

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Approuvé le 14 décembre 2016

Rapport de présentation

RLP prescrit par délibération du Conseil Municipal du :	24 juin 2015
RLP arrêté par délibération du Conseil Municipal du :	18 mai 2016
RLP approuvé par délibération du Conseil municipal du :	14 décembre 2016

SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
AVANT-PROPOS	3
CONTEXTE	4
1. Présentation du territoire	4
2. Nature et localisation de l'activité économique	7
3. Eléments du PLU – Projets urbains	8
DIAGNOSTIC	10
1. Les règles en vigueur	10
2. Diagnostic des publicités et des préenseignes	12
3. Diagnostic des enseignes	18
4. Apports principaux sur le diagnostic de la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement	25
OBJECTIFS POURSUIVIS ET ORIENTATIONS GENERALES	26
CONTENU DU REGLEMENT- JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS	27
1. Publicités et préenseignes – Justification du zonage	27
2. Publicités et préenseignes – Justification des règles	32
3. Enseignes – Justification du zonage	34
4. Enseignes – Justification des règles	37

AVANT-PROPOS

L'affichage publicitaire est un moyen d'expression et de communication qui compose un élément marquant du cadre de vie urbain, qui impacte le paysage et peut devenir source de pollution visuelle, en l'absence de dispositions pour en assurer la maîtrise.

L'installation des publicités, des préenseignes et des enseignes est réglementée par le code de l'environnement, dont les dispositions visent à permettre la liberté de l'affichage tout en assurant la protection du cadre de vie et des paysages.

En outre, pour s'accorder au contexte local, le conseil municipal peut prendre l'initiative d'élaborer un Règlement Local de Publicité (RLP), qui définit une ou plusieurs zones dans lesquelles s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Depuis l'arrêté municipal du 16 décembre 1987, un Règlement Local de Publicité est en vigueur sur le territoire de la ville de Garges-lès-Gonesse. Or, celui-ci est devenu difficile à appliquer, voire obsolète, compte tenu :

- des évolutions de la ville : les zones de publicité restreinte qui ont été instituées ne sont plus en adéquation avec les actuelles zones d'activités et commerciales,
- des prescriptions particulièrement restrictives concernant l'installation des publicités et des préenseignes.

Ce règlement se trouve par ailleurs en décalage vis-à-vis des évolutions du Code de l'Environnement découlant de la loi portant Engagement National pour l'Environnement du 12 juillet 2010.

Enfin, ce règlement ne comporte aucune prescription concernant les enseignes

Pour ces raisons, le Conseil Municipal de Garges-lès-Gonesse a délibéré le 24 juin 2015 afin de prescrire la révision de son règlement local de publicité.

Conformément à l'article R.581-73 du Code de l'Environnement, ce présent rapport de présentation s'appuie sur le diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, et explique les choix retenus en regard de ces orientations et objectifs.

CONTEXTE

1. Présentation du territoire

1.1 Situation, population et intercommunalité :

La ville de Garges-lès-Gonesse se situe dans la banlieue nord de Paris, à 15 km de la capitale, dans l'arrondissement de Sarcelles, au sud-est du département du Val-d'Oise.

La commune est limitrophe de Sarcelles, d'Arnouville, de Bonneuil-en-France, ainsi que de Dugny et de Stains dans le département voisin de la Seine-Saint-Denis.

La ville de Garges-lès-Gonesse fait partie de la Communauté d'Agglomération Roissy Pays de France. La ville reste compétente en matière d'élaboration du PLU ; ainsi, conformément à l'article L.518-14 du code de l'environnement, elle dispose de la compétence d'élaboration du RLP.

La ville de Garges-lès-Gonesse fait partie de l'unité urbaine de Paris, qui compte plus de 800 000 habitants. Ainsi, conformément à l'article R.581-35 du Code de l'Environnement, le règlement local de publicité se doit de définir les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses.

La ville de Garges-lès-Gonesse compte environ 41 000 habitants, pour un territoire couvrant 547 hectares.

La ville n'est pas agglomérée dans son ensemble ; en effet, des zones situées en périphérie de la commune, principalement au nord et au sud-est, et, dans une moindre mesure, à l'est, ne sont pas bâties.

Compte tenu du niveau de population, les règles s'appliquant en matière d'installation de publicités, de préenseignes et d'enseignes sont celles relatives à une agglomération de plus de 10 000 habitants.

1.2 La ville, le patrimoine et axes de déplacements structurants :

Le territoire communal s'organise autour de douze quartiers, dont certains, tels que Le Vieux Pays, Carnot ou La Lutèce, concentrent de l'habitat individuel, tandis que d'autres, plus récents, tels que La Dame Blanche ou Le Centre-Ville, sont dotés d'habitat collectif, de logements sociaux.



La ville est concernée par la présence d'un monument historique inscrit à l'inventaire supplémentaire :

- **Grilles et pilastres de l'ancien Château** : inscription à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques par arrêté du 11 janvier 1944.

Ce monument se situe dans le Vieux Pays, rue de Verdun.

Ce monument bénéficie d'un périmètre de protection modifié, approuvé par le conseil municipal de Garges-lès-Gonnesse le 16 novembre 2011.

Par ailleurs, la ville est également impactée par la présence de monuments historiques situés à Arnouville :

- **Château du XVIIIème siècle** : inscription à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques par arrêté du 17 octobre 2000,
- **Eglise Saint-Denis** : inscription à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques par arrêté du 12 juin 1986,
- **Fontaine du XVIIIème siècle** : inscription à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques par arrêté du 29 mars 1929.

Un périmètre de protection modifié est approuvé par le conseil municipal de Garges-lès-Gonesse le 14 décembre 2016.

Concernant ces monuments, s'appliquent :

- L'interdiction absolue de publicité sur le monument situé à Garges-lès-Gonesse, interdiction issue de l'article L.581-4 du code de l'environnement,
- L'interdiction relative de publicité dans les périmètres de protection délimités aux abords des monuments, interdiction issue de l'article L.581-8 du code de l'environnement. Il s'agit d'une interdiction relative, le RLP peut en effet prévoir des installations dans ces périmètres.

Les axes de déplacement routier majeurs sont constitués par :

- L'avenue de Stalingrad (RD 84) : axe nord-sud reliant Saint-Denis à Arnouville,
- L'avenue du Général de Gaulle / l'avenue Ambroise Croizat (RD 125) : axe est-ouest reliant Le Bourget à Sarcelles.

Ces deux axes constituent l'ensemble du maillage urbain principal et accueillent la majorité des flux de transit. Ils se croisent place du 19 mars 1962.

Par ailleurs, la RD 84A constitue une déviation reliant le sud et le nord, en longeant la commune par l'est. Cet axe se situe quasi exclusivement hors agglomération.

D'autre part, la ville est desservie par les transports en commun :

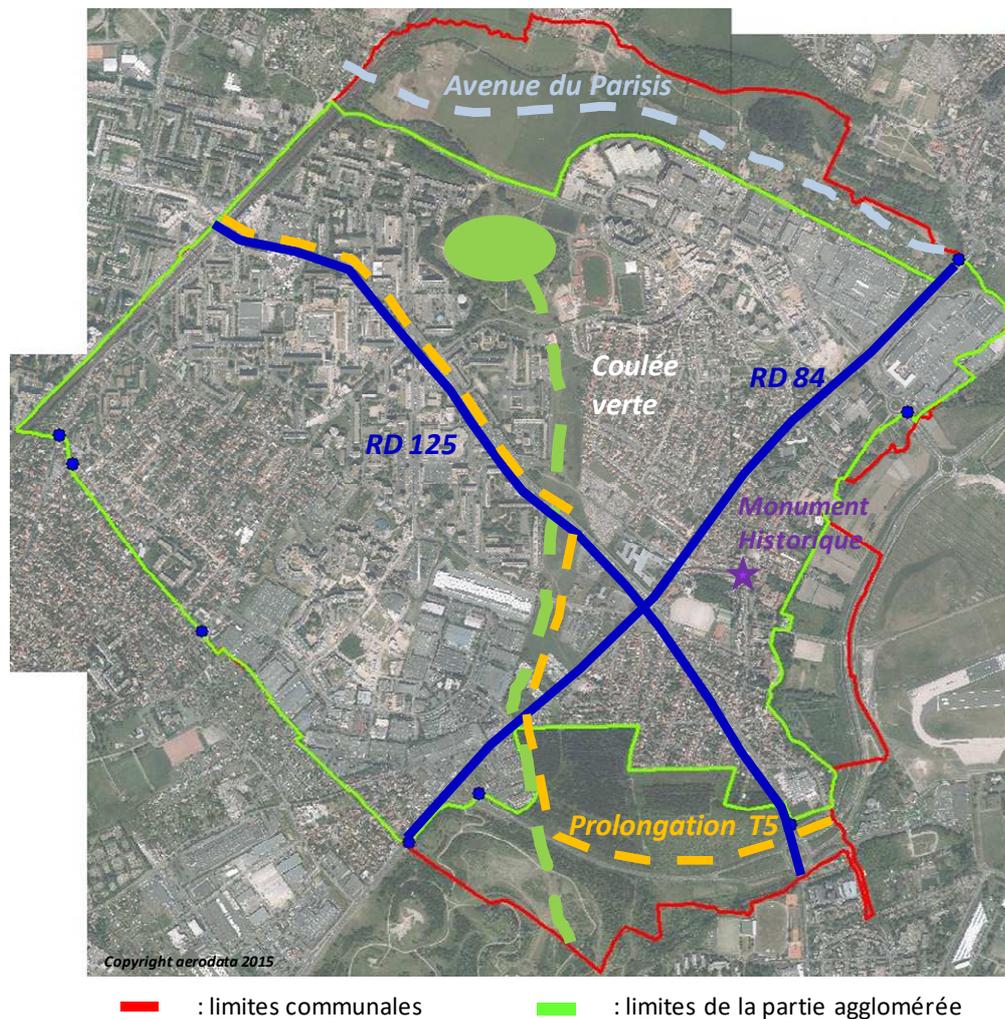
RER D : gare de Garges-Sarcelles, en limite ouest de la commune ; le hall de gare est partagé entre Garges-lès-Gonesse et Sarcelles, tandis que les quais et voies sont intégralement sur le territoire de Garges-lès-Gonesse.

Tramway T5 : terminus de la ligne, situé sur le parvis de la gare RER.

Projets de transports à moyen terme :

- Réalisation de l'avenue du Parisis : cet axe, constituant un boulevard intercommunal, traverserait le nord de la commune. Il serait situé dans une partie non agglomérée de la ville.
- Extension de la ligne de tramway T5 : celle-ci traverserait la ville en parallèle de l'avenue du Général de Gaulle, puis en parallèle de la coulée verte, pour traverser ensuite la zone dite de la Sapinière afin de rejoindre la ville de Dugny.

La vue schématique ci-après présente les principaux axes, le trajet projeté du tramway T5, ainsi que de l'avenue du Parisis :



2. Nature et localisation de l'activité économique

La ville compte un peu plus de 2 200 établissements sur son territoire (source Insee). Le secteur tertiaire y est dominant (secteur des services).

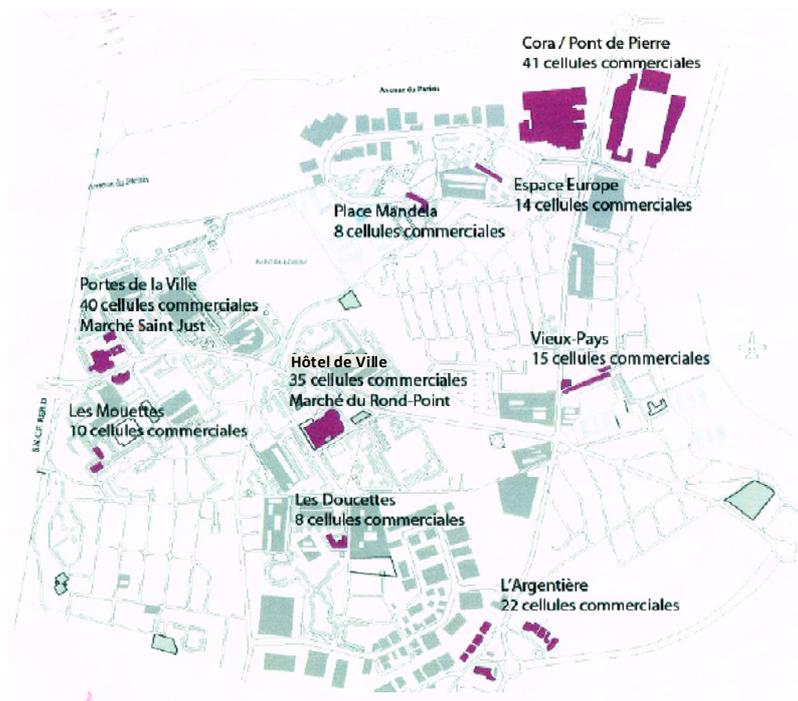
Les **activités économiques** se situent essentiellement dans les parcs d'activités de La Muette et des Doucettes. La Ville comprend deux parcs d'environ 440 établissements actifs. Il s'agit pour l'essentiel de PME, d'industries, d'entrepôts. Les activités liées au commerce de gros y sont assez largement représentées.

Les **activités commerciales** sont quant à elles réparties sur des pôles, dont le plus structurant est le centre commercial du Pont de Pierre, accueillant de nombreuses enseignes nationales telles que : Conforama, Brico Dépôt, Kiabi,... A proximité de ce centre commercial se situe l'hypermarché Cora.

Par ailleurs, le pôle intermédiaire de l'Argentière – La Fontaine aux Prêtres, situé autour de l'avenue de Stalingrad, au sud de la ville, regroupe de nombreux commerces, tels que Lidl, KFC, Mc Donald's, Norauto, Volkswagen,...

Des pôles de quartier complètent l'offre commerciale, en particulier les centres commerciaux des Portes de Ville, de l'Hôtel de Ville, du Vieux Pays, des Mouettes,...

Localisation des activités commerciales :



3. Éléments du PLU – Projets urbains

Le Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD) a précisé, par exemple, les enjeux suivants, en lien avec l'élaboration du présent Règlement Local de Publicité :

- ✓ Protéger et mettre en valeur la trame verte et bleue et le paysage dans les espaces naturels majeurs : le Fort de Stains, la Coulée Verte,
- ✓ Conforter et renforcer les polarités commerciales les plus importantes de la ville (Centres commerciaux Cora / Pont de Pierre, de l'Hôtel de Ville, des Portes de la Ville),
- ✓ Mettre en œuvre les conditions du maintien des commerces de proximité dans les quartiers,
- ✓ Redynamiser la zone d'activités de la Muette, envisager son retournement sur l'avenue du Paris,
- ✓ Faciliter le renouvellement de la zone d'activités des Doucettes,
- ✓ Poursuivre le réaménagement autour du pôle Gare,
- ✓ Faire émerger une véritable polarité de cœur de ville aux abords de l'Hôtel de Ville, du centre commercial et du tramway prolongé

Au-delà des projets de transports à moyen terme évoqués précédemment, le Plan Local d'Urbanisme prévoit le développement d'une zone d'activités de « nouvelle génération » : la ZA de la Sapinière. Celle-ci est localisée en entrée sud de la ville, elle est bordée par la RD 84A, la RD 125, et les quartiers de la Fontaine aux Prêtres et de la Croix Buard. Cette zone est pour l'instant non agglomérée.

Il convient de noter enfin que le PLU, élaboré en parallèle du présent RLP, comporte des éléments de paysage et bâti protégés au titre de l'article L.151-19 du Code de l'Urbanisme (*ancien article L.123-1-5-7° du code de l'urbanisme*). Ils sont pris en compte pour l'élaboration du présent RLP.

Principaux éléments du patrimoine bâti et paysager de Garges-lès-Gonesse :



Diagnostic

1. Les règles en vigueur

Le diagnostic s'appuie sur les règlements suivants :

- Les règles nationales fixées par le Code de l'Environnement
 - Partie législative : L.581-1 à L.581-45,
 - Partie réglementaire : R.581-1 à R.581-88,
- Le Règlement Local sur la publicité et les préenseignes approuvé le 16 décembre 1987, prévoit deux zones de publicité restreintes : ZPR1 et ZPR2.

Règlement local de publicité ; plan de zonage tel qu'annexé à l'arrêté :



Il concerne essentiellement la partie nord de la ville ainsi que quelques axes.

A noter que la publicité est admise sur le mobilier urbain sur l'ensemble du territoire de la commune.

Règles applicables pour les publicités et les préenseignes :

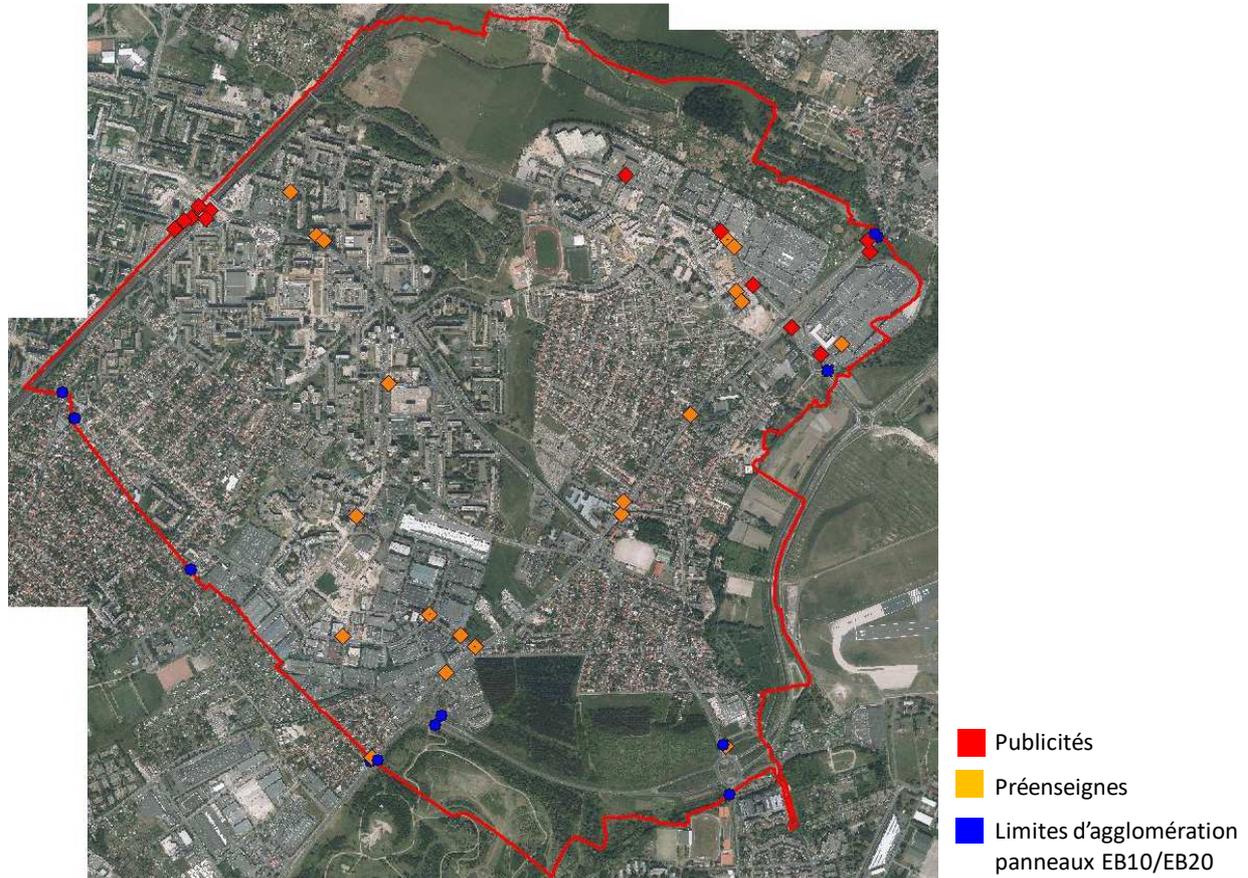
Zone :	Règle :
ZPR1 :	<ul style="list-style-type: none">❖ Panneaux publicitaires autorisés uniquement pour les unités foncières disposant d'une longueur de façade supérieure à 20 mètres,❖ Un seul dispositif supportant publicité ou préenseigne implanté par unité foncière,❖ Concernant les dispositifs scellés au sol, ceux-ci doivent respecter une distance minimum de 10 mètres par rapport à la limite séparative et à l'alignement❖ Superficie des panneaux publicitaires fixés au mur limitée à 4 m².
ZPR2 :	<ul style="list-style-type: none">❖ Panneaux publicitaires autorisés uniquement pour les unités foncières disposant d'une longueur de voirie supérieure à 25 mètres,❖ Un seul dispositif autorisé par unité foncière,❖ Concernant les dispositifs scellés au sol, ceux-ci doivent respecter une distance minimum de 25 mètres par rapport à l'alignement❖ Superficie des panneaux publicitaires fixés au mur limitée à 4 m².

Aucune règle ne concerne les enseignes.

2. Diagnostic des publicités et des préenseignes

Etat des lieux :

La ville compte un nombre très restreint de publicités et de préenseignes, comme en atteste la cartographie présentée ci-dessous (qui ne prend pas en compte la publicité sur mobilier urbain) :



Les publicités se situent majoritairement au niveau de la gare RER. Ailleurs, elles ne sont présentes que de manière ponctuelle, principalement sous forme de préenseignes : av. du Général de Gaulle, bd de la Muette, av de Stalingrad.

La société de publicité Médiatransports, exploitant des supports sur l'emprise SNCF, représente à elle seule 70 % des faces exploitées par les afficheurs « nationaux » sur la ville.

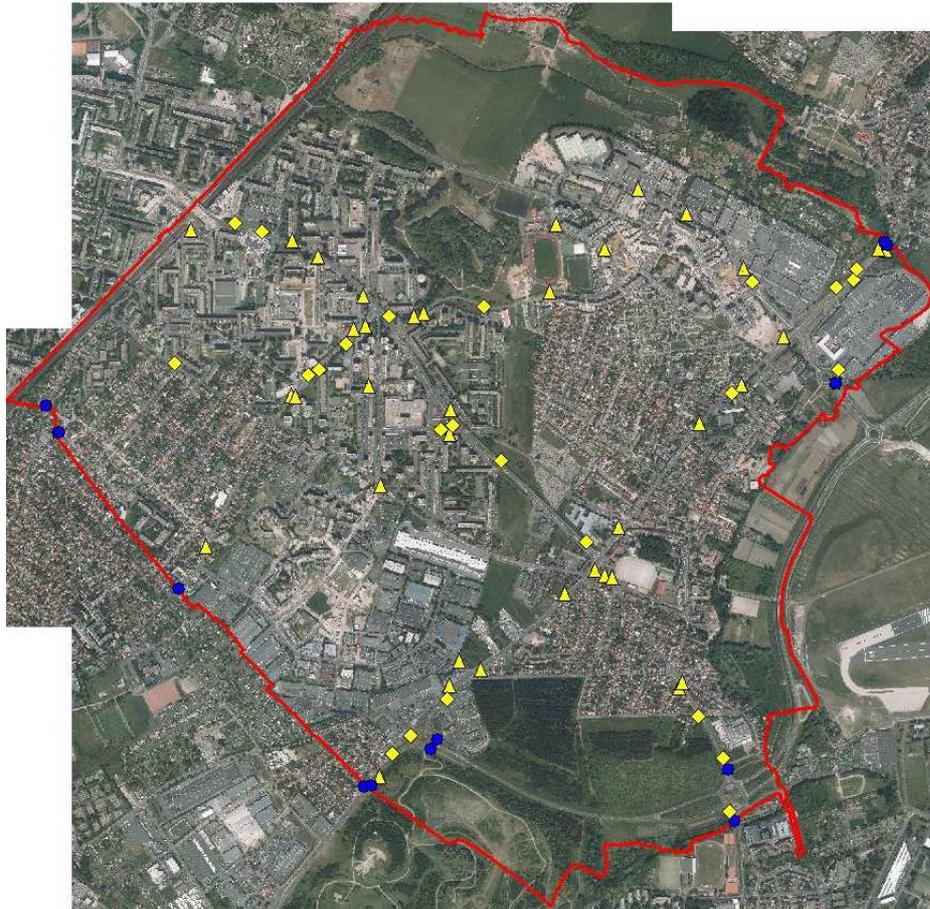
On note la présence de 8 faces 4x3 sur le territoire communal.

La majorité des supports est au bénéfice d'activités situées à Garges-lès-Gonesse, ou dans les villes avoisinantes.

Cette situation de faible présence est probablement due :

- À l'existence d'un RLP particulièrement restrictif, compte tenu des reculs importants qu'il impose par rapport à l'alignement (10 m ou 25 m, suivant la zone réglementée).
- Aux possibilités d'affichage assez réduites, compte tenu de la nature des parcelles : domaine privé de la ville, emprise d'habitat collectif ou sociaux, ou encore petites parcelles avec bâti proche de la voie,
- A la présence assez soutenue d'arbres ou de végétation le long des voies.

En revanche, la publicité est relativement présente sur le mobilier urbain, composé de planimètres, de mobiliers grand format, et d'abris voyageurs, comme l'en atteste la cartographie ci-après :



Analyse réglementaire et qualitative :

Du point de vue des infractions rencontrées, la plus fréquente concerne la présence de publicité ou de préenseigne sur clôture non aveugle. Cette infraction reste cependant circonscrite sur deux pôles, tous deux situés dans des intersections du boulevard de la Muette :



D'autres infractions sont introduites par un usage anormal d'enseignes perpendiculaires, déportées des lieux d'activité pour servir de présignalisation à proximité d'un axe plus fréquenté, ce qui induit une certaine confusion de lecture :



Concernant les infractions au règlement local de publicité, on observe quelques cas de surnombre (présence de plus d'un support par unité foncière) :



On observe également des supports installés sans respecter les reculs requis par rapport à l'alignement :



30 % environ de l'ensemble des publicités et des préenseignes ont été diagnostiquées en infraction par rapport aux règles nationales ou locales en vigueur.

D'un point de vue qualitatif, on peut retenir que :

- Le mobilier urbain est bien intégré dans son environnement, il n'y a pas de surcharge, les supports sont qualitatifs,
- En matière d'intégration dans leur environnement, certaines publicités ou préenseignes ont tendance à nuire au cadre de vie :
 - supports en état moyen ou peu qualitatifs, s'intégrant mal dans l'environnement et n'apportant pas une image toujours positive à leurs bénéficiaires :



- concentration importante de supports sur des points (carrefour Stalingrad / Varlin ; clôture carrefour Muette / Romain Rolland ; clôture entrée centre commercial du Pont de Pierre :



Cette densité impacte l'environnement et nuit à l'efficacité de la communication commerciale.

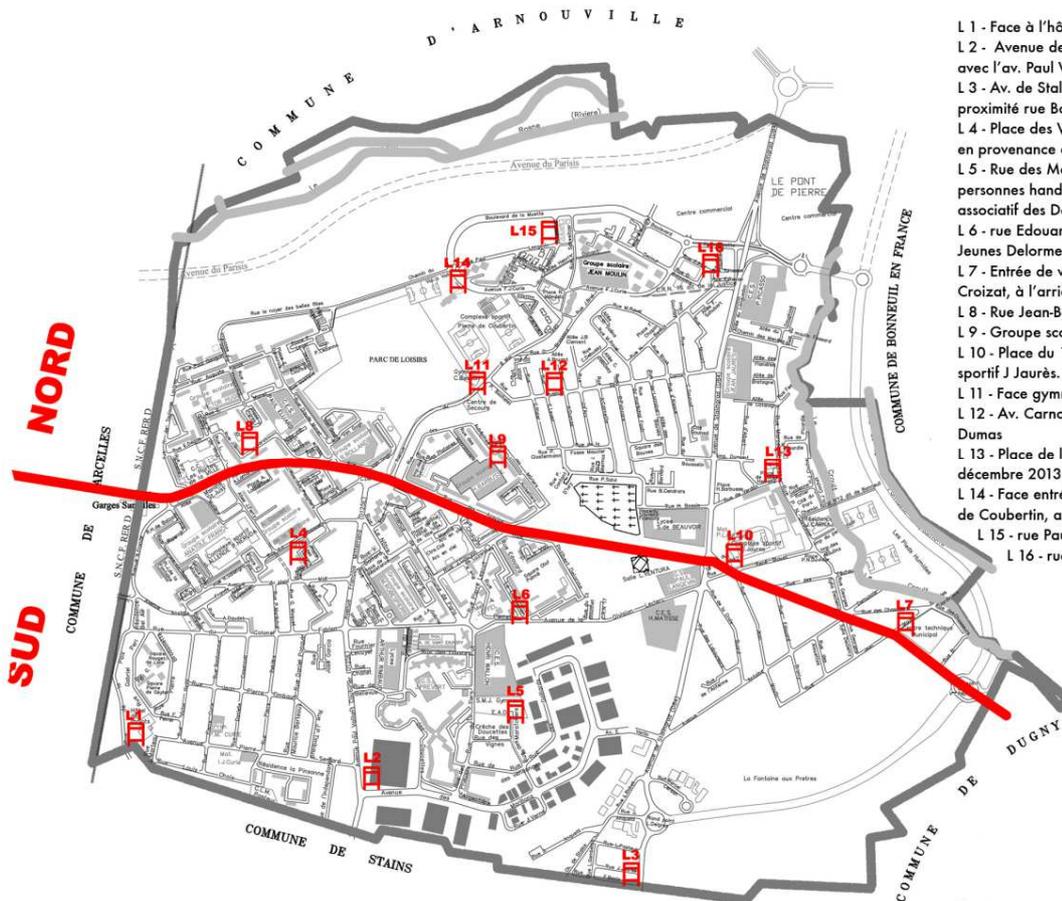
- La microsignalisation installée ne remplit pas complètement sa fonction :
 - ✓ Elle est parfois « détournée » pour servir de préenseigne publicitaire,
 - ✓ Elle est absente de certains quartiers (les Doucettes par exemple)



Il convient de noter qu'en parallèle de l'élaboration du règlement local de publicité, est conduite une étude afin d'améliorer le jalonnement routier et la signalisation d'intérêt local.

Pour ce qui concerne l'affichage d'opinion ou associatif, vis-à-vis duquel la ville doit mettre en place des supports dédiés, le diagnostic a mis en évidence que la surface totale allouée par ces supports était suffisante, compte tenu de la strate de population de la ville, et que ceux-ci étaient suffisamment bien répartis pour permettre de satisfaire le critère de couverture homogène de l'agglomération.

L'implantation de ces supports est présentée sur le plan ci-après :



- L 1 - Face à l'hôtel des impôts
- L 2 - Avenue des Morillons (presque au croisement avec l'av. Paul Vaillant Couturier)
- L 3 - Av. de Stalingrad, entrée de ville Stains proximité rue Bazin.
- L 4 - Place des Vergers. Accès par la rue des Vergers en provenance av. du Plein Midi.
- L 5 - Rue des Maraîchers, en face du stationnement personnes handicapées, à l'arrière de l'espace associatif des Doucettes.
- L 6 - rue Edouard Le Corbusier. Proximité Espace Jeunes Delorme et face Maison des Arts.
- L 7 - Entrée de ville Dugny, sur l'avenue Ambroise Croizat, à l'arrière du Centre Technique Municipal.
- L 8 - Rue Jean-Baptiste Corot, face au Cube Corot.
- L 9 - Groupe scolaire Henri Barbusse.
- L 10 - Place du 19 mars 1962 - longe le complexe sportif J Jaurès.
- L 11 - Face gymnase Colette Besson
- L 12 - Av. Carnot entre rues Emile Leven et Alexandre Dumas
- L 13 - Place de l'Abbé Herrand (pose fin de mois décembre 2013).
- L 14 - Face entrée Complexe sportif Pierre de Coubertin, av. F Joliot Curie)
- L 15 - rue Paul Langevin (croisement rue Laënnec)
- L 16 - rues Edith Piaf / S. Hessel

Brève synthèse du diagnostic des publicités et des préenseignes :

Le RLP du 16 décembre 1987 actuellement en vigueur, associé à certaines caractéristiques de la ville et des emprises foncières, ont permis de contenir l'installation des publicités et des préenseignes, voire de préserver certains quartiers.

Les installations en place sont néanmoins peu qualitatives et assez mal intégrées dans leur environnement.

La révision du RLP a pour objectifs de :

- Améliorer la lisibilité et tendre vers une plus large communication commerciale,
- Prendre en compte les nouvelles techniques d'affichage, non encore représentées sur le territoire.

3. Diagnostic des enseignes

Etat des lieux :

Les activités présentant des enseignes sont essentiellement localisées :

Dans les zones d'activités économiques :

- La Muette,
- Les Doucettes.

Dans les centres commerciaux ou îlots commerciaux de quartiers :

- Le Pont de Pierre / l'hypermarché,
- L'Argetière / La Fontaine aux Prêtres,
- Les Portes de Ville,
- L'Hôtel de Ville,
- Le Vieux Pays,
- La Place Mandela,
- L'Espace Europe,
- Les Doucettes (rue du Tiers Pot),
- Les Mouettes.

On observe également la présence de commerces, de façon plus diffuse, le long de l'avenue de Stalingrad.

Analyse réglementaire et qualitative :

Des infractions aux règles nationales du code de l'environnement ont été rencontrées. Sont présentées ci-après quelques unes de ces infractions.

Des enseignes à plat ou perpendiculaires au mur dépassent de leurs supports, ce qui constitue des infractions respectivement aux articles R.581-60 et R.581-61 du Code de l'Environnement :



Des enseignes sont en mauvais état, ce qui contrevient à l'article R.581-58 du Code de l'Environnement, et nuit gravement à l'image perçue du commerce :



Des enseignes en toiture sont en panneaux pleins et non en lettres découpées, ce qui contrevient à l'article R.581-62 du Code de l'Environnement et impacte fortement l'environnement visuel :



Certaines enseignes scellées au sol ne respectent ni la hauteur maximale d'installation, ni la surface maximale, ce qui génère également un impact fort sur le cadre de vie :



Hauteur : 8 m ; surface : 55 m²



Hauteurs : 12 m



15 % environ de l'ensemble des enseignes est en infraction par rapport aux règles nationales antérieures à la loi Grenelle II.

L'application des nouvelles règles (occupation des façades, limitation du nombre d'enseignes scellées au sol,...) conduit, à l'horizon 2018, à un taux final d'infractions de l'ordre de 35 % sur les enseignes.

D'un point de vue qualitatif, la perception varie en fonction des secteurs d'installation :

Dans les parcs d'activités économiques de **La Muette** et **des Doucettes**, les enseignes, bien que ne présentant pas une esthétique recherchée, s'intègrent assez bien dans leur environnement, et remplissent leur rôle de signalisation des lieux d'activités :



Les Doucettes



La Muette

Les enseignes des locaux à louer sont parfois de qualité médiocre :



Le centre commercial du **Pont de Pierre**, récent, bénéficie de contraintes imposées par l'architecture du bâtiment pour l'installation des enseignes :



Les enseignes de l'**hypermarché** sont de dimensions importantes, en relation avec l'infrastructure :



Les locaux et emprises foncières des centres commerciaux de l'**Argentière** et de la **Fontaine aux Prêtres** sont assez chargés en enseignes permanentes ou temporaires.

Bien que les bâtiments soient assez espacés les uns des autres, le rendu en est chargé. Certaines enseignes ont des dimensions exagérées. La perception de l'entrée de ville est affectée :



La simple application du Code de l'Environnement permettra de traiter certaines situations d'occupation trop importante de façade ou de surnombre d'enseignes scellées ou posés au sol. En effet :

- Pour ce qui concerne les enseignes en façade, leur surface est désormais proportionnelle à la surface de la façade sur laquelle elles s'appuient : 25 % si la façade est inférieure à 50 m², 15 % au-delà.
- Pour ce qui concerne les enseignes scellées ou posées au sol de plus de 1 m² de surface, leur nombre est limité à une enseigne le long de chaque voie bordant l'immeuble dans lequel s'exerce l'activité.

Ainsi, à l'échéance de la période transitoire prévue par les articles L.581-43 et R.581-88, les surfaces et nombre d'enseignes devront se conformer à la réglementation.

Ce secteur est particulièrement affecté par l'installation croissante et sommaire d'enseignes temporaires : banderoles, calicots, drapeaux, qui impactent fortement le cadre de vie :



Les activités diffuses situées de part et d'autre de l'avenue de Stalingrad présentent parfois des installations médiocres d'enseignes, très peu qualitatives lors de la traversée de la ville par cet axe. Les renouvellements d'enseignes sont réalisés sur les supports préexistants, ce qui perpétue à la fois les infractions et la qualité médiocre :



Le centre commercial des **Portes de Ville**, en entrée de Ville, proche de la gare RER, présente un ensemble dégradé.

Un projet de rénovation urbaine en cours de réalisation proposera la construction d'immeubles qualitatifs, présentant des activités commerciales en rez-de-chaussée. Un des enjeux consistera à réaliser des intégrations qualitatives des enseignes, de manière à rendre l'ensemble harmonieux.



Au centre commercial de l'**Hôtel de Ville**, les enseignes sont dans la norme, assez bien intégrées sur leurs supports, même si ces intégrations sont parfois non homogènes sur les auvents :



Au **Vieux Pays**, les enseignes sont dans la norme, le plus souvent installées sans recherche d'esthétique, bien que des installations plus récentes soient plus qualitatives :





Les **îlots commerciaux de quartiers** présentent des enseignes de qualité assez moyenne. Elles sont utilisées parfois hors des lieux d'activités, en tant que préenseignes. Les anciennes enseignes ne sont pas toujours supprimées lors d'un changement d'activité, ce qui nuit à la clarté de la communication et induit une confusion.



Les Doucettes, rue du Tiers Pot



Espace Europe, bd de la Muette



Les Mouettes

Brève synthèse du diagnostic des enseignes :

L'analyse met en évidence des situations assez disparates en fonction du secteur dans lequel on se situe. Dans l'ensemble, on peut toutefois noter un manque d'esthétique dans les installations, et parfois une tendance à la surcharge du nombre et des dimensions des supports.

La mise en œuvre des règles nationales, en particulier celles issues du décret du 30 janvier 2012, permettra de résorber certains problèmes liés à l'occupation des façades ou au nombre trop important d'enseignes scellées au sol.

Le RLP devra accompagner ces changements, en instituant des règles additionnelles visant à répondre aux problématiques rencontrées, et à tendre vers un embellissement, en particulier dans les centres commerciaux de quartiers, et à proximité du monument historique.

Le RLP se devra également d'anticiper les règles relatives aux nouvelles techniques d'affichage, en particulier la technique numérique.

Un des enjeux consistera à être capable d'intervenir en amont des installations. Trop d'enseignes sont en effet posées sans autorisation, ni dossier transmis à la ville. Au-delà des réunions ayant eu lieu dans le cadre de la concertation liée à l'élaboration du RLP, une communication auprès des commerçants et des professionnels de l'enseigne sur le nouveau RLP, associée à un contrôle plus poussé des installations, seront deux leviers d'amélioration progressive de la situation.

4. Apports principaux sur le diagnostic de la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement

Pour les publicités et les préenseignes :

- La surface maximale est de 12 m²,
- La densité est limitée à un support par linéaire de façade d'unité foncière, avec un deuxième possible, aligné avec le premier sur un mur aveugle, ou scellé au sol, au-delà de 40 m de linéaire de façade de l'unité foncière.

Ainsi, les dispositifs actuellement présents sur la ville sont presque tous conformes aux nouvelles dispositions.

Au regard du diagnostic et des objectifs souhaités par la ville, la simple application des règles nationales n'est donc pas suffisante.

Pour les enseignes :

Les nouvelles dispositions impactent plus fortement les enseignes.

Les enseignes en façade, installées à plat ou perpendiculairement au mur, doivent désormais respecter une surface d'installation proportionnelle à celle de la façade commerciale qui les supporte, la proportion étant elle-même de la surface de la façade commerciale :

- Façade commerciale < 50m² : 25 % d'occupation de la façade par les enseignes,
- Façade commerciale ≥ 50 m² : 15 % d'occupation de la façade par les enseignes.

D'autre part, les enseignes scellées au sol de plus de 1 m² de surface unitaire sont désormais limitées :

- En nombre, à une le long de chacune des voies bordant l'immeuble,
- En surface, à 12 m².

Ces critères de surfaces et de densités apportent des contraintes importantes, et une réponse partielle au besoin. Néanmoins, la situation impose la mise en place de règles qualitatives, liées à l'intégration sur les supports et prenant en compte les particularités de la ville décrites précédemment, dont la présence d'un monument historique. La simple application des règles nationales n'est donc pas suffisante.

Objectifs poursuivis et orientations générales

Les objectifs poursuivis par la ville ont été déterminés en amont de l'étude, lors de la prise de décision de réviser du RLP, qui s'est traduite par la délibération du 24 juin 2015.

Ces objectifs sont les suivants :

- La valorisation de la qualité des paysages urbains,
- La garantie d'un cadre de vie agréable à ses habitants,
- L'amélioration de l'attractivité du tissu économique, en favorisant la visibilité des activités existantes et des nouvelles implantations,
- La protection du patrimoine naturel et bâti.

A partir de ces objectifs, et de l'analyse précédemment présentée, les orientations générales qui se dégagent sont les suivantes :

- **Introduire harmonieusement publicités et préenseignes dans l'environnement urbain :**
 - ✓ Distinguer les possibilités d'installation entre zones résidentielles et zones d'activités ou commerciales,
 - ✓ Rechercher des installations plus qualitatives.
- **Cadrer plus fortement les enseignes :**
 - ✓ Restrictions qualitatives dans le Vieux Pays, dans le centre-ville et dans les zones commerciales de quartiers, en particulier réhabilités ou en cours de réhabilitation,
 - ✓ Respect du Code de l'Environnement pour le reste de la ville et les zones d'activités, avec quelques règles supplémentaires adaptées.
- **Réglementer les techniques d'affichages nouvelles :**
 - ✓ Affichage numérique (mural ou scellé au sol) ; concerne les publicités et les enseignes,
 - ✓ Banderoles,... ; concerne plus particulièrement les enseignes.
- **Modifier / mettre en place une signalisation d'intérêt local adaptée, afin de réduire les préenseignes disparates**
 - ✓ Cette orientation ne concerne pas directement le RLP, mais va concourir à améliorer le cadre de vie et l'efficacité de la communication commerciale, conjointement aux améliorations apportées par la réglementation locale et son application.

Contenu du règlement- Justification des choix retenus

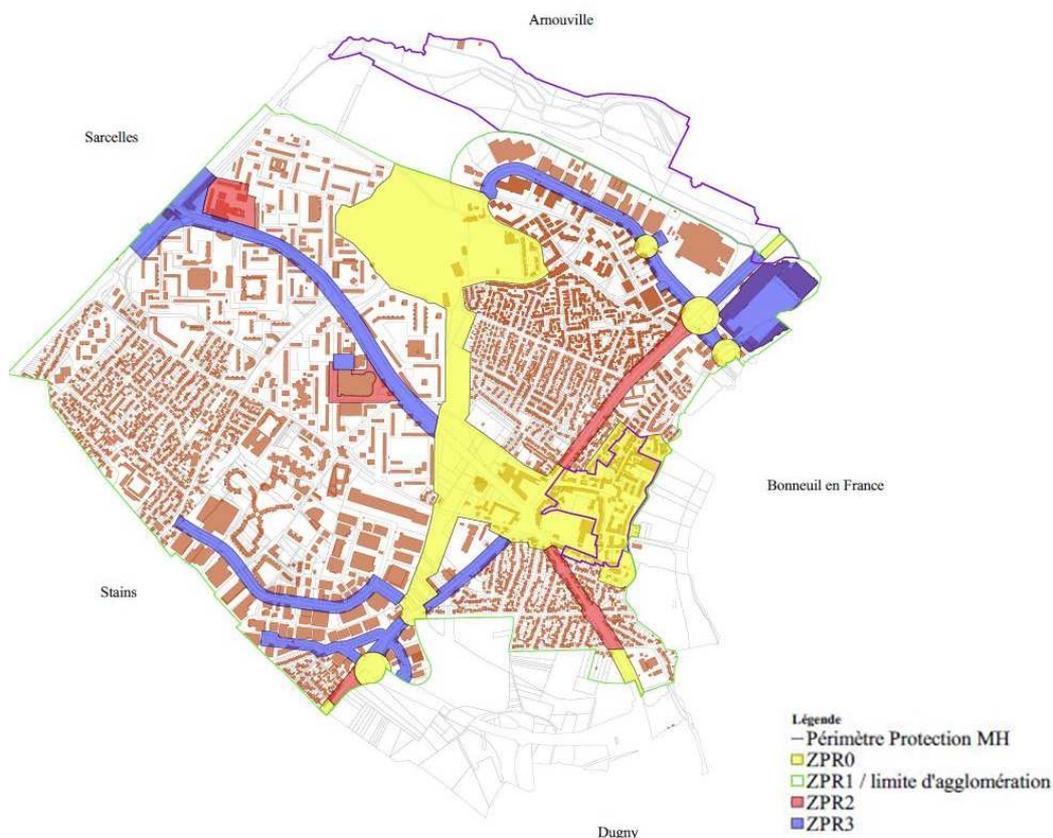
1. Publicités et préenseignes – Justification du zonage

Le règlement local de publicité actuellement en vigueur définit sur l'ensemble du territoire de la commune six Zones de Publicité Règlementée (ZPR) :

- Quatre zones concernent la publicité non lumineuse, ainsi que celle éclairée par projection ou transparence, ce qui exclut la publicité numérique (ZPR0 à ZPR3).
- Deux zones concernant la publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence, c'est-à-dire en particulier la publicité numérique (ZPR4 & ZPR5).

Afin de faciliter la lecture et l'instruction, et compte tenu des différences entre les contours des zones ZPR0 à ZPR3 d'une part, et ZPR4 à ZPR5 d'autre part, on distingue deux plans distincts de zonages des publicités et des préenseignes ; le premier concerne la publicité non lumineuse ainsi que celle éclairée par projection ou transparence (annexe 1.1), le second concerne la publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence (annexe 1.2).

Plan de zonage des publicités et des préenseignes non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence (annexe 1.1) :



Dans la désignation des zones, de ZPR0 à ZPR3, les possibilités d'installation vont croissant.

Les différentes zones s'appuient sur des axes routiers ou sur des parcelles.

Lorsque le zonage concerne un axe, la profondeur prise en compte pour l'application des règles est de 15 m, référence prise par rapport à l'alignement.

- **La ZPRO** correspond aux secteurs à protéger et intègre :
 - Le monument historique et son périmètre de protection, les bâtiments anciens et les espaces naturels (Fort de Stains, coulée verte),
 - Les entrées de Ville,
 - Les intersections « stratégiques ».

Le premier périmètre intègre, dans la logique du Plan Local d'Urbanisme, le Fort de Stains, y compris le complexe sportif Pierre de Coubertin, ainsi que la coulée verte jusqu'à l'avenue de Stalingrad, à son croisement avec la rue Eugène Varlin, correspondant à une limite d'agglomération. Par ailleurs, est intégré à cette zone le périmètre de protection modifié autour du monument historique protégé, élargi. Afin d'assurer une continuité de traitement, et une prise en compte étendue de la place du 19 mars 1962, cette dernière est largement intégrée dans le périmètre, jusqu'aux commerces de l'avenue de Stalingrad situés en face de la place Henri Barbusse. Tous les embranchements de voies proches de la place du 19 mars 1962 sont inclus dans le périmètre. Il en va de même pour le tronçon de l'avenue du Général de Gaulle compris entre la coulée verte et la place du 19 mars 1962 ; celui-ci présente en effet un caractère naturel, et est bordé d'infrastructures scolaires ou culturelles, également intégrées dans le périmètre. On obtient en final un périmètre cohérent, d'un seul tenant.

Le second périmètre correspond aux entrées de ville ; celles-ci ne sont pas dénaturées par la publicité à ce jour, la volonté est de conserver cet état de fait. Sont concernées par le zonage les entrées nord et sud de l'avenue de Stalingrad. L'entrée sud se fait par une continuité de bâti avec Stains, tandis que l'entrée nord correspond à une zone d'aspect plus naturel, où le bâti est en arrière-plan d'un côté (Pont de Pierre) et absent de l'autre (future jonction avec l'avenue du Paris). Il semble ainsi logique d'appliquer des longueurs distinctes entre le nord (115 m, s'appuyant sur une limite de parcelle) et le sud (50 m, c'est-à-dire jusqu'à la rue Jean Jaurès). La longueur de protection de l'entrée nord est légèrement inférieure à celle du périmètre de protection délimité des abords des monuments historiques d'Arnouville. Cependant, s'agissant d'un périmètre d'interdiction relative de publicité, issu de l'article L.581-8 du code de l'environnement, à l'intérieur duquel le RLP peut prévoir des installations, le tronçon de protection envisagé est cohérent. Concernant l'entrée de ville côté Dugny, le long de la RD 125, le zonage s'appuie sur la rue Jean Moulin, ce qui conduit à une distance de 200 m, en accord avec l'aspect « naturel » de cette entrée de ville.

Enfin, le troisième périmètre correspond à des intersections « stratégiques », qu'il a été décidé de protéger d'une présence publicitaire trop rapprochée, afin de maîtriser l'environnement visuel de ces intersections. Une distance de 20 m, comptée à partir du fil d'eau du bord extérieur de la chaussée est prise pour l'application des règles, ce qui conduit, compte tenu de la différence de dimensions des intersections elles-mêmes, à des périmètres de diamètre différents. Il convient de préciser que seules certaines de ces intersections sont concernées à ce jour par une présence publicitaire, qui peut s'avérer illégale par rapport aux règles nationales, lorsqu'elle est installée sur une clôture non aveugle. Les intersections à protéger concernent l'avenue de Stalingrad et l'avenue de la Muette.

- **La ZPR1** correspond aux parties du territoire non couvertes par les ZPRO, ZPR2 ou ZPR3 ; elle s'appuie sur les limites de l'agglomération, qui coïncident donc avec les limites du zonage. Cette zone intègre principalement les quartiers ou zones résidentielles, dans lesquels la publicité s'intègre mal, mais où elle peut être parfois utile, pour signaler par exemple la localisation d'une activité située en retrait d'un axe principal, ou la présence d'îlot commercial de quartier.

- **La ZPR2** est constituée, pour ce qui concerne les axes, de l'avenue Ambroise Croizat et de deux tronçons de l'avenue de Stalingrad (de la limite sud jusqu'au rond-point Louis Delgrès et de la place du 19 mars 1962 à l'intersection avec l'avenue de la Muette).

La logique retenue est celle de la nature du bâti située le long de ces axes ou tronçons d'axes. En effet, il s'agit essentiellement de maisons individuelles, avec un bâti relativement proche de l'alignement ; côté est de l'avenue de Stalingrad, on y trouve également des groupes scolaires :



*Av. de Stalingrad, vers le nord
Sud du giratoire L. Delgrès,*



*Av. de Stalingrad, vers le nord
Après la place du 19 mars 1962*



Av. de Stalingrad, vers le nord



Av. A. Croizat, vers l'est

La ZPR2 comporte également les secteurs des centres commerciaux des Portes de Ville et de l'Hôtel de Ville, dans une logique d'adaptation des formats et densités, non pas par rapport à la nature du bâti environnant, mais par rapport au mode de circulation, piétonne, ou à vitesse modérée pour les automobiles.

- **La ZPR3** correspond essentiellement à des axes ou à des tronçons d'axes. Il s'agit de ceux situés dans les zones d'activités économiques, dans les centres commerciaux, ou encore un axe urbain présentant un bâti collectif éloigné de la chaussée (avenue du Général de Gaulle) ou enfin des axes mixtes, essentiellement tournés vers l'activité commerciale (tronçons concernés de l'avenue de Stalingrad) :



*Av. du Général de Gaulle, vers l'est
Sortie de la gare RER*



Av. du Général de Gaulle, vers l'est



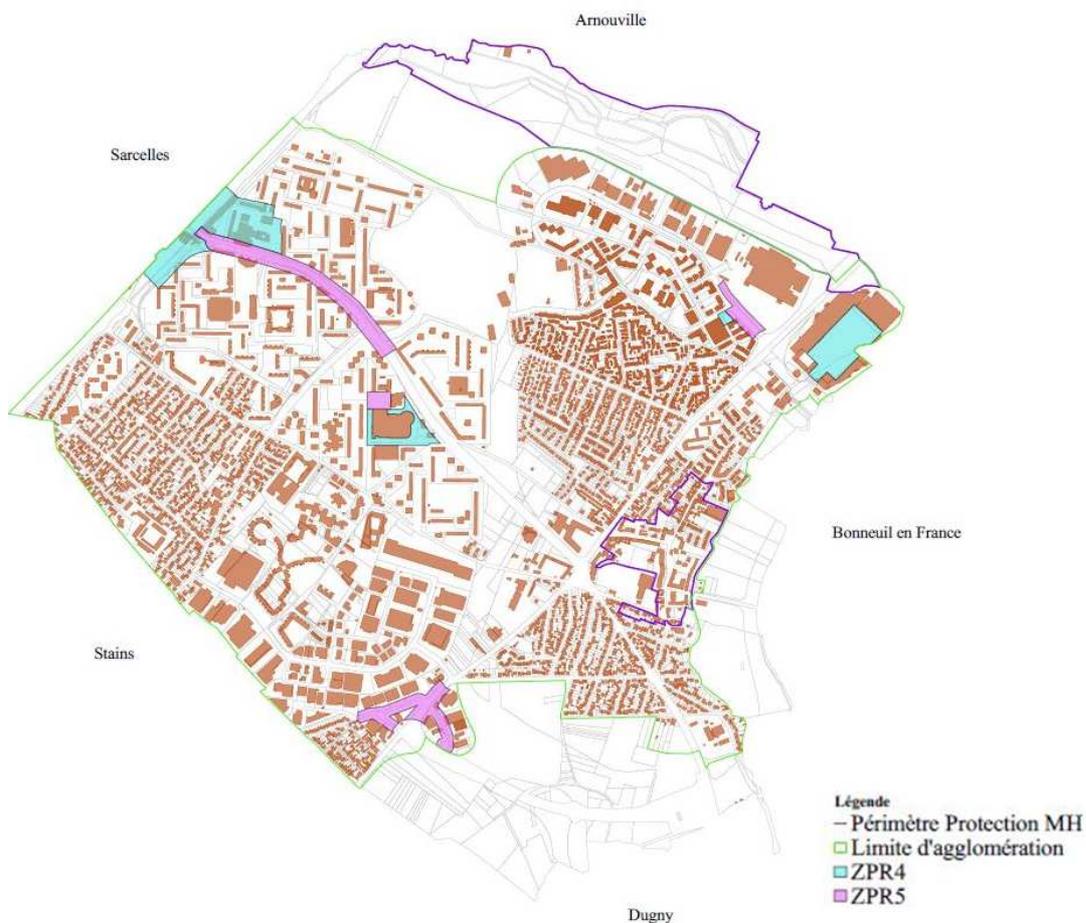
Av. de Stalingrad, vers le nord
Après le rond-point Louis Delgrès



Av. de Stalingrad, vers le nord
Après le boulevard de la Muette

Par ailleurs, la ZPR3 intègre également la gare RER, les quais, et le parvis, ainsi que la place de l'Hôtel de Ville. La communication s'adresse ici plutôt aux piétons, mais elle est réalisée dans un environnement visuel plus large et dégagé.

Plan de zonage des publicités et des préenseignes lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence (annexe 1.2) :



Dans la désignation des zones, de ZPR4 à ZPR5, les possibilités d'installation vont croissant. Dans ces zones, la publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence peut s'installer ;

cette catégorie comporte en particulier la publicité numérique. En dehors de ce zonage, ce type de publicité ne peut pas s'installer.

Celle-ci n'est pas présente sur la ville lors de l'élaboration du RLP. Toutefois, ce mode de communication tend à se développer, le côté dynamique de l'affichage peut présenter des intérêts et une certaine modernité, aspect par ailleurs recherché dans les orientations du RLP. Enfin, la loi ENE en a défini des modalités d'installation, il semble donc important de prendre en compte ce type de publicité à part entière, afin d'anticiper sur d'éventuelles installations.

Les différentes zones s'appuient sur des axes routiers ou sur des parcelles.

Lorsque le zonage concerne un axe, la profondeur prise en compte pour l'application des règles est de 15 m, référence prise par rapport à l'alignement.

- **La ZPR4** correspond au secteur « gare », ainsi qu'aux centres commerciaux des Portes de Ville, de l'Hôtel de Ville, du Pont de Pierre (intérieur du centre commercial) et de l'espace Europe.

Le choix de ces secteurs découle en grande partie de l'objectif recherché dans le cadre de cette ouverture à la publicité lumineuse. En effet, il est souhaité que ces installations répondent à un besoin s'adressant plutôt aux piétons qu'aux automobilistes, dans un esprit de modernité, compte tenu du relatif éloignement de ces espaces par rapport aux circulations automobiles.

Dans ces espaces, les flux piétons sont importants à très importants (au niveau de la gare). Ils peuvent a priori justifier de l'installation de supports numériques.

- Enfin, **la ZPR5** concerne l'avenue du Général de Gaulle, pour son tronçon allant de la gare à l'intersection avec l'avenue du 8 mai 1945, incluse, les axes commerciaux de l'Argentière et de la Fontaine aux Prêtres, l'avenue de la Muette, au niveau de l'hypermarché, et enfin la Place de l'Hôtel de Ville. Sont exclus de ces tronçons les périmètres de 20 m de protection autour des intersections et giratoires, édictés pour les publicités et les préenseignes non lumineuses.

Sur ces axes et secteurs, sans habitat à proximité ou à vocation très commerciale, la mise en place de publicité numérique peut s'intégrer plus facilement dans son environnement, et offrir une possibilité de communication modernisée.

En conclusion, le zonage des publicités et des préenseignes, tel qu'il est conçu, permet de répondre aux orientations suivantes :

- Introduction harmonieuse des publicités et des préenseignes dans l'environnement urbain, en distinguant les possibilités d'installation entre zones résidentielles / zones commerciales.

En effet, le zonage prend en compte la dimension de la nature du bâti environnant (commercial, habitat individuel (le long d'un axe ou au sein d'un quartier) ou collectif), de son éloignement par rapport à la chaussée.

Par ailleurs, la dimension du patrimoine naturel et bâti est prise en compte. Il ne s'agit pas d'admettre la publicité suivant les mêmes principes sur l'intégralité de l'agglomération.

- Réglementation des techniques d'affichages nouvelles.

Les publicités lumineuses numériques font l'objet d'un zonage à part entière, du fait des spécificités liées à leur installation et de leur impact sur l'environnement.

2. Publicités et préenseignes – Justification des règles

Des règles « générales » concernant le dispositif et son intégration sont précisées (règles d'installations pour les dispositifs scellés au sol : parallèle ou perpendiculaire à la chaussée, faces parallèles, structure monopied,...).

Les structures sont de couleur grise.

Ces critères visent à améliorer l'aspect esthétique et l'unité des installations ; ils répondent à l'orientation d'introduction harmonieuse des publicités dans l'environnement urbain, par la recherche d'installations plus qualitatives.

Le micro affichage de type publicitaire, installé sur les baies, a été lui aussi plus largement défini par la loi ENE du 12 juillet 2010. Afin d'éviter un impact visuel trop fort, il est limité en surface à 0.5 m² par devanture commerciale. A noter qu'il est admis dans toutes les zones de publicité, à l'exception des périmètres de protection délimités aux abords des monuments.

Il est prévu que les publicités soient éteintes entre 23h00 et 6h00. La mise en place d'une règle est rendue obligatoire par le Code de l'Environnement, du fait de l'appartenance à une unité urbaine de plus de 800 00 habitants. Le choix d'une durée élargie d'extinction par rapport à la règle nationale concernant les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 800 000 habitants (1h00 à 6h00) rejoint des préoccupations à la fois d'économie d'énergie et de réduction de la pollution lumineuse.

Des règles sont ensuite spécifiques à chacune des zones de publicité. Pour ce qui concerne la publicité non lumineuse, et celle éclairée par projection ou transparence, quatre zones proposent donc des possibilités d'installations graduelles.

ZPRO : dans cette zone, l'installation de publicité est limitée au micro affichage, pour une surface maximale de 0.5 m² par devanture, et en dehors des périmètres d'interdiction des articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'Environnement, ce qui concerne en particulier les périmètres de protection délimités aux abords des monuments.

L'installation de publicité sur mobilier urbain est également possible dans cette zone, mais la surface d'affichage de celui-ci ne devra pas excéder 2 m², dans la logique poursuivie d'apporter en premier lieu une information ou un service non commercial.

Ainsi, les possibilités d'affichage en ZPRO sont extrêmement réduites. Ces règles n'ont pas d'impact par rapport à l'existant. Elles répondent à l'orientation d'intégration harmonieuse des publicités et des préenseignes dans l'environnement urbain.

ZPR1 : dans cette zone, les possibilités d'installation de publicités sont également extrêmement réduites. Au-delà du micro affichage et la publicité sur mobilier urbain, seule la publicité de très petit format peut s'installer, moyennant une surface limitée à 1 m², et une densité limitée à un dispositif par unité foncière, si cette unité foncière présente un linéaire de façade de plus de 15 m.

Comme expliqué lors de la description du zonage, il s'agit de permettre la publicité dans ces secteurs essentiellement dédiés à l'habitat, mais dans des proportions très faibles, de manière à assurer une bonne intégration dans l'environnement, tout en permettant une communication commerciale des activités en retrait par exemple.

Il convient de préciser que la signalisation d'intérêt local peut, le cas échéant, jouer un rôle également, de manière homogène et structurée, pour ce qui concerne la présignalisation des activités en retrait, des îlots commerciaux de quartiers.

ZPR2 : dans cette zone, la publicité est limitée à une surface de 2 m², et une densité d'un dispositif par unité foncière, moyennant un seuil minimum de longueur de linéaire de façade permettant l'installation, seuil fonction de l'axe concerné : 15 m sur l'avenue Ambroise Croizat, et 20 m avenue de Stalingrad, les unités foncières étant en effet en moyenne plus « longues » sur ce dernier axe.

Ce format et cette densité sont adaptés à la fois à la densité et au profil du bâti, ainsi qu'aux modes de circulation de cette zone.

ZPR3 : la surface maximale d'affichage dans cette zone est de 8 m², un recul d'un mètre est imposé par rapport à l'alignement, afin de permettre un certain dégagement de la perspective à partir de l'axe. La densité est fonction du linéaire de façade de l'unité foncière.

Sur parcelle privée, l'interdistance requise au sein de l'unité foncière est de 100 m. En effet, pour les axes concernés, certaines unités foncières sont très longues ; 100 m apparaît comme un compromis acceptable, plus contraignant que la règle nationale.

La réduction du format maximal de la publicité par rapport au format maximal du Code de l'Environnement (12 m²), associée aux règles de densité et de recul, rejoint une préoccupation d'introduction harmonieuse des publicités dans l'environnement urbain.

ZPR4 : comme précisé dans la justification du zonage, la publicité lumineuse s'adresse de manière privilégiée à la circulation piétonne, le format de 2 m² a ainsi été déterminé comme offrant un bon compromis entre modernité, communication, et impact sur l'environnement visuel. Les distances imposées entre deux installations au sein d'une même unité foncière, sur le domaine public ou sur l'emprise SNCF permettent d'éviter la surcharge d'écrans. Ces règles répondent aux orientations d'introduction harmonieuse des publicités dans l'environnement urbain ainsi que de réglementation des techniques d'affichage nouvelles.

ZPR5 : la publicité lumineuse s'adresse cette fois de manière privilégiée à la circulation automobile, elle se situe dans des espaces commerciaux ou dégagés de l'habitat, ce qui permet de réduire les potentielles nuisances visuelles. Le format choisi : 6 m² est inférieur à la possibilité maximale du Code de l'Environnement, qui est de 8 m². La densité imposée limite les possibilités d'installation.

Ces règles répondent aux orientations d'introduction harmonieuse des publicités dans l'environnement urbain ainsi que de réglementation des techniques d'affichage nouvelles.

En définitive, le zonage et les règles proposés pour les publicités et les préenseignes ne remettent pas fondamentalement en cause la faible présence publicitaire dans certains quartiers de la ville et présentent un impact sur l'existant, en particulier pour ce qui concerne les publicités de grand format qui ne sont pas spécialement qualitatives. Elles sont amenées à disparaître au profit de formats plus réduits, plus qualitatifs, assurant une meilleure intégration dans l'environnement.

Par les mesures combinées du règlement local de publicité, le parc de dispositif va tendre à être modernisé et mieux intégré dans son environnement, la communication commerciale sera facilitée.

3. Enseignes – Justification du zonage

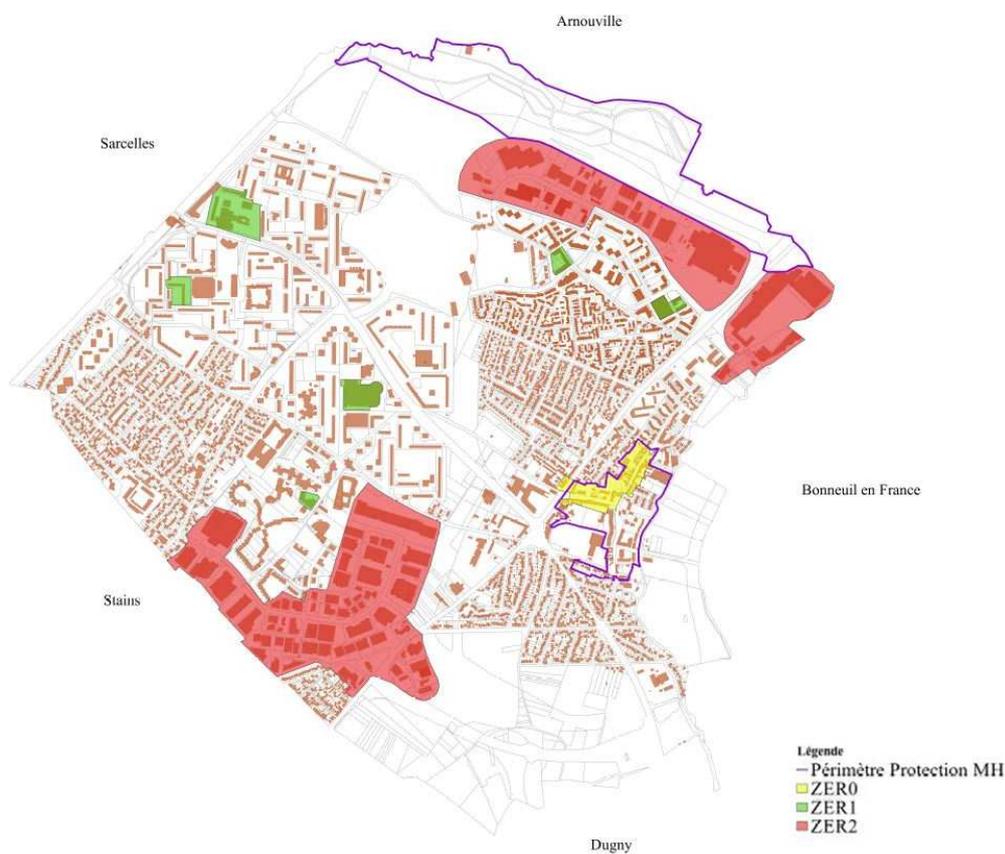
Cinq zones d’enseigne réglementée sont instituées sur l’ensemble du territoire de la commune. Elles se nomment ZER, pour « Zone d’Enseigne Réglementée ».

A l’instar du principe de zonage adopté pour la publicité et les préenseignes, celui des enseignes se compose également de deux plans : le premier concerne toutes les enseignes, à l’exception des enseignes numériques, et le second, complémentaire, a trait aux enseignes numériques.

A noter que, contrairement à la publicité numérique, les enseignes numériques ne sont pas spécifiquement précisées, ou réglementées par le Code de l’Environnement, mais leur tendance à se développer conduit à les envisager dans le cadre de ce présent règlement.

Trois zones concernent les enseignes non numériques (ZERO à ZER2). Deux zones concernent les enseignes numériques (ZER3 et ZER4).

Plan de zonage des enseignes non numériques (annexe 1.3) :



- **ZERO** : cette zone se situe au Vieux Pays, et plus particulièrement autour du monument historique inscrit à l’inventaire.

La zone prend appui sur le contour du Périphère de Protection Modifié (PPM) approuvé le 16 novembre 2011, pour ce qui concerne la partie impactée par l’installation d’enseignes : la rue de Verdun et la rue Marcel Bourgogne.

Le zonage s’étend en revanche au-delà du PPM, pour ce qui concerne le tronçon de l’avenue de Stalingrad se situant au droit de la place Henri Barbusse. Il semble en effet important de mettre en place des règles qualitatives et homogènes pour les activités se situant en face de l’entrée dans la rue de Verdun.

- ✓ **ZER1** : ce zonage concerne les centres commerciaux des Portes de Ville, de l’Hôtel de Ville, ainsi que les îlots de quartiers de l’Espace Europe, des Doucettes (rue du Tiers Pot), de la place Mandela, et des Mouettes. Il s’agit en effet de traiter de façon homogène ces secteurs dédiés aux commerces de proximité et de quartiers, présentant des natures d’installation assez proches : le plus souvent en rez-de-chaussée d’immeubles, dans des cellules commerciales de dimensions modestes.
- ✓ **ZER2** : ce zonage concerne les parcs d’activités (La Muette et Les Doucettes), ainsi que les zones commerciales et centres commerciaux (hypermarché, Pont de Pierre, Fontaine aux Prêtres, Argentière).
Dans cette zone, les bâtiments sont en général de dimensions importantes, de type « hangar », et disposent parfois d’emprises foncières, favorisant l’installation d’enseignes scellées au sol ou sur les clôtures.

Nota : Les bâtiments du parc d’activités de la Muette et du centre commercial du Pont de Pierre se situent en dehors du périmètre de protection délimité aux abords des monuments historiques situés sur Arnouville.

Ce périmètre longe en effet l’arrière des parcelles du boulevard de la Muette et du Pont de Pierre.

Il n’y a donc pas lieu de prévoir des règles spécifiques à ces zones tenant compte de la proximité des monuments historiques.

Plan de zonage des enseignes numériques (annexe 1.4) :



✓ **ZER3** : ce zonage concerne les centres commerciaux des Portes de Ville, de l'Hôtel de Ville, et de l'Espace Europe.

Il s'agit des centres commerciaux et de l'îlot de quartier les plus propices à recevoir des enseignes numériques, qui concerneraient essentiellement les piétons. Les natures d'installation commerciales sont équivalentes : il s'agit de rez-de-chaussée d'immeubles.

✓ **ZER4** : ce zonage concerne l'hypermarché, et plus l'angle formé par le bd de la Muette et la rue Romain Rolland, allant jusqu'à la façade du supermarché. D'autre part, il concerne aussi, la partie intérieure du centre commercial du Pont de Pierre. Il concerne enfin la zone commerciale Argentièrre – Fontaine aux Prêtres.

Ce zonage se veut cohérent avec celui de la publicité lumineuse numérique, pour ce qui est de la possibilité d'installation de supports numériques. En effet, l'impact visuel d'une enseigne numérique est le même que celui d'une publicité numérique.

D'autre part, sont exclus de la possibilité d'installation d'enseignes numériques, les périmètres de 20 m de protection autour des intersections et giratoires, édictés pour la publicité et les préenseignes.

Nota : Comme pour les enseignes non numériques, il convient de préciser que les zones de l'hypermarché, du centre commercial du Pont de Pierre et de l'Espace Europe se situent en dehors du périmètre de protection délimité aux abords des monuments historiques situés sur Arnouville.

Il n'y a donc pas d'obstacle à prévoir dans ces zones des enseignes numériques.

En conclusion, on peut dire que le zonage des enseignes, tel qu'il est conçu, permet de répondre aux orientations suivantes :

- Cadrer plus fortement les enseignes, en distinguant les natures d'activités et les localisations commerciales,
- Réglementation des techniques d'affichages nouvelles.

En effet, les enseignes lumineuses numériques font l'objet d'un zonage à part entière, du fait des spécificités liées à leur installation et de leur impact sur l'environnement.

4. Enseignes – Justification des règles

Les règles sont spécifiques à chacune des zones. Toutefois les règles relatives à la ZERO et à la ZER1 sont proches. En effet, sont concernés par ces règles pour les deux zones les centres commerciaux de proximité, les îlots de quartiers, des bâtiments de tailles modestes, voire des rez-de-chaussée d'immeubles collectifs ou de résidences.

Cependant, les règles de la ZERO étant strictes, compte tenu du périmètre du monument historique, il apparaît opportun d'assouplir un peu les contraintes, en particulier dimensionnelles, pour la ZER1, sachant de plus qu'il convient de traiter, en ZER1, la problématique de la présence d'auvents, porteurs potentiels d'enseignes, qui ne sont pas présents en ZERO.

ZERO : Des règles de localisation et d'agencement des enseignes sur la façade sont instituées. Il s'agit d'obtenir une bonne intégration sur la façade, ainsi qu'une harmonie d'ensemble, dans le cas de commerces contigus ou en angle de rue.

Des hauteurs maximales sont imposées pour les lettrages des enseignes à plat sur mur. Des dimensions maximales sont imposées pour les enseignes perpendiculaires, ces dernières étant limitées en nombre.

Des règles sont précisées en cas d'installation d'enseigne sur un caisson de volet roulant ou sur les baies.

Des types d'enseignes impactant significativement le cadre de vie sont interdites en ZERO. En particulier, sont interdits les caissons épais et les banderoles.

ZER1 : Les règles de localisation et d'agencement des enseignes sur la façade qu'en ZERO sont instituées. Il s'agit d'obtenir une bonne intégration sur la façade, ainsi qu'une harmonie d'ensemble, dans le cas de commerces contigus ou en angle de rue.

En ZER1, on n'impose pas de hauteur maximale à l'enseigne à plat sur mur ; la règle de proportionnalité à la surface de la façade commerciale du code de l'environnement s'applique.

Des dimensions maximales, plus importantes qu'en ZERO, sont imposées pour les enseignes perpendiculaires, ces dernières étant limitées en nombre.

Des règles sont précisées en cas d'installation d'enseigne sur un caisson de volet roulant ou sur les baies, mais également sur les auvents, le centre commercial de l'Hôtel de Ville étant par exemple concerné par la présence d'auvents.

Les enseignes scellées au sol peuvent être installées en ZER1 ; leur surface est limitée. La probabilité d'installation est faible, compte tenu du fait que les emprises foncières sont peu nombreuses, mais cette possibilité peut répondre à un besoin dans un îlot commercial de quartier, par exemple.

Des types d'enseignes impactant significativement le cadre de vie sont interdites en ZER1. En particulier, sont interdits les caissons épais et les banderoles, comme en ZERO.

ZER2 : seules quelques additionnelles à celles du code de l'environnement sont fixées ; elles concernent l'interdiction d'apposer des enseignes sur clôture non aveugle, à l'instar de la règle imposée par le code de l'environnement sur les publicités et préenseignes.

Les banderoles sont admises, mais leur principe d'installation est cadré, de manière à obtenir un rendu plus qualitatif.

Les petites enseignes scellées ou posées au sol sont réglementées en nombre, leur densité est fonction du linéaire de façade de l'unité foncière. Cette règle s'applique, qu'il s'agisse d'enseignes permanentes ou temporaires.

Concernant les enseignes en façade et en toiture, seules les règles du code de l'environnement s'appliquent.

ZER3 : les enseignes numériques, qu'il s'agisse d'enseignes scellées au sol ou murales sont limitées en surface à 2 m², en cohérence avec ce qui est requis pour les publicités numériques. Les enseignes murales sont limitées en nombre : une par façade. Pour ce qui concerne les enseignes scellées au sol, la densité du code de l'environnement s'applique : une le long de chaque voie bordant l'activité. La surface semble bien adaptée au mode de circulation, essentiellement piéton autour des bâtiments, et permet de réduire l'impact sur l'environnement.

ZER4 : les enseignes numériques, qu'il s'agisse d'enseignes scellées au sol ou murales sont limitées en surface à 6 m², en cohérence avec ce qui est requis pour les publicités numériques. Les enseignes murales sont limitées en nombre : une par façade. Pour ce qui concerne les enseignes scellées au sol, la densité du code de l'environnement s'applique : une le long de chaque voie bordant l'activité. La surface semble est adaptée à la taille des bâtiments ; la localisation en zone d'activités commerciales de ces supports permet d'en réduire l'impact sur l'environnement.

En définitive, l'ensemble des règles proposées pour les enseignes répondent aux orientations de cadrage des enseignes, en distinguant les natures d'activités et les localisations commerciales, en recherchant des installations plus qualitatives, et en établissant des règles strictes à proximité du monument historique et dans les centres commerciaux de quartiers. Certaines règles appropriées permettront d'enlever une certaine surcharge dans les zones d'activités. Par ailleurs, l'orientation de prise en compte des nouvelles techniques d'affichage est satisfaite, dans la mesure où des règles spécifiques concernent les enseignes numériques et les banderoles.