



Département des Yvelines

Communauté d'agglomération de Saint-Quentin en Yvelines

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

Prescrit par le conseil communautaire le 20 septembre 2018

Arrêté par le conseil communautaire le 14 novembre 2019

Approuvé par le conseil communautaire le 11 février 2021



Sommaire

Introduction.....	3
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure.....	6
1. Définitions	6
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	12
a) Les interdictions absolues	12
b) Les interdictions relatives.....	15
3. Les règles applicables sur le territoire intercommunal	18
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes ..	18
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires ..	30
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes (articles R 581-58 et suivants du code de l'environnement)	31
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires	37
e) Les règlementations locales existantes	38
4. Le régime des autorisations et déclarations préalables	57
5. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	58
II. Diagnostic du territoire.....	59
1. Les publicités et préenseignes	61
2. Les enseignes	76
III. Enjeux en matière de publicité extérieure	97
IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	100
1. Les objectifs.....	100
2. Les orientations.....	100
V. Justification des choix retenus.....	102
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	102
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	106

Introduction

La communauté d'agglomération de Saint-Quentin en Yvelines compte 12 communes. Elle se situe dans le département des Yvelines en Région Île-de-France.

Nombre d'habitants en 2015	
Coignières	4 378
Elancourt	25 828
Guyancourt	28 268
La Verrière	6 111
Les Clayes-sous-Bois	17 918
Magny-les-Hameaux	9 362
Maurepas	19 116
Montigny-le-Bretonneux	33 704
Plaisir	32 357
Trappes	32 639
Villepreux	10 245
Voisins-le-Bretonneux	11 680

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'expression¹, 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, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

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 2012 ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1979, afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP), de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLPi permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant 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 :

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

- La 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 en termes de traïlles et de fonctionnement ;
- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

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 14 juillet 2020².

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondée les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, 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 la révision du RLP³. La Communauté d'agglomération Saint-Quentin-en-Yvelines disposant de la compétence en matière de PLU, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient.

Le RLP devient donc intercommunal (RLPi).

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

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de

² Article L 581-14-3 du code de l'environnement

³ Article L 581-14 du Code de l'environnement

l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le présent document constitue le rapport de présentation, en élaborant en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

I. Droit applicable sur le territoire 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 co-visibilité 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.

Le Code de l'environnement admet 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 RLPi, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des Communes concernées par le RLPi. 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 RLPi. 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 PLU⁴.

Enfin, le Code de l'environnement renvoie également aux dispositions du Code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'impératifs de sécurité routière. En effet, les articles R 418-1 à R 418-9 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 leur efficacité.

Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et, de sa situation dans une agglomération.

1. Définitions

1.1. 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 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 publicités (ZP).

⁴ Article L 621-30 du Code du patrimoine

Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le Code de l'environnement et constituant la réglementation nationale (RNP).

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

1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

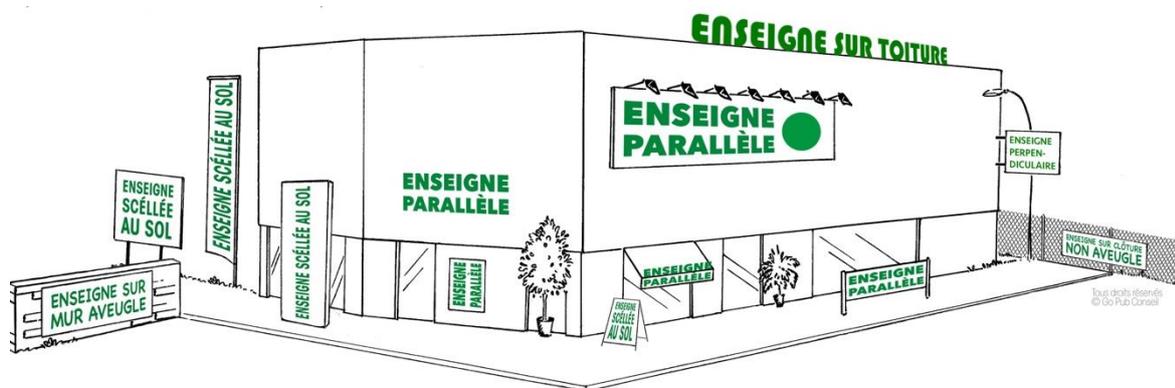
Constitue **une publicité**⁵, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

Une PUBLICITÉ constituée, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
(article L581-3-1° du code de l'environnement)



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. 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 enseigne**⁶ toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



⁵ article L581-3-1° du code de l'environnement

⁶ article L581-3-2° du code de l'environnement

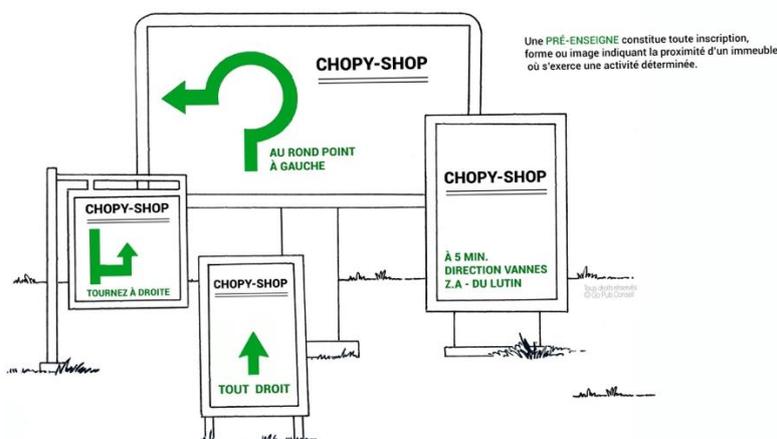
Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et l'activité qui s'y exerce.

L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, 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 RLPi régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue **une préenseigne**⁷ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



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

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

1.3. La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif dans les articles du Code de l'environnement devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse 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.

1.4. La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et préenseignes est définie par le Code de la route (C. envir. art. L 581-7).

⁷ article L581-3-3° du code de l'environnement

Précisément, constitue 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 » (C. route art. R 110-2).

Ses limites sont fixées par arrêté du maire (C. route art. R 411-2) et représentées sur un document graphique annexé au règlement local de publicité (C. envir. art. R 581-78, al. 2).

La notion d'agglomération est donc 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).

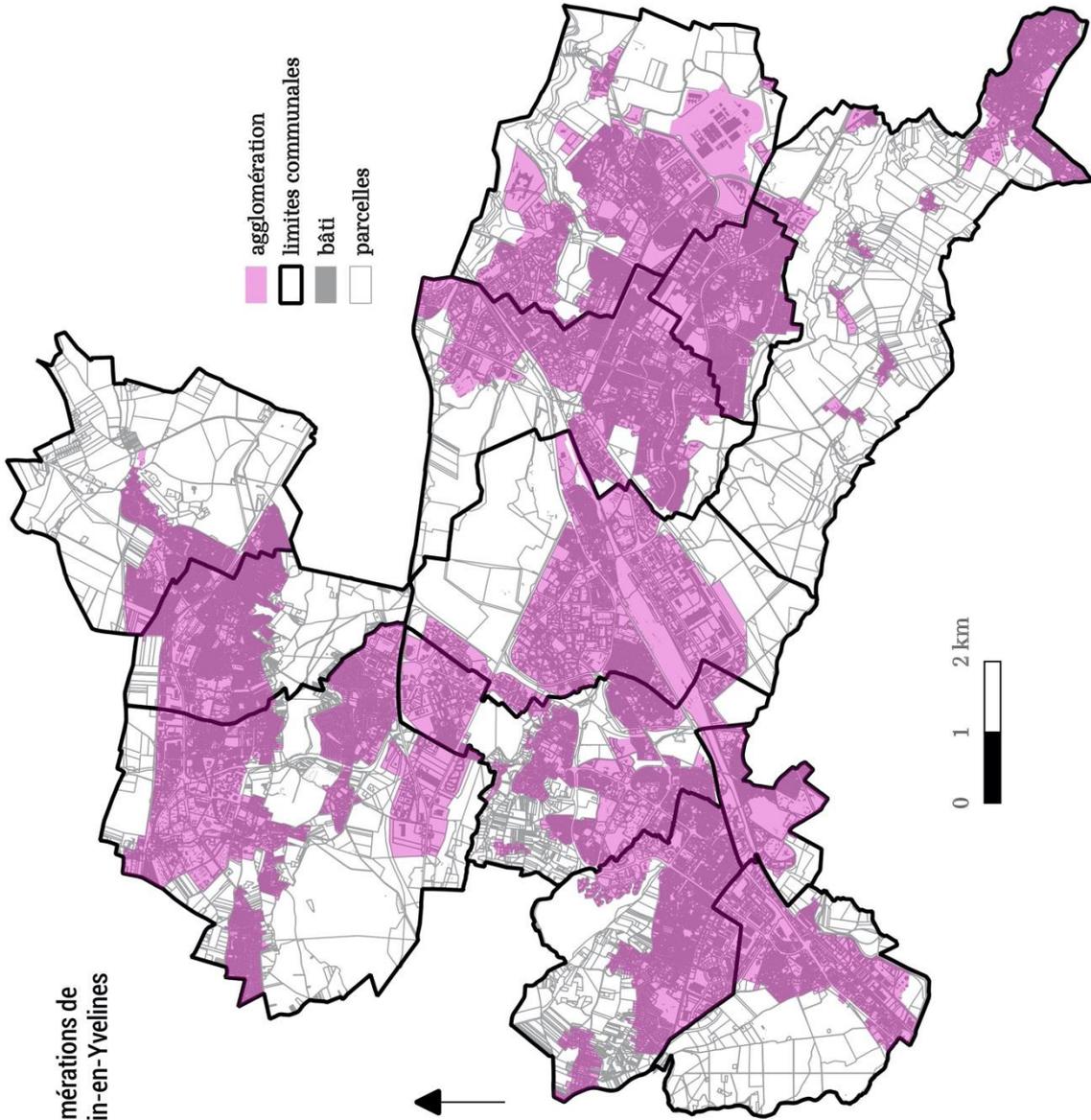
Aux termes de l'article L 581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite, à l'exception des emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières et, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places. Elles peuvent aussi être autorisées par le RLPi 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 publicité⁶, elles 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,
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, etc.),
- 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.

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.

Les agglomérations de
Saint-Quentin-en-Yvelines



1.5. La notion d'unité urbaine

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

On appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Pour l'application de la réglementation des affiches et enseignes, le seuil de référence est de 100 000 habitants.

Les 12 communes de Saint-Quentin-en-Yvelines appartiennent à l'unité urbaine de Paris, plus grande unité urbaine de France qui regroupe plus de 400 communes et compte plus de 10 millions d'habitants. Dans cette unité urbaine, les obligations et modalités d'extinction des publicités et préenseignes lumineuses doivent être prévues par chaque RLP selon des zones qu'il identifie. Le RLPi de Saint-Quentin-en-Yvelines va donc prévoir ces obligations et modalités d'extinction.

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

a) Les interdictions absolues⁸

Aux termes du I de l'article L 581-4 du Code de l'environnement :

- 1. - Toute publicité est interdite :*
- 1° Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*
- 2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
- 3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
- 4° Sur les arbres.*

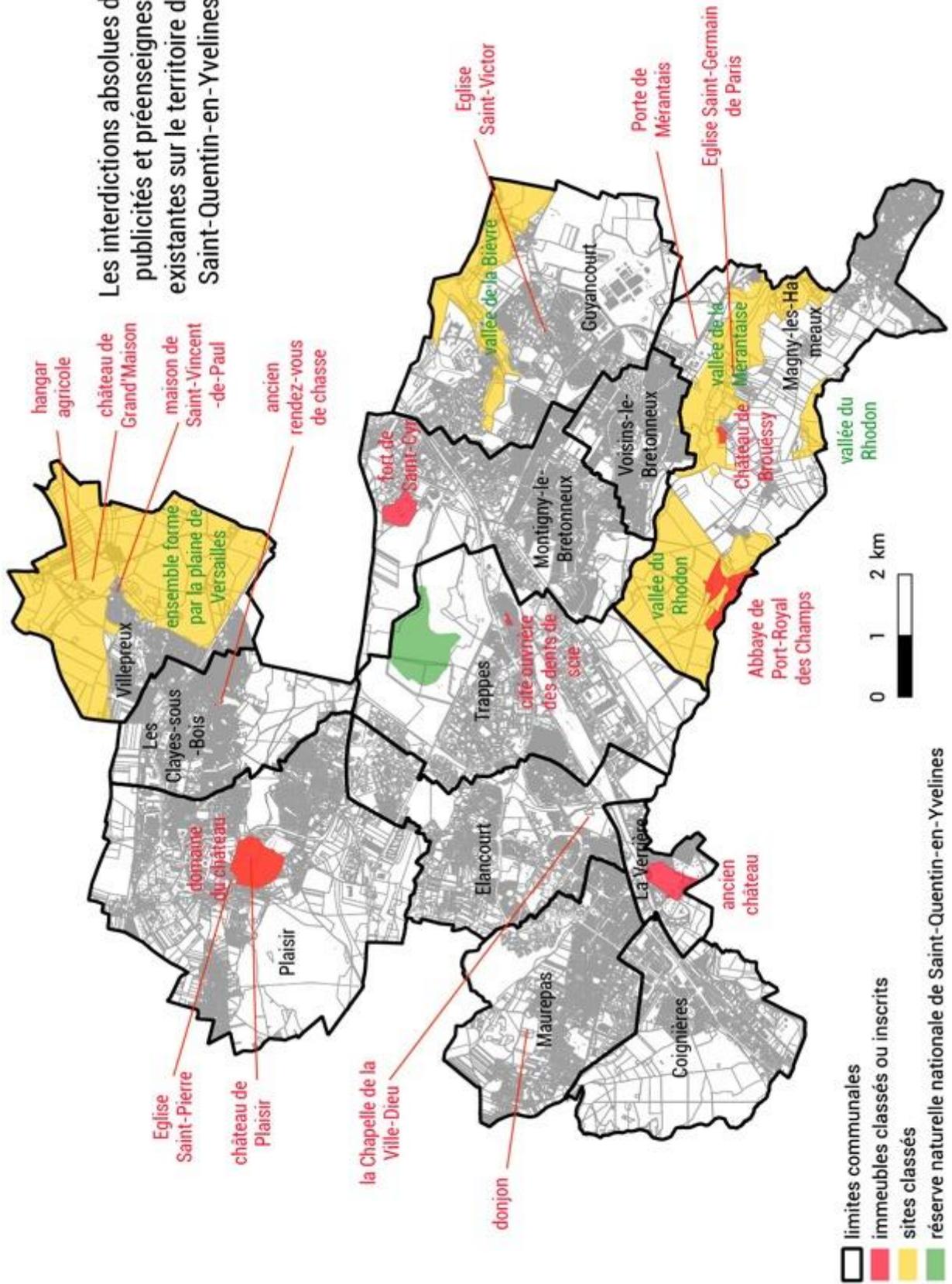
Ces interdictions absolues ne permettent aucune dérogation.

En l'espèce, le territoire intercommunal est concerné par l'interdiction absolue de publicité sur les monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques. Cette interdiction s'applique aux monuments de la liste suivante :

- a) Sur les 16 immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques du territoire intercommunal :
 1. Le hangar agricole à Villepreux (inscrit)
 2. Le fort de Saint-Cyr à Montigny-le-Bretonneux (classé)
 3. Le château de Brouëssy à Magny-les-Hameaux (partiellement inscrit)
 4. L'abbaye de Port-Royal des Champs à Magny-les-Hameaux (partiellement classé et inscrit)
 5. La maison Saint-Vincent de Paul à Villepreux (partiellement inscrit)
 6. La cité ouvrière les dents de scie à Trappes (partiellement inscrit)
 7. Le château de Grand'Maison à Villepreux (partiellement inscrit)
 8. Le rendez-vous de chasse à Villepreux (partiellement inscrit)
 9. Le château de Plaisir (partiellement classé)
 10. L'Eglise Saint-Germain de Paris à Magny-les-Hameaux (inscrit)
 11. L'Eglise Saint-Pierre de Plaisir (inscrit)
 12. Le Donjon de Maurepas (inscrit)
 13. L'Eglise Saint-Victor à Guyancourt (inscrit)
 14. La porte de Mérantais à Magny-les-Hameaux (partiellement inscrit)
 15. La Chapelle de la Ville-Dieu à Elancourt (inscrit)
 16. L'ancien château de la Verrière (partiellement inscrit)
- b) Dans les 6 sites classés du territoire intercommunal :
 1. Vallée de la Bièvre à Guyancourt
 2. Eglise et cimetière de Magny-les-Hameaux
 3. Domaine de Plaisir sauf le château
 4. Ensemble formé par la plaine de Versailles à Villepreux
 5. Vallée de la Mérantaise à Magny-les-Hameaux
 6. Vallée du Rhodon à Magny-les-Hameaux
- c) Dans la réserve naturelle nationale de Saint-Quentin-en-Yvelines autour de l'étang éponyme située à Trappes.

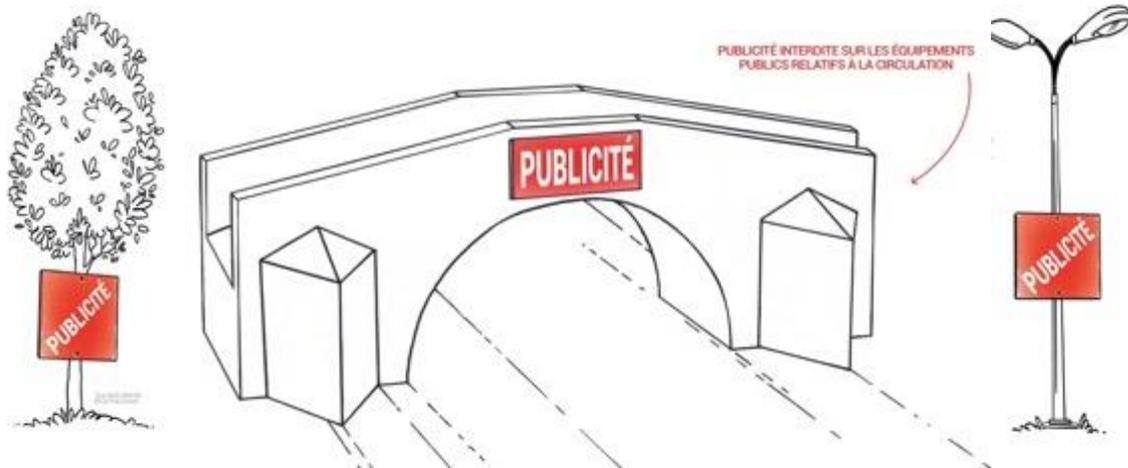
⁸ Article L581-4 du code de l'environnement

Les interdictions absolues de publicités et préenseignes existantes sur le territoire de Saint-Quentin-en-Yvelines



La partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions. Ainsi, la publicité est également interdite :

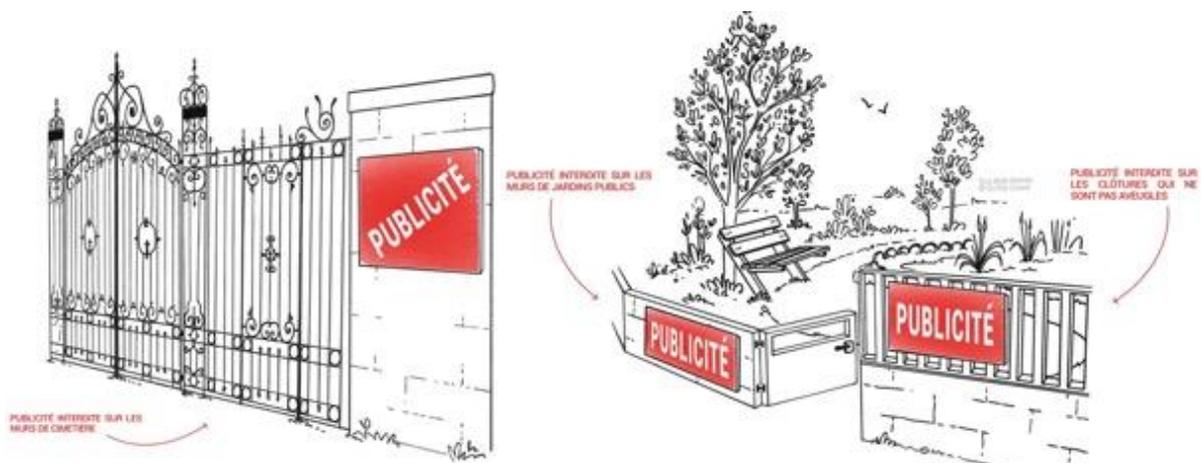
1° Sur les arbres, les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;

3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

4° Sur les murs de cimetière et de jardin public⁹.



⁹ Article R581-22 du code de l'environnement

b) Les interdictions relatives¹⁰

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

Ces interdictions relatives concernent :

- 1° Les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L 621-30 du Code du patrimoine ;
- 2° Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L 631-1 du même Code ;
- 3° Les parcs naturels régionaux ;
- 4° Les sites inscrits ;
- 5° Les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 du Code de l'environnement ;
- 6° (abrogé)
- 7° L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- 8° Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du Code de l'environnement.

On relève ainsi sur le territoire intercommunal, plusieurs secteurs dans lesquels toutes publicités et préenseignes sont interdites mais où un RLPI peut éventuellement déroger à cette interdiction en agglomération. A savoir :

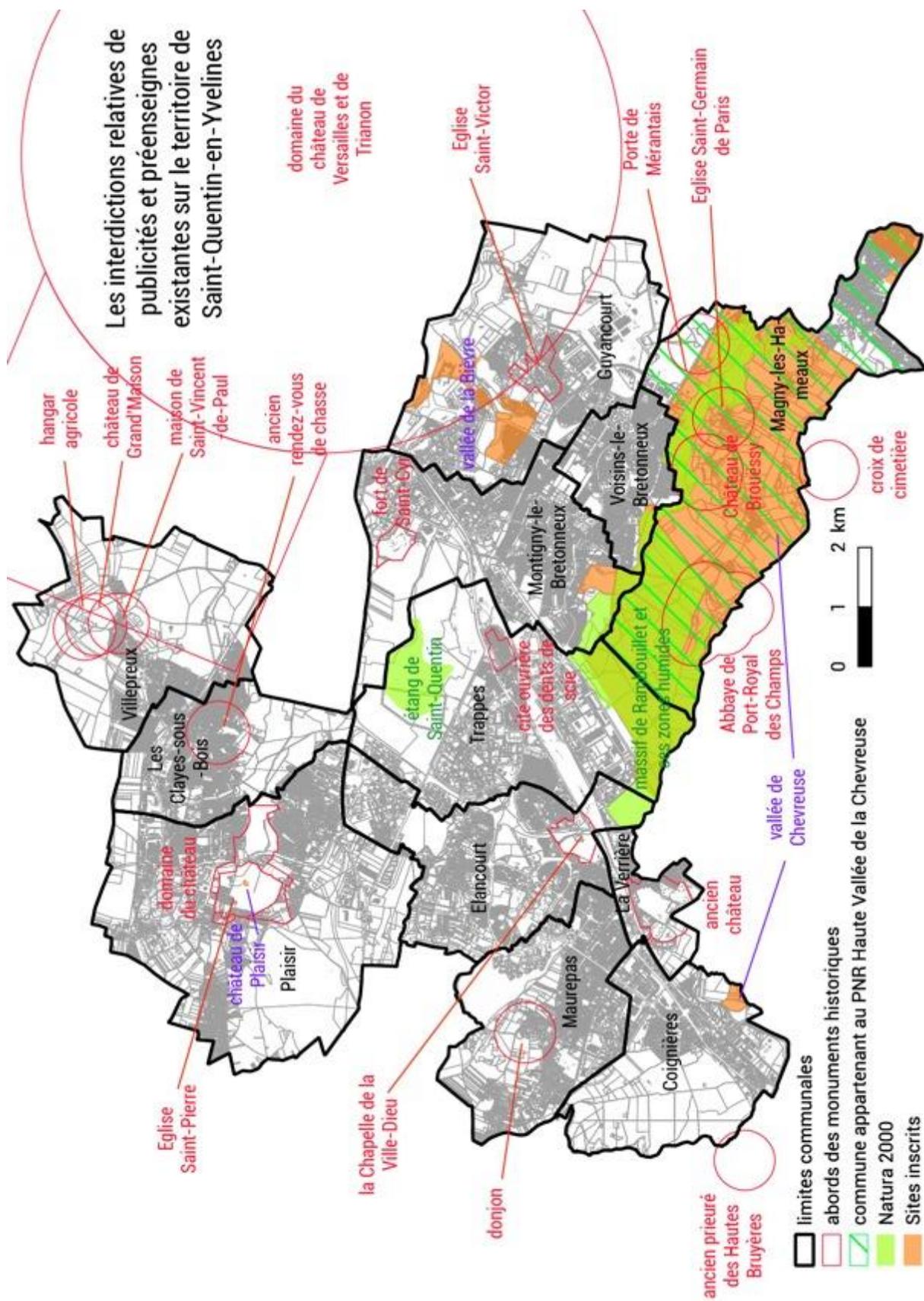
- a) Dans les agglomérations de Magny-les-Hameaux intégralement situées dans le parc naturel régional de la haute vallée de Chevreuse. Il est important de noter que le RLPI doit être conforme aux orientations et mesures de la charte d'un PNR. Le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse dans sa disposition 5.4 précise que qu' « *il incite les communes à réduire le nombre de supports signalétiques implantés sur leur territoire. (...) Il mène une action de veille sur les publicités, et d'appui aux communes pour établir des règlements locaux concernant la publicité.* » Il précise également que « *la publicité est interdite à l'intérieur des agglomérations sauf dans le cadre d'un règlement local comportant une zone de publicité restreinte. Elles veillent à minimiser le nombre et l'étendue de ces zones et à réduire leur impact sur l'environnement et le paysage.* »
- b) Dans les 3 sites inscrits du territoire intercommunal :
 1. La vallée de la Bièvre à Guyancourt
 2. La vallée de Chevreuse essentiellement à Magny-les-Hameaux et Trappes (Coignièrès, Montigny-le-Bretonneux et Voisins-le-Bretonneux dans une moindre mesure)
 3. Le château de Plaisir.
- c) A moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des 16 immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques du territoire intercommunal (entre en vigueur à partir de l'approbation du RLPI ou au plus tard à partir du 13 juillet 2020 en attendant demeure un périmètre de 100 m en covisibilité). Il existe également 3 monuments

¹⁰ Article L581-8 du code de l'environnement

historiques qui ne sont pas situés sur le territoire intercommunal mais dont les périmètres protégés concernent les communes de Coignières (ancien prieuré des Hautes Bruyères situé à Saint-Rémy-l'Honoré), Magny-les-Hameaux (croix de cimetière à Milon-la-Chapelle), Guyancourt et Villepreux (domaine national de Versailles et Trianon).

- d) Dans les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et dans les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000 c'est-à-dire les massifs de Rambouillet et ses zones humides proches (sur Elancourt, Magny-les-Hameaux, Montigny-le-Bretonneux, Trappes et Voisins-le-Bretonneux) ainsi que l'étang de Saint-Quentin à Trappes. Ces deux ZPS sont situées hors agglomération, il n'y a donc pas de dérogation possible par l'instauration d'un RLPI.

Le diagnostic a montré qu'il n'y a pas de publicités ou préenseignes dans ces secteurs à trois exceptions près. En effet, il existe trois mobiliers d'informations locales comportant une publicité d'un format de 2 mètres carrés ainsi qu'un abri destiné au public supportant de la publicité aux abords des églises de Plaisir et de Guyancourt. Certaines agglomérations de Magny-les-Hameaux comportent du mobilier urbain supportant de la publicité.



3. Les règles applicables sur le territoire intercommunal

Les règles applicables sur le territoire intercommunal varient d'une commune à l'autre. En effet, d'une part onze des douze communes ont un RLP en vigueur avec des règles spécifiques (seul Magny-les-Hameaux n'a pas de RLP), et d'autre part 3 communes comptent moins de 10 000 habitants (Coignières, Magny-les-Hameaux et la Verrière), ce qui, malgré l'appartenance à l'unité urbaine de Paris, limite les possibilités d'implantation de certains dispositifs. Nous verrons, dans un premier temps, le cadre réglementaire national. Nous aborderons ensuite les spécificités de chacune des réglementations locales.

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

En l'absence de dispositions locales, mêmes moins restrictives, c'est la réglementation nationale présentée ci-après, qui s'applique.

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer. Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent¹¹.

Le règlement national de publicité a établi un régime propre à la publicité murale d'une part, à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol d'autre part, à la publicité numérique de troisième part et, enfin, à la publicité sur bâche.

A également été instauré une règle nationale de densité applicable à tous les types de publicité et, pour la publicité lumineuse en particulier, une obligation d'extinction nocturne.

(i) Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹² applicable indistinctement aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

Elle vise à limiter le nombre de dispositifs publicitaires sur un territoire donné et, se calcule en fonction de la longueur de la façade d'une unité foncière bordant la voie publique.

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

Par exception, il peut être installé :

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

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

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

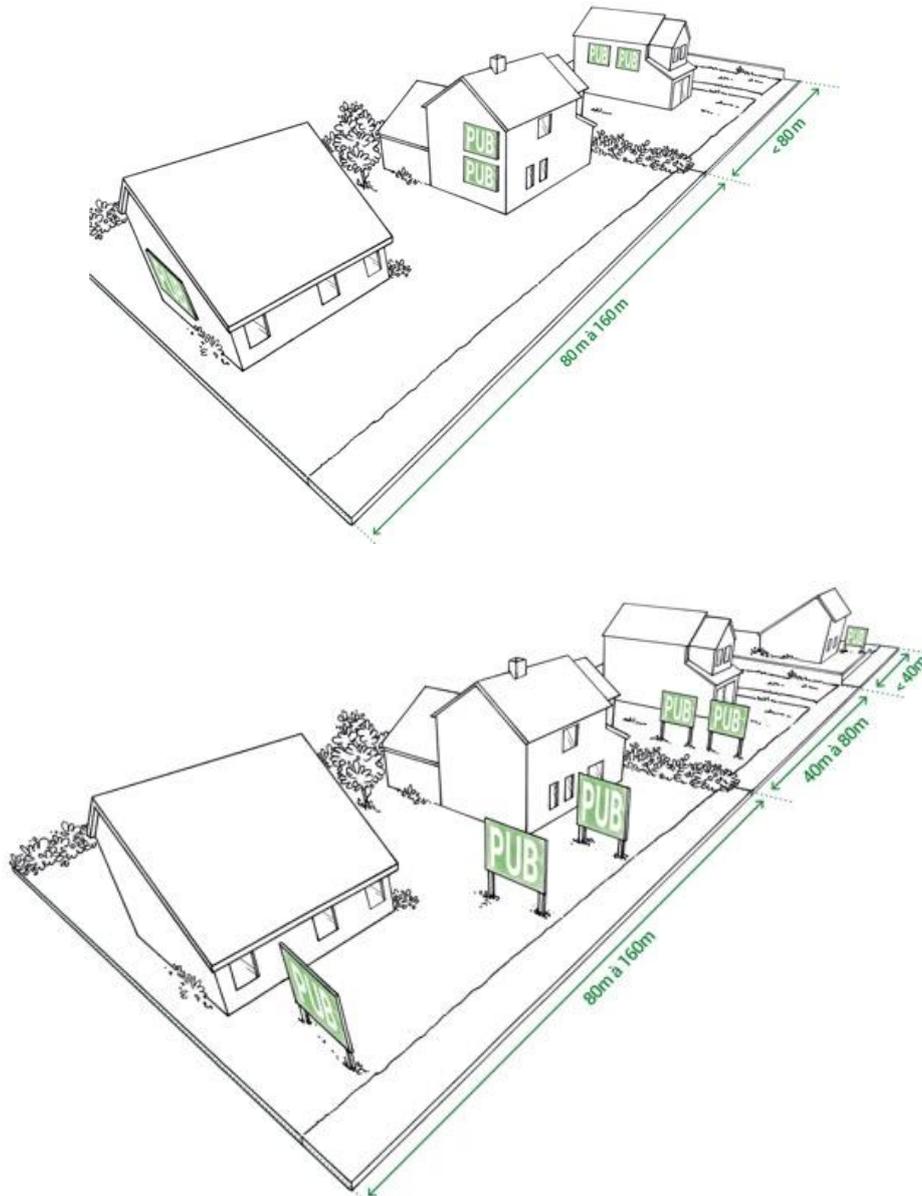
¹¹ Article R581-24 du code de l'environnement

¹² Article R581-25 du code de l'environnement

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

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

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



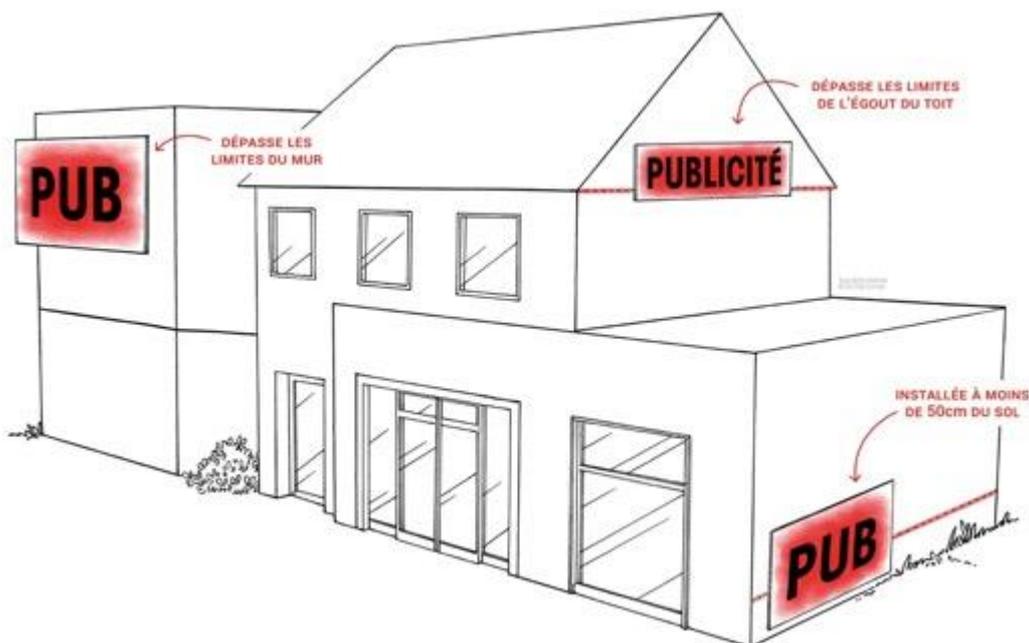
- (ii) Publicité non lumineuse sur mur ou clôture (articles R 581-26 et suivants du Code de l'environnement)

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

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5 \text{ m}$

Conditions d'installation de la publicité non lumineuse sur mur ou clôture, elle ne peut :

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



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

- (iii) Dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol (articles R 581-30 et suivants du Code de l'environnement)

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

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

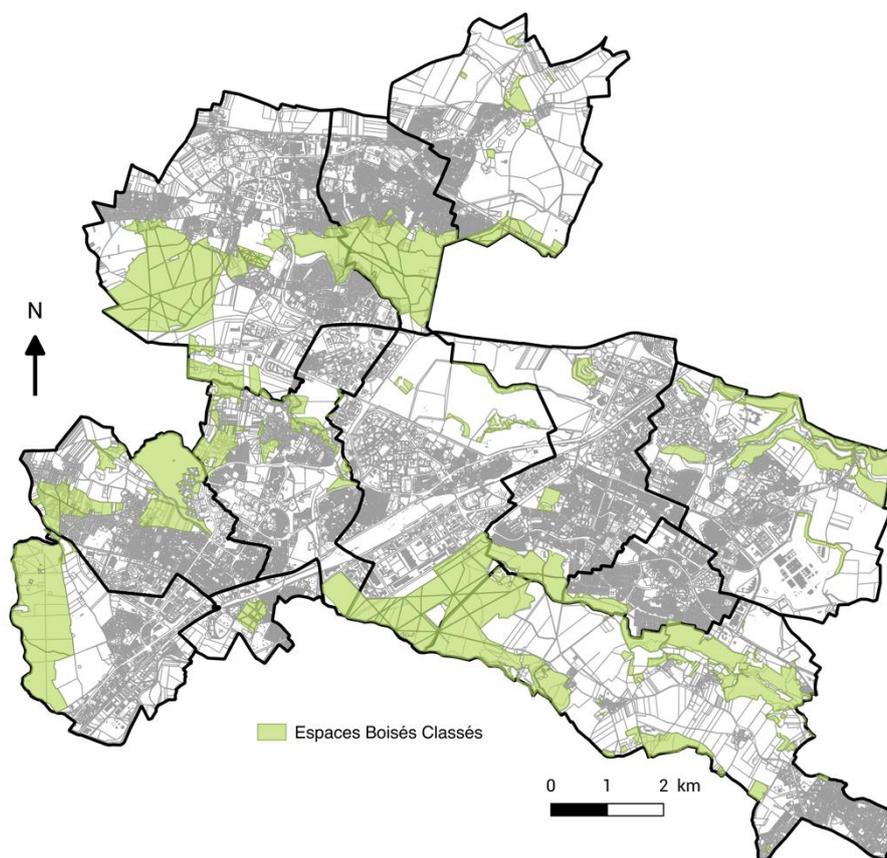
Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

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

1° Dans les espaces boisés classés¹³,

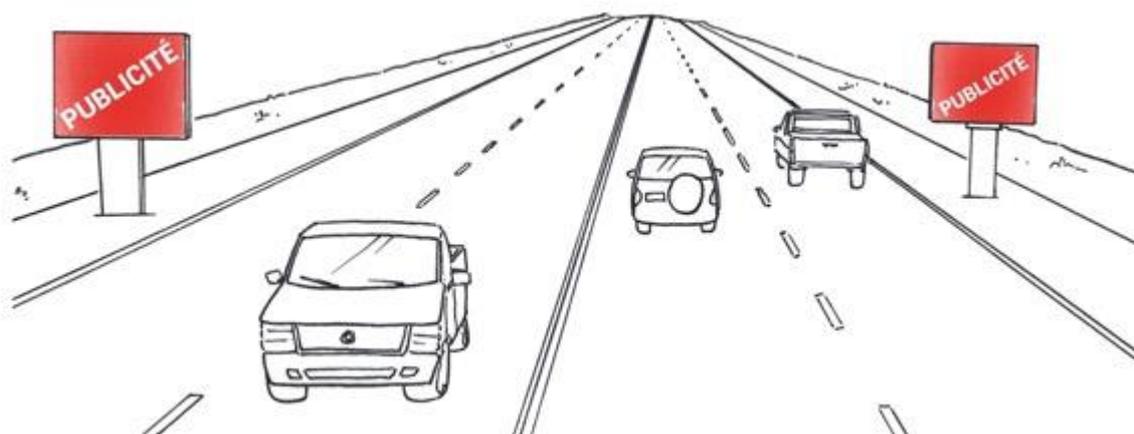
2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

¹³ Article L130-1 du code de l'urbanisme

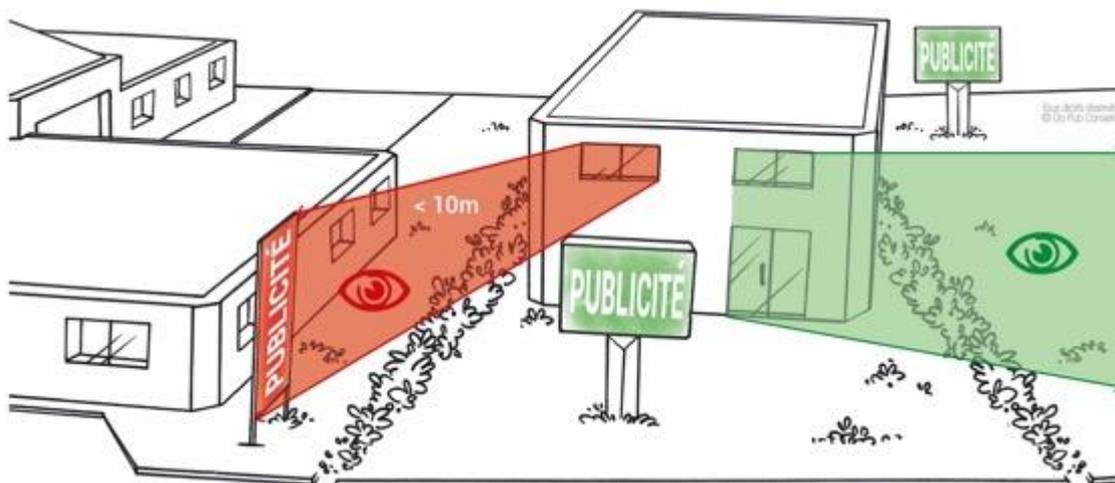


Localisation des Espaces Boisés Classés de Saint-Quentin-en-Yvelines

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



Un dispositif publicitaire non lumineux scellé au sol ou installé directement sur le sol 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.



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



Sur l'emprise des aéroports, gares et des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, les dispositifs non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits (i) si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ou d'une route expresse, ou, (ii) s'ils ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports, gares ferroviaires ou routières et des équipements sportifs.

(iv) La publicité lumineuse (articles R 581-34 et suivants du code de l'environnement)

La **publicité lumineuse** est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹⁴.

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.

¹⁴ arrêté ministériel non publié à ce jour

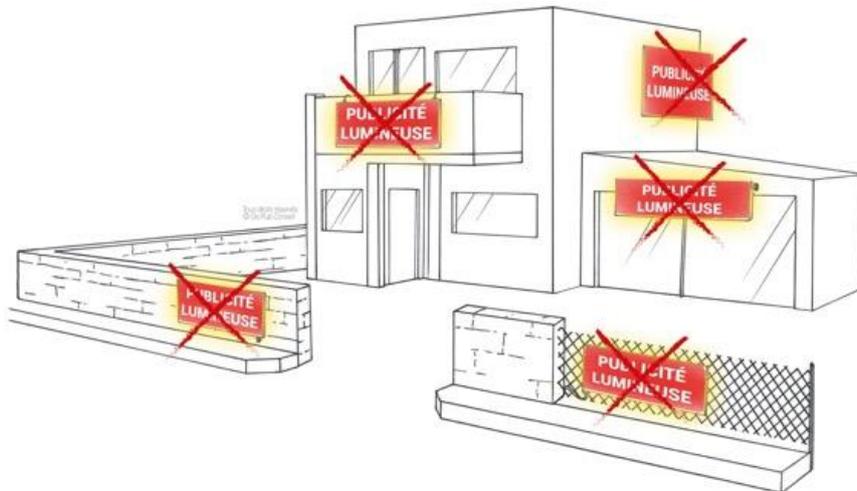
Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

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

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

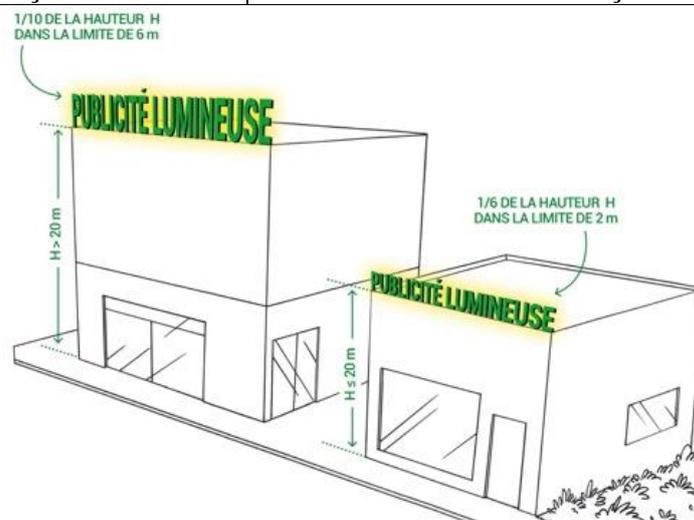
La publicité lumineuse - sauf si elle est apposée sur des équipements sportifs d'une capacité de plus de 15 000 places - ne peut :

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



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

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade $\leq 20 \text{ m}$	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade $> 20 \text{ m}$	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

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

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁵, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

Les dispositifs publicitaires lumineux, lorsqu'ils sont scellés au sol, sont en outre soumis aux dispositions des articles R 581-30 et suivants relatifs à la publicité non lumineuse scellée au sol ou directement posée sur le sol.

(v) Le mobilier urbain comme support de publicité commerciale (articles R 581-42 et suivants du code de l'environnement)

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

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

Le mobilier urbain publicitaire numérique n'est pas autorisé dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Ainsi, il est interdit à Coignières, La Verrière et Magny-les-Hameaux. Il n'est pas, non plus, autorisé dans les parcs naturels régionaux, dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux, ni dans les zones spéciales de conservation.

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

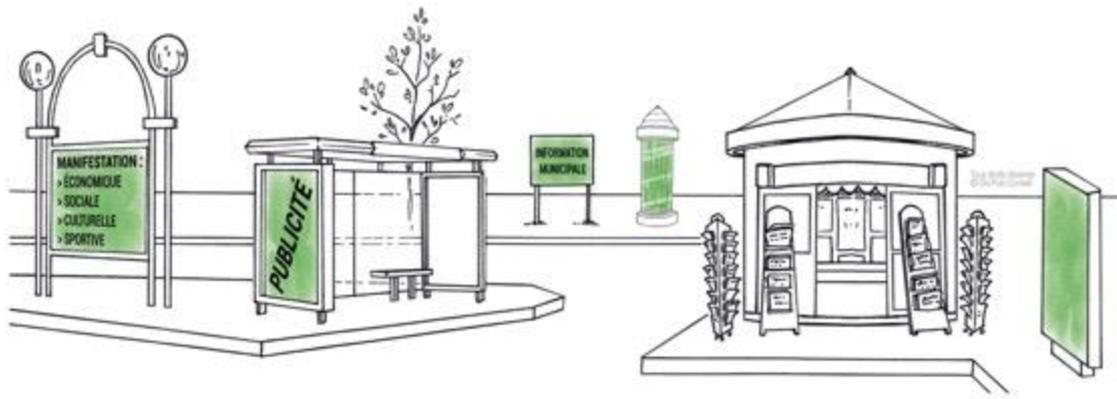
La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Par ailleurs, dans toutes les agglomérations du territoire intercommunal, la publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 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.

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

¹⁵ arrêté ministériel non publié à ce jour



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$.
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 m^2 si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

- (vi) La publicité sur les bâches (articles R 581-53 et suivants du code de l'environnement)

Les bâches comprennent :

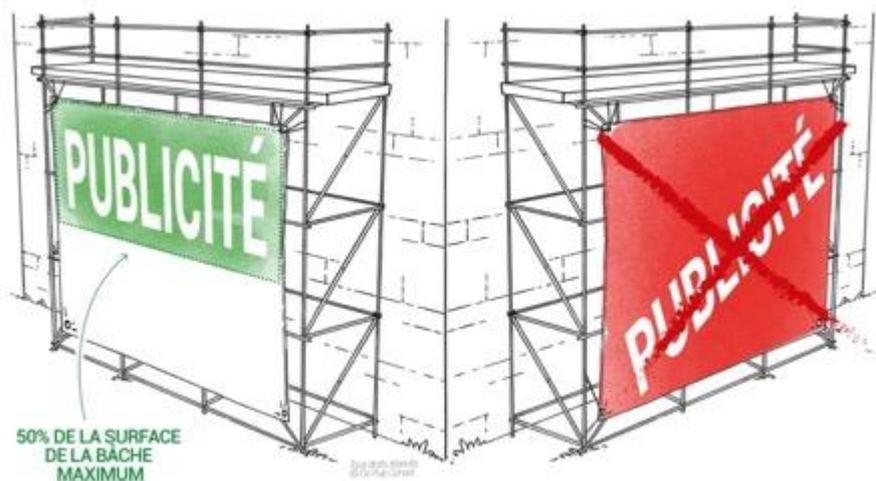
- 1° Les **bâches de chantier**, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- 2° Les **bâches publicitaires**, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans les autres agglomérations, les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement 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 R. 418-7 du code de la route.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

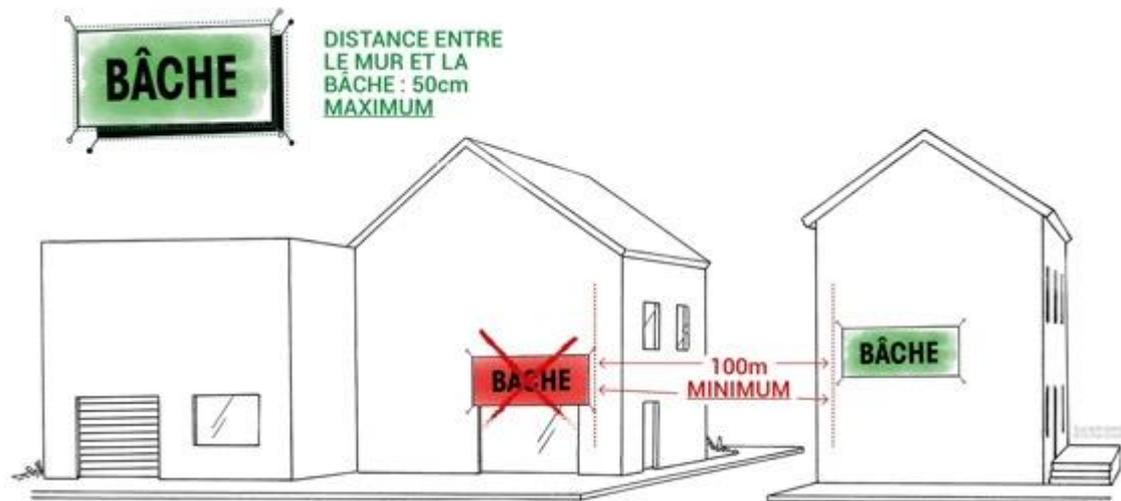
Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq 50% de la surface de la bâche¹⁶



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². 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 cm, 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 m.

¹⁶ l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

Les règles suivantes, relatives aux autres formes de publicité, s'appliquent également à la publicité sur bâches¹⁷ :

- Les interdictions applicables à toutes les publicités et obligations d'entretien des articles R 581-22 à R 581-24 du Code de l'environnement ;
- Les interdictions relatives à l'implantation des dispositifs publicitaires de l'article R 581-30 du même code ;
- L'interdiction d'apposer de la publicité à moins de 0,50 mètres du sol, ou sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, de dépasser les limites du mur qui la supporte, ou encore, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit¹⁸ ;
- L'interdiction d'apposer une publicité sur un mur sans avoir au préalable supprimé les anciennes publicités, à l'exception de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque¹⁹ ;
- Les règles de distance d'implantation mentionnées à l'article R 581-33 du Code de l'environnement ;
- Les dispositions relatives à la publicité lumineuse de l'article R 581-34 alinéa 1, 2 et 4 ;
- Les règles d'interdiction nocturne des publicités lumineuses mentionnées à l'article R 581-35 et les règles relatives aux conditions d'implantation des publicités lumineuses mentionnées aux articles R 581-36 et R 581-37 du même Code ;
- Les règles applicables à la publicité numérique mentionnées à l'article R 581-41 du Code de l'environnement.

(vii) Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles (article R 581-56 du code de l'environnement)

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

¹⁷ Article R 581-53 du Code de l'environnement

¹⁸ Article R 581-27 du Code de l'environnement

¹⁹ Article R 581-29 du Code de l'environnement

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement 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 R. 418-7 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 mètres carrés.

Les 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 cm du niveau du sol.

De la même manière que pour les bâches, les règles suivantes, relatives aux autres formes de publicité, s'appliquent également aux dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles²⁰ :

- Les interdictions applicables à toutes les publicités et obligations d'entretien des articles R 581-22 à R 581-24 du Code de l'environnement ;
- Les interdictions relatives à l'implantation des dispositifs publicitaires de l'article R 581-30 du même code ;
- L'interdiction d'apposer de la publicité à moins de 0,50 mètres du sol, ou sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, de dépasser les limites du mur qui la supporte, ou encore, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit²¹ ;
- L'interdiction d'apposer une publicité sur un mur sans avoir au préalable supprimé les anciennes publicités, à l'exception de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque²² ;
- Les règles de distance d'implantation mentionnées à l'article R 581-33 du Code de l'environnement ;
- Les dispositions relatives à la publicité lumineuse de l'article R 581-34 alinéa 1, 2 et 4 ;
- Les règles d'interdiction nocturne des publicités lumineuses mentionnées à l'article R 581-35 et les règles relatives aux conditions d'implantation des publicités lumineuses mentionnées aux articles R 581-36 et R 581-37 du même Code ;
- Les règles applicables à la publicité numérique mentionnées à l'article R 581-41 du Code de l'environnement.

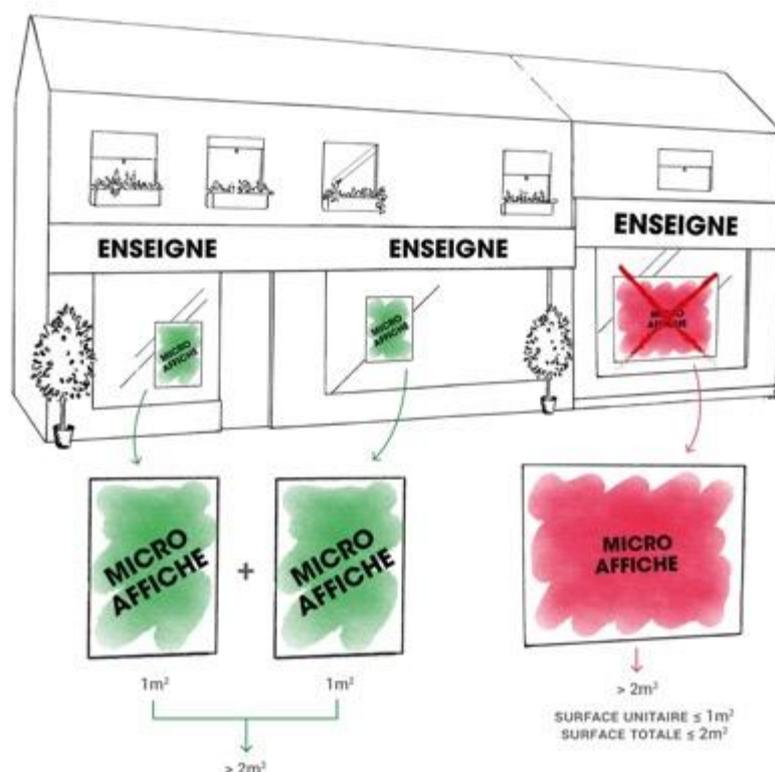
(viii) Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales (article R 581-57 du code de l'environnement)

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.

²⁰ Article R 581-56 du Code de l'environnement

²¹ Article R 581-27 du Code de l'environnement

²² Article R 581-29 du Code de l'environnement



Les règles suivantes, relatives aux autres formes de publicité, s'appliquent également à la publicité de petit format intégré à des devantures commerciales²³ :

- Les interdictions applicables à toutes les publicités et obligations d'entretien des articles R 581-22 à R 581-24 du Code de l'environnement ;
- Les interdictions relatives à l'implantation des dispositifs publicitaires de l'article R 581-30 du même code ;
- L'interdiction d'apposer de la publicité à moins de 0,50 mètres du sol, ou sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, de dépasser les limites du mur qui la supporte, ou encore, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit²⁴ ;
- L'interdiction d'apposer une publicité sur un mur sans avoir au préalable supprimé les anciennes publicités, à l'exception de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque²⁵ ;
- Les règles de distance d'implantation mentionnées à l'article R 581-33 du Code de l'environnement ;
- Les dispositions relatives à la publicité lumineuse de l'article R 581-34 alinéa 1, 2 et 4 ;
- Les règles d'interdiction nocturne des publicités lumineuses mentionnées à l'article R 581-35 et les règles relatives aux conditions d'implantation des publicités lumineuses mentionnées aux articles R 581-36 et R 581-37 du même Code ;
- Les règles applicables à la publicité numérique mentionnées à l'article R 581-41 du Code de l'environnement.

Les publicités sur les véhicules terrestres²⁶ ainsi que sur les eaux intérieures²⁷ sont également règlementées par le code de l'environnement.

²³ Article R 581-53 du Code de l'environnement

²⁴ Article R 581-27 du Code de l'environnement

²⁵ Article R 581-29 du Code de l'environnement

²⁶ Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

²⁷ Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	activités culturelles	monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	préenseignes temporaires
Type de dispositif	scellée au sol ou installée directement sur le sol panneaux plats de forme rectangulaire mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	hors agglomération uniquement			hors agglomération et dans les agglomération de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes (articles R 581-58 et suivants du code de l'environnement)

Une enseigne doit être :

- constituée par des matériaux durables,
- maintenue en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

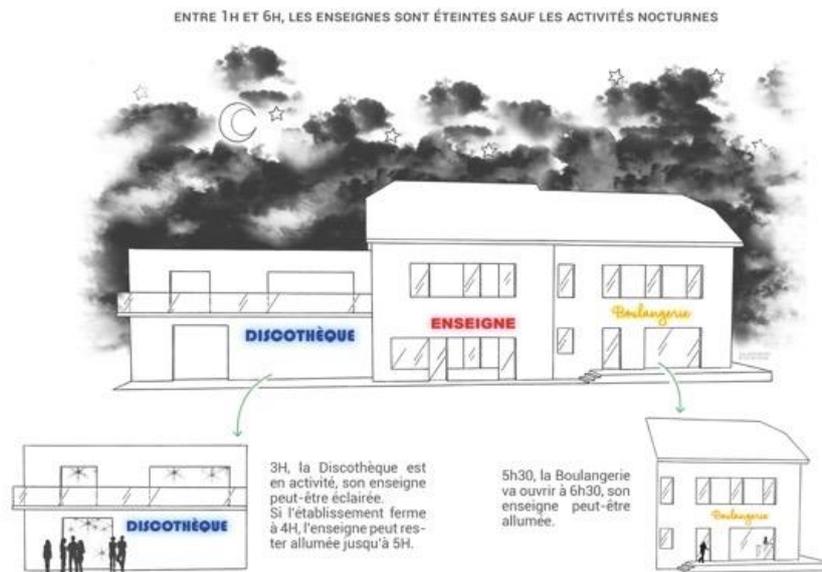
(i) Les enseignes lumineuses

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

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel²⁸.

Elles sont éteintes²⁹ 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.



²⁸ arrêté non publié à ce jour

²⁹ l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

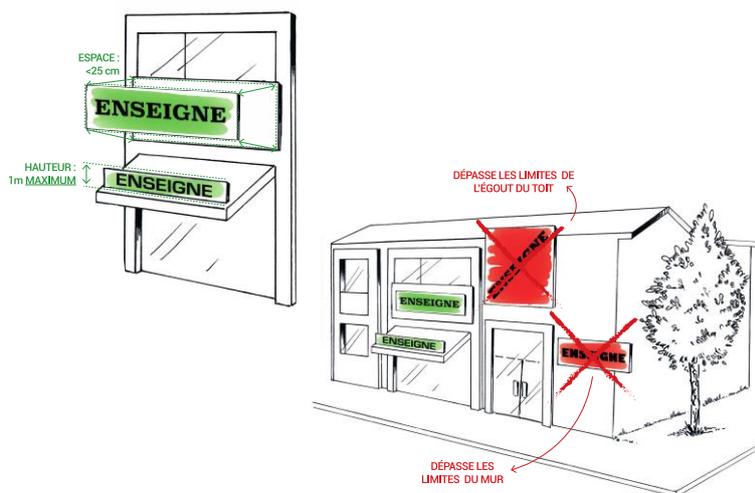
(ii) Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

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

Des enseignes peuvent être installées :

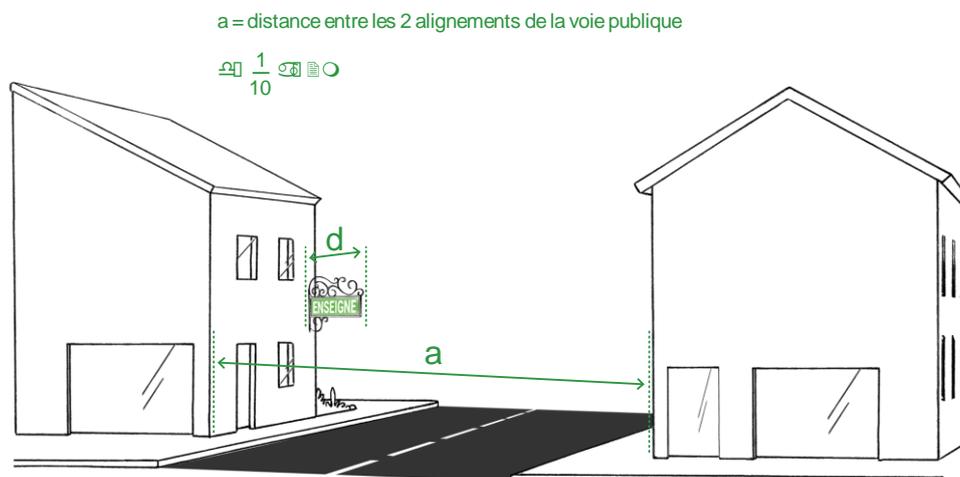
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et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



(iii) Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- dépasser la limite supérieure de ce mur,
- être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

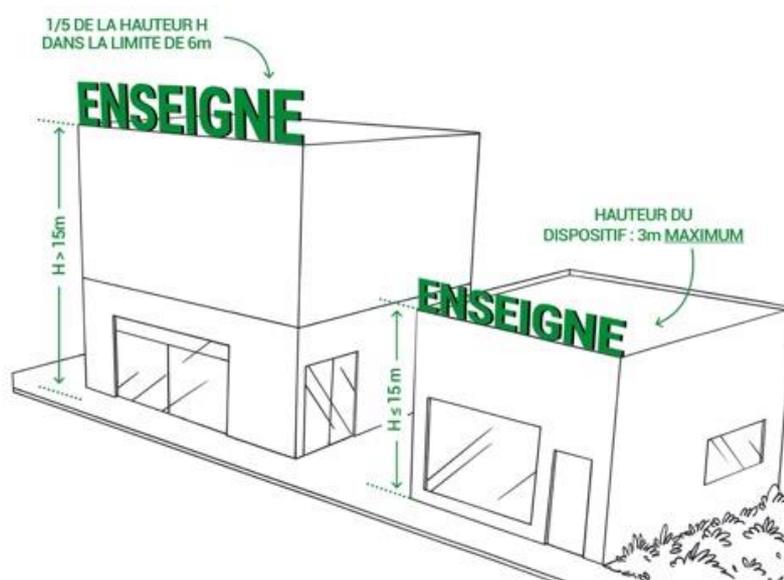


(iv) Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

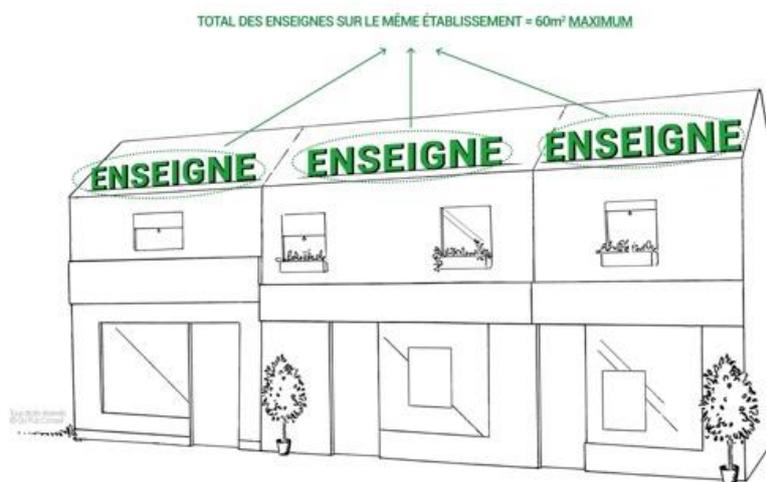
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade \leq 15 m	3 m
Hauteur de la façade $>$ 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



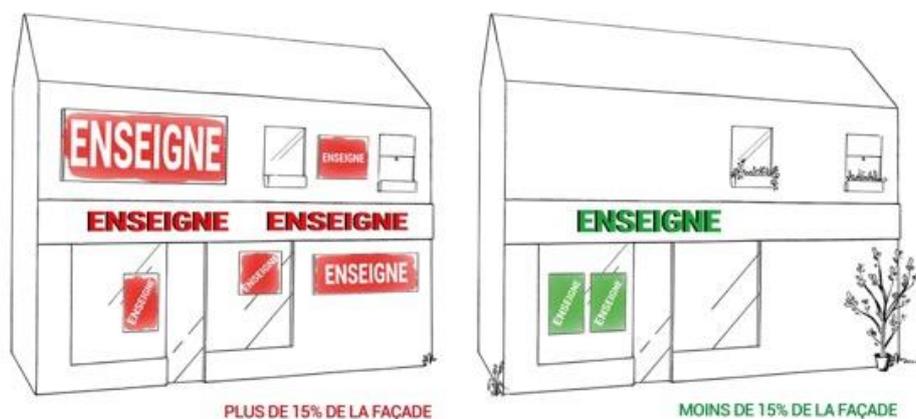
Surface cumulée³⁰ des enseignes sur toiture d'un même établissement \leq 60 m²



(v) Les enseignes apposées sur une façade commerciale

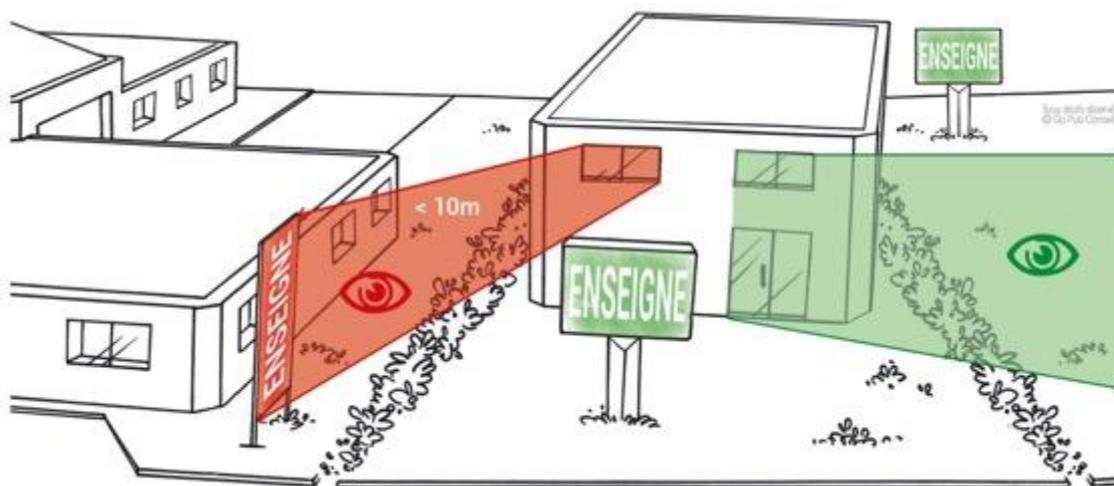
³⁰ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée³¹ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m². Les 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.



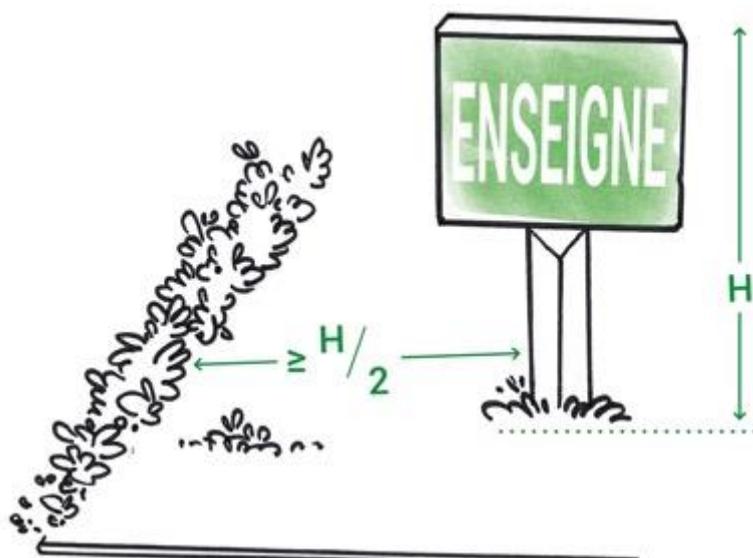
(vi) Les enseignes, de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

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

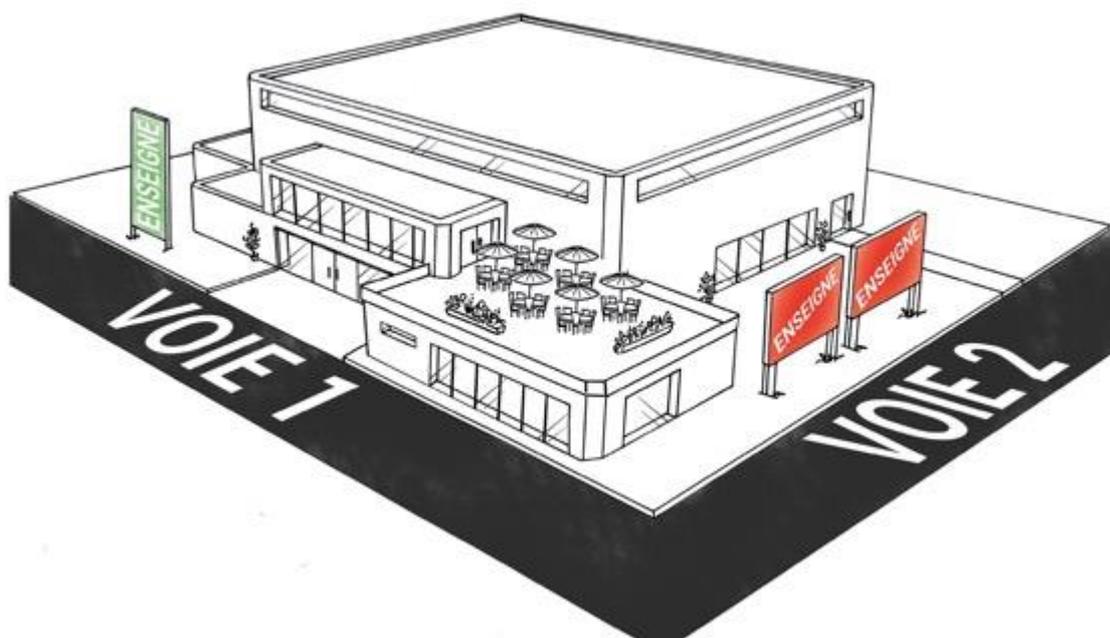


Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes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

³¹ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



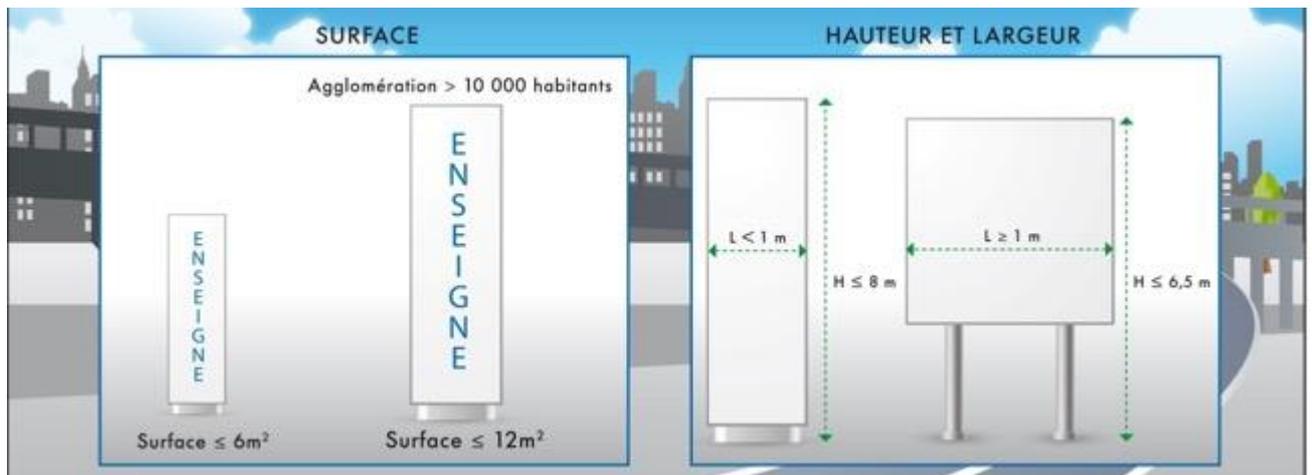
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (soit l'ensemble des agglomérations excepté celles de Coignières, La Verrière et Magny-les-Hameaux).

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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



d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes³² 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 ministériel³³.

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

- Saillie ≤ 25 cm
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support
- Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale ≤ 60 m²

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- Surface ≤ 12 m² (si 2° alinéa)

³² il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

³³ arrêté non publié à ce jour

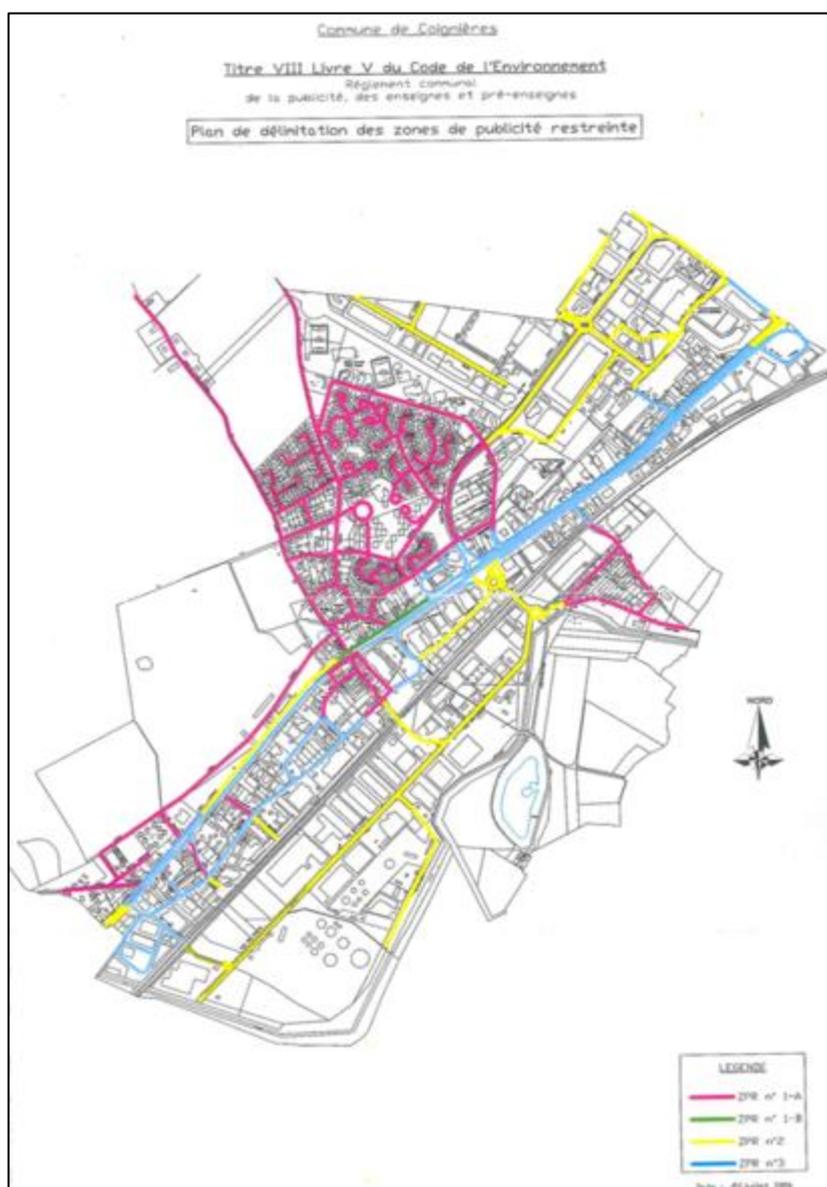
e) Les réglementations locales existantes

Il convient de rappeler que la commune de Magny-les-Hameaux est intégralement située dans le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse. De ce fait, toute publicité (ou préenseigne) est interdite dans les agglomérations de la commune.

Les onze autres communes de Saint-Quentin-en-Yvelines disposent d'un RLP. Les règles mentionnées en rouge dans les tableaux suivants sont des dispositions qui ne pourront être reprises car elles sont juridiquement fragiles, illégales ou seront illégales le 13 juillet 2020.

Le RLP de Coignières

Le RLP de Coignières date de 2006. Il comprend 3 zones de publicité restreinte (ZPR) couvrant l'ensemble de l'agglomération délimitées sur le plan de zonage ci-dessous. La ZPR1 est sous-divisée en ZPR1a concernant les secteurs d'habitats et paysagers et en ZPR1b concernant les propriétés en bordure de RN10. La ZPR2 concerne les principales entrées de ville. La ZPR3 concerne la RN10 et les zones commerciales proches.



Le tableau ci-dessous reprend les principales règles applicables dans chacune des zones en matière de publicités et préenseignes.

	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain	Autres
ZPR1		 sauf sur mur Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m Densité : 1 dispositif si linéaire < 60 m sinon 2 dispositifs	Surface < 2 m ²	Publicités dans les chantiers autorisées avec règle de densité et format maximum Interdiction de la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu
ZPR2			Surface < 2 m ²	
ZPR3	Interdite si publicité sur mur sur l'unité foncière Interdite si lumineuse (sauf éclairage par projection ou transparence) Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m Densité : 0 dispositif si linéaire < 30 m 1 dispositif si linéaire entre 30 et 40 m 2 dispositif si linéaire > 40 m Si plus de 20 000 m² d'unité foncière, 5 dispositifs maximum au moins 20 m entre 2 dispositifs	Interdite si publicité scellée au sol sur l'unité foncière Interdite sur bâtiments d'habitation Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m Densité : 1 dispositif si linéaire < 60 m sinon 2 dispositifs	Surface < 8 m ²	

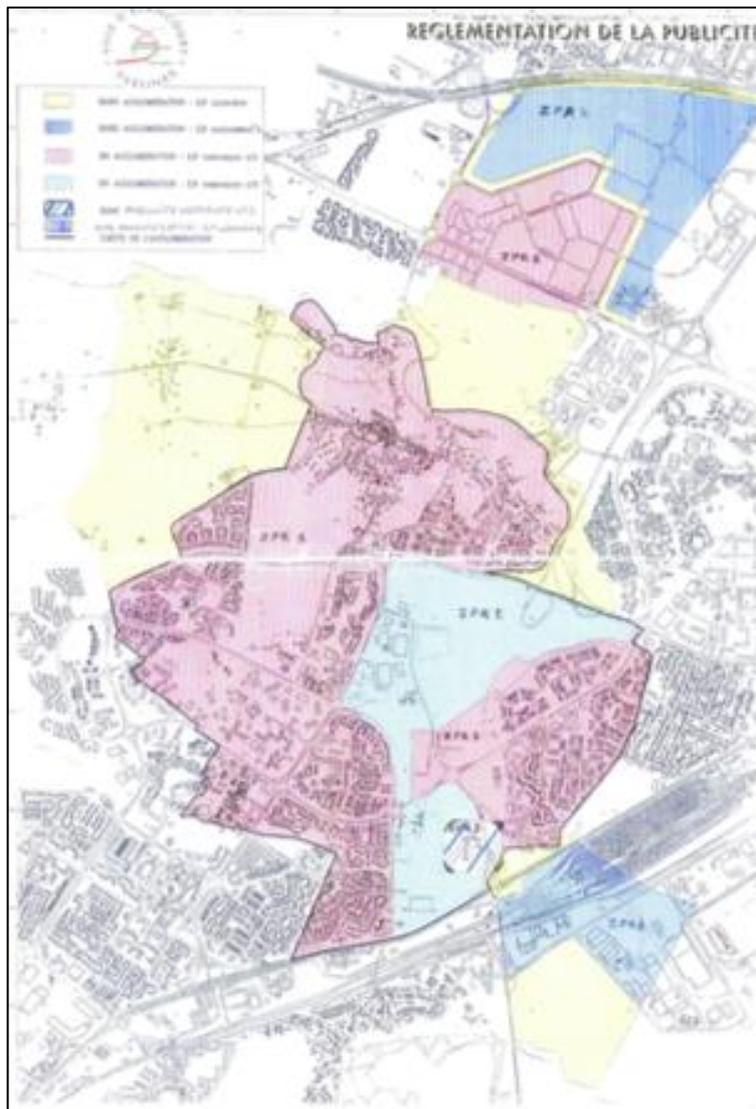
Le tableau ci-dessous reprend les principales règles applicables dans chacune des zones en matière d'enseignes.

Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Enseigne sur toiture ou	Enseigne en façade	Autres
---	-------------------------	--------------------	--------

terrasse en tenant lieu				
ZPR1	Surface < 3 m ² Hauteur < 3 m	Une seule par activité Hauteur des lettres de 70 cm	Hauteur < 70 cm Surface totale < 6 m ²	
ZPR2	Largeur < 1,5 m sauf unité foncière > 20 000 m ² Surface < 9 m ²	1/5 ^{ème} de la hauteur dans la limite de 2 mètres Possibilité d'un panneau de fond	Dépassement des limites du mur autorisé Surface cumulée < 1/5 ^{ème} de la façade	
ZPR3	Si UF < 30 m, largeur < 1,5 m Surface < 9 m ² Sinon Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m Densité : 0 dispositif si linéaire < 30 m 1 dispositif si linéaire entre 30 et 40 m 2 dispositif si linéaire > 40 m si plus de 20 000 m ² d'unité foncière, 5 dispositifs maximum Au moins 20 m entre 2 dispositifs Possibilité en plus d'un mât d'une hauteur > 12 m (la surface projetée ne devant pas excéder 4 m ²) Surface de l'enseigne temporaire < 16 m ² et une seule par opération	Surface cumulée de l'enseigne sur toiture avec les enseignes en façade < 1/5 ^{ème} de la façade		Surface de l'enseigne sur clôture < 2 m ² et hauteur < 40 cm sur une longueur maximale de 10 m le long de chaque voie bordant l'activité

Le RLP d'Élancourt

Le RLP d'Élancourt date de 1994. Il comprend 3 zones de publicité restreinte (ZPR) couvrant l'ensemble de l'agglomération délimitées sur le plan de zonage ci-dessous. On relève également deux zones de publicités autorisées (ZPA) concernant la zone d'activités du Nord ainsi que la zone d'activités Sud de la commune. La ZPR1 concerne principalement les secteurs résidentiels, la ZPR2 concerne la coulée verte de la Villedieu tandis que la ZPR3 concerne la Chapelle de la Commanderie des Templiers et ses abords (rayon de 100 m). Le RLP ne fixe pas de règles locales en matière d'enseignes.



	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain
ZPR1			Surface < 2 m2
ZPR2			
ZPR3			
ZPA1	2 dispositifs autorisés Surface < 6 m2 Hauteur < 6 m		

ZPA2	 le long des principaux boulevards de la zone sinon autorisée Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m	
------	--	---

Le RLP de Guyancourt

Le RLP de Guyancourt date de 1997. Il comprend 3 zones de publicité restreinte (ZPR) couvrant l'ensemble de l'agglomération délimitées sur le plan de zonage ci-dessous. La ZPR1 concerne le site inscrit et les abords de l'Eglise. La ZPR2 concerne les secteurs résidentiels. La ZPR3 couvre les axes principaux. Une zone de publicité autorisée (ZPA) couvre également la RD10 et le domaine SNCF.



	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain	Autres
ZPR1				<u>Publicité sur palissades de chantier :</u> Surface < 2 m ² Hauteur < 3 m

				A moins de 50 cm du sol Densité : un par palissade
ZPR2			Surface < 2 m ² Hauteur < 3 m Un dispositif de façon exceptionnelle de 12m ² et 6 m de hauteur	<u>Publicité sur palissades de chantier :</u> Surface < 2 m ² Hauteur < 3 m A moins de 50 cm du sol Densité : un par palissade Publicité lumineuse interdite sauf éclairée par projection ou transparence
ZPR3	Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m du sol naturel et par rapport à la voie Parement esthétique si besoin 100 m entre panneau sur une même unité foncière 10 m par rapport au limite séparative de propriété Densité : 0 si linéaire < 50 m 1 si linéaire entre 50 et 100 m puis 1 dispositif par tranche de 100 m au-delà de la première dans la limite de 4	Surface < 12 m ² Densité : 1 par unité foncière avec une distance de 100 m entre deux panneaux	Surface < 8 m ² 50 m entre deux dispositifs de plus de 2 m ²	
ZPA	Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m du sol naturel Nombre max fixé suivant les lieux			

Le tableau ci-dessous reprend les principales règles applicables dans chacune des zones en matière d'enseignes. Le RLP de Guyancourt dispose d'un zonage spécifique aux enseignes qui comporte deux zones la ZPRa couvrant le centre ancien et la ZPRb couvrant le reste de l'agglomération.

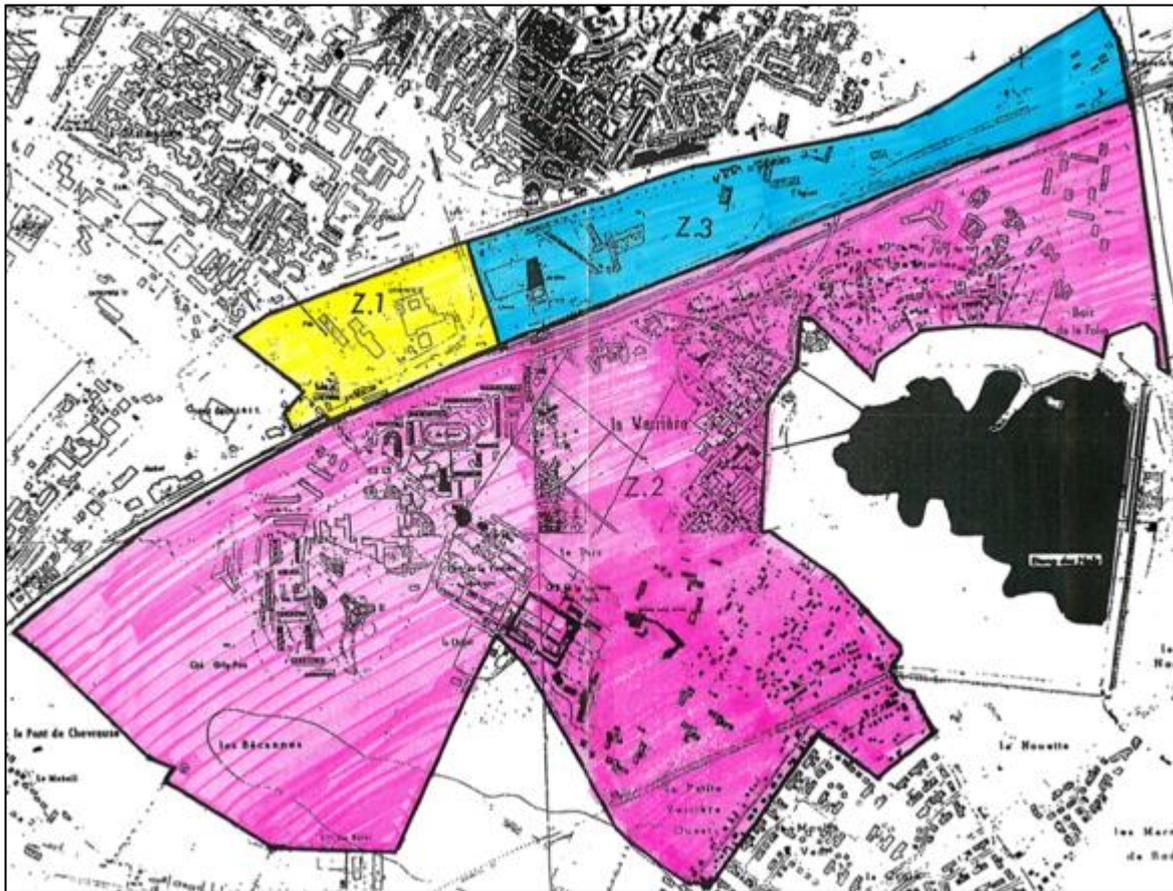


	Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Enseigne en façade	Autres
ZPRa	<p>Autorisée seulement si en retrait de la voie publique et pas d'enseignes perpendiculaires</p> <p>Hauteur < 4 m</p> <p>Surface < 0,5 m² (1m² pour certains activités)</p> <p>Regroupement sur une surface doublée</p>		<p>Enseignes interdites sur les balcons, les baies, auvents, les marquises</p> <p><u>Enseignes parallèles :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -respect de l'architecture du bâtiment -sous les limites du 1^{er} étage /à moins de 4 m du sol -surface < 3m² et 1/4 de la façade -hauteur < 40cm (60 cm pour les sigles -saillie < 15 cm -3 maximum par activité <p><u>Enseignes perpendiculaires :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - limite supérieure : milieu du 1^{er} étage OU 5 m pour les hangars/murs pignons -plus de 3 m du sol si domaine public -surface < 0,5 m² (1m² pour certains activités) -saillie max : 1 m -nombre max : 2 par voie 	<p><u>Enseigne sur clôture :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -ne pas dépasser la clôture -surface < 1m² -un par voie

<p>ZPRb</p>	<p>Surface < 0,65 m² (1m² pour certains activités ou 8 m²)</p> <p>Regroupement si plusieurs activités sans dépasser 8 m²</p>		<p>Enseignes interdites sur les balcons, les baies, auvents, les marquises</p> <p><u>Enseignes parallèles :</u> -respect de l'architecture du bâtiment -sous les limites du 1^{er} étage /à moins de 4 m du sol -surface<3m² et ¼ de la façade 1,5 m² de surface sur les bâtiments d'activités 12 m² pour l'enseigne à plus de 10 m du sol</p> <p>-3 maximum par activité</p> <p><u>Enseignes perpendiculaires :</u> - limite supérieure : milieu du 1^{er} étage OU 5 m pour les hangars/murs pignons -plus de 3 m du sol si domaine public -surface<0,65 m² (1m² pour certains activités) -saillie max : 1 m -nombre max : 2 par voie</p>	<p><u>Enseigne sur clôture :</u> -ne pas dépasser la clôture - surface<1,5m² -un par voie</p> <p>règles sur les enseignes temporaires</p>
-------------	---	---	--	---

Le RLP de la Verrière

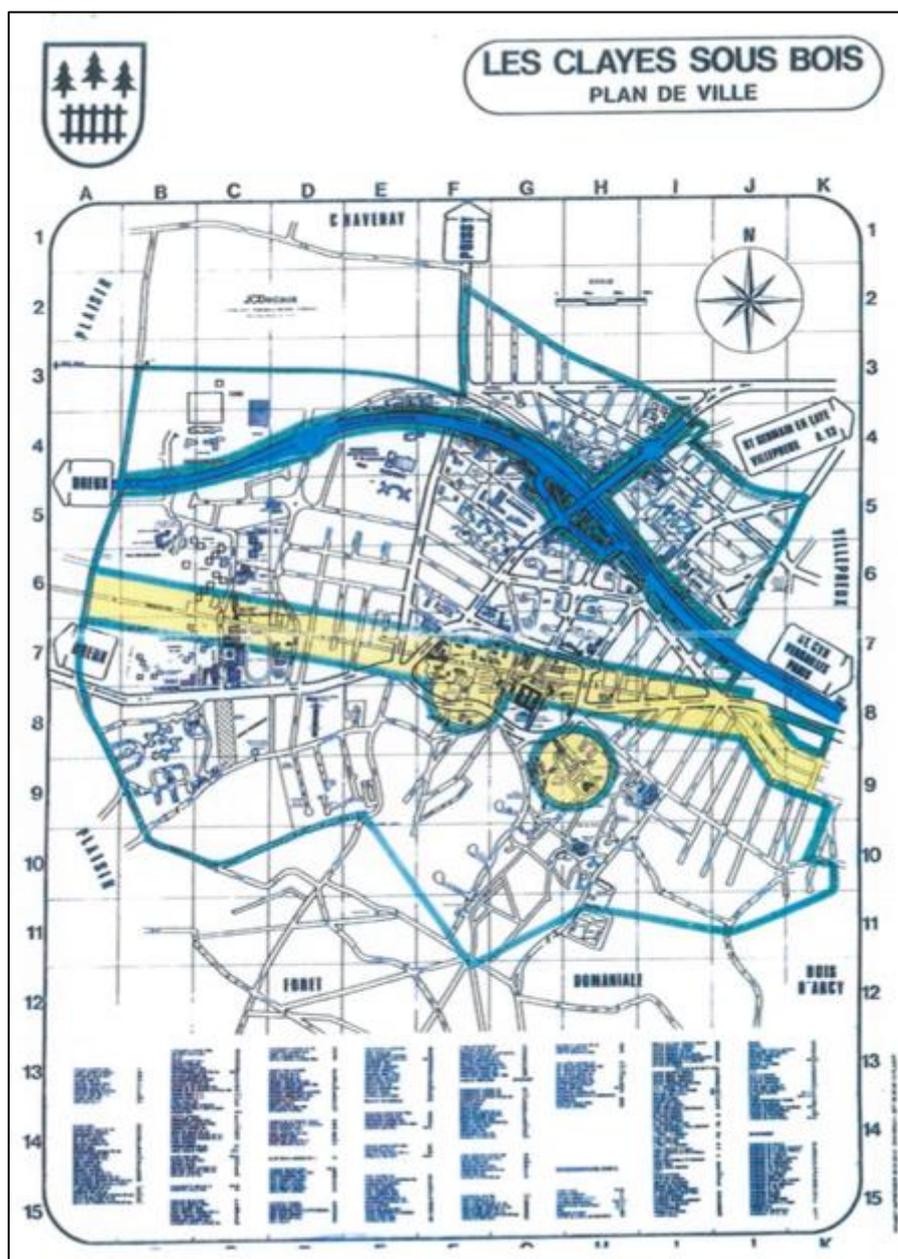
Le RLP de la Verrière date de 1988. Il compte deux ZPR (couvrant l'ensemble de l'agglomération) et une ZPA délimitées sur le plan de zonage ci-dessous. La ZPR1 concerne le nord-ouest de la commune tandis que la ZPR2 couvre le secteur sud. La ZPA concerne les parties de la commune hors agglomération.



	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain	Autres
ZPR1	Surface < 12 m ² Distance minimale de 30 m entre eux sur une même parcelle	Surface < 12 m ² Distance minimale de 30 m entre eux sur une même parcelle	Surface < 12 m ² Distance minimale de 30 m entre eux sur une même parcelle	Dispositifs lumineux à éclairage intermittent interdits
ZPR2				
ZPA	Surface < 12 m ² Distance minimale de 50 m entre eux sur une même parcelle et distance de 15 m par rapport aux bâtiments d'habitation	Interdit si parcelle < 15 m de façade sinon un seul dispositif Surface < 4 m ²		

Le RLP des Clayes-sous-Bois

Le RLP des Clayes-sous-Bois date de 1993. Il comprend 3 zones de publicité restreinte (ZPR) couvrant l'ensemble de l'agglomération délimitées sur le plan de zonage ci-dessous. La ZPR1 concerne la zone protégée. La ZPR2 concerne la D11, la rue Jules Massenet, la rue Balzac et le chemin des Vignes. La ZPR3 couvre le reste de l'agglomération.



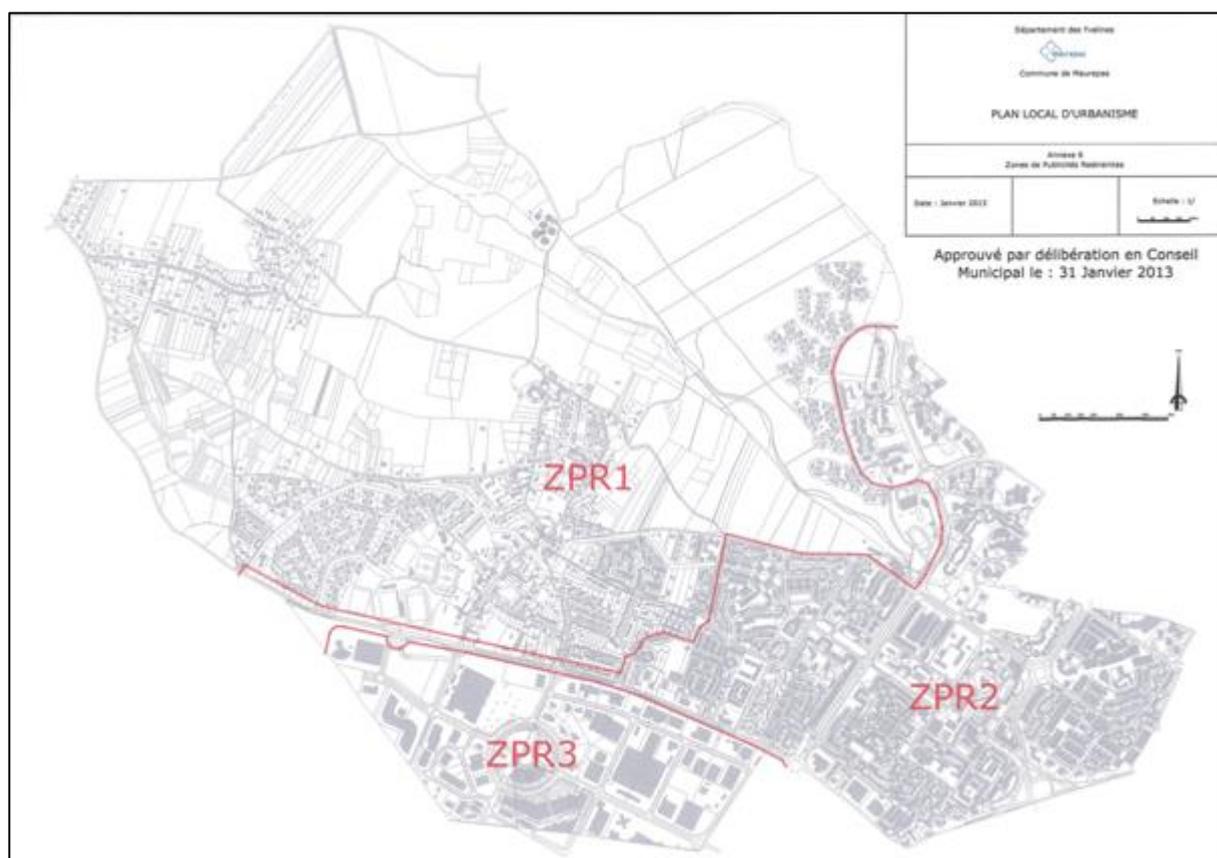
	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain	Autres
ZPR1			Règles nationales	Règles spécifiques aux préenseignes différentes des règles sur la publicité Règles sur les publicités sur palissades de chantier
ZPR2	Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m Densité : 1 dispositif tous les 150 ml minimum	Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m Densité : 1 dispositif tous les 150 ml minimum	Règles nationales	
ZPR3	Surface < 2 m ² Hauteur < 6 m Densité : 1 dispositif tous les 50 ml minimum	Surface < 2 m ² Hauteur < 6 m Densité : 1 dispositif tous les 50 ml minimum	Surface < 2 m ²	

Le tableau ci-dessous reprend les principales règles applicables en matière d'enseignes. Les règles sont identiques dans les différentes zones de publicité.

	Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Enseigne en façade
Territoire communal	Surface < 6 m ²	Surface < 6 m ²	<p><u>-Enseigne parallèle :</u> une par raison sociale et par façade</p> <p><u>-Enseigne perpendiculaire :</u> saillie < 80 cm une seule par raison sociale</p> <p>Surface < 6 m²</p>

Le RLP de Maurepas

Le RLP Maurepas date de 2006. Il comprend 3 zones de publicité restreinte (ZPR) couvrant l'ensemble de l'agglomération délimitées sur le plan de zonage ci-dessous. La ZPR1 concerne le nord de la commune. La ZPR2 concerne l'est de la commune. La ZPR3 concerne le sud de la commune.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain
--	------------------------------	--

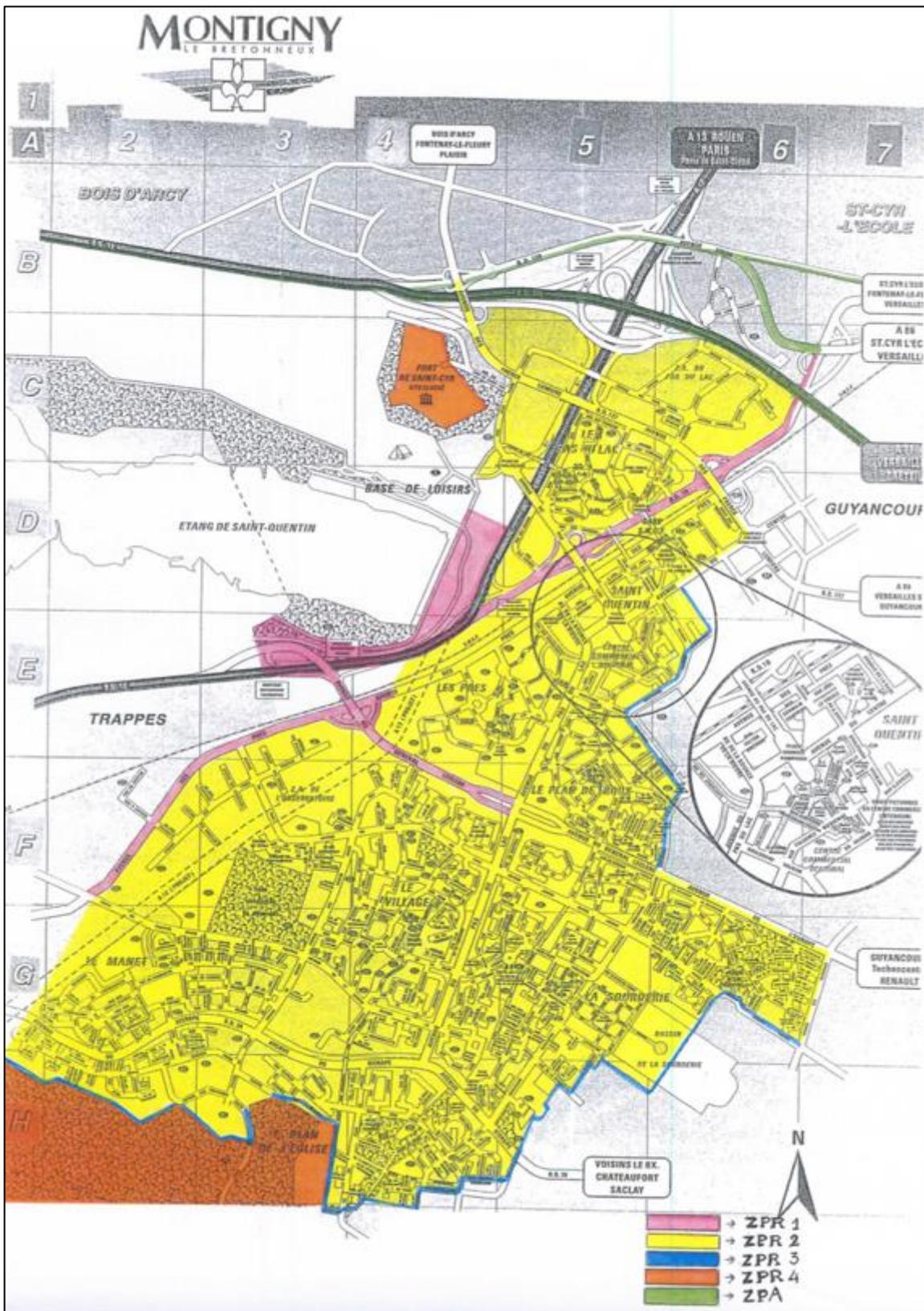
ZPR1			Surface < 2 m2
ZPR2			Surface < 8 m2
ZPR3	Surface < 8 m2 Parement esthétique si une face exploitée	Surface < 8 m2 Pas à plus d'un mètre de la limite de la façade	Surface < 8 m2

Le tableau ci-dessous reprend les principales règles applicables dans chacune des zones en matière d'enseignes.

	Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Enseigne en façade	Autres
ZPR1			Surface < 3 m2	intégrées à l'environnement Et ton vifs ou couleurs fluorescentes interdites Enseignes lumineuses éteintes entre l'arrêt de l'activité et 7h le matin
ZPR2	Règles nationales			
ZPR3	Hauteur < 8 m			Enseignes de type faisceau laser interdites

Le RLP de Montigny-le-Bretonneux

Le RLP des Montigny-le-Bretonneux date de 1994. Il compte 4 ZPR et une ZPA délimitées sur le plan de zonage ci-dessous. La ZPR1 concerne la base de loisirs, la RD10, l'avenue du général Leclerc et l'avenue des prés. La ZPR2 comprend la plupart des axes structurants de la commune. La ZPR3 correspond aux voies limitrophes. La ZPR4 correspond au fort Saint-Cyr et au Bois Manet. La ZPA concerne la N12, la G12, le CD 134 et la N286.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Publicité sur mur ou clôture

Publicité supportée sur le mobilier urbain

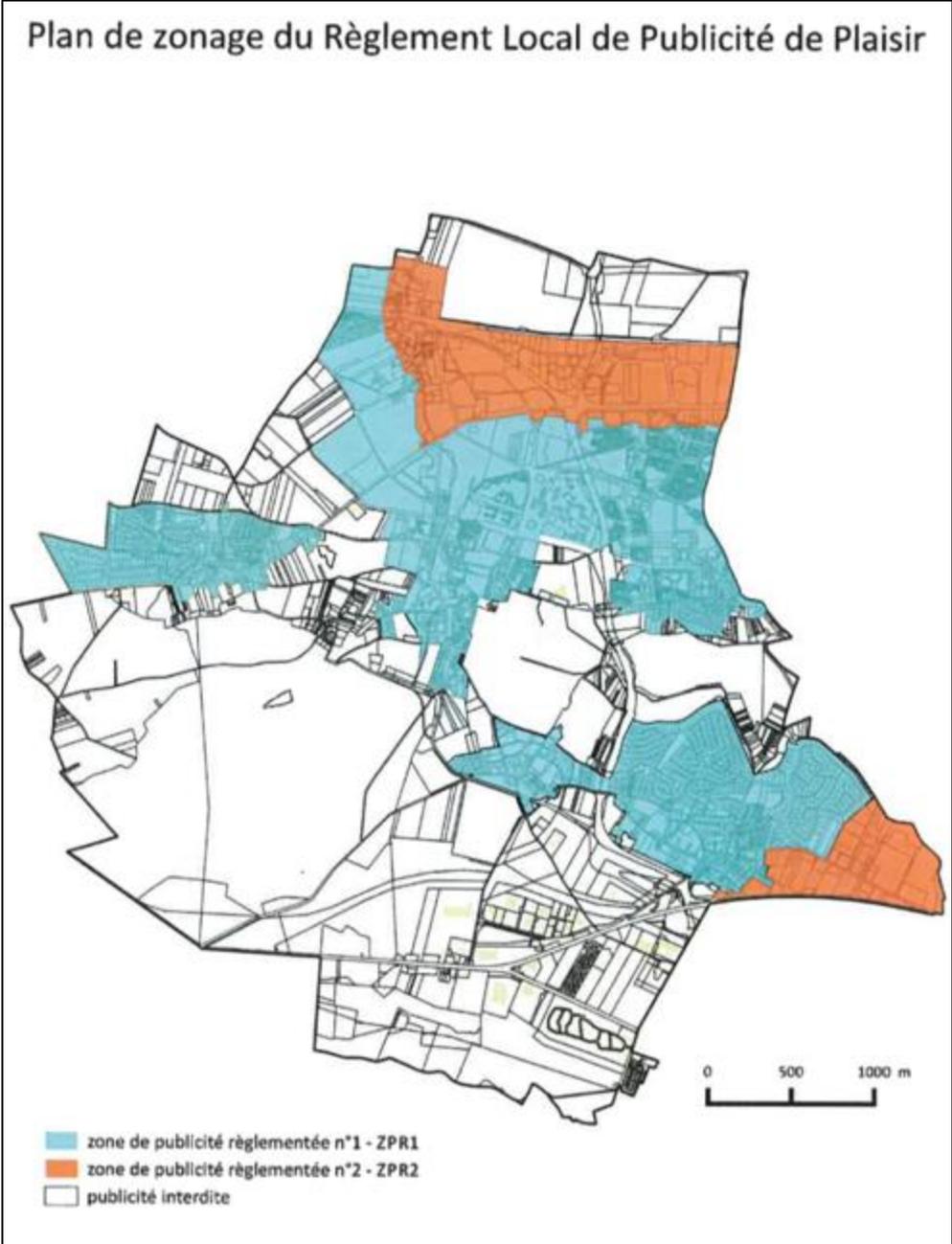
ZPR1	Surface < 12 m ² Densité : 1 dispositif par unité foncière de plus de 25 m et par tranche de 50 m Av. des Prés : un dispositif tous les 150 m par unité foncière de 100 m		Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m
ZPR2	Règles nationales	Règles nationales	Surface < 12 m ² Hauteur < 6 m
ZPR3			Surface < 4 m ²
ZPR4	 sauf enceinte de la gare	 sauf enceinte de la gare	 sauf enceinte de la gare
ZPA	Publicité autorisée sur une profondeur de 50 m de part et d'autre de l'emprise des voies par unité foncière de 50 m et par tranche de 80 m de façade	Publicité autorisée sur une profondeur de 50 m de part et d'autre de l'emprise des voies par unité foncière de 50 m et par tranche de 80 m de façade	Publicité autorisée sur une profondeur de 50 m de part et d'autre de l'emprise des voies par unité foncière de 50 m et par tranche de 80 m de façade

Le tableau ci-dessous reprend les principales règles applicables en matière d'enseignes. Les règles sont identiques dans les différentes zones de publicité.

	Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Enseigne en façade	Autres
Territoire communal	Nombre d'enseignes par voie limité à un ou deux dispositifs par unité foncière et par façade sur rue	Règles nationales	Enseigne perpendiculaire : saillie < 1 m	Réglementation du contenu des enseignes Surface d'une enseigne < 4 m ²

Le RLP de Plaisir

Le RLP de Plaisir date de 2015. Il s'agit du seul « grenellisé », c'est-à-dire conforme à la procédure PLU et au code de l'environnement dans sa version en vigueur depuis 2012. Le RLP comprend deux zones de publicité réglementée. La première ZPR concerne les différentes agglomérations en dehors des zones d'activités. La seconde concerne les zones d'activités agglomérées du territoire communal.



	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain	Autres
ZPR1		Surface ≤ 4 m ² Hauteur ≤ 6 m A au moins 50 cm de l'arête du mur Densité : un dispositif par unité foncière	Règles nationales	Publicité ou enseigne lumineuse éteinte entre 0h et 6h Interdiction de la publicité numérique
ZPR2	Règles nationales + Parement esthétique si une face exploitée	Hauteur ≤ 6 m A au moins 50 cm de l'arête du mur	Règles nationales	Interdiction de la publicité lumineuse sur toiture et des véhicules publicitaires

Densité : un dispositif par unité foncière non cumulable avec publicité murale	Densité : un dispositif par unité foncière non cumulable avec une publicité scellée au sol		Bâches publicitaires ≤ 12 m ² Publicité ou enseigne lumineuse éteinte entre 0h et 6h Publicité numérique ≤ 2 m ² (ou 4 m ² si murale)
--	--	--	--

Le tableau ci-dessous reprend les principales règles applicables dans chacune des zones en matière d'enseignes.

	Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Enseigne en façade	Autres
ZPR1	Surface ≤ 6 m ² Hauteur ≤ 6 m Si moins d'un mètre carré, nombre limité à 2 par voie et hauteur < 1,5 m	Interdite ainsi qu'hors agglomération	Interdiction des enseignes sur les arbres ; les auvents ou marquises ; les garde-corps de balcon ou balconnet	Règles sur les enseignes temporaires Interdiction de l'enseigne numérique
ZPR2	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 6 m Si moins d'un mètre carré, nombre limité à 2 par voie et hauteur < 1,5 m	Règles nationales	Enseigne perpendiculaire : -saillie ≤ 80 cm -hauteur ≤ 80 cm nombre max : 2 par façade -implantée au même niveau que l'enseigne parallèle Enseigne sur clôture : Limitée en nombre à un par clôture et en surface ≤ 3 m ²	enseigne numérique interdite sauf pour les services d'urgence et en ZPR2 (parallèle au mur, nombre = un par activité et surface ≤ 4 m ²) Règles sur les enseignes temporaires

Le RLP de Trappes

Le RLP de Trappes date de 2010. Il a été annulé par le tribunal administratif car le groupe de travail a été mal constitué. Il reflète toutefois la volonté de la commune en matière de publicité. Il compte 3 ZPR et 8 ZPA. La ZPR1 concerne l'agglomération en dehors des ZPR2 et ZPR3. La ZPR2 comprend l'avenue Martin Luther King. La ZPR3 correspond à l'avenue Jean Zay. Le territoire comporte par ailleurs 8 zones de publicité autorisée.

Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain	Autres
--	------------------------------	--	--------

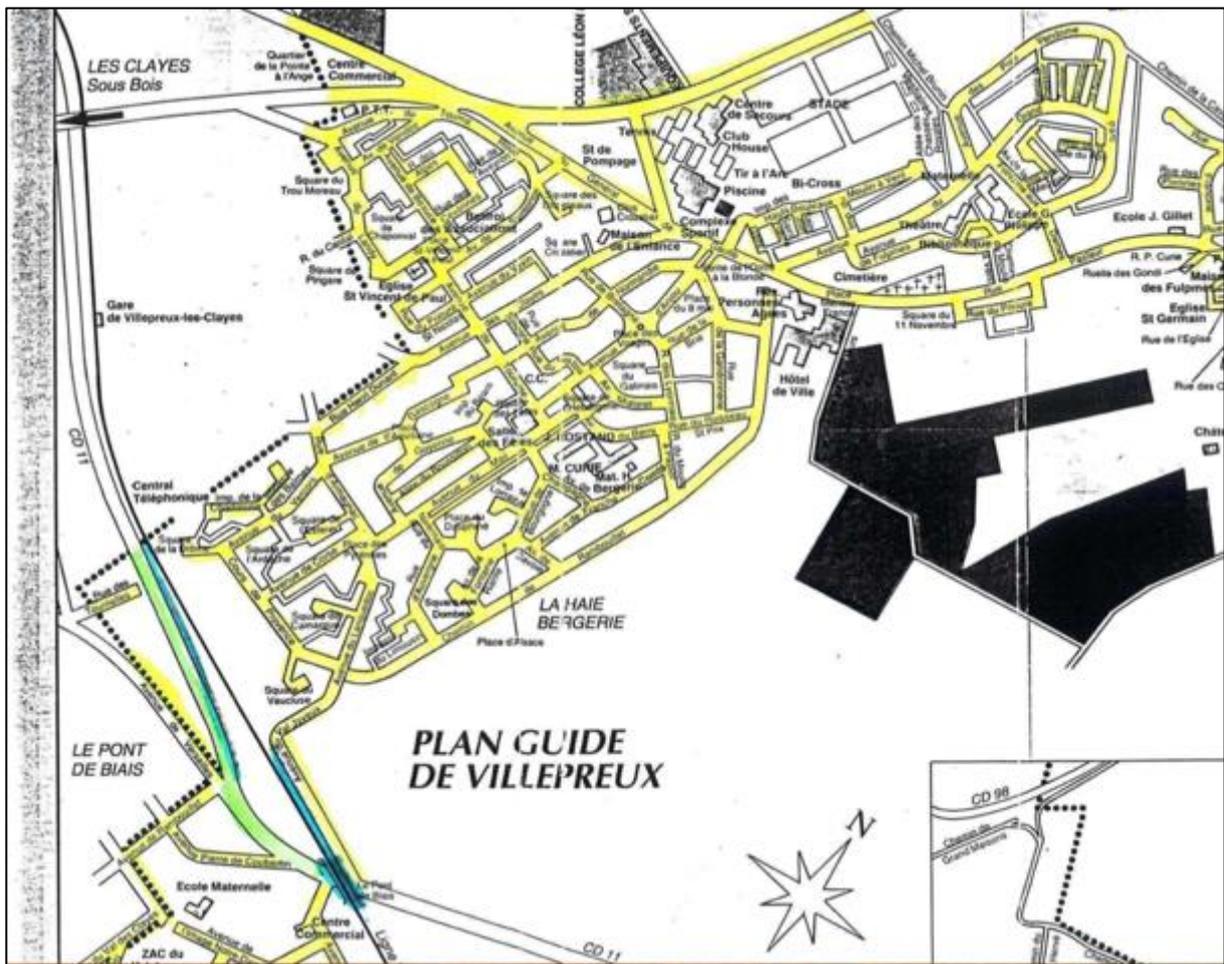
ZPR1			Surface < 2 m2	Micro-affichage limitée à 2 dispositifs sans excéder 10% de la surface de la façade Publicité sur les palissades de chantier < 8 m2 par tranche de 30 m de palissade
ZPR2	Surface < 12 m2 Densité = 1 dispositif si linéaire < 50 m ; au-delà un dispositif supplémentaire		Surface < 2 m2	Publicité sur les palissades de chantier < 8 m2 par tranche de 30 m de palissade
ZPR3	Surface < 12 m2 3 dispositifs au total		Surface < 2 m2	
ZPA	Règle de densité différente d'une ZPA à une autre Surface < 12 m2 (sauf ZPA2 : 15 m2) Mono-pied dans la plupart des ZPA	 sauf ZPA8	Surface < 2 m2 en ZPA5 et ZPA6 ailleurs	

Le tableau ci-dessous reprend les principales règles applicables dans chacune des zones en matière d'enseignes.

	Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Enseigne en façade	Autres
Territoire communal	<p>Hauteur mât < 10 m Surface mât < 6 m2</p> <p>Hauteur totem < 6 m Surface totem < 8 m2</p> <p>Nombre limité à un dispositif par tranche de 100 m de linéaire d'unité foncière sauf ZPA2 (un par commerce)</p>	Règles nationales	<p>Les enseignes parallèles et perpendiculaires doivent être apposées sous le premier étage</p> <p>Nombre limité à 2 par façade Règles d'insertion paysagère</p> <p>Une seule enseigne perpendiculaire par devanture d'une même activité</p> <p>Enseigne sur clôture interdite</p>	

Le RLP de Villepreux

Le RLP de Villepreux date de 1996. Il compte 3 ZPR. La ZPR1 concerne l'agglomération en dehors des ZPR2 et ZPR3. La ZPR2 couvre la RD11. La ZPR3 correspond au domaine SNCF.



	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain	Autres
ZPR1			Surface < 2 m ²	Publicité sur les palissades de chantier < 4 m ² pour un linéaire compris entre 0 et 20 m plus 4 m ² par tranche entière de 20 m de palissades Publicité lumineuse interdite sauf si éclairée par transparence ou indirecte
ZPR2	Publicité autorisée sur un dispositif Surface < 12 m ² Densité : 1 dispositif si au moins 20 m de façade Surface < 12 m ²	 sauf sur pignons aveugles	Règles nationales	
ZPR3	Sur emplacements déterminés	Règles nationales	Règles nationales	

	Parement esthétique si une face exploitée			
--	---	--	--	--

Le tableau ci-dessous reprend les principales règles applicables dans chacune des zones en matière d'enseignes.

	Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Enseigne en façade
Territoire communal	 <p>sauf activités en retrait de la voie publique</p> <p>Surface unitaire < 1 m² (3 m³ si garage ou station-service ou 4 m² si supermarché)</p> <p>Hauteur < 4 m</p>		 <p>des enseignes sur les bandeaux lumineux ; les marquises ; les garde-corps de balcon ; les balconnets ; les baies</p> <p><u>Enseigne parallèle :</u> -ne pas dépasser les limites du bandeau -saillie < 15 cm</p> <p><u>Enseigne perpendiculaire :</u> -80X80 cm (ou 40X120 cm) -épaisseur : 12 cm -une seule enseigne si façade < 10 m</p>

Le RLP de Voisins-le-Bretonneux

Le RLP de Voisins-le-Bretonneux date de 1990. Il comprend une unique zone de publicité couvrant l'ensemble de l'agglomération. Il ne pose pas de règles locales en matière d'enseignes sauf l'interdiction des enseignes lumineuses par intermittence ou par défilement.

	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité supportée sur le mobilier urbain	Autres
ZPR1	<p>Surface < 2 m² Densité max. : 1 dispositif si linéaire > 25 m</p>	 <p>aux murs ou clôtures aveugles ou d'habitation</p>	<p>Surface < 2 m² Hauteur < 3 m</p>	<p>Publicité lumineuse interdite</p>

4. Le régime des autorisations et déclarations préalables

1) l'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

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

2) la déclaration préalable

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

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

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

5. Les compétences en matière de publicité extérieure

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

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

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

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

II. Diagnostic du territoire

Le territoire intercommunal est traversé par 3 unités de paysages d'après l'atlas des paysages des Yvelines (dont les descriptions ci-dessous sont issues).

La première d'entre-elle, la plaine de Versailles concerne en partie les communes de Plaisir, les Clayes-sous-Bois et Villepreux à travers le coteau de Plaisir/Les Clayes-sous-Bois. Elle concerne essentiellement les terres agricoles du nord et de l'est des communes mentionnées ainsi que le bâti notamment ceux de la zone commerciale de Plaisir et des Clayes-sous-Bois.



Plaine agricole et limites de l'urbanisation au Nord de Plaisir, 2017

La seconde unité de paysages nommée les vallées et plateaux de Chevreuse concerne la partie sud des communes de Coignières, Elancourt, Guyancourt, Montigny-le-Bretonneux, Trappes et Voisins-le-Bretonneux ainsi que l'ensemble de la commune de Magny-les-Hameaux. Il s'agit d'un paysage très diversifié offrant une alternance resserrée de plateaux agricoles et de vallées nettement encaissées. Elles offrent notamment, d'après l'atlas des paysages, une étonnante ambiance de « campagne » en Île-de-France. La commune de Magny-les-Hameaux se trouvent intégralement dans cette unité de paysages et appartient par ailleurs parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse.



Romainville, une des agglomérations de Magny-les-Hameaux, 2018

Enfin, la dernière unité de paysages concerne l'ensemble des communes de l'agglomération (Villepreux excepté) : il s'agit du plateau de Saint-Quentin-en-Yvelines. Il s'agit de l'unité la plus caractéristique du paysage local. L'urbanisation de ce territoire est caractéristique des années 70, on retrouve « de larges emprises routières paysagées, de généreux « espaces verts », et des quartiers aux formes urbaines et architecturales hétérogènes » avec une distinction entre zones d'habitat et zones d'activités. Ces dernières s'organisent autour des axes structurants que sont la RN10 et la RN12. Ces axes occasionnent des coupures importantes dans le paysage ainsi que la voie ferrée en particulier la gare de triage d'une emprise de 6 ha à Trappes.



La N10, un axe structurant instaurant une coupure dans le territoire, La Verrière, 2018



Un bâtiment masqué par la végétation dans la zone d'activités au Nord d'Élancourt, 2018

La publicité extérieure s'inscrit dans ces paysages de manière très diverse allant de la quasi-absence à certains endroits jusqu'à la surenchère que l'on peut retrouver dans certains secteurs. Le diagnostic qui suit, en s'appuyant sur un inventaire exhaustif des publicités et préenseignes (hors mobilier urbain) et un travail de terrain spécifiques aux enseignes (réalisé fin 2017 et début 2018) a permis d'identifier les enjeux de territoire. Nous verrons dans une première partie, les caractéristiques des publicités et préenseignes existantes sur le territoire intercommunal. Ensuite, nous aborderons dans un second temps les enjeux posés par les enseignes.

1. Les publicités et préenseignes

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

Sur le territoire intercommunal, les publicités et les préenseignes se présentent sous 3 formes distinctes : publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, publicité apposée sur un mur ou une clôture et publicité supportée par du mobilier urbain (cette dernière se décomposant en 5 sous-catégories).

Les publicités scellées au sol, installées directement sur le sol, murales ou sur clôture

495 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire intercommunal hors mobilier urbain publicitaire.

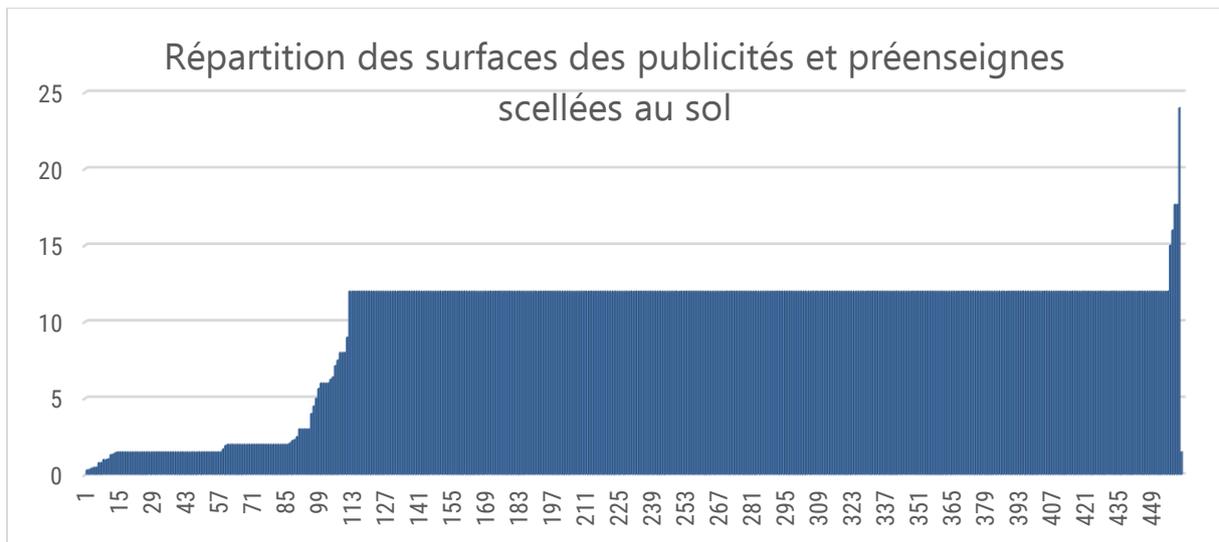


Publicité sur mur aveugle (éclairée par projection), Coignières, 2017

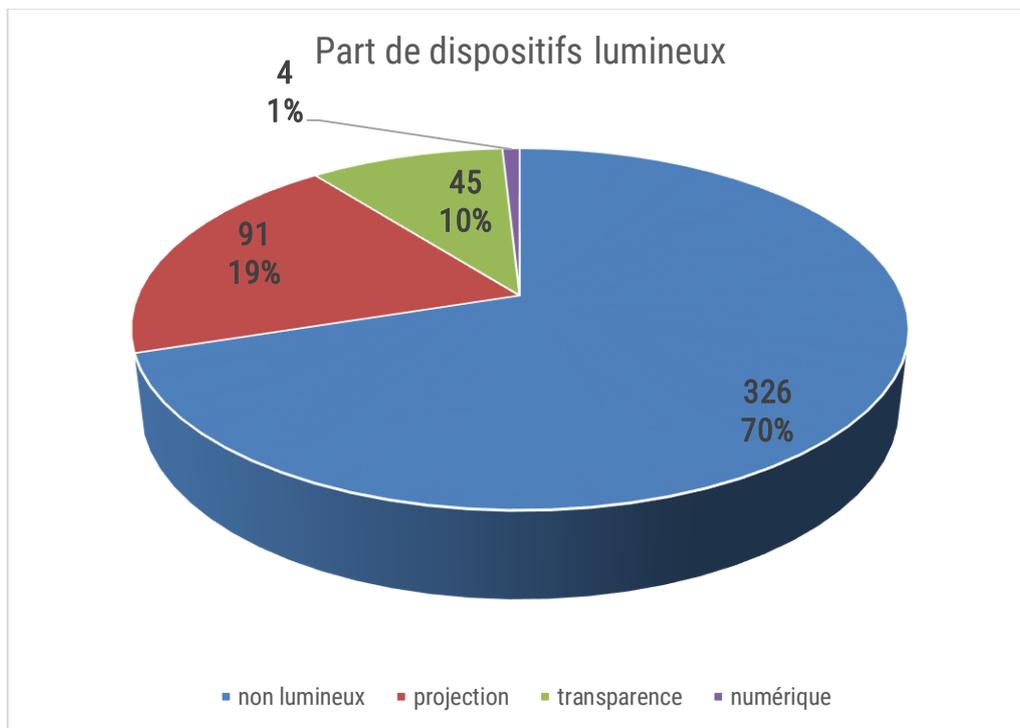


Publicité scellée au sol, Trappes, 2017

Parmi elles, il existe une majorité écrasante de dispositifs publicitaires scellés au sol de grand format (12 m² le plus souvent). En effet, sur les 465 publicités scellées au sol recensées sur le territoire intercommunal, 345 mesurent 12 mètres carrés. On relève également 6 dispositifs dépassant 12 mètres carrés. Les publicités sur mur ou clôture ne comptent que pour 30 dispositifs dont deux dépassent 12 mètres carrés.



La publicité (ou la préenseigne) peut être lumineuse. Trois catégories de dispositifs lumineux sont présentes sur le territoire intercommunal. Il s'agit de ceux comportant un éclairage par projection, par transparence et numérique.



On relève ainsi 91 publicités éclairées par projection et 45 éclairées par transparence. Il s'agit des dispositifs lumineux les plus présents sur le territoire intercommunal.



Publicité éclairée par transparence (en mauvais état – non conforme), Guyancourt, 2017



Publicité éclairée par projection, Guyancourt, 2017

L'inventaire a également mis en évidence 4 dispositifs publicitaires numériques localisés à Maurepas et Plaisir. Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Il convient de noter que les dispositifs numériques destinés uniquement à l'information locale (sans publicité commerciale) de type journal électronique d'informations sont exclus du champ du RLPI.



Publicité numérique, Maurepas, 2017

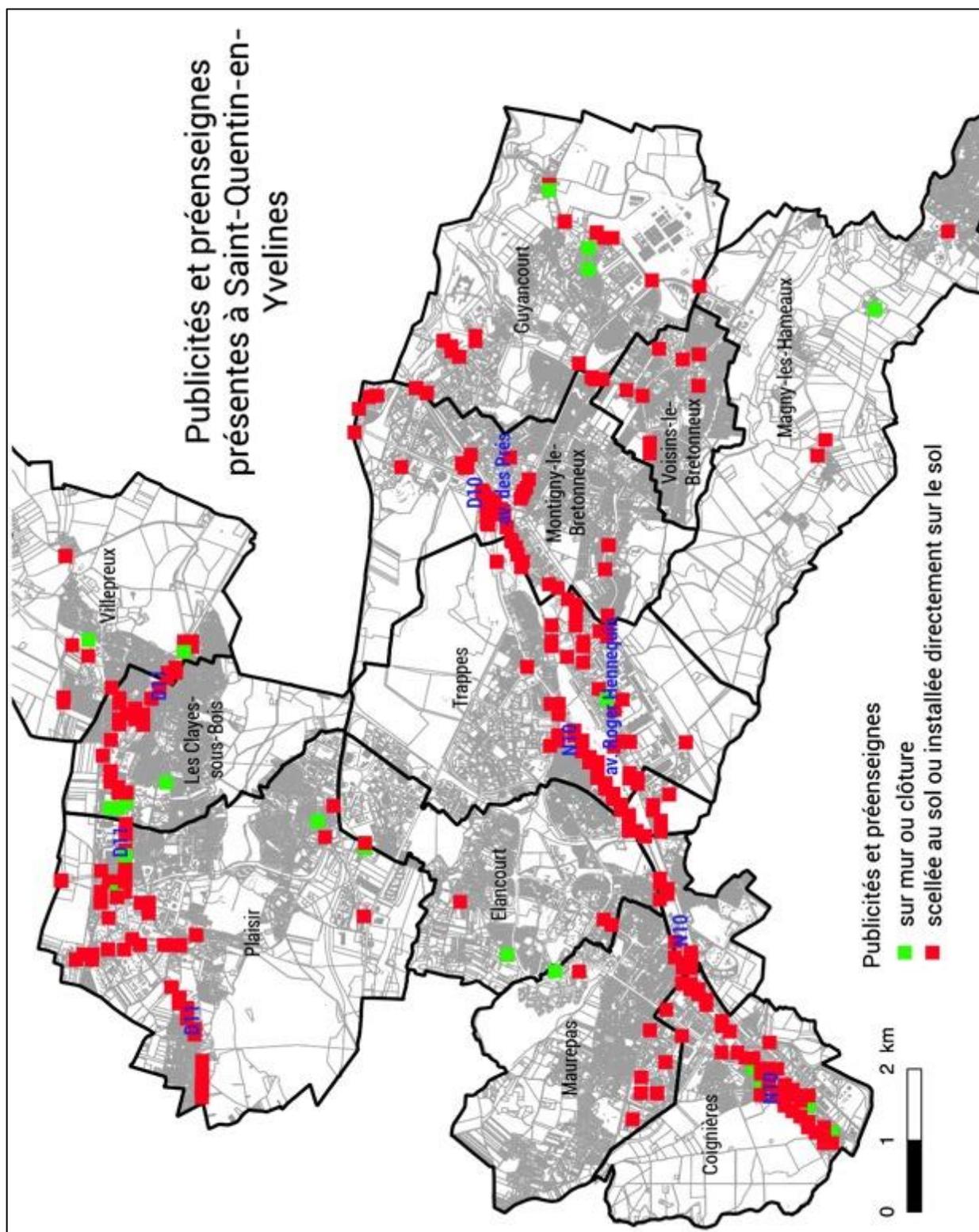
La cartographie ci-dessous montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire intercommunal (hors mobilier urbain). On note la présence importante des dispositifs publicitaires scellés au sol le long des principaux axes traversant le territoire notamment les RN10, D11 et avenue des Prés à Montigny-le-Bretonneux tandis que la publicité murale est presque absente du territoire. On relève également qu'en dehors de ces zones de surconcentration, la publicité est relativement peu présente (secteurs résidentiels, zones hors agglomération).



Densité très forte de dispositifs scellés au sol le long de la N10, Élancourt, 2018



Densité très forte de dispositifs scellés au sol le long de la N10, Coignières, 2018



On note une inégale répartition de la publicité sur le territoire intercommunale :

- Magny-les-Hameaux se distingue par son appartenance au PNR de la Haute-Vallée de Chevreuse qui induit une interdiction de publicité et préenseignes,
- Villepreux compte une importante superficie classée,
- La situation de Trappes, Coignières et Maurepas se caractérise par l'existence d'un domaine ferroviaire important et de la RN10, bordée par un tissu mixte traditionnel « favorable » à la publicité, de même que Plaisir, Les Clayes et Villepreux sur la rive sud de la voie ferrée.

Il y a deux sites de prédilection pour l'affichage publicitaire qui ressortent : les faisceaux ferroviaires, et la RN 10 et la D11. Cette implantation se fait parfois sur le domaine public ou privé des collectivités ou institutionnels. En dehors de ces sites, la publicité s'exprime surtout dans les zones d'activités et les zones commerciales. La « signalétique » des commerces constitue des préenseignes, elle est hétérogène sur le territoire, et n'est pas forcément lisible. La mise en place de Signalisation d'Information Locale relevant du code de la route pourrait permettre une amélioration notable du paysage en harmonisant ces dispositifs à l'échelle intercommunale.



Différentes « SIL » sur le territoire intercommunal, Saint-Quentin-en-Yvelines, 2018

Les publicités et préenseignes sont, pour la plupart, conformes à la réglementation en vigueur. On relève toutefois quelques infractions illustrées par les photographies ci-dessous. Il s'agit de problème de densité (nombre trop élevé de dispositif le long d'un même axe), de format trop important (surface et hauteur), de mauvaise implantation (sur un mur non aveugle, sur un équipement de la circulation, implanté à H/2 et à moins 10 m des baies, etc.), d'installation dans un lieu d'interdiction (PNR, hors agglomération).



Forte densité de dispositifs scellés au sol (non conforme), Plaisir, 2017



Forte densité de dispositifs scellés au sol (non conforme), Montigny-le-Bretonneux, 2017



dispositif scellés au sol implanté à moins de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (non conforme), Guyancourt, 2017



Forte densité de dispositifs scellés au sol situés hors agglomération (non conforme), Plaisir, 2017



Préenseigne localisée dans un PNR (non conforme), Magny-les-Hameaux, 2017



Dispositif implanté à moins de 50 cm du sol (non conforme), Elancourt, 2017



Dispositif implanté sur un équipement de la circulation routière (non conforme), Villepreux, 2017



Préenseigne sur un mur non aveugle (non conforme), Les Clayes-sous-Bois, 2017



Préenseigne dépassant les limites du mur (non conforme), Coignières, 2017

Le mobilier urbain comme support de publicité commerciale

La communauté d'agglomération compte de nombreuses publicités supportées par le mobilier urbain. On relève ainsi 291 abris destinés au public supportant de la publicité commerciale d'un format de 2 m². Il existe quatre autres catégories de mobilier urbain pouvant supporter de la publicité. La plupart des publicités supportées par les mobiliers sont de petit format (2 m² la plupart du temps). Les seuls dispositifs ayant un important impact paysager sont les mobiliers d'informations locales présentant une grande surface (souvent 8 m²).

La plupart des RLP en vigueur sur le territoire intercommunal comporte de règles spécifiques à la publicité supportée par le mobilier urbain. Les communes de Saint-Quentin en Yvelines disposent chacune de contrats de mobiliers urbains pouvant supporter de la publicité précisant le nombre et le type de chacun d'entre-deux.



Abris destinés au public supportant de la publicité, Montigny-le-Bretonneux, 2017



Mobilier d'informations locales de grand format supportant de la publicité, Montigny-le-Bretonneux, 2017



Mobilier d'informations locales de 2 mètres carrés supportant de la publicité, Villepreux, 2017



Mât porte-affiches, Montigny-le-Bretonneux, 2017



Colonne porte-affiches, Montigny-le-Bretonneux, 2017

	Mobilier d'informations locales 2 m ² ³⁴	Mobilier d'informations locales 8 m ² ³⁵
Coignières	70	0
Élancourt	30	0
Guyancourt	33	19
La Verrière	1	0
Les Clayes-sous-Bois	nd	nd
Magny-les-Hameaux	3	2

³⁴ Données transmises par les communes. nd = données non transmises à ce jour

³⁵ Données transmises par les communes. nd = données non transmises à ce jour

Maurepas	44	nd
Montigny-le-Bretonneux	18	1
Plaisir	nd	nd
Trappes	17	0
Villepreux	25	9
Voisins-le-Bretonneux	10	4

2. Les enseignes

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

Cinq catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire intercommunal. Il s'agit d'enseignes :

- Scellées au sol ou installées directement sur le sol,
- Sur clôture,
- Sur toiture ou terrasse en tenant lieu,
- En façade perpendiculaires au mur,
- En façade parallèles au mur.

Nous allons aborder chacune des catégories d'enseignes dans la suite de cette partie. Nous verrons également pour finir que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

L'enseigne parallèle au mur

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Il s'agit globalement de l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation (ne pas dépasser les limites du mur ou de l'éégout du toit) et sa surface (respect de la proportion par rapport à la surface de la façade).



Enseigne parallèle bien intégrée à l'architecture de la façade, Coignières, 2017

L'enseigne parallèle se présente sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Enseigne parallèle dont la surface dépasse la proportion par rapport à la façade (15%) (non conforme), Montigny-le-Bretonneux, 2017



Enseigne parallèle dont la surface dépasse la proportion par rapport à la façade (15%) (non conforme), Coignières, 2017



Enseigne parallèle dépassant les limites du mur (non conforme), Coignières, 2017

L'enseigne perpendiculaire au mur

L'enseigne perpendiculaire est particulièrement présente en centre-ville (linéaire commercial donnant directement sur le domaine public) dès lors qu'une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être implantée. Elles sont en général de petit format (moins d'un mètre carré). Elles ont assez peu d'impact sur le paysage local dès lors qu'elles respectent les règles d'implantation (saillie sur le domaine public et apposée sous la limite du mur).



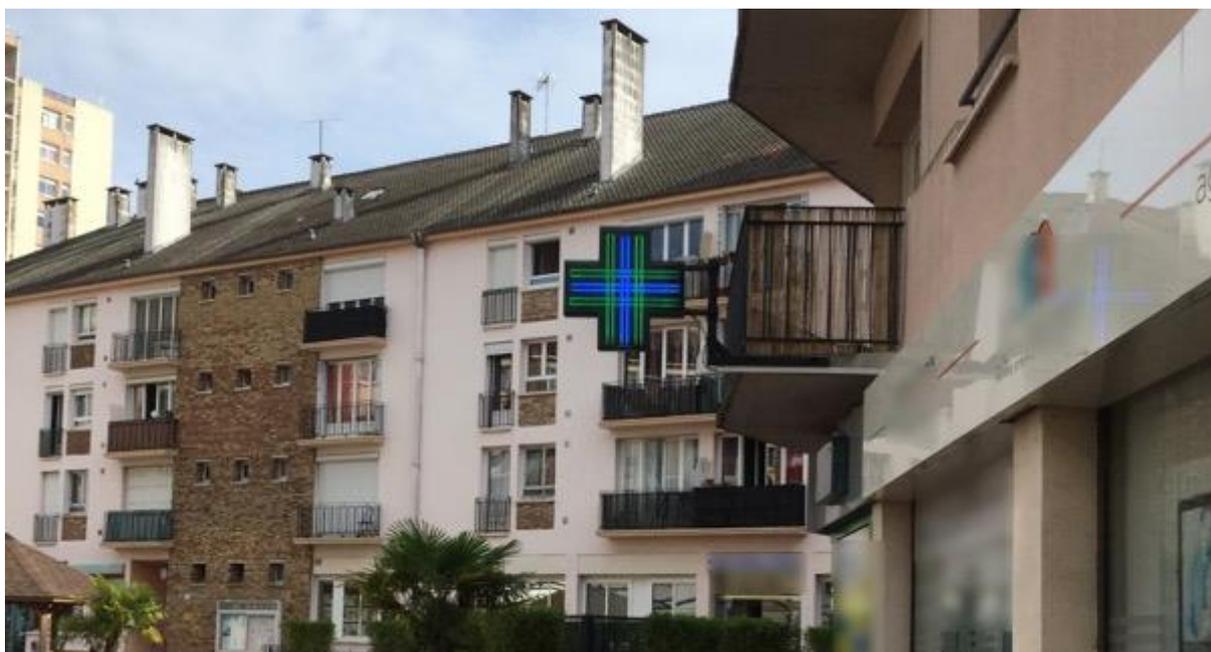
Enseigne perpendiculaire en fer forgé de qualité, Coignières, 2017



Enseigne perpendiculaire dont la saillie sur domaine public dépasse 2 mètres (non conforme), Maurepas, 2017



Enseigne perpendiculaire sur un balcon (non conforme), Villepreux, 2017



Enseigne perpendiculaire sur un balcon (non conforme), Maurepas, 2017



Enseigne perpendiculaire dépassant la limite du mur (non conforme), Les Clayes-sous-Bois, 2017

Les problèmes paysagers posés par les enseignes perpendiculaires sont très ponctuels et vont concerner deux aspects essentiels, à savoir, une saillie qui peut aller jusqu'à 2 mètres ce qui est le cas le long de nombreux axes (compte tenu de leur largeur) et un nombre qui peut être important sur une même façade.



Trois enseignes perpendiculaires en façade dont une dépassant la limite du mur (qui est non conforme), Les Clayes-sous-Bois, 2017



Cinq enseignes perpendiculaires en façade, Voisins-le-Bretonneux, 2017

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

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol est très présente sur le territoire intercommunal en particulier le long de la N10 et la N12 ainsi que dans les zones d'activités du territoire intercommunal. Elles se présentent sous des formes diverses : totems, kakémonos, drapeaux, panneaux « 4 par 3 », chevalets, menus, etc.



Enseigne scellée au sol de taille moyenne (4m²), Elancourt, 2017

L'empreinte paysagère des enseignes scellées au sol est particulièrement importante de par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (panneau « 4 par 3 ») entretenant la confusion entre publicités et enseignes.

On relève une quarantaine d'enseignes dépassant 12 m² ainsi qu'une soixantaine dépassant 6 m² pour les communes de Coignières, La Verrière et Magny-les-Hameaux. Une quinzaine d'enseignes scellées au sol ne respectent par ailleurs pas l'implantation à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (H/2).



Enseigne scellée au sol de grand format dépassant 12 m² (non conforme), Les Clayes-sous-Bois, 2017



Enseigne scellée au sol de grand format dépassant 12 m² (non conforme), Voisins-le-Bretonneux, 2017



Enseigne scellée au sol de grand format dépassant 6 m² (non conforme), La Verrière, 2017



Enseigne scellée au sol implantée sur la limite séparative de propriété sans recul de la moitié de sa hauteur (non conforme), Magny-les-Hameaux, 2017



Enseigne scellée au sol implantée sur la limite séparative de propriété sans recul de la moitié de sa hauteur (non conforme), Coignières, 2017

On relève près d'une centaine d'enseignes scellées au sol ne respectant pas le format maximal autorisé à savoir 12 m² (ou 6 m² à Coignières, La Verrière et Magny-les-Hameaux). Cela a un fort impact sur le paysage en polluant en particulier le long des axes structurants du territoire.



Enseignes scellées au sol en surnombre le long d'une même voie (non conforme), Plaisir, 2017



Enseignes scellées au sol en surnombre le long d'une même voie (non conforme), Elancourt, 2017



Enseignes scellées au sol en surnombre le long d'une même voie (non conforme), Montigny-le-Bretonneux, 2017

Pour une meilleure adéquation au cadre bâti des enseignes de type « totem » de taille moyenne seraient sans doute plus adaptées au contexte local sachant que ce type d'enseignes peut difficilement être implantée en centre-ville qui nécessite un terrain d'assiette de l'activité.



Enseigne scellée au sol en frange urbaine obstruant une perspective vers un grand paysage, Coignières, 2017



Enseigne scellée au sol de grande largeur (4,7 mètres), Voisins-le-Bretonneux, 2017



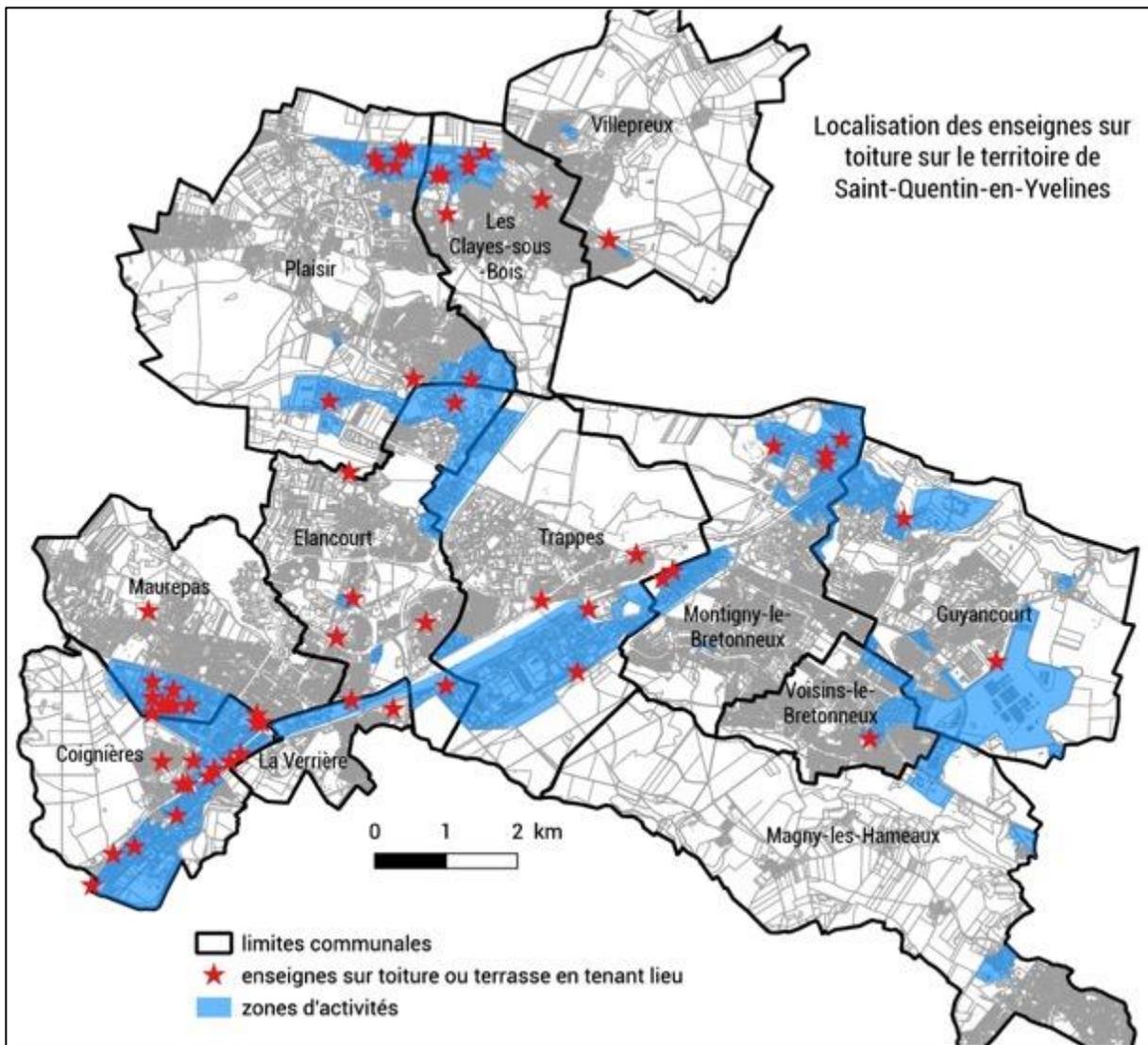
Enseigne scellée au sol de grande largeur (9 mètres), Elancourt, 2017

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu

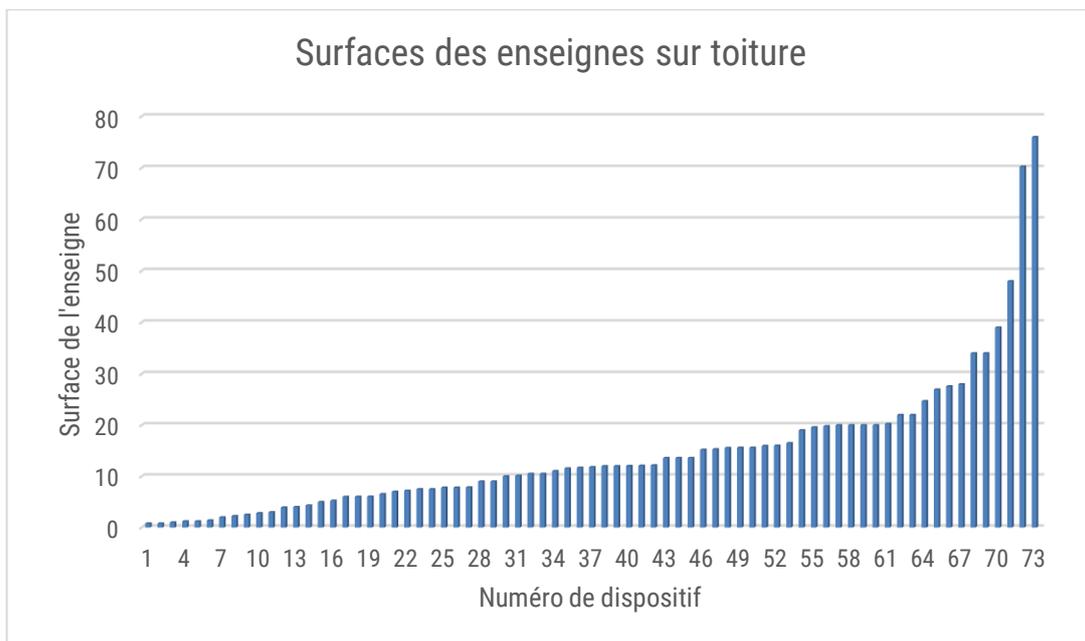
L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu est essentiellement présente en zone d'activités. 73 enseignes de ce type ont été identifiées lors des investigations de terrain. Ce type d'implantation d'enseignes peut avoir un impact paysager très important du fait de grand format qui peuvent fermer des perspectives. Par ailleurs, ce type de dispositif peut présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



Enseigne sur toiture, Maurepas, 2017



Les enseignes sur toiture ont des surfaces très variables allant de moins d'un mètre carré jusqu'à plus de 70 mètres carrés.



On relève près de 31 enseignes sur toiture en infraction avec la réglementation nationale. Parmi elles, 29 enseignes ont un panneau de fond ou des fixations non dissimulées tandis que les deux autres dépassent la surface totale maximale de 60 mètres carrés.



Enseigne sur toiture avec un panneau de fond (non conforme), Maurepas, 2017



Enseigne sur toiture avec fixations non dissimulées (non conforme), Coignières, 2017



Enseigne sur toiture dépassant les 60 m² (non conforme), Plaisir, 2017



Enseigne sur toiture dépassant les 60 m² (non conforme), Maurepas, 2017

Les autres enseignes sur toiture (42) occupent une place importante dans le paysage de par leur implantation au-dessus du bâtiment. Elles sont souvent visibles de très loin fermant parfois des perspectives alors que bien souvent elles pourraient être apposées en façade sans avoir un impact paysager trop dommageable.



Enseigne sur toiture de 24 m², Villepreux, 2017



Enseigne sur toiture d'environ 13 m2, Guyancourt, 2017



Enseigne sur toiture d'environ 19 m2, Montigny-le-Bretonneux, 2017

L'enseigne sur clôture

L'enseigne sur clôture est essentiellement présente en zone d'activités. Elles se présentent la plupart du temps sous forme de bâches ou pancartes accrochées sur la clôture qui peut être aveugle ou non.



Enseigne sur clôture (1,5 m²), Trappes, 2017

Les enseignes sur clôture ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques. Un des enjeux du RLPI sera d'en préciser la place dans le paysage intercommunal. Il conviendra ainsi d'éviter les clôtures saturées d'enseignes ainsi que les enseignes de grand format.



Surenchère d'enseignes sur clôture, Coignières, 2017



Enseignes sur clôture de grand format (14 mètres carrés) avec multiples enseignes scellées au sol (non conformes), Maurepas, 2017



Enseigne sur clôture de grand format (13,5 mètres carrés), Maurepas, 2017



Multiples enseignes sur clôture, Elancourt, 2017

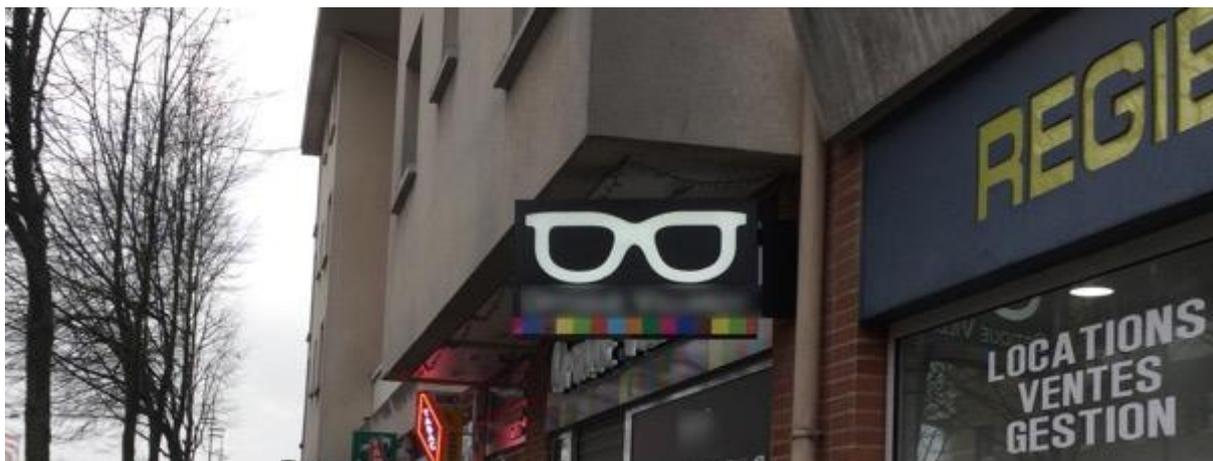


Enseigne sur clôture de petit format (2 m²), La Verrière, 2017

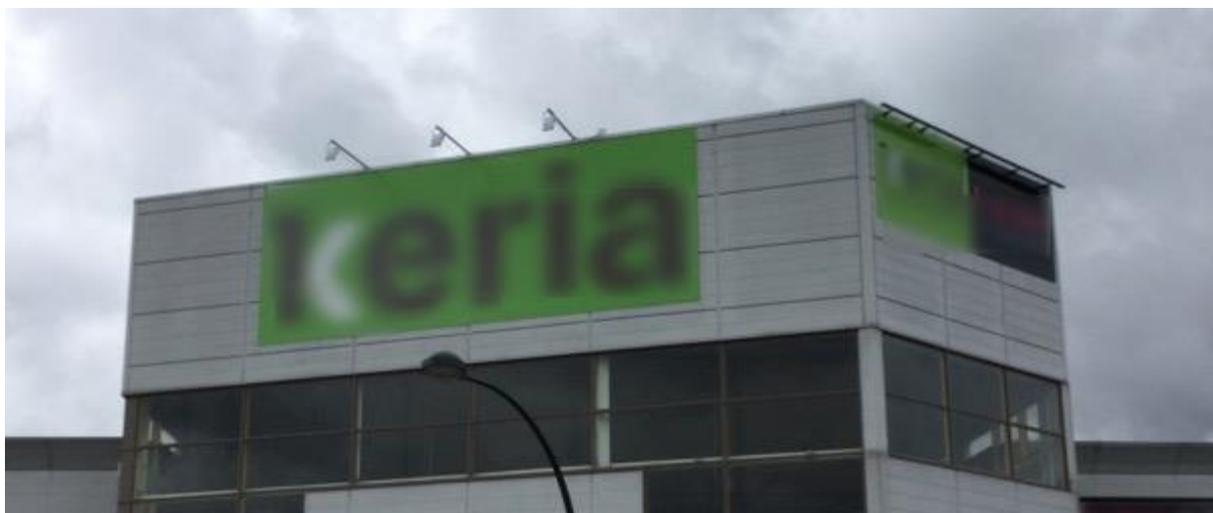
L'enseigne lumineuse

Chacune des catégories d'enseignes abordée ci-dessus peut éventuellement être lumineuse dès lors qu'une source lumineuse est spécialement prévue pour l'éclairage de l'enseigne. La plupart des enseignes sont éclairées par projection ou transparence ainsi qu'au moyen de lettres découpées lumineuses. On relève enfin une enseigne numérique de grand format (8 m²) à Plaisir en zone d'activités. 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.



Enseigne éclairée par transparence au premier plan et LED au second plan, 2017



Enseigne éclairée par projection (avec des spots), Les Clayes-sous-Bois, 2017

L'enseigne numérique sous-catégorie de l'enseigne lumineuse est une des catégories d'enseignes les plus polluantes en termes de paysage. En effet, le fait d'avoir une image animée sur un écran de grande taille attire plus l'attention qu'une enseigne classique. Au niveau intercommunal, la préservation du cadre de vie passe par une réglementation locale sur cet aspect qui ne fait pas l'objet de règles locales spécifiques.



Enseigne numérique de 8 m2, Plaisir, 2017

L'enseigne temporaire

L'enseigne temporaire est, au sens du code de l'environnement, une enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois, ou pour plus de trois mois une enseigne signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que celle concernant la location ou la vente de fonds de commerce. Ces enseignes sont régies partiellement par la réglementation applicable aux enseignes « permanentes ».

Sur le territoire intercommunal, on retrouve de nombreuses implantations d'enseignes de ce type du fait des nombreux programmes immobiliers ou encore de promotions dans les zones d'activités et le long des axes structurants.



Enseigne temporaire immobilière de 12 m2, Villepreux, 2017



Enseigne temporaire pour la vente d'un local d'activités, Trappes, 2017

III. Enjeux en matière de publicité extérieure

Enjeu n°1 : la recherche d'un équilibre entre les différentes réglementations locales en vigueur

Cet enjeu concerne l'ensemble des dispositifs relevant de la publicité extérieure qu'il s'agisse des publicités, enseignes ou préenseignes. Le projet de RLPi va chercher à rapprocher les règles issues des différentes réglementations locales dans une optique de créer une identité visible à l'échelle de la communauté d'agglomération. Par exemple, une harmonisation du format maximal et de la densité maximale permettra de trouver un équilibre dans des zones aux caractéristiques proches. Les structures commerciales sont différentes selon les communes, toutefois les structures de Maurepas, Coignières, Plaisir ou encore Les Clayes-sous-Bois présentent des caractères communs (secteur de regroupement des grandes enseignes en toiture). Le centre commercial de Saint-Quentin-en-Yvelines constitue un site avec contraintes et enjeux spécifiques tandis que les centres commerciaux de proximité et les centres anciens ont des problématiques spécifiques et des objectifs qualitatifs plus affirmés.

Enjeu n°2 : la préservation des espaces où la publicité extérieure est peu présente

Le diagnostic de terrain a montré qu'il existe des secteurs : zones résidentiels, zones hors agglomération, abords de certains monuments historiques et même dans certaines zones d'activités (zones tertiaires de Guyancourt, Élancourt, Trappes, etc.) où il n'y a pas ou peu de publicité extérieure. Hormis les enseignes des activités le plus souvent discrètes et bien intégrées, ces zones comportent aussi du mobilier supportant de la publicité notamment des mobiliers d'informations locales dont le format des de deux ou huit mètres carrés. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.



Enseigne parallèle discrète d'une activité, Élancourt, 2017



Publicité supportée par un abri destiné au public, Élancourt, 2017

Toutefois, bien que la publicité classique (hors mobilier urbain) soit absente de nombreux espaces, on observe des surdensités le long de certains axes.

Enjeu n°3 : une densité publicitaire parfois élevée et des formats publicitaires importants le long des axes structurants et dans les zones d'activités

Une des caractéristiques du territoire est d'être traversé d'ouest en est par la N10 qui concentre d'importants flux routiers. Il existe également un important trafic le long de la D11 entre Plaisir et Villepreux. Cela explique que ces deux axes concentrent la majeure partie des publicités et préenseignes du territoire. Le domaine ferroviaire compte par ailleurs de nombreux dispositifs notamment lorsqu'il borde la N10 ou une autre voie importante (D11 par exemple). Quelques avenues comme l'avenue des Prés à Montigny-le-Bretonneux complètent la liste des axes comportant de nombreux dispositifs.

Enjeu n°4 : la place du mobilier urbain publicitaire dans le paysage de la communauté d'agglomération

La publicité supportée sur le mobilier urbain est présente dans l'ensemble des communes de la communauté d'agglomération y compris à Magny-les-Hameaux où elle est en principe interdite du fait de l'appartenance au PNR de la Haute Vallée de Chevreuse. Ce mobilier urbain publicitaire occupe une place importante dans le paysage de Saint-Quentin-en-Yvelines, on relève de nombreux mobiliers d'informations locales de 8 mètres carrés. Les autres catégories de mobilier supportant de la publicité sont essentiellement des abris destinés au public et des « sucettes » dont la publicité est d'un format de 2 mètres carrés. Les mobiliers sont déjà relativement harmonisés entre les communes par le recours au même prestataire ainsi que des contrats pris à l'échelle de la communauté d'agglomération.

Enjeu n°5 : l'harmonisation des règles sur les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

L'harmonisation des règles entre Coignières, la Verrière et Magny-les-Hameaux (format < 6 m²) et les autres agglomérations (12 m²) est un enjeu important pour assurer une égalité de traitement entre les acteurs économiques des différentes zones d'activités du territoire intercommunal. Cela permettra d'assurer une unité en termes de format maximum sur l'ensemble de la communauté d'agglomération.

Enjeu n°6 : l'impact des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sur le paysage

Principalement situées en zones d'activités et présentes en nombre assez restreint sur le territoire intercommunal, les enseignes sur toiture occupent néanmoins une place importante dans le paysage du fait de leur implantation et de leur format. De nombreux RLPI limitent fortement voire interdisent l'implantation d'enseignes sur toiture dans certains secteurs (Bordeaux Métropole, Dijon Métropole) pour préserver et/ou améliorer le cadre de vie.

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

Les enseignes sur clôture peuvent nuire fortement à la qualité des paysages dès lors qu'elles sont trop nombreuses sur un même support et/ou dès lors qu'elles couvrent de manière importante la clôture. Des limites en termes de nombre et de surface pourront être envisagées dans le RLPI pour répondre à cet enjeu.

Enjeu n°7 : Le maintien de la qualité des enseignes en façade

Les enseignes présentes en façade sont globalement bien intégrées même si on relève quelques infractions à la réglementation nationale. Un ajustement sur le nombre d'enseignes perpendiculaires et la saillie de ses dernières permettra de répondre à la préservation d'un cadre de vie de qualité.

Enjeu n°8 : La place des dispositifs lumineux

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

Enjeu n°9 : La situation spécifique du territoire vis-à-vis des enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont particulièrement présentes sur le territoire intercommunal en particulier celles concernant des opérations immobilières de location et de vente. Une attention particulière devra être portée pour une meilleure insertion de ses dispositifs le plus souvent de grand format (12 mètres carrés).

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

1. Les objectifs

Par délibération du conseil communautaire du septembre 2018, Saint-Quentin-en-Yvelines s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

1. Lutte contre la pollution visuelle, préservation de la qualité paysagère du territoire et les espaces naturels ;
2. Prise en compte de l'évolution législative et réglementaire notamment la loi portant Engagement National pour l'Environnement dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ;
3. Préservation des espaces peu impactés par la publicité extérieure notamment les secteurs résidentiels, les espaces hors agglomération ainsi que les espaces patrimoniaux (monuments historiques, sites classés, sites inscrits, etc.) ;
4. Amélioration de la qualité des axes structurants du territoire en particulier les N10, D11 et le domaine ferroviaire ainsi que les zones d'activités commerciales bordant ses axes ;
5. Harmonisation des réglementations locales de la publicité existantes ;
6. Dérogation pour l'implantation de mobilier urbain publicitaire dans les secteurs d'interdiction relative.

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, Saint-Quentin-en-Yvelines s'est fixé les orientations suivantes :

Orientation 1 : permettre une dérogation à l'interdiction relative de publicités et préenseignes aux abords de certains secteurs patrimoniaux uniquement sur le mobilier urbain publicitaire ;

Orientation 2 : simplifier les zonages existants pour harmoniser les réglementations locales ;

Orientation 3 : réduire la densité publicitaire et le format publicitaire ;

Orientation 4 : fixer une plage d'extinction nocturne pour les publicités et préenseignes lumineuses et limiter l'impact des dispositifs numériques ;

Orientation 5 : réduire la place des bâches publicitaires dans le paysage intercommunal ;

Orientation 6 : interdire l'implantation de publicités et préenseignes lumineuses sur toiture ;

Orientation 7 : limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires et la saillie de ces dernières ;

Orientation 8 : réduire l'impact des enseignes sur toiture ;

Orientation 9 : éviter l'implantation d'enseignes qui serait préjudiciable à l'environnement : arbres, auvents, marquises, etc. ;

Orientation 10 : améliorer la qualité et l'insertion des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

Orientation 11 : réglementer les enseignes sur clôture ;

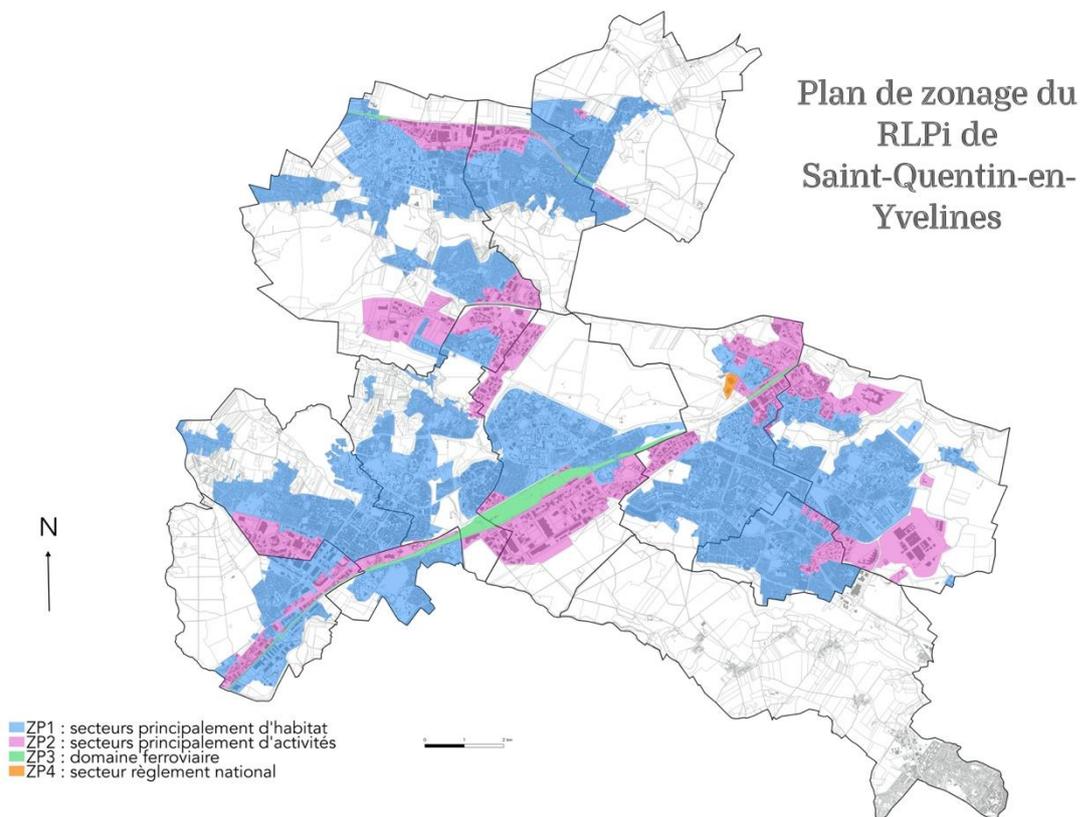
Orientation 12 : réglementer les enseignes numériques ;

Orientation 13 : renforcer la réglementation sur les enseignes temporaires.

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de publicités et préenseignes, quatre zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal. Elles couvrent l'ensemble des agglomérations du territoire intercommunal à l'exception de celles de Magny-les-Hameaux situées intégralement dans le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse. En effet, la commune de Magny-les-Hameaux souhaite maintenir l'interdiction de toute publicité ou préenseigne dans ses agglomérations.



Plan de zonage du RLPi

Les quatre zones de publicités se découpent de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre principalement des secteurs résidentiels du territoire intercommunal. Il s'agit des secteurs où très peu de publicité a été observée lors de l'inventaire.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre principalement des zones d'activités du territoire intercommunal. Ce secteur concentre près de 90% des publicités et des préenseignes du territoire intercommunal.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre le domaine ferroviaire situé en agglomération. Cette zone est instaurée car le domaine ferroviaire concentre sur certains de ses segments de nombreux dispositifs publicitaires scellés au sol. Par ailleurs, le domaine ferroviaire constitue une unique unité foncière dont le linéaire est de plusieurs kilomètres. Sur cette unité foncière, il s'agira de limiter le nombre de dispositifs présents en instaurant un espacement minimum entre dispositifs implantés sur ce domaine.

- La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre le Vélodrome national qui sera soumis au règlement national.
- A noter que les autres secteurs (zone blanche sur la carte) sont des zones non agglomérées (interdiction de publicité et préenseignes – art. L. 581-7 du code de l’environnement) ou les agglomérations de Magny-les-Hameaux pour lesquelles les publicités et préenseignes demeurent interdites conformément à l’article L. 581-8 du code de l’environnement.

Dans les différentes zones de publicité, il est prévu de déroger à l’article L. 581-8 du code de l’environnement, en autorisant la publicité (ou préenseigne) supportée par le mobilier urbain dans les parties agglomérées des périmètres délimités des abords des monuments historiques (sous réserve de ne pas se trouver dans un Espace Boisé Classé) suivants :

- Chapelle Villedieu à Élancourt ;
- Église Saint-Pierre de Plaisir ;
- Château de Plaisir ;
- Église Saint-Victor de Guyancourt ;
- Fort de Saint-Cyr à Montigny-le-Bretonneux ;
- Ancien rendez-vous de chasse aux Clayes-sous-Bois ;
- Ancien château de la Verrière ;
- Maison Saint-Vincent-de-Paul à Villepreux.

La publicité (ou préenseigne) supportée par le mobilier urbain sera également autorisée dans les parties agglomérées du site inscrit de la vallée de la Bièvre et du périmètre du Château de Versailles à Guyancourt.

Le mobilier urbain rend un service public qui permet d’informer ou encore d’abriter le public. Le but des dérogations retenues est de permettre de maintenir le mobilier urbain existant dans ces zones compte tenu de la bonne qualité du service public rendu. Ces mobiliers sont entretenus via un contrat avec un afficheur. La collectivité ne paie pas ce service car l’afficheur se rémunère avec les faces publicitaires présentes sur le mobilier. Dans le cadre dérogatoire ci-dessus, la publicité supportée par le mobilier urbain d’informations locales sera limitée à 2 mètres carrés ni ne pourra s’élever à plus de 3 mètres de hauteur (contre 12 mètres carrés et 6 mètres de hauteur dans le code de l’environnement). Il s’agit d’un format largement réduit en matière de publicité qui vise à favoriser une insertion paysagère de qualité des supports. Les élus du territoire s’engagent également à ne pas augmenter le nombre de faces publicitaires dans les secteurs de dérogations mentionnés ci-dessus.

En ZP1, il s’agit de préserver la qualité des paysages et la faible présence des publicités et préenseignes. Aussi, la plupart des publicités et préenseignes seront interdites : sur mur, sur clôture, numérique, sur toiture et bâches publicitaires. Seul le mobilier urbain publicitaire sera autorisé dans cette zone ce qui recoupe de nombreux RLP actuellement en vigueur. Il sera par ailleurs limité en format s’il est numérique sous réserve d’être implanté dans une agglomération de plus 10 000 habitants (dans le cas contraire, il est interdit par le code de l’environnement).

En ZP2, les publicités et préenseignes auront un format réduit à 10,5 mètres carrés contre 12 mètres carrés actuellement (encadrement inclus). La hauteur au sol sera limitée à 6 mètres. L’objectif est d’harmoniser le format des supports et d’en réduire l’impact sur les paysages très pollués de nombreuses zones d’activités. De plus, ces dispositions seront complétées par une règle de densité renforcée³⁶ ne permettant l’implantation au maximum que d’une unique

³⁶ Cette règle ne concerne pas le mobilier urbain publicitaire

publicité ou préenseigne par unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique d'une longueur supérieur à 40 mètres. Par ailleurs, les publicités et préenseignes lumineuses seront interdites sur toiture ou terrasse en tenant lieu ainsi que les publicités et préenseignes non lumineuses sur les clôtures aveugles (actuellement autorisées par le RNP – si elles sont lumineuses, le code de l'environnement les interdit). Les élus ne souhaitent pas de développement massif de la publicité ou préenseigne numérique sur le territoire intercommunal. C'est pourquoi, ils souhaitent interdire cette forme de publicité (en dehors du mobilier urbain dont ils ont la maîtrise pour l'implantation) en évitant qu'elle ne dégrade le cadre de vie actuel où cette forme est très peu présente.

En ZP3, les dispositions seront identiques aux dispositions de la ZP2. Toutefois, la règle de densité³⁷ sera adaptée aux caractéristiques du domaine ferroviaire. Ainsi, les publicités et préenseignes implantées sur le domaine ferroviaire devront observer un espacement d'au moins 200 mètres pour éviter le cadencement observé actuellement.

Par ailleurs, dans ces 3 premières zones de publicité, la plage d'extinction nocturne³⁸ sera étendue entre 22 heures et 6 heures pour limiter la pollution lumineuse et faire des économies d'énergie.

En ZP4, seul le code de l'environnement s'appliquera en matière de publicités et préenseignes. Ce zonage à une vocation permanente au moins jusqu'aux Jeux Olympiques de 2024. Une modification ou une révision du RLPi pourra ensuite être envisagée pour placer ce secteur dans une autre zone de publicité.

³⁷ Cette règle ne concerne pas le mobilier urbain publicitaire

³⁸ Cette règle ne concerne pas le mobilier urbain publicitaire

Typologie		Enjeux	Objectifs	Choix
Zone de publicité n°1	Secteurs principalement résidentiels	Des secteurs préservés par les RLP en vigueur Une faible présence publicitaire Une présence modérée de la publicité sur le mobilier urbain bien intégrée aux paysages (la plupart du temps de petit format => 2 m2) Éviter la pollution lumineuse	Maintenir la qualité de ces secteurs préservés par une réglementation locale stricte	Interdire toutes les formes de publicités sauf celles supportées par le mobilier urbain déjà présentes et de petit format Plage d'extinction nocturne élargie
Zone de publicité n°2	Secteurs principalement d'activités	Une forte présence publicitaire principalement de type scellé au sol dans ces secteurs Usage de grands formats : 12 m2 et parfois forte densité sur des unités foncières Éviter la pollution lumineuse	Améliorer la qualité de ces secteurs par une réglementation locale plus ambitieuse	Renforcement de la règle de densité publicitaire Réduction du format maximal autorisé Interdiction des publicités sur les toitures et les clôtures Interdiction de la publicité numérique Plage d'extinction nocturne élargie
Zone de publicité n°3	Domaine ferroviaire en zone agglomérée	Une forte densité publicitaire de type scellé au sol dans ce secteur Usage de grands formats : 12 m2 Éviter la pollution lumineuse	Améliorer la qualité de ce secteur spécifique notamment en termes de densité (une seule unité foncière pour tout le domaine ferroviaire)	Renforcement de la règle de densité publicitaire Réduction du format maximal autorisé Interdiction des publicités sur les toitures et les clôtures Interdiction de la publicité numérique Plage d'extinction nocturne élargie
Zone de publicité n°4	Secteur du Vélodrome national	De forts enjeux de communication sur ce secteur en vue des Jeux Olympiques de 2024	Ne pas entraver la communication pour les Jeux Olympiques	Application des règles nationales

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, les règles retenues concernent, sauf mention contraire, l'ensemble du territoire intercommunal, y compris hors agglomération.

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, les enseignes seront interdites sur :

- les arbres ;
- les auvents ou marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les clôtures ;
- les baies.

Les enseignes perpendiculaires 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 saillie sera par ailleurs limitée à un mètre 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.

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne pourront avoir une surface unitaire excédant 6 mètres carrés (contre 12 mètres carrés dans la réglementation nationale dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants). L'idée de ce choix est d'harmoniser le format sur l'ensemble du territoire intercommunal, y compris hors agglomération. Dans le cas où plusieurs enseignes s'exercent dans un même immeuble, les enseignes scellées ou installées sur le sol devront être regroupées sur un même support pour éviter la profusion d'enseignes sur une même unité foncière.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas encadrées par la réglementation nationale. La communauté d'agglomération 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. Par ailleurs, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur sera limitée à 1,50 mètre au-dessus du niveau du sol.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu seront interdites excepté en ZP2. Dans cette zone, elles seront soumises à la réglementation nationale.

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.

Les enseignes numériques seront interdites excepté pour les services d'urgence et en ZP2. Lorsqu'elles sont autorisées, elles seront limitées à une seule par établissement dans la limite de 2 mètres carrés avec pour but de ne pas nuire à la qualité des paysages.

Enfin, les enseignes temporaires seront interdites sur toiture ou terrasse en tenant lieu afin d'éviter l'implantation, même temporaire, de ce type de dispositif. Les autres enseignes temporaires seront soumises aux mêmes dispositions que les enseignes « permanentes » afin d'éviter la surenchère d'enseignes à l'occasion de manifestation temporaire ou encore d'opérations immobilières.