



ÉTABLISSEMENT PUBLIC TERRITORIAL

CLICHY-SOUS-BOIS · COUBRON · GAGNY · GOURNAY-SUR-MARNE · LE RAINCY
LES PAVILLONS-SOUS-BOIS · LIVRY-GARGAN · MONFERMEIL · NEUILLY-PLAISANCE
NEUILLY-SUR-MARNE · NOISY-LE-GRAND · ROSNY-SOUS-BOIS · VAUJOURS · VILLEMOMBLE



Règlement Local de Publicité **i**ntercommunal

RLPi

1 - RAPPORT DE PRESENTATION

Approbation par le conseil de territoire - CT2023/07/11

SOMMAIRE

DIAGNOSTIC	6
Chapitre 1 : Cadre et définitions	7
I. Pourquoi réaliser un RLPI sur le territoire de Grand Paris Grand Est ?	7
II. Contexte législatif et réglementaire	9
III. Contenu du Règlement Local de Publicité Intercommunal	11
IV. Les principales définitions	12
Chapitre 2 : Présentation du territoire	17
I. Démographie et place de Grand Paris Grand Est dans la métropole du Grand Paris	17
II. Paysage et patrimoine	18
III. Réseau de transports en commun	23
IV. Réseau viaire	24
V. Projets de transport dans le territoire	25
Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de Grand Paris Grand Est	29
I. Les seuils démographiques	29
II. Les périmètres environnementaux et urbains	30
Chapitre 4 : Diagnostic publicitaire du territoire	38
I. Méthodologie pour le relevé de terrain	38
II. Synthèse cartographique et statistique	40
III. Secteurs à enjeux	74
IV. Cartes d'enjeux	89
ORIENTATIONS	92
EXPLICATION DES CHOIX RETENUS	98
I. Explication des choix retenus pour la délimitation des zones.	99
II. Explication des dispositions réglementaires retenues pour les publicités et préenseignes	116
III. Explication des dispositions réglementaires retenues pour les enseignes	123

Tables des illustrations et des tableaux

Illustrations :

FIGURE 1 : CARTE SYNTHÉTIQUE PRÉSENTANT L'ÉTAT DE LA RÉGLEMENTATION LOCALE EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ EXTÉRIEURE DANS LES DIFFÉRENTES COMMUNES DU TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST	7
FIGURE 2 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES EXEMPLES D'ENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST	12
FIGURE 3 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES EXEMPLES DE DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST.....	13
FIGURE 4 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES EXEMPLES DE PRÉENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST	14
FIGURE 5 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES EXEMPLES DE DISPOSITIFS TEMPORAIRES SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST.....	16
FIGURE 6 : CARTE PRÉSENTANT LA POSITION DE L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC TERRITORIAL GRAND PARIS GRAND EST AU SEIN DE LA MÉTROPOLE DU GRAND PARIS	18
FIGURE 7 : VUE AÉRIENNE DU PARC DE LA HAUTE ÎLE	19
FIGURE 8 : PHOTOGRAPHIE DE LA MARNE À NEUILLY-SUR-MARNE.....	19
FIGURE 9 : PHOTOGRAPHIE D'UNE VUE PAYSAGÈRE À CLICHY-SOUS-BOIS.....	19
FIGURE 10 : LES ÉLÉMENTS MAJEURS DE LA COMPOSITION DE LA TRAME VERTE ET BLEUE AU SEIN DES COMMUNES DE GRAND PARIS GRAND EST	21
FIGURE 11 : CARTE PRÉSENTANT LES TYPES DE TISSUS DANS LES COMMUNES DE GRAND PARIS GRAND EST	22
FIGURE 12 : CARTE PRÉSENTANT LES RÉSEAUX FERRÉS DE TRANSPORTS EN COMMUN SUR LE TERRITOIRE	24
FIGURE 13 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES SUPPORTS PUBLICITAIRES DE GRAND FORMAT LE LONG D'AXES ROUTIERS DU TERRITOIRE.....	25
FIGURE 14 : CARTE PRÉSENTANT LE PROLONGEMENT DE LA LIGNE 11 JUSQU'À NOISY-CHAMPS - SOURCE : HTTP://NOISYCHAMPS.PROLONGEMENTLIGNE11EST.FR/	26
FIGURE 15 : CARTE PRÉSENTANT LE PROJET DE DÉVELOPPEMENT DU GRAND PARIS EXPRESS.....	27
FIGURE 16 : CARTE PRÉSENTANT LE PROLONGEMENT DU TRAMWAY T4.....	28
FIGURE 17 : SCHÉMAS PRÉSENTANT LA NOTION D'AGGLOMÉRATION CONSIDÉRANT LA RÉALITÉ PHYSIQUE ET NON LES PANNEAUX D'ENTRÉES DE VILLE – SOURCE : EXTRAIT DU GUIDE PRATIQUE DE LA RÉGLEMENTATION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE	30
FIGURE 18 : CARTE PRÉSENTANT LA LIMITE D'AGGLOMÉRATION DES COMMUNES DE GRAND PARIS GRAND EST	32
FIGURE 19 : CARTE PRÉSENTANT LES PÉRIMÈTRES D'INTERDICTIONS SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST.....	37
FIGURE 20 : CARTE PRÉSENTANT LES VOIES SUR LESQUELLES L'INVENTAIRE PUBLICITAIRE A ÉTÉ RÉALISÉ	38
FIGURE 21 : GRAPHIQUE PRÉSENTANT LA RÉPARTITION DES DIFFÉRENTES TYPOLOGIES D'IMPLANTATIONS DE LA PUBLICITÉ SUR LE TERRITOIRE.....	41
FIGURE 22 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES PUBLICITÉS SUR MOBILIER URBAIN SUR LE TERRITOIRE	41
FIGURE 24 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES PUBLICITÉS SCÉLÉES AU SOL SUR LE TERRITOIRE	41
FIGURE 23 : GRAPHIQUE PRÉSENTANT LA RÉPARTITION DES FORMATS DE PUBLICITÉ SUR LE TERRITOIRE.....	42
FIGURE 25: CARTE DE RÉPARTITION DES PUBLICITÉS SUR ABRIBUS SUR LE TERRITOIRE.....	44
FIGURE 26: CARTE DE RÉPARTITION DES PUBLICITÉS SUR MOBILIER URBAIN SCÉLÉ AU SOL SUR LE TERRITOIRE	45
FIGURE 27: CARTE DE RÉPARTITION DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SCÉLÉ AU SOL (HORS MOBILIER URBAIN) SUR LE TERRITOIRE	46
FIGURE 28: CARTE DE RÉPARTITION DES PUBLICITÉS MURALES SUR LE TERRITOIRE	47
FIGURE 29: CARTE DE RÉPARTITION DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES DE PLUS DE 10M ² SUR LE TERRITOIRE.....	48
FIGURE 30: GRAPHIQUE PRÉSENTANT LA DENSITÉ PUBLICITAIRE AU SEIN DE CHAQUE COMMUNE DU TERRITOIRE (DÉFINIE EN NOMBRE DE DISPOSITIFS PAR KILOMÈTRE CARRÉ)	49

FIGURE 31: GRAPHIQUE PRÉSENTANT LA DENSITÉ PUBLICITAIRE AU SEIN DE CHAQUE COMMUNE DU TERRITOIRE (DÉFINIE EN NOMBRE DE DISPOSITIFS PAR KILOMÈTRE CARRÉ) AVEC LA DISTINCTION DE LA PART DES MOBILIERS URBAINS ET CELLE DES AUTRES DISPOSITIFS	50
FIGURE 32: CARTE PRÉSENTANT LA DENSITÉ PUBLICITAIRE SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST PAR SUPERPOSITION DE RONDS PRÉSENTANT CHACUN UN DISPOSITIF PUBLICITAIRE RECENSÉ AU COURS DE L'ÉTUDE	51
FIGURE 33 : GRAPHIQUE PRÉSENTANT LE TAUX DE CONFORMITÉ SUR LE TERRITOIRE	52
FIGURE 34: CARTE PRÉSENTANT LA CONFORMITÉ DES PUBLICITÉS SUR ABRIBUS SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST.....	54
FIGURE 35: CARTE PRÉSENTANT LA CONFORMITÉ DES PUBLICITÉS SUR MOBILIER URBAIN SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST.....	55
FIGURE 36: CARTE PRÉSENTANT LA CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES MURAUX SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST.....	56
FIGURE 37: CARTE PRÉSENTANT LA CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SCELLÉS AU SOL SUR LE TERRITOIRE DE GRAND PARIS GRAND EST	57
FIGURE 38 : PHOTOGRAPHIES DE SUPPORTS EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-32 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT, CAR TROP GRANDS SUR LE TERRITOIRE	58
FIGURE 39 : PHOTOGRAPHIES DE SUPPORTS EN INFRACTION À L'ARTICLE L581-8 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	59
FIGURE 40 : PHOTOGRAPHIES DE SUPPORTS EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-32 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT CAR TROP HAUTS SUR LE TERRITOIRE	60
FIGURE 41 : PHOTOGRAPHIES DE SUPPORTS EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-22 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT CAR IMPLANTÉS SUR CLÔTURE NON AVEUGLE SUR LE TERRITOIRE.....	60
FIGURE 42 : PHOTOGRAPHIES DE SUPPORTS EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-26 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	61
FIGURE 43 : PHOTOGRAPHIES DE SUPPORTS EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-27 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	61
FIGURE 44 : PHOTOGRAPHIES DE SUPPORTS EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-22 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT CAR IMPLANTÉS SUR UN MUR NON AVEUGLE SUR LE TERRITOIRE	62
FIGURE 45 : PHOTOGRAPHIE DE SUPPORT EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-34 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	62
FIGURE 46 : PHOTOGRAPHIE DE SUPPORT EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-27 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	63
FIGURE 47 : PHOTOGRAPHIE DE SUPPORT EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-33 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	63
FIGURE 48: GRAPHIQUE PRÉSENTANT LE NOMBRE D'ENSEIGNES RECENSÉES PAR SECTEUR ET PAR TYPE D'IMPLANTATION.....	64
FIGURE 49 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES ENSEIGNES EN FAÇADE SUR LE TERRITOIRE	65
FIGURE 50 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES ENSEIGNES AU SOL SUR LE TERRITOIRE	66
FIGURE 51 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES ENSEIGNES EN TOITURE ET SUR CLÔTURE SUR LE TERRITOIRE.....	67
FIGURE 52 : PHOTOGRAPHIE PRÉSENTANT UNE ENSEIGNE TEMPORAIRE LIÉE À UNE OPÉRATION EXCEPTIONNELLE EN ZONE D'ACTIVITÉS	68
FIGURE 53 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES ENSEIGNES TEMPORAIRES LIÉES À DES OPÉRATIONS IMMOBILIÈRES	68
FIGURE 54 : PHOTOGRAPHIES PRÉSENTANT DES ENSEIGNES LUMINEUSES SUR LE TERRITOIRE.....	69
FIGURE 55 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-34 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	70
FIGURE 56 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-34 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	70
FIGURE 57 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-59 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	71
FIGURE 58 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-58 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	71

FIGURE 59 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-64 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	71
FIGURE 60 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-62 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	72
FIGURE 61 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-65 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	72
FIGURE 62 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES EN INFRACTION À L'ARTICLE R581-64 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT SUR LE TERRITOIRE	73
FIGURE 63 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES DANS DIFFÉRENTS CENTRES-VILLES DU TERRITOIRE.....	74
FIGURE 64 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES DANS DIFFÉRENTS CENTRES-VILLES DU TERRITOIRE.....	75
FIGURE 65 : PHOTOGRAPHIES DE PUBLICITÉS PRÉSENTES DANS DIFFÉRENTS CENTRES-VILLES DU TERRITOIRE	76
FIGURE 66 : PHOTOGRAPHIES DE PUBLICITÉS PRÉSENTES DANS DIFFÉRENTS SECTEURS HISTORIQUES DU TERRITOIRE	77
FIGURE 67 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES DE CENTRES COMMERCIAUX DANS LE TERRITOIRE	78
FIGURE 68 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES DE ZONES D'ACTIVITÉS COMMERCIALES AU SEIN DU TERRITOIRE	79
FIGURE 69 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES DE ZONES D'ACTIVITÉS AU SEIN DU TERRITOIRE	80
FIGURE 70 : PHOTOGRAPHIES DE PUBLICITÉS DANS LES ZONES D'ACTIVITÉS DU TERRITOIRE	80
FIGURE 71 : PHOTOGRAPHIES DE PUBLICITÉS LE LONG D'AXES À FORT TRAFIC DU TERRITOIRE	81
FIGURE 72 : PHOTOGRAPHIES DE PUBLICITÉS PRÉSENTES LE LONG DES VOIES SNCF (SUR TALUS, PONTS, BORD DE VOIES)	82
FIGURE 73 : PHOTOGRAPHIES DE DIFFÉRENTS CÔNES DE VUES SUR LE TERRITOIRE ACTUELLEMENT PROTÉGÉS DE L'AFFICHAGE EXCESSIF	84
FIGURE 74 : PHOTOGRAPHIES D'UN CÔNE DE VUE ACTUELLEMENT BLOQUÉ PAR DE L'AFFICHAGE EXCESSIF	85
FIGURE 75: CARTE PRÉSENTANT LES POINTS DE VUE DU TERRITOIRE	86
FIGURE 76 : PHOTOGRAPHIES D'ENSEIGNES PRÉSENTES EN SECTEUR RÉSIDENTIEL SUR LE TERRITOIRE	87
FIGURE 77: CARTE PRÉSENTANT LES ENJEUX EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ SUR LE TERRITOIRE.....	90
FIGURE 78: CARTE PRÉSENTANT LES ENJEUX EN MATIÈRE D'ENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE.....	91

Tableaux :

TABLEAU 1: NOMBRE D'HABITANTS DANS LES COMMUNES DE GRAND PARIS GRAND EST RECENSÉS PAR L'INSEE EN 2018 - SOURCE : INSEE, RECENSEMENT 2018	17
TABLEAU 2: PRINCIPALES RÈGLES D'IMPLANTATION ET DE FORMATS DE PUBLICITÉS ÉNONCÉES PAR LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT QUI DIFFÈRENT SELON LA TAILLE DES COMMUNES.....	29
TABLEAU 3: PRINCIPALES RÈGLES D'IMPLANTATION ET DE FORMATS D'ENSEIGNES ÉNONCÉES PAR LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT QUI DIFFÈRENT SELON LA TAILLE DES COMMUNES.....	30
TABLEAU 4: LISTE DES MONUMENTS HISTORIQUES PRÉSENTS DANS LES COMMUNES DE GRAND PARIS GRAND EST.....	33
TABLEAU 5: LISTE DES SITES CLASSÉS PRÉSENTS DANS LES COMMUNES DE GRAND PARIS GRAND EST	33
TABLEAU 6: LISTE DES SITES INSCRITS PRÉSENTS DANS LES COMMUNES DE GRAND PARIS GRAND EST	34
TABLEAU 7: LISTE DES SITES NATURA 2000 PRÉSENTS DANS LES COMMUNES DE GRAND PARIS GRAND EST.....	34
TABLEAU 8: LISTE DES PÉRIMÈTRES DE PROTECTION LIÉS AUX MONUMENTS HISTORIQUES PRÉSENTS DANS LES COMMUNES DE GRAND PARIS GRAND EST	35
TABLEAU 9 : LISTE DES NON-CONFORMITÉS TESTÉES SUR LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES	40
TABLEAU 10 : LISTE DES NON-CONFORMITÉS RECENSÉES SUR LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES DU TERRITOIRE	53
TABLEAU 11 : NOMBRE DE SUPPORTS PRÉSENTANT DE ZÉRO À 3 INFRACTIONS SUR LE TERRITOIRE.....	53
TABLEAU 12 : TABLEAU PRÉSENTANT LES DISPOSITIONS DE LA RÉGLEMENTATION NATIONALE LIÉES AUX ENSEIGNES EN TOITURE	67



ÉTABLISSEMENT PUBLIC TERRITORIAL

CLICHY-SOUS-BOIS · COUBRON · GAGNY · GOURNAY-SUR-MARNE · LE RAINCY
LES PAVILLONS-SOUS-BOIS · LIVRY-GARGAN · MONTFERMEIL · NEUILLY-PLAISANCE
NEUILLY-SUR-MARNE · NOISY-LE-GRAND · ROSNY-SOUS-BOIS · VAUJOURS · VILLEMOMBLE



1 DIAGNOSTIC

Chapitre 1 : Cadre et définitions

I. Pourquoi réaliser un RLPi sur le territoire de Grand Paris Grand Est ?

La réalisation d'un RLPi sur le territoire de Grand Paris Grand Est doit permettre d'offrir à l'ensemble des communes une réglementation locale en termes de publicités, préenseignes et enseignes. Il permettra ainsi d'homogénéiser le cadre réglementaire à l'échelle du territoire.

L'élaboration d'un RLPi relève de la compétence PLU qu'exerce l'Établissement Public Territorial Grand Paris Grand Est depuis le 1^{er} janvier 2016

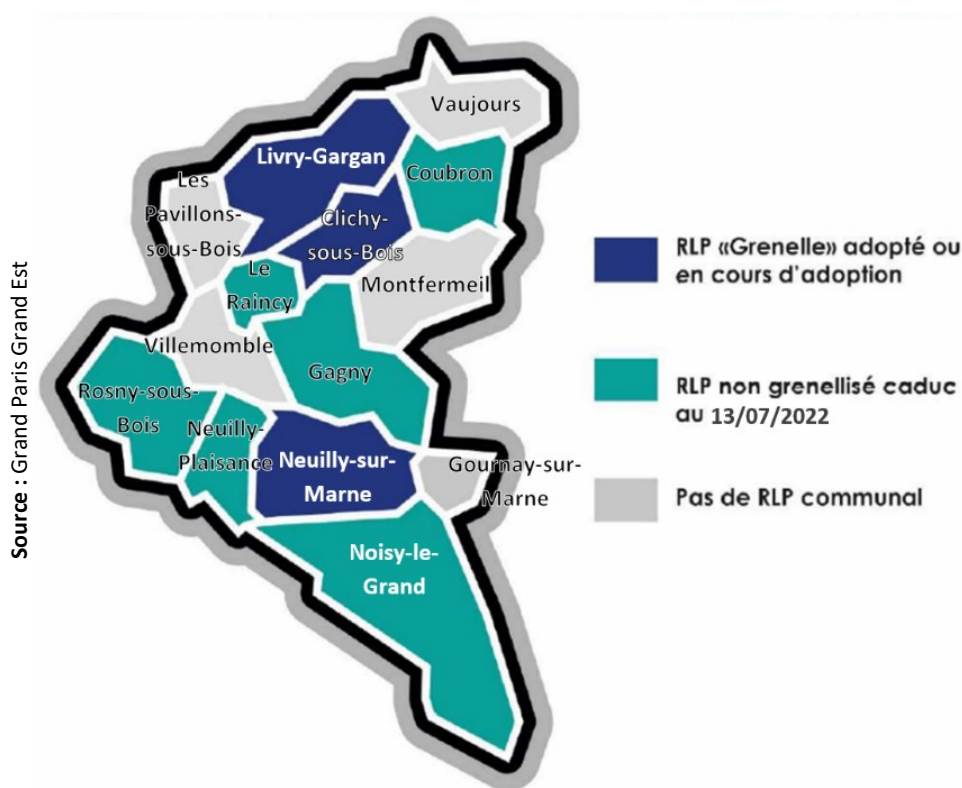


Figure 1 : Carte synthétique présentant l'état de la réglementation locale en matière de publicité extérieure dans les différentes communes du territoire de Grand Paris Grand Est

A l'heure actuelle il existe sur le territoire neuf RLP.

Trois communes possèdent un RLP Post Grenelle (ces RLP ne sont pas concernés par la caducité au 13 juillet 2022 explicitée dans la partie suivante « Contexte législatif et réglementaire »)

- Le RLP de Livry-Gargan, adopté en avril 2019 ;
- Le RLP de Clichy-sous-Bois, adopté en avril 2011 ;
- Le RLP de Neuilly-sur-Marne, adopté en octobre 2010.

Six RLP sont antérieurs à la loi Grenelle. Ils deviennent caducs au 13 juillet 2022. Il s'agit des RLP des communes de :

- Coubron, adopté en décembre 1991 ;
- Le Raincy, adopté en décembre 1988 ;
- Gagny, adopté en février 2003 ;
- Rosny-sous-Bois, adopté en juillet 1987 ;
- Neuilly-Plaisance, adopté ; adopté en décembre 1991
- Noisy-le-Grand, adopté en octobre 1991.

Enfin cinq communes ne sont pas dotées d'un RLP : Vaujours, Montfermeil, Gournay-sur-Marne, Les Pavillons-sous-Bois et Villemomble.

Le territoire a prescrit l'élaboration du RLPi par délibération du conseil de territoire du 16 avril 2019. Les objectifs de cette élaboration sont les suivants :

- Intégrer au sein du RLPi les nouvelles dispositions législatives et réglementaires relatives au RLP, issues notamment de la loi ENE du 12 juillet 2010, afin d'assurer la pérennité des politiques d'encadrement des publicités, enseignes et préenseignes des RLP communaux ;
- Préserver la qualité du cadre de vie et du paysage du territoire de Grand Paris Grand Est, en tenant compte des spécificités des différentes communes membres ;
- Favoriser une meilleure intégration paysagère des dispositifs d'enseignes, préenseignes et publicités, notamment dans les secteurs présentant des enjeux paysagers particuliers : centres-villes, entrées de ville et de territoire, secteurs pavillonnaires, axes des anciennes routes nationales (ex-RN370, ex-RN3, ex-RN302, ex-RN34) ;
- Préserver l'environnement paysager des éléments du patrimoine bâti (monuments historiques, ensembles patrimoniaux remarquables, centre-ville anciens...) et du patrimoine naturel (Bords de Marne, Forêt de Bondy, Bois-Saint-Martin, parcs départementaux de la Haute Ile et de la Fausse-Maussoin, Parc des coteaux d'Avron...) de Grand Paris Grand Est ;
- Prendre en compte, dans le respect du cadre de vie et du paysage, les besoins en communication et en animation des acteurs économiques et commerciaux, notamment des grands centre commerciaux (Rosny 2, Les Arcades...) et des entreprises du territoire implantées dans les zones d'activités majeures de Grand Paris Grand Est (ZAE des Richardets, ZAE Montgolfier, ZAE des Chanoux, ZAE Vaucanson, ...) ;
- Lutter contre la pollution visuelle des dispositifs d'enseignes lumineuses et favoriser la réduction de leur impact énergétique.

II. Contexte législatif et réglementaire

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

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

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions.

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

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

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

La modification de la réglementation a imposé la modification de dispositifs d'enseignes ou de publicités en place. Des délais de mise en conformité ont été accordés après l'entrée en vigueur des différentes lois et sont détaillés ci-après.

MISE EN CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS AVEC LA RNP (DÉCRET DU 30/01/2012 APPLICABLE DEPUIS LE 01/07/2012)

Suppression des préenseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)

2015

➤ Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012

2018

➤ Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012

L'ensemble des périodes de mise en conformité étant dépassées, les publicités, préenseignes et enseignes actuellement en place sont donc toutes censées être conformes au Code de l'Environnement.

2022

➤ Caducité des RLP non grenellisés (qui devaient initialement être caducs en juillet 2020) en application de l'article 22 de la loi n°2019-1461 du 27/12/2019.

Au sein de Grand Paris Grand Est, ce report concerne 6 RLP non grenellisés (ceux des communes de Coubron, Le Raincy, Gagny, Rosny-sous-Bois, Neuilly-Plaisance, Noisy-le-Grand). En l'absence d'approbation du RLPi au 13 juillet 2022, les 6 communes précitées retombent sous le régime du règlement national de publicité et perdent ainsi leur pouvoir de police. Les règles sur ces communes sont ainsi assouplies, les potentielles réintroduction de publicité dans les périmètres d'interdiction sont supprimées et les communes n'ont plus de possibilité d'action afin de contrôler l'installation des enseignes et publicités sur leur territoire.

A partir de l'entrée en vigueur du RLPi, l'ensemble des communes bénéficient de la compétence d'instruction et du pouvoir de police en matière de publicité extérieure (actuellement détenu par le préfet dans les communes qui ne disposent pas de RLP).

L'ensemble des dispositifs qui sont installés après l'approbation du RLPi doit être conforme à ces dispositions réglementaires.

Pour les dispositifs déjà existants au moment de l'approbation du RLPi, le Code de l'Environnement prévoit un délai de mise en conformité de :

- 6 ans pour les enseignes
- 2 ans pour les publicités et préenseignes

Ce délai ne s'applique qu'aux dispositifs initialement conformes au Règlement National de Publicité, ou au RLP de la commune. Les dispositifs qui présentaient une non-conformité avant l'approbation du RLPi (et la présente toujours après son approbation) doivent être mis en conformité sans délai.

III. Contenu du Règlement Local de Publicité Intercommunal

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

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) est constitué des pièces suivantes :

- Le **rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus.
- Le **règlement** détaille le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- Les **annexes** regroupent les plans de zonage du RLPi, les cartes de limites d'agglomération ainsi que les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

IV. Les principales définitions

La réglementation nationale de la publicité extérieure est régie par le Code de l'Environnement et a pour but « d'assurer la protection du cadre de vie ». Elle s'applique « aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, au sens précisé par décret en Conseil d'Etat. Ses dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité. (article L.581-3, Code de l'Environnement)

Les enseignes, préenseignes et publicités sont encadrées par les définitions qui suivent.

Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. (article L.581-3, Code de l'Environnement)



Figure 2 : Photographies présentant des exemples d'enseignes sur le territoire de Grand Paris Grand Est



Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité et dont le message concerne l'activité qui s'y exerce sont à considérer comme des enseignes.

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 lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités. (article L.581-3, Code de l'Environnement)



Figure 3 : Photographies présentant des exemples de dispositifs publicitaires sur le territoire de Grand Paris Grand Est

Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée. (article L.581-3, Code de l'Environnement).



Figure 4 : Photographies présentant des exemples de préenseignes sur le territoire de Grand Paris Grand Est



Les préenseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité (article L.581-19, Code de l'Environnement).

Préenseigne dérogatoire :

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. (L.581-7, Code de l'Environnement).

Par dérogation à l'interdiction mentionnée au premier alinéa de l'article L. 581-7, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, peuvent être signalés de manière harmonisée par des préenseignes, dans des conditions définies par décret en Conseil d'Etat :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du présent code.

Les activités autres que celles mentionnées aux quatrième et cinquième alinéas du présent article ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière. (L.581-19, Code de l'Environnement).

Le code de l'Environnement définit ainsi le principe selon lequel les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité sauf pour celles dites « dérogatoires » qui sont soumises à un régime distinct de celui de la publicité.

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

Constitue un dispositif temporaire (enseignes ou préenseignes) tout dispositif :

- qui signale des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- installé pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les dispositifs installés pour plus de trois mois lorsqu'ils signalent la location ou la vente de fonds de commerce. (Art. L.581-20, Code de l'Environnement)



Figure 5 : Photographies présentant des exemples de dispositifs temporaires sur le territoire de Grand Paris Grand Est

Chapitre 2 : Présentation du territoire

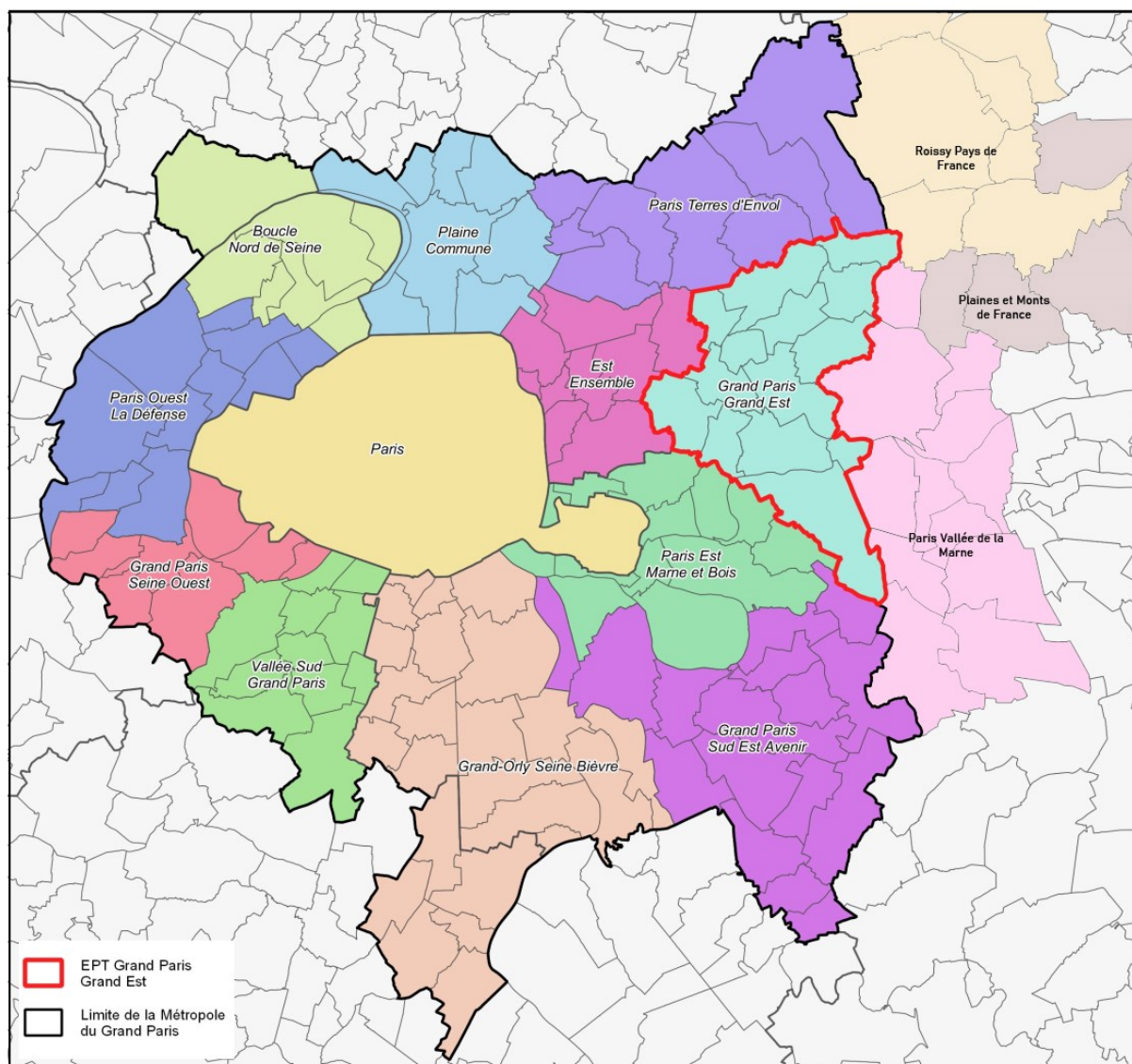
I. Démographie et place de Grand Paris Grand Est dans la métropole du Grand Paris

L'établissement public territorial (EPT) Grand Paris Grand Est composé de 14 communes faisant toutes partie de l'unité urbaine de Paris (qui regroupe plus de 800 000 habitants). Toutes les communes du territoire ont plus de 10 000 habitants, en dehors des communes de Coubron, Gournay-sur-Marne et Vaujours.

Communes	Population
Clichy-sous-Bois	29 085
Coubron	4 907
Gagny	39 816
Gournay-sur-Marne	6 939
Le Raincy	14 903
Les Pavillons-sous-Bois	24 057
Livry-Gargan	45 221
Montfermeil	27 325
Neuilly-Plaisance	21 043
Neuilly-sur-Marne	35 800
Noisy-le-Grand	68 511
Rosny-sous-Bois	46 220
Vaujours	7 090
Villemomble	30 187
Grand Paris Grand Est	401 104

Tableau 1: Nombre d'habitants dans les communes de Grand Paris Grand Est recensés par l'INSEE en 2018 -
Source : INSEE, Recensement 2018

Les 14 communes de Grand Paris Grand Est sont entourées des EPT d'Est Ensemble et Paris-Est-Marne et Bois dans sa partie Est (qui constituent la première couronne de Paris), de Paris Terre d'Envol dans sa partie Nord et de Grand Paris Sud Est Avenir dans sa partie Sud. Ces EPT sont situés en continuité urbaine avec Paris et font tous partie de l'unité urbaine de Paris. A l'Ouest, les communautés d'agglomération Paris Vallée de la Marne et Roissy Pays de France présentent une urbanisation de plus en plus discontinue et dont le lien vers Paris s'estompe.



Source : Grand Paris Grand Est

Figure 6 : Carte présentant la position de l'Etablissement public territorial Grand Paris Grand Est au sein de la métropole du Grand Paris

II. Paysage et patrimoine

1. Patrimoine paysager

Le territoire de Grand Paris Grand Est bénéficie d'un cadre de vie privilégié, que ce soit par la qualité de ses espaces de nature ou par son tissu pavillonnaire offrant une couverture végétale riche.

De grands boisements et espaces verts structurent le territoire. Le Sud de l'EPT est notamment occupé par le Bois Saint Martin classé en ZNIEFF de type 1. Au Nord la forêt de Bondy s'inscrit entre les communes de Coubron, Clichy-sous-Bois, Livry-Gargan et Vaujours et constitue un réservoir de biodiversité important. Cette forêt est protégée par une zone Natura 2000, ainsi qu'un classement en ZNIEFF de type 1. Ces deux espaces sont complémentaires dans leur rôle pour la biodiversité, mais ne jouent pas la même fonction pour le cadre de vie des habitants. En effet la forêt de Bondy bénéficie d'un traitement particulier avec l'aménagement de promenades et d'aires de jeux, ce qui en fait un

réel espace dédié aux loisirs. Le bois Saint Martin reste de son côté une forêt plus traditionnelle sans aménagements spécifiques aux espaces de loisirs.

Entre ces deux espaces arborés d'importance, des espaces de plus petites dimensions jouent le rôle de relais verts pour le cadre de vie des habitants et de corridors écologiques. Le parc départemental de la Haute Ile (ZNIEFF de type 1) ainsi que le parc des Coteaux d'Avron, tous deux sites Natura 2000, sont notamment de réels atouts pour le territoire, autant du point de vue de la biodiversité que du cadre de vie.



Figure 7 : Vue aérienne du parc de la Haute Ile

Source : Grand Paris Grand Est Portrait
APUR/IAU

La Marne et le canal de Chelles qui traversent le territoire au Nord de Noisy-le-Grand, ainsi que le canal de l'Ourcq offrent au territoire de vastes espaces ouverts participant au cadre de vie des habitants autant par leur qualité paysagère que par l'offre de loisirs qu'ils permettent de développer.



Figure 8 : Photographie de la Marne à Neuilly-sur-Marne

Source : Grand Paris Grand Est Portrait
- APIR/IAU

Les plateaux du Pays d'Aulnoye et d'Avron contribuent quant à eux à offrir des coteaux boisés au territoire d'où se dégagent des vues paysagères marquées.



Figure 9 : Photographie d'une vue paysagère à Clichy-sous-Bois

Ces grands espaces naturels et paysagers sont à la base de la qualité du cadre de vie des habitants et constituent également, à l'échelle de l'EPT, des réservoirs accueillant la biodiversité.

Ces espaces sont ainsi particulièrement sensibles à l'affichage. En effet, un nombre important d'affiches publicitaires ou de trop grandes dimensions d'affichages peuvent facilement nuire à la qualité paysagère de ces sites. Une forte luminosité des supports, ou des plages d'allumage trop étendues peuvent également nuire au bon fonctionnement écosystémique de ces espaces. Une protection accrue sera donc à y envisager dans le RLPi.

En complément de ces grands espaces verts, le territoire se trouve maillé de jardins privés dans l'ensemble des secteurs pavillonnaires. Ces jardins, tout comme les axes plantés, participent de manière ponctuelle à constituer des espaces paysagers qui, au même titre que les grands parcs du territoire, participent au cadre de vie des habitants. Ces espaces paysagers ponctuels constituent également des secteurs de vigilance pour l'élaboration du RLPi.

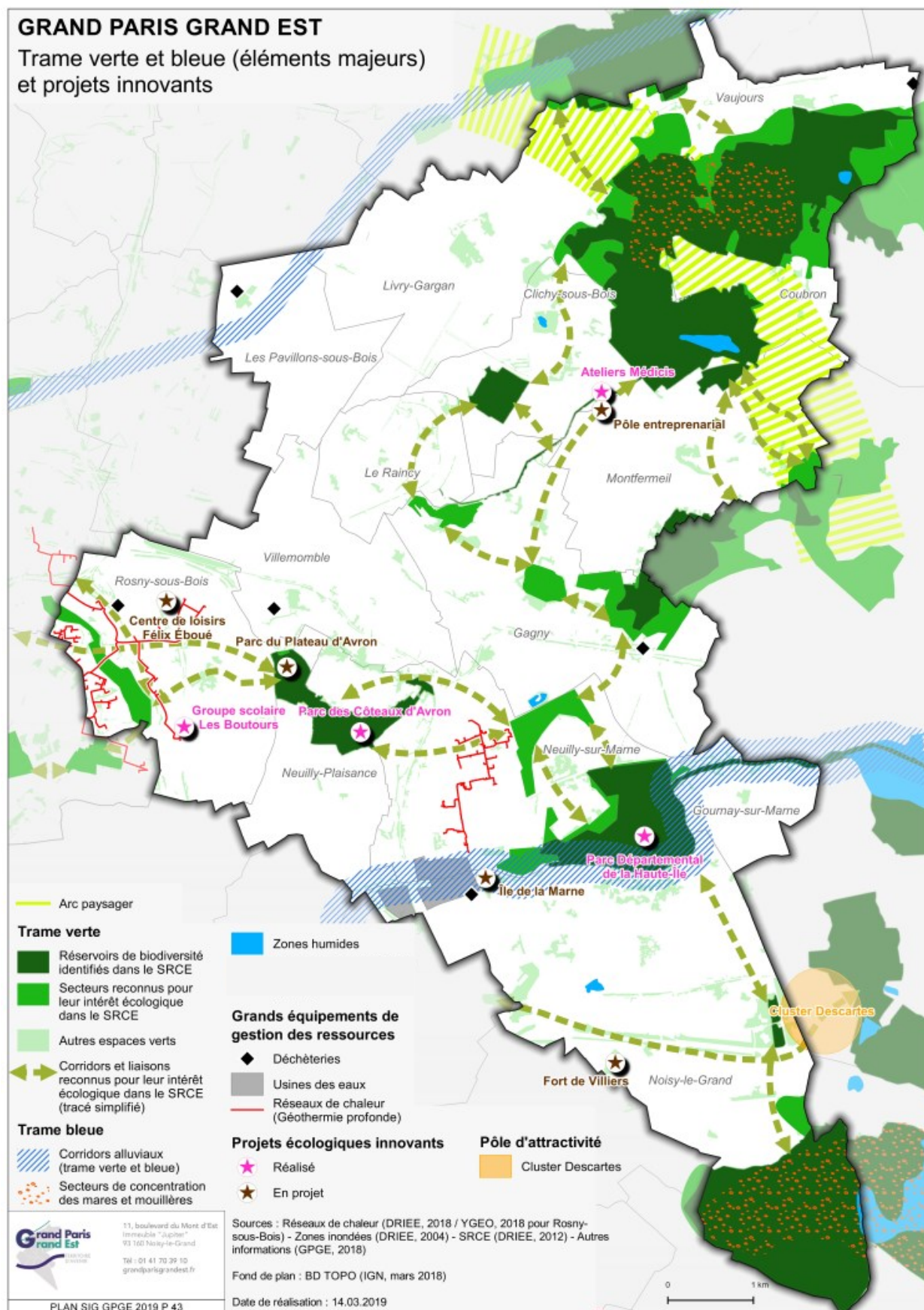
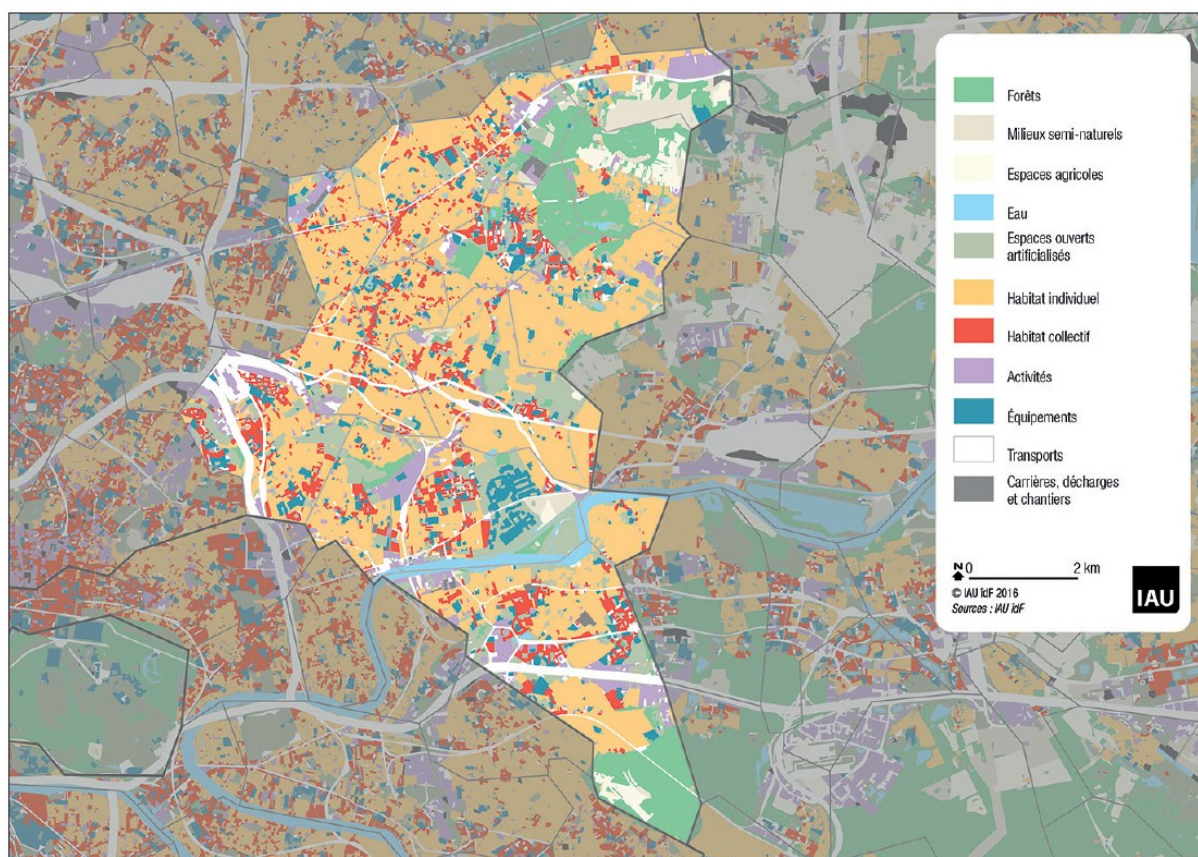


Figure 10 : Les éléments majeurs de la composition de la Trame Verte et Bleue au sein des communes de Grand Paris Grand Est

2. Urbanisation

Le territoire de Grand Paris Grand Est est aujourd'hui urbanisé sur une majorité de sa surface. Cette urbanisation se décline en typologies bâties variées, propices au développement d'activités tout aussi variées. Les centres urbains constitués majoritairement de petits collectifs en bande permettent l'implantation de commerces en rez-de-chaussée. Aux alentours, s'organisent et se juxtaposent des secteurs d'habitats collectifs denses et des tissus pavillonnaires plutôt anciens s'étant développés à partir des années 30. Dans l'ensemble de ces secteurs résidentiels, des activités à domicile se développent ponctuellement.

Mêlées à ces tissus résidentiels, des zones d'activités sont implantées, notamment à proximité des grandes infrastructures routières et ferroviaires (le long de l'A4 à Noisy-le-Grand, le long de la voie ferrée à Neuilly-sur-Marne, entre la voie ferrée et l'A86 à Rosny-sous-Bois ou encore le long de la N3 à Livry-Gargan et Vaujours). Ces zones sont de nature variée. Elles proposent dans certains secteurs une offre plutôt commerciale, notamment à Rosny-Sous-Bois ou Noisy-le-Grand, avec l'implantation de centres commerciaux (Rosny 2, Domus ou le centre commercial Arcades). Dans ces secteurs, l'affichage est de grand format et particulièrement démonstratif. A l'inverse, d'autres secteurs ont plutôt une vocation industrielle et l'affichage y est relativement discret ou même dissimulé (ce qui est par exemple le cas des secteurs de carrières au niveau de Livry-Gargan et Vaujours).



Source : Grand Paris Grand Est Portrait – APUR/IAU

Figure 11 : Carte présentant les types de tissus dans les communes de Grand Paris Grand Est

III. Réseau de transports en commun

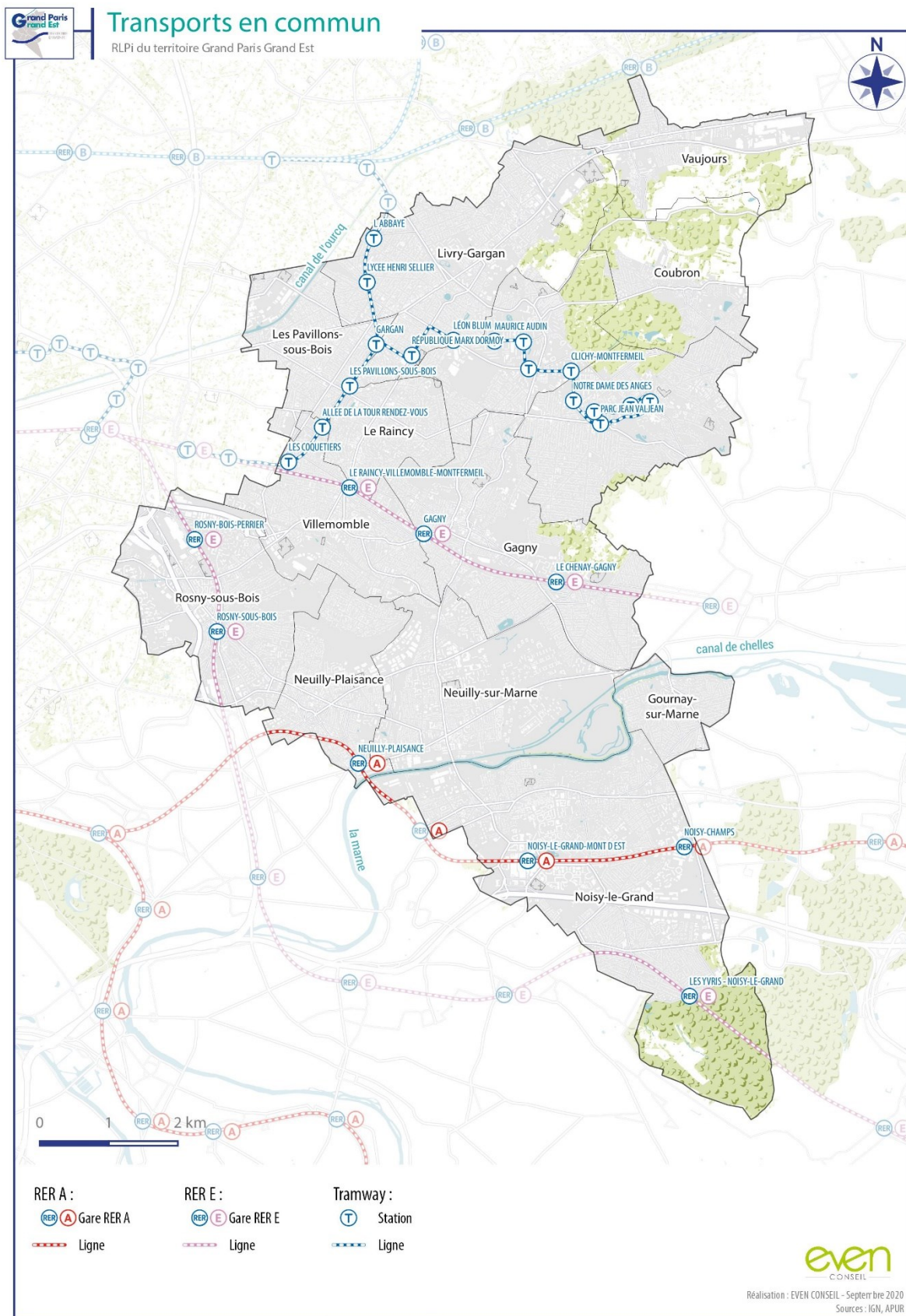


Figure 12 : Carte présentant les réseaux ferrés de transports en commun sur le territoire

Le territoire de Grand Paris Grand Est est actuellement desservi par le RER A dans sa partie Sud, au niveau de Noisy-le-Grand, par le RER E et la ligne transilien P qui desservent notamment les communes de Gagny, Le Raincy, Villemomble et Rosny-sous-Bois. Le tramway T4 dessert quant à lui les communes de Livry-Gargan et Rosny-sous-Bois. Il emprunte une ancienne ligne ferroviaire dite ligne des Coquetiers.

Ces différentes lignes apportent au territoire une connexion vers Paris correcte. Cependant l'étendue des différentes communes composant l'EPT éloigne de nombreux habitants de plus de 20 minutes de la gare la plus proche. Les projets de transports, notamment liés au Grand Paris Express, seront donc des acteurs d'un nouveau dynamisme pour le territoire.

Ces voies ferrées très majoritairement aériennes, créent ponctuellement des éléments de rupture dans le paysage. Elles constituent également des secteurs d'affichage privilégiés au niveau des traversées (ponts et tunnels) ou des voies qui les longent (comme par exemple le long de l'Avenue Lech Walesa à Rosny-Sous-Bois).

IV. Réseau viaire

Le territoire de Grand Paris Grand Est est parcouru par un réseau dense d'infrastructures viaires reliant les communes entre elles et permettant de rejoindre Paris : autoroutes (A4, A86, A3), routes nationales (N4, N302, N370, N403, N186, N34, ...) et départementales (D30, D116, D117, D301, D34, D75...). La performance limitée des réseaux de transports en commun conduit de nombreux habitants du territoire à emprunter leur voiture. Les axes routiers sont ainsi des lieux particulièrement empruntés qui présentent donc des enjeux majeurs en termes d'affichage publicitaire.



Figure 13 : Photographies présentant des supports publicitaires de grand format le long d'axes routiers du territoire

V. Projets de transport dans le territoire

Sur le territoire de Grand Paris Grand Est, plusieurs projets de transports vont modifier la physionomie de certains quartiers et renforcer les enjeux liés à l'affichage.

L'objectif de la prise en compte de ces projets dans le RLPi est notamment d'accompagner l'évolution des tissus urbains existants, de façon à améliorer la qualité urbaine du territoire sans en bouleverser les caractéristiques.

1. Prolongement de la ligne 11 du métro

La ligne 11 du métro doit être prolongée et permettre ainsi la liaison depuis Châtelet jusqu'à Rosny-sous-Bois. Cette première phase du prolongement est envisagée à l'horizon 2022. Ce prolongement, qui doit s'interconnecter avec la ligne 15 du Grand Paris Express, doit permettre d'améliorer les échanges vers Paris et entre banlieues.

Un second projet de prolongement de la ligne 11 jusqu'à Noisy-Champs est prévu à l'horizon 2025. Il traversera plusieurs communes du territoire notamment Rosny-sous-Bois, Villemomble, Neuilly-sur-Marne ou encore Noisy-le-Grand.

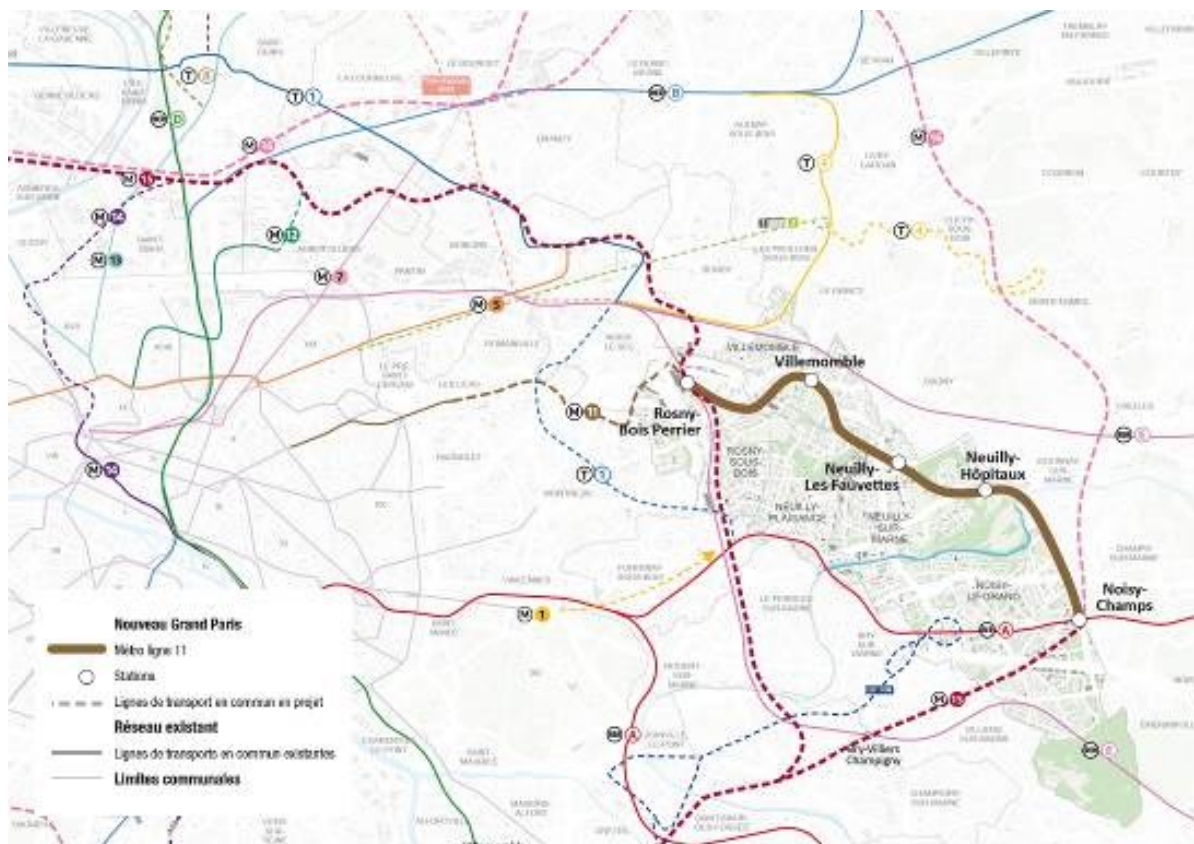


Figure 14 : Carte présentant le prolongement de la ligne 11 jusqu'à Noisy-Champs - Source : <http://noisychamps.prolongementligne11est.fr/>

2. Développement du Grand Paris Express

Le Grand Paris Express, dont le but est de favoriser l'utilisation des transports en commun par rapport à l'usage exclusif de la voiture, va se développer sur le territoire par le biais de deux lignes (les lignes 15 Est et 16).

La ligne 16, doit notamment permettre une liaison Nord-Sud permettant de relier les communes à l'Est de l'EPT (Clichy-sous-Bois et Noisy-le-Grand) vers le Bourget au Nord et Créteil au Sud. Cette nouvelle ligne devra, à l'horizon 2028, faciliter les liaisons entre banlieues qui jusque-là imposaient le plus souvent de repasser par le centre de Paris ou de se déplacer en voiture.

La ligne 15 doit permettre, à l'horizon 2030 de créer une liaison Nord-Sud entre Saint Denis Pleyel et Champigny. Cette ligne doit ainsi permettre de nouvelles connexions dans les communes de Rosny-sous-Bois et de Noisy-le-Grand.

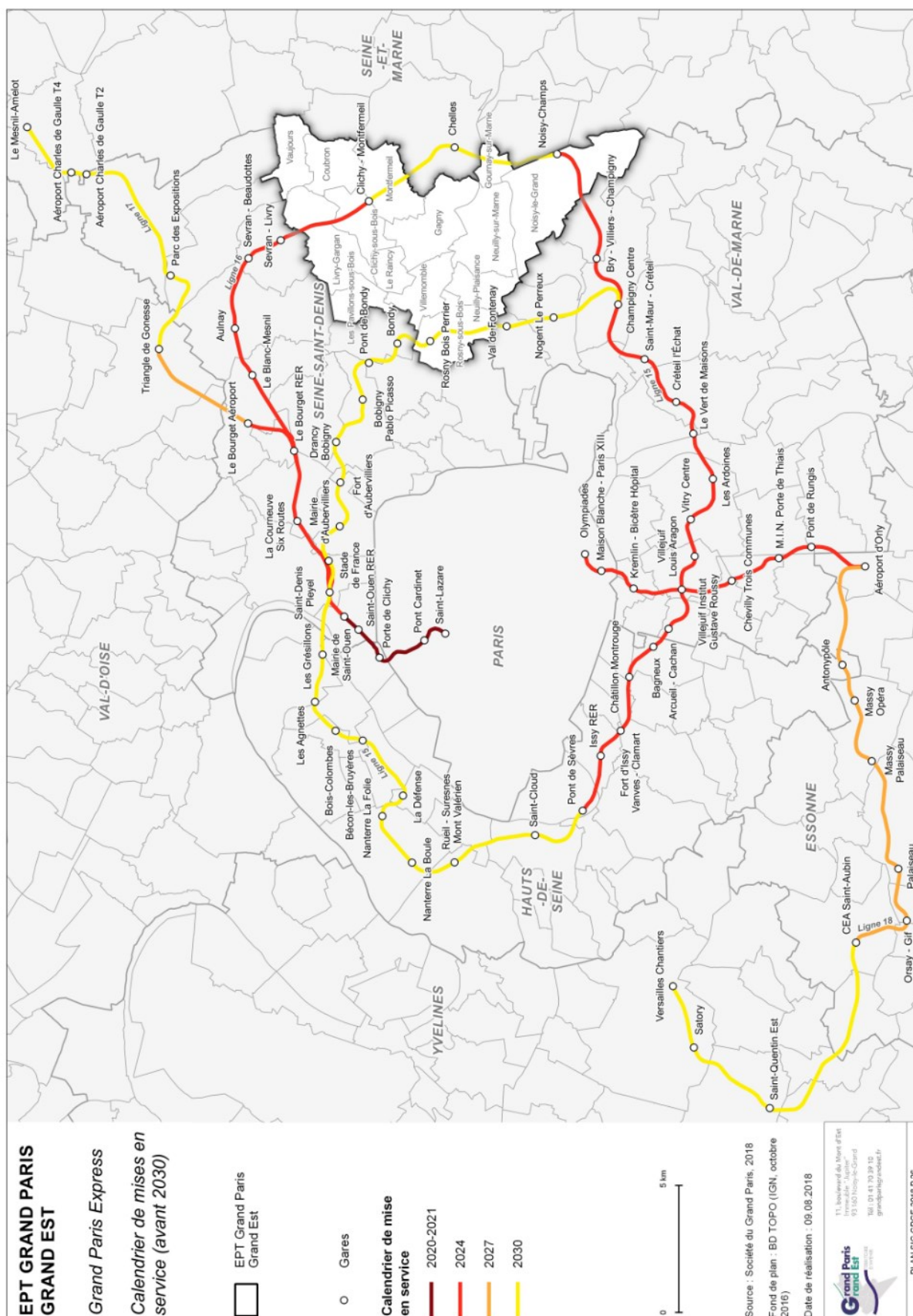


Figure 15 : Carte présentant le projet de développement du Grand Paris Express

3. Prolongement du Tramway T4

Le tramway T4 reliant Aulnay-sous-Bois à Bondy vient d'être prolongé sur une nouvelle branche entre Livry-Gargan à Montfermeil. Ce prolongement doit permettre une meilleure interconnexion entre le RER B et les futurs métros du Grand Paris Express.



Figure 16 : Carte présentant le prolongement du tramway T4

Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de Grand Paris Grand Est

Au regard de la nouvelle réglementation, le territoire de Grand Paris Grand Est est soumis à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération.
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques
- Aux dispositions relatives aux seuils démographiques fixés par la réglementation nationale.

I. Les seuils démographiques

Au sein de l'Etablissement Public Territorial Grand Paris Grand Est, trois communes comptent moins de 10 000 habitants : Coubron (4 863 habitants en 2017 – source INSEE), Gournay-sur-Marne (6 933 habitants en 2017 – source INSEE) et Vaujours (7 117 habitants en 2017 – source INSEE). Cependant, pour ces trois communes rattachées à l'unité urbaine de Paris, les règles de publicité qui s'appliquent sont quasiment équivalentes à celles du reste du territoire. Il en résulte une grande homogénéité de la réglementation nationale entre les communes, hormis concernant quelques dispositifs (notamment les enseignes scellées au sol).

Les tableaux ci-dessous reprennent les différentes règles applicables selon les seuils de plus ou moins 10 000 habitants. Ils permettent ainsi de se rendre compte de la souplesse réglementaire accordée aux communes intégrées dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, comparativement aux communes de moins de 10 000 habitants.

		En agglomération		Hors agglomération
		-10 000 hab.	+ 10 000 hab. (ou -10 000 hab. faisant partie d'une UU de plus de 100 000 hab.)	
Publicité & Préenseignes			Communes de Grand Paris Grand Est	
	Publicité au sol	interdite	12m ² max	Publicité interdite Préenseignes interdites Préenseigne dérogatoire autorisées (1,5 x 1 m)
	Publicité numérique	interdite	8m ² max	
	Publicité murale Uniquement sur murs aveugles	4m ² max	12m ² max	
	Publicité éclairée par projection / transparence	4m ² max	12m ² max	

Tableau 2: Principales règles d'implantation et de formats de publicités énoncées par le Code de l'Environnement qui diffèrent selon la taille des communes

		En agglomération		Hors agglomération
		-10 000 hab.	+ 10 000 hab. (ou -10 000 hab. faisant partie d'une UU de plus de 100 000 hab.)	
			Communes de Grand Paris Grand Est	
Enseignes	Enseignes en façade	15% ou 25% de la surface	15% ou 25% de la surface	Enseignes autorisées hors agglomération
	Enseigne au sol 1 par voie ouverte à la circulation	6m ² max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m)	12m ² max (6m ² si commune de moins de 10 000 hab., même dans l'UU : Coubron, Gournay-sur-Marne et Vaujours) + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m)	
	Enseignes en toiture en lettres découpées	3m de haut max si façade < 15m	3m de haut max si façade < 15m	

Tableau 3: Principales règles d'implantation et de formats d'enseignes énoncées par le Code de l'Environnement qui diffèrent selon la taille des communes

II. Les périmètres environnementaux et urbains

La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs présentés ci-après.

1. La zone agglomérée

La notion d'agglomération est définie en vertu des règles du code de l'Environnement (Art. L581-7 du code l'environnement). Ainsi l'agglomération se définit comme l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (Art.R.110-2 du code de la route).

Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134).

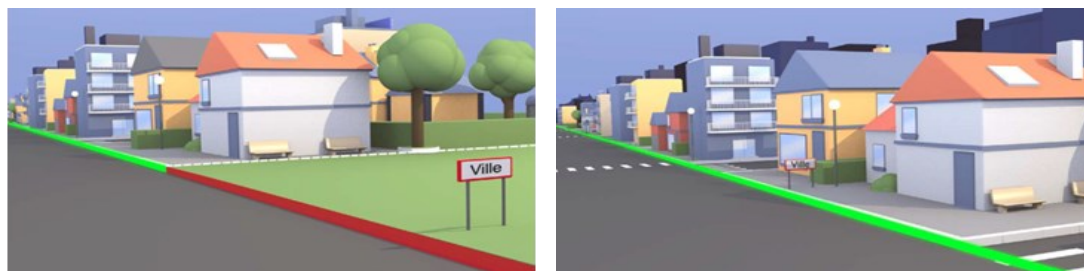


Figure 17 : Schémas présentant la notion d'agglomération considérant la réalité physique et non les panneaux d'entrées de ville – Source : Extrait du guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure

L'adoption d'un RLP(i) impose la définition des limites de l'agglomération. En effet, parmi les annexes que doit comporter un RLP(i), l'article R.581-78 exige la présence d'un document graphique présentant les limites de l'agglomération ainsi que de l'arrêté municipal fixant lesdites limites.

Dans le cadre de la définition des limites d'agglomération des communes de Grand Paris Grand Est, celles-ci prennent en compte tous les ensembles bâtis en excluant la Marne. Elles sont dénuées de toute enclave et à ce titre intègrent des parcs et des boisements parcs tels que le parc des Coteaux d'Avron et le parc départemental de la Haute île. Ces limites excluent le Bois Saint Martin et la forêt de Bondy

Ces limites d'agglomération sont présentées par la carte de la page suivante et les arrêtés municipaux sont annexés au présent dossier.

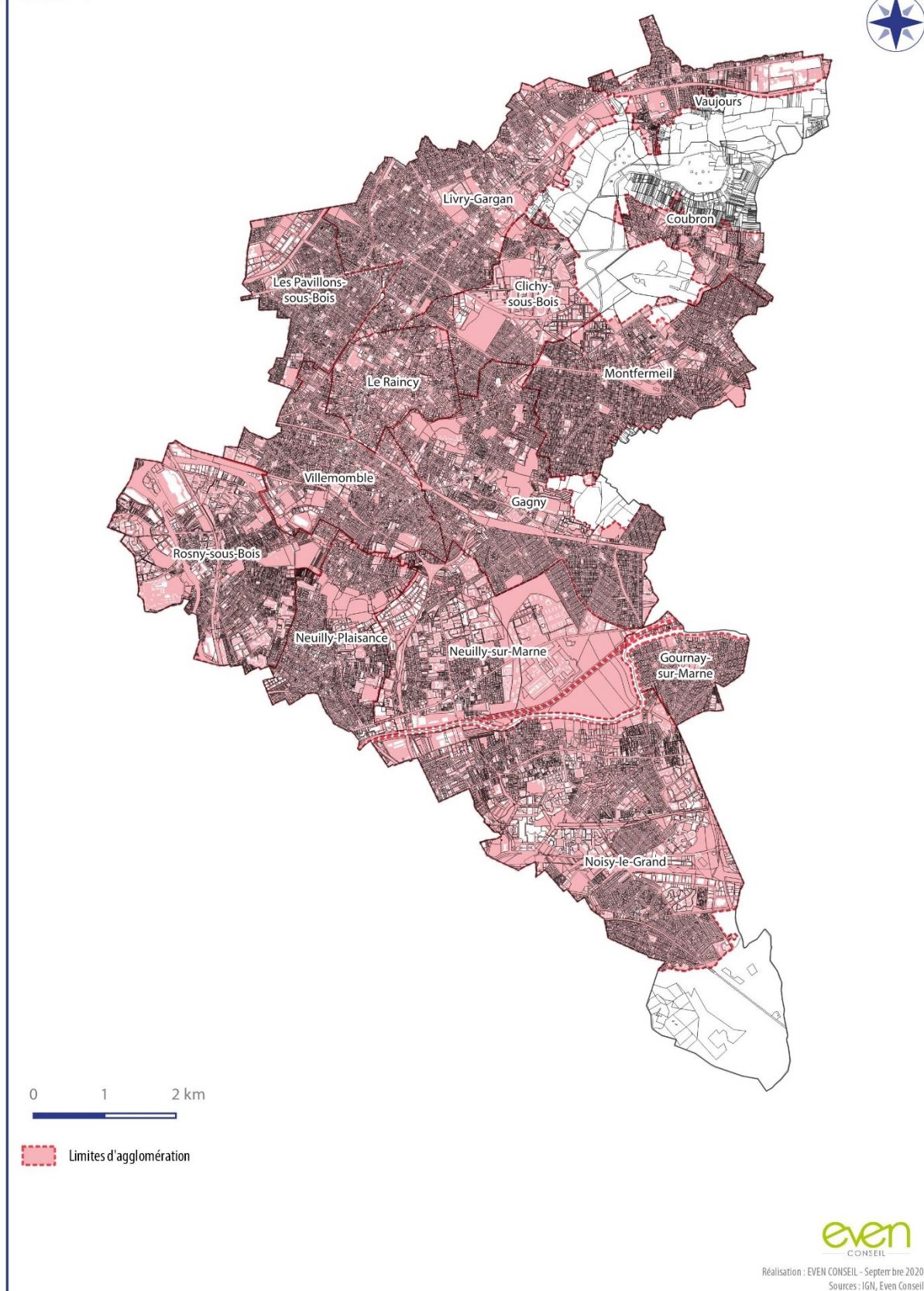


Figure 18 : Carte présentant la limite d'agglomération des communes de Grand Paris Grand Est

2. Les périmètres environnementaux réglementaires

La publicité est interdite :

- ❖ En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite (L.581-7, Code de l'Environnement).
- ❖ **Dans les secteurs d'interdictions absolues** : L'article L.581-4 du Code de l'Environnement précise que toute publicité est interdite :
 - sur les Monuments Historiques (classés et inscrits) ;
 - sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
 - sur un immeuble protégé par arrêté du maire compte tenu de son caractère esthétique, historique ou pittoresque ;
 - sur les arbres.

Ces interdictions absolues concernent les sites et monuments suivants :

Monuments historiques classés ou inscrits	
Clichy-sous-Bois	▪ Château (ancien) et orangerie (ancienne)
Gournay-sur-Marne	▪ Ancien Château
Le Raincy	▪ Ancien parc à l'anglaise du duc d'Orléans et lycée Albert Schweitzer ▪ Eglise Notre-Dame du Raincy
Les Pavillons-sous-Bois	▪ Ancien parc à l'anglaise du duc d'Orléans – Pavillons de garde
Montfermeil	▪ Château des Cèdres ▪ Maison, 23 rue de l'Eglise ▪ Petit Château
Neuilly-Plaisance	▪ Eglise Notre-Dame de l'Assomption ou Notre-Dame d'Avron
Neuilly-sur-Marne	▪ Hôpital psychiatrique de Ville-Evrard ▪ Église Saint-Baudile
Noisy-le-Grand	▪ Eglise Saint-Sulpice et Notre-Dame ▪ Croix de cimetière ▪ Chapelle Notre-Dame des Sans Logis et de Tout le Monde ▪ Grotte de l'ancien parc de Villeflaix
Vaujours	▪ Ancien château de Vaujours, actuellement école Fénelon
Villemomble	▪ Folie (ancienne), Hôtel de Ville (ancien) ▪ Eglise Saint-Louis, à l'exception de la chapelle Saint-Genest

Tableau 4: Liste des monuments historiques présents dans les communes de Grand Paris Grand Est

Sites classés	
Livry-Gargan	▪ Parc forestier de Sevrans et ses abords (classé)
Gagny	▪ Cèdre (classé)

Tableau 5: Liste des sites classés présents dans les communes de Grand Paris Grand Est

- ❖ **Dans les secteurs d'interdictions relatives** : L'article L.581-8 du Code de l'Environnement dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L.581-4, sont dites «relatives » puisqu'il «ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14 ».

Sauf mention dans le RLPI, la publicité est ainsi interdite par l'article L.581-8 :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code (ex : ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, urbaine et paysager), AVAP (Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine), secteur sauvegardé)
- Dans les sites inscrits ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 (protection définie sur arrêté du Maire après avis du conseil municipal et de la CDNPS (Commission Départementale de la Nature des Sites et des Paysages)) ;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (= Natura 2000).

Sites inscrits	
Clichy-sous-Bois	▪ Mairie et son parc ▪ Chapelle Notre-Dame-des-Anges et ses abords

Tableau 6: Liste des sites inscrits présents dans les communes de Grand Paris Grand Est

Sites Natura 2000 → FR1112013 - Sites de Seine-Saint-Denis	
Clichy-sous-Bois	▪ Parc départemental de la Fosse Maussoin ▪ Forêt de Bondy ▪ Promenade de la Dhuis
Coubron	▪ Forêt de Bondy ▪ Bois de Bernouille à Coubron ▪ Promenade de la Dhuis
Gagny	▪ Promenade de la Dhuis
Le Raincy	▪ Promenade de la Dhuis
Livry-Gargan	▪ Parc Forestier de la Poudrerie
Montfermeil	▪ Promenade de la Dhuis ▪ Forêt de Bondy ▪ Bois des Ormes
Neuilly-Plaisance	▪ Plateau d'Avron
Neuilly-sur-Marne	▪ Parc départemental de la Haute Isle ▪ Plateau d'Avron
Rosny-sous-Bois	▪ Plateau d'Avron
Vaujours	▪ Parc Forestier de la Poudrerie

Tableau 7: Liste des sites Natura 2000 présents dans les communes de Grand Paris Grand Est

Abords des monuments historiques classés ou inscrits	
Clichy-sous-Bois	■ Périmètre de 500m autour du Château (ancien) et de l'orangerie (ancienne)
Coubron	■ Périmètre de 500m autour de l'ancien château de Vaujours, actuellement école Fénelon
Gagny	■ Périmètre de 500m autour de l'ancien parc à l'anglaise du duc d'Orléans et lycée Albert Schweitzer du Raincy ■ Périmètre de 500m autour de l'ancien Château de Gournay-sur-Marne ■ Périmètre de 500m autour de l'église Saint-Louis, à l'exception de la chapelle Saint-Genest
Gournay-sur-Marne	■ Périmètre de 500m autour de l'ancien Château
Le Raincy	■ Périmètre de 500m autour de l'ancien parc à l'anglaise du duc d'Orléans et lycée Albert Schweitzer ■ Périmètre de 500m autour de l'Eglise Notre-Dame du Raincy
Les Pavillons-sous-Bois	■ Périmètre de 500m des Pavillons de garde de l'ancien parc à du duc d'Orléans ■ Périmètre de 500m autour de l'ancien parc à du duc d'Orléans au Raincy
Livry-Gargan	■ Périmètre de 500m autour du Château (ancien) et de l'orangerie (ancienne) de Clichy-sous-Bois ■ Périmètre de 500m autour de l'ancien parc à l'anglaise du duc d'Orléans et lycée Albert Schweitzer au Raincy ■ Périmètre de 500m autour de l'ancien château de Vaujours, actuellement école Fénelon
Montfermeil	■ Périmètre de 500m autour du château des Cèdres ■ Périmètre de 500m autour de la maison, 23 rue de l'Eglise ■ Périmètre de 500m autour du Petit Château
Neuilly-Plaisance	■ Périmètre de 500m autour de l'église Notre-Dame de l'Assomption ou Notre-Dame d'Avron
Neuilly-sur-Marne	■ Périmètre de 500m autour de l'hôpital psychiatrique de Ville-Evrard ■ Périmètre de 500m autour de l'église Saint-Baudile ■ Périmètre de 500m autour de la Croix du cimetière de Noisy-le-Grand ■ Périmètre de 500m autour de l'église Saint-Sulpice et Notre-Dame ■ Périmètre de 500m autour de la grotte de l'ancien parc de Villeflaix
Noisy-le-Grand	■ Périmètre de 500m autour de l'église Saint-Sulpice et Notre-Dame ■ Périmètre de 500m autour de la Croix de cimetière ■ Périmètre de 500m autour de la Chapelle Notre-Dame des Sans Logis et de Tout le Monde ■ Périmètre de 500m autour de la grotte de l'ancien parc de Villeflaix ■ Périmètre de 500m autour de l'ancien gymnase Léopold Bellan et Monument aux morts des élèves sportifs de préparation militaire de Bry-sur-Marne ■ Périmètre de 500m autour de l'église Saint-Baudile de Neuilly-sur-Marne ■ Périmètre de 500m autour de l'hôpital psychiatrique de Ville-Evrard de Neuilly-sur-Marne
Rosny-sous-Bois	■ Périmètre de 500m autour de la cité expérimentale de Merlan de Noisy-le-Sec ■ Périmètre de 500m autour de l'église Notre-Dame de l'Assomption ou Notre-Dame d'Avron de Neuilly-Plaisance
Vaujours	■ Périmètre de 500m autour de l'ancien château de Vaujours, actuellement école Fénelon
Villemomble	■ Périmètre de 500m autour de l'hôtel de ville ■ Périmètre de 500m autour de l'église Saint-Louis, à l'exception de la chapelle Saint-Genest ■ Périmètre de 500m autour de l'église Notre-Dame de l'Assomption ou Notre-Dame d'Avron de Neuilly-Plaisance

Tableau 8: Liste des périmètres de protection liés aux monuments historiques présents dans les communes de Grand Paris Grand Est

La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible depuis le monument historique ou visible en même temps que lui et situé dans les abords délimités ou le périmètre de 500 mètres.

Il convient de distinguer le critère de **visibilité directe**, soit la vue depuis la publicité vers le Monument Historique et réciproquement, de celui de **covisibilité** qui induit l'observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le Monument et le dispositif publicitaire.

Il est précisé par le CE, 5 juin 2020, n° 431994 qu'il s'agit de la vue à l'œil nu, depuis un lieu normalement accessible au public.

Ces critères de visibilité et covisibilité sont examinés par l'Architecte des Bâtiments de France.

De plus, outre les interdictions générales des articles L.581-4, L.581-7 ou L.581-8, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont également interdits en agglomération (Art. R.581-30) :

- Dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L.113.1 du code de l'urbanisme ;
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme.

3. Les abords des autoroutes, voies express, déviation

Les abords des autoroutes A4, A86, les bretelles de raccordement à ces autoroutes, l'ancienne RN3 sur le tronçon allant du rond-point de l'Europe à Livry-Gargan jusqu'à la limite Est de Vaujours ainsi que les déviations et voies publiques situées hors agglomération sont protégées de la publicité. En effet, le code de l'environnement indique que : les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ont interdits « *si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération* » (Art. R.581-31, alinéa 2).

Le Code de la Route précise :

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

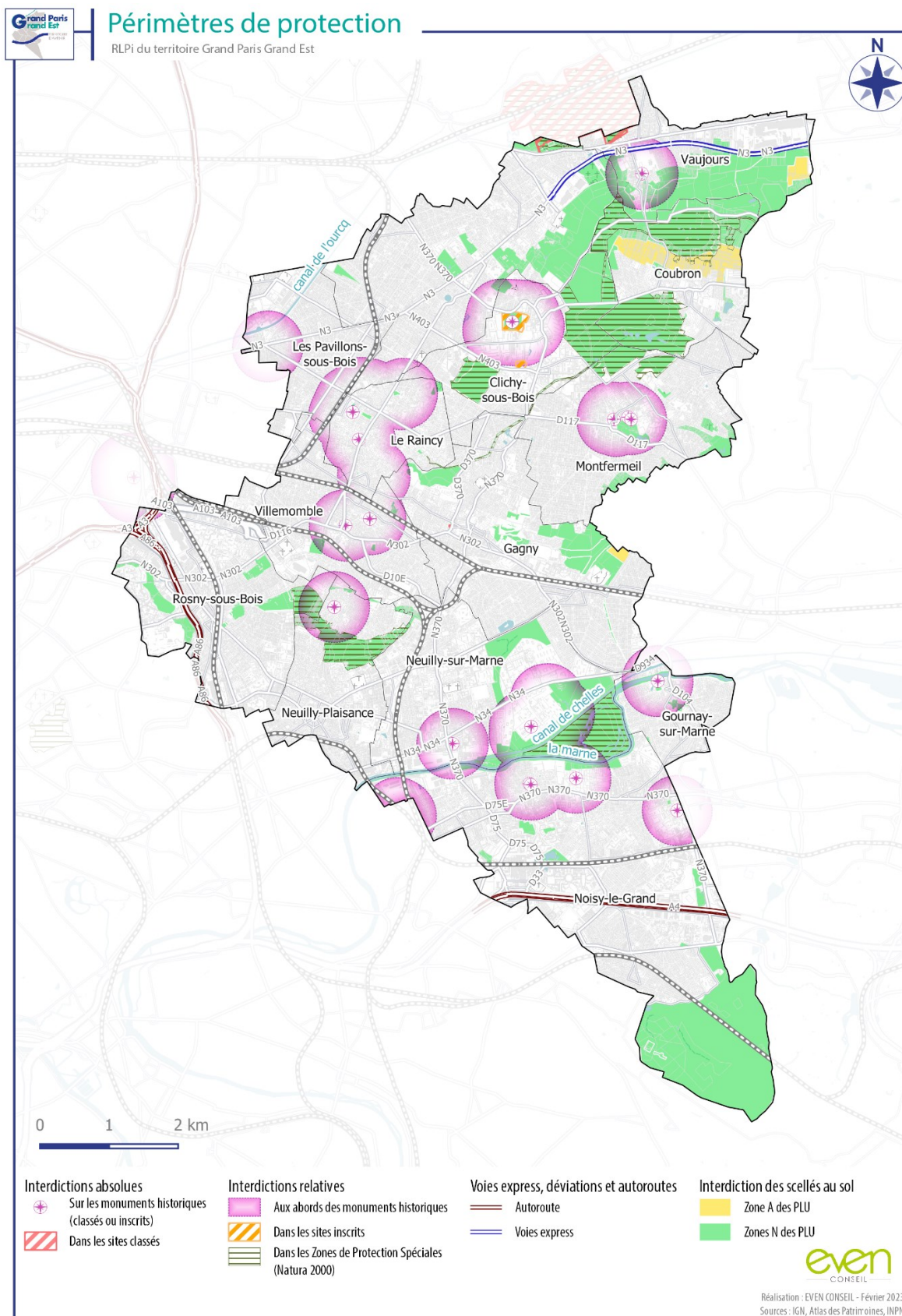


Figure 19 : Carte présentant les périmètres d'interdictions sur le territoire de Grand Paris Grand Est

Chapitre 4 : Diagnostic publicitaire du territoire

I. Méthodologie pour le relevé de terrain

Un relevé de terrain détaillé et précis de l'ensemble des publicités et préenseignes présentes sur le territoire intercommunal a été réalisé en décembre 2019. Les supports ont été photographiés et géoréférencés. Cet inventaire a été réalisé sur les axes principaux du territoire (représentés par un tracé vert sur la carte ci-contre). Ce recensement ne prétend pas être exhaustif sur le territoire mais représentatif de la situation sur les axes de passage.

Chaque objet relevé a été qualifié à l'aide d'une boîte de dialogue sous le logiciel Quantum Gis, pour réaliser l'analyse des conformités au regard de la RNP.

Les données ressources utilisées

- Relevé géomètre
- Visites de terrain (2 jours)

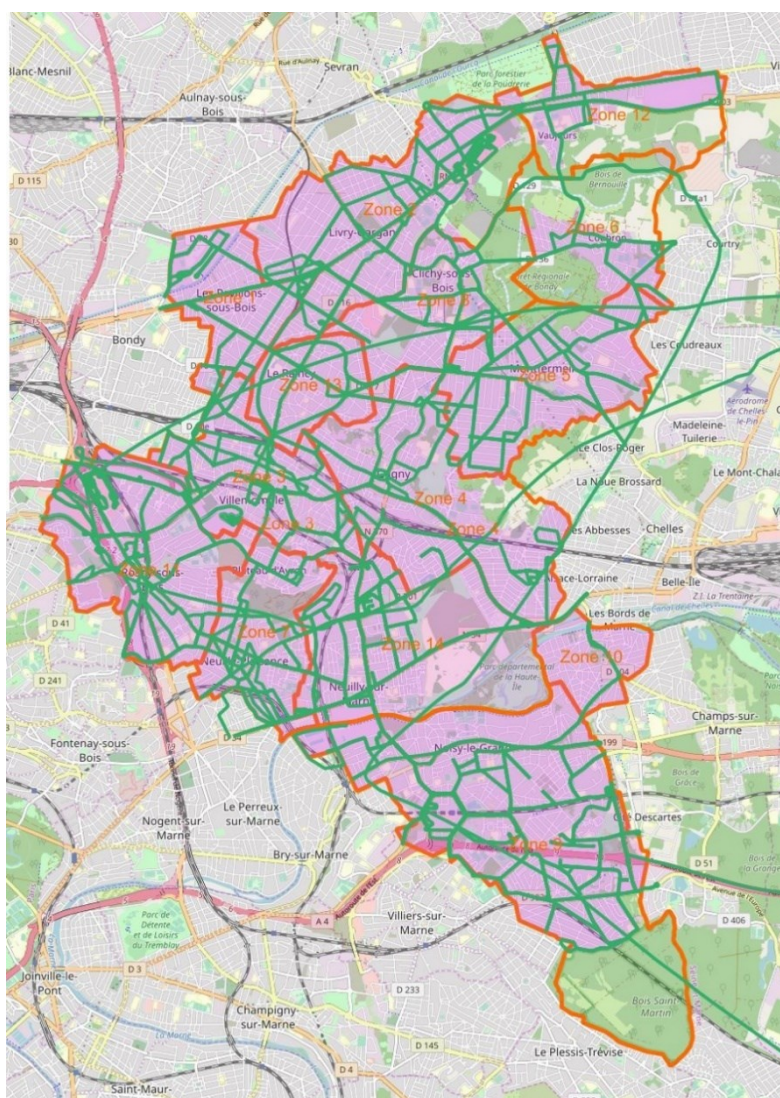


Figure 20 : Carte présentant les voies sur lesquelles l'inventaire publicitaire a été réalisé

1. Le contenu de la base de données

La base de données est constituée d'une couche pour les publicités et préenseignes, une pour les enseignes. Pour chaque dispositif, sont renseignés :

- La nature du dispositif (publicité, préenseigne, dispositif temporaire)
- La commune où le dispositif est implanté
- Son mode d'implantation
- Sa surface
- S'il est numérique, lumineux, sur bâche (nature particulière)
- Sa conformité ou non à la réglementation nationale et la ou les raison(s) de non-conformité
- Sa conformité ou non aux règlements locaux et la ou les raison(s) de non-conformité.
- La photographie du dispositif

2. Les rendus

Les rendus suivants ont permis d'identifier les secteurs d'enjeux et vérifier la réalité du terrain tout au long de l'élaboration du RLPi :

- La base SIG
- L'accès à une plateforme internet durant l'étude
- Un atlas à l'échelle communale et synthèse statistique
- Des diagnostics photographiques par commune

3. Critères de non-conformités

Une analyse de conformité des dispositifs publicitaires recensés a été menée sur la base des critères suivants :

Type de non-conformité
Non-conformités liées à des secteurs d'interdiction
Publicité dans un périmètre d'interdiction absolue
Publicité dans un périmètre d'interdiction relative (article L.581-8-1)
Publicité hors agglomération
Non-conformités liées au format ou à la hauteur d'implantation
Surface d'un dispositifs publicitaires scellés au soldépassant 12 m ²
Publicité murale d'une surface dépassant 12m ²
Dispositifs publicitaires scellés au sol s'élevant à plus de 6m du sol
Publicité murale s'élevant à plus de 7,5m du sol
Publicité murale apposée à moins de 0.50m du niveau du sol
Surface d'une publicité numérique supérieure à 8m ² dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Non-conformités liées à une mauvaise implantation sur le support ou par rapport à la taille de la commune

Type de non-conformité
Publicité sur une clôture non aveugle
Publicité sur un mur de façade non aveugle avec ouvertures supérieures à 0,50 m ²
Publicités murales composées de plus de 2 dispositifs ou 2 publicités murales non alignées verticalement ou horizontalement
Publicité sur un mur de cimetière ou de jardin public
Publicité sur toiture ou dépassant les limites de l'égout du toit ou du mur qui la supporte

Tableau 9 : Liste des non-conformités testées sur les dispositifs publicitaires

II. Synthèse cartographique et statistique

1. Données générales

Deux types de dispositifs ont fait l'objet du relevé de terrain exhaustif sur les axes déterminés : les préenseignes et les publicités. Les enseignes ont fait l'objet d'un échantillonnage, complété par une analyse photographique.

L'objectif de ce relevé de terrain est d'identifier dans un premier temps, les dispositifs actuellement non conformes avec la réglementation nationale afin d'identifier dans un second temps, les enjeux du territoire relatifs à l'affichage publicitaire. Le relevé de terrain a servi de base pour identifier les critères actuels de conformité sur lesquels le territoire souhaite mener une réflexion et une politique d'action (encadrement potentiellement plus restrictif des modalités d'implantations de certains dispositifs sur certains secteurs).

2. Publicités et préenseignes

2.1. Nature et implantation

Sur l'ensemble du territoire, un total de 1180 dispositifs a été analysé : 97 préenseignes et 1083 publicités.

Les publicités et préenseignes sont soumises à la même réglementation.

Les publicités et préenseignes sont, d'une manière générale, présentes le long des principaux axes du territoire, au niveau des carrefours majeurs et aux abords des zones d'activités, sous la forme de dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol. Ces dispositifs sont également présents dans les centres-villes sous la forme de mobilier urbain.

Le principal mode d'implantation des publicités et préenseignes est l'affichage sur mobilier urbain (66%), ce qui permet aux communes d'avoir une certaine maîtrise de ces dispositifs.

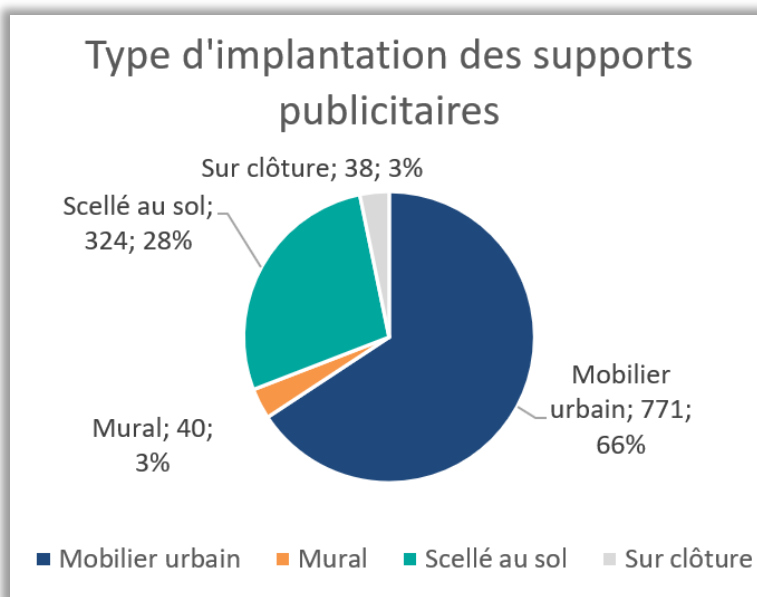


Figure 21 : Graphique présentant la répartition des différentes typologies d'implantations de la publicité sur le territoire



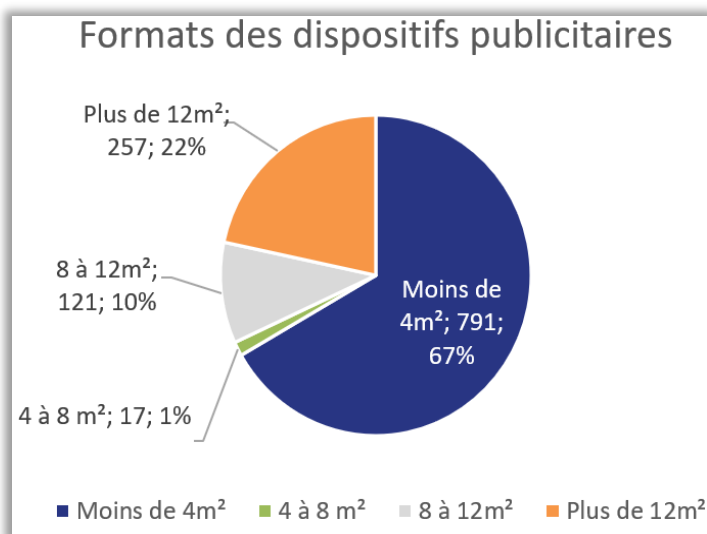
Figure 22 : Photographies présentant des publicités sur mobilier urbain sur le territoire

Après le mobilier urbain, la typologie dominante est l'implantation au sol des publicités et préenseignes, dans une moindre proportion (28%).



Figure 23 : Photographies présentant des publicités scellées au sol sur le territoire

Sur un total de **1180 dispositifs** analysés :



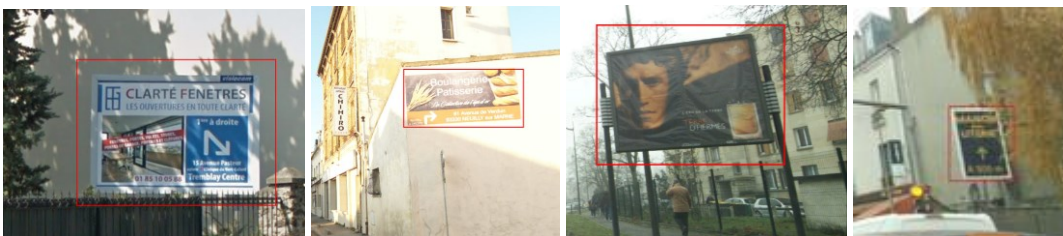
- 63% font moins de 2m² ;
- 2% des dispositifs font entre 2 et 4m² ;
- 3% des dispositifs font entre 4 et 11m² ;
- 7% des dispositifs font entre 11 et 12m² ;
- 25%, soit 292 dispositifs font plus de 12m².

Figure 24 : Graphique présentant la répartition des formats de publicité sur le territoire

Exemples de supports publicitaires de taille comprise entre]0 ;4m²]



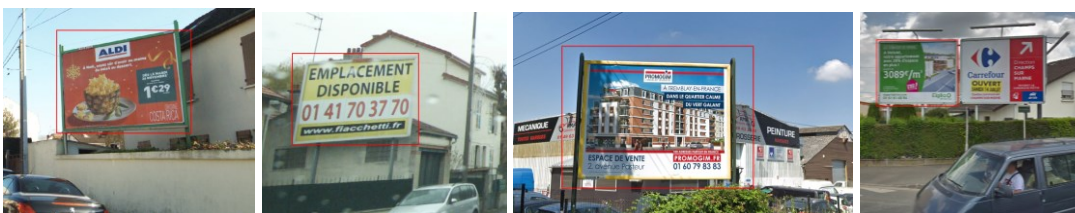
Exemples de supports publicitaires de taille comprise entre]4 ;8m²]



Exemples de supports publicitaires de taille comprise entre]8 ;12m²]



Exemples de supports publicitaires de taille supérieure à 12m²



Les cartes ci-après présentent la répartition des dispositifs publicitaires au sein du territoire.



Carte d'implantation des dispositifs publicitaires

RLPi du territoire Grand Paris Grand Est

Répartition des publicités sur abribus

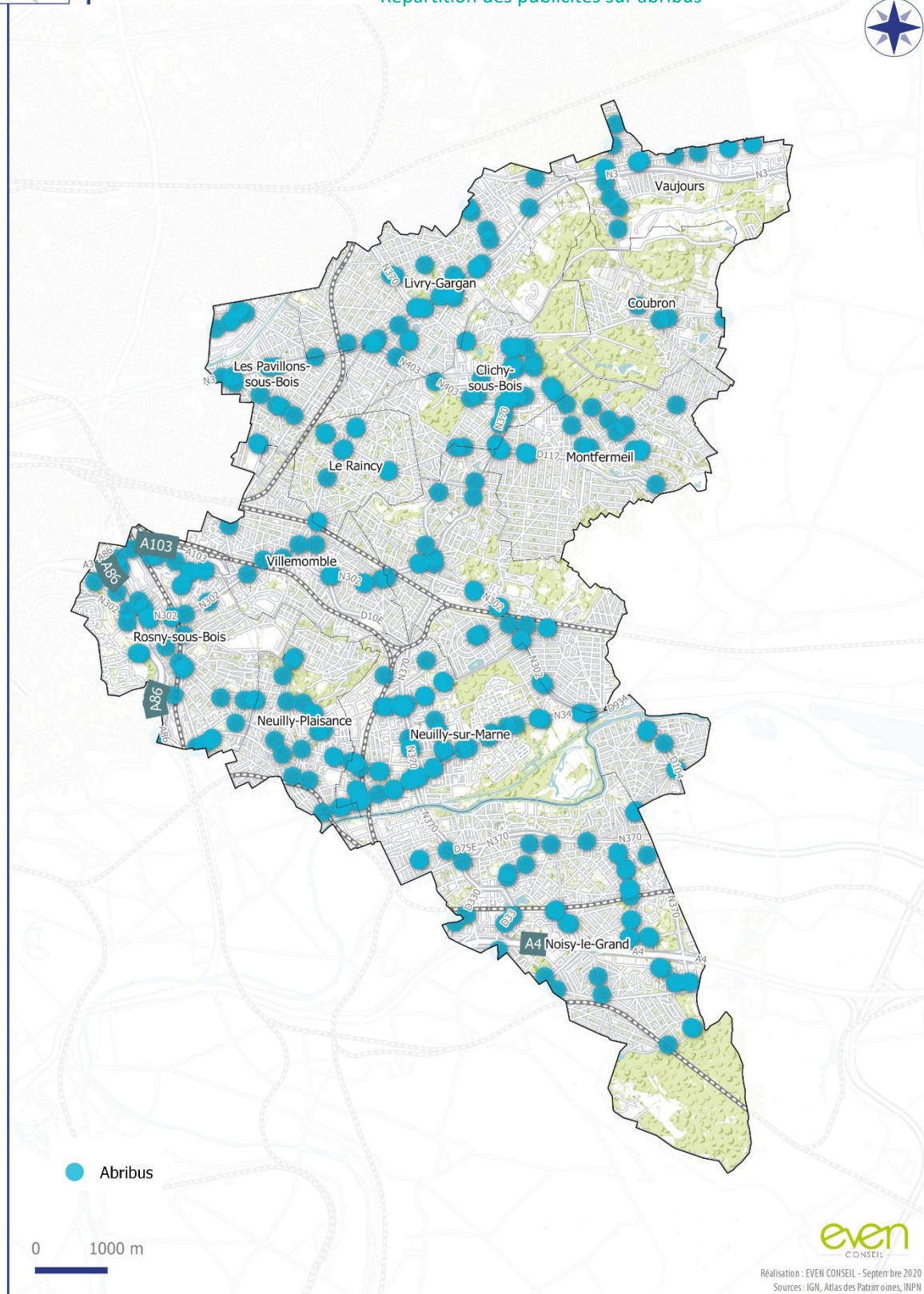


Figure 25: Carte de répartition des publicités sur abribus sur le territoire

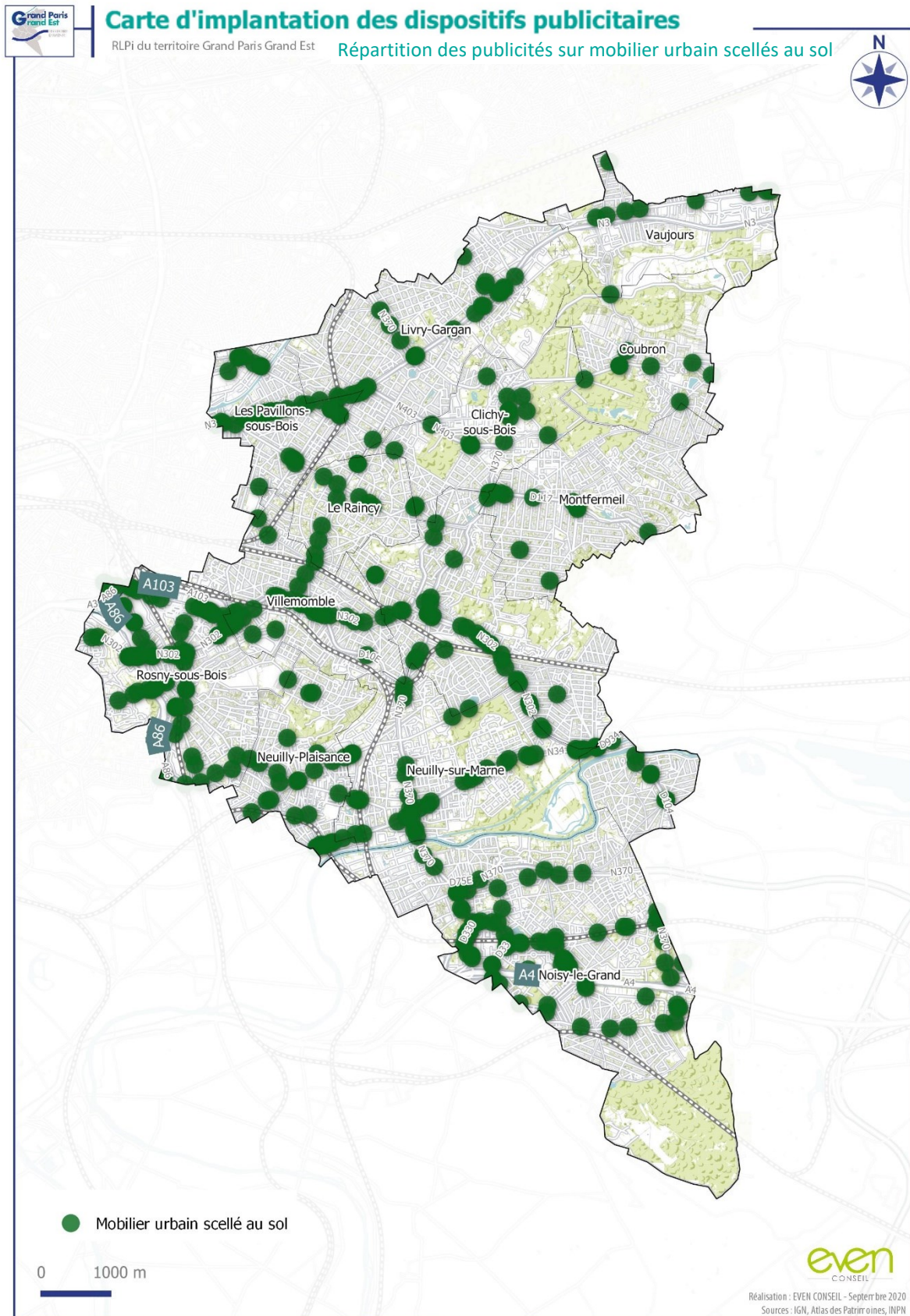


Figure 26: Carte de répartition des publicités sur mobilier urbain scellé au sol sur le territoire

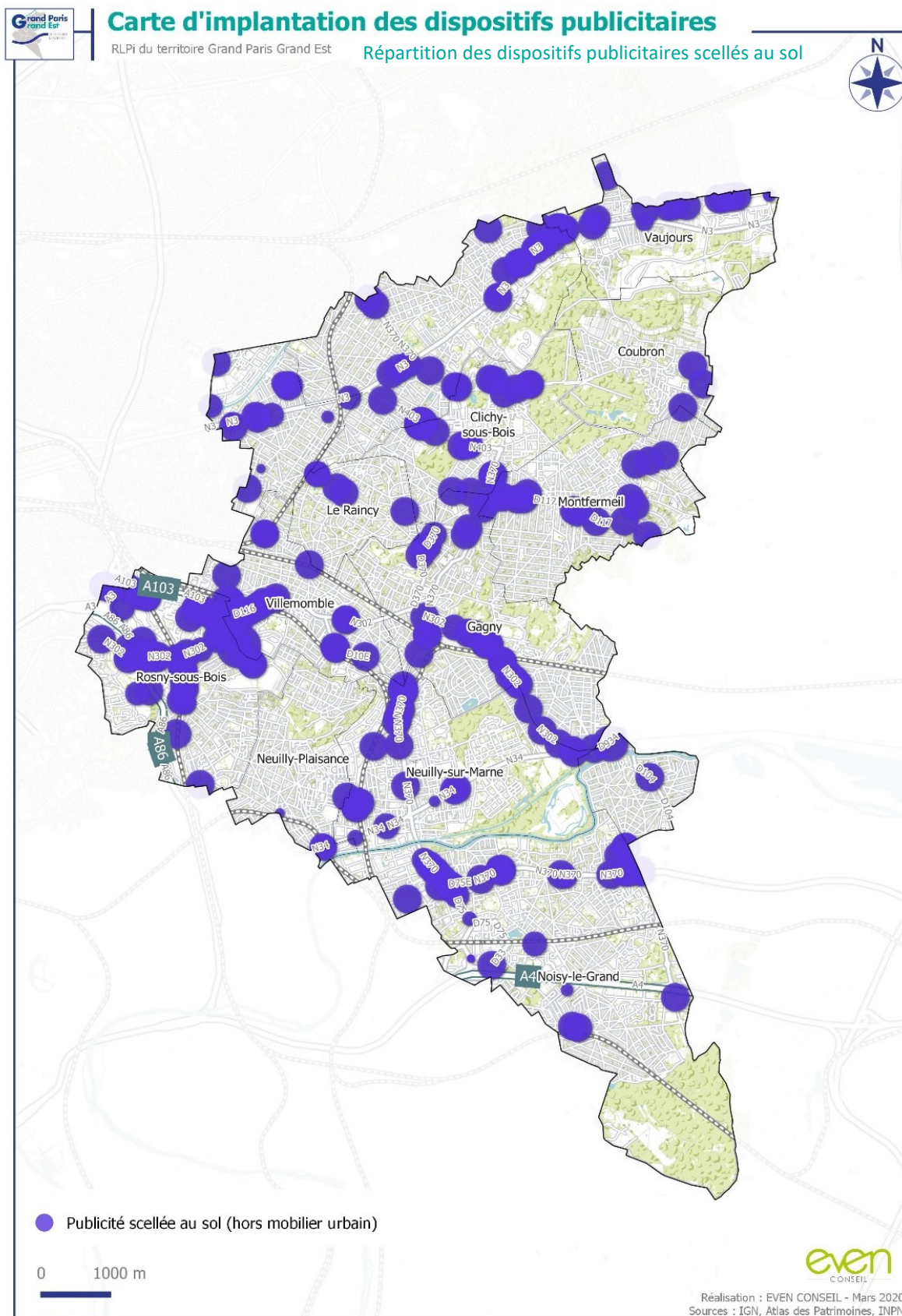


Figure 27: Carte de répartition des dispositifs publicitaires scellés au sol (hors mobilier urbain) sur le territoire

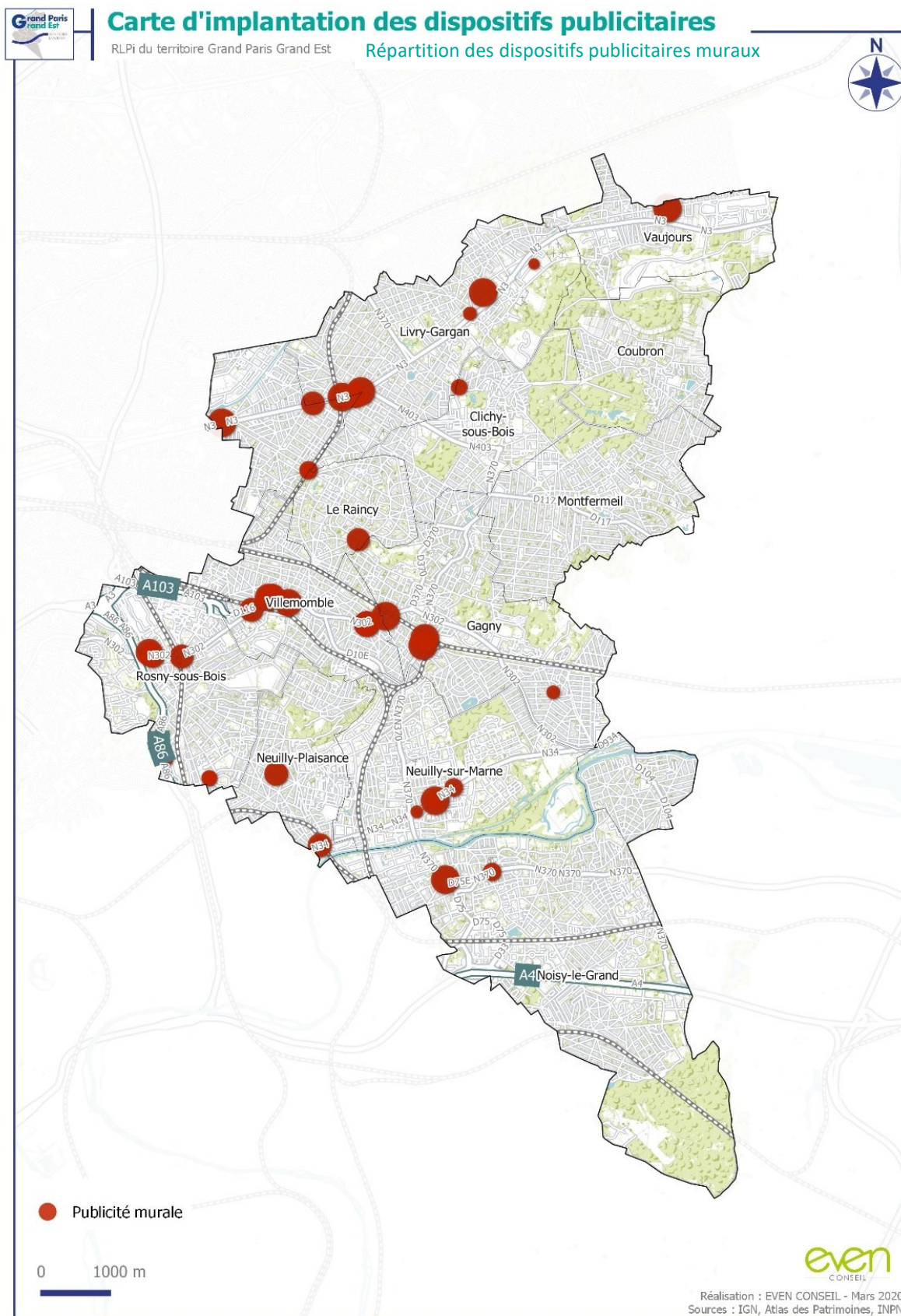


Figure 28: Carte de répartition des publicités murales sur le territoire

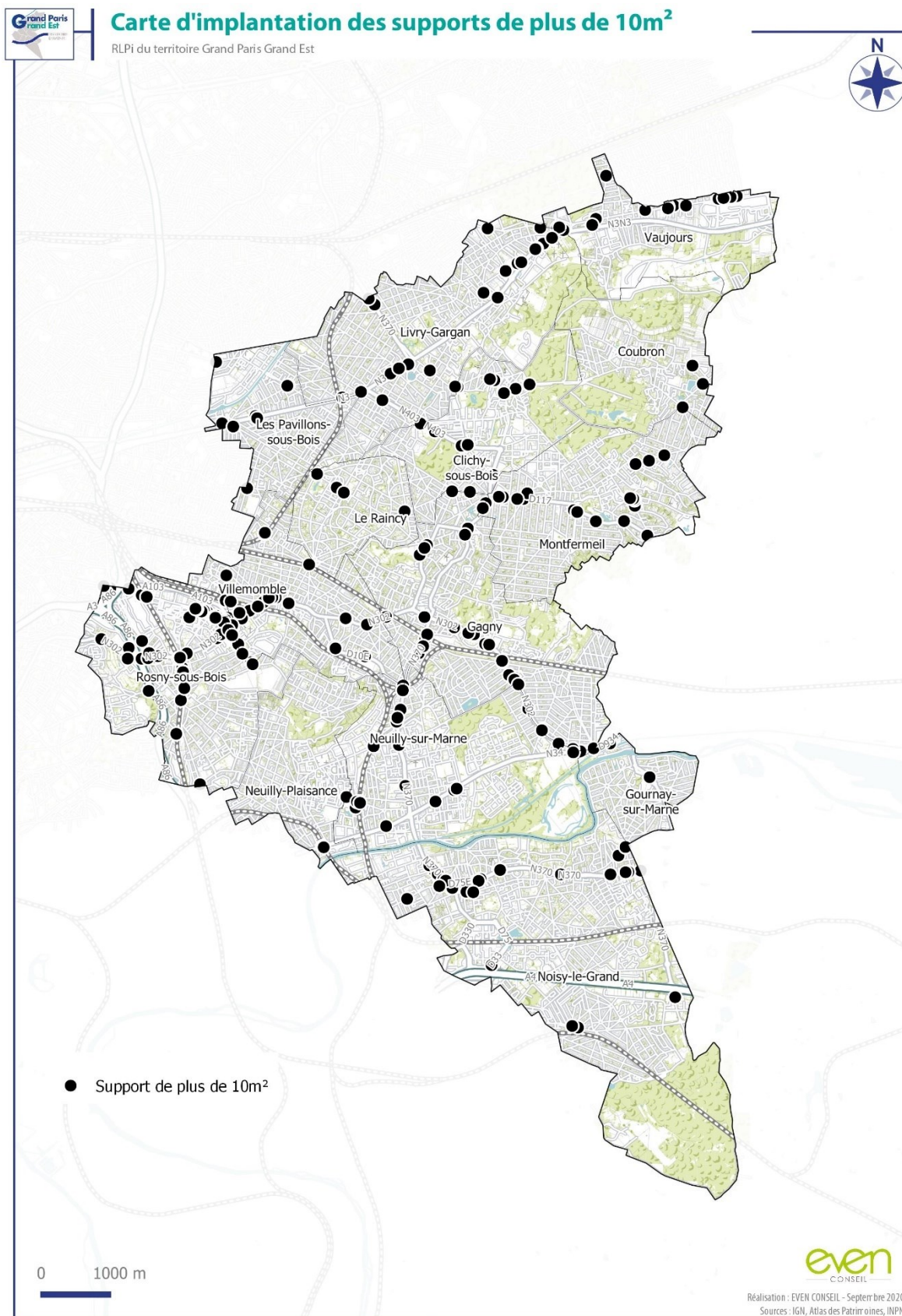


Figure 29: Carte de répartition des dispositifs publicitaires de plus de 10m² sur le territoire

A l'échelle du territoire, une moyenne de 16 dispositifs publicitaires par kilomètre carré est observée. Les communes présentant un écart à la moyenne important sont notamment les communes de Rosny-sous-Bois et Les Pavillons-sous-bois qui possèdent respectivement 36 et 27 dispositifs par kilomètre carré. Sur la commune de Rosny-sous-Bois, se sont particulièrement les différents secteurs d'activités qui sont impactés par cette surdensité publicitaire, notamment au niveau du Boulevard Gabriel Péri et du Boulevard d'Alsace-Lorraine. Dans la commune des Pavillons-sous-Bois, la surdensité est majoritairement présente au niveau de la RN3.

La commune de Coubron à l'inverse présente une sous-densité publicitaire par rapport aux autres communes. Celle-ci s'explique notamment par un trafic routier moindre qui limite ainsi la pression publicitaire sur la commune.

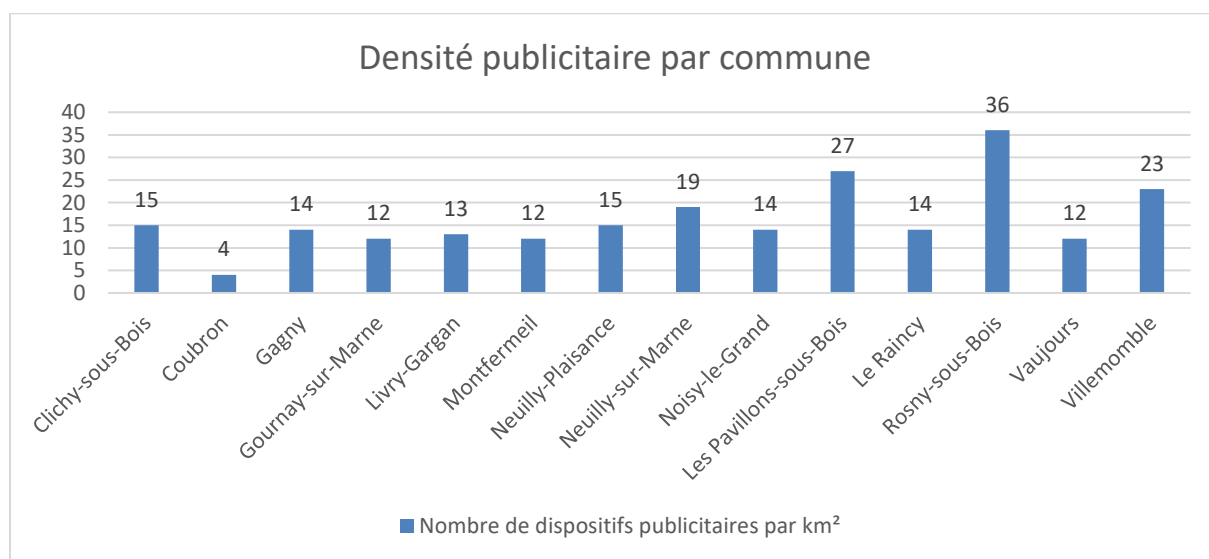


Figure 30: Graphique présentant la densité publicitaire au sein de chaque commune du territoire (définie en nombre de dispositifs par kilomètre carré)

La part de la publicité sur mobilier urbain joue un rôle assez différent selon les communes. Pour exemple, dans la commune de Montfermeil, le mobilier urbain et la publicité sur parcelle privée se cumulent à parts égales. Au contraire, à Neuilly-Plaisance, très peu de dispositifs sont présents sur parcelles privées et l'affichage est ainsi presque exclusivement présent sur mobilier urbain.

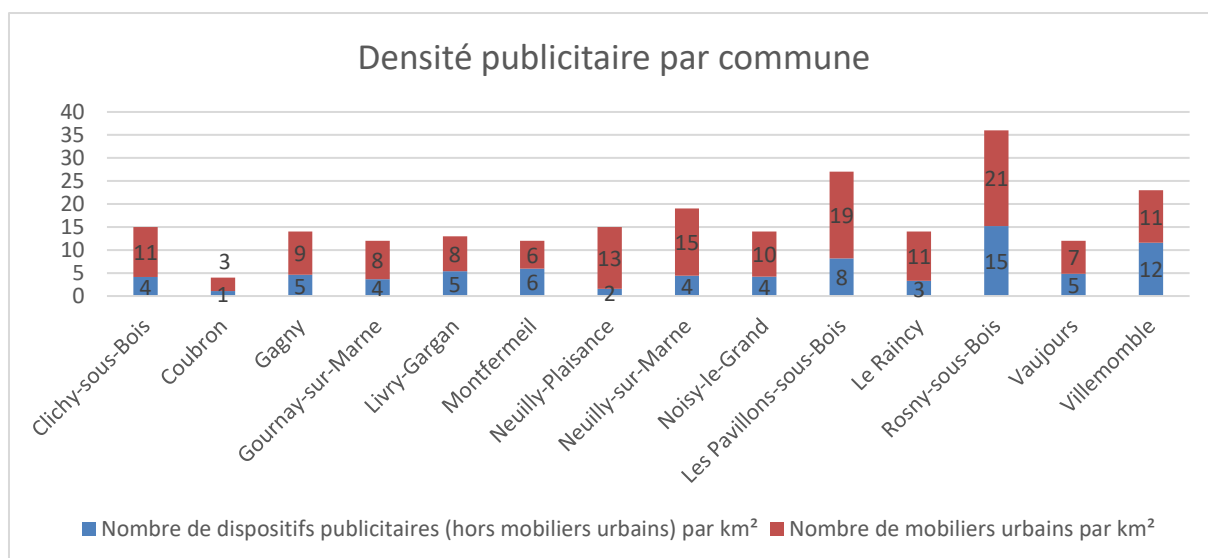
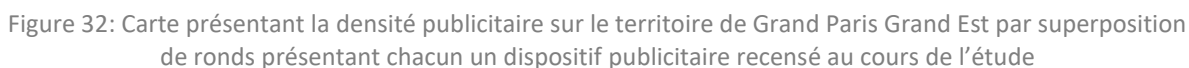


Figure 31: Graphique présentant la densité publicitaire au sein de chaque commune du territoire (définie en nombre de dispositifs par kilomètre carré) avec la distinction de la part des mobiliers urbains et celle des autres dispositifs

La carte ci-dessous présente le cumul des dispositifs publicitaires et illustre ainsi l'effet de densité publicitaire perçu le long de certains axes et carrefours.



2.2. Conformité au règlement national

Une analyse de la conformité des dispositifs publicitaires recensés à la réglementation nationale de publicité (RNP) a été menée sur la base des critères présentés p.39. Il en ressort un taux de non-conformité de 42%.

Ce taux peut être nuancé par le fait que 17% des dispositifs non-conformes n'ont comme seule non-conformité leur présence dans un périmètre d'interdiction relative. Actuellement ces dispositifs sont en partie réintroduits par les RLP en vigueur. De plus la totalité des périmètres de 500m aux abords des monuments historiques ont été pris en compte et pas uniquement les secteurs de covisibilité (que seul l'ABF est en mesure d'apprécier).

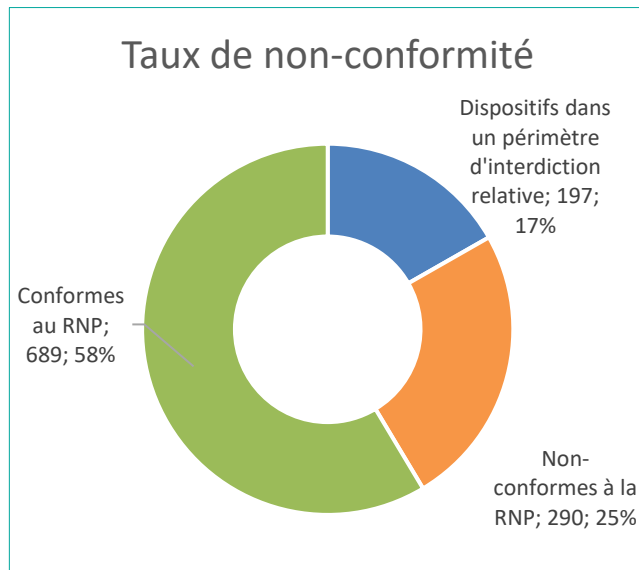


Figure 33 : Graphique présentant le taux de conformité sur le territoire

Ainsi les principales non-conformités recensées (en dehors de l'implantation au sein de périmètres d'interdiction relative) est le dépassement de surface, ainsi qu'une implantation trop haute.

Le dépassement de surface est une non-conformité souvent rencontrée à l'échelle nationale qui résulte d'une modification de la réglementation. Les surfaces des dispositifs publicitaires sont aujourd'hui calculées avec leur encadrement, alors que seule la taille de l'affiche était au préalable prise en compte. Le nombre de non-conformités est présenté dans le tableau ci-dessous :

Type de non-conformité	Nombre de dispositifs en infraction
Publicité dans un périmètre d'interdiction relative	248
Surface d'un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol dépassant 12 m ²	237
Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol s'élevant à plus de 6 m du sol	118
Publicité sur une clôture non aveugle	15
Publicité murale d'une surface dépassant 12m ²	11
Publicité murale s'élevant à plus de 7,5m du sol	8
Publicité sur un mur de façade non aveugle avec ouvertures supérieures à 0,50 m ²	6
Publicité sur toiture ou dépassant les limites de l'égout du toit ou du mur qui la supporte	3
Surface d'une publicité numérique supérieure à 8m ² dans une agglomération de plus de 10000 habitants ou faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	1

Type de non-conformité	Nombre de dispositifs en infraction
Publicité murale apposée à moins de 0.50m du niveau du sol	1

Tableau 10 : Liste des non-conformités recensées sur les dispositifs publicitaires du territoire

Par ailleurs, certains dispositifs sont concernés par plusieurs non-conformités. Ce cumul de non-conformités est présenté dans le tableau ci-dessous :

Nombre d'infractions par dispositif	0	1	2	3
Nombre de dispositifs concernés	689	346	124	17

Tableau 11 : Nombre de supports présentant de zéro à 3 infractions sur le territoire

Pour exemples, les dispositifs ci-dessous présentent un cumul d'infractions à la réglementation nationale de publicité :



Noisy-le-Grand

- Surface d'un dispositif publicitaire scellés au sol dépassant 12 m²
- Dispositif publicitaire scellé au sol s'élevant à plus de 6m du sol



Vaujours

- Publicité sur toiture ou dépassant les limites de l'égout du toit ou du mur qui la supporte
- Publicité murale s'élevant à plus de 7,5m du sol
- Publicité murale d'une surface dépassant 12m²



Rosny-sous-Bois

- Surface d'un dispositif publicitaire scellé au sol dépassant 12 m²
- Dispositif publicitaire scellé au sol s'élevant à plus de 6m du sol

Les cartes ci-après présentent les supports de publicités et de préenseignes conformes et ceux non conformes sur le territoire. Ces cartes sont déclinées selon les typologies d'implantation des supports recensés.

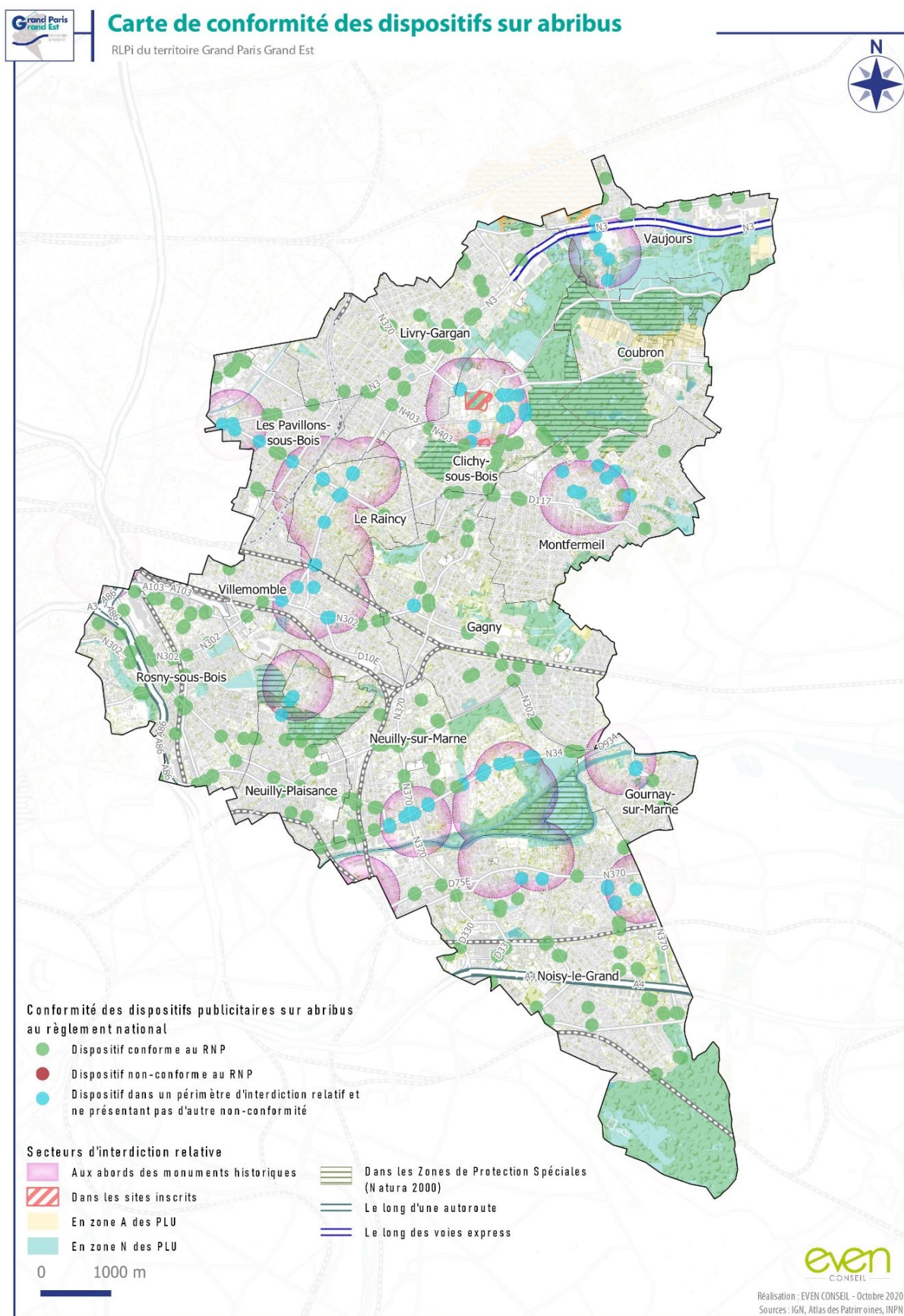


Figure 34: Carte présentant la conformité des publicités sur abribus sur le territoire de Grand Paris Grand Est

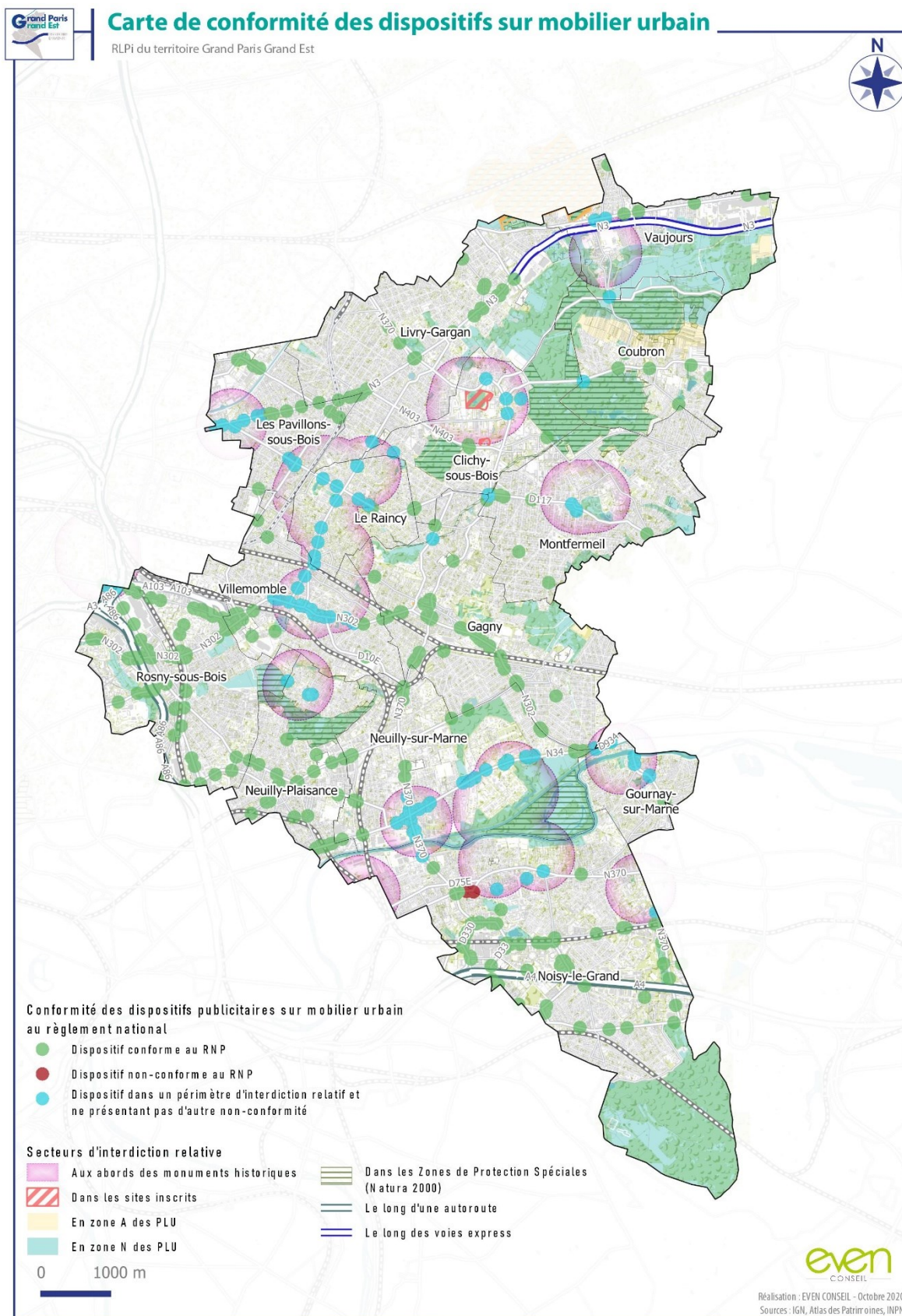


Figure 35: Carte présentant la conformité des publicités sur mobilier urbain sur le territoire de Grand Paris Grand Est

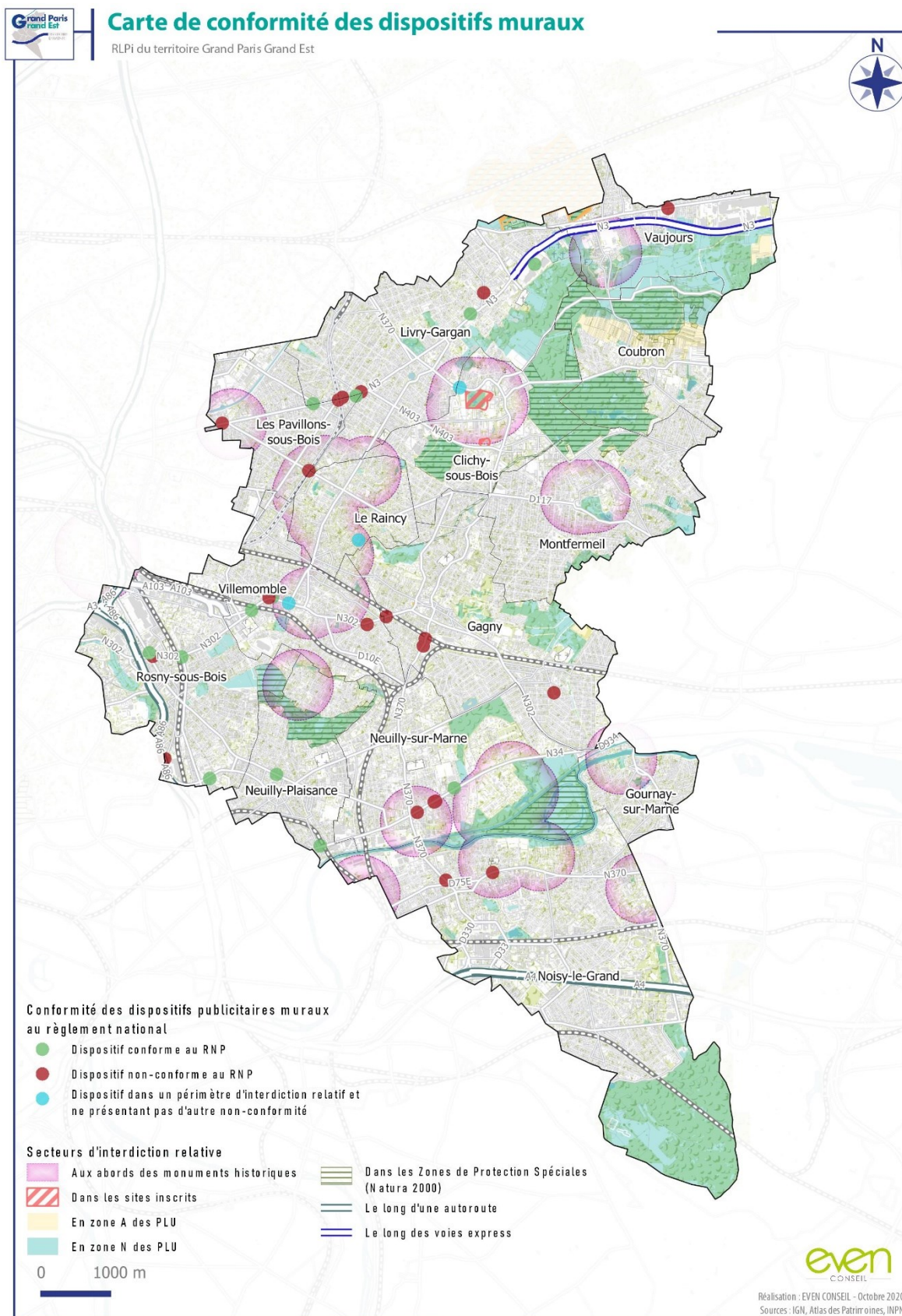


Figure 36: Carte présentant la conformité des dispositifs publicitaires muraux sur le territoire de Grand Paris Grand Est

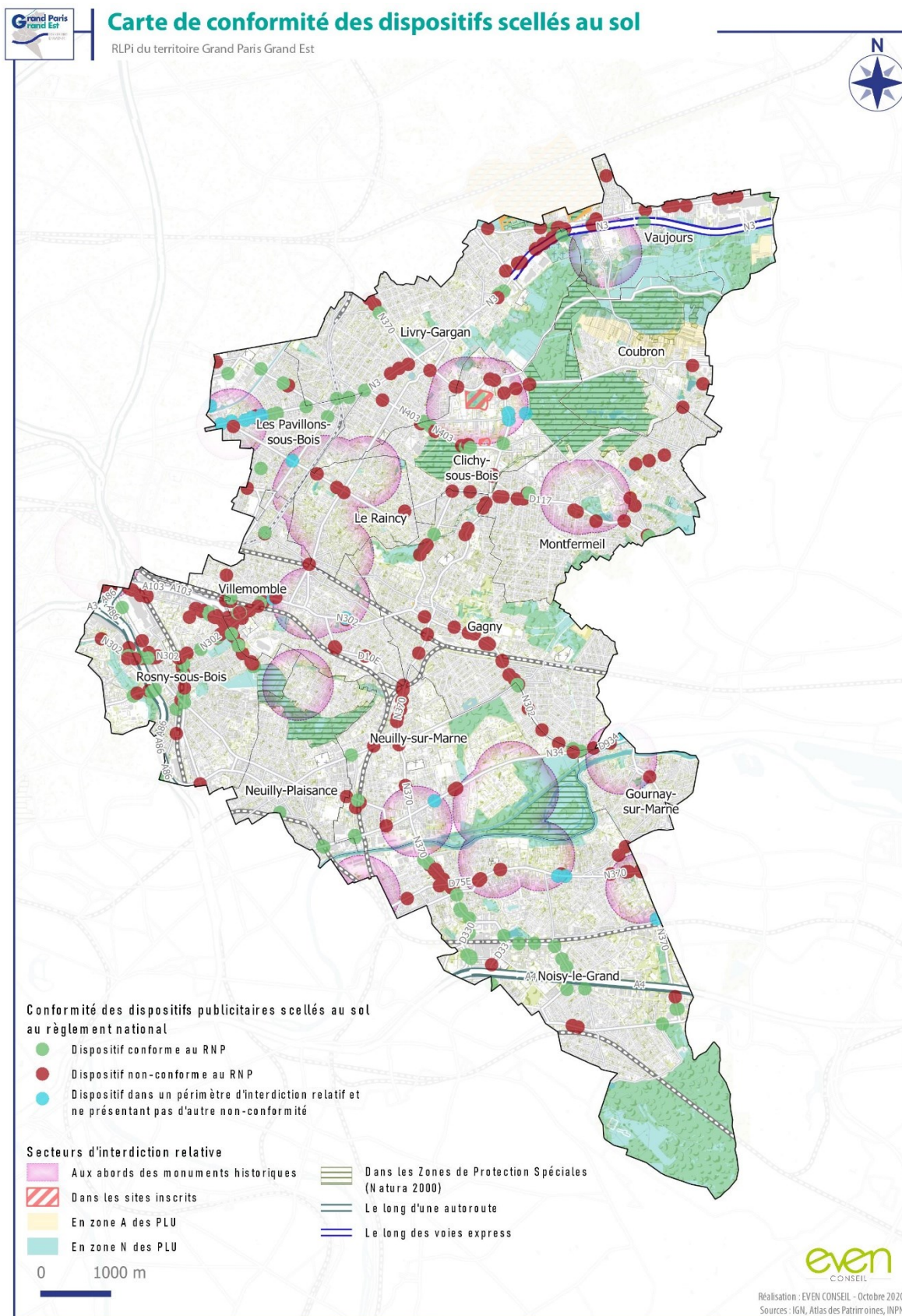


Figure 37: Carte présentant la conformité des dispositifs publicitaires scellés au sol sur le territoire de Grand Paris Grand Est

2.3. Principales raisons de non-conformité à la réglementation nationale de publicité

Les principales raisons de non-conformité des publicités et préenseignes sur le territoire de Grand Paris Grand Est sont :

- L'installation au sol (scellées ou installées directement sur le sol), ou bien l'apposition sur un mur ou une clôture, de dispositifs d'une **surface supérieure à 12 m²**. Sur le territoire, 237 dispositifs sont concernés.

Cette infraction fait référence aux articles suivants :

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

« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières, **la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m²** » R581-26 Code de l'Environnement



Figure 38 : Photographies de supports en infraction à l'article R581-32 du Code de l'Environnement, car trop grands sur le territoire

- L'implantation de publicités et préenseignes **dans un secteur d'interdiction relative**, représentant 248 dispositifs. Cette interdiction peut être levée par le biais du RLPi dans la mesure où la réintroduction peut être justifiée d'un point de vue environnemental.

Cette infraction fait référence aux articles suivants :

« L'article L.581-8 du Code de l'Environnement dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L.581-4, sont dites « relatives » puisqu'il « ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14 ».

La publicité est ainsi interdite par l'article L.581-8 :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code;
- dans les sites inscrits;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 . »



Dans le cadre du diagnostic, tous les périmètres de 500m autour des monuments historiques ont été considérés comme des périmètres d'interdictions relatives.

Pour autant, l'article L.621-30 du Code du Patrimoine précise que « la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci ».

Etant donné que la jurisprudence n° 275287 du 12 mars 2007 précise que « c'est à l'architecte des bâtiments de France qu'il appartient d'apprécier, sous le contrôle du juge, si un immeuble implanté à moins de 500 m d'un immeuble classé est ou non situé dans le champ de visibilité de ce dernier ; que par suite, pour l'application de l'article R. 421-2 du code de l'urbanisme, toute la zone située à moins de 500 m d'un immeuble classé doit être regardée comme faisant l'objet d'une protection particulière au titre des monuments historiques », toute la zone des 500m a été prise en compte.

Ainsi l'ABF pourrait juger d'une absence de covisibilité et considérer **certains des dispositifs** (considérés comme dans un périmètre d'interdiction relative dans le cadre de l'étude) **conformes** au Code de l'Environnement.



Figure 39 : Photographies de supports en infraction à l'article L581-8 du Code de l'Environnement sur le territoire

- L'implantation de dispositifs publicitaires scellés au sol s'élevant à **plus de 6m du sol**, représentant 118 dispositifs.

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi que sur l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières hors agglomération, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol » R581-32, Code de l'Environnement



Figure 40 : Photographies de supports en infraction à l'article R581-32 du Code de l'Environnement car trop hauts sur le territoire

- L'implantation sur **clôture non aveugle**, concernant 15 publicités et préenseignes. Cette non-conformité se retrouve de manière importante au sein de secteurs résidentiels. Or le recensement des dispositifs publicitaires n'a été réalisé que sur les axes principaux du territoire. Ainsi les secteurs résidentiels n'ont pas été intégralement recensés. Cette non-conformité regroupe donc en réalité un nombre beaucoup plus important de dispositifs.

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

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



Figure 41 : Photographies de supports en infraction à l'article R581-22 du Code de l'Environnement car implantés sur clôture non aveugle sur le territoire

- Le **dépassement de hauteur** des publicités murales s'élevant à plus de 7,5 m du sol concernant 8 dispositifs.

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol » R581-26, Code de l'Environnement



Figure 42 : Photographies de supports en infraction à l'article R581-26 du Code de l'Environnement sur le territoire

- Le **dépassement du haut du mur ou de l'égout du toit** pour les supports muraux concernant 3 dispositifs.

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

« La publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.» R581-27, Code de l'Environnement



Figure 43 : Photographies de supports en infraction à l'article R581-27 du Code de l'Environnement sur le territoire

- L'installation d'une publicité sur un **mur de façade non aveugle** avec ouvertures supérieures à 0,50 m² concerne 6 dispositifs.

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

« Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L. 581-4, la publicité est interdite sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré » R581-22, Code de l'Environnement



Figure 44 : Photographies de supports en infraction à l'article R581-22 du Code de l'Environnement car implantés sur un mur non aveugle sur le territoire

- La surface d'une **publicité numérique supérieure à 8m²** concerne 1 dispositif.

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

« A l'intérieur des agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires situés hors agglomération, la publicité lumineuse apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. », R581-34, Code de l'Environnement



Figure 45 : Photographie de support en infraction à l'article R581-34 du Code de l'Environnement sur le territoire

- L'installation d'une **publicité apposée à moins de 0.50m** du niveau du sol concerne 1 dispositif.
Cette infraction fait référence à l'article suivant :
« La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol », R581-27, Code de l'Environnement



Les Pavillons-sous-Bois

Figure 46 : Photographie de support en infraction à l'article R581-27 du Code de l'Environnement sur le territoire

- L'installation d'une **publicité apposée trop proche d'une limite séparative**.
Cette infraction fait référence à l'article suivant :
L'implantation d'un dispositif scellé au sol « ne peut être faite à une distance inférieure à la **moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété** », R581-33, Code de l'Environnement



Le Raincy



Montfermeil



Rosny-sous-Bois

Figure 47 : Photographie de support en infraction à l'article R581-33 du Code de l'Environnement sur le territoire

3. Enseignes

3.1. Localisation et implantation des enseignes du territoire

Sur l'ensemble du territoire, un total de 813 enseignes a été recensé. Ce recensement est un échantillonnage permettant de caractériser des typologies d'enseignes de secteurs différents :

- un secteur d'axe : par un recensement le long de la Nationale 3 aux Pavillons-sous-Bois et à Livry-Gargan ;
- un secteur de centre-ville : par un recensement le long de l'avenue de la Résistance au Raincy ;
- une polarité commerciale secondaire : par un recensement le long de l'allée de Montfermeil au Raincy ;
- un centre commercial et une zone d'activités par le recensement du centre Domus et de la zone d'activités s'organisant le long des rues de Lisbonne et Jules Ferry à Rosny-sous-Bois.

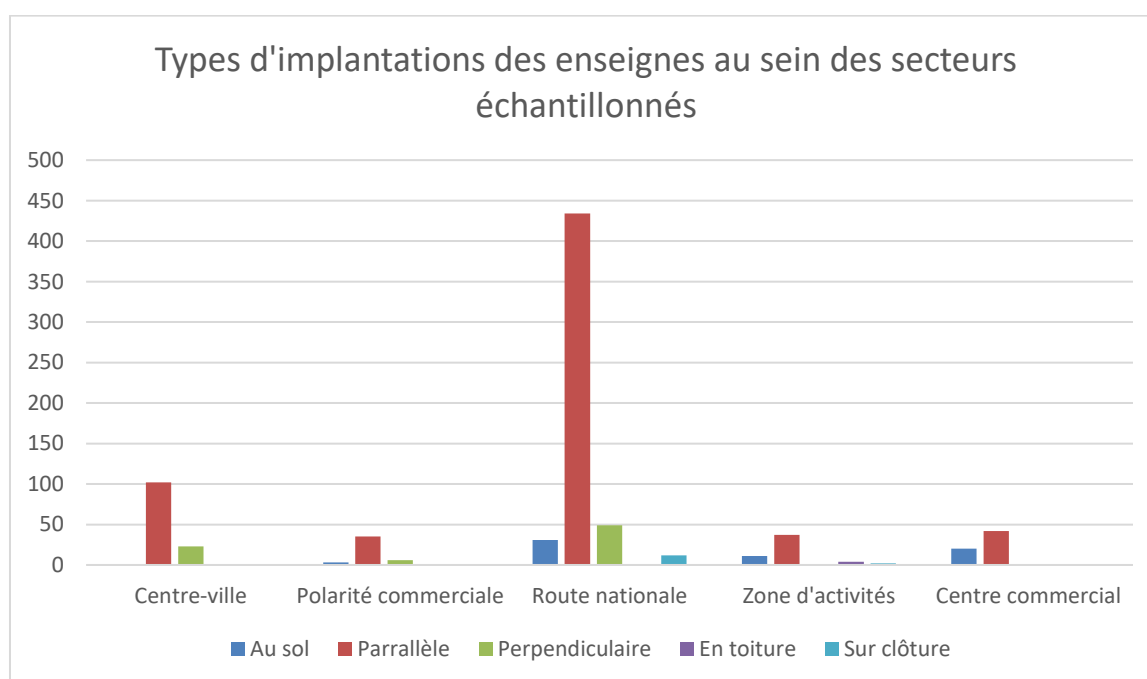


Figure 48: Graphique présentant le nombre d'enseignes recensées par secteur et par type d'implantation

Dans l'ensemble des secteurs échantillonnés, les enseignes sont majoritairement implantées parallèlement à la façade.

Selon les typologies urbaines de chaque zone, ces enseignes parallèles à la façade sont implantées de manières différentes sur le bâti. Elles se retrouvent en rez-de-chaussée en centre-ville et dans les polarités commerciales, alors qu'elles se situent plutôt en haut des façades dans les zones d'activités.

Le long de la route nationale 3, la diversité des typologies d'enseignes illustre la difficulté pour les commerçants de se démarquer. Ils implantent ainsi une multitude d'enseignes différentes pour capter l'œil des automobilistes.

En zone d'activités, ou en centre-ville, les typologies d'enseignes sont à l'inverse très limitées et s'adaptent aux typologies urbaines.

- En centre-ville, le bâti dense, en front de rue limite les possibilités d'implantations en clôture ou au sol. Les enseignes sont ainsi regroupées parallèlement ou perpendiculairement à la façade
- En zone d'activités à l'inverse, les parcelles sont de grandes dimensions et le bâti n'occupe pas la totalité de ces dernières. Afin de signaler les accès, les enseignes au sol sont ainsi nombreuses.

Afin de compléter les données issues de cet échantillonnage, les polarités commerciales, centres-villes et zones d'activités ont fait l'objet d'une analyse photographique permettant de caractériser les typologies d'enseignes de chaque secteur.

Au sein du territoire, les enseignes sont installées de deux grandes manières différentes : en façade et au sol. L'enseigne en façade englobe différents types d'enseignes : enseigne en bandeau, enseigne perpendiculaire, enseigne sur auvent, enseigne en adhésif sur vitrine (ces enseignes ne sont considérées en tant que tel, uniquement si elles sont situées à l'extérieur de la vitrine).

Les enseignes en façade présentent ainsi une multitude de formes et d'implantations. Elles peuvent être réalisées à l'aide de bandeaux, de lettres découpées, de lettres peintes. La sobriété des couleurs et la qualité de l'intégration de ce type d'enseigne à la façade participe grandement à la qualité du paysage urbain.



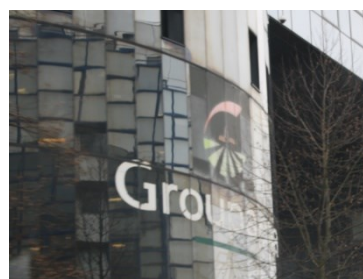
Enseignes perpendiculaires, Rosny-Sous-Bois



Enseignes sur bandeau, Gournay-sur-Marne



Enseigne avec lettres découpées, Le Raincy



Enseigne en vitrophanie, Noisy-le-Grand

Figure 49 : Photographies présentant des enseignes en façade sur le territoire

Les enseignes au sol constituent également un moyen d'affichage très utilisé, notamment en zone d'activités. Elles sont limitées à une surface maximale de 12 m² pour les communes de plus de 10 000 habitants. En revanche le format maximum est limité à 6m² dans les communes de Coubron, Gournay-sur-Marne et Vaujours qui comptent moins de 10 000 habitants.

Les enseignes au sol prennent des formes très diverses selon le secteur et l'activité : totem, panneaux, drapeau, ...

Au sein des centres-villes et des polarités commerciales, les enseignes au sol sont majoritairement implantées sous la forme :

- de totems ;
- de petits oriflammes ;
- de chevalets.

NB : Un chevalet est considéré comme une enseigne soit :

- s'il est installé sur l'unité foncière où s'exerce l'activité ;
- s'il a reçu une autorisation d'occupation du domaine public.

A défaut, il est à considérer comme étant une préenseigne.

Au sein des zones d'activités les enseignes au sol sont majoritaires implantées sous la forme :

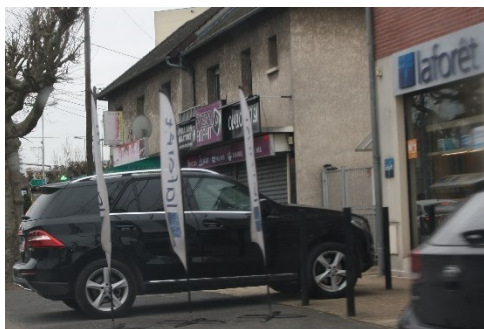
- de totems ;
- de panneaux ;
- de drapeaux de grands formats.



Totem, Noisy-le-Grand



Drapeaux, Coubron



Oriflamme, Gournay-sur-Marne



Enseigne au sol, Livry-Gargan

Figure 50 : Photographies présentant des enseignes au sol sur le territoire

D'autres types d'implantations d'enseignes sont présents sur le territoire, notamment sur clôture ou en toiture.

Les enseignes en toiture sont essentiellement présentes au sein des zones d'activités.

Les enseignes sur clôtures, en revanche, sont majoritairement présentes au sein des secteurs résidentiels où elles sont utilisées par les artisans pour se signaler. Elles sont également utilisées en zones d'activités ou le long des axes commerciaux dont le trafic routier est important.

Les enseignes en toiture doivent être réalisées en lettres découpées et ont des dimensions fixées par la réglementation nationale en fonction de la hauteur du bâtiment où s'exerce l'activité et de la surface qu'occupe l'activité en son sein (voir tableau suivant).



Figure 51 : Photographies présentant des enseignes en toiture et sur clôture sur le territoire

Enseignes en toiture Art. R.581-62	
Activité occupant > 50 % du bâtiment	Activité occupant ≤ 50% du bâtiment
Régime spécifique : enseignes en toiture	Régime des publicités lumineuses en toiture
Hauteur : Si hauteur façade ≤ 15 m : 3 m max	Hauteur : Si hauteur façade ≤ 20 m : 1/6ème de la hauteur et 2 m max
Si hauteur façade > 15 m : 1/5ème de la façade et 6 m max	Si hauteur façade > 20 m : 1/10ème de la hauteur et 6 m max
Surface cumulée limitée à 60 m²	Surface cumulée limitée à 60 m²

Tableau 12 : Tableau présentant les dispositions de la réglementation nationale liées aux enseignes en toiture

- Cas particulier des enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (Art. L.581-20) :

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

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

Ces enseignes se trouvent sur l'ensemble du territoire.

En zones d'activités, elles sont majoritairement de grandes dimensions et implantées en façade ou sur clôture.

En centre-ville ou le long d'une polarité commerciale, elles sont de plus petites dimensions et implantées majoritairement en façade.



Figure 52 : Photographie présentant une enseigne temporaire liée à une opération exceptionnelle en zone d'activités

Les enseignes installées pour plus de trois mois se situent majoritairement au niveau des chantiers ou des immeubles du bureaux. Elles sont majoritairement de grands formats.

Ces enseignes se trouvent également en zones résidentielles sous la forme d'affichettes installées par les agences immobilières afin de vendre ou louer des biens immobiliers.



Figure 53 : Photographies présentant des enseignes temporaires liées à des opérations immobilières

- Cas des enseignes lumineuses et numérique

Le code de l'environnement ne distingue pas de catégories dans les enseignes lumineuses. Eclairées par projection ou transparence, numériques ou non, elles sont toutes soumises aux mêmes règles. C'est ainsi qu'elles satisfont à des normes techniques fixées par un arrêté ministériel à venir, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimées en lumens par watt (Art. R.581-59).

Sur le territoire, il existe encore peu d'enseignes numériques, mais celles présentes sont de grands formats (notamment sur le centre commercial Rosny 2, ou celui des Arcades).

C'est au RLPi de fixer les règles permettant d'encadrer ces enseignes.



Figure 54 : Photographies présentant des enseignes lumineuses sur le territoire

3.2. Infractions à la réglementation nationale de publicité

Les raisons de non-conformité rencontrées, au niveau des enseignes, sur le territoire sont :

- L'implantation **au-delà de la limite du mur**, pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur.

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit », R581-34, Code de l'Environnement



Figure 55 : Photographies d'enseignes en infraction à l'article R581-34 du Code de l'Environnement sur le territoire

- Une **surface d'enseigne trop importante** par rapport à celle de la façade.

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

«Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés », R581-34, Code de l'Environnement



Figure 56 : Photographies d'enseignes en infraction à l'article R581-34 du Code de l'Environnement sur le territoire

- **L'installation d'enseignes clignotantes**

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

« Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence. », R581-59, Code de l'Environnement

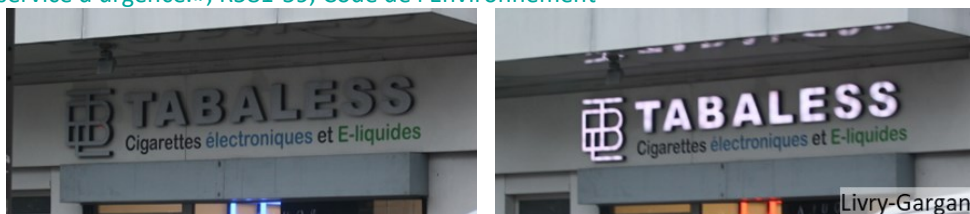


Figure 57 : Photographies d'enseignes en infraction à l'article R581-59 du Code de l'Environnement sur le territoire

- **Le manque d'entretien des enseignes.**

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

« Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables.

Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque. », R581-58, Code de l'Environnement



Figure 58 : Photographies d'enseignes en infraction à l'article R581-58 du Code de l'Environnement sur le territoire

- **Une densité d'enseignes au sol trop importante.**

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

« Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé sur chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble dans lequel est exercée l'activité signalée », R581-64, Code de l'Environnement

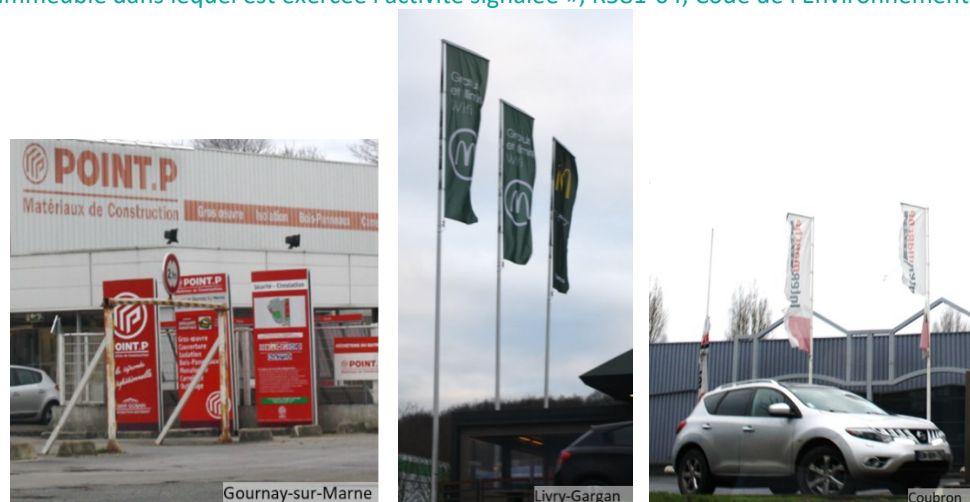


Figure 59 : Photographies d'enseignes en infraction à l'article R581-64 du Code de l'Environnement sur le territoire

- La mise en place d'enseignes en toiture avec des **lettres non découpées** ou bien des **supports visibles**

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

«Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article.

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

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.», R581-62, Code de l'Environnement



Figure 60 : Photographies d'enseignes en infraction à l'article R581-62 du Code de l'Environnement sur le territoire

- **les mâts qui ne respectent pas les hauteurs autorisées**

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

«[Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol] ne peuvent dépasser :

- 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont plus de 1 mètre de large ;
- 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.», R581-65, Code de l'Environnement



Figure 61 : Photographies d'enseignes en infraction à l'article R581-65 du Code de l'Environnement sur le territoire

- Les enseignes au sol trop proches des parcelles voisines

Cette infraction fait référence à l'article suivant :

«Ces enseignes [scellées au sol] ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.», R581-64, Code de l'Environnement



Figure 62 : Photographies d'enseignes en infraction à l'article R581-64 du Code de l'Environnement sur le territoire

Depuis le 1 juillet 2018, toutes les enseignes installées avant le 1^{er} juillet 2012, doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale.

III. Secteurs à enjeux

Cette partie présente les secteurs du territoire ayant des besoins particuliers en termes d'enseignes et/ou de publicité.

1. Centralités historiques et commerçantes

Les zones de centre-ville concentrent une partie importante du dynamisme commercial (commerces de proximité et artisans locaux) et la richesse patrimoniale des communes. A cet égard, il s'agit de secteurs à valoriser, où il est nécessaire d'offrir une bonne visibilité aux commerces, tout en préservant le cadre de vie et le paysage urbain.

Certaines communes du territoire possèdent des monuments historiques dans leur centre-ville, c'est le cas des communes de Clichy-sous-Bois, Gournay-sur-Marne, Le Raincy, Les Pavillons-sous-Bois, Neuilly-sur-Marne, Noisy-le-Grand, Vaujours ou encore Villemomble. La présence de ces monuments impose un périmètre de protection du patrimoine (abords de monuments historiques, site inscrit) induisant une interdiction relative de publicité, ainsi qu'une analyse des enseignes par l'ABF.

Les enseignes des centres-villes et des polarités commerciales du territoire sont assez hétérogènes entre les communes. Elles sont globalement assez démonstratives mais leur qualité diffère (que ce soit en termes d'entretien, de couleur, de luminosité ou d'esthétisme global). Ponctuellement, notamment au Raincy ou à Villemomble, certaines enseignes sont plus qualitatives : lettres découpées ou peintes, couleurs sobres, tailles adaptées, etc.



Figure 63 : Photographies d'enseignes dans différents centres-villes du territoire



Noisy-le-Grand



Le Raincy



Livry-Gargan



Neuilly-sur-Marne



Les Pavillon-sous-Bois



Rosny-sous-Bois



Coubron



Gournay-sur-Marne

Figure 64 : Photographies d'enseignes dans différents centres-villes du territoire

Les publicités et préenseignes dans les centres-villes se trouvent majoritairement sous deux formes :

- mobilier urbain de petit format ;
- ponctuellement en publicité murale de grand format (affiche de 8 m²).



Figure 65 : Photographies de publicités présentes dans différents centres-villes du territoire

Enjeux liés aux centralités historiques et commerçantes

En termes d'enseignes :

- ❖ Harmoniser les enseignes, notamment en centre-ville afin d'améliorer la lecture globale de chaque enseigne au sein d'une même rue
- ❖ Favoriser le renouvellement des enseignes vieillissantes

En termes de publicité :

- ❖ Limiter les dispositifs de grands formats dans les centres-villes
- ❖ Adapter la taille des dispositifs muraux au contexte et maîtriser l'adéquation entre le bâti et la publicité (en évitant notamment de masquer des éléments d'architecture)

2. Abords de monuments historiques

La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine élargit le périmètre d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d'un rayon initial de 100m à la totalité du périmètre délimité des abords, qu'il s'agisse d'un périmètre de protection de monument historique de 500m classique, d'un périmètre de protection modifié.

Sur le territoire, des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ainsi que de petites publicités sur mobilier urbain sont présents aux abords des monuments historiques.

Les dispositifs de grands formats, dès lors qu'ils sont situés en covisibilité du site ou monument protégé peuvent avoir un impact paysager très importants. Ils sont donc à encadrer.



Avenue Thiers, Le Raincy, au sein du périmètre de protection de l'Ancien parc à l'anglaise du duc d'Orléans
Rue Alexandre Boucher, Vaujours, au sein du périmètre de protection de l'Ancien château de Vaujours
Avenue des mésanges, Montfermeil, au sein des trois périmètres de protection des monuments historiques de la commune

Figure 66 : Photographies de publicités présentes dans différents secteurs historiques du territoire

Enjeux liés aux abords des monuments historiques

En termes d'enseignes :

- ❖ Veiller à la bonne qualité des enseignes aux abords des sites et monuments protégés

En termes de publicité :

- ❖ Étudier l'opportunité de réintroduire certains dispositifs publicitaires de petits formats dans les périmètres des abords des monuments historiques, mais pas ceux de plus grands formats
- ❖ Encadrer la publicité aux abords des monuments historiques et ne réintroduire que les formats et implantations dont les impacts paysagers sont les plus faibles

3. Centre commerciaux

Le territoire présente **des centres commerciaux de grandes dimensions**, notamment à Noisy-le-Grand et Rosny-sous-Bois (Les Arcades, Domus, Rosny 2). **Des centres de plus petite envergure, organisés autour de grandes surfaces alimentaires** tels que la zone commerciale Clichy 2 à Clichy-sous-Bois, le secteur de l'Intermarché à Coubron, le centre commercial des 7 îles à Montfermeil, le centre commercial du Baobab à Neuilly-sur-Marne ou encore le secteur du Super U à Noisy-le-Grand, sont également présents sur le territoire intercommunal.

Ces centres commerciaux, notamment ceux de grandes dimensions, imposent **des chartes d'enseignes** qui permettant de préserver une homogénéité d'implantation et de format pour les enseignes des différentes activités du centre.

Il est à noter que les enseignes présentant le centre en lui-même et non les activités à l'intérieur sont généralement extrêmement démonstratives (grande taille, très colorées et/ou lumineuse) et pourraient être requalifiées en publicités. Cela est notamment le cas pour les enseignes numériques en toiture du centre Rosny 2 ou de celui des Arcades.

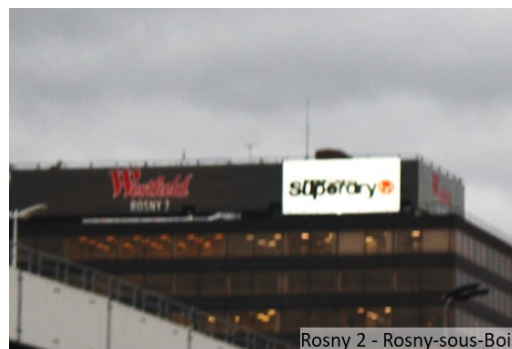


Figure 67 : Photographies d'enseignes de centres commerciaux dans le territoire



Enjeux liés aux centres commerciaux en termes d'enseignes :

- ❖ Limiter la surenchère liée aux enseignes des centres-commerciaux (par une limitation des formats, de la densité...)
- ❖ Valoriser les enseignes chartées

4. Zones d'activités et commerciales

Le territoire de Grand Paris Grand Est regroupe de nombreuses zones d'activités, dont certaines sont de grandes tailles.

Ces zones sont essentiellement de deux types. Certaines ont une vocation commerciale, ce qui est notamment le cas des zones suivantes :

- Zone longeant la N3 à Livry-Gargan (regroupant notamment Leroy-Merlin et Point.P)
- Zone longeant la N302 à Villemomble (regroupant notamment Marché Frais et Castorama)

Dans ces zones, les enseignes sont très démonstratives, implantées majoritairement en toiture, en haut des façades ou au sol.



Figure 68 : Photographies d'enseignes de zones d'activités commerciales au sein du territoire

D'autres zones ont une vocation plus industrielle et n'ont pas de réel but commercial. Cela est notamment le cas des zones suivantes :

- Secteur des Platrières à Vaujours
- Zone industrielle de La Poudrette aux Pavillons-sous-Bois
- Zone industrielle Montgolfier à Rosny-sous-Bois
- Zone industrielle des Renouillères à Neuilly-Plaisance
- Zone d'activités La Varenne à Noisy-le-Grand
- Zone industrielle du port de Gournay-sur-Marne

Dans ces zones, les enseignes sont majoritairement plus discrètes qu'en zones commerciales. Toutefois, certains locaux commerciaux comportent ponctuellement des enseignes très démonstratives et nombreuses. Des enseignes vieillissantes, à renouveler, sont également présentes dans plusieurs de ces zones d'activités.





Figure 69 : Photographies d'enseignes de zones d'activités au sein du territoire

Les publicités dans ces secteurs présentent des formats et des implantations variées selon l'attractivité de la zone d'activités et son ancienneté. Les dispositifs les plus représentés sont :

- les grands panneaux scellés au sol (parfois non utilisés et hors formats) ;
- les préenseignes de petit format.

Certains secteurs ne disposent d'aucune publicité, remplacée par des relais d'informations.

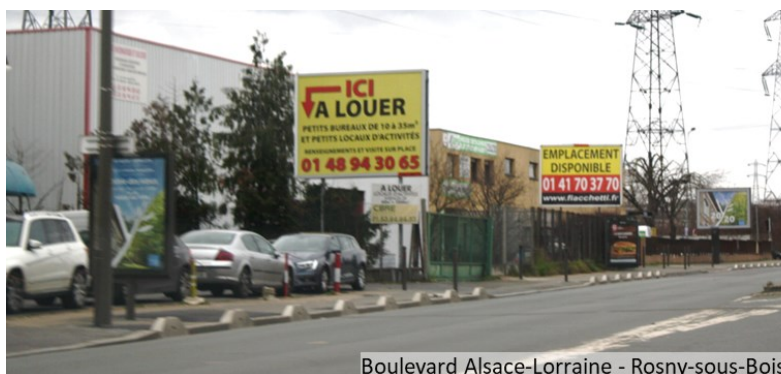


Figure 70 : Photographies de publicités dans les zones d'activités du territoire

Enjeux liés aux zones d'activités et zones commerciales

En termes d'enseignes :

- ❖ Renouveler les enseignes vieillissantes (par la suppression des non-conformités et éventuellement la définition de nouvelles dispositions réglementaires)
- ❖ Veiller à la conformité des enseignes (notamment au sol)

En termes de publicité :

- ❖ Limiter le nombre de publicités de grands formats afin de supprimer notamment les dispositifs inutilisés
- ❖ Valoriser les signalétiques ou relais d'informations afin de limiter les préenseignes

5. Principaux axes

Les axes traversants les plus fréquentés (routes nationales et départementales à fort trafic) tels que la RN3, RN 370, RN 403, D117, RN 302 ou encore la RN370 sont des secteurs privilégiés pour l'implantation des publicités et enseignes afin d'obtenir la meilleure visibilité possible sur ces dispositifs. De fait, leur densité y est importante, tout comme leur surface, notamment au sein des carrefours structurants permettant de relier les communes entre elles.

Le long de ces infrastructures routières à fort trafic, les enseignes sont plus voyantes afin de capter l'attention des automobilistes. Les types d'enseignes sont démultipliés (au sol, en façade, sur clôture) tout comme les formats.

L'affichage est majoritairement scellé au sol et de grands formats. Certains panneaux doivent, par ailleurs, être mis en conformité avec la loi Grenelle, leur surface dépassant les 12m². Les publicités de chantier ainsi que le mobilier urbain sont également de grande dimension.

C'est également le long de ces axes que le développement du numérique est le plus important. La demande pour ces dispositifs est croissante, que ce soit pour l'affichage publicitaire ou pour les enseignes.

Les dispositifs dominants sont des panneaux de grand format.



N3 - Livry-Gargan



N302-Rosny-sous-Bois



N34-Neuilly-sur-Marne

Figure 71 : Photographies de publicités le long d'axes à fort trafic du territoire

Enjeux liés aux principaux axes

En termes d'enseignes :

- ❖ Préserver la qualité paysagère des axes (notamment en entrée de ville) en adaptant le format et le nombre d'enseignes au contexte

En termes de publicité :

- ❖ Encadrer la densité et le format des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol
- ❖ Encadrer l'implantation et les formats des publicités numériques

6. Voies ferrées

Les affichages le long des voies ferrées, notamment liées à la circulation des RER E et RER A sont traités de manière assez diverses selon les communes. Dans certaines, des panneaux scellés au sol sont implantés le long de la voie, devant les piles de pont ou aux carrefours menant aux ponts qui traversent les voies. Tandis que dans d'autres communes, aucune publicité n'est présente le long du foncier SNCF.

Les secteurs de gares, autant routières que ferroviaires sont **des secteurs d'entrées de ville**. Leur intégration urbaine en termes d'affichage dépend de la typologie bâtie et routière dans laquelle elles s'inscrivent. Lorsque les gares sont positionnées dans des secteurs de centre-ville, elles sont majoritairement bien intégrées et l'affichage environnant reste limité. En revanche une partie des gares est située en secteur routier ou au niveau de carrefours importants. L'affichage y est alors assez démonstratif et de grand format. Une réflexion sur l'affichage dans ces secteurs peut être menée afin d'améliorer la qualité de ces typologies d'entrées de ville.



Figure 72 : Photographies de publicités présentes le long des voies SNCF (sur talus, ponts, bord de voies)

Enjeux liés aux voies ferrées en termes de publicité :

- ❖ Encadrer la densité et le format des dispositifs publicitaires le long des voies
- ❖ Limiter les panneaux scellés au sol au niveau des intersections avec la voie ferrée

7. Cônes de vue et secteurs de nature en ville

Les cônes de vues et les espaces de nature en ville sont des secteurs où la publicité peut avoir un impact fort.

Le relief du territoire présente quelques ondulations. Les principaux cônes de vues sont donc situés en haut de buttes.

Plusieurs grands parcs structurent le territoire (Parc départemental de la Fosse-Maussoin, Parc Lefèvre, Parc des côteaux d'Avron, Parc de la Haute-Île, Parc Jean Decesari,) et offrent des ilots paysagers qui contribuent au cadre de vie du territoire. Globalement, ces secteurs sont actuellement préservés, bien que de grands axes longent certains parcs avec de l'affichage de grand format.

Les espaces de nature en ville, les parcs, jardins, bords de Marne, mais aussi cônes de vue et panoramas, ne bénéficient pas de protections particulières au titre du code de l'environnement. Pour autant, ils n'en sont pas moins à protéger des dispositifs publicitaires. Pour de multiples raisons ils doivent bénéficier d'un statut particulier : protection du paysage, protection de l'environnement, préservation des lieux de promenade...

Si ces espaces sensibles ne sont pas particulièrement marqués par des dispositifs d'affichage aujourd'hui, une protection via le RLPi éviterait une éventuelle pollution visuelle des espaces boisés, et coupures vertes.

Une cartographie des points de vue du territoire, issue des données du Scot Métropolitain et du PLUi est présentée figure 75, page 86.



Figure 73 : Photographies de différents cônes de vues sur le territoire actuellement protégés de l'affichage excessif



Figure 74 : Photographies d'un cône de vue actuellement bloqué par de l'affichage excessif

Enjeux liés aux cônes de vue et secteurs de nature en termes de publicité :

- ❖ Préserver les vues paysagères en limitant les formats publicitaires dans ces secteurs
- ❖ Veiller à limiter l'affichage publicitaire à proximité des parcs et espaces de nature

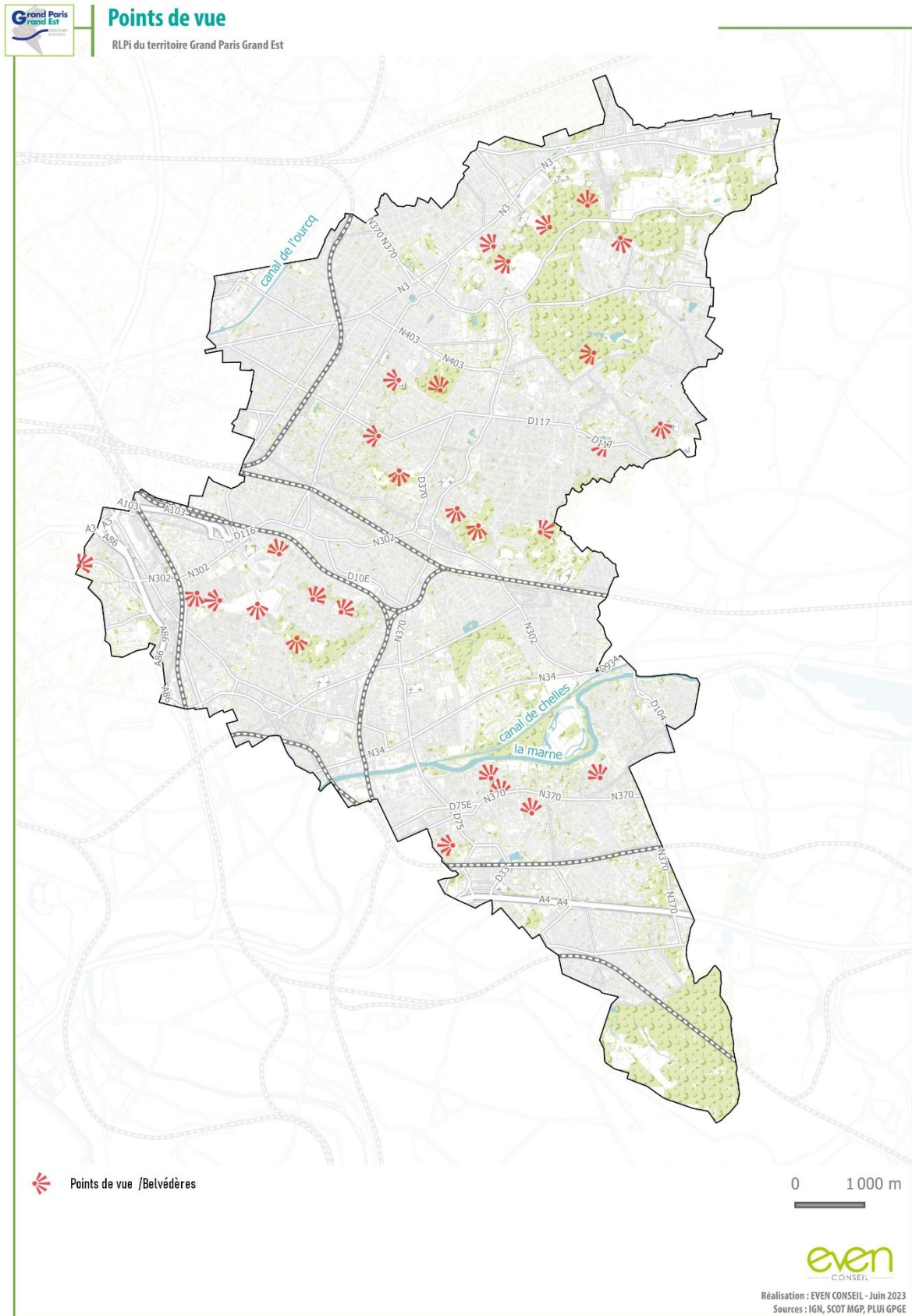


Figure 75: Carte présentant les points de vue du territoire

8. Secteurs résidentiels

Les secteurs résidentiels sont majoritairement préservés de la publicité, mais ponctuellement des panneaux de grands formats (scellés au sol pour la plupart) sont implantés dans les jardins de particuliers ou aux abords de résidences. Ces dispositifs sont souvent anciens et d'un format supérieur aux formats actuellement autorisés. Leur luminosité peut également avoir un impact très fort sur le cadre de vie.

Des enseignes d'artisans de petit format sont également présentes, majoritairement situées en clôture. Certaines sont apposées sur des clôtures non aveugles, ce qui n'est pas conforme à la réglementation nationale de publicité.



Rue de Vaujours - Coubron



Avenue des Perdrix - Montfermeil



Vaujours

Figure 76 : Photographies d'enseignes présentes en secteur résidentiel sur le territoire

Enjeux liés aux secteurs résidentiels**En termes d'enseignes :**

- ❖ Maintenir l'activité économique existante en zone résidentielle par une réglementation adaptée aux activités rencontrées

En termes de publicité :

- ❖ Limiter les dispositifs de grands formats dans les secteurs résidentiels
- ❖ Encadrer les dispositifs lumineux dont l'impact peut être très fort dans ces secteurs
- ❖ Mettre en conformité les dispositifs existants

IV. Cartes d'enjeux

L'ensemble du diagnostic a permis d'aboutir à la réalisation de cartes d'enjeux liés aux enseignes et aux publicités.

1. Carte d'état des lieux et enjeux en matière de publicités

La carte liée aux publicités a été établie grâce au recensement des dispositifs publicitaires réalisé par Sogefi.

Ce recensement a permis de localiser des axes présentant une surdensité publicitaire marquée par un nombre important de dispositifs de grands formats (ayant des surfaces supérieures à 8m²). Cette surdensité est notamment importante dans les secteurs où les dispositifs de mobilier urbain se cumulent à des dispositifs sur parcelles privées.

Sont ainsi particulièrement marqués par cette surdensité publicitaire les secteurs suivants :

- Le secteur de Rosny 2, ainsi que la zone commerciale le long de la D116 à Rosny-sous-Bois ;
- la RN3 aux Pavillons-sous-Bois et Livry-Gargan, ainsi que les D44 et D105 à Vaujours ;
- le carrefour entre la N370 et la D117 entre Clichy-sous-Bois, Montfermeil et Gagny ;
- la N 302 à Gagny et Neuilly-sur-Marne ;
- la N 370 à Gagny, Neuilly-sur-Marne et Noisy-le-Grand.

Cette carte reprend également l'ensemble des périmètres d'interdictions absolues et relatives dans lesquels la question de l'affichage publicitaire nécessite une réflexion particulière pour éventuellement réintroduire certains types de dispositifs publicitaires dans certains secteurs.

2. Carte d'état des lieux et enjeux en matière d'enseignes

La carte liée aux enseignes a été établie grâce à un travail de terrain réalisé par les équipes d'Even Conseil. Cette analyse a permis de qualifier chaque typologie commerciale et ainsi les besoins particuliers d'enseignes qui y sont associés. Sont ainsi déclinés les secteurs d'enjeux particuliers liés aux enseignes et présentés dans la partie précédente :

- les centralités commerçantes de chaque commune ;
- les polarités commerciales secondaires identifient des regroupements ponctuels de cellules commerciales ;
- les axes commerçants regroupent les polarités commerciales structurées autour d'axes au trafic important ;
- les zones d'activités sont séparées en deux selon leur caractère commercial ou non. Leur caractère commercial a notamment été apprécié par le type d'activités présentes dans la zone, ainsi que la démonstrative des enseignes.

Ces cartes, en identifiant des secteurs aux besoins particuliers ont constitué une base de travail commun à toutes les communes menant à un zonage apportant une réglementation adaptée à chaque activité.

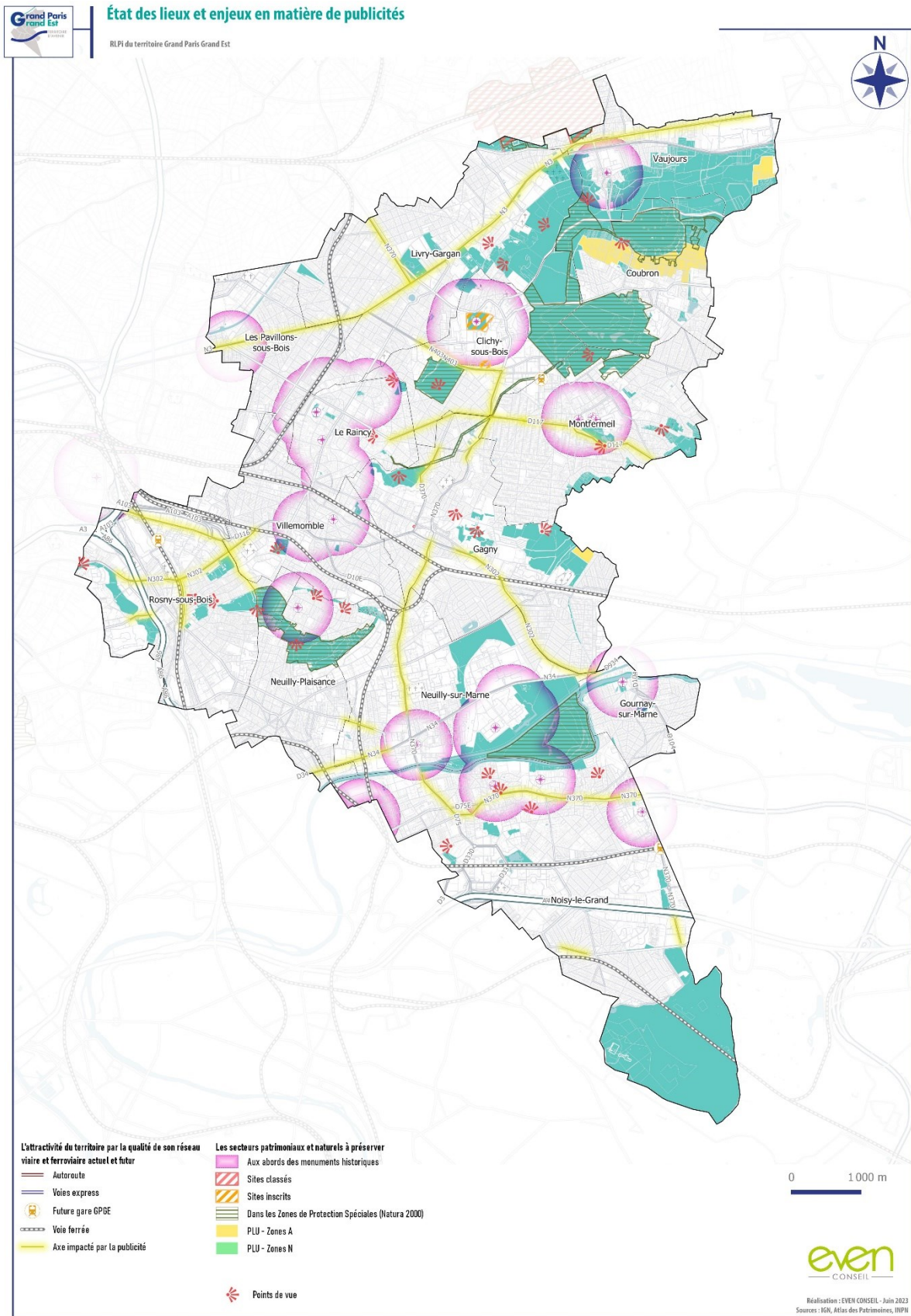


Figure 77: Carte présentant les enjeux en matière de publicité sur le territoire

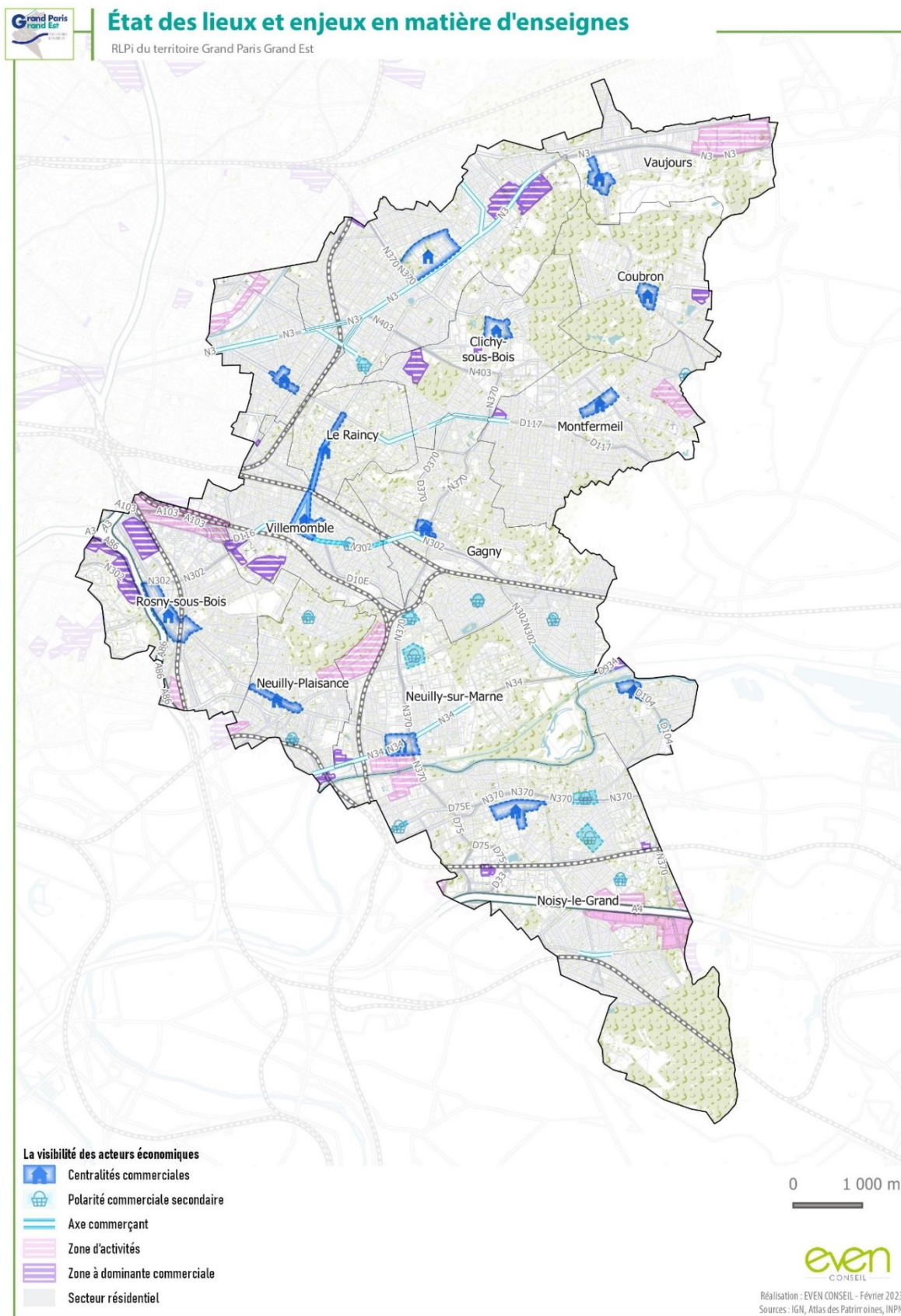


FIGURE 78: CARTE PRÉSENTANT LES ENJEUX EN MATIÈRE D'ENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE



ÉTABLISSEMENT PUBLIC TERRITORIAL

CLICHY-SOUS-BOIS · COUBRON · GAGNY · GOURNAY-SUR-MARNE · LE RAINCY
LES PAVILLONS-SOUS-BOIS · LIVRY-GARGAN · MONTFERMEIL · NEUILLY-PLAISANCE
NEUILLY-SUR-MARNE · NOISY-LE-GRAND · ROSNY-SOUS-BOIS · VAUJOURS · VILLEMOMBLE



2 ORIENTATIONS

Dans le cadre de l'élaboration du RLPI de Grand Paris Grand Est, des orientations ont été élaborées et débattues en conseil de territoire et au sein des conseils municipaux en vue de guider la rédaction du règlement. Ces orientations se déclinent en 6 grands axes définissant les objectifs à atteindre à l'intérieur desquels est mobilisé un certain nombre de leviers permettant de répondre aux objectifs.

1. Préserver les abords des grandes coupures vertes telles que le Bois Saint-Martin, la Marne et le parc de la Haute Ile ou encore la forêt de Bondy, ainsi que le long des axes longeant des zones ouvertes ou présentant des cônes de vue

- **Interdire la publicité, même de petits formats** aux abords des secteurs de nature, des espaces ouverts et dans les cônes de vue



Vaujours

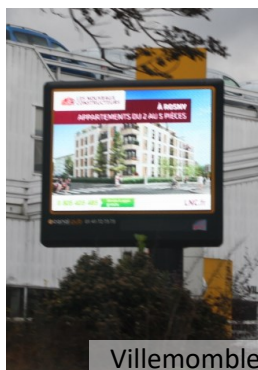


Clichy-sous-Bois



Coubron

- **Interdire les supports numériques aux abords des grands espaces de nature**



Villemomble



Neuilly-sur-Marne

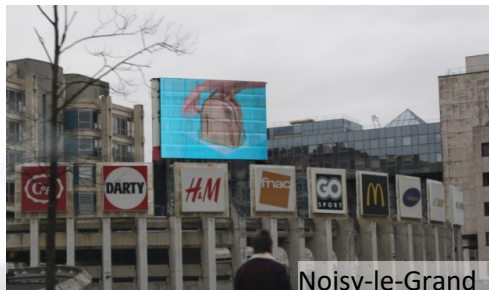
Interdire les dispositifs numériques dans les rues longeant les grands espaces de nature, ainsi qu'aux abords des parcs tels que celui de la Fosse-Maussoin, celui du plateau ou encore du parc Lefèvre

2. Améliorer l'insertion de chaque secteur commercial et d'activités en répondant à leurs besoins particuliers

- **Proposer une réglementation particulière pour les enseignes des centres commerciaux** ayant des besoins particuliers, notamment pour l'affichage de l'enseigne générale du centre



Rosny-sous-Bois



Noisy-le-Grand

Adapter les règles de format et d'implantation aux spécificités des différentes formes bâties de ces centres ainsi qu'aux enjeux de préservation environnementale

- **Réglementer les enseignes des polarités secondaires de manière aussi qualitative que celles des centres-villes** de manière à valoriser l'ensemble du commerce de détail



Gagny



Gournay-sur-Marne

Encourager une bonne intégration des enseignes aux façades

Limiter les enseignes au sol ou sur clôture en nombre et en format

- **Valoriser les zones d'activités en autorisant des typologies d'enseignes adaptées aux typologies bâties de ces secteurs, tout en limitant le nombre et les formats d'enseignes**



Noisy-le-Grand

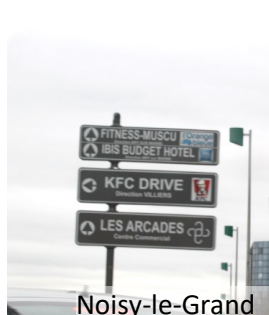


Neuilly-sur-Marne

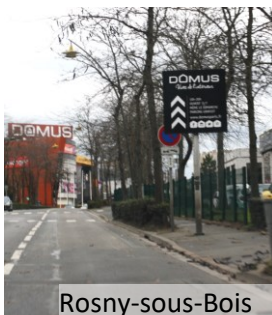
Proposer des dispositions particulières pour les enseignes en façade

Limiter en nombre et format les enseignes sur clôture et au sol

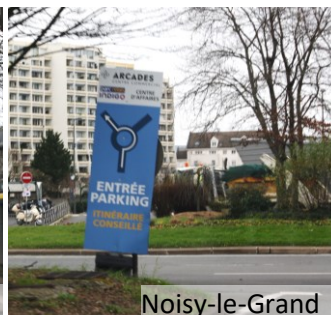
- **Veiller à proposer une typologie d’affichage adaptée au contexte urbain environnant, notamment pour les préenseignes aux abords des zones d’activités et centres commerciaux**



Noisy-le-Grand



Rosny-sous-Bois



Noisy-le-Grand

Valoriser le fléchage uniformisé par rapport aux préenseignes de chaque activité

3. Améliorer la lisibilité des fronts commerciaux, notamment le long des grandes routes nationales commerciales (telles que la N3, la N34, ou la N302), en promouvant une dédensification de l’affichage (autant publicitaire que des enseignes)

- **Limiter les enseignes au sol le long des linéaires commerçants** en limitant notamment les formats et les typologies d’enseignes au sol



Gagny



Les Pavillons-sous-Bois



Livry-Gargan

Définir des règles de format et d’implantation permettant aux enseignes de gagner en lisibilité globale et donc de limiter les surenchères de formats

- **Limiter les formats et la densité publicitaire** le long des routes nationales afin de limiter l’effet de surdensité d’affichage et améliorer ainsi la visibilité des enseignes



N34-Neuilly-sur-



Les Pavillons-sous-

Eviter l’implantation de dispositifs de grands formats devant les cellules commerciales afin de limiter la surenchère de formats

Limiter la densité des dispositifs publicitaires afin d’améliorer la visibilité des commerces

4. Valoriser les perceptions des centres-villes et secteurs patrimoniaux par une meilleure harmonie entre les enseignes et une limitation de la publicité

- Définir des règles permettant de mieux intégrer les enseignes aux façades commerçantes et ainsi d'aboutir à une meilleure harmonie au sein des linéaires commerçants



Gagny

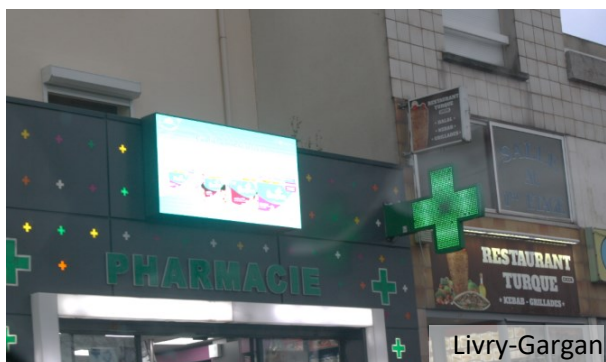


Gournay-sur-Marne

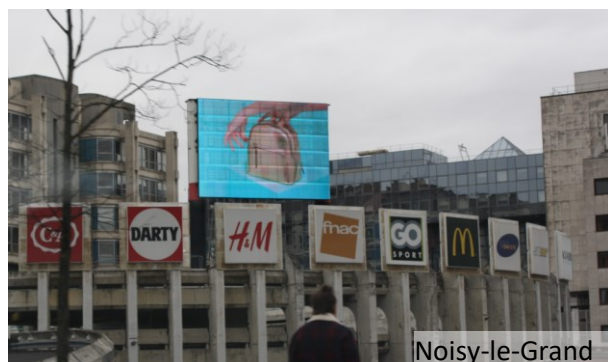


Le Raincy

- Anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique (enseignes et publicité) par des restrictions fortes et des interdictions dans les périmètres des abords



Livry-Gargan



Noisy-le-Grand

- Limiter la publicité en maintenant l'interdiction aux abords immédiats des monuments historiques et en ne réintroduisant pas de formats supérieurs à 2 m² dans le reste du champ de covisibilité.



Les Pavillons-sous-Bois



Neuilly-Plaisance

5. Préserver les secteurs résidentiels par une limitation des dispositifs publicitaires

- Limiter en nombre et en format les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol dans les secteurs résidentiels



Neuilly-sur-Marne



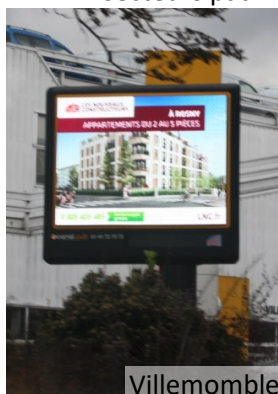
Vaujours

Intégrer des règles de densité empêchant l'accumulation de supports publicitaires dans de petites parcelles

Limiter les formats publicitaires au sein des secteurs résidentiels

6. Anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique

- Limiter les possibilités d'implantation des dispositifs publicitaires lumineux et notamment dans l'ensemble des secteurs à préserver (secteurs de nature, secteurs résidentiels et secteurs patrimoniaux)



Villemomble

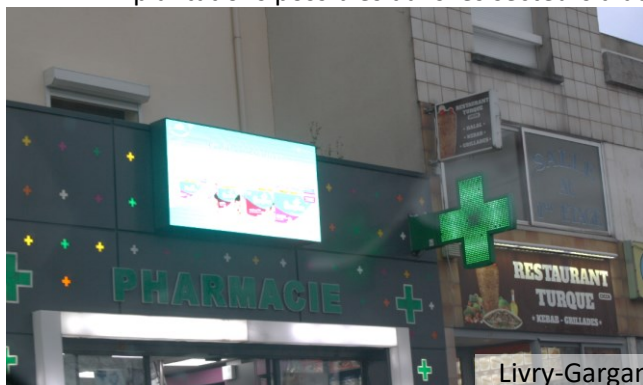


Rosny-sous-Bois

Interdire l'affichage numérique dans les secteurs à préserver

Limiter les formats et typologies d'implantations dans les secteurs d'autorisation

- Interdire les enseignes numériques sur la majorité du territoire et préciser les formats et implantations possibles dans les secteurs d'autorisation



Livry-Gargan



Noisy-le-Grand

- Etendre la plage d'extinction nocturne



ÉTABLISSEMENT PUBLIC TERRITORIAL

CLICHY-SOUS-BOIS · COUBRON · GAGNY · GOURNAY-SUR-MARNE · LE RAINCY
LES PAVILLONS-SOUS-BOIS · LIVRY-GARGAN · MONTFERMEIL · NEUILLY-PLAISANCE
NEUILLY-SUR-MARNE · NOISY-LE-GRAND · ROSNY-SOUS-BOIS · VAUJOURS · VILLEMOMBLE



3 EXPLICATION DES CHOIX RETENUS

I. Explication des choix retenus pour la délimitation des zones.

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

L'état des lieux, les enjeux caractérisés sur le territoire lors du diagnostic sur les grands types de secteurs et les orientations stratégiques retenues par Grand Paris Grand Est en matière d'affichage ont conduit à identifier cinq zones de publicités sur le territoire avec des règles particulières pour les publicités et les enseignes.

1. Définition des zones

❖ Choix des zones de publicité en lien avec les enjeux du diagnostic et les orientations stratégiques

L'état des lieux du territoire et la mise en évidence des enjeux dans le cadre du diagnostic ont permis de faire émerger plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux spécifiques. Ces zones répondent à des enjeux paysagers distincts et hiérarchisés en fonction de l'impact de la publicité et des enseignes. Ces secteurs font l'objet de **zones de publicité (ZP)**, pour lesquelles des règles spécifiques ont été définies et travaillées afin de répondre aux enjeux identifiés localement et spécifiques à l'affichage extérieur.

Ainsi, **cinq zones de publicité (ZP)** sont instituées sur le territoire intercommunal

Secteurs d'enjeux	Orientation du RLPI correspondante	Zone de publicité
Secteurs paysagers et naturels	Axe 1- Préserver les abords des grandes coupures vertes telles que le Bois Saint-Martin, la Marne et le parc de la Haute Ile ou encore la forêt de Bondy, ainsi que le long des axes longeant des zones ouvertes ou présentant des cônes de vue	ZP0
Secteurs résidentiels et centres-villes : <i>Zones de centres-villes, polarités secondaires, secteurs résidentiels, secteurs en mutation vers de la mixité entre résidentiel et polarité</i>	Axe 4 - Valoriser les perceptions des centres-villes et secteurs patrimoniaux par une meilleure harmonie entre les enseignes et une limitation de la publicité Axe 5 – Préserver les secteurs résidentiels par une limitation des dispositifs publicitaires	ZP1
Axes routiers présentant des enjeux de visibilité importants Quais de gare ferroviaire et	Axe 3 - Améliorer la lisibilité des fronts commerciaux, notamment le long des grandes routes nationales commerciales (telles que la N3, la N34, ou la N302), en promouvant une dé-densification de l'affichage (autant publicitaire que des enseignes)	ZP2

Secteurs d'enjeux	Orientation du RLPi correspondante	Zone de publicité
station de la ligne de tramway des Coquetiers		
Zones d'activités	Axe 2 - Améliorer l'insertion de chaque secteur commercial et d'activités en répondant à leurs besoins particuliers	ZP3a
Zones commerciales		ZP3b

Le zonage numérique se superpose par ailleurs aux cinq zones complétant les enjeux existants.

2. Explication de la délimitation de la zone de publicité ZP0 – secteurs paysagers et naturels

❖ Délimitation

Une zone spécifique est dédiée à la protection des secteurs patrimoniaux, naturels ou sensibles, qui présentent des enjeux spécifiques du fait de leur caractère historique, de leur valeur paysagère, écologique ou patrimonial.

Les espaces de nature (plus ou moins aménagés) comme les grands parcs ou les bords des cours d'eau et canaux sont appréhendés **en tant qu'éléments du paysage et du cadre de vie** mais également pour leur valeur écologique. Il s'agit de repérer ces zones naturelles pour les tenir à l'abri de toute prolifération publicitaire pouvant entraîner une dégradation des perceptions proches et lointaines des paysages, mais également des destructions et perturbations d'habitats et d'espèces lors de l'installation et du fonctionnement des dispositifs de jour et de nuit.

Par ailleurs, au-delà de son rôle dans la préservation de la biodiversité, la place de la nature en ville connaît aujourd'hui une importante reconnaissance pour les services écologiques et sociaux qu'elle rend aux habitants (adaptation au changement climatique, qualité du tissu urbain vécu, performance énergétique de l'habitat, etc.). Dans un territoire urbain contraint, la place de la nature en ville doit être préservée et renforcée. C'est pourquoi la ZP0 protège ces espaces de nature.

Ces grands espaces de nature offrent également des points de vue sur le territoire. L'interdiction de la publicité en ZP0 participe à la préservation du paysages et des cônes de vue.

Les abords des voies ferrées participant à la perception du territoire via le transport ferroviaire sont protégés à ce titre.

La ZPO couvre ainsi les secteurs à forte valeur patrimoniale ou naturelle situés à l'intérieur de l'agglomération, suivants :

- Les grands parcs et espaces verts du territoire suivants :

Promenade de la Dhuis	Clichy-sous-Bois, Montfermeil, Gagny, Le Raincy
Parc départemental de la Fausse Maussoin	Clichy-sous-Bois
Parc de la Mairie	Clichy-sous-Bois
Parc Courbet	Gagny
Parc Forestier du Bois de l'Etoile	Gagny
Parc du Lac de la Maison Blanche	Gagny
Parc des Friches	Livry-Gargan
Parc Pierre Bérégovoy	Livry-Gargan
Square Ahmed-Merabet	Livry-Gargan
Parc Forestier de la Poudrerie	Livry-Gargan
Parc Lefèvre	Livry-Gargan
Parc Vincent Auriol	Livry-Gargan
Parc Arboretum	Montfermeil
Parc des Coteaux d'Avron	Neuilly-Plaisance
Promenade André Devambez	Neuilly-Plaisance
Parc du Croissant Vert	Neuilly-sur-Marne
Parc départemental de la Haute-Ile	Neuilly-sur-Marne
Parc de la Butte Verte	Noisy-le-Grand
Parc Louis Antoine de Bougainville	Noisy-le-Grand
Parc de Villefix	Noisy-le-Grand
Parc Jean Deceseri	Rosny-Sous-Bois
Golf	Rosny-Sous-Bois
Parc Jean-Pierre Jousseman	Vaujours
Parc de la Garenne	Villemomble
Parc Jean Mermoz	Villemomble
Parc René Martin	Villemomble

- Les abords du canal de l'Ourcq, du canal de Chelles et de la Marne
- Les abords des voies ferrées (hors secteurs de gare)

❖ Principes réglementaires

Les dispositions retenues pour assurer la préservation des secteurs naturels et paysagers sont développées dans les chapitres suivants.

Pour les publicités, les principes de réglementation suivants sont retenus :

- Toute publicité est interdite en ZPO (Publicité sur mobilier urbain, publicité murale, sur bâche de chantier, bâche publicitaire, dispositif de dimensions exceptionnelles) à l'exception des dispositifs qui ne peuvent être interdits par le RLPi.
- Par ailleurs, le règlement de cette zone ne déroge pas à l'article L581-8 du Code de l'Environnement et maintient l'interdiction de toute publicité dans cette zone à l'intérieur des sites inscrits et aux abords des monuments historiques.

- Les dispositifs de petits formats et les publicités à l'intérieur des vitrines ne peuvent exister que sur les très rares bâtiments présents dans ces secteurs naturels et paysagers.

Cette interdiction quasi-totale de la publicité en ZPO permet de garantir la préservation de ces espaces naturels et paysagers.

Affichage publicitaire	ZPO Secteurs paysagers et naturels
Lumineux y compris numérique	Interdit
Lumineux en vitrine	0,5m ² en surface cumulée
Sur mobilier urbain	Interdit
Mural	Interdit
Scellé au sol ou installé directement sur le sol	Interdit
Préenseigne posée au sol	1 m ² par face visible.
Préenseigne temporaire	Selon les dispositions du Code de l'environnement Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants : 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation. Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, les règles sont les mêmes que pour l'affichage permanent.
Sur palissade* de chantier	Deux dispositifs par voie bordant le chantier – surface unitaire maximale = 10,5m ²
Sur bâche de chantier	Interdit
Sur bâche publicitaire	Interdit
Dispositif de dimension exceptionnelle	Interdit
Petit format	Selon les dispositions du Code de l'environnement Surface unitaire max 1m ² . surfaces cumulées <1/10 ^{ème} de la devanture et 2m ² max.

Pour les enseignes des activités très peu nombreuses dans ces secteurs, le règlement définit les règles les plus strictes du règlement, proches de celles de la ZP1 à l'exception de celles pour les enseignes numériques qui sont interdites en ZP0, dans le respect de l'orientation de l'Axe 1.

Les enseignes en toiture sont ainsi interdites.

Un format limité des autres types d'enseignes est recherché afin d'en limiter au maximum l'impact visuel.

Enseignes	ZP0 Secteurs paysagers et naturels
Enseigne à plat sur la façade	Implantation en rez-de-chaussée Lettrage limité à une hauteur de 40cm
Enseigne en inscription sur vitrine	Lettres découpées ou sur fond transparent
Enseigne perpendiculaire	Positionnée en alignement de l'enseigne parallèle et en limite latérale de façade commerciale Limitée à 1 par voie 2,40 m hauteur minimum
	Saillie max: 0,80m Surface max: 0,60m ²
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	1 par voie - 2m ²
Enseigne sur clôture	1 par voie – 0,60*0,60 m
Enseigne en toiture	Interdite
Enseigne numérique	Interdit

3. Explication de la délimitation de la zone de publicité ZP1 – secteurs résidentiels et centres-villes

❖ Délimitation

La ZP1 inclut les tissus de centres-villes ainsi que tous les secteurs résidentiels et secteurs mixtes, ce qui en fait le zonage de publicité occupant la majorité du territoire. Ces secteurs sont porteurs en effet d'ambiances urbaines spécifiques à préserver afin de pérenniser et renforcer leur attractivité.

Au sein des zones à dominante résidentielle que couvre la ZP1, des activités économiques qui nécessitent de la visibilité peuvent siéger. Il s'agit ainsi d'encadrer les besoins potentiels de ces activités en termes d'enseignes tout en garantissant la qualité des paysages urbains à caractère résidentiel. Dans ce secteur, les règles d'enseignes et de publicité sont strictes de manière à ce que ces espaces ne soient pas dégradés par de l'affichage trop présent ou de mauvaise qualité. Les secteurs résidentiels forment une grande part du paysage urbain visible depuis les points de vie du territoire. L'interdiction des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol participe également à la préservation des paysages et des cônes de vue. Le cadre proposé à travers la ZP1 tend ainsi vers une préservation importante de ces zones, lieux privilégiés de vie pour la population.

❖ Principes réglementaires

Affichage publicitaire	ZP1 Secteurs résidentiels et centres-villes
Lumineux y compris numérique	Éclairage par projection interdit Numérique autorisé sur mobilier urbain de 2m ² uniquement dans les secteurs indiqués au plan de zonage
Lumineux en vitrine	0,5m ² en surface cumulée
Sur mobilier urbain	8 m²
Mural	Interdit
Scellé au sol ou installé directement sur le sol	Interdit
Préenseigne posée au sol sur le domaine public	1 m ² par face visible.
Préenseigne temporaire	Selon les dispositions du Code de l'environnement Dans les agglomérations de moins de 10 000 hab. : 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation. Dans les agglomérations de plus de 10 000 hab., les règles sont les mêmes que pour l'affichage permanent.
Sur palissade* de chantier	Deux dispositifs par voie bordant le chantier – surface unitaire maximale = 10,5m ²

Affichage publicitaire	ZP1 Secteurs résidentiels et centres-villes
Sur bâche de chantier	Selon des dispositions du Code de l'environnement, 50% max de la surface de la bâche sauf la publicité lumineuse sur bâche de chantier qui est interdite
Sur bâche publicitaire	Selon les dispositions du Code de l'environnement
Dispositif de dimension exceptionnelle	Selon les dispositions du Code de l'environnement Pas de surface maximale sauf pour la publicité numérique 50m ² max
Petit Format	Selon les dispositions du Code de l'environnement

Enseignes	ZP1 Secteurs résidentiels et de centres-villes
Enseigne à plat sur la façade	Implantation en rez-de-chaussée Hauteur limitée à 1/5 de la hauteur de la devanture*
Enseigne en inscription sur vitrine	Lettres découpées ou sur fond transparent
Enseigne perpendiculaire	Positionnée en alignement de l'enseigne parallèle et en limite latérale de façade commerciale Limitée à 1 par voie 2,40 m hauteur minimum
	Saillie max: 0,80m Surface max: 0,60m ²
Enseigne scellée au sol ou installés directement sur le sol	1 par voie - 2m ²
Enseigne sur clôture	1 par voie – 0,60*0,60 m
Enseigne en toiture	Interdite
Enseigne numérique	Autorisé uniquement dans les secteurs définis au plan de zonage autorisant la publicité numérique
	Limité à 1m ²

4. Explication de la délimitation de la zone de publicité – ZP2 – secteurs d’axes routiers et quais de gare

❖ Axes routiers

Le zonage dédié spécifiquement aux secteurs d’axes routiers, vise à mettre en cohérence l’affichage disposé le long de voies empruntées par un flux quotidien important de véhicules motorisés. Sur ces secteurs, l’objectif est de permettre à la fois la préservation du cadre paysager et une bonne lisibilité des affichages perçus depuis les véhicules par la définition de règles de formats et de densité claires.

Ainsi, par la définition de règles spécifiques sur des axes identifiés au zonage, il s’agit d’assouplir ponctuellement les règles définies par le RLPi, là où le contexte paysager le permet, sans pour autant assouplir les règles de publicité sur l’ensemble du territoire.

Tandis que la ZP1 qui couvre la majorité des axes routiers du territoire n’autorise la publicité que sur mobilier urbain, les quelques axes ciblés dans le RLPi en ZP2, en moyenne plus larges, autorisent des implantations murales et scellées au sol ainsi que des formats de publicité ponctuellement plus importants.

Ces axes ont été retenus en tenant compte des caractéristiques du tissu urbain qu’ils traversent et la densités des dispositifs publicitaires et des enseignes, en vue de concilier l’objectif de lisibilité des fronts commerciaux et la préservation des secteurs résidentiels.

Les axes et tronçons concernés par la ZP2 sur le territoire sont présentés dans le tableau suivant :

Ville	Nom Rue	Rue complète	Début Côté pair	Fin Côté pair	Début Côté impair	Fin Côté impair
Gagny	Rue Aristide Briand	Non	18 Rue Aristide Briand	53 Rue Georges Rémond	7 Rue Aristide Briand	91 Rue Aristide Briand
Gagny	Rue Parmentier (puis Avenue du Président Pompidou)	Non	4 Rue Parmentier	666062,23 6864750,57	5 Rue Parmentier	24 Avenue du Président Pompidou
Gagny	Tronçons de la rue Jules Guesde	Non	128 Tronçons de la rue Jules Guesde	666901,24 6864190,48	103 Tronçons de la rue Jules Guesde	96 rue du Chemin de Fer
Les Pavillons-sous-Bois	Allée de Monthyon	Non	32 Allée de Monthyon	Fin de rue	33 Allée de Monthyon	Fin de rue
Les Pavillons-sous-Bois	Avenue de Rome	Oui				
Les Pavillons-sous-Bois	Boulevard de Paris	Oui				
Les Pavillons-sous-Bois, Livry-Gargan	Avenue Aristide Briand (puis Avenue du Conseil Général Nordling ; puis Avenue du Maréchal Leclerc ; puis Boulevard de l'Europe)	Non	2 Avenue Aristide Briand	40 Boulevard de l'Europe	1 Avenue Aristide Briand	21-23 Rue Marc Sangnier, 93190 Livry-Gargan
Livry-Gargan	Avenue Eugène Masse	Oui				
Livry-Gargan	Avenue Jean Jacques Rousseau	Oui				
Livry-Gargan	Boulevard Chanzy	Oui				
Livry-Gargan	Boulevard de la République	Oui				
Livry-Gargan	Rue Marc Sangnier	Oui				
Montfermeil	Avenue Jean Jaurès	Non		186 Avenue	63 Avenue Jean Jaurès	231 Avenue Jean Jaurès

Jean
Jaurès

Montfermeil	Boulevard de l'Europe	Non	132 Boulevard de l'Europe	Fin de rue	139 Boulevard de l'Europe	Fin de rue
Montfermeil	Rue du Général Leclerc	Non	668515,7 6866840,9	Fin de rue	3 Rue du Général Leclerc	Fin de rue
Montfermeil, Gagny	Avenue de Maison Rouge	Non	666751,99 6866621,5 0	666780,7 6866602,4	1 Avenue de Maison Rouge	3 Avenue des pensées
Neuilly-sur- Marne	Boulevard du Maréchal Foch (puis Avenue du Général de Gaulle ; puis Avenue du Maréchal Leclerc)	Non	2 Boulevard du Maréchal Foch	158 Avenue du Maréchal Leclerc	2 Bd Aristide Briand	159 Avenue du Maréchal Leclerc
Noisy-le-Grand	Avenue du Pavé Neuf	Oui				
Noisy-le-Grand	Avenue Médéric	Oui				
Noisy-le-Grand	Boulevard du Levant	Oui				
Noisy-le-Grand	Boulevard du Mont d'Est	Oui				
Noisy-le-Grand	Boulevard du Rempart	Oui				
Noisy-le-Grand	Boulevard du Rû de Nesle	Oui				
Noisy-le-Grand	Route de Neuilly	Non	22 Route de Neuilly	Fin de rue	21 Route de Neuilly	Fin de rue
Noisy-le-Grand	Rue de Centre	Oui				
Noisy-le-Grand	Rue des Arcades	Oui				
Rosny-sous- Bois	Avenue du Général de Gaulle	Non	661733,1 6864552,9	Fin de rue	661680,5 6864525,9	Fin de rue
Rosny-sous- Bois	Avenue Lech Walesa	Oui				
Rosny-sous- Bois	Boulevard Gabriel Péri	Non	Début de rue	102 Boulevard Gabriel Péri	Début de rue	Pas de numéro
Rosny-sous- Bois	Rue Laennec (puis Boulevard Alsace- Lorraine ; puis Rue de Brément)	Oui				

A défaut du numéro de la rue, les coordonnées spatiales sont indiquées.

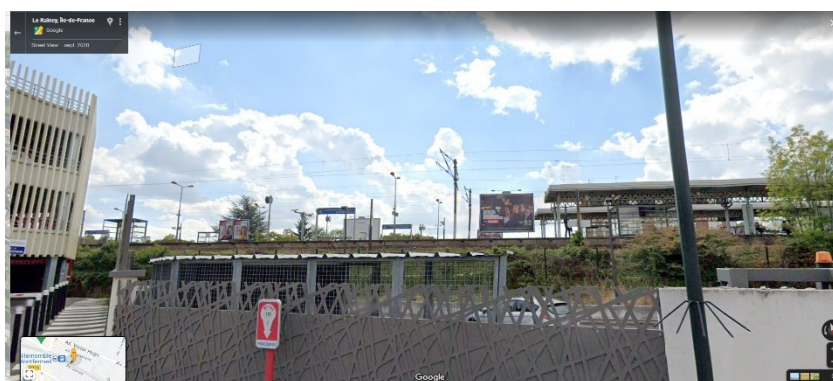
La ZP2 s'applique sur une profondeur de 20 mètres de part et d'autre des limites la voie considérée.

❖ Quais de gare

La zone ZP2 comprend également les quais de gare à ciel ouvert visibles depuis la voie publique et depuis les trains. Sur ces espaces sont disposés des dispositifs de grand format répondant à un besoin de visibilité spécifique depuis les trains. Ces quais sont donc classés en ZP2.

Les quais de gare concernés sont les suivants :

RER E	Le Chenay Gagny	Gagny
RER E	Gagny	Gagny
RER E	Le Raincy-Villemomble-Montfermeil	Le Raincy / Villemomble
RER E	Gare de Rosny Bois Perrier	Rosny-sous-Bois
RER E	Rosny-Sous-Bois	Rosny-sous-Bois
RER E	Les Yvris Noisy le Grand	Noisy-le-Grand
RER A	Neuilly-Plaisance	Neuilly-Plaisance
RER A	Noisy - Champs RER	Noisy-le-Grand
T 4	Les Coquetiers	Villemomble
T 4	Allée de la Tour Rendez-vous	Villemomble
T 4	Les pavillons-sous-bois	Les Pavillons-sous-bois
T 4	Gargan	Les Pavillons-sous-bois
T 4	Lycée Henri-Sellier	Livry-Gargan
T 4	L'Abbaye	Livry-Gargan



Un grand format visible sur les quais de la gare du Raincy

La partie de ligne du tramway T4 entre Bondy et Aulnay-sous-Bois utilise la ligne SNCF dites des Coquetiers, dont les stations ont les caractéristiques de gares ferroviaires, dans lesquelles la publicité scellée au sol peut être installée sur les quais, justifiant leur inscription en ZP2.

La partie de la ligne du tramway T4 entre Livry-Gargan et l'hôpital de Montfermeil utilise un tracé créé sur la voirie, les caractéristiques des arrêts ne justifient pas un zonage particulier.

Les parvis extérieurs des gares sont soumis aux dispositions de la zone adjacente, les talus extérieurs au droit des gares sont soumis aux dispositions de la ZP0.



❖ Principes réglementaires

Concernant la publicité et les préenseignes, la ZP2 a vocation à pouvoir accueillir des affichages. Au sein de la ZP2, qui sont des secteurs d'axes de grandes dimensions, les supports publicitaires sont autorisés jusqu'à 10,50m² dans un souci d'équilibre de formats entre publicité sur mobilier urbain et sur parcelles privées.

Affichage publicitaire	ZP2 Axes routiers / Quais de gare
Lumineux y compris numérique	Éclairage par projection interdit Numérique autorisé sur mobilier urbain de 2m ² uniquement dans les secteurs indiqués au plan de zonage
Lumineux en vitrine	0,5m ² en surface cumulée
Sur mobilier urbain	8 m ²
Mural	10,50 m ²
Scellé au sol ou installé directement sur le sol	10,50 m ² 2,5 m ² sur les quais de gare
Préenseigne posée au sol sur le domaine public	1 m ² par face visible.

Affichage publicitaire	ZP2 Axes routiers / Quais de gare
Préenseigne temporaire	Selon les dispositions du Code de l'environnement Dans les agglomérations de moins de 10 000 hab. : 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation. Dans les agglomérations de plus de 10 000 hab., les règles sont les mêmes que pour l'affichage permanent.
Sur palissade* de chantier	Deux dispositifs par voie bordant le chantier – surface unitaire maximale = 10,5m ²
Sur bâche de chantier	Selon des dispositions du Code de l'environnement, 50% max de la surface de la bâche sauf la publicité lumineuse sur bâche de chantier qui est interdite
Sur bâche publicitaire	Selon les dispositions du Code de l'environnement
Dispositif de dimension exceptionnelle	Selon les dispositions du Code de l'environnement Pas de surface maximale sauf pour la publicité numérique 50m ² max
Petit format	Selon les dispositions du Code de l'environnement Surface unitaire max 1m ² . surfaces cumulées <1/10 ^{ème} de la devanture et 2m ² max.

Enseignes	ZP2 Axes routiers et quais de gare
Enseigne à plat sur la façade	Implantation en RDC ou dans le quart supérieur de la façade si l'activité occupe la totalité de l'immeuble Hauteur limitée à 1/5 de la hauteur de la devanture Ou Hauteur limitée à ½ étage pour une activité occupant la totalité d'un immeuble
Enseigne en inscription sur vitrine	15% de la surface vitrée
Enseigne perpendiculaire	Positionnée en alignement de l'enseigne parallèle et en limite latérale de façade commerciale Limitée à 1 par voie 2,40 m hauteur minimum
	Saillie max: 1m Surface max: 1m
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	1 par voie - 4m ²
Enseigne sur clôture	1 par voie – 2m ²
Enseigne en toiture	Interdite

Enseignes	ZP2 Axes routiers et quais de gare
Enseigne numérique	Autorisé uniquement dans les secteurs définis au plan de zonage autorisant la publicité numérique
	Limité à 2m²

5. Explication de la délimitation de la zone de publicité – ZP3a et ZP3b – Zones d’activités ou commerciales

Les zones d’activités du territoire se caractérisent par une multiplicité des dispositifs d’affichage extérieur associée à une grande diversité et multiplicité d’enseignes. Cet affichage particulier s’explique notamment par le fait que ces secteurs sont organisés de manière très différente des secteurs mixtes (bâtiments en retrait du domaine public, grands espaces ouverts dédiés au stationnement et rez-de-chaussée commerciaux de grande dimension), ce qui nécessite des supports particuliers et plus diversifiés pour leur permettre un affichage cohérent répondant à leurs besoins.

Pour améliorer globalement l’image des zones d’activités, le RLPi propose un cadre harmonisé pour l’implantation des dispositifs en leur sein. Le RLPi permet ainsi l’implantation de dispositifs publicitaires et d’enseignes adaptés aux spécificités de chaque type de zone.

❖ Délimitation de la ZP3a

La ZP3a couvre les zones d’activités industrielles ou artisanales n’ayant pas une visée commerciale et qui présentent donc des enjeux modérés en termes d’affichage. Cette zone inclut notamment les zones suivantes :

- | | |
|--|--------------------------------------|
| - Zone industrielle des Plâtrières | Vaujours |
| - Zone industrielle de La Poudrette | Les Pavillons-sous-Bois |
| - Zone d’activités de Vaucanson | Montfermeil |
| - Zone industrielle Montgolfier | Rosny-sous-Bois |
| - Zone d’activités La Garenne | Villemomble |
| - Zone industrielle des Renouillères | Neuilly Plaisance |
| - Zone d’activités de la fontaine du vaisseau | Neuilly Plaisance |
| - Zone industrielle des Chanoux | Neuilly-Plaisance, Neuilly-sur-Marne |
| - Zone d’activités des Bords de marne | Neuilly-Plaisance |
| - Zone d’activités La Varenne | Noisy-le-Grand |
| - Usine des eaux | Neuilly-sur-Marne |
| - Zone industrielle du port de Gournay-sur-Marne | Gournay-sur-Marne |
| - Zone industrielle des Richardets | Noisy-le-Grand |
| - Zone d’activités La Garenne | Rosny-sous-Bois |

❖ Délimitation de la ZP3b

La ZP3b couvre les zones commerciales plus « expressives » en termes de nombre et de dimension d’affichage. Elle inclut les centres commerciaux suivants :

- | | |
|---|-------------------------|
| - Centre commercial des Berges de l’Ourcq | Les Pavillons-sous-Bois |
| - Zone commerciale Clichy 2 | Clichy-sous-Bois |
| - Centre commercial des Sept Iles | Montfermeil |
| - Zone d’activités commerciale des Près | Coubron |

- | | |
|--|-------------------|
| - Centre commercial Rosny 2 | Rosny-sous-Bois |
| - Centre commercial Domus | Rosny-sous-Bois |
| - Zone d'activités commerciale du Plateau | Villemomble |
| - Centre commercial du Baobab | Neuilly-sur-Marne |
| - Zone d'activités commerciale de la pointe de Gournay | Gournay-sur-Marne |
| - Centre commercial Les Arcades | Noisy-le-Grand |
| - Secteur commercial de l'OIM Noisy-Pôle-Gare | Noisy-le-Grand |
| - Secteur commercial du Fort | Noisy-le-Grand |

❖ Principes réglementaires

Affichage publicitaire	ZP3a Zones d'activités	ZP3b Zones commerciales
Lumineux y compris numérique	Eclairage par projection interdit Numérique autorisé sur mobilier urbain de 2m ² uniquement dans les secteurs indiqués au plan de zonage	
Lumineux en vitrine	0,5m ² en surface cumulée	1 m ²
Sur mobilier urbain	8 m ²	8 m ²
Mural	2,50 m ²	10,50 m ²
Scellé au sol ou installé directement sur le sol	2,50 m ²	10,50 m ²
Préenseigne posée au sol sur le domaine public	1 m ² par face visible.	
Préenseigne temporaire	Selon les dispositions du Code de l'environnement Dans les agglomérations de moins de 10 000 hab. : 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation. Dans les agglomérations de plus de 10 000 hab., les règles sont les mêmes que pour l'affichage permanent.	
Sur palissade* de chantier	Deux dispositifs par voie bordant le chantier – surface unitaire maximale = 10,5m ²	
Sur bâche de chantier	Selon des dispositions du Code de l'environnement, 50% max de la surface de la bâche sauf la publicité lumineuse sur bâche de chantier qui est interdite	
Sur bâche publicitaire	Selon les dispositions du Code de l'environnement	
Dispositif de dimension exceptionnelle	Selon les dispositions du Code de l'environnement Pas de surface maximale sauf pour la publicité numérique 50m ² max	
Petit format	Selon les dispositions du Code de l'environnement Surface unitaire max 1m ² . surfaces cumulées <1/10 ^{ème} de la devanture et 2m ² max.	

Enseignes	ZP3a Zones d'activités	ZP3b Zones commerciales
Enseigne à plat sur la façade	Implantation en RDC ou dans le quart supérieur de la façade si l'activité occupe la totalité de l'immeuble Hauteur limitée à 1/5 de la hauteur de la devanture Ou Hauteur limitée à ½ étage pour une activité occupant la totalité d'un immeuble	
Enseigne en inscription sur vitrine	15% de la surface vitrée	
Enseigne perpendiculaire	Positionnée en alignement de l'enseigne parallèle et en limite latérale de façade commerciale Limitée à 1 par voie 2,40 m hauteur minimum	
	Saillie max: 1m Surface max: 1m	
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	1 par voie 4m ²	1 par voie 10,5m ²
Enseigne sur clôture	1 par voie – 4m ²	1 par voie – 2m ²
Enseigne en toiture	Autorisée selon RNP soit 3m si la hauteur de la façade < 15m sinon 1/5 de la hauteur de la façade 6m max	
Enseigne numérique	Autorisé uniquement dans les secteurs définis au plan de zonage autorisant la publicité numérique	
	Limité à 4m ²	

6. Explication de la délimitation du zonage numérique.

- **Limitier les possibilités d'implantation des dispositifs publicitaires lumineux et notamment dans l'ensemble des secteurs à préserver** (secteurs de nature, secteurs résidentiels et secteurs patrimoniaux)
- **Interdire les enseignes numériques sur la majorité du territoire** et préciser les formats et implantations possibles dans les secteurs d'autorisation

La publicité numérique, par sa capacité à délivrer un message dynamique, est à la fois un outil au service d'une communication économique rapide et visible et un support pouvant apporter des nuisances lumineuses dans un secteur à préserver. Le RLP, en lien avec le code de l'environnement, ne peut justifier en revanche des aspects liés à la sécurité routière.

Afin de répondre à cette ambivalence liée aux supports numériques, un encadrement très fort a été défini afin de les limiter aux seuls secteurs où ils peuvent apporter un affichage pertinent.

Ainsi sur le territoire, la publicité numérique est globalement interdite, sauf dans certains secteurs ciblés au zonage numérique. Dans ces secteurs, les besoins d’affichage municipal et commercial dynamiques ont été jugés plus importants que dans d’autres secteurs.

Cependant afin de limiter l’impact et le nombre de ces supports, **seule la publicité numérique sur mobilier urbain a été autorisée et uniquement jusqu’à des formats de 2m²**. Ces supports pouvant combiner affichage municipal et commercial permettent ainsi de ne pas multiplier les dispositifs (un support de mobilier urbain combine les deux fonctions) et de ne pas avoir des surfaces lumineuses qui modifieraient trop fortement la qualité du paysage urbain.

Toutefois, il convient de rappeler que le RLPi ne régleme nte pas l’affichage communal. Un dispositif numérique d’information communal sans publicité peut être installé partout.

Les secteurs ciblés sont notamment :

- **les secteurs de gares dans un rayon de 80m autour de l’accès ou les accès à la gare**. Dans ces secteurs de haute visibilité, l’objectif est toutefois de limiter le nombre de supports.
- **les zones commerciales**, trouvent un intérêt grandissant dans l’utilisation d’un affichage dynamique. Celui-ci apporte alors une animation et porte l’image d’un dynamisme économique. Les interfaces avec les zones d’habitation étant limitées, cette disposition est peu susceptible de nuire au cadre de vie.

II. Explication des dispositions réglementaires retenues pour les publicités et préenseignes

Afin de préserver la qualité du cadre environnemental du territoire de Grand Paris Grand Est plusieurs dispositions sont inscrites au règlement afin d'améliorer l'intégration des dispositifs dans leur environnement de manière générale.

Ainsi il est imposé que la publicité s'inscrive **dans un cadre rectiligne de forme régulière**, sans ajout ou extension ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif. Cette disposition vise à interdire l'installation de dispositifs particuliers dont le seul but serait d'attirer le regard, sans aucune prise en compte de l'environnement paysager dans lequel ils s'inscriraient.

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

1. Réintroduction de la publicité aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine.

Les secteurs ZP0 et ZP1 sont ponctués d'éléments patrimoniaux et architecturaux dont certains sont Monuments Historiques ainsi que des sites inscrits

Comme présenté dans la Partie Diagnostic / Chapitre 3 Le Cadre réglementaire / II. Les périmètres environnementaux et urbains/ Périmètres environnementaux/ Interdiction relative, l'article L.581-8 du code de l'environnement interdit la publicité notamment :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;

(...)

4° Dans les sites inscrits ;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;

(..)

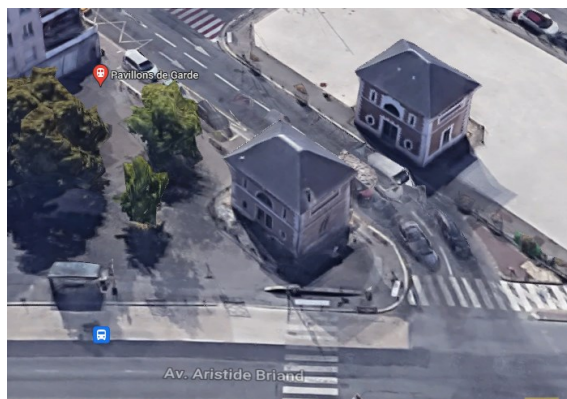
8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1. Soient les zones Natura 2000

L'article L.581-8 du code de l'environnement permet de déroger à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité.

Le RLPI de Grand Paris Grand Est déroge à cette interdiction et réintroduit la publicité aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine et dans les sites inscrits situés en ZP1.

Cette réintroduction de la publicité aux abords des monuments historiques est assortie de conditions qui permettent de limiter fortement son impact sur les abords :

- Elle est **limitée à la publicité sur mobilier urbain**. Les différents mobiliers urbains apportent un service à la population que la publicité permet de financer et leur implantation aux abords d'un monument historique est parfois nécessaire.
- Tous les autres modes de publicité extérieure demeurent interdits : (faire la liste exhaustive, jusqu'au petits formats)
- La publicité doit être située à **plus de 30 mètres du monument historique**, à l'exception de la publicité sur les abris-voyageurs. Cette distance permet de préserver les abords immédiats des monuments historiques. Elle ne s'applique pas aux abris-voyageurs. Il existe en effet un nombre très limité d'abris-voyageurs implantés très proches d'un monument historique (arrêt La Fourche aux Pavillons-sous-Bois). Le choix du RLPI est de ne pas mettre en cause ces implantations.



Localisation de l'abri-voyageur La Fourche aux Pavillons-sous-Bois

- La surface unitaire de la publicité sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, est limitée à **2 m²**. Ce format réduit permet de limiter fortement l'impact de ces dispositifs.
- Elle ne s'applique pas en ZPO, dans laquelle la publicité sur mobilier urbain est interdite.

Ainsi, la publicité est autorisée aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine en cohérence avec **l'objectif de valorisation de la perception des centres-villes et secteurs patrimoniaux** par la limitation de la publicité. Les communes, dans le cadre des concessions de mobilier urbain, ont la maîtrise de l'implantation des dispositifs et peuvent appliquer des règles plus contraignantes.

2. Publicité lumineuse et numérique.

La publicité lumineuse se divise, dans le Code de l'environnement, en trois catégories :

- la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ;
- la publicité numérique, sous-catégorie de la précédente.

Le règlement prévoit d'autoriser ces dispositifs, mais de les encadrer de deux manières :

- en définissant **des horaires d'extinction nocturne étendus** de 23h à 6h permettant de limiter l'impact de la luminosité de ces dispositifs sur l'environnement dès lors que l'activité du secteur ne justifie plus de maintenir la luminosité des dispositifs ;
- en limitant l'implantation des dispositifs numériques (qui sont jugés les plus impactants pour l'environnement) à **de petits formats de 2m² et à des secteurs limités**.

Afin de favoriser l'intégration des dispositifs dans leur environnement et limiter les dispositifs complémentaires aux supports publicitaires eux-mêmes, l'éclairage par projection (qui nécessite l'installation d'une rampe surplombant le panneau) a été interdit. Les seules publicités lumineuses autorisées sont les publicités éclairées par projection ou les publicités numériques sur mobilier urbain.

Conformément à l'article L.581-14-4 du Code de l'Environnement **introduit par la loi Climat et Résilience promulguée en août 2021**, le RLPi prévoit également des prescriptions pour les dispositifs lumineux et numériques installés à l'intérieur des vitrines et des baies des locaux commerciaux. En cohérence avec la plage d'extinction définie pour les autres dispositifs, celle-ci est également fixée de 23h à 6h. Par ailleurs, en accord avec les enjeux ayant conduit à la définition des zones de publicités, le RLPi fixe des surfaces cumulées maximales limitées à :

- 0,5m² en ZP0 , en ZP1, en ZP2 et ZP3a ;
- 1m² ZP3b ;

Cette surface autorisée doit ainsi permettre l'expression publicitaire et commerciale sans pour autant dénaturer la qualité des vitrines et des ambiances commerciales dont le caractère qualitatif est recherché sur l'ensemble du territoire.

3. Publicité sur mobilier urbain.

Le Code de l'Environnement distingue cinq types de supports de mobilier urbain susceptibles d'accueillir de la publicité à titre accessoire :

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

En **ZP0 tout type de publicité sur mobilier urbain est interdite** afin de valoriser les espaces patrimoniaux et paysagers où s'applique ce zonage.

Dans les autres zones, la publicité sur mobilier urbain (et particulièrement le mobilier dont une face reçoit de la publicité) **est limitée à un format de 8m²**. Toutefois un format réduit en ZP1 sera privilégié par les communes, le format supérieur ayant vocation à s'adapter aux dimensions des axes et des zones d'activités où ces supports seront installés. Les axes au sein de ces secteurs étant plus larges, une dimension plus importante sera possible car considérée comme aillant un impact environnemental similaire à un dispositif de petit format dans une rue étroite.

4. Publicités et préenseignes murales.

Les publicités murales s'installent sur des supports déjà existants. On peut considérer qu'elles ont un impact sur l'environnement moindre que celui des dispositifs publicitaires scellés au sol étant donné qu'elles n'ajoutent pas de supports et que leur implantation est conditionnée à la présence de murs pignons.

Afin de préserver les secteurs où les protections les plus fortes ont été recherchées, ce type de publicité est interdit en ZP0 et ZP1.

Les dispositifs muraux ont donc été admis uniquement dans les zones ZP2 et ZP3 du territoire.

Le règlement intègre des dispositions afin de préserver la qualité du bâti sur lequel ces dispositifs s'insèrent :

- Supports de pose : l'interdiction du maintien des dispositifs de pose a pour objectif de limiter la surcharge visuelle de chaque dispositif. Actuellement de nombreux dispositifs publicitaires sont entretenus **sans recours au maintien de passerelles ou échelles**, ce qui leur offre une intégration de bien meilleure qualité. C'est ce vers quoi souhaite tendre l'EPT pour l'ensemble des dispositifs publicitaires.
- Implantation : une **interdiction de masquer des éléments de composition architecturale** a été définie afin que la publicité ne nuise pas à la qualité du bâti sur le territoire.
Un recul de 50cm par rapport à toute arrête est exigé pour l'implantation de dispositifs muraux. Cette disposition a pour but de protéger les éléments d'architecture et d'éloigner les dispositifs publicitaires (qui intègrent souvent des éléments lumineux) des fenêtres de la façade perpendiculaire de manière à limiter l'impact de la luminosité sur les habitants.
Hauteur : Une **hauteur maximale de 6m** est définie afin d'uniformiser les hauteurs maximales entre publicité au sol et murale.
- Densité : un **seul dispositif** est admis par unité foncière afin d'éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné.
- Format : Un **maximum de recouvrement de 30%** du mur est définie de manière à limiter les implantations sur les petits murs et maintenir un affichage proportionné par rapport au bâti.

Au sein de la ZP2, qui sont des secteurs d'axes de grandes dimensions, les supports publicitaires sont autorisés jusqu'à 10,50m² dans un souci d'équilibre de formats entre publicité sur mobilier urbain et sur parcelles privées.

Au sein de la ZP3, les formats sont adaptés aux usages en cours en termes d'affichage. Le format est ainsi limité à 2m² en ZP3a (secteur couvrant les zones d'activités non commerciales) et est porté à 10,50m² au sein des zones d'activités commerciales, secteurs éloignés des zones d'habitations dont l'impact sur le cadre de vie est limité.

5. Dispositifs publicitaires et préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol.

Les dispositifs scellés au sol ont été admis uniquement en ZP2 et ZP3 et en ZP1 sur mobilier urbain uniquement. Cependant, afin de préserver la qualité des secteurs environnementaux dans lesquels ces dispositifs s'insèrent, certaines dispositions ont été intégrées :

- Supports de pose : **les dos des dispositifs simple face** doivent être habillés afin d'encourager la mise en place de supports de qualité plutôt que de supports installés à l'économie, sans prise en compte de l'environnement.
Dans la même logique les dispositifs doivent être à flanc fermé, interdisant de fait les supports implantés en V.
Les dispositifs de scellement doivent être enterrés de manière à intégrer au mieux les supports à leur environnement.
- Implantation : La distance aux limites séparatives est agrandie de manière à mettre à distance le bâti et les publicités et protéger ainsi le cadre de vie des habitants du territoire. Dans cette même logique, la distance aux baies a été étendue aux baies de la parcelle où s'implante le dispositif.
La notion de hauteur maximale de 6m est étendue à la voie la plus proche, afin d'éviter les dispositifs implantés en haut de talus dans l'unique but de gagner en visibilité, détériorant alors le paysage.
Les dispositifs doivent être implantés perpendiculairement à l'axe de la voie afin d'éviter les implantations de dispositifs aux carrefours qui ont tendance à faire écran dans des secteurs où l'ouverture visuelle est importante.
- Densité : un seul dispositif est admis par unité foncière afin d'éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné. Cette disposition est levée pour les secteurs de gare dont les unités foncières sont de très grandes dimensions et où la publicité impacte peu le domaine public du fait de la configuration des gares sur le territoire.
En complément, l'implantation de dispositifs est interdite dans les parcelles présentant un linéaire sur rue inférieur à 20m de manière à limiter les accumulations dans les secteurs présentant du parcellaire en bande de petite dimension.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol peuvent induire **une surdensité d'affichage** au niveau des secteurs où elles sont implantées, d'autant plus si elles avoisinent des dispositifs de mobilier urbain et à des enseignes scellées au sol. Les dispositifs scellés au sol ont ainsi été limités dans le but de **privilégier notamment la visibilité des enseignes scellées au sol**.

Les zones où l'affichage scellé au sol est autorisé sont **limitées aux axes de forte circulation classés en ZP2, aux quais de gare et stations de la ligne de tramway-train des Coquetiers** dont la visibilité des dispositifs par rapport au domaine public reste restreinte et **aux zones d'activités** qui sont des secteurs éloignés des secteurs résidentiels (où l'impact sur le cadre de vie des habitants est donc plus limité). Ces supports sont interdits dans les autres zones.

Les formats ont été adaptés aux usages en cours en termes d’affichage, soit 10,50m² le long des axes, gares et des zones commerciales et 2m² en zones d’activités. Cependant afin de dédensifier l’affichage actuel, les règles de densité (précisées en dispositions générales) sont durcies.

Publicités et préenseignes posées au sol sur domaine public

Les dispositifs posés au sol sur domaine public peuvent offrir une surface d’affichage pertinente à des entreprises situées en retrait du domaine public pour se signaler, ainsi que pour indiquer l’ouverture d’un commerce et des informations secondaire (type menu d’un restaurant).

Par conséquent ces dispositifs ont été admis, mais encadrés en format de manière que leurs dimensions ne nuisent pas à la qualité des rues commerçantes.

6. Préenseignes temporaires.

Les préenseignes temporaires participent au dynamisme du territoire par le signallement d’activités temporaires. Ces dispositifs ont un impact environnemental faible dès lors qu’ils sont installés sur de courtes périodes. Elles sont soumises aux dispositions du code de l’environnement, lequel ne permet pas au RLPi de définir des règles plus contraignantes.

7. Publicité sur palissade et bâche de chantier.

La publicité de chantier est un type de publicité qui s’installe temporairement au cours de la réalisation de travaux et uniquement pendant la période effective de réalisation desdits travaux. Elle peut permettre ponctuellement, de couvrir certains frais de chantier et ainsi de faciliter la réalisation de travaux.

Comme tout dispositif temporaire, cet affichage n’a pas vocation à durer, les impacts sur le paysage et le cadre de vie ne sont donc pas permanents.

Sur palissade, le nombre de dispositifs n’est pas limité par le Code de l’Environnement. Le RLPi en limite donc la densité à deux par voie bordant le chantier afin d’en réduire les impacts.

Les dispositions du Code de l’Environnement concernant la publicité sur bâche de chantier sont considérées comme suffisantes. Elles sont ainsi interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, y compris au sein des unités urbaines de plus de 100 000 habitants.

En outre, la surface occupée par la publicité sur la bâche ne peut dépasser 50% de la surface de la bâche (hors travaux de rénovation BBC).

Seule la publicité lumineuse sur bâche n’est toutefois pas admise afin que la luminosité du dispositif ne nuise pas à la qualité du cadre de vie dans le secteur concerné.

8. Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles.

L’article L.581-9 permet l’installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles, exclusivement liés à des manifestations temporaires. Elles font l’objet d’une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS). Une autorisation générale et/ou permanente ne peut être délivrée.

Cette procédure est jugée suffisante pour contrôler au cas par cas les impacts liés à l'implantation de ces dispositifs de dimensions exceptionnelles et bâches publicitaires et le RLPI ne les réglemente pas davantage.

Ces supports sont tout de même exclus des ZPO où ils ne pourraient en aucun cas s'intégrer à ces secteurs préservés.

III. Explication des dispositions réglementaires retenues pour les enseignes

L'implantation d'enseignes sur le territoire est encadrée par des règles communes à toutes les zones et des règles spécifiques à chaque zone de publicité.

Les justifications ci-dessous se rapportent ainsi à l'ensemble des règles communes.

1. Composition générale et implantation.

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

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

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

2. Enseignes lumineuses et éclairage des enseignes.

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

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

La saillie des dispositifs d'éclairage a été limitée dans le but de promouvoir des dispositifs discrets, intégrés le plus possible à la devanture.

L'interdiction des enseignes clignotantes a été étendue aux enseignes défilantes et mouvantes dans le but d'intégrer à l'interdiction les supports présentant des caractéristiques intermédiaires entre enseignes simplement lumineuses et enseignes numériques.

Les enseignes suivent la même plage horaire d'extinction nocturne que les publicités dans un souci de valorisation d'un éclairage apaisé la nuit, permettant également d'amorcer un travail sur la trame noire, favorable à un meilleur fonctionnement écologique nocturne du territoire.

Conformément à l'article L.581-14-4 du Code de l'Environnement **introduit par la loi Climat et Résilience promulguée en août 2021**, le RLPi prévoit également des prescriptions pour les enseignes

lumineuses et numériques installées à l'intérieur des vitrines et des baies des locaux commerciaux. En cohérence avec la plage d'extinction définie pour les enseignes lumineuses, celle-ci est également fixée de 23h à 6h. Par ailleurs, en accord avec les enjeux ayant conduit à la définition des zones de publicités, le RLPI fixe pour les enseignes numériques des surfaces cumulées maximales limitées à :

- 0,5m² en ZP0, en ZP1, en ZP2 et en ZP3b ;
- 1m² en ZP3b ;

Cette surface autorisée doit ainsi permettre l'expression commerciale sans pour autant dénaturer la qualité des vitrines et des ambiances commerciales dont le caractère qualitatif est recherché sur l'ensemble du territoire.

3. Enseignes numériques.

Les enseignes numériques présentent une luminosité qui peut être très impactante pour le paysage de la rue étant donné que l'éclairage y est orienté vers la rue et que les enseignes numériques peuvent présenter des vidéos animées et des animations.

Elles sont par conséquent interdites dans la majorité des zones.

Les enseignes numériques restent toutefois admises dans les périmètres spécifiques autorisant la publicité numérique (autour des gares et dans les zones commerciales) hors ZP0 et ZP1, afin de permettre ponctuellement un affichage dynamique dans des secteurs éloignés des secteurs d'habitats. Ce type d'enseigne est restreint en format selon chaque zone afin de limiter son impact sur le cadre de vie.

4. Enseignes à plat en façades.

❖ Implantation des enseignes en façade

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

Le positionnement des enseignes en façade doit ainsi se faire en prenant en compte des lignes de composition de la façade, le parcellaire et sans masquer d'éléments d'architecture.

Cette intégration à la façade doit permettre d'améliorer la qualité des fronts commerçants et de limiter les implantations hétéroclites qui donneraient plus ou moins de visibilité à certaines activités et pourraient nuire à la qualité du patrimoine bâti.

❖ Activités au rez-de-chaussée ou en étages

Dans les axes 3 et 4 de sa stratégie, le RLPI établit des orientations visant à améliorer la lisibilité des fronts commerciaux et valoriser la perception des centres-villes. L'harmonisation recherchée, proportionnellement aux enjeux des secteurs, doit toutefois être envisagée au regard de

l'emplacement des activités dans les bâtiments afin de permettre une bonne visibilité et localisation depuis le domaine public.

Ainsi dans les secteurs d'enjeux paysagers forts, traduits en ZP0 et ZP1, quel que soit l'emplacement de l'activité, y compris pour des activités uniquement en étage, l'enseigne en façade doit être positionnée au rez-de-chaussée, sur un support commun lorsqu'il y a plusieurs activités au sein d'un immeuble. Dans ces secteurs dédiés aux perceptions à hauteur de piétons en priorité, ce positionnement doit permettre de les rendre visible mais également d'en limiter le nombre.

Dans le cas d'activités occupant la totalité d'un immeuble, ce qui est notamment le cas dans les secteurs de bureaux, les typologies bâties sont souvent très différentes de celles du commerce de détail. En général il n'y a pas de devanture commerciale définie, et les éléments vitrés représentent des dimensions beaucoup plus importantes.

Afin d'adapter les typologies d'enseignes au bâti particulier qui est associé à ces activités, des dispositions particulières sont définies et notamment la possibilité de déroger à la règle de respect du rez-de-chaussée pour les enseignes en zones ZP2 et ZP3 uniquement. Pour autant, ces enseignes n'en restent pas moins encadrées strictement en termes de format et de densité.

❖ Densité

Afin de limiter le nombre de dispositifs, le RLPI inscrit le principe d'une seule enseigne à plat (bandeau) par voie. Les commerces ayant un très long linéaire sur rue, sur plusieurs bâtiments conservent la possibilité d'installer plus d'une enseigne dans cet espace dédié, en maintenant la séparation architecturale entre les bâtiments.

❖ Format de l'enseigne à plat sur la façade

L'enseigne ne doit pas s'étendre d'un bout à l'autre de la façade dans le but d'éviter une enseigne qui est en général soit de très grand format et donc mal intégrée dans le paysage de la rue, soit très allongée et donc difficilement lisible.

L'objectif d'amélioration de l'intégration de ces enseignes à plat aux bâtiments est applicable à l'ensemble du territoire. C'est pourquoi il est demandé dans les dispositions communes qu'elles soient constituées de lettres ou signes découpés sur un panneau de fond en harmonie avec le support.

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

En ZP0, le lettrage est par ailleurs limité à une hauteur maximale de 40cm afin de limiter au maximum l'impact visuel des rares enseignes présentes dans la zone.

Enfin la saillie de ces enseignes à plat est limitée dans toutes les zones, à 0,15 m afin de limiter l'épaisseur des caissons s'ajoutant à la façade et dégradant la qualité du bâti dans les fronts commerçants.

❖ **Implantation de l'enseigne sur piles latérales**

Afin de permettre l'affichage de menus ou d'horaires sur les piles latérales des devantures commerciales, une dérogation est prévue à l'affichage des enseignes en façade. Cependant afin que l'affichage sur ces piles reste limité, cet affichage est encadré en surface, en saillie et d'harmonie des couleurs.

5. Enseignes sur baies et vitrines.

Les enseignes sur baies sont limitées de manière spécifique au sein des différentes zones. Au sein des ZPO et ZP1, elles doivent être en lettres ou signes découpés (ou sur fond transparent) de manière à maintenir une transparence de la vitrine. Cela doit éviter l'effet de masque de la vitrine.

Dans les autres zones, seul le pourcentage de couverture de la vitrine est réduit par rapport au Code de l'Environnement (15% contre 25% dans la RNP). Les besoins de transparence de la vitrine sont moindres dans ces zones où la circulation est majoritairement motorisée. Ainsi une plus grande diversité de types d'affichages peut être admis sur les vitrines sans que cela ne nuise à la qualité des paysages urbains de ces zones.

6. Enseignes sur store.

Afin de limiter l'effet visuel lié à la surdensité des enseignes et au cumul des enseignes parallèles et perpendiculaires, l'inscription sur store est encadrée dans toutes les zones en la limitant au lambrequin, ce qui revient à en limiter le format et maintenir le parallélisme à la façade.

7. Enseignes perpendiculaire à la façade.

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, les dispositions relatives aux enseignes perpendiculaires à la façade ont été renforcées par rapport au Code de l'Environnement en cohérence avec celles établies pour les enseignes à plat.

❖ **Densité**

Ainsi en termes de densité, les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique,

Une dérogation de nombre est accordée pour les enseignes perpendiculaires liées à une obligation légale (tabac et pharmacie), dans le but de permettre l'affichage de cette activité, tout en ayant une enseigne de qualité pour le commerce.

Le regroupement des enseignes perpendiculaires est exigé afin de limiter la multiplication des supports qui nuisent à la bonne visibilité des activités.

❖ **Implantation**

La recherche d'une harmonisation des enseignes conduit à prescrire l'alignement des enseignes perpendiculaires avec le bandeau (ce qui revient à les positionner au-dessus de la vitrine – à plus de 2,40m et sous la limite du rez-de-chaussée). Cela évite qu'une enseigne ne s'implante plus haut que d'autres en dégradant l'harmonie du paysage commercial à l'échelle de la rue.

Un positionnement au plus proche de la limite latérale du commerce est imposé afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle et que l'implantation favorise un rythme régulier d'enseignes au sein du linéaire commerçant.

Les formats des enseignes perpendiculaires sont spécifiques aux différentes zones afin de s'adapter à la largeur des voies des différents secteurs et aux typologies bâties en place. Le format maximal est ainsi ajusté par zone selon l'échelle des perceptions recherchée plutôt piétonne en ZP0 et ZP1, piétonne et motorisée en ZP2 et ZP3. Une saillie maximale est définie et ajustée par zone afin d'éviter qu'une enseigne ne s'implante très en surplomb de la rue, en masquant celles des commerces limitrophes.

Ainsi en ZP0 et ZP1, les secteurs d'interdiction de publicité, de centralités commerciales et d'habitat, le format des enseignes perpendiculaires est limité à 0,60m² et à une saillie de 0,80m (supports compris). Ce format, relativement petit, a pour but de protéger ces secteurs des dispositifs de trop grands formats qui ne seraient pas adaptés aux typologies bâties.

Au sein des ZP2 et ZP3, les secteurs de grands axes et de zones d'activités, un format de 1 m² est autorisé et la saillie y est limitée à 1m. Dans ces secteurs les rez-de-chaussée commerciaux sont beaucoup plus hauts et de beaucoup plus grandes dimensions. Par conséquent ce format a vocation à s'adapter aux typologies bâties de ces zones, tout en maintenant une présence d'affichage proportionnellement similaire à celle des ZP0 et ZP1.

8. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans toutes les zones, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public ou d'indiquer des éléments précis sur la parcelle de l'activité (les entrées et sorties notamment).

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

❖ Densité

Leur densité est limitée à un dispositif par voie ouverte à la circulation. Cette règle inclut notamment les oriflammes ne participant pas à une bonne lecture de l'activité commerciale tout en ayant un impact négatif sur la qualité paysagère du front commercial.

Les activités installées sur une même unité foncière doivent être regroupées sur un dispositif commun dans le but de limiter le nombre de supports et d'uniformiser l'affichage au sein des parcelles.

❖ Typologies de supports :

L'implantation de dispositifs en drapeaux est interdite afin de privilégier des dispositifs pérennes, plus qualitatifs dans le paysage de la rue.

❖ **Format**

Les formats des enseignes au sol ou installées directement sur le sol sont spécifiques aux différentes zones afin de s'adapter aux enjeux de perceptions des différents secteurs et aux typologies bâties en place.

Au sein de la ZP0 et de la ZP1, les enseignes au sol sont autorisées jusqu'à un format de 2m². Ce petit format a vocation à préserver la qualité paysagère des secteurs de centralités commerçantes et de zones d'habitats.

Au sein de la ZP2 qui est un secteur d'axes larges et circulés, un format maximal de 4m² est autorisé. Ce format doit permettre l'installation d'enseignes au sol de format adapté à une perception à vitesse motorisée la vitesse de circulation sans s'imposer trop massivement.

Au sein des zones d'activités (non commerciales), les enseignes au sol sont peu utilisées mais peuvent servir ponctuellement d'enseigne principale à des activités à l'affichage peu démonstratif. Ainsi le format dans ces zones y est limité à 4m². Au sein des zones commerciales, ponctuellement, des dispositifs peuvent être utilisés de manière conjointe pour plusieurs activités permettant de les rendre visible, en un point. Ce support commun est généralement qualitatif et évite une démultiplication d'affichage, c'est pourquoi il est imposé. Afin de permettre une bonne visibilité de toutes les activités, un format de 12m² a été prévu.

9. Enseigne sur clôture

Comme les enseignes scellées au sol, les enseignes sur clôture sont autorisées dans toutes les zones, dans la mesure où elles constituent parfois un des seuls moyens de visibilité de l'activité, en retrait du domaine public.

Pour autant, ces dispositifs peuvent contribuer aux effets visuels cumulés lié à une surdensité d'affichage. Ces dispositifs sont par conséquent réglementés sur plusieurs points.

❖ **Densité**

Ces dispositifs sont limités à un par voie ouverte à la circulation afin de proposer des règles de densité homogènes entre enseignes au sol et sur clôture (deux dispositifs ayant un but similaire).

❖ **Implantation et qualité**

Les enseignes sur clôture ne sont autorisées que si l'activité ne possède pas de façade commerciale bâtie visible depuis la voie ouverte à la circulation publique afin de valoriser un affichage en façade plutôt sur clôture qui est généralement plus qualitatif et s'intègre mieux au paysage urbain.

Les bâches sont interdites afin de valoriser des supports plus pérennes s'intégrant mieux au contexte urbain

❖ Format

Les formats des enseignes sur clôture sont spécifiques aux différentes zones afin de s'adapter aux enjeux de perception des différents secteurs et aux typologies bâties en place.

Au sein des ZP0 et ZP1, les enseignes sur clôture sont autorisées jusqu'à un format de 0,60*0,60m². Ce format correspond en général à celui utilisé par les artisans présents notamment dans les secteurs résidentiels. Ce format de petite dimension a pour objectif de permettre l'affichage des acteurs économiques de ces secteurs, tout en les conduisant à prioriser un affichage plus qualitatif offrant des formats supérieurs.

En ZP2 le format est porté à 2m² pour permettre un affichage à certaines activités positionnées en retrait du domaine public, sans pour autant créer d'effets de surdensité grâce à un format restant limité.

Au sein de la ZP3 couvrant les zones d'activités, le diagnostic a fait apparaître une utilisation excessive de ces dispositifs en zone commerciale, mais des besoins en zone d'activités à encadrer par la mise en place de dispositifs pérennes, sobres et de dimensions raisonnables en entrée de site afin de se signaler. Les prescriptions prévoient un format plus important pour les enseignes en zone d'activité présentant des risques de cumul plus modérés.

Afin d'éviter tout effet de surdensité, le format en zone commerciale a ainsi été limité à 2m² et admis jusqu'à 4m² dans les autres zones d'activités qui ont une utilisation plus adaptée de ce genre de dispositif.

10.Enseignes en toitures

Les enseignes en toiture sont interdites en toutes zones, sauf en ZP3, dans les zones d'activités.

Cette interdiction a pour but de réorienter l'affichage en façade, dans tous les secteurs où l'installation en toiture pourrait nuire à des espaces résidentiels limitrophes.

Au sein de la ZP3 les enseignes en toiture sont admises dans la mesure où elles respectent les dispositions nationales. Cette souplesse a été admise en zone d'activités car ces secteurs sont éloignés des zones résidentielles. L'affichage nuit ainsi peu au cadre de vie des habitants du territoire.