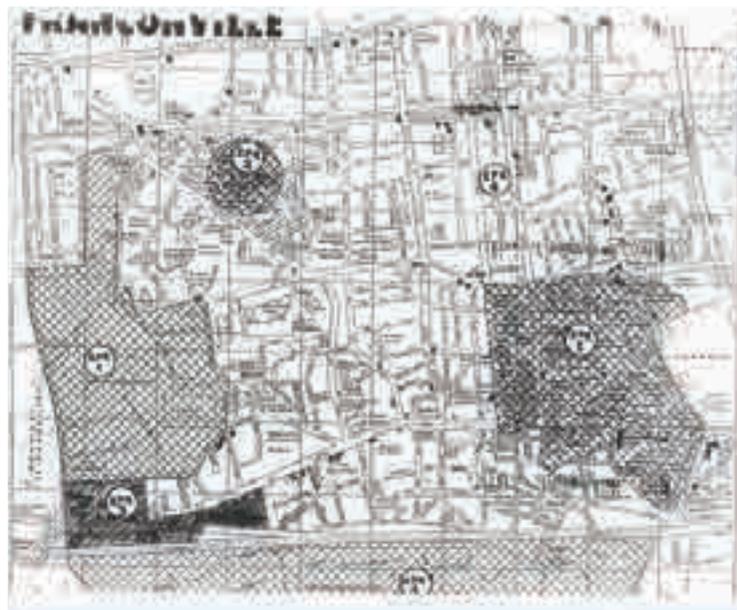
- pour la ZPR 4, aux secteurs agglomérés non compris dans les ZPR 1, 2 ou 3.

### PUBLICITÉ

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4
<b>Densité</b>		<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>
<b>Murale</b>	<b>Interdit</b>	$\geq$ à 1 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 2,5 m <sup>2</sup>	$\geq$ à 1 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>	$\geq$ à 1 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>
<b>Sur clôture</b>	<b>Interdit</b>		$\geq$ à 1 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>	$\geq$ à 1 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>
<b>Scellée au sol</b>	<b>Interdit</b>	$\geq$ à 1 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 2,5 m <sup>2</sup>		
<b>Mobilier urbain</b>	$\leq$ à 2 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 2,5 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 12 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 12 m <sup>2</sup>
<b>Lumineuse</b>	<b>Interdit</b>			

### ENSEIGNES

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4
<b>A plat</b>	$\leq$ à 4,5 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 4,5 m <sup>2</sup>		$\leq$ à 4,5 m <sup>2</sup>
<b>Drapeau</b>	$\leq$ à 1 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 1 m <sup>2</sup>		$\leq$ à 1 m <sup>2</sup>
<b>Scellée au sol</b>	$\leq$ à 6 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 6 m <sup>2</sup>		$\leq$ à 6 m <sup>2</sup>
<b>En toiture</b>				
<b>Lumineuse</b>				



**PLAN DE ZONAGE DU RLP DE FRANCONVILLE**

### 7.1.6. Herblay-sur-Seine

L'arrêté initial date de 2001.

4 zones de publicité restreinte (ZPR) sont déterminées sur le territoire, mais ne le couvrent pas en totalité. Elles correspondent :

- pour la ZPR 1, aux 2 secteurs de la ZPPAUP ;
- pour la ZPR 2, aux quartiers centraux et commerciaux ainsi que les qhartiers d'habitat mixte du nord-ouest de la commune ;

- pour la ZPR 3, aux abords de certaines sections de la RD 84 ainsi que le Chemin des Bœufs et une portion de la rue de la Marne ;

- pour la ZPR 4, aux zones d'activités situées au nord de la commune de part et d'autre de l'autoroute A 15.

Certaines prescriptions s'appliquent sur la totalité des zones. Dispositif scellé au sol avec habillage au dos, monopied si surface  $\geq$  à 7 m<sup>2</sup>, recul des baies du propriétaire, juxtaposition interdite. Publicité lumineuse interdite dans les zones d'habitation.

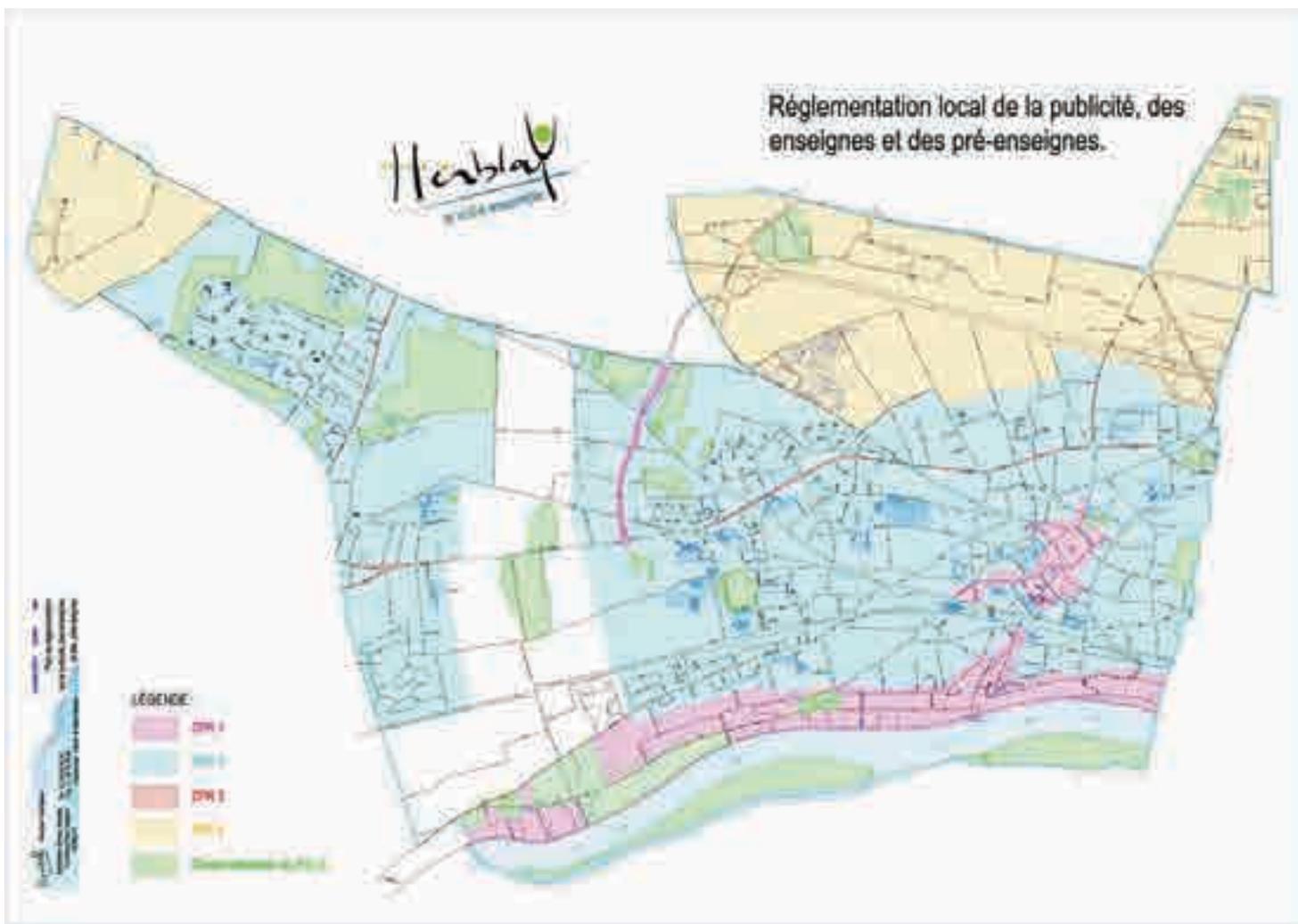
2 enseignes par établissement, une en façade et une perpendiculaire.

### PUBLICITÉ

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4
<b>Densité</b>	<b>Interdit</b>		<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>
<b>Murale</b>	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 12 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 12 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 12 m<sup>2</sup></b>
<b>Sur clôture</b>	<b>Interdit</b>			
<b>Scellée au sol</b>	<b>Interdit</b>	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 12 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 12 m<sup>2</sup></b>
<b>Mobilier urbain</b>	<b>≤ à 2 m<sup>2</sup></b>			
<b>Lumineuse</b>	<b>Interdit</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>

### ENSEIGNES

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4
<b>A plat</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>
<b>Drapeau</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>
<b>Scellée au sol</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>
<b>En toiture</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>	<b>dispositions générales</b>



PLAN DE ZONAGE DU RLP D'HERBLAY-SUR-SEINE

### 7.1.7. Montigny-lès-Cormeilles

L'arrêté date de novembre 2000.

5 zones de publicité restreinte (ZPR) sont déterminées sur le territoire. Elles correspondent :

- pour la ZPR 1, au centre ancien, aux EBC et au périmètre de l'ex ZAC ;
- pour la ZPR 2, aux zones urbaines à usage d'habitat individuel et collectif;

- pour la ZPR 3, aux abords de la RN 14 et au quartier de la Source ;

- pour la ZPR 4, aux quartiers où dominant les activités ;

- pour la ZPR 5, aux zones d'activités aux abords de la RN 14.

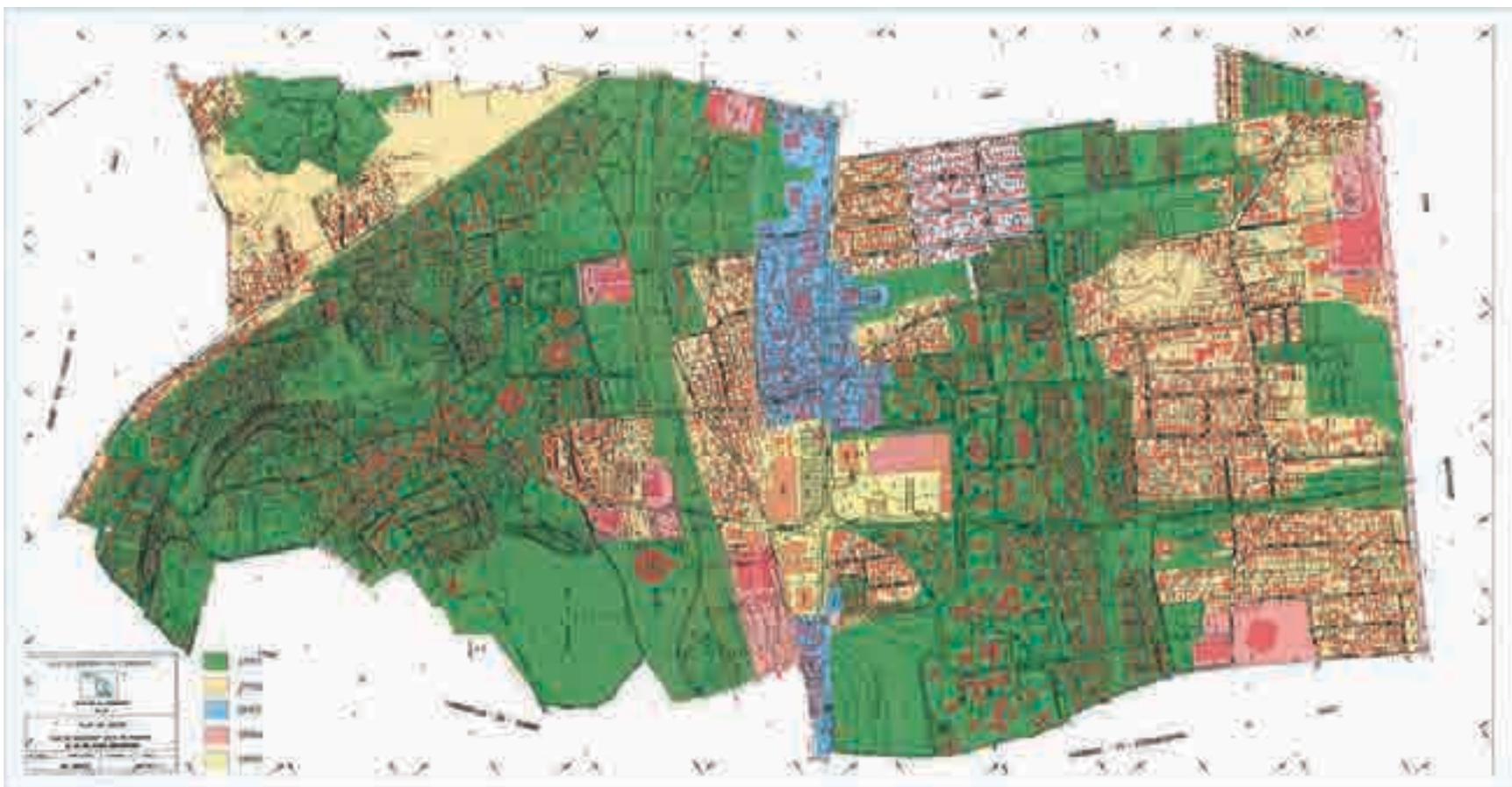
Les faces arrière des panneaux simple face sont habillées. Les enseignes perpendiculaires sont limitées à 1 par activité. Celles sur clôture ou mur respectent des règles de positionnement sur le support.

#### PUBLICITÉ

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	ZPR 5
<b>Densité</b>		<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>
<b>Murale</b>	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 12 m<sup>2</sup></b>			
<b>Sur clôture</b>					
<b>Scellée au sol</b>	<b>Interdit</b>	<b>≤ à 12 m<sup>2</sup></b>			
<b>Mobilier urbain</b>	<b>sur abri ≤ à 2 m<sup>2</sup></b>			<b>≤ à 8 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 8 m<sup>2</sup></b>
<b>Lumineuse</b>	<b>Interdit</b>	<b>éclairage indirect</b>	<b>éclairage indirect</b>	<b>éclairage indirect</b>	<b>éclairage indirect</b>

#### ENSEIGNES

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	ZPR 5
<b>A plat</b>	<b>règles positionnement</b>	<b>règles positionnement</b>	<b>% façade et limitation surface</b>	<b>% façade et limitation surface</b>	<b>% façade et limitation surface</b>
<b>Drapeau</b>	<b>2 maximum</b>	<b>2 maximum</b>	<b>2 maximum</b>	<b>2 maximum</b>	<b>2 maximum</b>
<b>Scellée au sol</b>	<b>≤ à 1 ou 3 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 1 ou 3 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 8 m<sup>2</sup> ou 12 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 8 m<sup>2</sup> ou 12 m<sup>2</sup></b>	<b>≤ à 8 m<sup>2</sup> ou 12 m<sup>2</sup></b>
<b>En toiture</b>					
<b>Lumineuse</b>	<b>Caissons interdits</b>	<b>Caissons interdits</b>	<b>Caissons interdits</b>	<b>Caissons interdits</b>	<b>Caissons interdits</b>



PLAN DE ZONAGE DU RLP DE MONTIGNY-LÈS-CORMEILLES

### 7.1.8. Saint-Leu-la-Forêt

L'arrêté date de décembre 2015.

Il est créé 4 zones qui couvrent la totalité du territoire. Elles correspondent :

- pour la zone 1, aux espaces verts et aux périmètres protégés ;  
- pour la zone 2, aux grands axes de circulation et à la zone commerciale ;

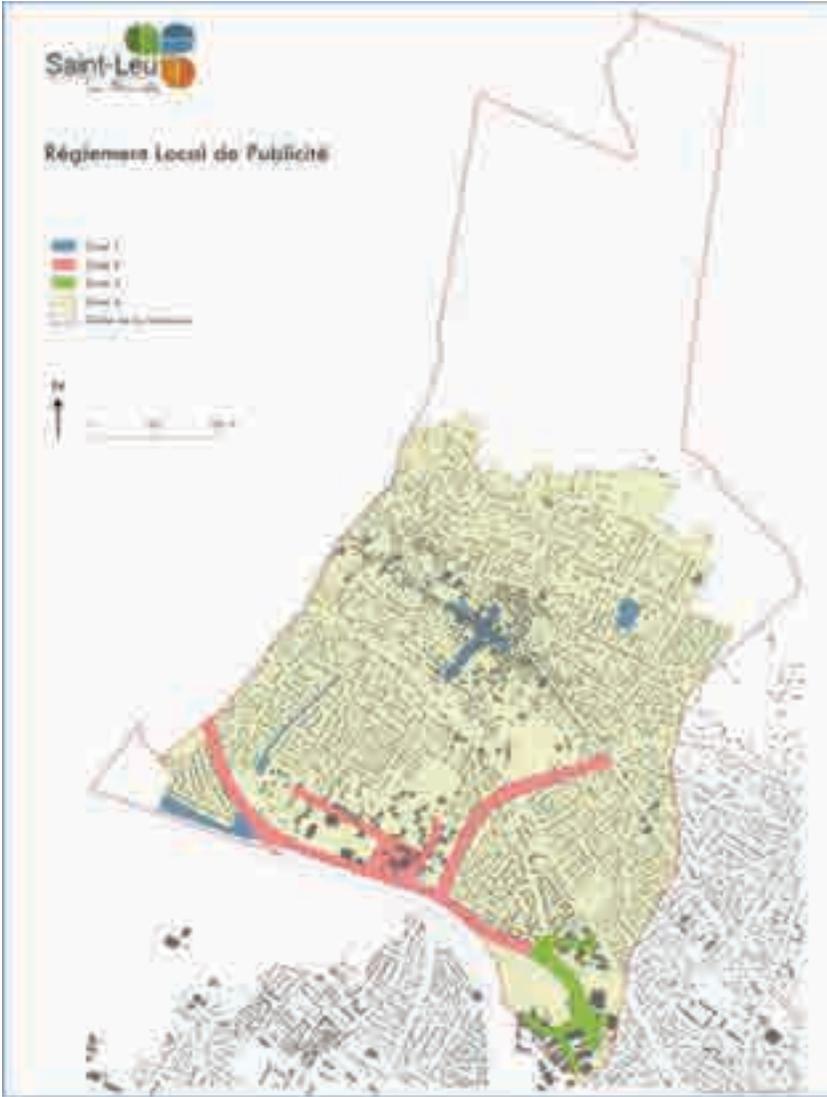
- pour la zone 3, à la zone artisanale et industrielle ;  
- pour la zone 4, aux quartiers d'habitation et aux parties qui ne sont ni en zone 1, 2 ou 3.

#### PUBLICITÉ

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4
Densité	/	oui linéaire	RNP	/
Murale	Interdit	RNP	RNP	Interdit
Sur clôture	Interdit	Interdit	Interdit	Interdit
Scellée au sol	Interdit	RNP	RNP	Interdit
Petit format	Interdit	≤ à 1 m <sup>2</sup>	≤ à 1 m <sup>2</sup>	≤ à 1 m <sup>2</sup>
Mobilier urbain	Interdit	≤ à 2 m <sup>2</sup>	RNP	≤ à 2 m <sup>2</sup>
Lumineuse	Interdit	≤ à 2 m <sup>2</sup>	RNP	Interdit

#### ENSEIGNES

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4
A plat	règles positionnement	RNP	RNP	1 par établissement
Drapeau	2 maximum	RNP	RNP	1 par établissement
Scellée au sol	≤ à 2 m <sup>2</sup>	H < à 4 m	RNP	≤ à 2 m <sup>2</sup>
En toiture	Interdit	RNP	RNP	Interdit
Lumineuse	Caissons interdits	Caissons interdits	RNP	



**PLAN DE ZONAGE DU RLP DE SAINT-LEU-LA-FORÊT**

### 7.1.9. Sannois

L'arrêté date de septembre 1999.

5 zones de publicité restreinte (ZPR) sont déterminées sur le territoire. Elles correspondent :

- pour la ZPR 1, à l'espace vert situé au sud de l'A.15 ;

- pour la ZPR 2, aux principaux axes de circulation routière et ferroviaire ;

- pour la ZPR 3, aux quartiers à forte activité commerciale et artisanale ;

- pour la ZPR 4, au quartier à forte densité commerciale situé en cœur de Ville ;

- pour la ZPR 5, aux secteurs agglomérés non compris dans les ZPR 1, 2, 3 ou 4.

Les faces arrière des panneaux simple face sont habillées. Les enseignes sur support respectent des règles de positionnement.

### PUBLICITÉ

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	ZPR 5
<b>Densité</b>		<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>
<b>Murale</b>	<b>Interdit</b>	$\geq$ à 6 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>	$\geq$ à 6 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>	$\geq$ à 1 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 6 m <sup>2</sup>	$\geq$ à 6 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>
<b>Sur clôture</b>	<b>Interdit</b>				
<b>Scellée au sol</b>	<b>Interdit</b>	$\geq$ à 6 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>	$\geq$ à 6 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>	$\geq$ à 1 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 6 m <sup>2</sup>	$\geq$ à 6 m <sup>2</sup> et $\leq$ à 12 m <sup>2</sup>
<b>Mobilier urbain</b>	$\leq$ à 2 m <sup>2</sup> sur abris	$\leq$ à 2,5 m <sup>2</sup> (3 exceptions)	$\leq$ à 2,5 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 2,5 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 2,5 m <sup>2</sup> (1 exception)
<b>Lumineuse</b>	<b>Interdit</b>				

### ENSEIGNES

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	ZPR 5
<b>A plat</b>					
<b>Drapeau</b>	$\leq$ à 1 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 1,5 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 4 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 2 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 0,75 m <sup>2</sup>
<b>Scellée au sol</b>	$\leq$ à 3 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 4 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 12 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 4 m <sup>2</sup>	$\leq$ à 3 m <sup>2</sup>
<b>En toiture</b>					
<b>Lumineuse</b>	<b>Interdit</b>				



**PLAN DE ZONAGE DU RLP DE SANNOIS**

### 7.1.10. Taverny

L'arrêté en date de 1990 a été annulé en 2011 pour vice de forme. Bien que n'étant plus opposable, il est néanmoins intéressant de l'analyser car il reflète les objectifs de la ville .

3 zones de publicité restreinte (ZPR) sont déterminées sur le territoire. Elles correspondent :

- pour la zone 1, au secteur nord de la commune, ainsi que les axes suivants: avenue Salvador Allende, avenue de la division Leclerc et le Bd du Temps des Cerises
- pour la zone 2, aux zones non couvertes par la ZPR 1 et la ZPR 3 ;
- pour la zone 3, aux axes ou portions des axes suivants : 9e avenue, chaussée Jules César, le CD 106, la rue Sainte Honorine et l'avenue des Châtaigniers.

### PUBLICITÉ

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3
<b>Densité</b>		<b>oui linéaire</b>	<b>oui linéaire</b>
<b>Murale</b>	≤ à 2 m <sup>2</sup>	≤ à 9 m <sup>2</sup>	≤ à 12 m <sup>2</sup>
<b>Sur clôture</b>			
<b>Scellée au sol</b>	≤ à 2 m <sup>2</sup>	≤ à 2 m <sup>2</sup>	≤ à 12 m <sup>2</sup>
<b>Mobilier urbain</b>			
<b>Lumineuse</b>			

### ENSEIGNES

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3
<b>A plat</b>	<b>RNP</b>	<b>RNP</b>	<b>RNP</b>
<b>Drapeau</b>			
<b>Scellée au sol</b>			
<b>En toiture</b>			
<b>Lumineuse</b>			



PLAN DE ZONAGE DU RLP DE TAVERNY

## 7.2/ GLOSSAIRE

### Afficheur

- 1) Société d'affichage.
- 2) Personne qui pose les affiches.

### Annonceur

Entité en faveur de qui est réalisée la publicité (commerce, marque, entreprise, homme politique, film etc.)

### Auvent

Un auvent est une avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture. Lorsqu'il est vitré, il prend le nom de marquise.

### Baie

Le terme baie désigne toute ouverture pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.)

Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.

### Cadre (d'un dispositif d'affichage)

Le cadre d'un dispositif publicitaire est la partie du dispositif qui entoure l'affiche. (Dit également « moulure »)

### Chantier

Le terme «chantier» définit la période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux.

### Clôture

Le terme «clôture» désigne toute construction non maçonnée destinée à séparer une propriété

privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

### Clôture aveugle

Une clôture aveugle est une clôture pleine, ne comportant pas de partie ajourée.

### Clôture non aveugle

Une clôture non aveugle est constituée d'un grillage ou d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

### Corniche

Ornement en saillie sur un mur destiné à protéger de la pluie.

### Devanture

Une devanture est le revêtement de la façade d'une boutique. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

### Dispositif d'affichage

Le terme « dispositif d'affichage » désigne un dispositif spécialement conçu pour recevoir ou permettre l'exploitation d'une affiche ou de plusieurs affiches visibles successivement. Il peut comporter un plateau, un cadre, un piètement et des accessoires de sécurité ou d'éclairage.

### Dispositif d'affichage déroulant

Un dispositif d'affichage déroulant est un dispositif constitué d'un caisson vitré, à l'intérieur duquel tourne sur un axe horizontal ou vertical un train de plusieurs affiches visibles successivement et éclairées par transparence.

### Dispositif d'affichage à lamelles

Un dispositif publicitaire à lamelles est un dispositif «trivision» dont les affiches sont collées ou apposées sur des éléments de forme prismatique. Trois affiches sont vues successivement.

### Dispositif publicitaire

Le terme «dispositif publicitaire» désigne un dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

### Droit (d'une façade)

Partie de terrain située devant une façade, perpendiculaire à celle-ci.

### Durable

Les matériaux durables sont le bois, le plexiglas, le métal, la toile plastifiée imputrescible...

### Éléments architecturaux ou décoratifs

Ce sont les corniches, têtes de mur, pierres de harpage, bas-relief, etc.

### Emplacement publicitaire

L'emplacement publicitaire est le lieu précis où est implanté soit un dispositif d'affichage unique, soit l'ensemble formé par deux dispositifs d'affichage alignés verticalement et horizontalement pour les muraux. Pour les portatifs, les dispositifs d'affichage peuvent former un angle entre eux.

### Enseigne

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

### Enseigne éclairée

Une enseigne éclairée par spots, caisson, projection.

### Enseigne lumineuse

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet. (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...)

### Face (d'un panneau publicitaire)

Surface plate verticale supportant l'affiche

Un dispositif scellé au sol peut être « double-face »

### Façade aveugle :

Murs des bâtiments ne comportant aucune baie ou des baies jours de souffrance de surface inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>.

### Fixe

Se dit d'un dispositif installé durablement et qui n'est pas lié à une opération ou un événement particulier. C'est le cas général des panneaux publicitaires ou des enseignes. S'oppose à « temporaire » pour le code de l'environnement

### Lambrequin

Bandeau d'ornement en bois ou en tôle ajourée, disposé en partie supérieure des marquises, des baies...

Il désigne également la partie tombante en partie basse d'un store de toile.

### Logo

Le terme «logo» désigne le signe figuratif d'une

marque de fabrique, de commerce ou de service, ou d'un produit ou de son conditionnement.

### Marquise

Auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

### Mobilier urbain publicitaire

Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité, visés par les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement. Il s'agit :

- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis.

- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial.

- des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel.

- des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

- des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

### Mur de clôture

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

### Nu (d'un mur)

Le nu d'un mur est le plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de

parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

### Ouverture de surface réduite

Ouvertures dont la surface est inférieure à 0,5m<sup>2</sup>.

### Palissade de chantier

Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier. Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé.

### Préenseigne

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

### Projection ou transparence (éclairage par)

La source lumineuse ne participe pas directement à la publicité. Elle l'éclaire lorsque la luminosité est trop faible.

### Publicitaire

Personne ou groupe de personnes exerçant son activité dans le domaine de la publicité (le terme de publiciste ne s'emploie pas)

### Publicité

Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

### **Publicité de petit format**

Publicité intégrée dans les devantures commerciales au sens d'article L.581-8-III du code de l'environnement.

### **Publicité lumineuse**

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemple, néons sur les toits, écrans vidéo. Les dispositifs publicitaires ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence sont soumises au régime de la publicité non lumineuse, ainsi qu'aux règles d'extinction nocturne.

### **Saillie**

La saillie est la distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

### **Store**

Un store est un rideau de toile destiné à abriter une baie du soleil ou des intempéries.

### **Support**

Le terme «support» désigne toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

### **Surface d'un mur**

La surface d'un mur désigne la face externe, apparente du mur.

### **Surface utile**

Se dit de la surface d'un dispositif publicitaire affectée à l'affiche.

### **Surface totale**

Se dit de la surface hors-tout qui englobe l'encadrement.

### **Temporaire**

Dispositif installé à l'occasion d'un événement exceptionnel tel que défini par le code de l'environnement : Opération commerciale, culturelle, immobilière. S'oppose à « fixe ».

### **Unité foncière**

Le terme «unité foncière» désigne l'ensemble des parcelles cadastrales adjacentes appartenant à un même propriétaire.

### **Véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires**

Véhicules exclusivement aménagés pour constituer un support de publicité ou, étant aménagés pour un autre usage, sont détournés de cet usage normal à des fins publicitaires. Les véhicules des services de transport public de voyageurs ne sont pas des véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires.

### **Visuel**

Le terme «visuel» désigne le contenu d'une affiche.

### **7.3/ CAHIER DES PRESCRIPTIONS ARCHITECTURALES**

Cahier des prescriptions architecturales, urbaines,  
paysagères et environnementales

**ZAC des Meuniers à Bessancourt**

Mars 2016

BES\_CPAEP-Indice D



**Richez Associés**  
architecture urbanisme paysage

2 rue de la Roquette  
75011 Paris  
tél. 33 - 01 43 38 22 55  
fax. 33 - 01 47 00 43 43

Atelier de Paysages  
**BRUEL-DELMAR**

paysagistes  
40, rue Sedaine  
75011 Paris  
tél. 33 - 01 47 00 00 51

**SETU**

bureaux d'études VRD  
2 impasse Gustave Eiffel  
BP 1 78260 Achères  
tél. 33 - 01 39 11 25 25

**8'18''**

plasticien lumière  
53 bld de Strasbourg  
75010 Paris  
tél. 33 - 01 49 49 07 93

**2ei**

environnement - ingénierie  
40 rue Letort  
75018 Paris  
tél. 33 - 01 45 72 98 02

## Commerces et activités en rez-de-chaussée

### \_ Objectifs

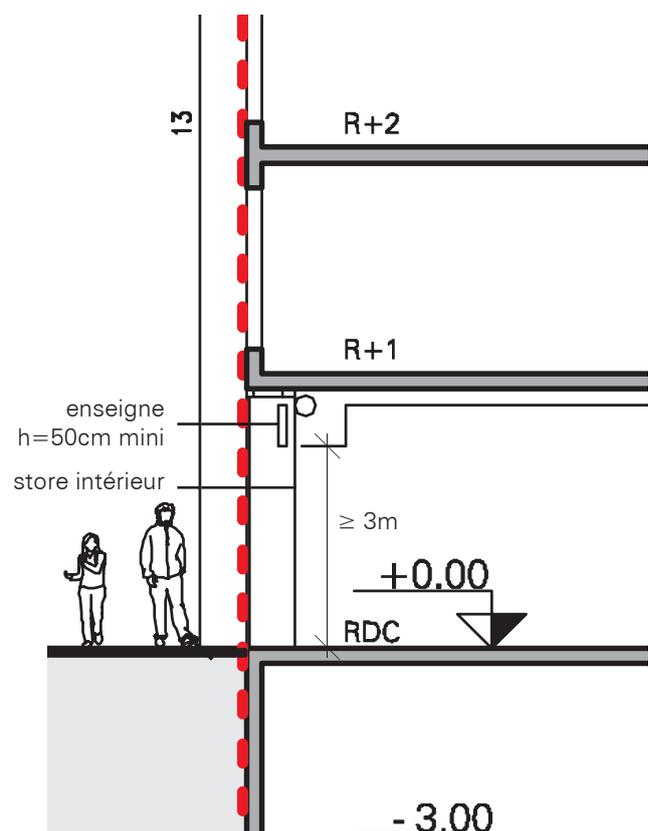
Les façades commerciales ou de bureaux en rez-de-chaussée seront traitées en matériau verrier.

### \_ Règles

Les vitres sont non réfléchissantes et non teintées.

Si une protection métallique est nécessaire au rez-de-chaussée, elle prendra la forme d'un rideau métallique micro-perforé, impérativement installé à l'intérieur du volume : la vitrine doit rester visible lorsque la protection est fermée et donne un effet de transparence quand le magasin est éclairé.

Les enseignes seront disposées selon la coupe ci-après sur un bandeau intérieur à 40 cm de la vitrine (nu de la façade) et placées à 3m minimum du sol. Ces enseignes sont éclairées et si elles sont lumineuses, elles sont constituées de tubes néons et non de caissons fluorescents.



Cahier des prescriptions architecturales, urbaines,  
paysagères et environnementales (secteur activités)

**ZAC des Meuniers à Bessancourt**

janvier 2017

BES\_CPAUP\_activites ind B



**Richez Associés**  
architecture urbanisme paysage

2 rue de la Roquette  
75011 Paris  
tél. 33 - 01 43 38 22 55  
fax. 33 - 01 47 00 43 43

Atelier de Paysages  
**BRUEL-DELMAR**

paysagistes  
40, rue Sedaine  
75011 Paris  
tél. 33 - 01 47 00 00 51

**SETU**

bureaux d'études VRD  
2 impasse Gustave Eiffel  
BP 1 78260 Achères  
tél. 33 - 01 39 11 25 25

**8'18"**

plasticien lumière  
53 bld de Strasbourg  
75010 Paris  
tél. 33 - 01 49 49 07 93

**2ei**

environnement - ingénierie  
40 rue Letort  
75018 Paris  
tél. 33 - 01 45 72 98 02

## La signalétique

### \_ Règles

Les enseignes commerciales devront être intégrées aux gabarits du bâtiment. Les totems d'enseignes, et enseignes au-dessus du bâtiments (non intégrés au gabarit de la construction) sont proscrits. Les dimensions, couleurs, typographie de la signalétique ne sont pas réglementées.





groupe-6 JC Colas



**COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION VAL PARISIS (CAVP)**

# **CAHIER DES PRESCRIPTIONS URBANISTIQUES, ARCHITECTURALES, PAYSAGERES ET ENVIRONNEMENTALES**

Juin 2018

**ZAC DES ÉPINEAUX  
COMMUNE DE FRÉPILLON**



## 4. Prescriptions architecturales

### 4.6. Edicules et constructions techniques

---

Les édicules et constructions techniques (locaux poubelles, chaufferie, « groupe froid » en toiture, etc...) devront être intégrés de préférence dans le corps principal du bâtiment.

Dans le cas d'une construction technique dissociée du bâtiment, celle-ci fera l'objet d'un traitement architectural soigné et cohérent par rapport à la construction principale.

### 4.7. Enseignes et publicités

---

Seules les enseignes relatives à la raison sociale ou l'activité de l'entreprise sont autorisées, avec un maximum de deux enseignes par lot.

Les enseignes seront obligatoirement intégrées dans la façade, en ne compromettant pas la lisibilité des volumes et des éléments de composition.

Elles seront traitées de manière cohérente avec les matériaux utilisés pour le bâtiment et devront tenir compte de la signalétique mise en place sur l'ensemble du Parc.

Elles devront obligatoirement figurer sur le permis de construire.

**Toute enseigne lumineuse est proscrite.**

**Les kakemonos et drapeaux seront strictement interdits.**

### 4.8. Eclairage

---

Un éclairage rapporté pourra être intégré au bâtiment pour permettre sa lisibilité de nuit.

L'éclairage devra être conçu de façon à limiter la pollution lumineuse et concerner des mises en valeur ciblées de certains éléments : éclairage des entrées et accès des bâtiments, mise en valeur de ceux-ci de façon à ce qu'ils participent à l'attractivité nocturne des espaces publics. Il pourra ainsi être intégré au corps principal, en façade ou sur les éléments d'animation de la façade.

Les techniques et les moyens mis en œuvre devront s'inscrire dans une logique d'économies d'énergies, et privilégier le recours à des matériels performants et aux énergies renouvelables, à l'instar de ceux mis en place pour l'éclairage des espaces publics du Parc.

Le design des mâts et des lanternes devra reprendre la ligne du mobilier d'éclairage mis en place sur les espaces publics.

Toute signalisation anticipée sur les espaces publics est interdite, de même que le maintien permanent d'un éclairage extérieur en période diurne ou nocturne, en dehors des plages d'éclairage définies par la Collectivité.