

Département du Val d'Oise

Commune d'Arnouville



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

Tome 1 : Rapport de présentation

*RLP approuvé, vu pour être annexé à la délibération
du Conseil Municipal du 11 octobre 2021*

Table des matières

Table des matières.....	2
Table des illustrations photographiques et cartographiques	3
I. Introduction	4
II. Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure	6
1. Définitions.....	7
a) <i>Le Règlement Local de Publicité.....</i>	<i>7</i>
b) <i>Les dispositifs visés par le code de l'environnement.....</i>	<i>7</i>
c) <i>La notion de surface unitaire.....</i>	<i>9</i>
d) <i>La notion d'agglomération.....</i>	<i>9</i>
e) <i>La notion d'unité urbaine.....</i>	<i>13</i>
2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	13
a) <i>Les interdictions absolues</i>	<i>13</i>
b) <i>Les interdictions relatives.....</i>	<i>17</i>
3. Règles applicables au territoire communal.....	19
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	23
a) <i>L'autorisation préalable.....</i>	<i>23</i>
b) <i>La déclaration préalable.....</i>	<i>23</i>
5. Compétences en matière de publicité extérieure	23
6. Délais de mise en conformité	24
III. Enjeux liés au parc local de publicité extérieure.....	25
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes	25
a) <i>Généralités.....</i>	<i>25</i>
b) <i>Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.....</i>	<i>27</i>
c) <i>Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....</i>	<i>32</i>
d) <i>Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture.....</i>	<i>38</i>
e) <i>Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu</i>	<i>41</i>
f) <i>La densité publicitaire.....</i>	<i>41</i>
g) <i>Les bâches publicitaires</i>	<i>43</i>
h) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales.....</i>	<i>45</i>
i) <i>Les dispositifs de dimensions exceptionnelles</i>	<i>46</i>
j) <i>Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération</i>	<i>47</i>
k) <i>Les publicités sur les véhicules terrestres et sur les eaux intérieures</i>	<i>47</i>
l) <i>Les publicités et préenseignes lumineuses.....</i>	<i>49</i>
m) <i>Conclusion.....</i>	<i>53</i>
2. Les enjeux en matière d'enseignes	55
a) <i>Généralités.....</i>	<i>55</i>
b) <i>Les enseignes parallèles au mur.....</i>	<i>58</i>
c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur.....</i>	<i>60</i>
d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale</i>	<i>63</i>
e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....</i>	<i>64</i>
f) <i>Les enseignes sur clôture.....</i>	<i>68</i>
g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.....</i>	<i>69</i>
h) <i>Les enseignes lumineuses.....</i>	<i>71</i>
i) <i>Les enseignes temporaires.....</i>	<i>73</i>
j) <i>Conclusion.....</i>	<i>75</i>
IV. Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure.....	76
1. Les objectifs	76
2. Les orientations.....	76
V. Justification des choix retenus	78
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	78
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	81
VI. Annexe : Tableau des abréviations utilisées.....	84

Table des illustrations photographiques et cartographiques

<i>Agglomération de la commune d'Arnouville.....</i>	<i>12</i>
<i>Photographies des monuments historiques recensés sur la commune d'Arnouville.....</i>	<i>15</i>
<i>Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune d'Arnouville.....</i>	<i>18</i>
<i>Plan de zonage du RLP de 2010.....</i>	<i>20</i>
<i>Localisation des publicités et préenseignes sur la commune d'Arnouville.....</i>	<i>26</i>
<i>Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public.....</i>	<i>28</i>
<i>Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public.....</i>	<i>29</i>
<i>Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mâts porte-affiches.....</i>	<i>29</i>
<i>Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.....</i>	<i>30</i>
<i>Publicité supportée par un abri destiné au public (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales (photo de droite).....</i>	<i>31</i>
<i>Mobilier urbain numérique ne diffusant que de l'information locale d'intérêt général.....</i>	<i>31</i>
<i>Exemples d'une préenseigne et une publicité scellées au sol.....</i>	<i>33</i>
<i>Localisation des EBC et des zones naturelles du PLU en vigueur sur la commune d'Arnouville.....</i>	<i>34</i>
<i>Publicités scellées au sol ne respectant pas les règles de surface et de hauteur maximales.....</i>	<i>36</i>
<i>Exemples de publicités scellées au sol de format médian.....</i>	<i>37</i>
<i>Exemples d'une publicité et d'une préenseigne scellées au sol de petit format.....</i>	<i>37</i>
<i>Exemple de publicité scellée au sol en mauvais état d'entretien.....</i>	<i>38</i>
<i>Exemples de préenseignes murales à Arnouville.....</i>	<i>40</i>
<i>Exemples de publicités non conformes car apposées sur un mur non aveugle en secteur patrimonial et sur une clôture non aveugle.....</i>	<i>41</i>
<i>Cartographie de la pollution lumineuse en France.....</i>	<i>50</i>
<i>Exemple de support lumineux recensé à Arnouville.....</i>	<i>53</i>
<i>Localisation des enseignes sur la commune d'Arnouville.....</i>	<i>57</i>
<i>Exemples de différents types d'enseignes parallèles au mur recensés à Arnouville.....</i>	<i>59</i>
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Arnouville.....</i>	<i>61</i>
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur posant des problèmes paysagers à Arnouville.....</i>	<i>62</i>
<i>Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Arnouville.....</i>	<i>64</i>
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol à Arnouville.....</i>	<i>65</i>
<i>Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre.....</i>	<i>67</i>
<i>Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol.....</i>	<i>67</i>
<i>Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Arnouville.....</i>	<i>68</i>
<i>Exemples d'enseignes sur toiture identifiées à Arnouville.....</i>	<i>69</i>
<i>Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence identifiées à Arnouville.....</i>	<i>72</i>
<i>Exemples d'enseignes numériques recensées à Arnouville.....</i>	<i>72</i>
<i>Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED à Arnouville.....</i>	<i>73</i>
<i>Exemple d'enseigne temporaire à Arnouville.....</i>	<i>75</i>
<i>Plan de zonage « publicité » de la commune d'Arnouville.....</i>	<i>80</i>
<i>Plan de zonage « enseigne » de la commune d'Arnouville.....</i>	<i>83</i>

I. Introduction

La commune d'Arnouville regroupe 14 227 habitants¹. Elle se situe dans le département du Val d'Oise en région Île-de-France.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression², qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴ afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP) de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation et à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi (Règlement Local de Publicité intercommunal).

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP(i) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régulant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions réglementaires de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment sans que cela soit exhaustif :

- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- la réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- la précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares afin de tenir compte de leur spécificité ;
- l'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

¹ Données INSEE de population légale millésimée 2017

² L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

³ Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes

⁴ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 janvier 2021⁵.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des RLP. Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1^{er} du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1^{er} du code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour l'élaboration ou la révision du RLP⁶ puisque l'article L581-14 du code de l'environnement dispose que, lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de PLU, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune d'Arnouville disposant de la compétence en matière de PLU⁷, l'élaboration ou la révision des Règlements Locaux de Publicité lui revient.

Le RLP est élaboré sur la même base normative que les PLU et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **la partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec l'arrêté municipal fixant lesdites limites, au RLP.

Le présent document constitue ainsi le rapport de présentation qui, sur la base d'un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire communal, définit des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui seront décrits, expliqués et justifiés par ledit document.

⁵ Article L581-14-3 du code de l'environnement

⁶ Article L581-14 du code de l'environnement

⁷ Article L5219-5 alinéa I du code général des collectivités territoriales

II. Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de covisibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

En application du code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc.

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires telles le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, etc.).

Le code de l'environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux maires des communes concernées par le RLP⁸. Le maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP. C'est donc le maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU⁹.

Le code de l'environnement renvoie également aux dispositions du code de la route afin d'encadrer la publicité par rapport à des impératifs de sécurité routière. Ainsi, les articles R418-1 à R418-9 du code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité.

Enfin, il existe d'autres dispositions du même code de l'environnement précisant les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

⁸ Article L581-14-2 du code de l'environnement

⁹ Article L621-30 du code du patrimoine

1. Définitions

a) Le Règlement Local de Publicité

Le RLP est un document réglementaire opposable aux tiers qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en une ou plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicité (ZP).

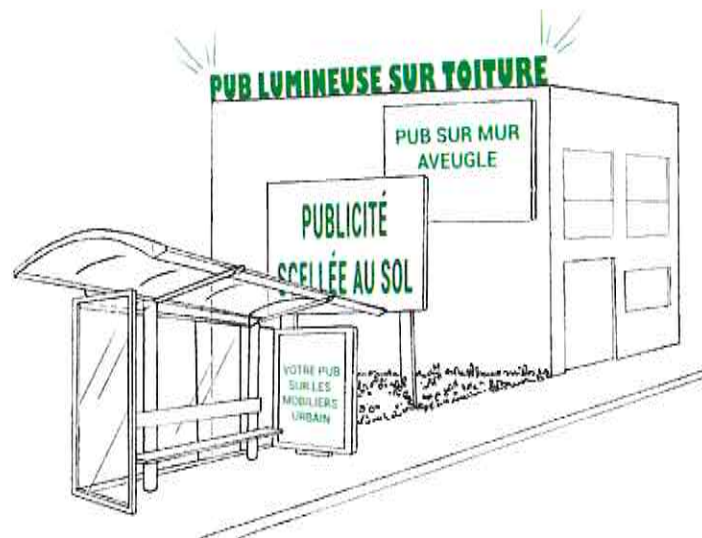
Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le code de l'environnement constituant la réglementation nationale de publicité (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹⁰.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLP approuvé est annexé au PLU le cas échéant.

b) Les dispositifs visés par le code de l'environnement

- *Constitue une publicité¹¹, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.*



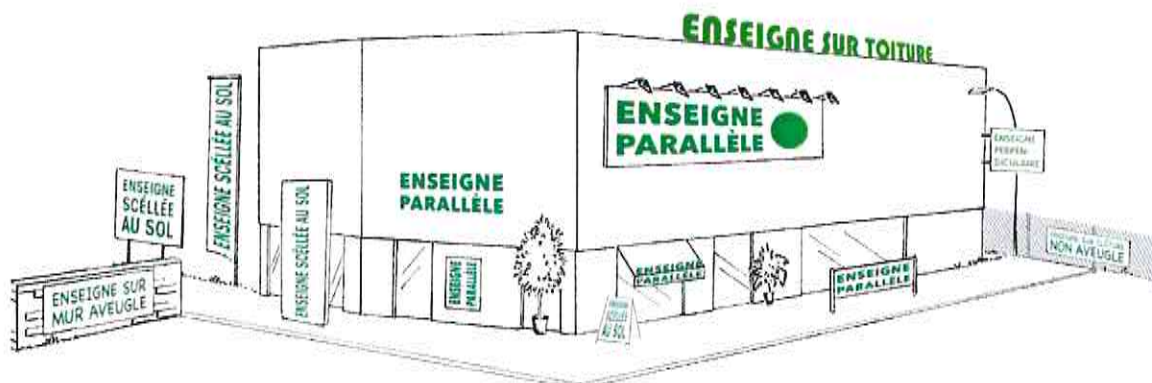
En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du code de l'environnement.

¹⁰ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains

¹¹ Article L581-3 alinéa 1 du code de l'environnement

Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

- *Constitue une enseigne¹² toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.*

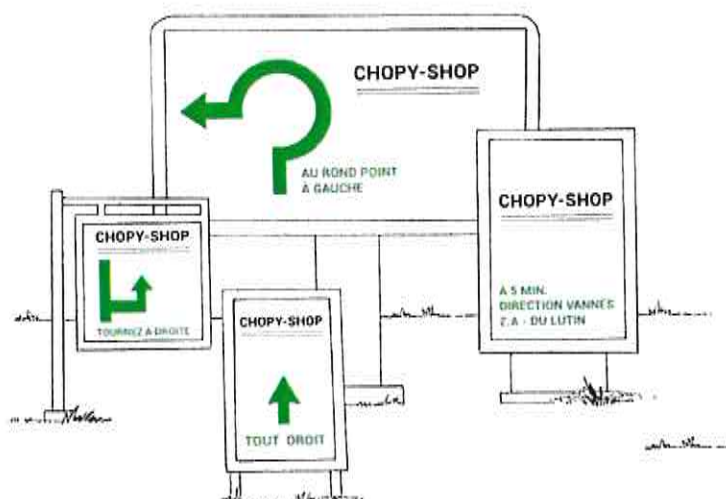


Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

L'immeuble doit ici être entendu au sens du code civil, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « relatif à une activité » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public. Il est précisé que le RLP ne régit pas le contenu des enseignes.

- *Constitue une préenseigne¹³ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.*



Il s'agit ici d'un message correspondant à une information de destination.

¹² Article L581-3 alinéa 2 du code de l'environnement

¹³ Article L581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

c) La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif mentionnée dans les articles du code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹⁴ ou non¹⁵ apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

d) La notion d'agglomération

La notion d'agglomération est définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route »¹⁶. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations, en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « 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 »¹⁷.

Ses limites sont fixées par arrêté du maire¹⁸ et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité¹⁹.

Aux termes de l'article L581-7 du code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière²⁰, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places²¹. Elle peut aussi être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes, étant soumises aux mêmes règles que la publicité, sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

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

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;

¹⁴ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

¹⁵ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

¹⁶ Article L581-7 du code de l'environnement

¹⁷ Article R110-2 du code de la route

¹⁸ Article R411-2 du code de la route

¹⁹ Article R581-78 alinéa 2 du code de l'environnement

²⁰ Article R110-2 du code de la route

²¹ Article L581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

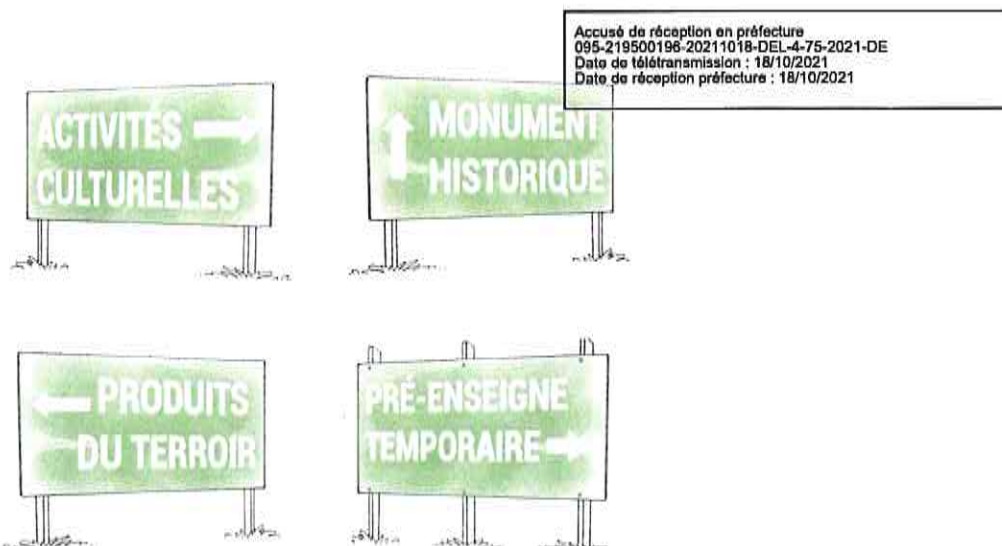
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, ...)
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Le RLP n'est pas habilité à régler les préenseignes dérogatoires.

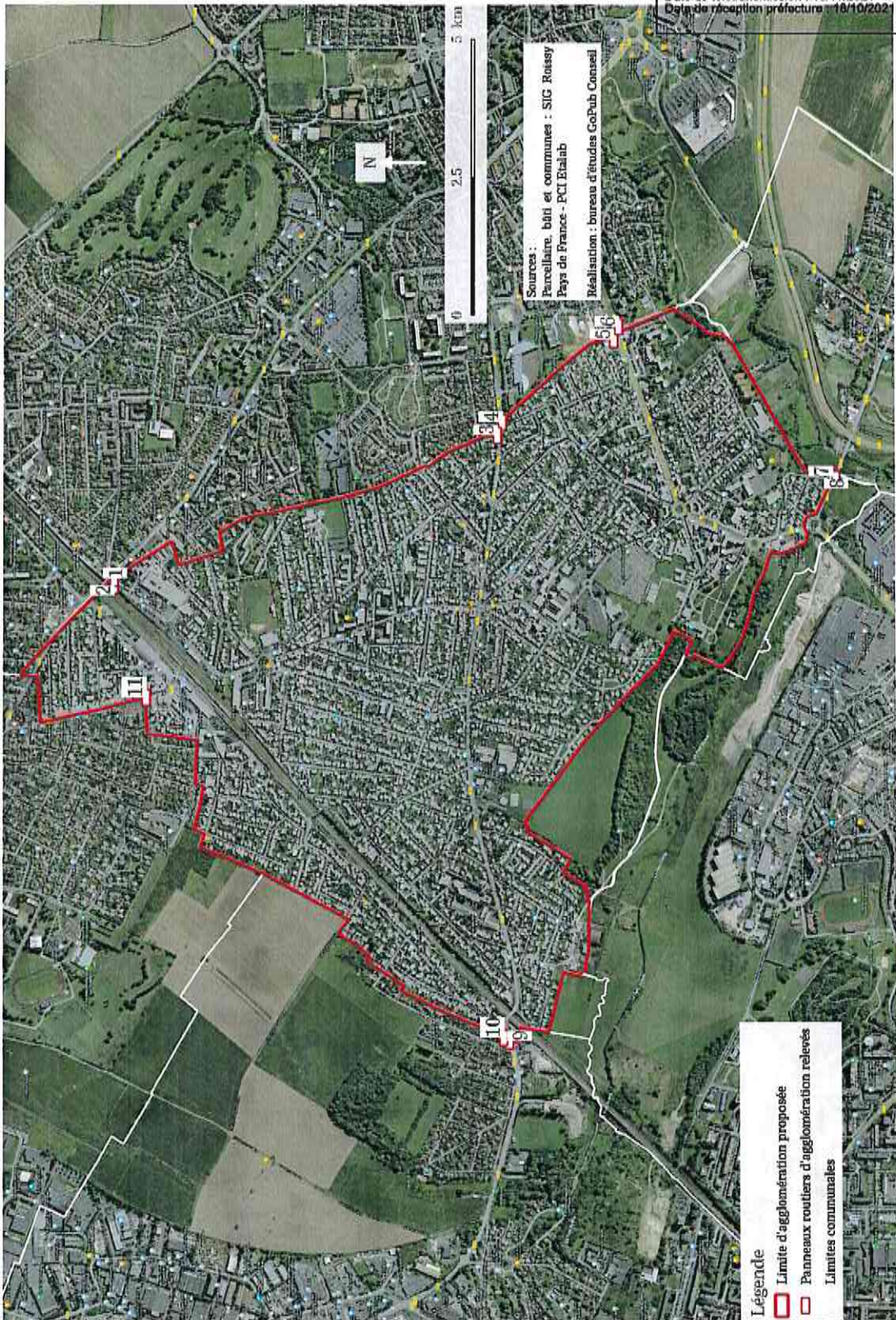
Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route ou encore des Relais Information Service (RIS).

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

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place SIL relevant du code de la route.



La commune d'Arnouville compte plus de 10 000 habitants et l'unique agglomération déterminée sur son territoire comprend la totalité de ses développements urbains et compte donc elle aussi plus de 10 000 habitants. La carte ci-dessous présente l'agglomération identifiée conformément à la réglementation nationale.



Agglomération de la commune d'Arnouville

e) La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine ne correspond pas à une collectivité juridique particulière telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine.

Elle repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit ainsi l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La commune d'Arnouville fait partie de l'unité urbaine de Paris, plus grande unité urbaine de France, qui regroupe plus de 400 communes et compte plus de 10 millions d'habitants²².

Dans cette unité urbaine, les obligations et modalités d'extinction des publicités et préenseignes lumineuses doivent être prévues par chaque RLP. Le RLP d'Arnouville devra donc prévoir ces obligations et modalités d'extinction.

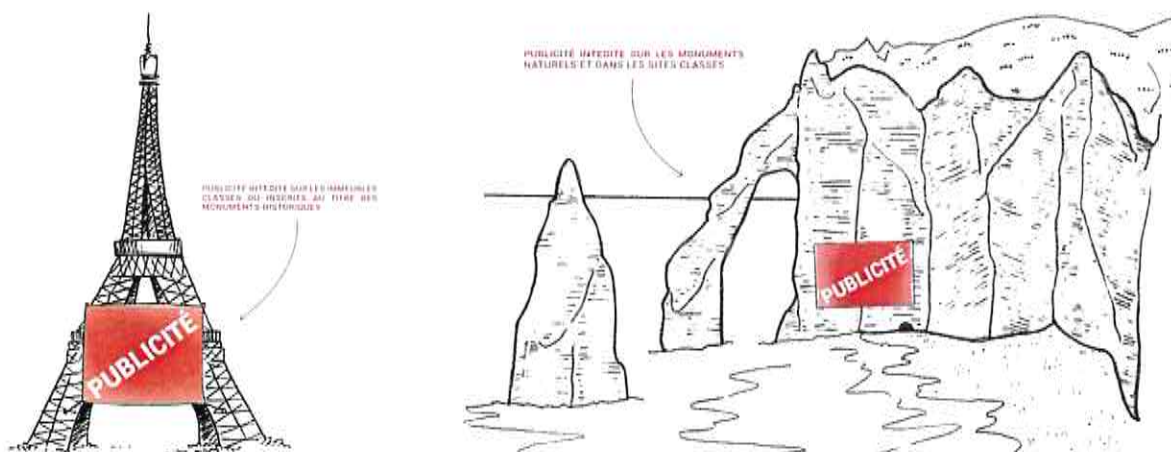
A contrario, lorsque l'unité urbaine de référence compte moins de 800 000 habitants, « les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes »²³.

2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

a) Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L581-4 du code de l'environnement, toute publicité est interdite :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.



Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporées au classement de protection.

²² Données INSEE de population légale millésimée 2015

²³ Article R581-35 du code de l'environnement

En l'espèce la commune d'Arnouville est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur les trois immeubles inscrits au titre des monuments historiques recensés sur son territoire :

- le Château d'Arnouville et son parc (photo n°1) ;
- l'Église Saint-Denys (photo n°2) ;
- la fontaine du 18^{ème} siècle (photo n°3).



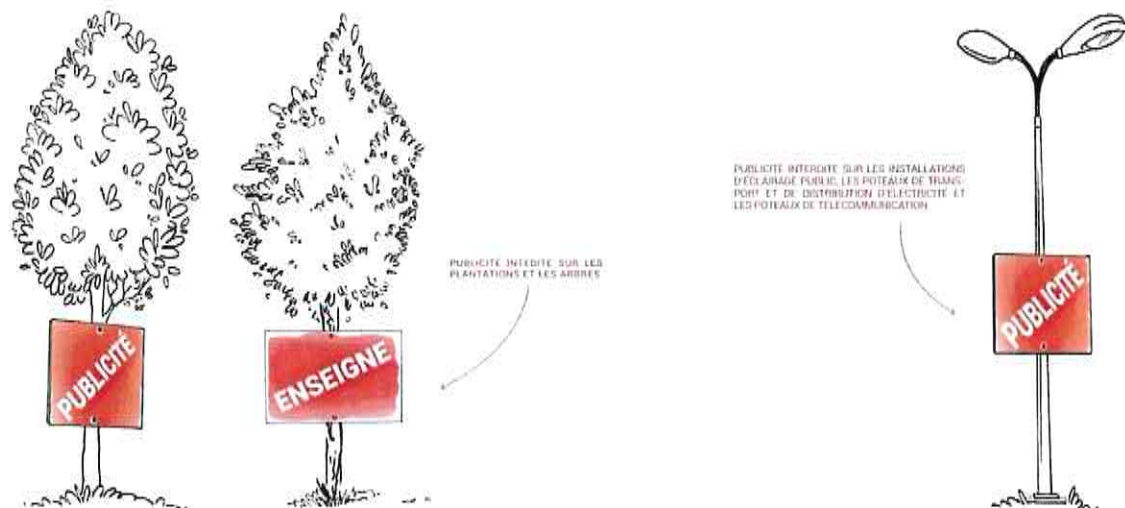


Photographies des monuments historiques recensés sur la commune d'Arnouville

Par ailleurs, la partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions²⁴.

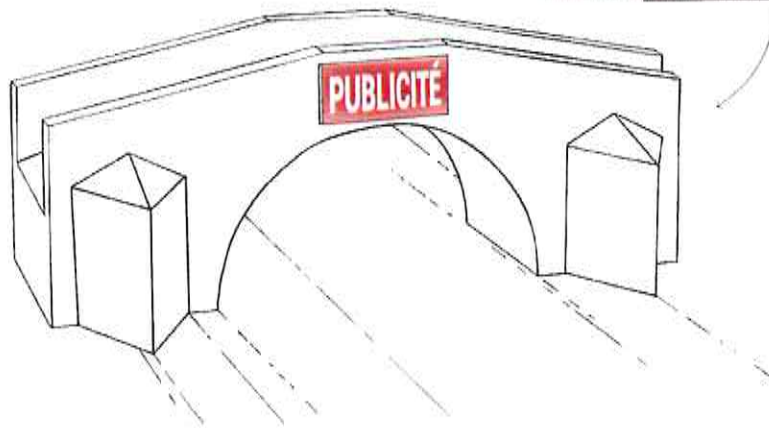
Ainsi, la publicité est également interdite :

- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;

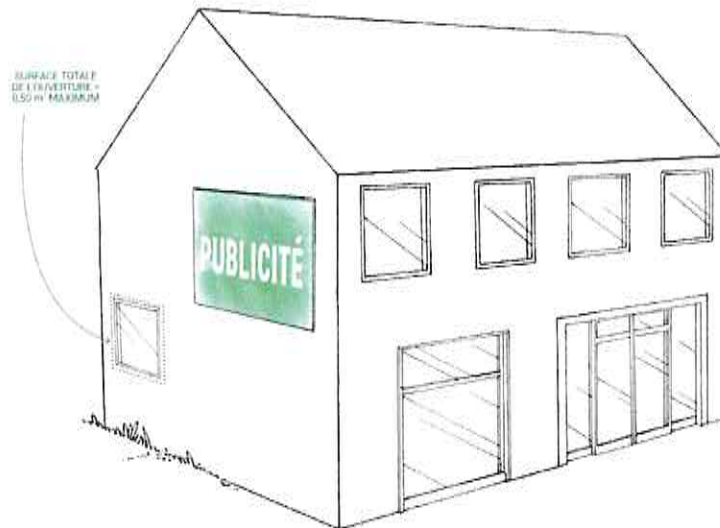


²⁴ Article R581-22 du code de l'environnement

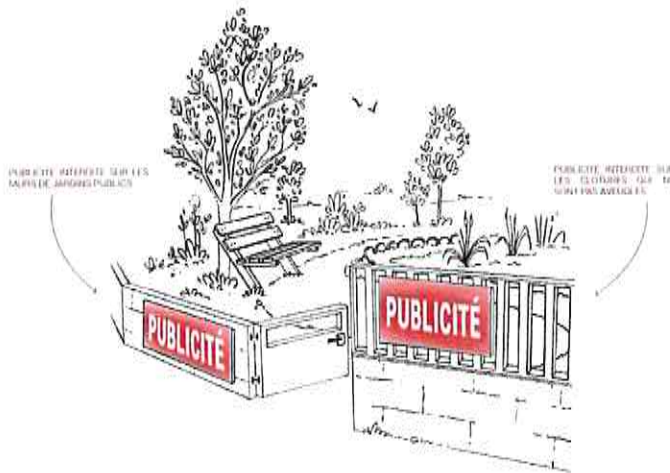
PUBLICITE INTERDITE
PUBLICITE RELATIVE
A LA CIRCULATION



- 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 $0,50 \text{ m}^2$;



- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.



b) Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP²⁵.

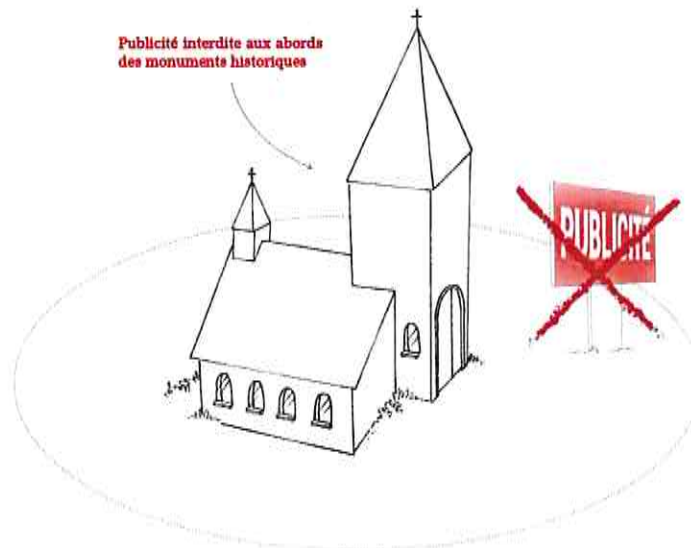
Ces interdictions relatives concernent :

- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L621-30 du code du patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables cités à l'article L631-1 du même code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L581-4 du code de l'environnement ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L414-1 du code de l'environnement.

Le territoire de la commune d'Arnouville est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, 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 »²⁶.

« La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé »²⁷.

En l'espèce, cette protection s'applique aux abords délimités des monuments historiques inscrits cités ci-avant regroupés dans un seul et même périmètre.



La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions patrimoniales absolues et relatives applicables sur le territoire de la commune d'Arnouville.

²⁵ Article L581-8 du code de l'environnement

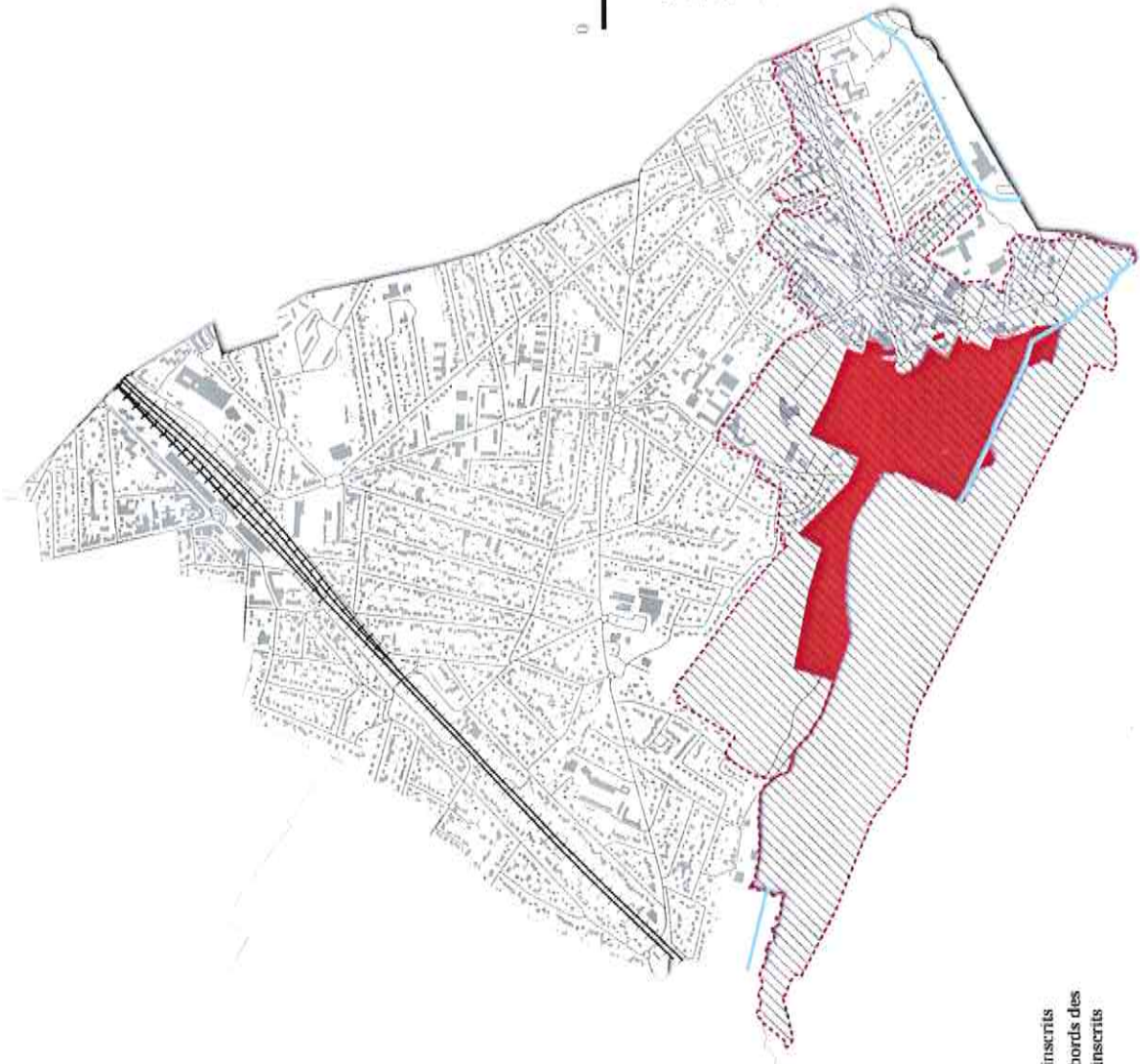
²⁶ Article L621-30 du code du patrimoine

²⁷ Article L621-30 du code du patrimoine

Accusé de réception en préfecture
095-219500196-20211018-DEL-4-75-2021-DE
Date de télétransmission : 18/10/2021
Date de réception préfecture : 18/10/2021



Sources :
Parcelaire, bâti et communes : SIG Rotassy
Pays de France - FCI Etalab
Zones de protection : Atlas des patrimoines
Réalisation : bureau d'études CoPub Conseil



- Légende**
- Bâti cadastré (2020)
 - Cours d'eau
 - Réseau routier
 - Voies ferrées
 - Monuments historiques inscrits
 - Périmètre délimité des abords des monuments historiques inscrits

Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune d'Arnouville

3. Règles applicables au territoire communal

Les règles qui s'appliquent sur le territoire communal d'Arnouville sont celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant plus de 10 000 habitants.

Il convient de rappeler que la commune d'Arnouville disposait d'un Règlement Local de Publicité approuvé le 8 mars 2010.

Dit de « première génération » puisque mis en place sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982²⁸, ce RLP est devenu caduc le 13 janvier 2021 conformément à la réforme de la loi dite « Grenelle II »²⁹, modifiée depuis pour faire face au confinement lié à la COVID-19³⁰. En l'absence de document local opposable, ce sont les règles nationales qui s'appliquent.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* »³¹.

Le règlement anciennement en vigueur à Arnouville divisait le territoire en trois zones de publicité restreinte qui correspondaient respectivement aux entrées de ville, à la gare SNCF / Réseau Ferré de France et au reste de l'agglomération.

En revanche, la réglementation des enseignes s'appliquait sur l'ensemble du territoire communal sans distinction de zone.

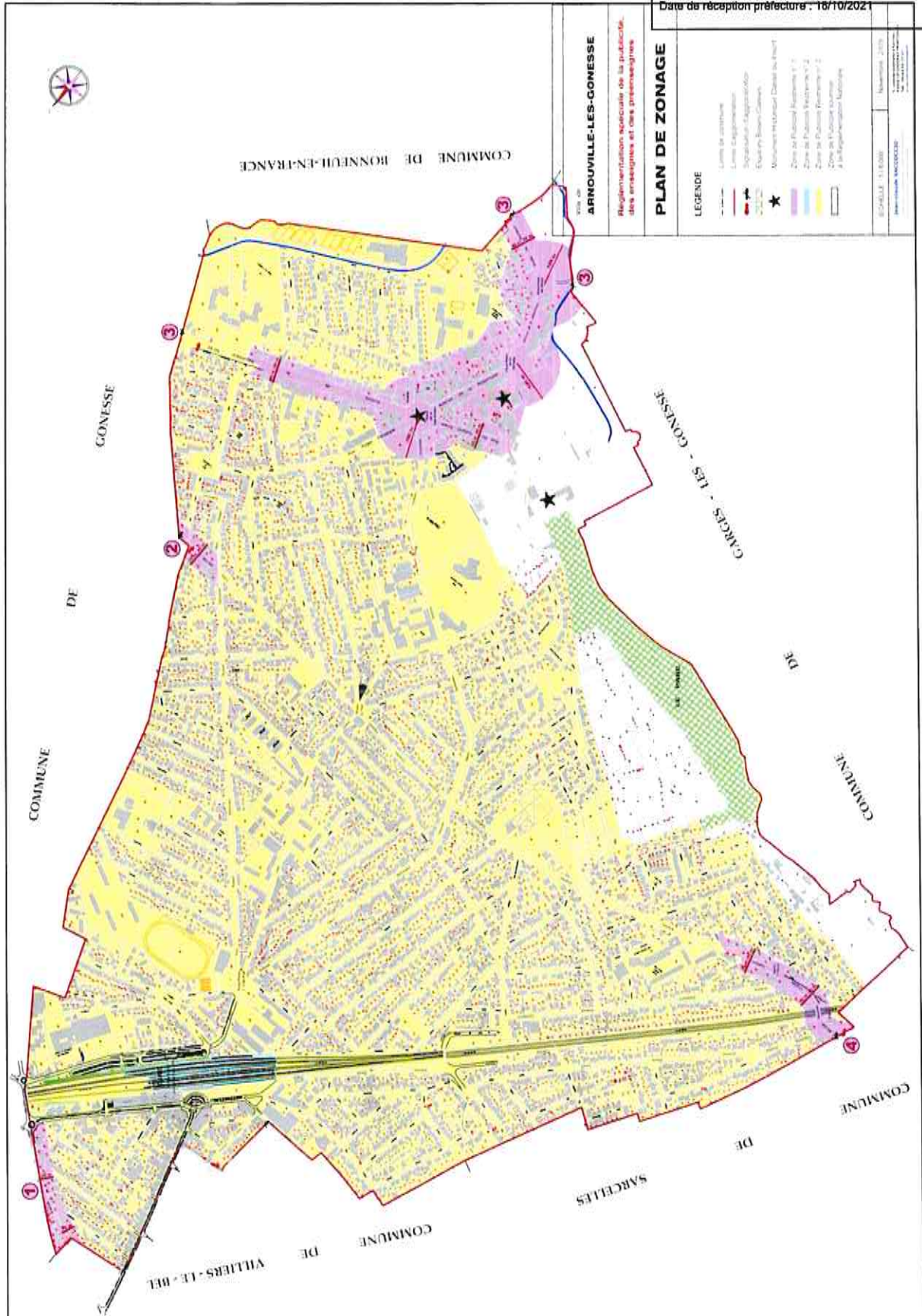
Ci-dessous, le plan figure le zonage alors opposable en matière de publicité extérieure à Arnouville et les tableaux de synthèse récapitulant les principales règles applicables.

²⁸ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes

²⁹ Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement

³⁰ Article L581-14-3 du code de l'environnement modifié par la loi du 17 juin 2020

³¹ Article L581-14 du code de l'environnement



Plan de zonage du RLP de 2010

	ZPR1	ZPR2	ZPR3
Prescriptions générales	<p>Dispositifs publicitaires scellés au sol obligatoirement « monopied » Largeur monopied $\leq 0,80$ m Dispositifs publicitaires exploités en simple face obligatoirement équipés à l'arrière d'un bardage lisse de type aluminium ou acier galvanisé ou équivalent Passerelles jambe de force, poutrelles et pieds échelles interdits</p>		
Interdiction	-	-	Sur échafaudage et sur clôture (à l'exception des préenseignes temporaires)
Publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Interdite	Interdite	RNP
Publicité apposée sur mur	Interdite	Surface ≤ 2 m ² Hauteur totale du dispositif ≤ 3 m	Surface ≤ 8 m ² Hauteur totale du dispositif ≤ 6 m
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Interdite à l'exception des dispositifs sans ancrage au sol sur le domaine public (chevalet)	Surface ≤ 8 m ² Hauteur totale du dispositif ≤ 6 m	Surface ≤ 8 m ² Hauteur totale du dispositif ≤ 6 m
Densité	Interdite	RNP	1 dispositif / unité foncière si linéaire de façade ≥ 30 m
Publicité apposée sur mobilier urbain	Surface ≤ 8 m ² Hauteur totale du dispositif ≤ 6 m	RNP	Surface ≤ 8 m ² Hauteur totale du dispositif ≤ 6 m
Publicité en micro-affichage	Interdite	RNP	2 dispositifs / devanture commerciale Surface $\leq 0,50$ m ² 1 dispositif / baie composant la devanture commerciale
Publicité lumineuse	L'éclairage par projection est interdit		

	Prescriptions générales	Bâtiments d'habitation	Bâtiments d'activités
Dispositions générales	Luminosité en caisson à fond blanc est interdite sauf pour les services d'urgence Caisson lumineux obligatoirement translucide avec fond opaque ou sombre et éclairage uniquement des lettres ou du logo		
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Interdite		
Enseigne sur auvent / marquise	Interdite (sauf pour les enseignes temporaires)		
Enseigne parallèle au mur	<p>Saillie $\leq 0,15$ m</p> <p>Sur les vitrines, seules les lettres peintes ou adhésives sont autorisées avec surface totale \leq au 1/5 de la surface de la baie sans excéder $0,50$ m²</p> <p>Sur store-banne, lambrequin $\leq 0,30$ m</p>	<p>1 enseigne par baie inscrite dans les limites du RDC, centrée sur la façade et limitée à la largeur des baies</p> <p>Hauteur $\leq 0,70$ m si linéaire façade commerciale ≤ 5 m</p> <p>Hauteur $\leq 0,90$ m si linéaire > 5 m</p>	<p>Hauteur \leq au 1/3 de la hauteur de la façade du bâtiment sans excéder 2 m</p>
Enseigne sur paravent	<p>Largeur $\leq 0,70$ m et hauteur $\leq 2,20$ m</p> <p>1 dispositif par devanture commerciale avec passage libre sur le trottoir $\geq 1,40$ m</p>		
Enseigne perpendiculaire au mur	<p>1 enseigne / vote bordant l'activité (sauf commerces avec des ventes sous licence)</p> <p>Partie basse installée à + de 2,50 m du sol</p> <p>Saillie $\leq 0,90$ m</p> <p>Retrait $\geq 0,40$ m avec la bordure du trottoir</p> <p>Surface unitaire $\leq 0,50$ m²</p>	<p>Disposée en rupture de façade et située dans l'axe de l'enseigne en bandeau lorsque cela est possible</p> <p>Partie haute impérativement en-dessous du linteau de la fenêtre du 1^{er} niveau</p>	
Enseigne sur clôture	<p>Interdite (sauf pour les enseignes temporaires)</p> <p>1 dispositif par vote bordant l'activité signalée d'une surface unitaire ≤ 1 m²</p>		
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	<p>Éclairage par projection ou par un graphisme au néon apparent interdit</p> <p>Panneaux : surface unitaire ≤ 8 m² et hauteur totale du dispositif ≤ 6 m</p> <p>Totems : largeur $\leq 1,60$ m et hauteur totale du dispositif 6,5 m</p> <p>Mâts : surface unitaire ≤ 2 m² et hauteur totale du dispositif 6 m</p> <p>Oriflammes : surface unitaire ≤ 2 m² et hauteur totale du dispositif 8 m</p>		

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

a) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L581-4 et L581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP ;
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L581-8 ;
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798*01 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

b) La déclaration préalable

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

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

Le formulaire CERFA n°14799*01 permet d'effectuer une déclaration préalable.

5. Compétences en matière de publicité extérieure

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

Cas général	Absence d'un RLP	Présence d'un RLP
Compétence d'instruction	Préfet	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire au nom de la commune

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

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

6. Délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous³² :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction au RLP
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

³² Articles L581-43 et R581-88 du code de l'environnement

III. Enjeux liés au parc local de publicité extérieure

Un inventaire des publicités et préenseignes (y compris celles apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain) ainsi qu'un recensement des enseignes situées sur le territoire de la commune d'Arnouville a été effectué en juillet 2020. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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

1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

a) Généralités

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

Pour chaque publicité ou préenseigne, le code de l'environnement précise que « *toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.* »³³ Par ailleurs, « *les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent* »³⁴.

76 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la commune d'Arnouville. Elles représentent au total près de 275 m² de surface d'affichage soit un peu moins de 4 m² par dispositif en moyenne.

Les dispositifs de mobilier urbain affichant de la publicité à titre accessoire représentent la majorité des dispositifs recensés (51 dispositifs soit deux tiers du total) : ils constituent le vecteur prioritaire de la publicité à Arnouville.

Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou sur une clôture sont les moins présentes sur le territoire communal (5 dispositifs) alors qu'ils sont réputés mieux s'intégrer aux paysages³⁵.

On compte également une proportion non négligeable de dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol (20 supports recensés à Arnouville) alors qu'il s'agit des dispositifs dont l'impact paysager potentiel est le plus dommageable avec la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Cette dernière est heureusement absente sur le territoire arnouillois.

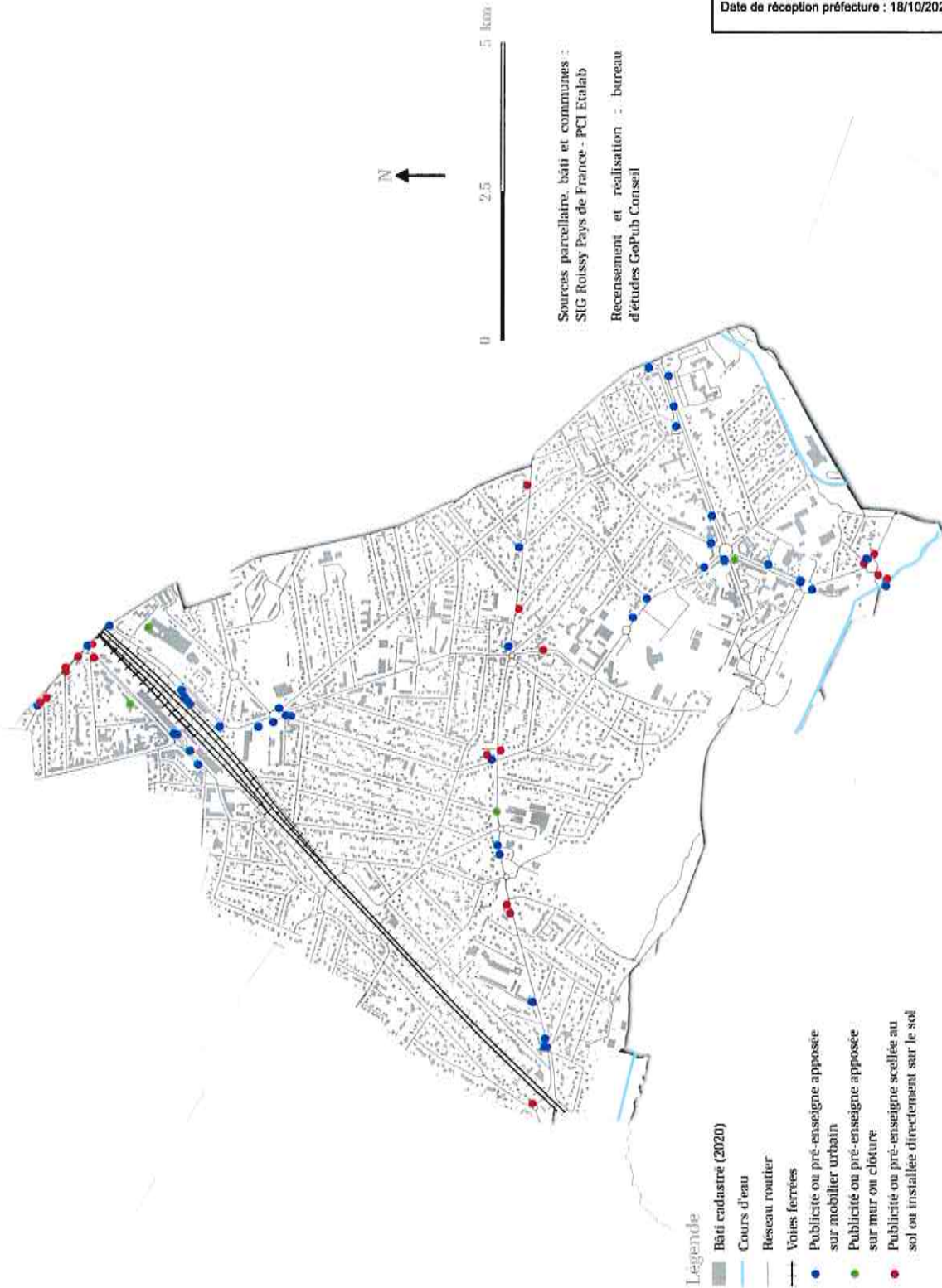
En termes de localisation spatiale, on constate une pression publicitaire importante autour de la gare RER Villiers-le-Bel – Gonesse - Arnouville ainsi que le long des axes routiers structurants (rues Jean Jaurès et Robert Schuman, Avenue de la République, RD 370 et 208).

Ailleurs, on retrouve des dispositifs de façon plus éparse, disséminés dans le tissu urbain.

³³ Article L581-5 du code de l'environnement

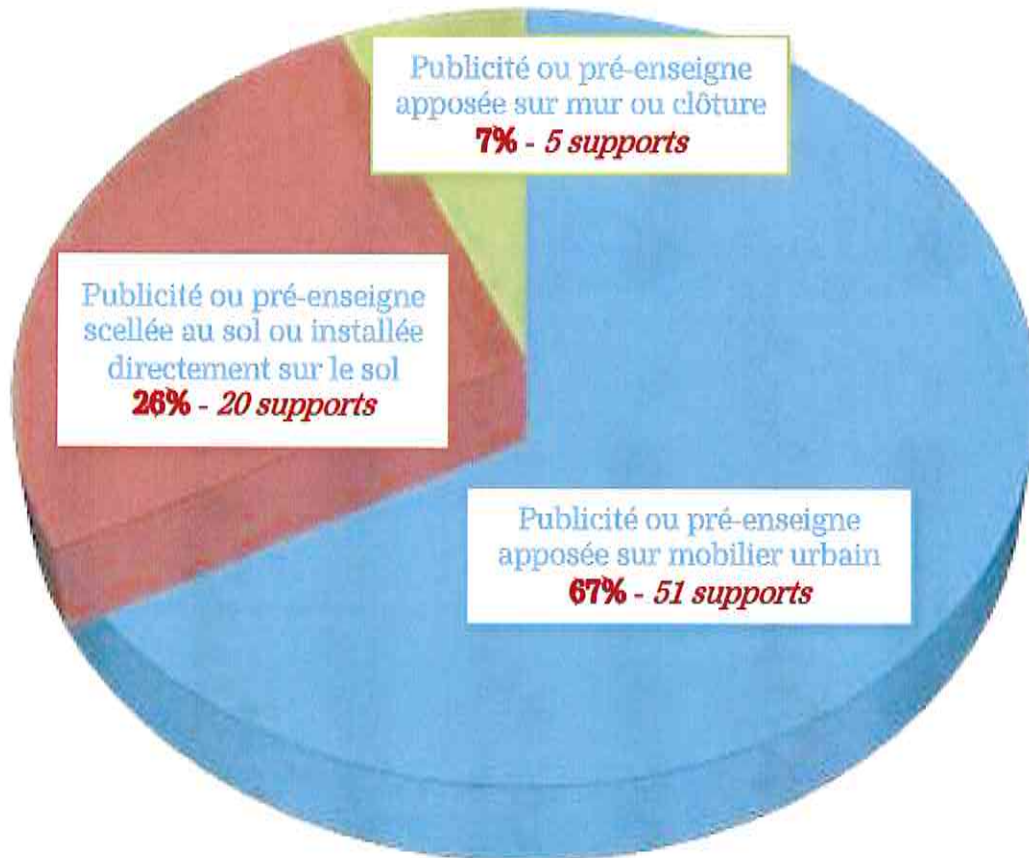
³⁴ Article R581-24 du code de l'environnement

³⁵ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul des formats des publicités



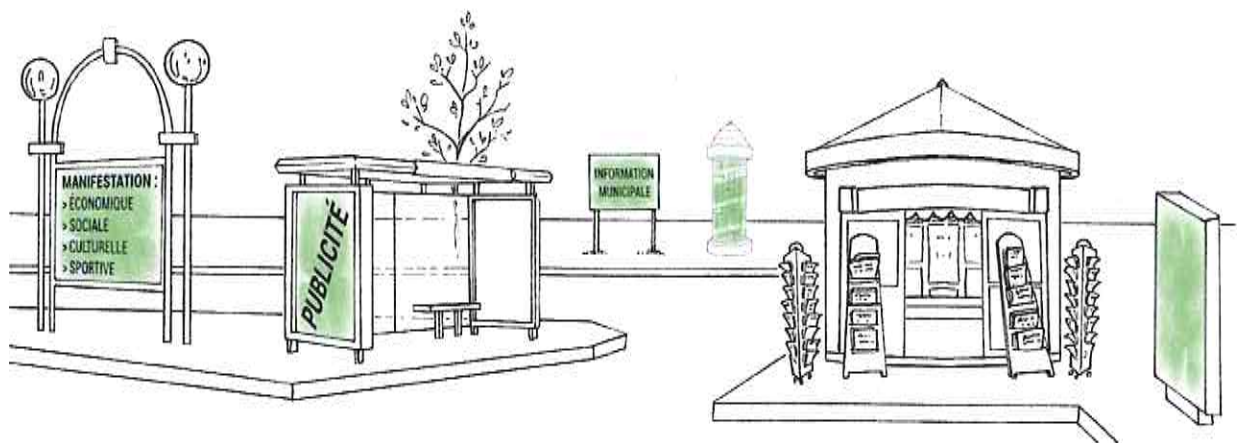
Localisation des publicités et préenseignes sur la commune d'Arnouville

Le graphique ci-dessous illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire communal en fonction de leur type.

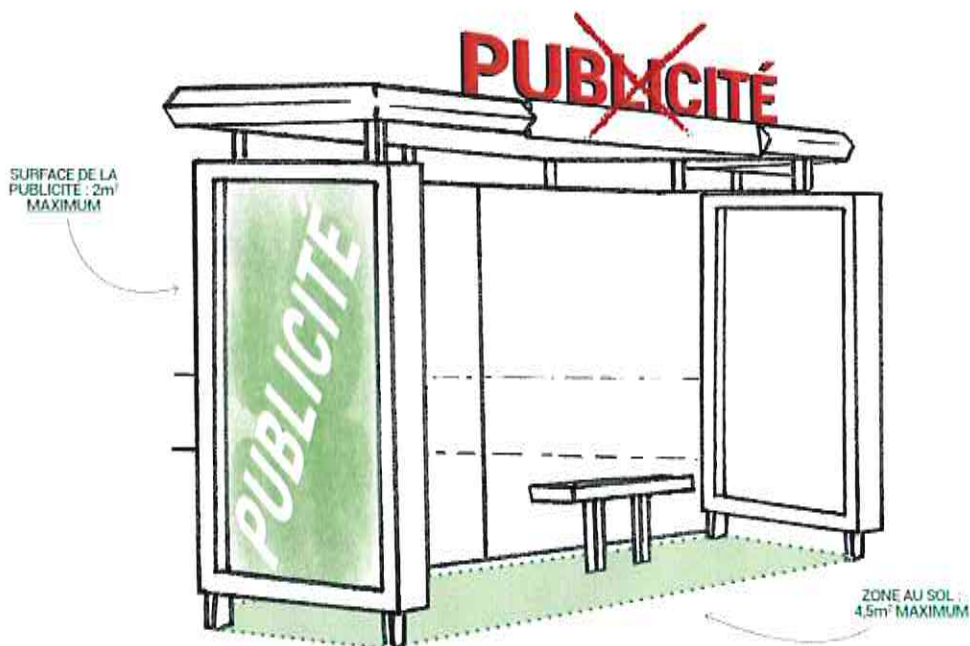


b) Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain

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



Type	Règles applicables (conformément à l'environnement)
Abris destinés au public	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Colonnes porte-affiches	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mâts porte-affiches	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives - Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos <ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; <ul style="list-style-type: none"> - Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : • Interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; • Ne peut ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m^2 (8 m^2 si numérique) ; <ul style="list-style-type: none"> • Ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



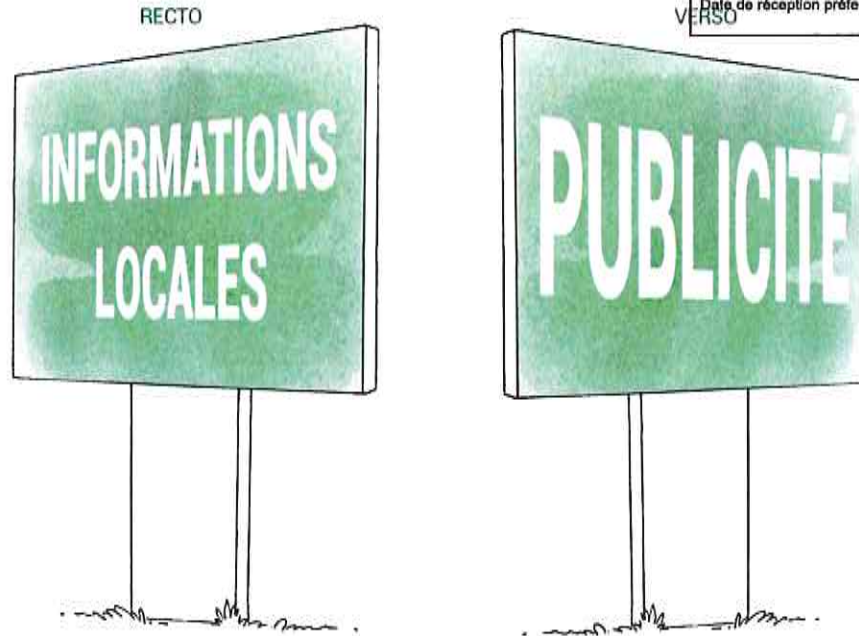
Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public



Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public



Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mâts porte-affiches



Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

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

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique.

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

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les parcs naturels régionaux ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L113-1 du code de l'urbanisme;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories **mais seulement deux** sont présentes sur le territoire communal d'Arnouville, à savoir :

- des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m² ;
- des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* ».



Publicité supportée par un abri destiné au public (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales (photo de droite)

Les publicités supportées par les mobiliers urbains sont toutes de petit format (2 m²). Si aucun dispositif ne s'élève au-dessus de ce seuil, 19 supports semblent non conformes aux règles d'implantation définies par le code de l'environnement puisqu'ils sont situés au sein du périmètre délimité des abords des monuments historiques inscrits³⁶.

On recense par ailleurs cinq dispositifs numériques relevant du mobilier urbain mais ne diffusant aucune communication commerciale. Pour rappel, lorsque ces dispositifs ne diffusent que de l'information générale ou locale ou des œuvres artistiques, ils ne sont pas soumis à la réglementation de la publicité extérieure.



Mobilier urbain numérique ne diffusant que de l'information locale d'intérêt général

³⁶ Article L581-8 du code de l'environnement

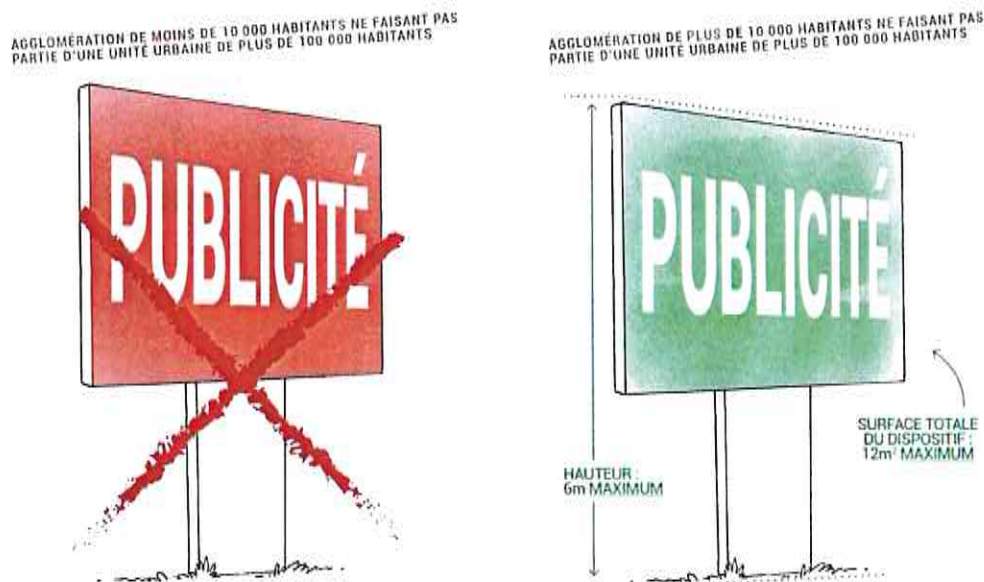
Finalement, compte tenu du format contenu de ces publicités, ce type de dispositifs accessoires est généralement peu impactant pour les paysages arnouillois malgré sa place prépondérante dans le paysage urbain en termes de nombre (67% du total des supports publicitaires) et de localisation (notamment présents en cœur de ville au sein des périmètres de protection patrimoniale et à proximité des « nœuds » routiers, parfois à proximité ou à l'intérieur de zones naturelles ou boisées identifiées par le PLU en vigueur).

La convention de mise à disposition de mobilier urbain (couplée à des dispositifs de signalisation d'informations locales et des préenseignes) liant la commune à un afficheur privé arrivant à son terme en 2025, la place de la publicité apposée sur le mobilier urbain sur le territoire communal devra être posée de manière spécifique dans la future réglementation locale sachant qu'il constitue un outil de communication non négligeable pour les collectivités.

Enfin le caractère éventuellement numérique de ces dispositifs se posera puisqu'Arnouville dispose d'une agglomération de plus de 10 000 habitants et est habilitée à ce titre à disposer de publicités et préenseignes numériques sur son territoire.

c) Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Dotée d'une agglomération de plus de 10 000 habitants, la commune d'Arnouville peut accueillir de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sur son territoire.



Le code de l'environnement y prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres.



Exemples d'une préenseigne et une publicité scellées au sol

Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

- dans les espaces boisés classés (EBC)³⁷,
- 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 (PLU) ou sur un Plan d'Occupation des Sols (POS).

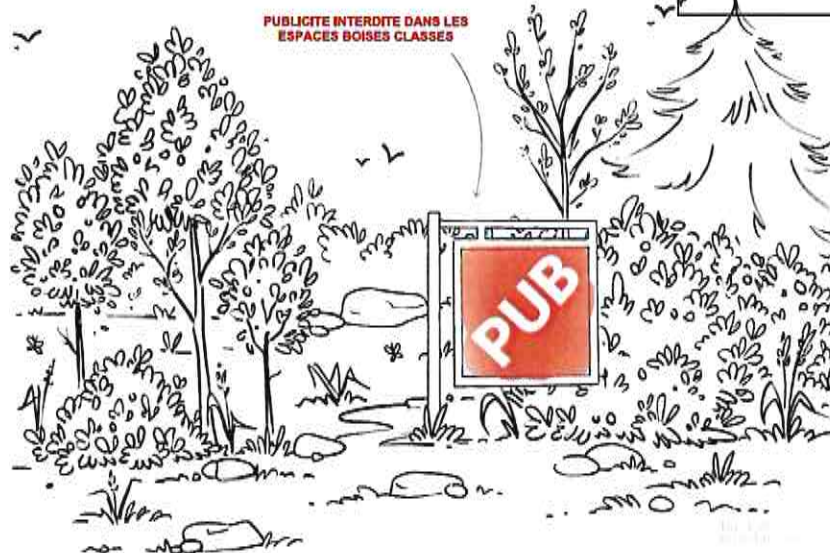
³⁷ Article L113-1 du code de l'urbanisme



Sources :
 Parcellaire, bâti et communes : SIG Roissy
 Pays de France - FCI Etalab
 Zones de protection : PLU communal en
 vigueur et opposable au 10 octobre 2017

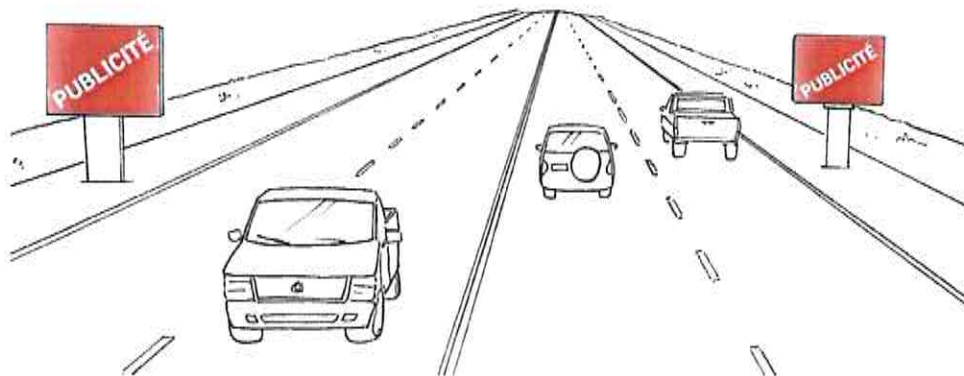
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil

Localisation des EBC et des zones naturelles du PLU en vigueur sur la commune d'Arnouville

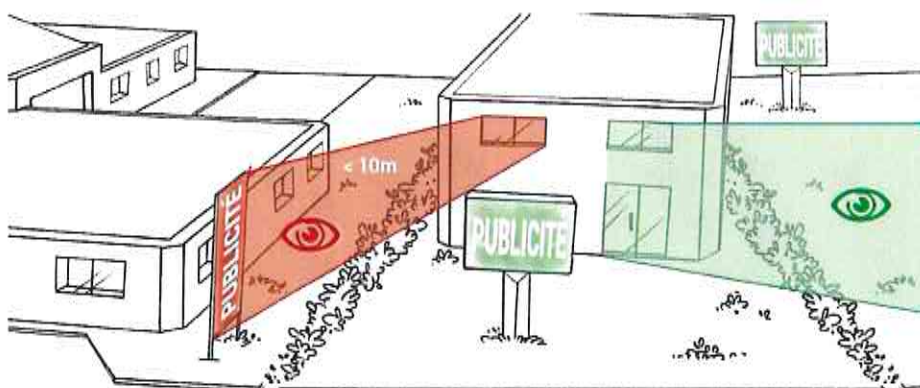


À Arnouville, on recense pourtant 3 dispositifs publicitaires scellés au sol qui semblent situés dans ces espaces de protection stricte en sus des 5 mobiliers urbains qui y sont identifiés.

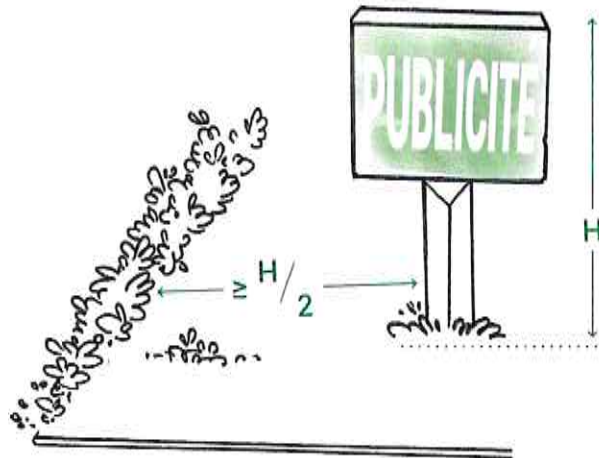
En outre les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors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



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



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



À Arnouville, on remarque qu'un quart des dispositifs excède la « surface hors tout » (surface du dispositif encadrement compris) de 12 m², format maximum autorisé par le code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II » et rappelé par la Ministre de la transition écologique et solidaire³⁸.



Publicités scellées au sol ne respectant pas les règles de surface et de hauteur maximales

En conséquence, 25% des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol (5 dispositifs) peuvent donc être qualifiées de « grand » format (surface supérieure ou égale à 12 m²) très impactant pour les paysages d'autant plus qu'ils sont stratégiquement placés en entrée de ville, le long des axes routiers structurants et qu'ils sont en outre parfois dans un état d'entretien discutable.

³⁸ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

On compte en outre sept dispositifs dont le format est supérieur à **8 m² sans toutefois excéder 12 m²**, ce qui paraît être un maximum surfacique pour une agglomération d'une telle taille démographique et économique sachant que les messages ainsi diffusés sont tout à fait lisibles si tant est que le dispositif considéré soit entretenu.



Exemples de publicités scellées au sol de format médian

Dès lors les « petits » formats publicitaires sont tout de même majoritaires (8 dispositifs ont une surface inférieure ou égale à 4 m²) et représentent 40% des dispositifs de ce type.



Exemples d'une publicité et d'une préenseigne scellées au sol de petit format

Ainsi, malgré leur nombre et une surface plutôt contenue, ces dispositifs scellés au sol participent largement à la banalisation du paysage urbain de la commune de par leur positionnement en entrées de ville (malgré l'interdiction du RLP de 2010), le long des axes structurants de circulation et dans les jardins des particuliers à proximité immédiate des ouvertures de leurs propres habitations avec une fermeture complète ou en tout cas non négligeable des vues.

Par ailleurs, une part importante de dispositifs est implantée dans des secteurs où ils sont strictement interdits (périmètre délimité des abords des monuments historiques, hors agglomération, zones naturelles et EBC du PLU) ce qui représente à la fois un enjeu réglementaire (mise en conformité vis-à-vis du code de l'environnement) mais aussi paysager (les périmètres d'interdiction liés aux patrimoines ont été mis en place pour justement permettre de préserver ceux-ci de toute pollution).

Le futur RLP pourra donc réduire les formats d'affichage (surface, hauteur au sol) et la densité des dispositifs pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment aux abords des entrées de ville et des secteurs résidentiels le long des axes structurants. Il pourra également préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme dans les secteurs à vocation résidentielle en particulier pavillonnaire. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Par ailleurs, lors de l'inventaire, il a également été relevé quelques supports n'étant pas maintenus en bon état d'entretien³⁹.



Exemple de publicité scellée au sol en mauvais état d'entretien

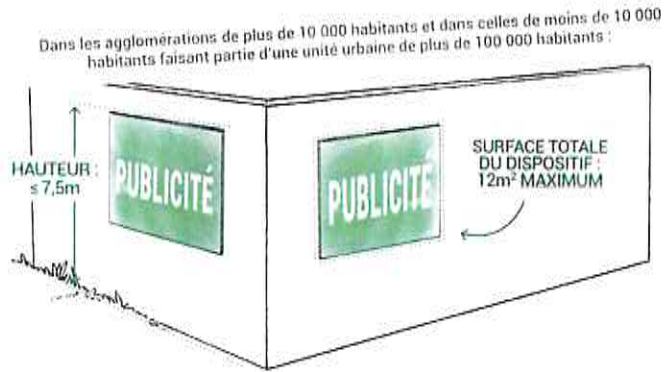
Quoi qu'il en soit, cette identification des dispositifs publicitaires posant des problèmes réglementaires et paysagers pourrait permettre une action de mise en conformité de ces supports qui représentent tout de même la moitié des dispositifs publicitaires scellés au sol existants actuellement sur le territoire communal.

d) Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture

Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

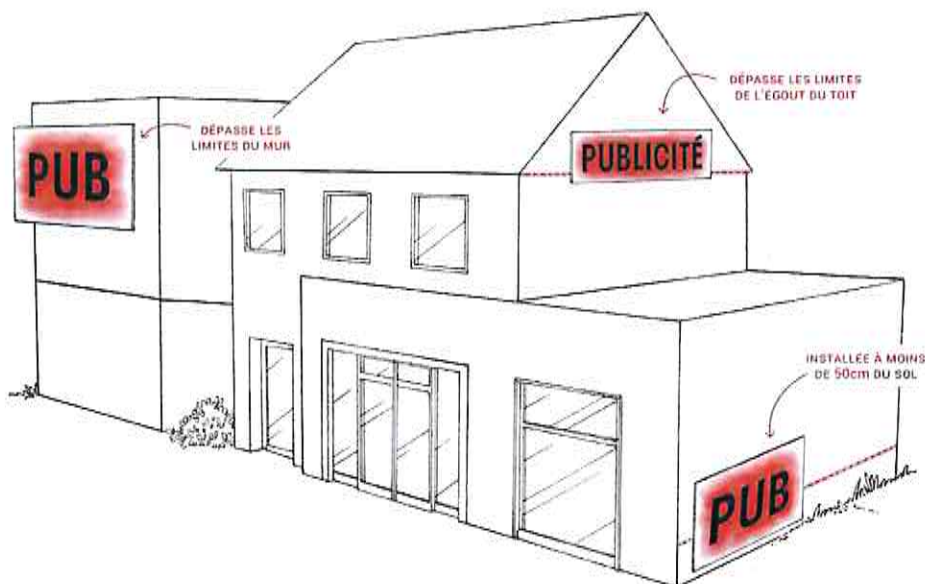
- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5$ mètres.

³⁹ Article R581-24 du code de l'environnement



Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

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



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

Au terme de l'inventaire réalisé sur le territoire communal, les publicités apposées sur mur ou clôture sont relativement rares sur la commune d'Arnouville puisqu'on ne relève que 5 supports.

Il s'agit du type de dispositifs s'intégrant le mieux à l'environnement, « *leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein* »⁴⁰.

Compte tenu de leurs faibles dimensions (les surfaces des publicités murales et sur clôture recensées à Arnouville sont toutes inférieures à 4 m²) et de leur rareté, les impacts paysagers de ces dispositifs y sont réellement très faibles.



Exemples de préenseignes murales à Arnouville

Les seules problématiques paysagères et réglementaires relevées ici sont liées à des implantations discutables : installation en secteur patrimonial, sur support non aveugle ou parallèle à la voie de circulation donc difficilement lisible hors personne circulant à pied.

⁴⁰ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités



Exemples de publicités non conformes car apposées sur un mur non aveugle en secteur patrimonial et sur une clôture non aveugle

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture concernent donc en premier lieu la qualité de leur implantation.

Une réflexion pourra être portée sur l'harmonisation des règles de densité voire de surface entre les deux types de publicités dites « classiques » (publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol et publicités sur mur ou clôture) pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces deux catégories de dispositifs sachant que le RLP de 2010 l'envisageait déjà. Un encadrement similaire en matière de surface pourra aussi être choisi.

Enfin, cette catégorie étant sujette à des non conformités avec le code de l'environnement, la collectivité pourra utiliser ce diagnostic pour mettre en œuvre une action de mise en conformité permettant de retrouver des paysages urbains plus apaisés et qualitatifs.

e) Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Dispositifs extrêmement rares dans des communes de cette dimension démographique et économique, l'inventaire de la publicité arnouilloise n'a permis de recenser aucun support publicitaire situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu.

Compte tenu de leur impact paysager important, le futur RLP de la commune d'Arnouville devra se positionner quant à la possibilité d'implantation de tels dispositifs qui sont considérés comme légaux dès lors qu'ils sont lumineux⁴¹.

f) La densité publicitaire

Outre les règles d'implantations spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le code de l'environnement pose la règle de densité suivante⁴² applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol :

⁴¹ Articles R581-38 et 39 du code de l'environnement

⁴² Article R581-25 du code de l'environnement

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

Par exception, il peut être installé :

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

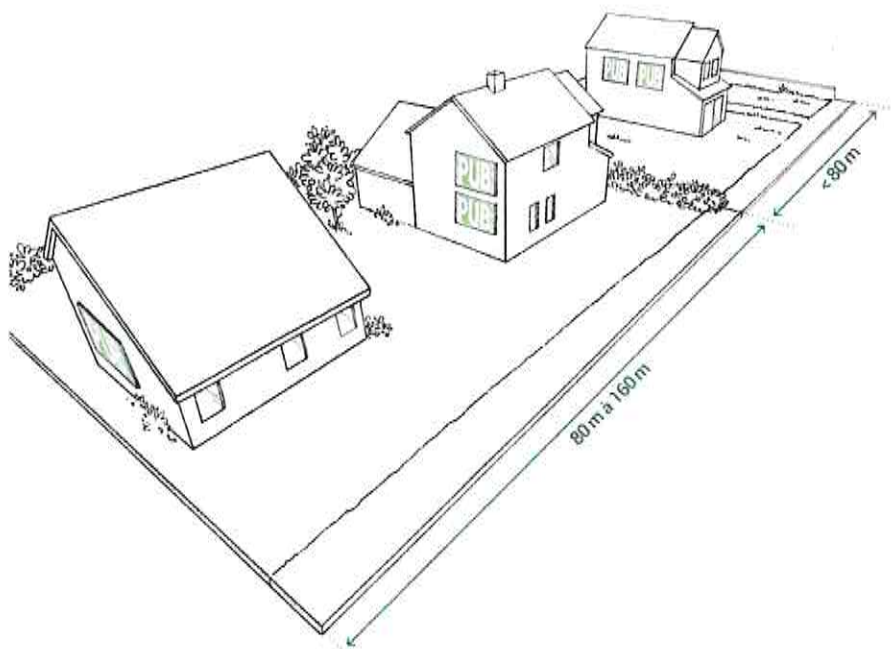
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

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

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

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

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





Le précédent RLP n'instituait de règles concernant la densité publicitaire admise qu'en ZPR3, soit la plus grande partie du tissu urbain (publicité strictement interdite en ZPR1, non règlementée en ZPR2). Pour autant on constate que cette règle est suffisamment contraignante dans ces secteurs majoritairement résidentiels (un dispositif par unité foncière dont le linéaire de façade est supérieur à 30 mètres) pour empêcher la redondance systématique des supports publicitaires de tout type.

Dès lors il paraît impératif de conserver voire généraliser et renforcer cette règle locale pour faire face à la tentation toujours présente de surenchère de dispositifs publicitaires.

g) Les bâches publicitaires

Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du code de l'environnement. Ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

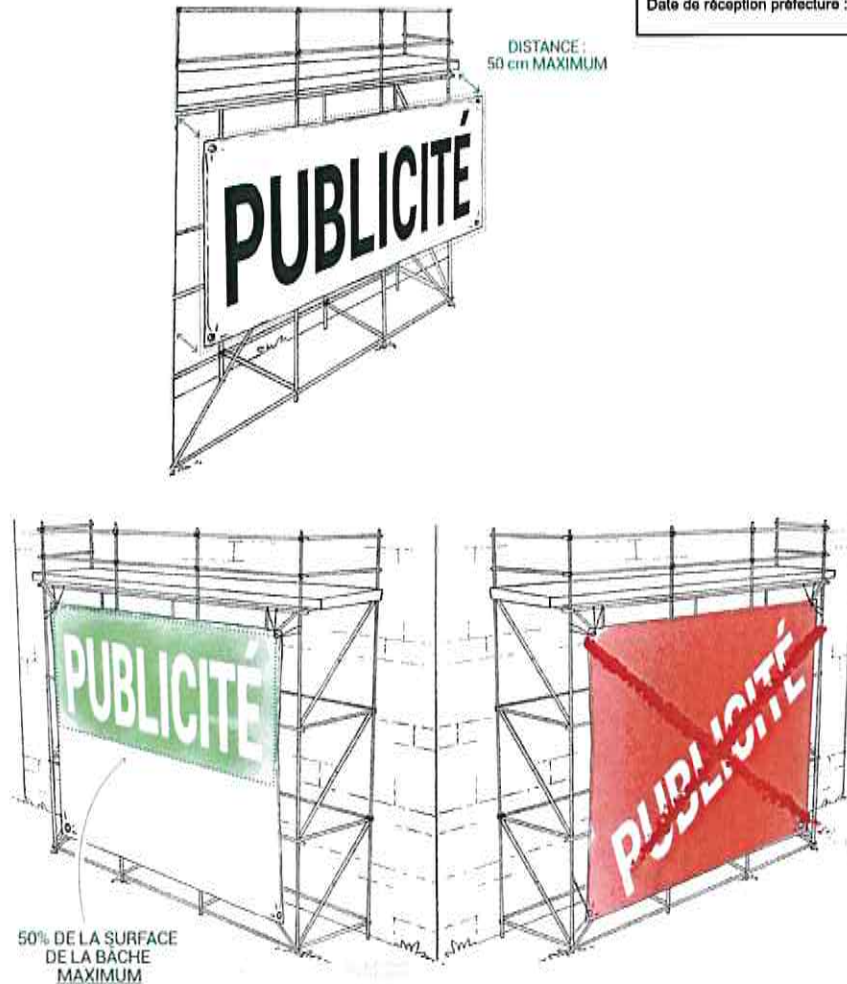
On compte deux types de bâches :

- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R418-7 du code de la route.

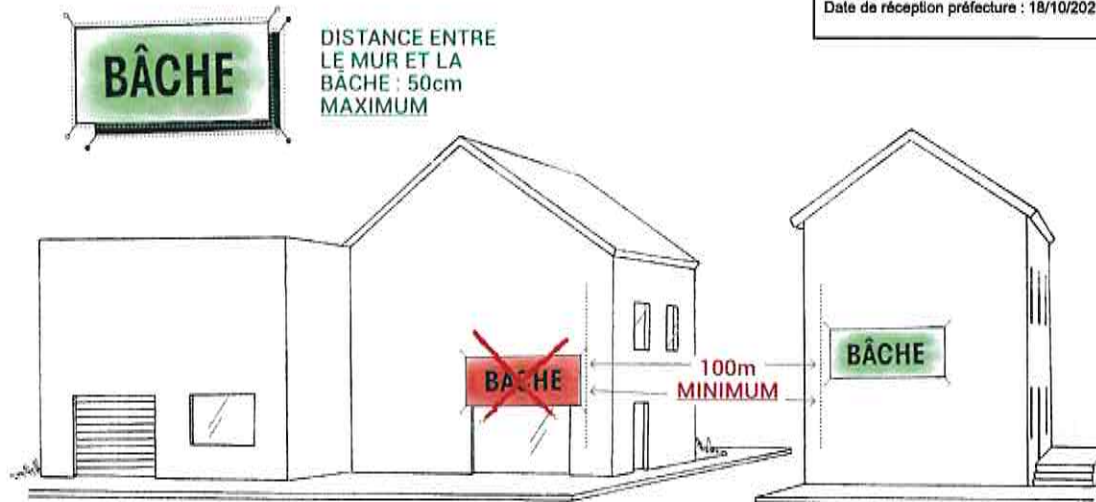
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 centimètres par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. En outre, la durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des échafaudages pour les travaux et la surface de cet affichage ne peut excéder 50% de la surface de la bâche⁴³.

⁴³ L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à $0,5 \text{ m}^2$. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 centimètres, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

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



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité apposée sur bâches notamment le fait qu'elle doit être installée à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucune bâche publicitaire n'a été relevée sur le territoire arnouillois. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

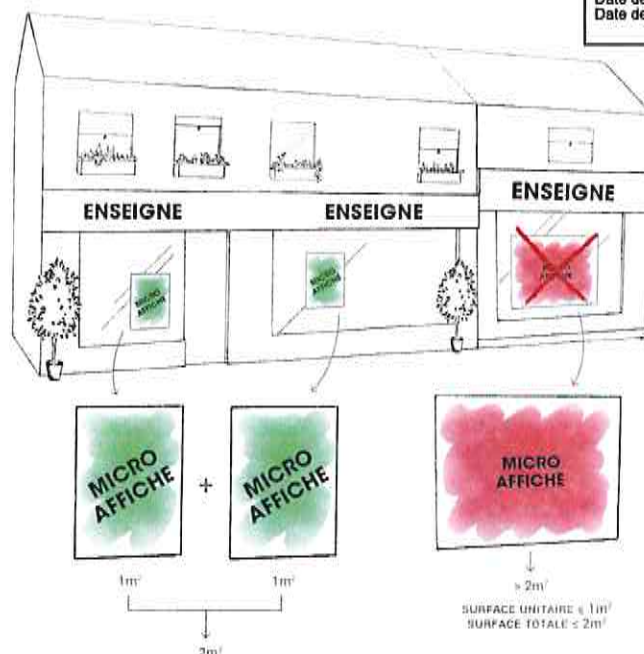
h) Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure.

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

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

Le code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².



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

Généralement on constate que plusieurs dispositifs sont installés sur une même activité. Cela a pour effet d'accroître le phénomène de saturation des façades et donc a un impact paysager non négligeable. En effet, ces dispositifs ne sont pas comptabilisés dans le calcul de la surface cumulée des enseignes institué par le code de l'environnement.

À Arnouville, l'inventaire de la publicité extérieure a permis de mettre en évidence l'absence de ce type de dispositif sur le territoire communal.

1) Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R418-7 du code de la route.

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

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 m².

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

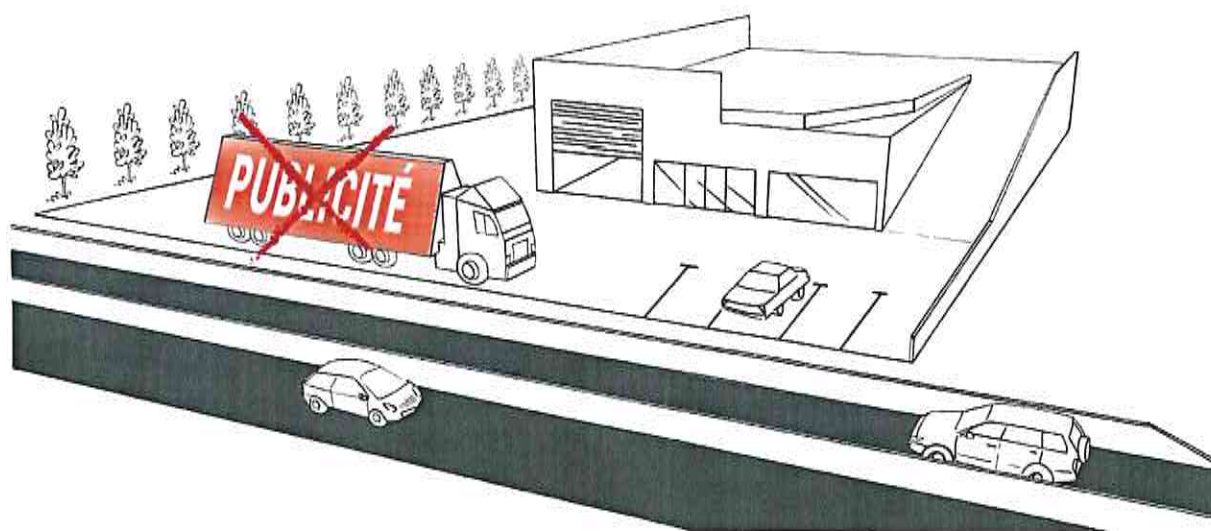
Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé à Arnouville. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

j) Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération

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

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

k) Les publicités sur les véhicules terrestres⁴⁴ et sur les eaux intérieures⁴⁵

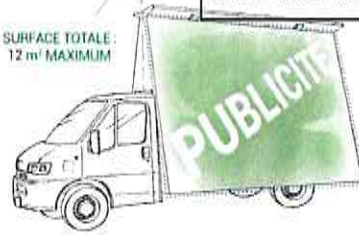


⁴⁴ Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

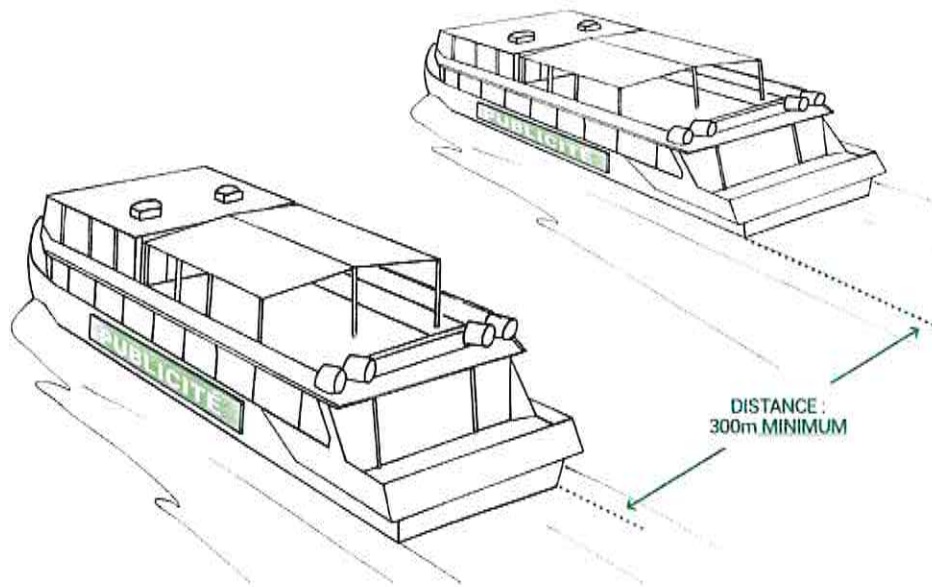
⁴⁵ Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures



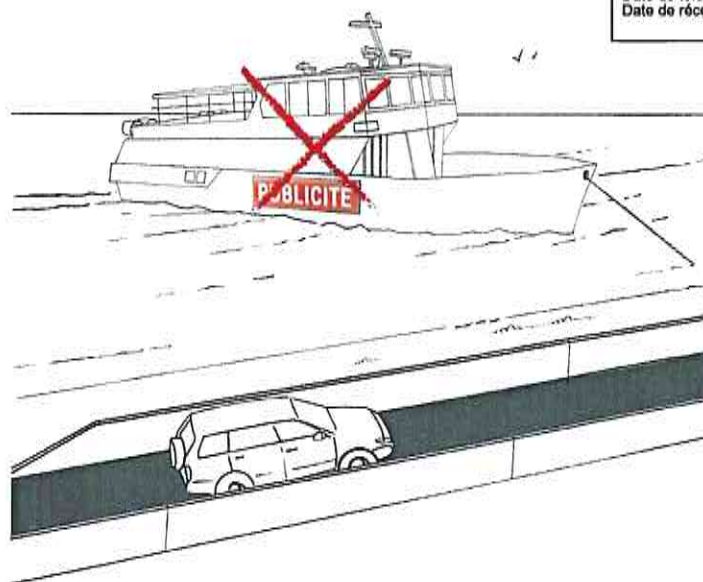
SURFACE TOTALE :
12 m² MAXIMUM



SURFACE TOTALE
= 8 m² MAXIMUM



DISTANCE :
300m MINIMUM



1) Les publicités et préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

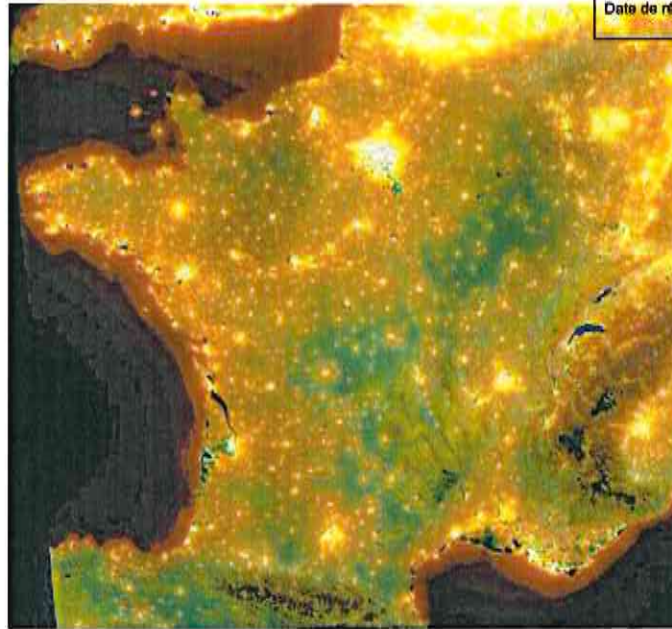
La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieur des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire national.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh⁴⁶.

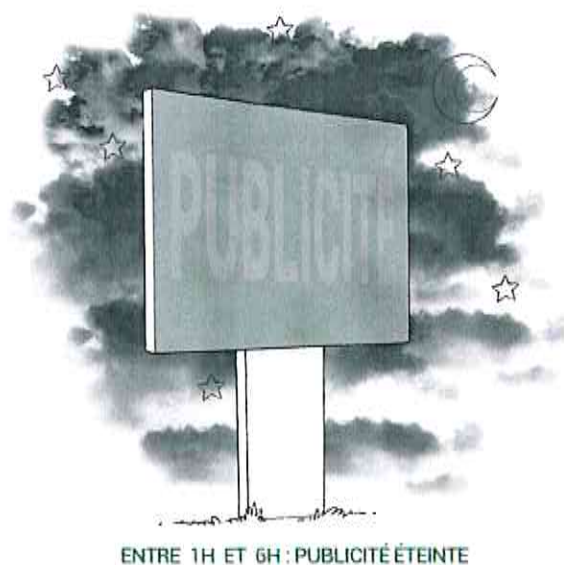
⁴⁶ https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf



Cartographie de la pollution lumineuse en France⁴⁷

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue notamment par la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

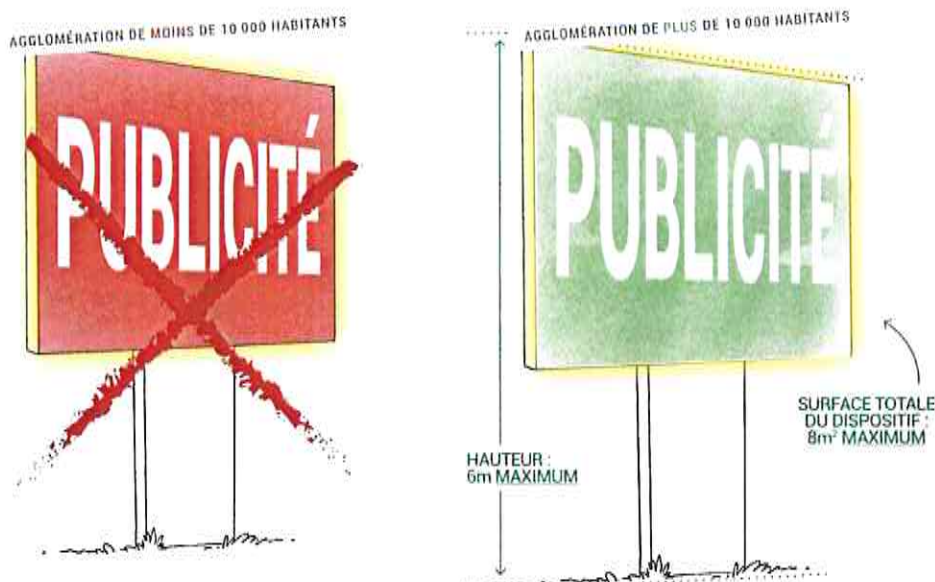


⁴⁷<http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

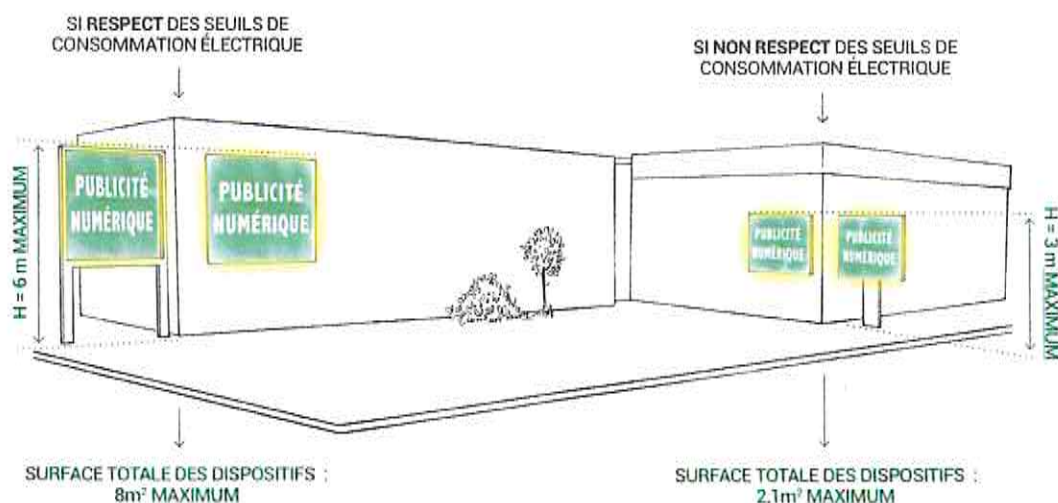
La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴⁸. Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

La publicité numérique et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence sont une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elles sont donc soumises aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse à savoir :

- surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres.



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel⁴⁹, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.



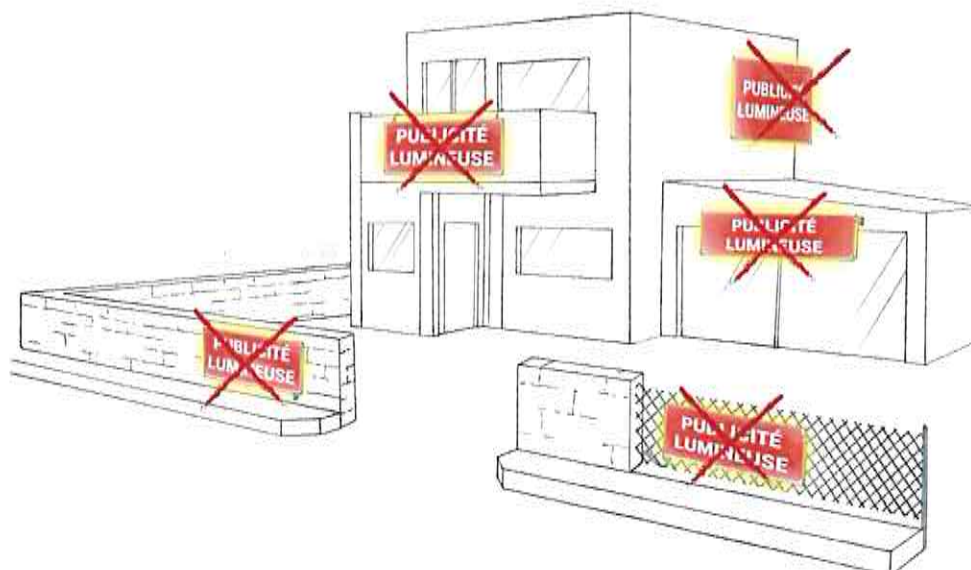
La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

⁴⁸ Arrêté ministériel non publié à ce jour

⁴⁹ Arrêté ministériel non publié à ce jour

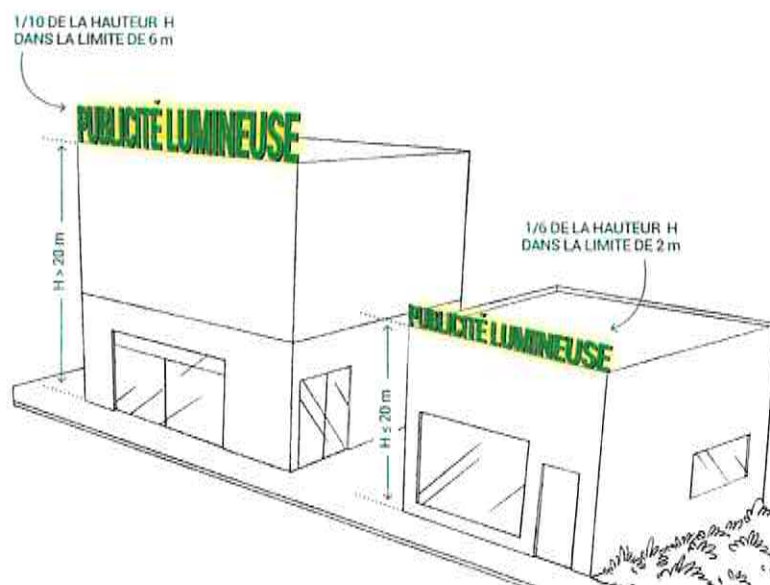
La publicité lumineuse ne peut :

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



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

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



En l'espèce, hors mobilier urbain supportant à titre accessoire de la publicité, la publicité lumineuse bien que présente sur le territoire de la commune d'Arnouville ne concerne que trois supports. Ce sont des dispositifs publicitaires scellés au sol éclairés par transparence (voir exemple ci-dessous).



Exemple de support lumineux recensé à Arnouville

Cependant, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire ;
- réduire la puissance des lampes si elles sont surdimensionnées ;
- remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;
- moduler la durée d'éclairage en visant une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Ainsi, compte tenu de la présence de tels dispositifs à Arnouville et de l'appartenance de la commune à une unité urbaine qui compte plus de 800 000 habitants, le RLP devra a minima indiquer une plage d'extinction nocturne des dispositifs publicitaires, d'enseignes et de préenseignes afin de limiter la pollution lumineuse qu'ils génèrent.

m) Conclusion

La majeure partie de la publicité est actuellement « contrôlée » sur le territoire d'Arnouville. En effet une part prépondérante des communications publicitaires (67%) est apposée sur mobilier urbain ce qui permet à la commune d'avoir une publicité choisie et non subie du moins en termes de format, d'implantation et de nombre.

Pour ce qui est du reste des publicités et notamment les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, veiller à faire respecter la réglementation nationale permettrait déjà de supprimer ou tout au moins d'atténuer fortement les principales causes de « dégradations » paysagères (dimension, emplacement). En outre, la réglementation locale antérieurement en vigueur imposait certaines règles intéressantes du point de vue paysager qui ne sont pas respectées

actuellement (publicité interdite en entrées de ville sauf pour le mobilier urbain, surfaces limitées à 8 m², densité contrainte, etc.) et qui là encore favoriserait la préservation d'espaces urbains plus apaisés et qualitatifs.

La mise en place d'un nouveau RLP sera l'occasion de réaffirmer et conforter ces règles en continuité du précédent règlement.

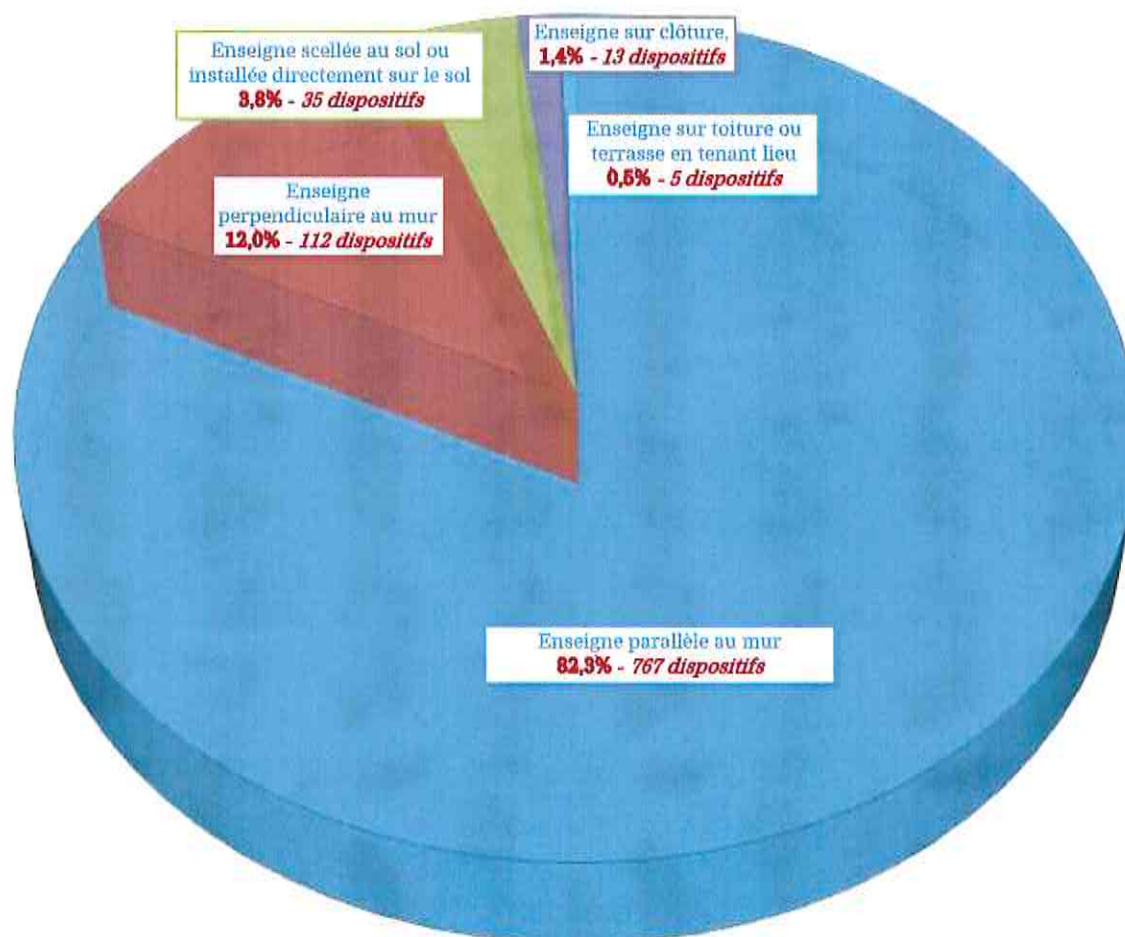
2. Les enjeux en matière d'enseignes

a) Généralités

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

L'inventaire terrain des enseignes a permis d'en dénombrer 932 sur le territoire communal réparties en cinq grandes catégories de la manière suivante :

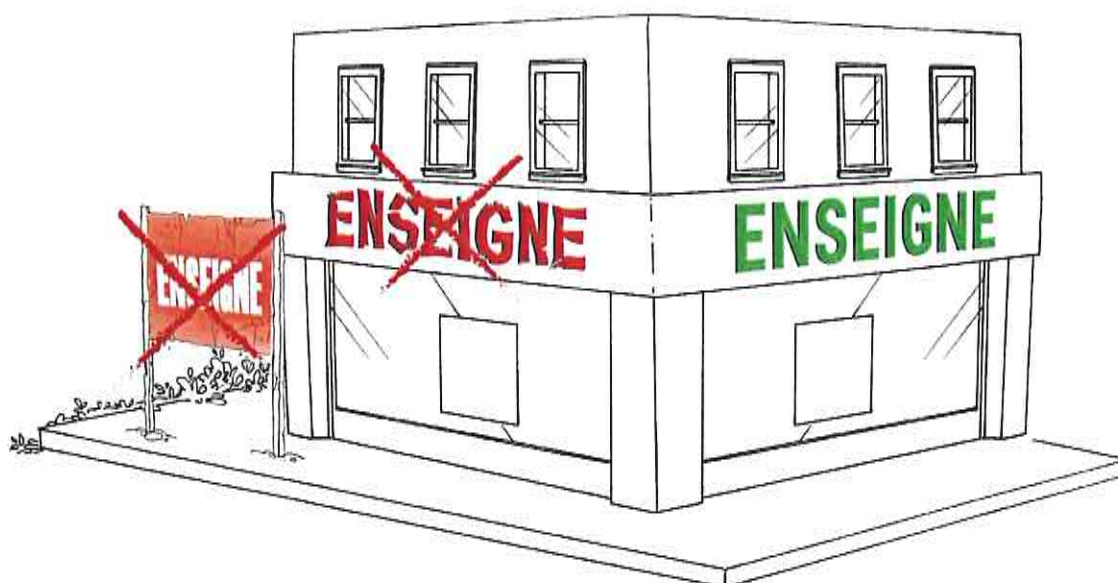
- des enseignes parallèles au mur (767) ;
- des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (112) ;
- des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu (35) ;
- des enseignes perpendiculaires au mur (13) ;
- des enseignes sur une clôture (5).



Quelle que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes soient :

- constituées par des matériaux durables ;
- maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;

- supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque)⁵⁰.



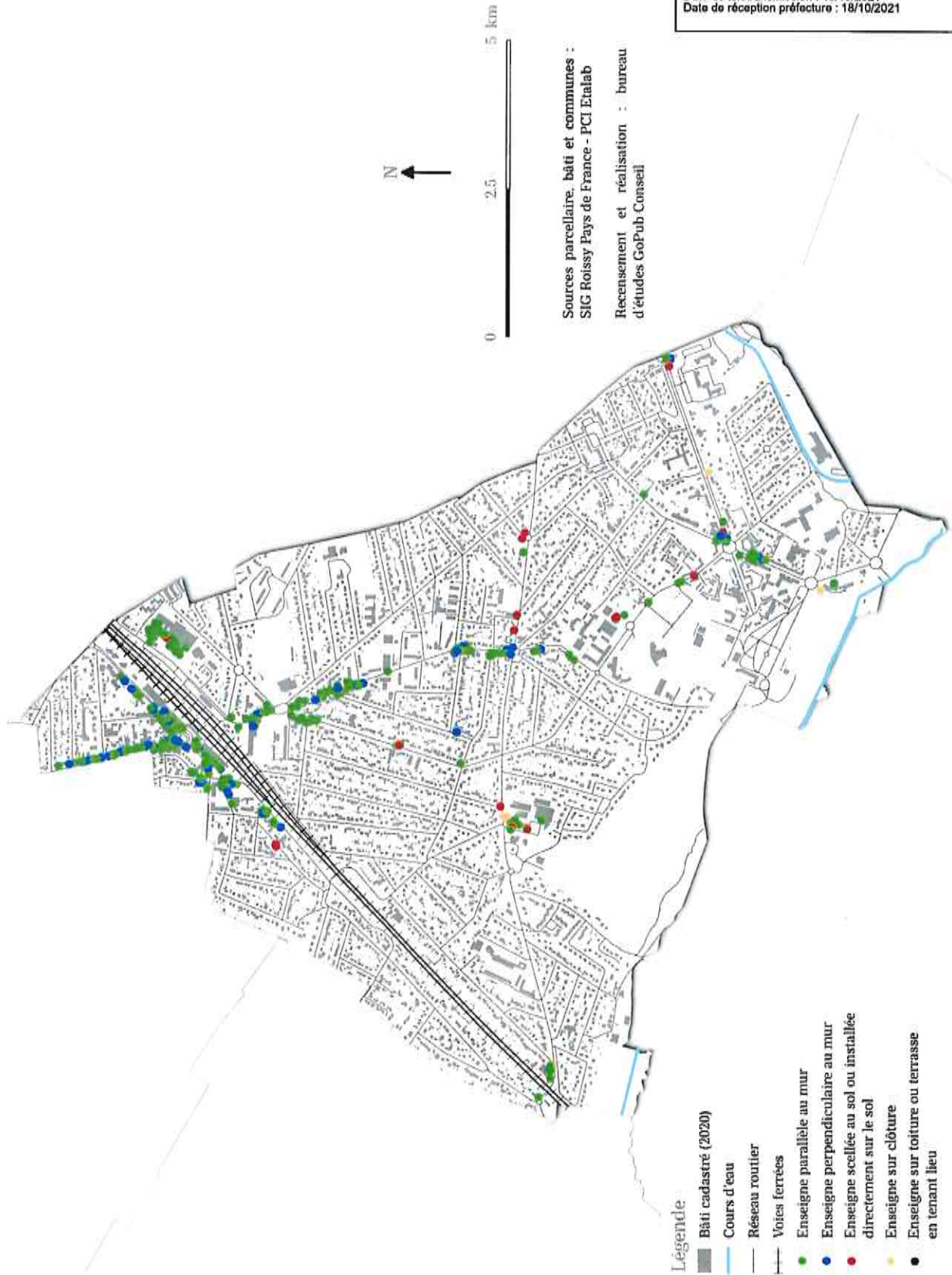
Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu économique est dense. À Arnouville on remarque une grande densité d'enseignes dans le secteur de la gare RER Villiers-le-Bel – Gonesse – Arnouville (avenues Pierre Semard et Jean Laugère en particulier), le long de la rue Jean Jaurès et également l'avenue de la République.

Dans le reste du tissu urbain, les activités étant plus éparées, on recense des enseignes de façon plus ponctuelle.

Par ailleurs, on note une omniprésence des enseignes dites « commerçantes » (enseignes parallèles au mur et enseignes perpendiculaires au mur) puisqu'elles sont notamment utilisées par des activités de centralité (petits commerces et services de cœur de ville) ne disposant que de leur façades propres pour se signaler du fait de leur contexte urbain (absence de foncier propre, activité directement située en front de rue ou de voie sur le domaine public, implantation au rez-de-chaussée d'immeubles d'habitation). A contrario, la commune n'ayant développé aucune grande zone d'activités commerciales ou industrielles, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ainsi que les enseignes sur clôture et les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont moins présentes.

La cartographie ci-dessous expose l'implantation des enseignes recensées sur le territoire communal selon leur type :

⁵⁰ Article R581-58 du code de l'environnement



Localisation des enseignes sur la commune d'Arnouville

b) Les enseignes parallèles au mur

Une très large majorité des enseignes présentes sur le territoire communal sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support (plus de huit enseignes sur dix). Elles se présentent sous diverses formes (en lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches) et on les retrouve essentiellement dans les rues commerçantes du cœur de ville (avenues Pierre Semard et Jean Laugère, rue Jean Jaurès).

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface⁵¹. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

- ne pas dépasser les limites de ce mur ;
- ne pas constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 centimètres ;
- ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.



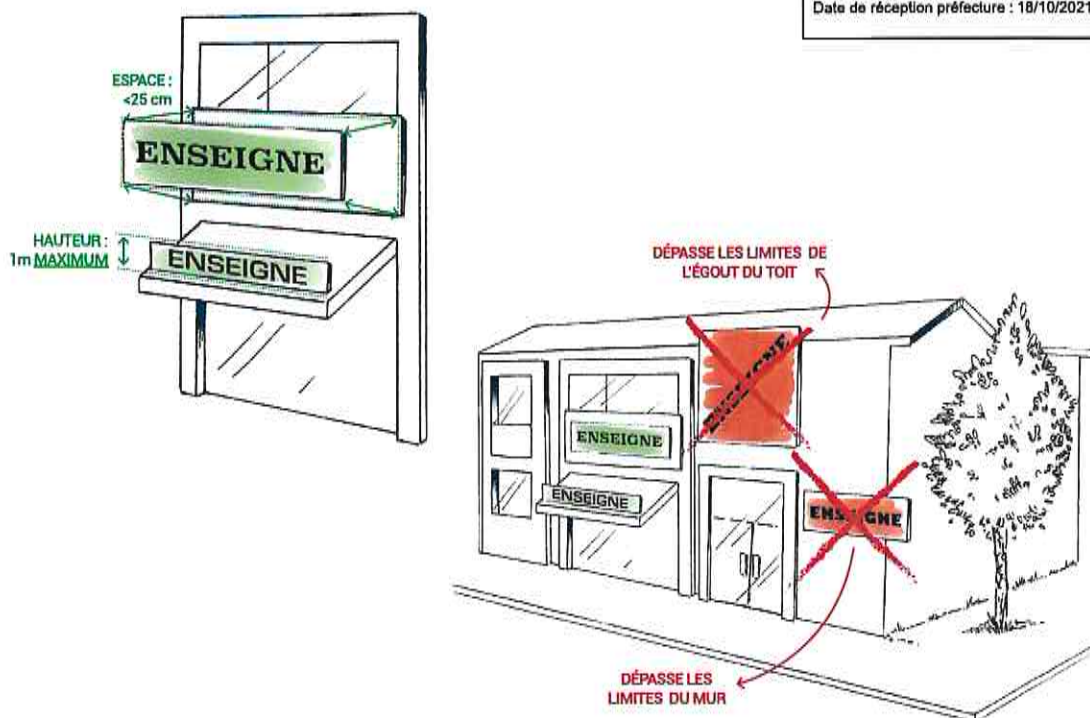
⁵¹ Articles R581-60 et R581-63 du code de l'environnement



Exemples de différents types d'enseignes parallèles au mur recensés à Arnouville

Dans la typologie des enseignes parallèles au mur, on retrouve les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. En l'absence de RLP en vigueur ou si le RLP le permet, ces enseignes peuvent être installées si elles respectent les règles suivantes :

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



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, les enseignes sur balcon, auvent ou marquise viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.

Leur rareté sur le territoire de la commune d'Arnouville pourrait amener la collectivité à réfléchir à leur interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

Globalement les enseignes parallèles au mur posent notablement plus de problèmes paysagers que de problèmes purement réglementaires (conformité ou non au code de l'environnement) même si près du tiers d'entre elles (29,5% du total) ne respectent pas la réglementation nationale en vigueur. En effet, le principal point noir que met en exergue ce diagnostic concerne l'harmonie de nombre de devantures commerciales dont le manque de soin porté à l'entretien, la lisibilité du message, sa cohérence ou son implantation est patent. Ainsi de nombreuses activités se retrouvent avec des enseignes trop imposantes comparativement à la façade considérée (voir par ailleurs le point consacré à la saturation des façades commerciales), situées « hors » du strict lieu de l'activité (enseigne installée au premier étage pour une activité se déroulant uniquement en rez-de-chaussée) ou non suffisamment entretenues et donc finalement illisibles.

Dans un premier temps afin d'« assainir » la situation et de retrouver des paysages urbains plus qualitatifs, il s'agira d'abord de régulariser les non conformités au code de l'environnement rencontrées puis dans le futur RLP d'introduire des règles d'intégration architecturale des enseignes afin qu'elles ne viennent plus dénaturer les façades et brouiller à la fois le champ visuel des usagers de la commune (habitants, visiteurs) et la lecture des paysages urbains.

c) Les enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent le deuxième type d'enseignes le plus utilisé à Arnouville et sont de taille assez modeste comparativement aux autres types d'enseignes. Elles sont

principalement présentes dans le cœur de ville en accompagnement des enseignes parallèles au mur.



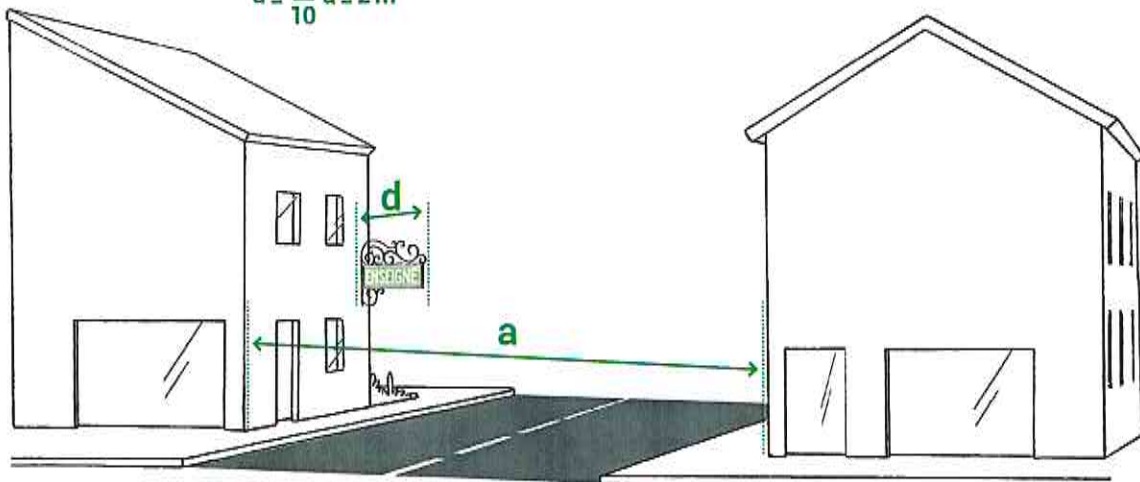
Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Arnouville

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

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

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



À Arnouville, le seul problème de conformité touchant ce type de dispositifs est lié à leur cumul excessif avec d'autres enseignes du même type et des enseignes parallèles au mur (voir par ailleurs le point consacré à la saturation des façades commerciales) et il concerne près de 20% des supports.

Ce problème de cumul cause aussi des troubles d'ordre paysager notables puisqu'en outre l'implantation de ces enseignes est souvent anarchique rendant la lecture compliquée voire impossible pour l'usager au niveau de la rue (piéton).

Ce sont des cas très fréquents dans les rues arnouilloises où les établissements (en particulier les bars-tabacs-presses) signalent parfois tout ou partie de leurs activités et/ou produits sur des dispositifs individuels qui se chevauchent et/ou se succèdent (cf. exemples ci-dessous). Cependant cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité et/ou lisibilité de l'activité et induit des difficultés de lecture à la fois des messages diffusés et des paysages urbains.

On peut noter que dans le document préexistant il n'était pas permis d'installer plus d'une enseigne de ce type en ZPR1 (à l'exception des commerces avec des ventes sous licence), obligatoirement située en-dessous du linteau de la fenêtre du premier niveau.



Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur posant des problèmes paysagers à Arnouville

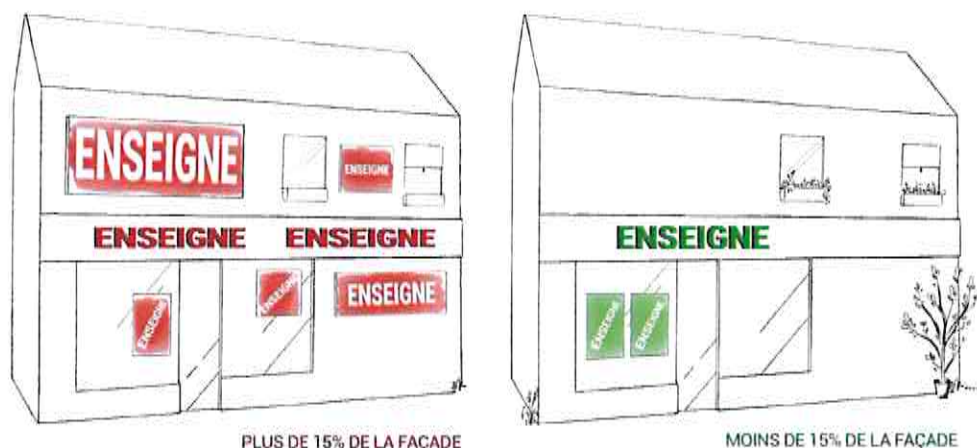
D'autre part si la surface de ces dispositifs est majoritairement inférieure au m^2 (seules dix enseignes mesurent plus d' $1 m^2$ tout en restant inférieure à $2 m^2$) et que leur saillie est plutôt mesurée (seuls six supports ont une saillie dépassant un mètre et débordent de manière « excessive » sur le domaine public), en revanche près du quart d'entre elles excèdent le mètre de hauteur et débordent plus ou moins largement sur l'étage supérieur (en l'occurrence le premier étage puisque les activités concernées se situent généralement en rez-de-chaussée).

Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne **intégration de ces enseignes** vis-à-vis de la façade d'activité. Le nombre d'enseignes, leur positionnement, surface, saillie ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes. La mise en place d'actions pédagogiques accompagnant l'approbation et l'application du futur RLP participera également à une meilleure insertion des enseignes sur le territoire communal.

d) La notion de surface cumulée sur une façade commerciale

Apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure, cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade⁵². Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

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



Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale rencontrés notamment dans le paysage urbain d'Arnouville, d'où une proportion non négligeable d'activités concernées (a minima 35 activités soit environ une activité sur sept).

Pour éviter la surenchère inutile (la majorité des messages ainsi diffusés sont illisibles à cause de leur excessivité tant en termes de surface que de couleurs), il s'agira de veiller au respect des règles nationales du code de l'environnement voire d'envisager des règles pour les enseignes en façade permettant d'en réduire le nombre, la taille et donc l'impact.

⁵² Article R581-63 du code de l'environnement ; cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'exposition d'arts plastiques



Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Arnouville

e) Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont relativement peu présentes sur le territoire arnouillois compte tenu de l'absence de grande zone d'activités économiques dans la commune où les unités foncières plus généreuses par rapport à un cœur de ville dense auraient pu permettre une installation aisée.

Pour autant, celles inventoriées à Arnouville, par leur implantation, leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, participent activement à une saturation des paysages loin d'être négligeable sachant que ces caractéristiques, pas toujours moindres, se cumulent visuellement. Cet impact visuel particulièrement important est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de supports similaires (par exemple des panneaux dits « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités, préenseignes et enseignes.

Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems, les chevalets ou encore les panneaux « 4 par 3 ».

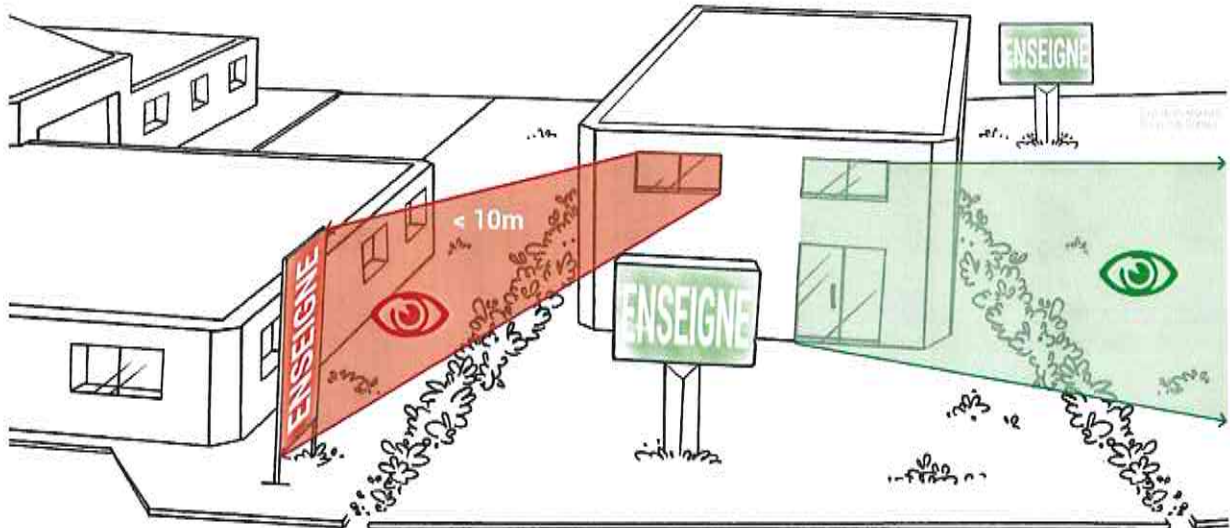




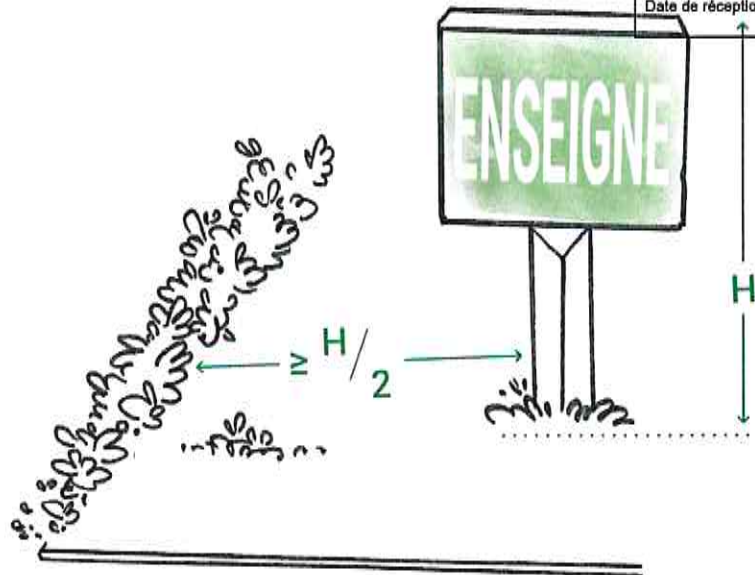
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol à Arnouville

Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantation.

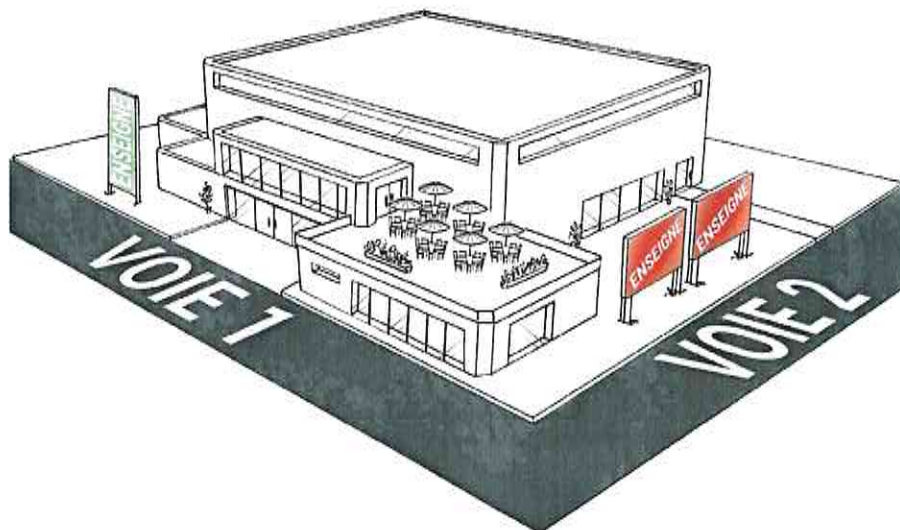
Ainsi, les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



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



Enfin la surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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

Sur le territoire arnouillois, plus du tiers des enseignes recensées ne respectent pas une ou plusieurs règles nationales. Parmi celles-ci, on relève très majoritairement des établissements ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant une activité donnée.



Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le code de l'environnement dès lors qu'elle mesure moins d'1 m². Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que les activités utilisent la plupart du temps une seule enseigne de ce type car elles sont majoritairement situées sur le domaine public, sur les trottoirs (attention toutefois à la régularité de tels dispositifs qui nécessitent d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public pour être installés et être qualifiés d'enseignes ; sinon il s'agira de publicités ou préenseignes puisque situées hors de l'unité foncière dédiée à l'activité signalée) alors qu'elles ont tendance à être redondantes lorsqu'elles sont placées sur une unité foncière privée (par exemple sur les parkings de grandes surfaces commerciales).



Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol

L'ensemble de ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale en vue d'en réduire les nuisances visuelles. Il pourra s'agir notamment de limiter leurs dimensions (surface, hauteur, largeur) et de les uniformiser ce qui n'était pas du tout le cas du RLP précédent qui différenciait panneaux, totems, mâts et oriflammes.

Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales spécifiques aux enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.

En toute logique, l'information pédagogique et la sensibilisation des acteurs économiques de la commune suite à l'élaboration de ce RLP devrait également permettre d'améliorer la situation avec une mise en conformité progressive des enseignes en infraction.

f) Les enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont assez marginales sur le territoire arnouillois mais concentrées sur de rares activités (13 dispositifs au total dont 8 pour 3 établissements).

Ici elles se présentent systématiquement sous forme de bâches ou de pancartes accrochées à des clôtures non aveugles, ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages par la fermeture de points de vue malgré des surfaces contenues (exceptées deux enseignes, elles mesurent toutes moins de 2 m²).

Cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le code de l'environnement. Il y a donc un fort enjeu local à fixer une limite en nombre et en surface sur cette catégorie d'enseignes voire à les proscrire a fortiori lorsqu'elles ne sont pas apposées sur un support aveugle dans un souci de parallélisme avec les publicités et préenseignes de caractéristiques similaires. Ainsi au même titre que les autres enseignes, la mise en place d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP permettra de mieux maîtriser l'insertion de ces enseignes dans leur environnement.



Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Arnouville

g) Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu constituent la catégorie d'enseignes la moins rencontrée sur le territoire communal. L'inventaire n'en a comptabilisé que 5.

Tout comme les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles ont un impact visuel et donc paysager important puisque leurs caractéristiques propres les destinent à être vues de loin. Une attention particulière doit donc être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. En outre ces enseignes peuvent également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



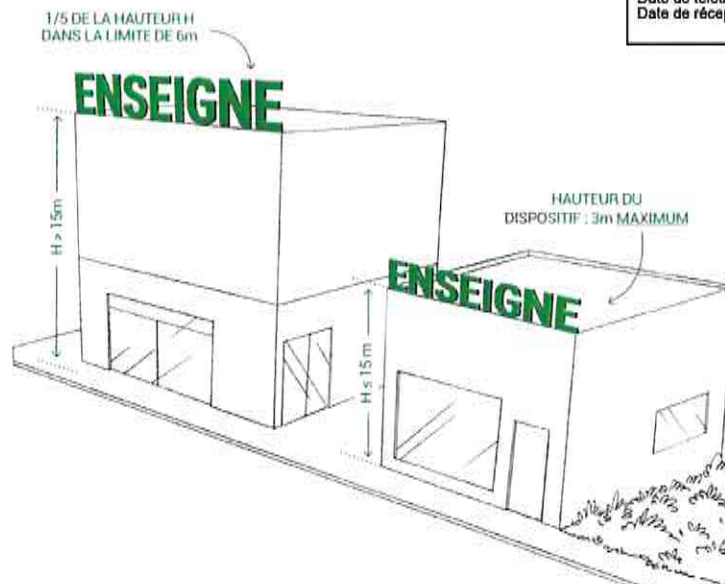
Exemples d'enseignes sur toiture identifiées à Arnouville

Du fait de leurs formats et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques.

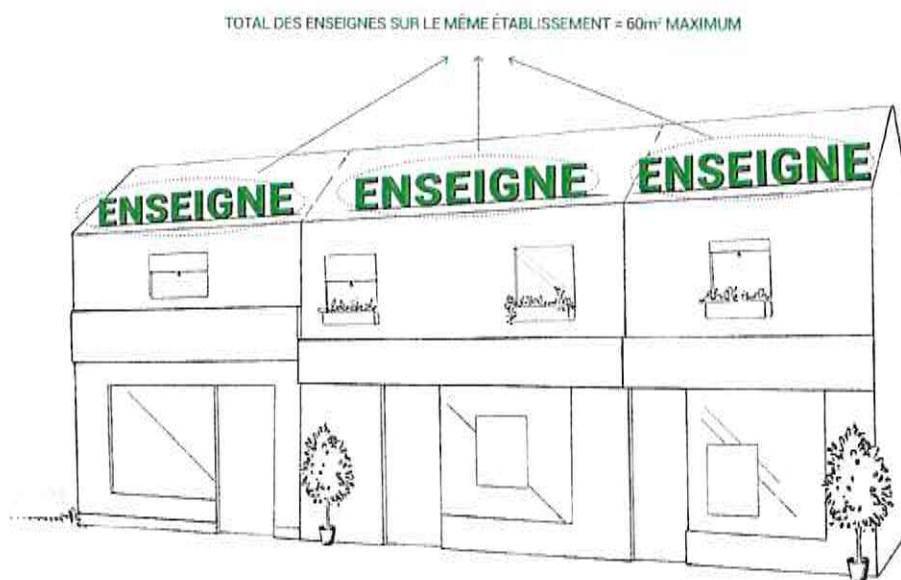
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 50 centimètres de haut.

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



De plus, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement⁵³ est inférieure ou égale à 60 m². Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



Outre l'impact paysager dû à leur grande visibilité, la totalité des enseignes de ce type relevées à Arnouville ont des soucis au niveau de leur réalisation puisque confectionnées au moyen de lettres ou de signes non découpés et/ou sans dissimuler leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base.

Il y a donc là un vrai enjeu pour la commune et ses paysages et afin d'éviter ces problématiques, le RLP pourra par exemple proposer de réduire le format de ces enseignes voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

⁵³ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

h) Les enseignes lumineuses

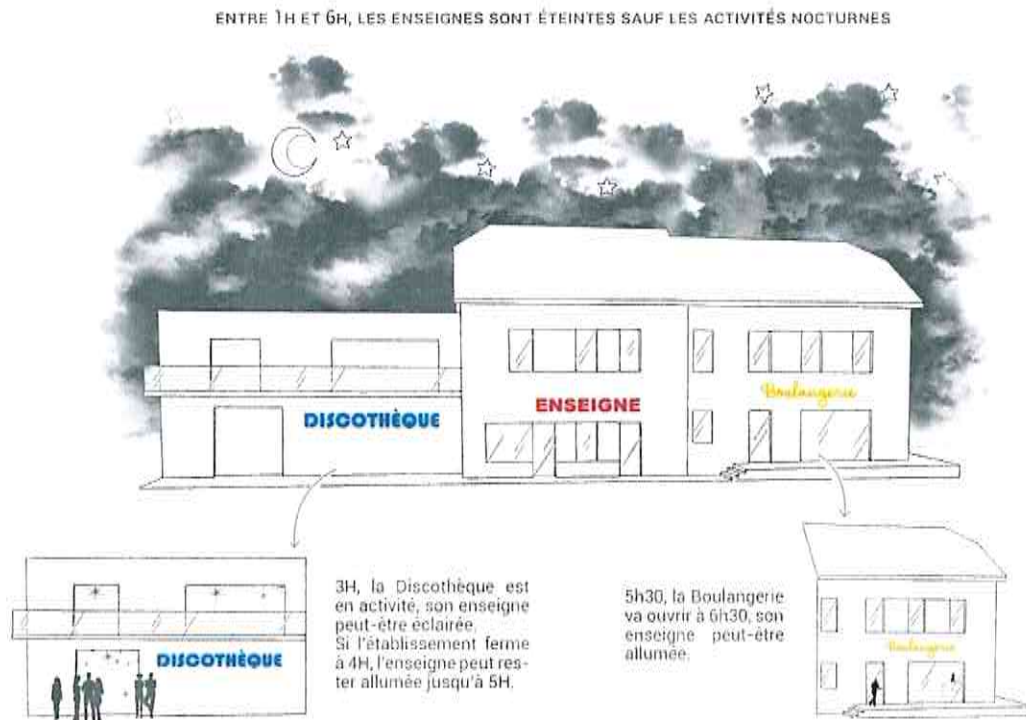
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type.

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

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁴.

Elles sont éteintes⁵⁵ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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



Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-dessus peuvent être lumineuses et le recensement effectué a permis de les caractériser : non lumineuses, en lettres découpées néons ou LED, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ...

140 enseignes présentent un caractère lumineux sur le territoire arnouillois (soit 15% des enseignes arnouilloises) concernant plus du tiers des activités de la ville.

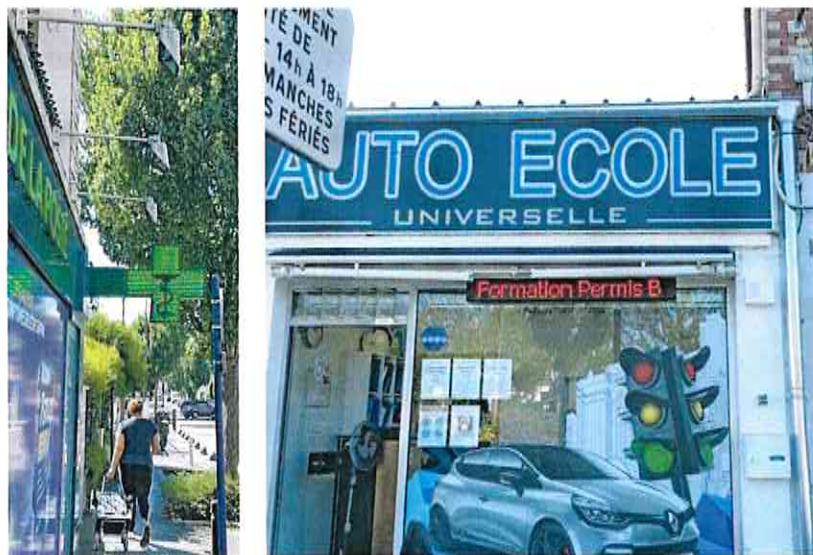
Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence alors que seulement cinq enseignes sont numériques signalant des pharmacies, une station-service, une auto-école et un opticien.

⁵⁴ Arrêté non publié à ce jour

⁵⁵ L'article R581-59 du code de l'environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.



Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence identifiées à Arnouville



Exemples d'enseignes numériques recensées à Arnouville



Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED à Arnouville

Le RLP précédent autorisait uniquement les caissons lumineux sombres et seules les lettres ou les signes devaient être éclairées.

Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

À Arnouville, à l'exception d'une station-service affichant les tarifs des carburants, ce type d'enseigne a un format plutôt restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement.

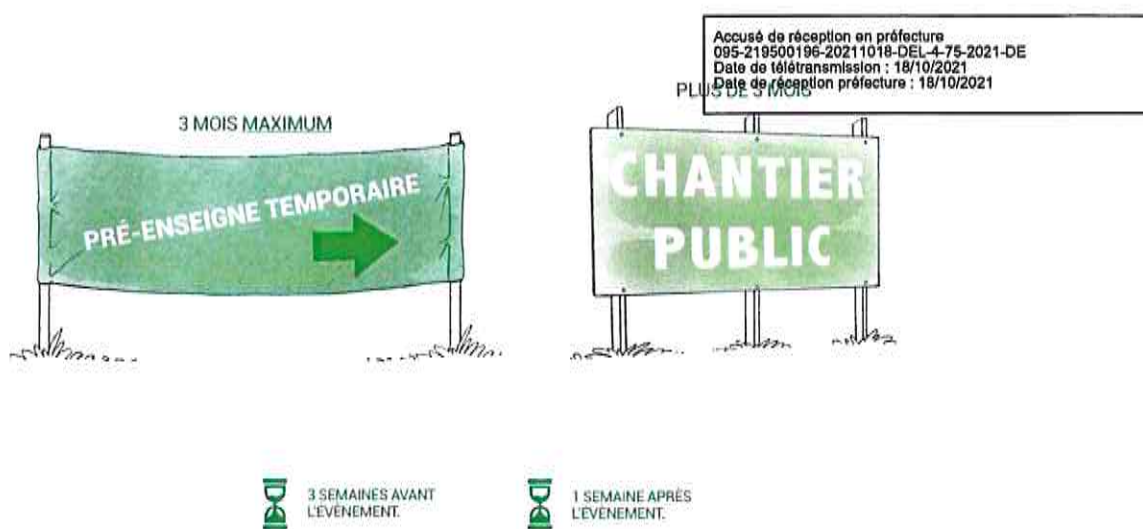
Globalement, le principal problème paysager posé par les enseignes lumineuses est lié à leur extinction nocturne qui n'est pas souvent respectée. Il conviendra donc de s'appuyer sur la procédure d'élaboration de RLP afin d'informer les acteurs économiques de leur obligation en la matière de manière à limiter la pollution lumineuse ainsi engendrée.

i) Les enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes temporaires :

- 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.

Elles peuvent être installées trois 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.



Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement⁵⁶ » à la réglementation des enseignes « permanentes » présentée précédemment, notamment :

- les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;
- les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁵⁷ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁸.

Enfin, en fonction de leur typologie, elles doivent respecter les règles suivantes :

- *pour les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :*
 - saillie \leq 25 centimètres ;
 - ne doivent pas dépasser les limites du mur support ;
 - ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit ;
- *pour les enseignes temporaires perpendiculaires au mur :*
 - ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
 - saillie \leq 1/10^{ème} de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 mètres ;
- *pour les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :*
 - surface totale \leq 60 m²
- *pour les enseignes temporaires de plus de 1 m², scellées ou installées directement sur le sol :*
 - une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
 - règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
 - surface \leq 12 m².

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes apposées sur une clôture ou un mur non aveugle, parfois scellées au sol pour des opérations immobilières, la promotion de locaux à vendre ou à louer ou des opérations commerciales ponctuelles ainsi que la

⁵⁶ Cf. règles du code de l'environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport

⁵⁷ Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

⁵⁸ Arrêté non publié à ce jour

signalisation de manifestations locales de la collectivité comme des associations. Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.



Exemple d'enseigne temporaire à Arnouville

Le futur RLP pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact paysager de ces dispositifs sur le territoire mais aussi économique de sorte qu'aucun établissement n'ait la tentation de multiplier les enseignes temporaires pour bénéficier de droits qu'il n'aurait pas s'il s'agissait d'enseignes permanentes.

j) Conclusion

Le diagnostic des enseignes fait ressortir une principale problématique plus paysagère que purement règlementaire sur la commune d'Arnouville : l'implantation cohérente des dispositifs notamment sur les façades commerciales. Cela contribue à dégrader les paysages urbains (respect de l'architecture globale des bâtiments, du rythme des ouvertures et percements, des éléments en saillie comme les balcons, etc.) et à gêner la bonne lisibilité et visibilité des activités avec un surplus d'information.

D'autre part, on se rend compte que la commune était dotée d'un RLP dont un certain nombre de règles n'ont pas ou peu été suivies, comme par exemple les limitations de la hauteur des enseignes parallèles au mur. Le simple respect des réglementations locale et nationale (lorsque le RLP ne prévoyait pas de règles spécifiques) aurait pourtant pu permettre de traiter une part non négligeable des atteintes au paysage et au cadre de vie relevées ici.

Le nouveau RLP pourra s'appuyer intelligemment sur le document précédent tout en simplifiant la réglementation à l'image d'une possible suppression des règles distinguant les bâtiments d'habitation et d'activités. La collectivité devra avant tout veiller au bon respect dans le temps des règles qui auront été choisies afin de retrouver un cadre de vie apaisé et profitable pour tous.

IV. Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Dans sa délibération de prescription en date du 12 novembre 2019, le Conseil Municipal de la commune d'Arnouville s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Mettre le Règlement Local de Publicité en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire ;
- Contribuer à la revalorisation du quartier du Vieux Pays, le centre historique de la commune nécessitant une attention particulière de par son patrimoine bâti inscrit à la liste des monuments historiques ;
- Prendre en considération le projet de rénovation du quartier du pôle gare dans lequel des démolitions interviendront ainsi que de nouvelles constructions de logements et d'activités avec un réaménagement de l'espace public contribuant ainsi à une revalorisation du quartier dans son ensemble ;
- Prendre en considération la trame verte et bleue présente sur le territoire et participer à la mise en valeur des espaces naturels ;
- Réduire la pollution visuelle ;
- Participer au dynamisme du tissu économique du territoire tout en améliorant le cadre de vie des arnouillois et la qualité du paysage.

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, la commune d'Arnouville s'est donnée les orientations suivantes :

- **Orientation 1** : Contenir le format et la densité publicitaires ;
- **Orientation 2** : Conserver des espaces privilégiés préservés de la publicité ;
- **Orientation 3** : Réfléchir à la mise en place d'une dérogation à l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques afin de permettre le maintien et/ou l'installation d'outils mesurés de communication pour la collectivité et les activités locales dans ce cadre patrimonial soumis à une protection normative ;
- **Orientation 4** : Conforter les règles applicables à la publicité accessoire supportée par le mobilier urbain pour maintenir la qualité des paysages ;
- **Orientation 5** : Renforcer la réglementation applicable aux enseignes parallèles au mur par des règles d'intégration architecturales ;
- **Orientation 6** : Minimiser la place des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dans les paysages en encadrant leur nombre, leur surface et leur hauteur au sol ;
- **Orientation 7** : Diminuer la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages urbains centraux en limitant leur nombre, leur surface et leur saillie ;
- **Orientation 8** : Encadrer l'implantation de dispositifs lumineux en particulier numériques (publicités, préenseignes et enseignes) et renforcer leur plage d'extinction nocturne ;
- **Orientation 9** : Restreindre la réglementation applicable aux enseignes sur clôture ;
- **Orientation 10** : Limiter les possibilités d'implantation d'enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;

Accusé de réception en préfecture
095-219500196-20211018-DEL-4-75-2021-DE
Date de télétransmission : 18/10/2021
Date de réception préfecture : 18/10/2021

- **Orientation 11 : Renforcer la réglementation applicable aux enseignes temporaires.**

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de publicités et préenseignes, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et cohérent avec les caractéristiques et problématiques du territoire d'Arnouville.

Trois zones de publicité distinctes sont donc instituées sur le territoire communal. Elles couvrent l'ensemble de l'agglomération arnouilloise et sont définies de la manière suivante :

- la zone de publicité n°0 (notée ZP0) qui couvre l'intégralité du périmètre délimité des abords des monuments historiques de la commune d'Arnouville ;
- la zone de publicité n°1 (notée ZP1) couvre l'agglomération à vocation principale d'habitat et d'équipement et regroupe l'essentiel des commerces et services du tissu urbain ;
- la zone de publicité n°2 (notée ZP2) couvre le secteur de la gare RER de Villiers-le-Bel – Gonesse – Arnouville ainsi que le domaine ferroviaire.

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

Dans l'ensemble des zones de publicité, pour des questions de qualité paysagère, sont interdites :

- les publicités ou préenseignes apposées sur une clôture ;
- les bâches publicitaires ;
- les publicités ou préenseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

En toutes zones, les publicités ou préenseignes supportées à titre accessoire par du mobilier urbain respectent les règles nationales contenues dans le code de l'environnement à l'exception du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques qui ne pourra avoir une surface unitaire excédant 2 m² ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

En ZP0, les seules possibilités publicitaires sont celles décrites pour le mobilier urbain qui à titre dérogatoire pourra accueillir de la publicité accessoire. Il s'agit de conforter le cadre patrimonial de ces espaces règlementairement protégés tout en permettant à la collectivité de disposer d'un minimum d'espace de communication à destination de sa population et des usagers. Cette possibilité s'explique donc par l'intérêt général et le service rendu au public par les abris destinés aux voyageurs et les mobiliers d'informations générales ou locales.

En ZP1, les contraintes adoptées par la commune ont pour but de préserver les espaces publics ainsi que le cadre de vie des habitants et usagers de la commune dans des secteurs très majoritairement résidentiels qu'ils soient centraux ou périphériques.

Ainsi, au sein de ces espaces, comme dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas une unité urbaine de 100 000 habitants, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sera interdite. Outre son apposition sur du mobilier urbain à titre accessoire (voir plus avant dans le propos), la publicité ne pourra donc être installée que sur des murs aveugles dans la limite de 4 m² de surface unitaire et de 6 mètres de hauteur au-dessus du niveau du sol.

Afin de protéger ces espaces d'un surnombre publicitaire, il ne sera en outre possible que d'installer un unique dispositif par unité foncière si son côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 30 mètres linéaire ; en-deçà la publicité ne sera pas admise.

En ZP2, il s'agit de trouver un équilibre entre la réglementation nationale applicable aux agglomérations de plus de 10 000 habitants et les fortes restrictions projetées en ZP1 et plus encore en ZP0 afin de permettre une signalisation suffisante des activités économiques tout en préservant un cadre de vie apaisé notamment du fait de l'interface de ce secteur avec le tissu résidentiel.

De ce fait les formats publicitaires sont réduits à 10,5 m² contre 12 m² actuellement (encadrement inclus)⁵⁹ et leur hauteur limitée à 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

L'objectif est d'harmoniser le format des supports qu'ils soient muraux, scellés au sol ou directement installés sur le sol et d'en réduire l'impact sur les paysages et sur le cadre de vie dans ce secteur particulier.

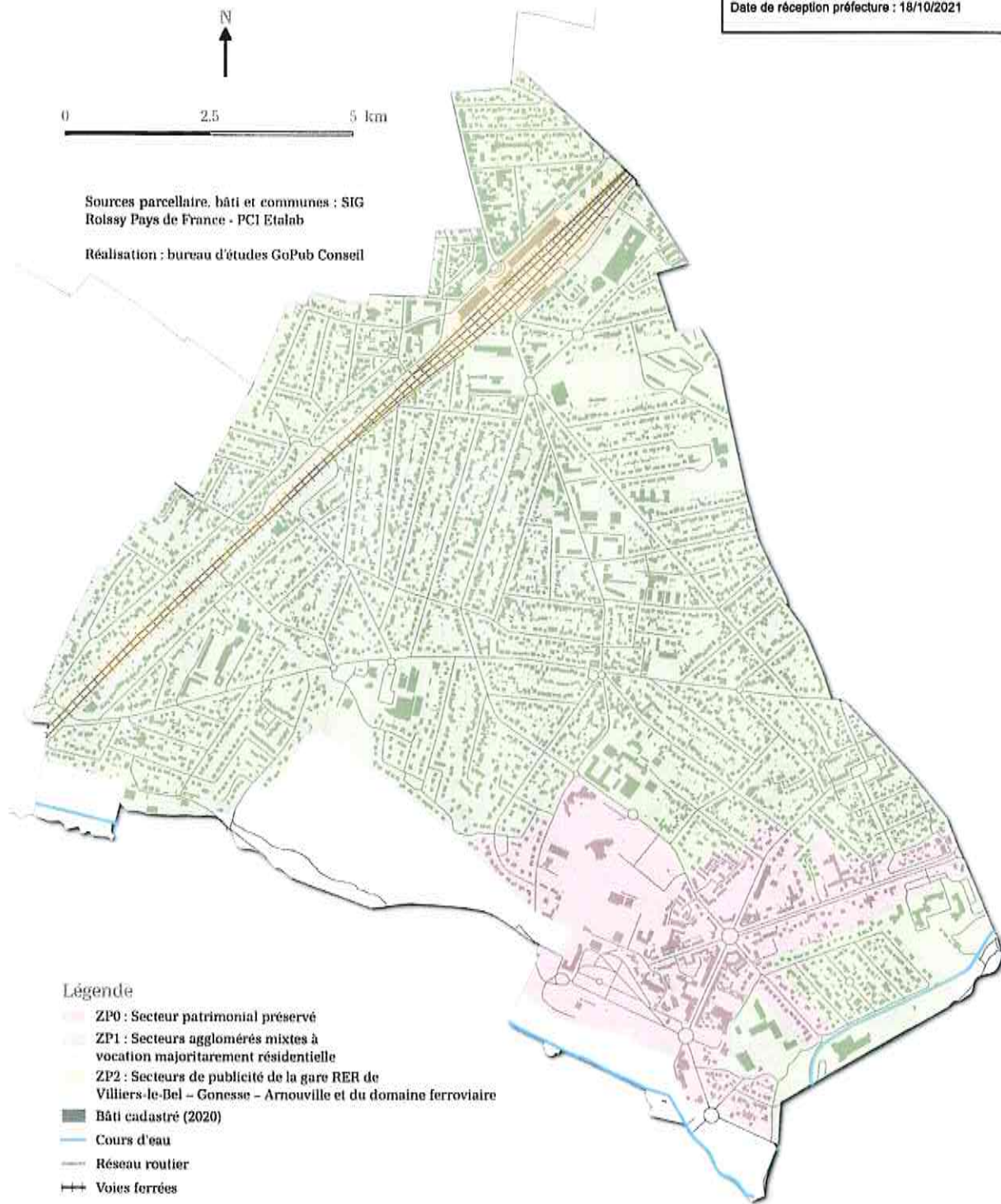
De plus, ces dispositions seront complétées par une règle de densité renforcée ne permettant l'implantation que d'une unique publicité ou préenseigne par unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique d'une longueur supérieure à 50 mètres (dans le cas contraire aucun support ne sera possible). Par dérogation, il sera toutefois possible d'installer un support supplémentaire par tranche de 100 mètres linéaires dès lors que l'unité foncière dispose d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique d'une longueur supérieure ou égale à 100 mètres. L'objectif est d'empêcher l'enchaînement de publicités ou préenseignes et de limiter notamment le développement de la publicité scellée au sol.

D'autre part les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol devront être implantés perpendiculairement à la voie les bordant afin d'en garantir la bonne insertion dans ces paysages urbains.

Enfin, dans l'ensemble de ces zones, lorsqu'elles seront autorisées, les publicités ou préenseignes lumineuses seront éteintes entre 22 heures et 6 heures y compris celles supportées à titre accessoire par le mobilier urbain, ceci dans le but de faire des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse nocturne.

En ZP0 et ZP1, pour protéger au maximum le cadre de vie arnouillois, les supports publicitaires ne pourront être éclairés que par transparence. Les publicités ou préenseignes numériques y seront donc interdites. En revanche, en ZP2, compte tenu des caractéristiques de la zone, les supports numériques pourront être admis si leurs images sont fixes et qu'ils n'excèdent pas 4 m² et 6 mètres de hauteur au niveau du sol.

⁵⁹ Dans la réalité, les publicités et préenseignes dépassent souvent 13 m² avec l'encadrement.



Plan de zonage « publicité » de la commune d'Arnouville

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, les règles retenues concernent, sauf mention contraire, l'ensemble du territoire communal, y compris hors agglomération. Le but est d'harmoniser au maximum les règles pour garantir un cadre de vie de qualité pour tous tout en prenant en compte les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Ainsi, afin de prendre en compte les besoins des acteurs économiques du territoire ainsi que les enjeux mis en exergue par le diagnostic et dans un souci de cohérence et de simplicité, le zonage choisi pour les enseignes est différent du zonage qui s'applique à la publicité et aux préenseignes. Une seule zone d'enseigne est donc instituée sur l'intégralité du territoire de la commune d'Arnouville (cf. carte ci-dessous).

Tout d'abord pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdira l'installation de toute enseigne sur :

- les arbres et les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les auvents, les stores-bannes et les marquises ;
- les balcons ou balconnets ;
- les garde-corps et les barres d'appui de fenêtre, de baie, de balcon ou de balconnet ;
- les clôtures ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu ;
- les bâches exceptées celles installées à titre temporaire lorsqu'elles présentent une communication d'intérêt collectif.

En toutes zones les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur devront être implantées au-dessous des limites du plancher du premier étage lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée (sauf en cas d'impossibilité technique à démontrer) afin de préserver l'harmonie architecturale des ensembles bâtis en particulier dans le tissu mixte des centralités urbaines.

Cette règle d'implantation est également valable pour les enseignes perpendiculaires dans le même but de favoriser une meilleure intégration des enseignes dans les devantures commerciales des rez-de-chaussée d'immeubles avec un impact moindre sur l'espace public.

Dans le même ordre d'idée d'harmonie des façades et de la trame urbaine, les activités devront installer leurs enseignes en façade (enseignes parallèles et perpendiculaires au mur) au même niveau sauf, là aussi, en cas d'impossibilité technique à démontrer.

Par ailleurs pour mettre fin à la surdensité d'affichage sur les façades commerciales, il a été décidé que quelle que soit la taille de celles-ci, l'ensemble des enseignes en façade (parallèles au mur et perpendiculaires au mur) ne devra pas excéder 15% de la surface de cette façade.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une seule par façade d'un même établissement, le but étant de ne pas surcharger les façades avec ce type d'enseignes. La hauteur maximale est fixée à 1 mètre et la saillie sera par ailleurs limitée à 80 centimètres maximum contre 2 mètres dans le code de l'environnement pour ne pas avoir de dispositif débordant trop sur le domaine public et fermant le paysage. Il s'agit d'instaurer des règles qui amoindrissent l'impact de ces enseignes sur l'espace public et empêchent la fermeture du champ visuel au cœur de sa centralité commerçante et de services.

En ce qui concerne les enseignes de plus d'1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans un souci de parallélisme avec la publicité du même type, elles ne pourront avoir une surface unitaire excédant 8 m². De plus leur hauteur maximale sera harmonisée à 6 mètres au-dessus du

niveau du sol en tout secteur. Enfin, leur largeur est également **restreinte (deux mètres au maximum)** ce qui réduira d'autant leur place dans les paysages urbains d'Arnouville.

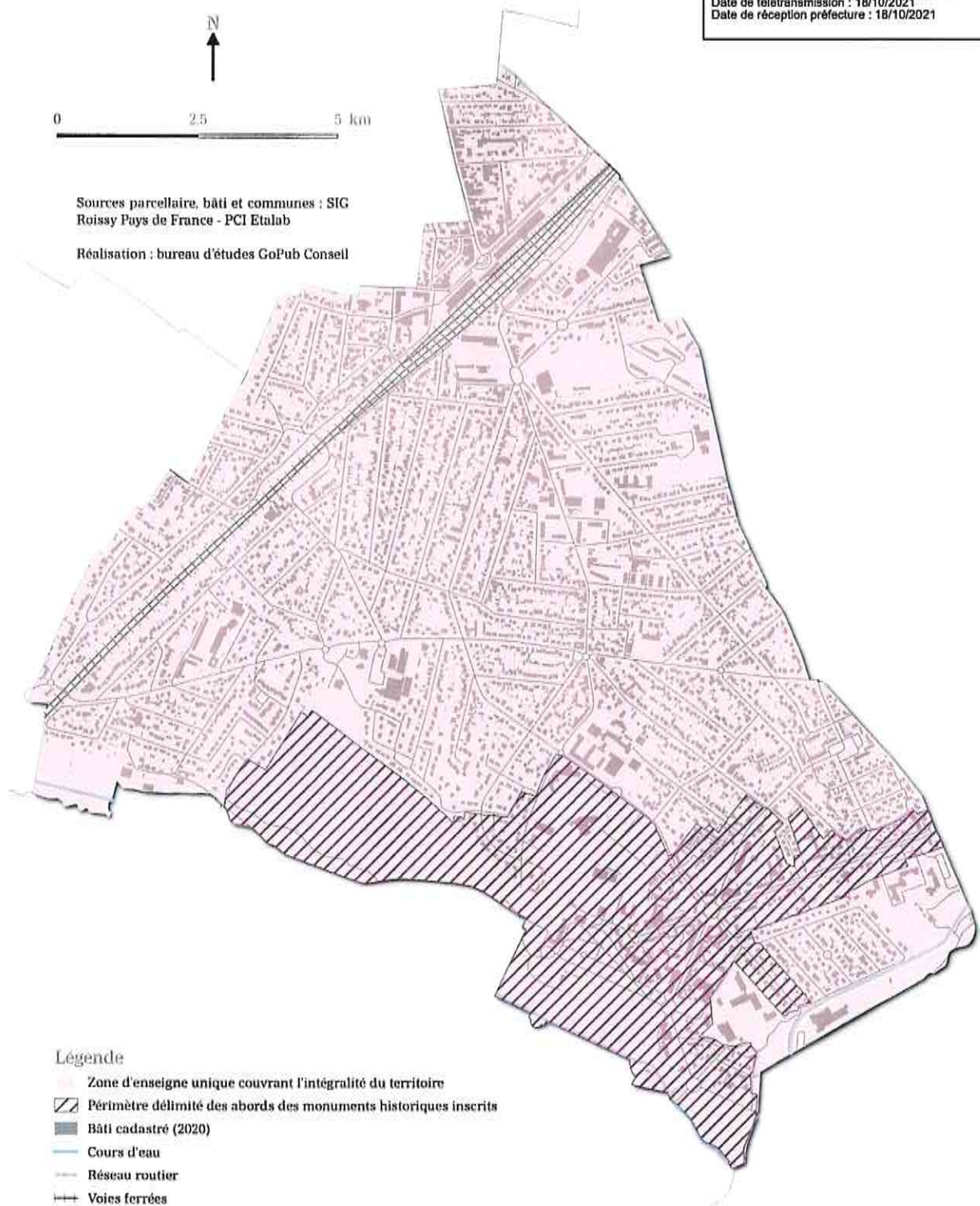
Dans le cas où plusieurs établissements exercent leurs activités sur une même unité foncière, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol devront être regroupées sur un (ou plusieurs) même(s) support(s) à raison de la mention d'au maximum 10 établissements par enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol. Cela vise à éviter d'avoir un dispositif par activité ce qui pourrait avoir un effet très préjudiciable en termes de paysage avec la multiplication des supports sur un même espace.

Les enseignes inférieures ou égales à 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol ne font pas l'objet de règles particulières dans la réglementation nationale (chevalets, kakémonos, ...). Pourtant, elles posent un problème paysager important notamment en centre ville sur le domaine public où elles sont le plus souvent implantées mais aussi le long des voies et axes structurants. La collectivité a donc fait le choix de limiter leur nombre à une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. De plus, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur est limitée à 1,50 mètre au-dessus du niveau du sol.

Par souci d'harmonisation avec la plage d'extinction nocturne des publicités et préenseignes lumineuses, les enseignes lumineuses seront éteintes entre 22 heures et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé. Ce choix vise aussi à limiter la pollution lumineuse et réaliser des économies d'énergie. En outre, à l'intérieur du périmètre de protection patrimoniale (PDA d'Arnouville), seuls les éclairages indirects non diffusants seront admis toujours dans le souci de réduire les impacts visuels de la luminosité mais aussi par volonté de préserver l'harmonie architecturale des façades des immeubles composant les rues de ce secteur.

Les enseignes numériques seront réservées aux seuls services d'urgence et limitées à une seule par établissement dans la limite de 2 m². Dans le cas où plusieurs activités s'exercent sur une même unité foncière, leurs enseignes numériques doivent être regroupées sur un même support afin d'en atténuer les éventuelles nuisances.

Enfin, les enseignes temporaires seront soumises aux mêmes interdictions et règles que les enseignes permanentes vues précédemment pour les mêmes raisons. Cela permettra d'éviter la surenchère d'enseignes à l'occasion de manifestations exceptionnelles ou encore d'opérations immobilières ou commerciales. Dans une optique de développement durable, les enseignes temporaires scellées au sol ou lumineuses seront strictement interdites.



Plan de zonage « enseigne » de la commune d'Arnouville

VI. Annexe : Tableau des abréviations utilisées

ABF	Architecte des Bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
MGP	Métropole du Grand Paris
PAC	Porter à connaissance
PDA	Périmètre Délimité des Abords des monuments historiques classés ou inscrits
PLU	Plan Local d'Urbanisme
PLUi	Plan Local d'Urbanisme intercommunal
RIS	Relais Information Service
RLP	Règlement Local de Publicité
RLPi	Règlement Local de Publicité intercommunal
RNP	Règlement National de Publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
UDAP	Unités Départementales de l'Architecture et du Patrimoine
ZE	Zone d'enseigne
ZP	Zone de publicité