

RÈGLEMENT LOCAL
DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RLPi Boucle
Nord
de Seine

ARGENTEUIL
ASNIÈRES-SUR-SEINE
BOIS-COLOMBES
CLICHY-LA-GARENNE
COLOMBES
GENNEVILLIERS
VILLENEUVE-LA-GARENNE

Pour une visibilité
économique
respectueuse
de notre paysage



PUBLICITÉ



ENSEIGNES



PRÉ-ENSEIGNES

> Rapport de présentation



Date d'approbation du RLPi : 19/05/2022
Arrêté de lancement de la modification n°1 : 11/12/2024

SOMMAIRE

Préambule	3
Contexte territorial.....	11
I. Données générales	12
II. Paysage	13
III. Patrimoine	19
IV. Économie	20
V. Réseau viaire	23
VI. Voies ferrées et réseaux de transports en commun	24
VII. Dynamique des projets de territoire	25
Le cadre réglementaire de Boucle Nord de Seine	33
I. Le seuil démographique d'agglomération et l'unité urbaine de Paris	34
II. Les périmètres environnementaux et urbains	35
III. La réglementation locale	41
Diagnostic publicitaire du territoire	50
I. Méthodologie pour le recensement.....	51
II. Synthèse cartographique et statistique	52
III. Secteurs à enjeux au sein du territoire Boucle Nord de Seine	69
Orientations.....	78
Axe 1 : Préserver le cadre de vie et valoriser les qualités paysagères et patrimoniales du territoire	79
Axe 2 : Promouvoir les dynamiques commerciales et économiques.....	81
Axe 3 : Accompagner les évolutions urbaines et les grands projets du territoire	83
Justification des choix retenus	85
I. Justifications des choix retenus en matière de zonage.....	86
II. Dispositions réglementaires retenues pour les publicités et pré-enseignes	92
III. Dispositions réglementaires retenues pour les enseignes.....	98



Préambule

1. Contexte législatif et réglementaire

Evolution de la réglementation

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

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

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions. Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Type de dispositif et date d'installation	opposabilité du RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 ^{er} juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	1 ^{er} juillet 2018
Préenseigne dérogatoire	13 juillet 2015

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

Application du Règlement Local de Publicité

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

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

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

Le Règlement Local de Publicité rentre en vigueur dès sa publication.

Suite à l'entrée en vigueur, un temps de mise en conformité des dispositifs existants est prévu :

- Délai de 6 ans pour les enseignes pré-existantes
- Délai de 2 ans pour les publicités et les pré-enseignes pré-existants.

2. Pourquoi réaliser un RLPi sur le territoire Boucle nord de Seine ?

La loi ENE « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 a calqué la procédure d'élaboration des RLPi sur celle des PLU(i) (l'article L581-14-1 du code de l'environnement qui renvoie au code de l'urbanisme) afin de les stabiliser et aller dans le sens de la décentralisation.

Comme le prévoit la loi NOTRe du 7 août 2015, la compétence en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) est transférée aux établissements publics territoriaux (EPT) depuis le 1er janvier 2016. Conformément à l'article L.581-14 du Code de l'environnement, ce transfert de compétence entraîne le transfert de la compétence en matière d'élaboration, de révision ou de modification du règlement local de publicité.

Sur le territoire de Boucle Nord de Seine, il existe aujourd'hui déjà plusieurs règlements locaux de publicité à l'échelle communale :

- Argenteuil, Asnières-sur-Seine, Colombes et Gennevilliers possèdent des RLP de première génération, c'est-à-dire qu'ils sont antérieurs à 2010. S'ils ne sont pas révisés ils seront caducs en juillet 2022 (en application de l'article 22 de la loi du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique repoussant le délai initialement prévu par décret du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes).
- Villeneuve-la-Garenne possède un RLP de 2^e génération, approuvé en janvier 2017.
- La commune de Clichy-la-Garenne possède un RLP de 2^e génération approuvé le 5 février 2020.
- Bois-Colombes ne possède pas de RLP, elle se soumet donc à la réglementation nationale.

L'élaboration du RLPi permet ainsi de conserver une réglementation locale de la publicité et d'aller au-delà en couvrant l'ensemble du territoire d'une réglementation cohérente et adaptée aux différents enjeux de l'intercommunalité.

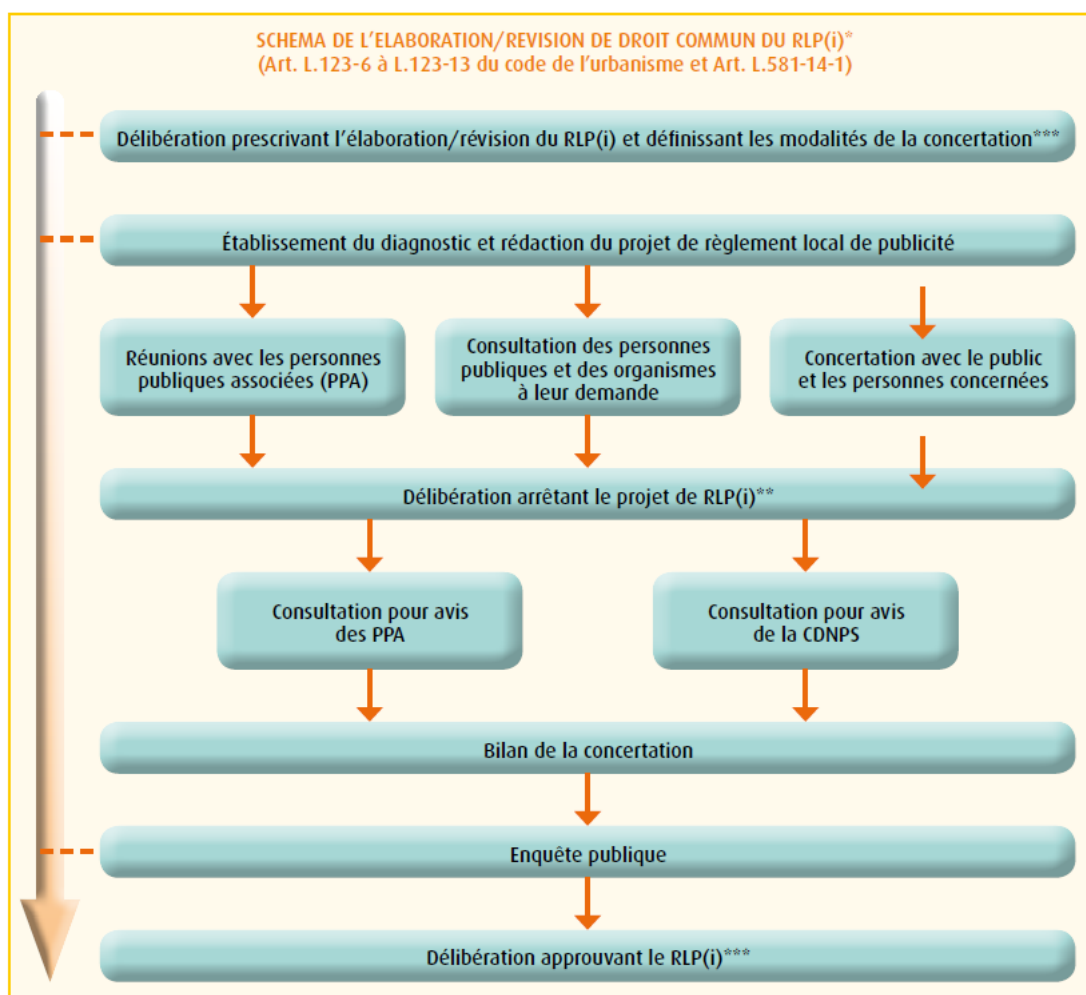
De plus, pour les communes couvertes par un RLPi, l'instruction reste la compétence de la commune et le pouvoir de police est attribué au Maire. Sans RLPi, par l'application du Règlement National de Publicité, l'instruction et le pouvoir de police est de la compétence du préfet.

3. Contenu du RLPi

Le Règlement Local de Publicité intercommunal se compose de trois documents :

- un **rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- un **règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- des **annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLPi et les limites de l'agglomération fixées par les communes sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

4. Déroulé de l'élaboration du RLPi



Source : Guide Pratique RLP - MEDDE

Le conseil de territoire a délibéré le 26 mars 2019 pour prescrire l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Boucle Nord de Seine, approuver les objectifs poursuivis, arrêter les modalités suivantes de collaboration entre l'EPT Boucle Nord de Seine et les sept communes membres et définir les modalités de concertation avec le public.

Suite à cette délibération prescrivant le RLPi, la procédure d'élaboration du RLPi se met en place autour de 4 grandes étapes :

- **Etape 1 : Diagnostic du territoire et définition des orientations**

Le débat sur les orientations du RLPi s'est tenu en conseil de territoire le 9 décembre 2019.

- **Etape 2 : Rédaction du règlement du RLPi**

- **Etape 3 : Arrêt du projet de RLPi**

Le RLPi a été arrêté le 24 juin 2021.

- **Etape 4 : Suivi jusqu'à l'approbation du RLPi**

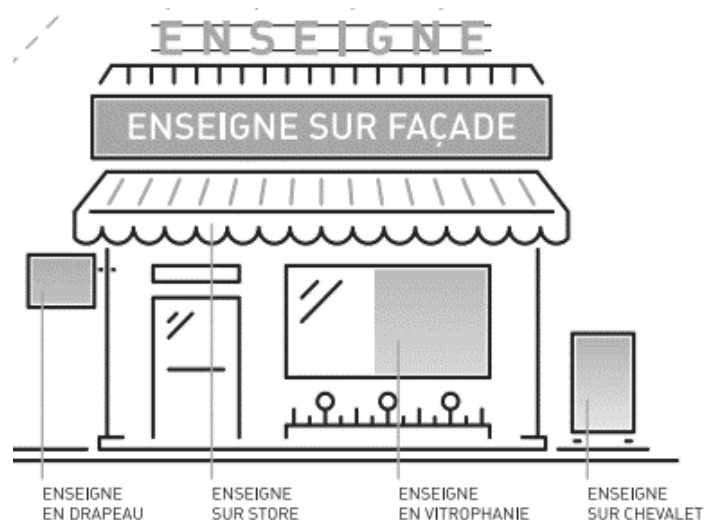
Avis des PPA (3 mois), dont passage en CDNPS (Commission de la Nature des Sites et des Paysages),

Enquête publique

Délibération approuvant le RLPi (contrôle de légalité, RLP annexé au PLU)

5. Les principales définitions

Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



Enseigne au sol



Enseignes en façade

! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes.

Pré-enseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée.





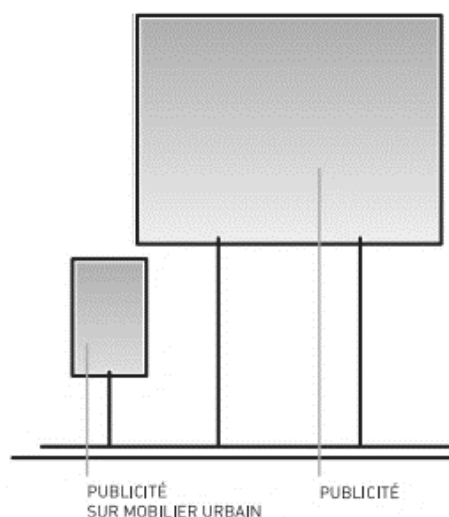
Pré-enseignes scellées au sol

! En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité.

Pré-enseigne dérogatoire :

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

Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.





Publicité murale



Publicité sur mobilier urbain scellé au sol

Dispositifs temporaires (enseignes ou pré-enseignes) :

- signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente, ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Autres dispositifs ne relevant pas du RLPi :

- Panneaux d'information communaux,
- Panneaux d'affichage libre pour les associations à but non lucratif,
- Signalétique d'Information Locale (SIL). Définition : La SIL n'est pas un dispositif publicitaire. Elle est une signalisation implantée sur le domaine public routier ayant pour objet d'informer l'utilisateur sur les différents services et activités situés à proximité. Le dispositif tient compte des demandes de signalisation et il est élaboré par la commune ou l'EPCI qui définit la ligne esthétique et les implantations, dans le respect des règles de sécurité routière et avec l'autorisation du gestionnaire de la voirie concernée.

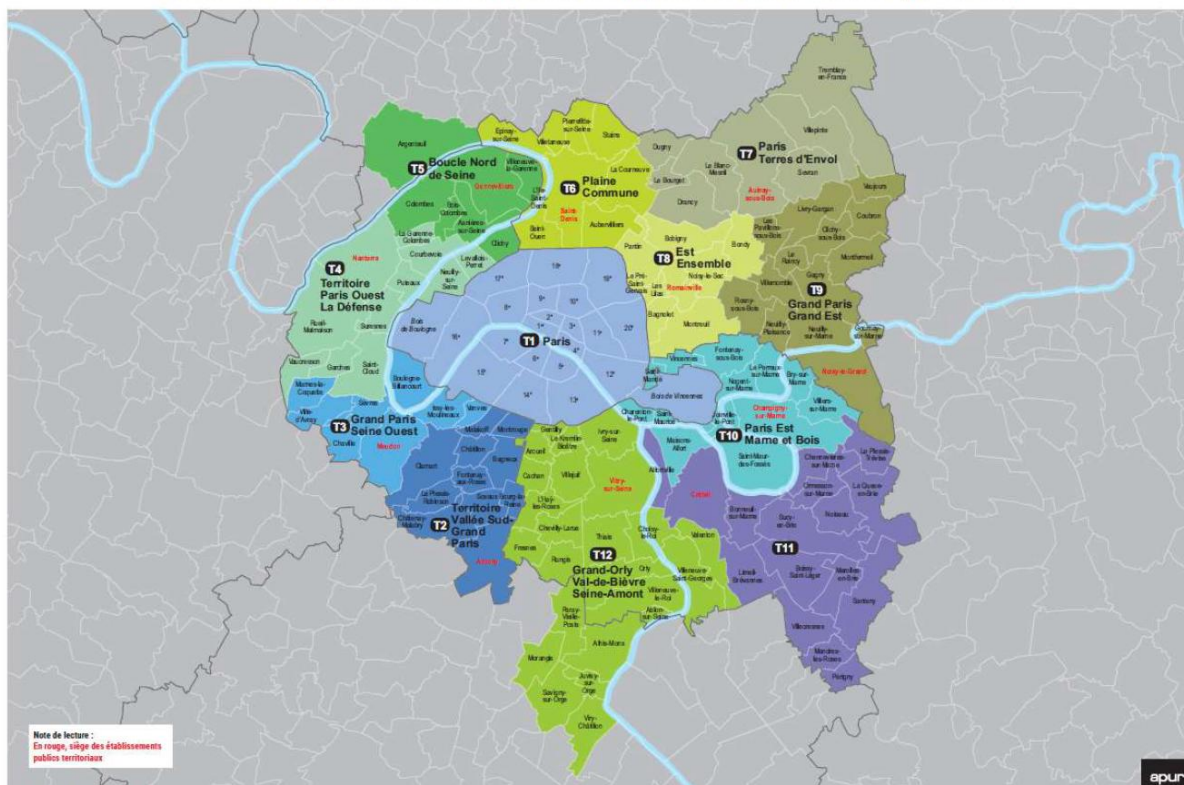


Contexte territorial

I. Données générales

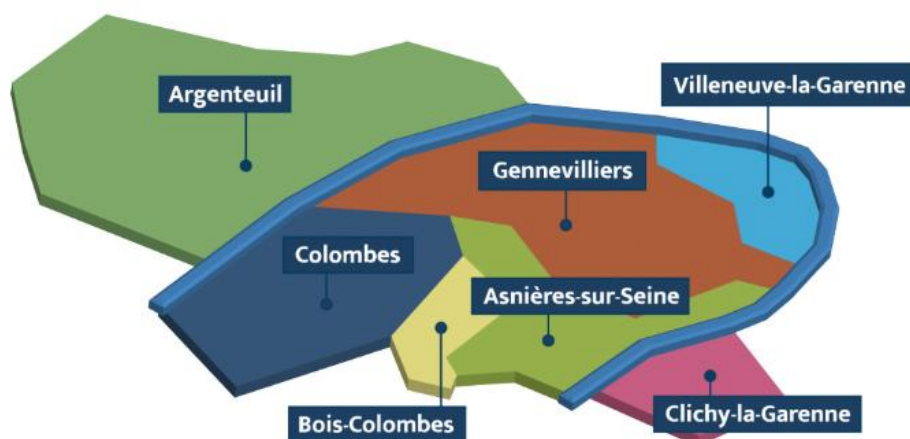
L'EPT Boucle Nord de Seine, créé le 1er janvier 2016 au sein de la Métropole du Grand Paris, regroupe les communes d'Argenteuil, Asnières-sur-Seine, Bois-Colombes, Clichy, Colombes, Gennevilliers et Villeneuve-la-Garenne. Il compte 443 787 habitants (population légale, INSEE 2015) et compte 184 085 emplois (emplois au lieu de travail, INSEE 2015).

Établissements publics territoriaux de la Métropole du Grand Paris au 1^{er} janvier 2016



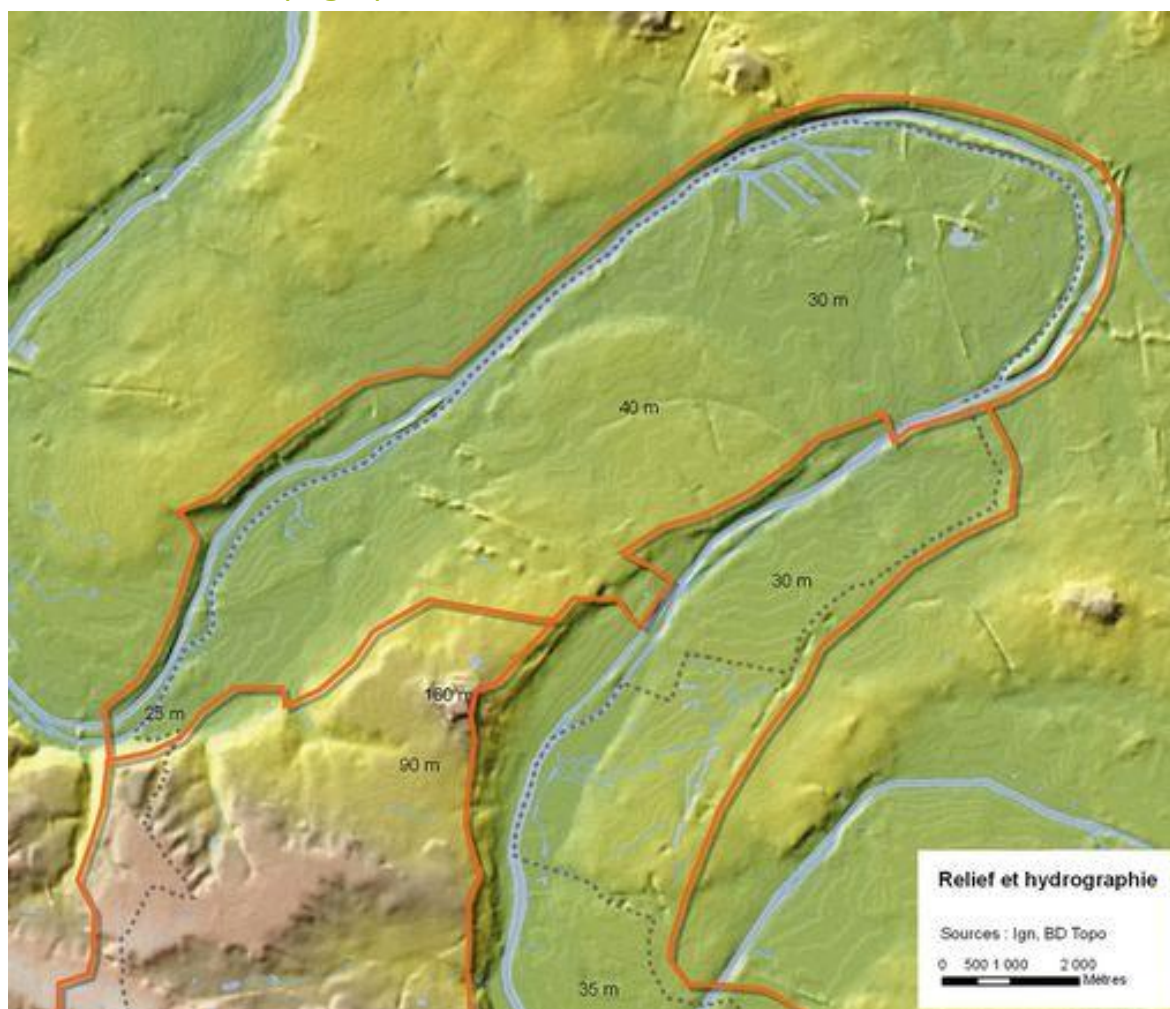
Situé entre Paris, la Défense et La Plaine Saint-Denis, dans les départements des Hauts-de-Seine et du Val d'Oise (Argenteuil), le territoire de Boucle Nord de Seine est pleinement inscrit dans l'espace, les flux et les enjeux métropolitains. Les échanges avec le reste de la métropole sont constants et denses, et les entreprises du territoire contribuent intensément à l'économie métropolitaine.

L'identité du territoire est affirmée à la fois par la géographie et par l'histoire. La géographie d'une part, via la boucle de la Seine au Nord de Paris qui entoure le territoire et borde presque toutes les communes. L'histoire d'autre part, par l'héritage industriel et ferroviaire qui a laissé des traces dans le paysage et marque encore une spécificité économique propre. Il se caractérise enfin par la présence d'identités locales fortes, avec un ensemble de polarités, véritables centres de vie quotidienne, qui perpétuent le « charme » urbain des communes du territoire.



II. Paysage

1. Topographie



Source – Atlas des paysages des Hauts de Seine

Le territoire de Boucle Nord de Seine s'inscrit sur un plateau au cœur de la boucle de la Seine, ainsi que sur la plaine d'Argenteuil. L'ensemble du territoire se caractérise par un relief très plat, d'où peu de ruptures de pente ne se démarquent. L'une localisée à Colombes est tournée vers l'île Marante. Elle constitue une légère déclivité peu perceptible depuis la commune. A Villeneuve la Garenne et

Gennevilliers, dans le parc des Chanteraine ce sont quelques terrassements artificiels qui créent de légères ruptures topographiques. Seule Argenteuil bénéficie d'une topographie un peu plus marquée par la présence notamment du Parisis qui crée ponctuellement des vues paysagères plus dégagées.



Vue depuis la butte d'Orgemont (Argenteuil)

A l'échelle de l'EPT, ce relief principalement plat limite les vues lointaines. Le tissu urbain ferme les vues et laisse ainsi peu à voir la Seine qui se développe pourtant tout autour des différentes communes.

2. La Seine au cœur du paysage de l'EPT

Le territoire de Boucle Nord de Seine, comme son nom l'indique, est inscrit dans la boucle Nord-Ouest de la Seine. Celle-ci fait partie du paysage de l'EPT et constitue un élément identitaire du territoire.

A l'exception de la commune de Bois Colombes, toutes les villes de Boucle Nord de Seine sont longées par la Seine en limite communale. L'eau est ainsi un élément de lien fort entre les différentes communes. Depuis des années, l'eau qui marque le paysage, le caractérise et est devenue ainsi une source d'inspiration.

La présence du fleuve crée un paysage particulier, notamment grâce à des vues ouvertes et à des alignements arborés découvrant ponctuellement des espaces privilégiés. Certains quais sont ainsi préservés en tant que



© RMN-Grand Palais (musée d'Orsay) / Hervé Lewandowski

Le Bassin d'Argenteuil, Claude Monet, 1872

secteurs de nature et de promenade dans plusieurs communes. Pour autant la Seine n'est pas qu'un espace de nature au cœur de la métropole du Grand Paris, elle est également une route fluviale d'importance permettant d'acheminer des marchandises et des matériaux au cœur de la capitale.

Ce statut de route fluviale définit ainsi une partie du paysage de Boucle Nord de Seine. En effet les ports (et notamment le Port de Gennevilliers), ainsi que les zones d'activités se sont naturellement implantées dans cette boucle de Seine aux portes de Paris.



Darse du Port de Gennevilliers

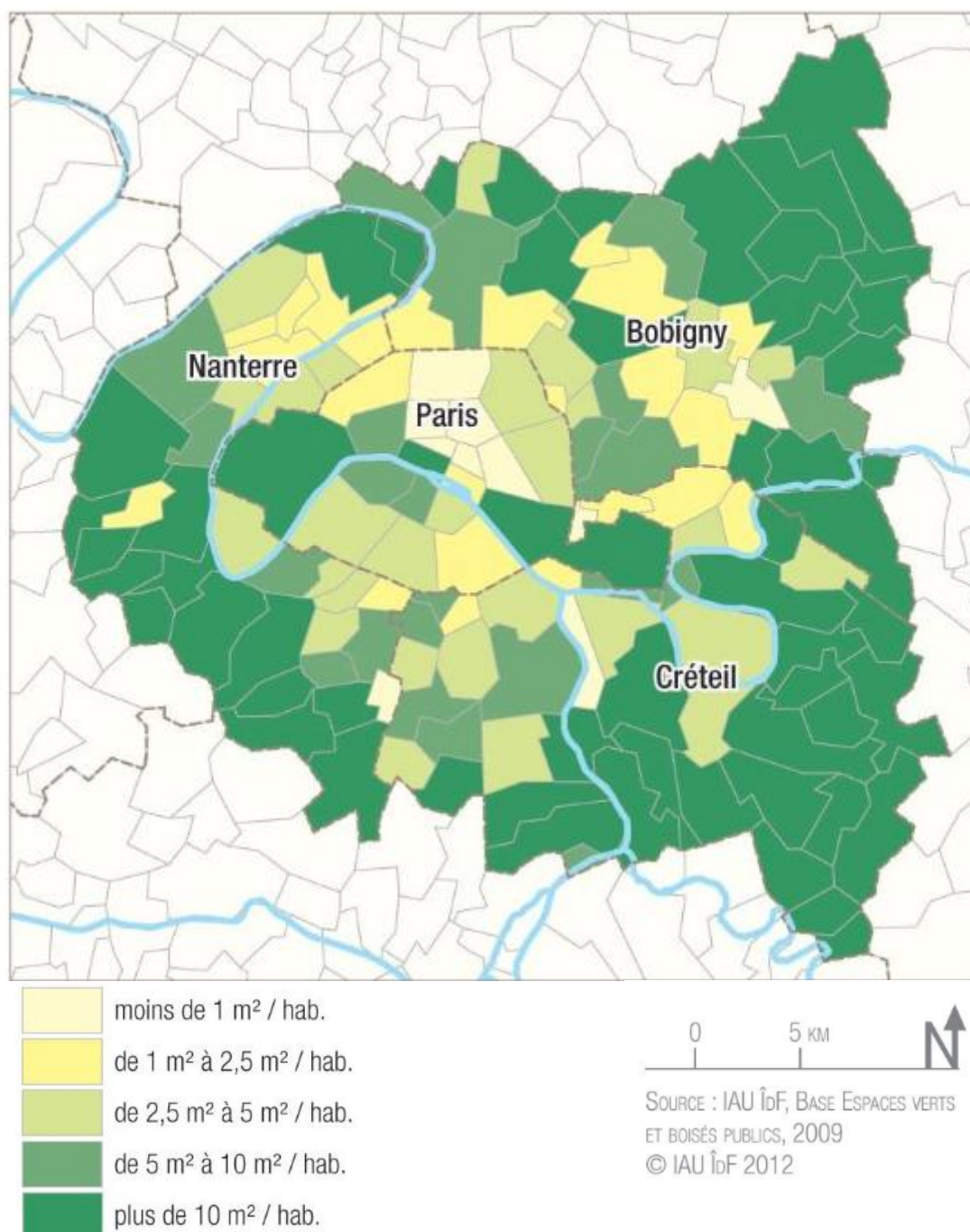
Source – Atlas des paysages des Hauts de Seine

Le développement de la métropole définit aujourd'hui de nouveaux enjeux. Si les besoins d'accueil d'activités restent importants, une partie de ceux-ci tendent à être convertis en secteurs tertiaires ou mixtes afin de faire face à des besoins en logements grandissants. La nature au cœur du territoire

Si le territoire de Boucle Nord de Seine est en grande partie urbanisé, il se définit également par une forte imbrication entre espaces urbains et espaces de nature.

Deux grandes typologies urbaines et de répartition de la nature en ville existent sur le territoire.

Les communes de Gennevilliers et Villeneuve-la-Garenne se caractérisent par une urbanisation dense, dédiée en partie aux zones d'activités. Ce tissu urbain laisse une place limitée à l'imbrication du végétal dans le tissu privé. Pour autant le végétal et les espaces de nature en ville occupent une place importante. En effet le Parc des Chanteraines, prend place sur plus de 82 hectares entre les deux communes. Il offre ainsi aux habitants l'accès un espace vert de qualité tant en terme d'espace, que de paysage ou de biodiversité.



Les communes d’Asnières-sur-Seine, de Bois-Colombes, de Colombes et d’Argenteuil se caractérisent par une forte présence du tissu pavillonnaire. Le végétal est ainsi naturellement imbriqué dans le tissu urbain et une grande partie des habitants bénéficient ainsi d’un espace vert de proximité grâce à leur jardin. Cartographiquement, si l’on recense la proximité aux espaces verts et boisés publics, ces communes apparaissent donc en carence d’espace vert, pour autant les espaces privés apportent une réponse de qualité tant pour le cadre de vie que pour la biodiversité. De plus de grands espaces verts existent dans ces communes. A Argenteuil, les buttes du Parisis notamment ainsi que la plaine d’Argenteuil (vaste espace de 90 hectares occupé sur sa partie Ouest par de parcelles céréalières et maraîchères et dans sa partie Est par des vergers et des jardins ouvriers) constituent de vastes espaces de nature pour l’ensemble des habitants. De même à Colombes, le parc Lagravère, offre une promenade en bord de Seine.

Seule la commune de Clichy-la-Garenne dispose d'un peu moins d'espaces verts, autant dans l'espace urbain, qui est relativement dense, qu'au niveau des parcs ou squares. Pour autant les différents alignements d'arbres dans les rues de la commune offrent une trame verte qualitative.

Boucle nord de Seine

Mutations environnementales

Points d'appui des trames urbaines

Mobilités actives

■ Sentiers de randonnées

— Pistes cyclables

Nature en ville

■ Agriculture : Plaine d'Argenteuil

■ Jardins partagés ou collectifs

■ Parcs / jardins publics, zones naturelles et
Amenagements des berges de Seine
Villas et avenues privées

✱ Point de vue / Panorama

■ Cils jardins

● Centres de valorisation énergétique de la biomasse

Transports

— Voies rapides (à plus de 50 km/h)

■ Chemin de fer et Transilien

■ RER C

■ Métro 13

■ Tram 1 et 2

● Stations TC

Sources : PLU / PADD des communes, Mode
d'occupation des sols IAU, IAU Carotix,
Open DATA APUR, CDD Boucle nord de Seine,
Associations de Jardins collectifs et familiaux,
site Autolib', Plan départemental des itinéraires
de promenade et de randonnée, informations
recueillies auprès des services des communes

0 200 1300

19 novembre 2018

acadie

SHAHINDA LANE

ARCHITECTE URBANISTE



III. Patrimoine

Le territoire de Boucle Nord de Seine est concerné par un certain nombre de protections liées au patrimoine. En effet le territoire accueille 15 monuments historiques, 2 sites classés ou inscrits, ainsi qu'un site patrimonial remarquable, la Cité-Jardin à Gennevilliers.

Immeuble classé monument historique	Commune
Abbaye Notre-Dame (ancienne)	Argenteuil
Chapelle Saint-Jean	Argenteuil
Château du Marais	Argenteuil
Allée couverte	Argenteuil
Usine élévatrice des eaux (ancienne)	Colombes
Château (ancien)	Asnières-sur-Seine
Entrepôts du Printemps	Clichy
Maison du Peuple	Clichy
Soufflerie Hispano-Suiza	Bois-Colombes
Pavillon de Vendôme	Clichy
Gare Lisch	Asnières-sur-Seine
Église Sainte-Geneviève	Asnières-sur-Seine
Église Saint-Médard (ancienne)	Clichy
Église paroissiale Saint-Pierre Saint-Paul	Colombes
Immeuble	Asnières-sur-Seine



Usine élévatrice des eaux – Colombes



Chapelle Saint-Jean à Argenteuil



Pavillon de Vendôme – Clichy



Maison du Peuple - Clichy

Au-delà des sites et monuments remarquables faisant l'objet d'une protection réglementaire, de nombreux autres éléments patrimoniaux, et formes urbaines situés sur le territoire donnent également du caractère aux paysages et jouent un rôle dans l'identité de Boucle Nord de Seine. Constituant souvent des éléments de repère, leur mise en valeur fait partie des enjeux du présent RLPi.

IV. Économie

Des zones d'activités qui marquent le paysage

Le territoire Boucle Nord de Seine regroupait 184 085 emplois en 2015 selon l'Insee, pour 39 273 établissements actifs sur le territoire. Plusieurs zones d'activités y sont implantées, majoritairement à l'Est et au Nord du territoire (cf : carte ci-dessous).



Source – Atlas des paysages des Hauts de Seine

Carte de localisation des secteurs d'activités dans les communes de la Boucle Nord-Ouest de la Seine

L'analyse de l'activité économique montre que le territoire est plutôt tourné vers des activités généralistes, au sein d'un ensemble métropolitain qui se caractérise plutôt par la spécialisation de ses composantes. Les fonctions « support » sont très présentes dans le territoire. Il s'agit de toutes les activités qui appuient les autres secteurs : logistique, bâtiment et travaux, publics, services quotidiens aux entreprises (restauration, entretien, gardiennage, réparations...), de même que les fonctions productives (toute activité de transformation, notamment industrielle).

Cette spécialisation est liée notamment à la présence de Ports de Paris-HAROPA/plateforme de Gennevilliers, qui fait du territoire un maillon essentiel de la chaîne logistique métropolitaine.

Ces grandes zones d'activités, par leur situation, leur taille et les entreprises qu'elles accueillent, présentent des besoins en termes de visibilité plus ou moins importants.



Zone d'activité commerciale – Gennevilliers



Zone d'activité – Villeneuve-la-Garenne



Parc d'activités du Val d'Argent à Argenteuil



Espace commercial des Chanteraines, Gennevilliers et Parc d'activités des Chanteraines, Villeneuve-la-Garenne



Port autonome de Gennevilliers

De nombreuses polarités commerciales

Par ailleurs, l'une des caractéristiques remarquables du territoire, est la présence de centralités historiques qui demeurent vivantes, par l'activité commerciale et de service. En effet, au même titre que les zones d'activités, les centres-villes et autres polarités regroupent une part importante des entreprises et sont des secteurs importants pour l'activité économique du territoire.



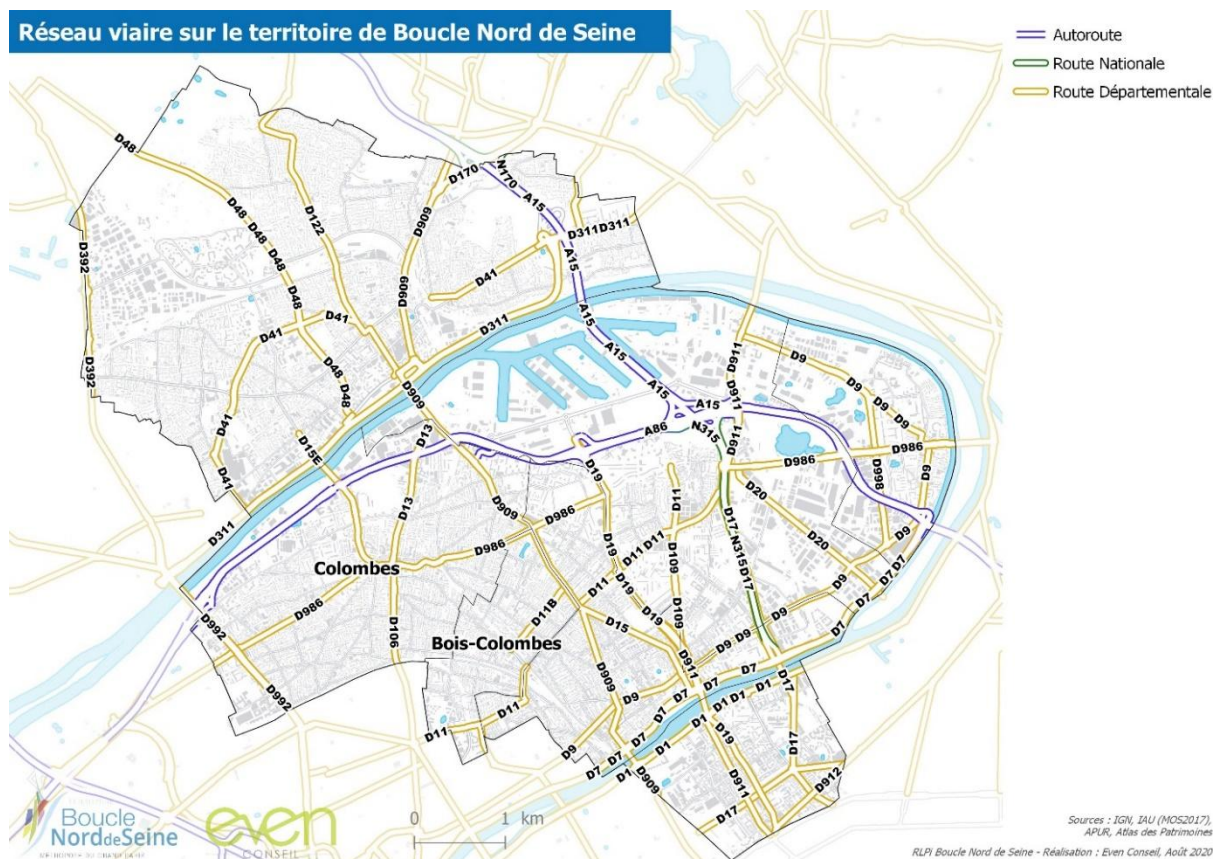
Centre commercial Côté Seine, Argenteuil - Centre-ville commercial de Colombes



Centre-ville commercial de Clichy -

V. Réseau viaire

Le territoire est traversé par plusieurs axes dont les enjeux et les protections par rapport à la publicité sont différents.



Des axes majeurs tels que l'A86, l'A15, la N 315 ou encore le périphérique parisien, traversent le territoire ou le joutent (cas du périphérique à proximité de Clichy). Ces axes, très circulés, représentent des enjeux d'affichage très importants pour les publicitaires. Pour autant, protégés par le fait qu'ils soient considérés comme des voies express, les possibilités d'affichages y sont restreintes.

Certains axes traversent ou longent des tissus urbains constitués continus entre les différentes communes du territoire, à la fois à vocation économique mais également commerciale ou résidentielle. La diversité des fonctions traversées par les grands axes du territoire nécessite d'avoir une logique différenciée de gestion de la publicité et des enseignes afin de répondre à la fois aux besoins de visibilité des entreprises et commerces et de préservation du cadre de vie des habitants.

Le périphérique parisien, du fait du trafic particulièrement important et d'une vitesse plus limitée par rapport aux autoroutes est une cible privilégiée pour les afficheurs. A ce titre, l'axe est affiché de multiples façons, et notamment à l'aide de bâches publicitaires de grand format.

D'autres axes, de gabarits moindres, mais également très empruntés traversent les différentes communes. Certains font l'objet aujourd'hui d'une déqualification, que la présence d'une publicité proliférante contribue à renforcer.

Certains axes routiers tels que les quais de Seine, les franchissements de Seine ainsi que les entrées de ville sont des secteurs marquant l'image du territoire. L'encadrement de la publicité y est un enjeu fort pour la préservation du paysage et l'attractivité du territoire.

Ainsi, l'ensemble des routes sont des secteurs à très forts enjeux, car très circulés et non protégés par le statut de voie express. Que ce soit sur mobilier urbain ou au sein de parcelles privées, ces axes regroupent la majorité des publicités, qui sont généralement de formats importants.

VI. Voies ferrées et réseaux de transports en commun

Le territoire de Boucle Nord de Seine est traversé par plusieurs voies ferrées et réseaux de transports en commun qui constituent tous, à leur manière, un enjeu en termes d'affichage.

La ligne 13 du métro dessert les communes de Clichy, Asnières et Gennevilliers. Ce sont au total quatre stations de métro qui sont implantées dans le territoire et qui constituent chacune des portes d'entrées sur les villes. A ces gares s'ajoutent l'ensemble des portions de métro aérien de la ligne 13 entre Clichy et Asnières. Au même titre que les portes d'entrées routières, ces secteurs de gares et de voies aériennes doivent être préservés.

Les transiliens J et L relient quant à eux les communes d'Argenteuil, Colombes, Bois-Colombes, Clichy et Asnières à la gare Saint Lazare. Ces voies, majoritairement aériennes, constituent des emprises SNCF relativement importantes dans les différentes communes traversées. Selon les RLP communaux et la visibilité des voies par rapports aux axes viaires, ces parcelles ferroviaires peuvent être des espaces privilégiés pour l'implantation de publicités (le long des voies ou au niveau des ponts).

Les voies du RER C traversent quant à elles les communes de Gennevilliers et Asnières avec deux arrêts sur la commune de Gennevilliers. Les voies du RER sont majoritairement surélevées, ce qui limite le foncier disponible pour y installer des publicités.

Enfin deux lignes de Tramway parcourent le territoire. La ligne T1 relie la gare de Noisy-le-Sec à celle des Courtilles et au carrefour des 4 routes, en desservant notamment la gare de Saint Denis. La ligne T2 quant à elle relie la Porte des expositions au Pont de Bezons en desservant La Défense et une grande partie des communes de l'Ouest parisien. Ces deux lignes de tramway s'accompagnent sur le territoire d'aménagements paysagers (voies enherbées, plantations, larges espaces dédiés aux piétons, etc) ce qui en fait des espaces plutôt qualitatifs à préserver.

VII. Dynamique des projets de territoire

Le territoire de Boucle Nord de Seine est actuellement au cœur de projets de développement ou de renouvellement urbain ainsi que de projets de transports qui vont modifier la physionomie de certains quartiers et renforcer les enjeux sur l’affichage et les enseignes. La stratégie territoriale de Boucle Nord de Seine approuvée en juin 2018 définit plusieurs axes de développement qui se recoupent avec les enjeux liés au RLPi. Ainsi les secteurs de projets font partie intégrante de la réflexion sur les règles de publicités et d’enseignes à définir.

L’objectif de la prise en compte de ces projets dans le RLPi est notamment d’accompagner l’évolution des tissus existants, de façon à améliorer la qualité urbaine du territoire sans en bouleverser les caractéristiques (préservation des tissus pavillonnaires, opérations de rénovation urbaine, projets d’éco-quartiers, ...).

Cette stratégie porte également la volonté de renforcer les polarités commerciales existantes et de densifier l’offre commerciale de proximité.

L’EPT poursuit par ailleurs un objectif de résorption des fractures urbaines au sein du territoire (voies rapides, franchissements de Seine, lignes à haute tension). Le RLPi doit ainsi accompagner ces projets afin de limiter l’affichage dans des secteurs en pleine restructuration, l’objectif étant de tendre vers une meilleure qualité urbaine.

La stratégie territoriale fixe également comme une priorité le développement d’une offre d’accueil des entreprises diversifiée dans les zones d’activités ainsi qu’au cœur du tissu urbain. La prise en compte de différentes typologies d’implantations d’activités dans la définition des règles d’enseignes est ainsi essentielle pour permettre une bonne visibilité de chaque acteur.

La valorisation des Berges de Seine, dans ses dimensions paysagères, touristiques, économiques, est un des axes de la stratégie territoriale qu’il convient également d’intégrer à la réflexion sur la publicité afin d’y limiter le nombre de dispositifs d’affichage et leur format.

1. Des grands projets de transport

Différents grands projets de transport sont en réflexion ou déjà en cours sur le territoire de l’EPT. Ces travaux, en améliorant les déplacements quotidiens, auront un impact sur les quartiers environnants et leur potentielle mutation. Ils doivent donc être intégrés à la réflexion autour des publicités et enseignes pour les années à venir.

❖ Prolongement de la ligne T1 du Tramway

Le projet de prolongement du T1 initié en 2011 doit permettre à terme d'améliorer la liaison entre les communes de la première couronne et notamment de Colombes à Val de Fontenay. L'objectif est également d'améliorer l'accès au quartier de La Défense.

Ce projet a commencé au niveau de la commune d'Asnières-sur-Seine dont le tronçon entre la gare d'Asnières-Gennevilliers et Quatre routes a été réalisé. Le prolongement doit se poursuivre vers Colombes puis à terme jusqu'à Nanterre et Rueil-Malmaison.



Source – RATP.fr

❖ Prolongement de la ligne 14 du métro



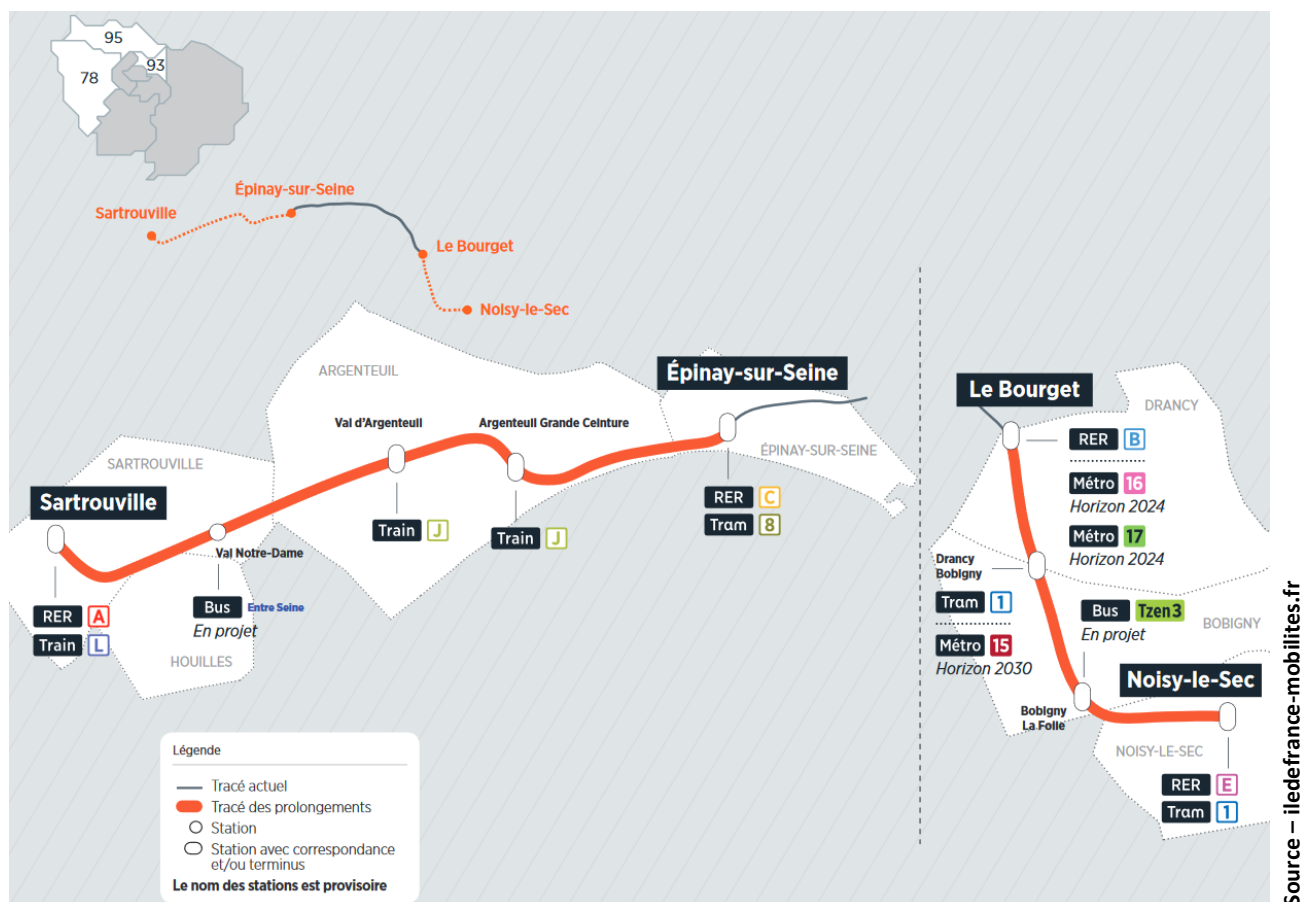
Source – RATP.fr

Afin de désengorger la ligne 13 reliant Asnières à Paris, un prolongement de la ligne 14 a été mise en service en décembre 2020. Ce tronçon relie la gare Saint Lazare à Mairie de Saint-Ouen. Il permet de desservir la gare RER C de Clichy et d'offrir ainsi une nouvelle connexion plus rapide entre Clichy-la-Garenne et Paris.

❖ Prolongement de la ligne T11 express du Tramway

Le prolongement du T11 Express doit permettre de relier à l'Ouest la gare d'Épinay à Sartrouville et à l'Est Le Bourget à Noisy-le-Sec. Sur le territoire de Boucle Nord de Seine, c'est ainsi la commune d'Argenteuil qui bénéficiera majoritairement de ce prolongement.

Si aujourd'hui la plupart des études ont été réalisées, les financements ne sont pas encore complètement définis. Ainsi il n'est pas acté de date finale de réalisation. Pour autant ce projet sera réalisé et finira par impacter certains quartiers de la commune d'Argenteuil en attirant plus de monde et en dynamisant certaines polarités de futures gares.



❖ Grand Paris express

La ligne 15 Ouest du Grand Paris Express va, à l'horizon 2030, traverser le territoire en passant par les gares de Bécon-les-Bruyères, Bois-Colombes, les Agnettes et les Grésillons. Cette ligne constituera ainsi à terme un anneau autour de Paris permettant de simplifier les liaisons de banlieue à banlieue, ce qui inclura d'autant plus le territoire de Boucle Nord de Seine au cœur des échanges de la Métropole.



La ligne fera la liaison entre les différents réseaux ferrés du territoire, aujourd'hui peu connectés. Cela démultipliera les possibilités de traversées entre les communes de l'EPT et celles alentours.

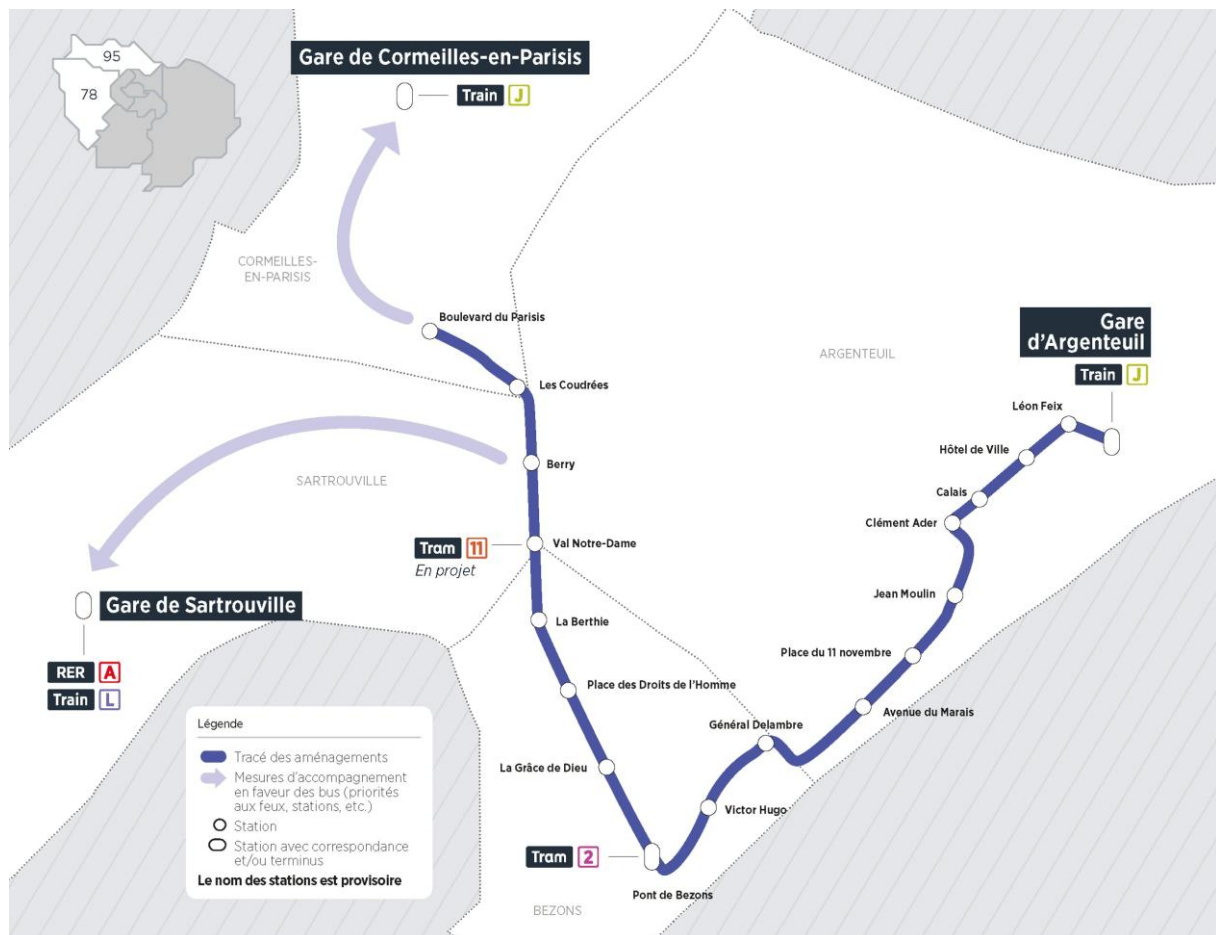
Ce développement est un atout certain, mais il induira également des contraintes organisationnelles nouvelles qui seront à prendre en compte (demande croissante de logements, flux de voyageurs croissants, etc.).

A l'abord de ces gares, qui représenteront des secteurs à enjeux majeurs en termes d'affichages, les besoins peuvent d'ores et déjà être repensés.

❖ **Le TCSP (Transport en commun en site propre) Bus entre Seine**

La mise en service du bus Entre Seine (bus en site propre) doit permettre d'améliorer la desserte sur le territoire au sein de la commune d'Argenteuil. Il doit en effet permettre de connecter le pont de Bezons à la gare d'Argenteuil.

Le projet prévoit l'aménagement de voies réservées aux bus et de mesures d'accompagnement permettant d'améliorer le service, et notamment les temps de parcours et la régularité des bus.



Source – iledefrance-mobilites.fr

Les Enjeux de la Ligne de Bus « Entre Seine » sont multiples :

- Assurer un rabattement efficace avec les transports structurants:
 - Tramway T2
 - RER A
 - Transiliens L et J
- Assurer une liaison performante bus entre le centre-ville d'Argenteuil et le Pont de Bezons
- Assurer une desserte fine du centre-ville d'Argenteuil
- Assurer la desserte des quartiers denses en population et emplois
- Gérer les interfaces avec le projet Porte Saint Germain Berges de Seine
- Améliorer les conditions de circulation des bus sur les séquences sans site propre actuellement

2. Des projets de renouvellement urbain d'envergure

Dans les différentes communes de l'EPT, de nombreux projets de développement ou renouvellement urbain sont en cours ou prévus. Ils vont permettre de transformer certains secteurs de friche ou secteurs d'activités en secteurs mixtes ou d'habitat. Par cette mutation, les typologies urbaines vont être bouleversées et les besoins en affichage seront également radicalement différents, autant en terme publicitaire qu'en terme de typologie d'enseignes. Ces projets sont donc intégrés à la réflexion du RLPi.

❖ Projets d'aménagements de nouveaux quartiers mixtes

Une partie des secteurs en mutation concernent des projets d'aménagement de nouveaux quartiers dans des secteurs de friches d'activités ou au niveau d'emprises libérées par le départ de grands équipements. Les besoins de ces futurs quartiers aménagés sur des parcelles initialement peu construites ou laissés à l'abandon peuvent ainsi être intégrés directement au RLPi, malgré un développement pouvant s'étaler sur plusieurs années. L'impact de nouvelles règles ne pénalisera pas des activités initialement en place.

La ZAC de l'Arc sportif à Colombes se développe par exemple sur un ancien site de l'entreprise Thalès, la ZAC du Parc d'affaires à Asnières et la ZAC Sud Chanteraines à Gennevilliers se construisent de leur côté sur d'anciennes zones d'activités, tandis qu'à Clichy-la-Garenne c'est sur d'anciennes friches industrielles et des secteurs d'habitat dégradé que s'aménage la ZAC du Bac d'Asnières.

A Gennevilliers le déménagement de l'ancien cimetière offre par ailleurs aujourd'hui l'opportunité de construire un nouveau centre-ville à la commune.

A Villeneuve la Garenne, grâce à l'enfouissement ou à la suppression de deux lignes à haute tension à l'horizon 2023, des terrains jusque-là inconstructibles vont pouvoir muter pour créer de nouveaux quartiers à dominante résidentielle.

❖ Opérations de renouvellement urbain au sein de tissus urbains mixtes

Une partie du renouvellement urbain prend place dans des tissus urbains déjà constitués mixtes. Ils permettent le développement d'une nouvelle offre de logement, de commerces, services ou d'immobilier tertiaire.

Les projets de la Porte Saint Germain à Argenteuil ou la ZAC Entrée de ville à Clichy-la-Garenne par exemple permettent un renouvellement urbain dans des secteurs de concentration d'habitat dégradé.

Les ZAC Pompidou le Mignon à Bois-Colombes et le secteur Gallieni à Villeneuve-la-Garenne offrent une opportunité de densification dans des tissus peu denses et qualitatifs, notamment le long d'axes importants.

Au sein de ces secteurs, les typologies de commerces avant et après le renouvellement urbain doivent être correctement pris en compte afin de gérer la transition urbaine et adapter les règles d'affichage, autant aux besoins actuels que futurs des commerces.

❖ Opérations de renouvellement urbain au sein de quartiers d'habitat collectif

Plusieurs autres secteurs en mutation s'insèrent dans des quartiers d'habitat collectif des années 1960-1970 favorisant le renouvellement et le développement de l'offre de logements, et le renforcement de l'offre d'équipements, de services et commerces de proximité (ex : projet des Hauts d'Asnières à Asnières, projet des Agnettes à Gennevilliers, projet centre-ville à Villeneuve-la-Garenne, ...).

Ces quartiers initialement résidentiels vont, au fur et à mesure, intégrer plus d'équipements et de commerces. A ce titre le RLPi doit définir des règles d'enseignes conformes aux futurs besoins de ces secteurs.

❖ Opérations de renouvellement urbain de zones d'activités

Certaines opérations de renouvellement urbain de zones d'activités permettent le développement d'un nouvel immobilier d'entreprises (ex : parcs d'activités des Berges de Seine et de la Gare à Argenteuil, ZAC Gare des Grésillons à Gennevilliers, ...).

Cette mutation induit des besoins en terme d'enseignes et d'affichage publicitaire assez différents. Les délais d'aménagement et les besoins initiaux et futurs des activités de ces zones sont donc analysés au cas par cas afin d'intégrer les dispositions les plus cohérentes à ces secteurs de mutation.

3. Les JO de 2024, des préparatifs intégrés aux problématiques du territoire

Les JO de 2024, en cours de préparation, vont impacter une partie du territoire.

En effet la situation du village olympique, à cheval sur l'île Saint Denis et Saint Denis (en face des communes de Gennevilliers et Villeneuve-la-Garenne) va induire des enjeux spécifiques. Le nombre de personnes affluant dans le secteur autour de la période des jeux, va engendrer une pression d'affichage forte. Des demandes d'affichage exceptionnel seront à prévoir.

La ville de Colombes accueillera quant à elle un site officiel des JO de 2024, le stade Yves-du-Manoir. Il sera le lieu des épreuves de hockey sur gazon. Des demandes particulières pour l'affichage des compétitions y sont également prévisibles.

Boucle nord de Seine

Mutations urbaines et sociales


Les projets


Renouvellement du tissu urbain

 ZAC

 Zones en projet

Grand Paris Express

 Futures gares du GPE (implantées sur les gares et stations existantes)

 Périmètre 250m autour des gares GPE

 Périmètre 800m autour des gares GPE

Équipements de portée métropolitaine

 Équipements existants

 Équipements futurs

 Équipements sportifs


 Conservatoire

 Salles d'expositions

 Sous-Préfecture

 Salles de spectacles

 Projets IMGP

 Sites officiels - JO 2024

Autres projets de transports en commun

 Extension Métro 14, TRAM 11 Express

 Extension Tram 1

 Nouvelles stations

Transports en commun existants

 Stations TC

 Tram

 Métro

 RER C

 Chemin de fer et Transilien

Sources : PLU des communes, Mode d'occupation des sols IAU, IAU, Société du Grand Paris, informations recueillies auprès des services des communes

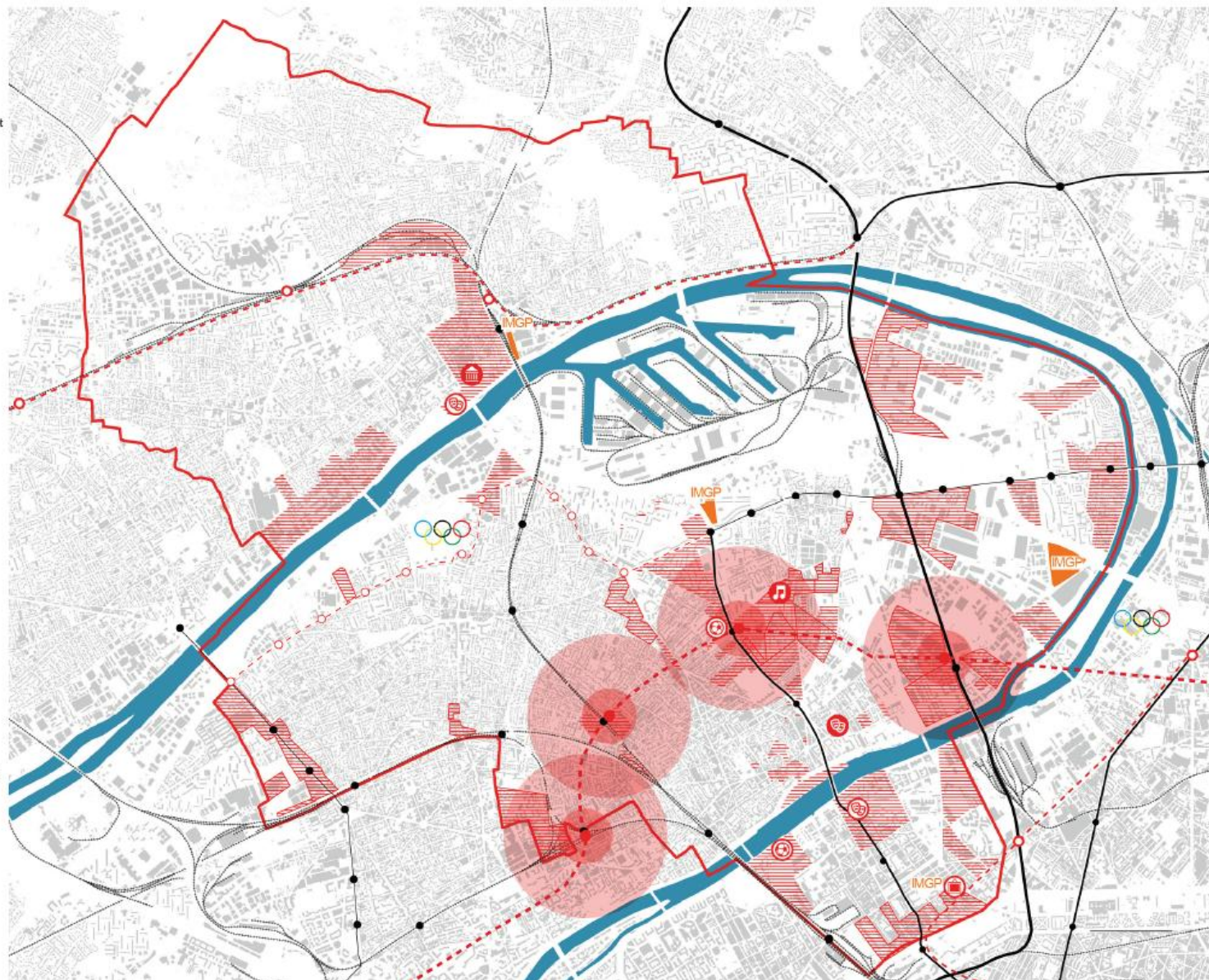
0 250 1 250

19 novembre 2018

acadie

SHAHINDA LANE

ARCHITECTE URBANISTE





Le cadre réglementaire de Boucle Nord de Seine

Au regard de la nouvelle réglementation, le territoire de Boucle Nord de Seine est soumis à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération ;
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques ;
- Aux dispositions s'appliquant à chaque commune du territoire.

I. Le seuil démographique d'agglomération et l'unité urbaine de Paris

Toutes les communes de Boucle Nord de Seine ont plus de 10 000 habitants et font partie de l'unité urbaine de Paris qui regroupe plus de 800 000 habitants. Le territoire est donc soumis à des règles relativement souples au niveau national.

		En aggro		Hors aggro
		-10 000 hab.	+ 10 000 hab.	
Publicité & Pré-enseignes	Publicité au sol	interdite	12m ² max	<ul style="list-style-type: none"> Publicité interdite Pré-enseignes interdites Pré-enseigne dérogatoire autorisées (1,5 x 1 m)
	Publicité en toiture	interdite	interdite	
	Publicité numérique	interdite	8m ² max	
	Publicité murale Uniquement sur murs aveugles	4m ² max	12m ² max	
	Publicité éclairée par transparence	4m ² max	12m ² max	
Enseignes	Enseignes en façade	15% ou 25% de la surface	15% ou 25% de la surface	<ul style="list-style-type: none"> Enseignes autorisées hors agglomération
	Enseigne au sol 1 par voie ouverte à la circulation	6m ² max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m)	12m ² max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m)	
	Enseignes en toiture en lettres découpées	3m de haut max si façade < 15m	3m de haut max si façade < 15m	

Définition INSEE : La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. 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.

II. Les périmètres environnementaux et urbains

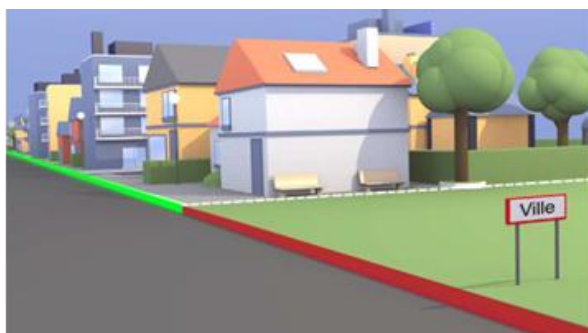
La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs présentés ci-après.

1. Le périmètre d'agglomération

1.1. Définition de la notion d'agglomération

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse ou le borde ».

Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

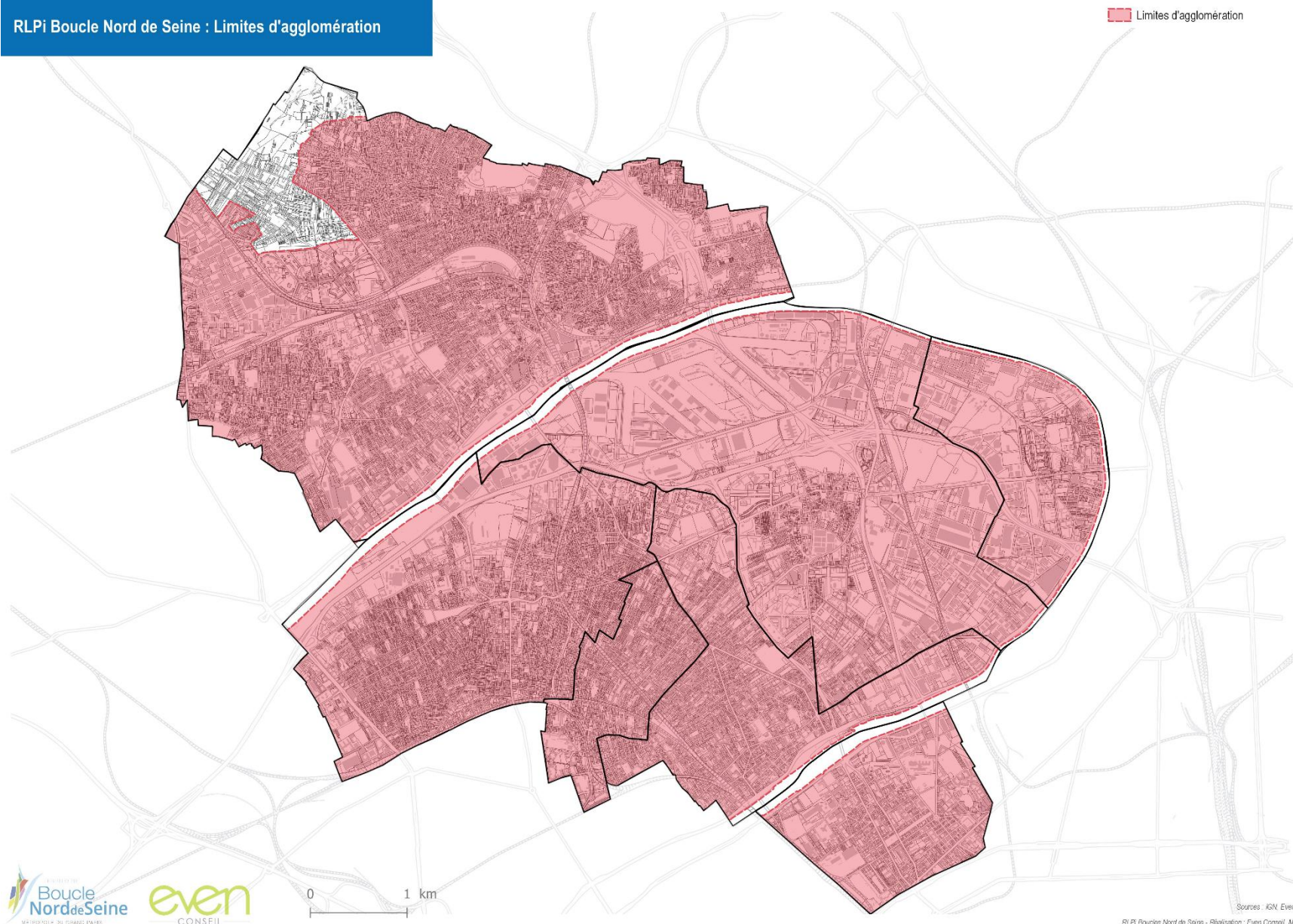


Extrait du guide de la réglementation de la publicité extérieure

Toute publicité (et pré-enseigne) est interdite en dehors des agglomérations (sauf dispositifs dérogatoires).

1.2. Carte de limite d'agglomération

RLPi Boucle Nord de Seine : Limites d'agglomération



2. Les périmètres environnementaux réglementaires

❖ Interdictions absolues

- sur les monuments historiques (classés et inscrits) ;
- dans les sites naturels et dans les sites classés ;
- sur un immeuble protégé par arrêté du maire compte tenu de son caractère esthétique, historique ou pittoresque ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.

❖ Interdictions relatives (il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLPi, cette dérogation restant exceptionnelle et argumentée)

- aux abords des monuments historiques ;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé) ;
- dans les PNR ;
- dans les sites inscrits ;
- à moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 sur arrêté du Maire après avis du conseil municipal et de la CDNPS ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (= Natura 2000).

Il est à noter que la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible depuis le monument historique ou visible en même temps que lui et situé dans le périmètre de protection. Il convient de distinguer le critère de visibilité directe : vue depuis la publicité vers le Monument Historique et réciproquement de celui de co-visibilité qui induit l'observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le Monument et le dispositif publicitaire.

Plusieurs secteurs au sein du territoire font ainsi l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national.

3. Le patrimoine remarquable : paysages naturels et urbains

Le territoire de Boucle Nord de Seine est concerné par un certain nombre de protections, liées aux monuments historiques, sites classés et inscrits, recensés ci-dessous :

Immeuble classé monument historique	Commune
Abbaye Notre-Dame (ancienne)	Argenteuil
Chapelle Saint-Jean	Argenteuil
Château du Marais	Argenteuil
Allée couverte	Argenteuil
Usine élévatrice des eaux (ancienne)	Colombes
Château (ancien)	Asnières-sur-Seine
Entrepôts du Printemps	Clichy
Maison du Peuple	Clichy
Soufflerie Hispano-Suiza	Bois-Colombes
Pavillon de Vendôme	Clichy
Gare Lisch	Asnières-sur-Seine
Église Sainte-Geneviève	Asnières-sur-Seine
Église Saint-Médard (ancienne)	Clichy
Église paroissiale Saint-Pierre Saint-Paul	Colombes
Immeuble	Asnières-sur-Seine

Site classé ou inscrit	Commune
Cimetière des chiens et parc de l'île Robinson	Asnières-sur-Seine
Cité-jardin de Gennevilliers	Gennevilliers

Site patrimonial remarquable	Commune
Site patrimonial remarquable Cité-jardin	Gennevilliers

Une partie des périmètres de protection concerne des monuments situés dans les communes limitrophes de l'EPT :

Immeuble classé monument historique	Commune	Commune concernée par le périmètre
Atelier de décors de l'Opéra de Paris	Paris	Clichy
Centre sportif municipal de Saint Ouen	Saint Ouen	Asnières et Gennevilliers
Eglise du Vieux Saint Ouen	Saint Ouen	Gennevilliers et Villeneuve-la-Garenne
Oratoire du Val Notre-Dame	Bezons	Argenteuil
Moulin à vent	Sannois	Argenteuil

La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine élargit le périmètre d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d'un rayon

initial de 100m à la **totalité du périmètre délimité des abords**, qu'il s'agisse d'un périmètre de protection de monument historique de 500m classique ou d'un périmètre de protection modifié.

Aussi, par cette même loi les AVAP, ZPPAUP, secteurs sauvegardés deviennent des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), soumis à une interdiction relative de la publicité.



Usine élévatrice des eaux - Colombes



Pavillon de Vendôme - Clichy

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

S'ils ne sont pas particulièrement touchés aujourd'hui, une protection du RLPi éviterait une éventuelle pollution visuelle de ces espaces sensibles.

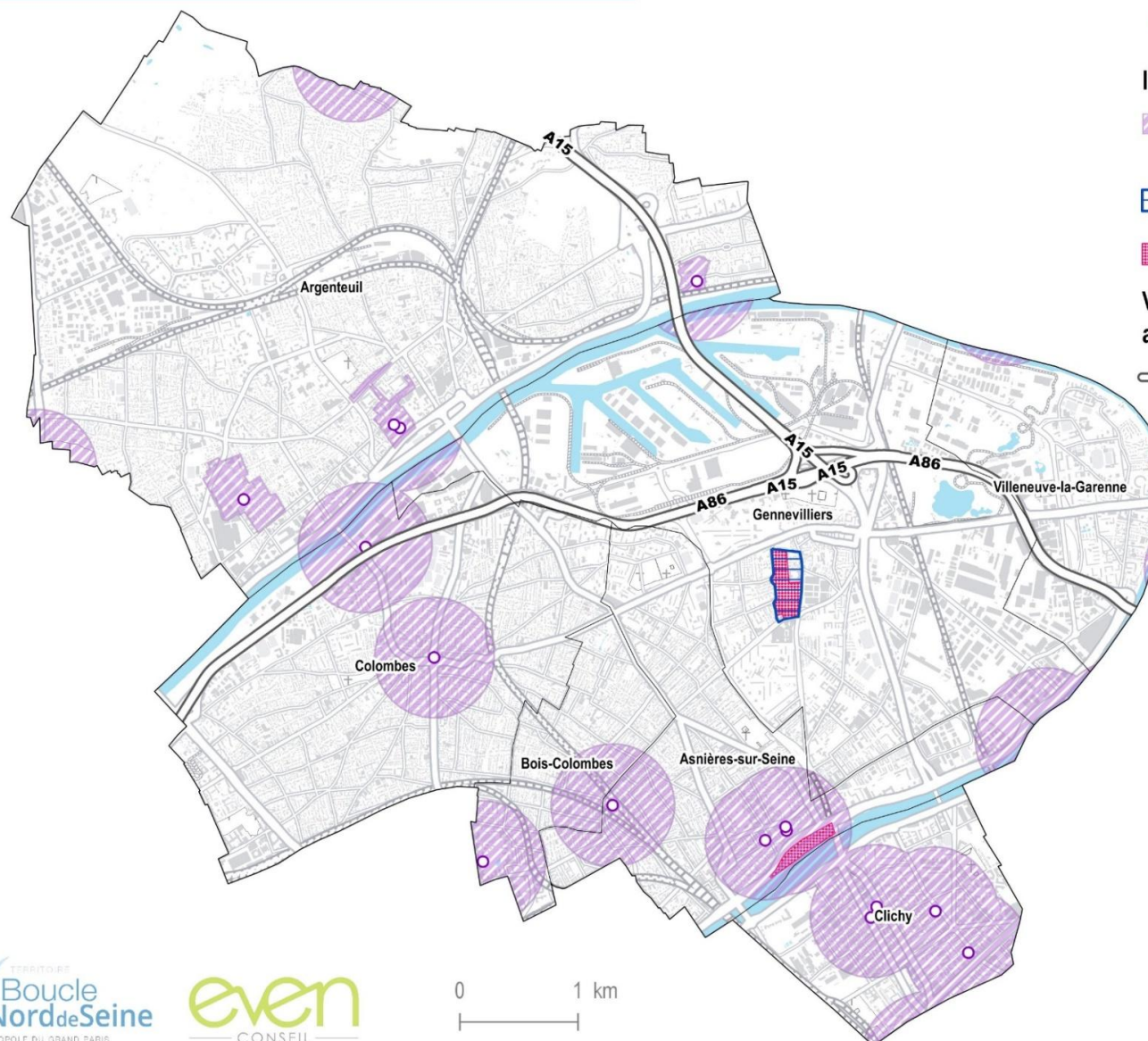
4. Les abords des autoroutes, voies express, déviation

Les abords des autoroutes A15 et A86 et les bretelles de raccordement à ces autoroutes sont protégés de la publicité, notamment implantée au sol et visible depuis ces axes.

En effet, le code de l'environnement indique : Les publicités scellées au sol sont interdites « *si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération* » (Art. R.581-31, alinéa 2).

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

Périmètres urbains et environnementaux de protection



Interdictions absolues

- Sur les monuments historiques (classés ou inscrits)

Interdictions relatives

- ▨ Aux abords des monuments historiques (périmètres de protection de 500 m ou périmètres de protection rapprochés)
- ▨ Dans les périmètres de sites patrimoniaux remarquables
- ▨ Dans les sites inscrits

Voies express, déviation et autoroutes

- Autoroute

III. La réglementation locale

Avant l'élaboration du RLPi, plusieurs RLP étaient en place sur le territoire.

Plus ou moins récents, ces RLP ne sont pas tous en cohérence avec la loi Grenelle II. Seuls les RLP de Villeneuve-la-Garenne et de Clichy (de deuxième génération), ont été mis en cohérence avec la nouvelle réglementation. Ceux d'Argenteuil, Asnières-sur-Seine et Gennevilliers présentent en revanche des points de discordances ainsi que des règles équivalentes à la réglementation nationale.

Ci-après, le RLP de chaque commune est analysé brièvement afin de rappeler le cadre réglementaire général dans lequel s'est inscrit l'élaboration du RLPi.

1. RLP d'Argenteuil

Le règlement d'Argenteuil est découpé en trois zones de publicité : la première couvre la majeure partie de la commune, la seconde protège le centre-ville et le parc des Châtaigniers, tandis que la dernière zone protège le parc des cerisiers et les rives de la Seine.

Ce RLP réglemente peu la publicité. Il fixe tout de même des règles de densité en ZP2 (secteur qui correspond au centre-ville) en imposant un maximum d'un dispositif par unité foncière.

Les règles pour les enseignes sont presque identiques dans toutes les zones et peu contraignantes, mis à part la règle d'une enseigne à plat maximum en ZP2.

2. RLP d'Asnières

Le RLP d'Asnières est découpé en trois zones. La ZPR1 protège certaines places ainsi que les bords de Seine, la ZPR2 encadre certaines voies stratégiques, tandis que la ZPE 1 s'applique sur certains murs pignons identifiés.

Le règlement offre des dérogations de format pour les publicités murales. La surface y est portée à 16m². Ce type de dérogation permise par les zones de publicités élargies n'est plus admise depuis la loi Grenelle II.

En termes d'enseignes il n'est défini presque aucune règle, ce qui représente une lacune majeure de ce règlement.

3. RLP de Clichy

Le règlement de la ville de Clichy est découpé en 5 zones. Une ZPR0 qui protège l'enceinte des lieux patrimoniaux et naturels, une ZPR1 qui protège un périmètre de 100m autour de quatre monuments historiques de la ville, des ZPR2 et ZPR4 qui encadrent l'affichage le long de certains axes et une ZPR3 qui couvre le reste de la commune.

Ce règlement approuvé peu de temps avant le RLPi, encadre strictement la publicité en ZPRO, ZPR1 et ZPR2 en l'interdisant (en dehors du mobilier urbain). La publicité scellée au sol est quant à elle autorisée uniquement en ZPR4, tandis que la publicité murale est autorisée en ZPR3 et 4. Dans ces deux dernières zones la publicité numérique est autorisée, mais encadrée en format.

Le mobilier urbain est quant à lui interdit en ZPRO, mais autorisé et encadré en format dans les autres zones.

Les enseignes sont strictement encadrées, sans distinction entre les zones. De nombreuses dispositions permettent de préciser l'implantation et le format des enseignes en façade. Les enseignes numériques sont interdites en toutes zones. En revanche les enseignes au sol ne sont pas encadrées. Cependant l'organisation du tissu urbain de la ville ne permet presque aucune implantation sur la commune.

4. RLP de Colombes

Le règlement de la ville de Colombes est découpé en trois zones. La ZPR1 protège le centre-ville, ainsi que les abords de certains lieux particuliers nécessitant une protection vis-à-vis de leur qualité paysagère ou patrimoniale. La ZPR2 couvre la majorité de la commune, tandis qu'une ZPE est prévue pour offrir plus de possibilités d'affichage aux chantiers.

La publicité murale de grand format est autorisée en toutes zones, le mobilier urbain est limité en format par zone, tandis que la publicité au sol n'est autorisée qu'en ZP2 et y est limitée en densité.

Un certain nombre de dispositions permettent d'encadrer les enseignes relativement strictement. La majorité des règles sont communes aux différentes zones. Cependant les formats des enseignes au sol sont règlementés par zone.

5. RLP de Gennevilliers

Le règlement de Gennevilliers compte six zones. La première protège les parcs de la ville et les berges de Seine, la seconde couvre le quartier dit du Village, la ZPR2 s'applique sur les autres zones résidentielles, la ZPR3 encadre les secteurs d'activités, tandis que la dernière zone de publicité restreinte encadre le port. Enfin une zone de publicité élargie est définie sur certains murs pignons.

Au sein des différentes zones, le mobilier urbain est encadré en format, la publicité au sol est interdite en ZPRO et ZPR1 et est encadrée en densité dans les autres zones. La publicité murale quant à elle est interdite uniquement en ZPRO et encadrée en format, implantation et densité dans les autres zones. La zone de publicité élargie prévoit quant à elle des dérogations de hauteur pour l'implantation de publicités murales.

Les enseignes sont strictement règlementées avec des règles de formats et d'implantations différentes selon les zones. Les enseignes en façade ou au sol sont notamment concernées par ces distinctions.

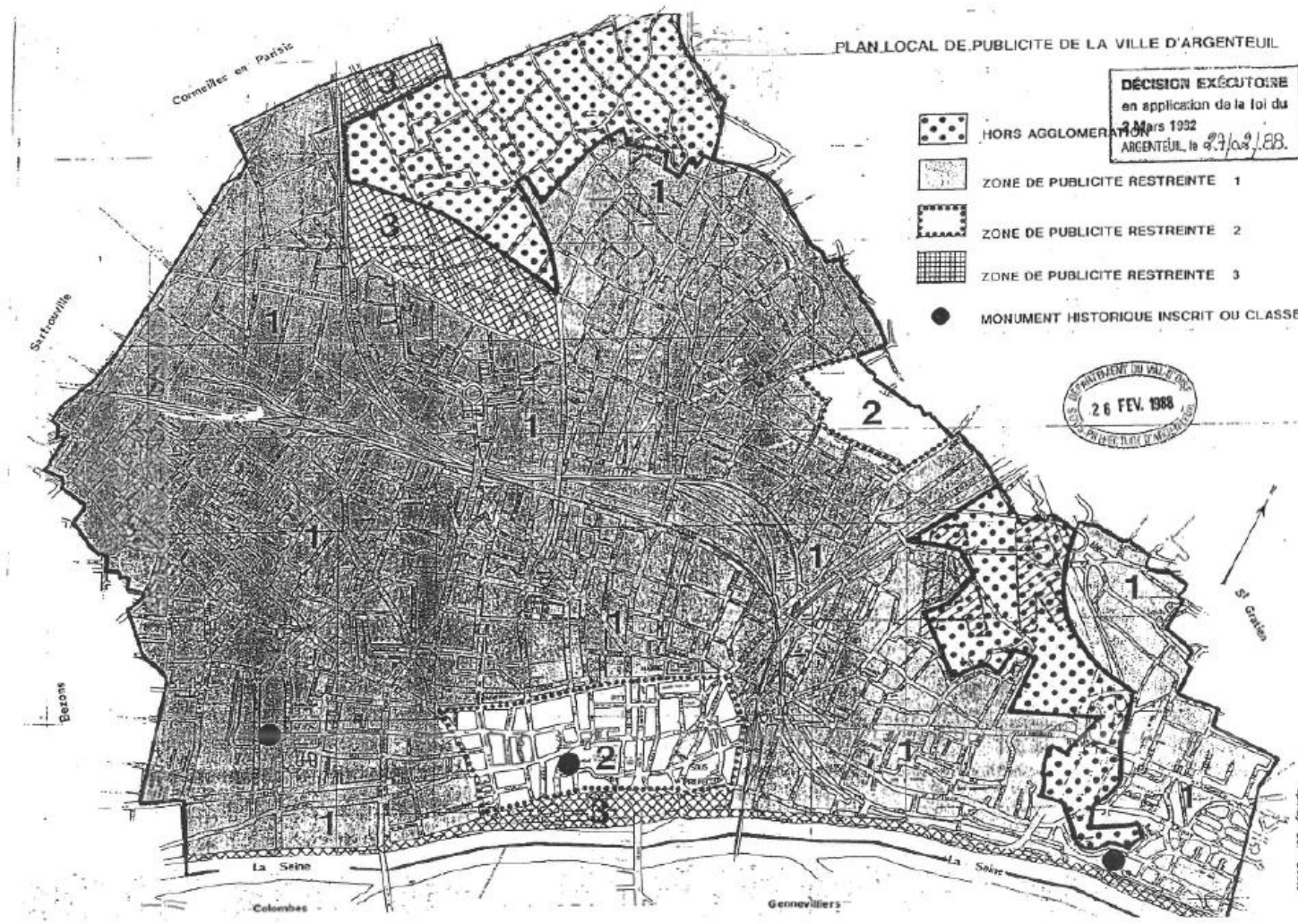
6. RLP de Villeneuve-la-Garenne

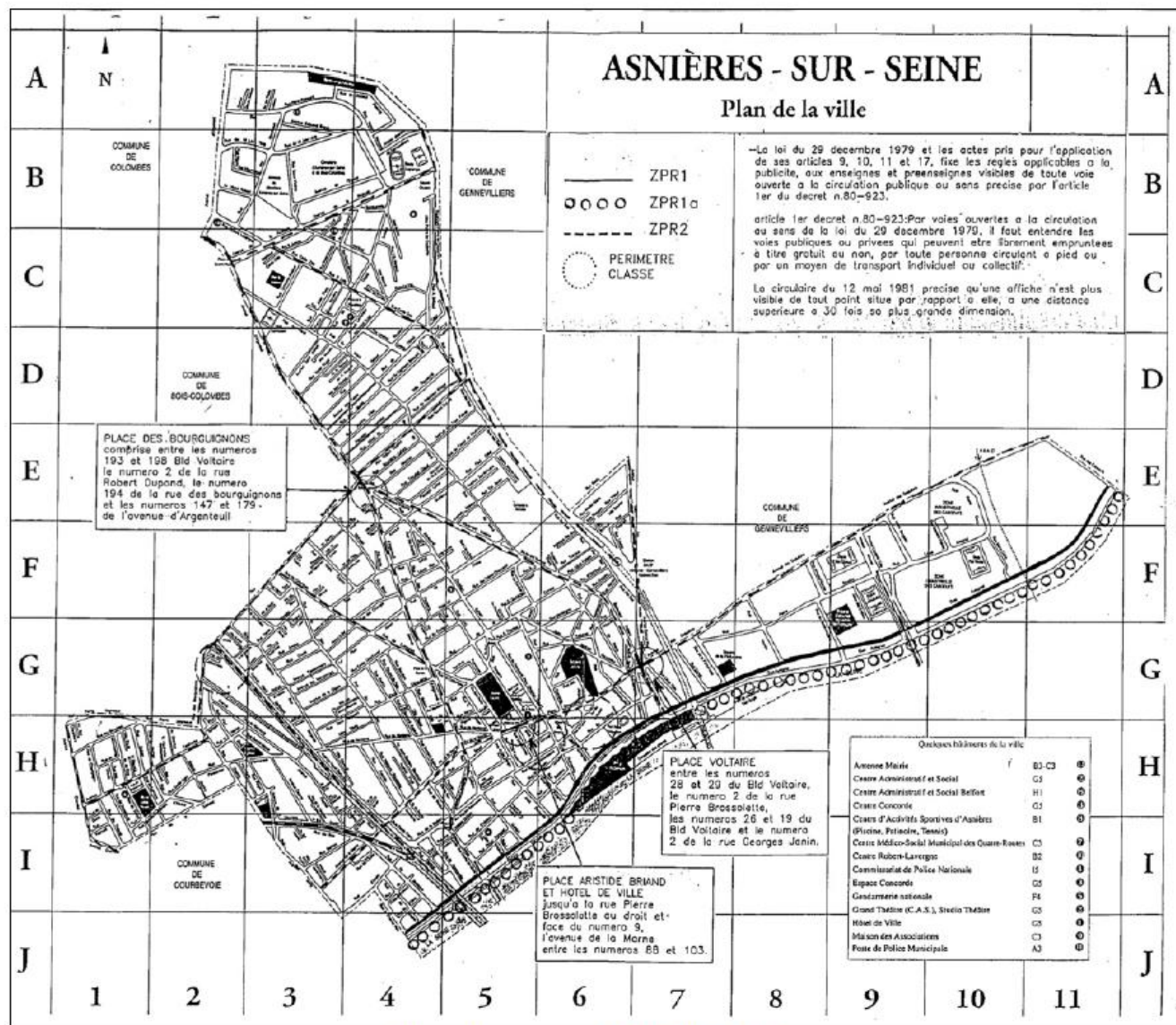
Le RLP de Villeneuve-la-Garenne est découpé en cinq zones. La première encadre les abords de l'A86 et les quais de Seine, la seconde couvre certaines voies et le parc des Chanteraines, la ZPR3 s'applique sur les zones résidentielles, tandis que la ZPR4 couvre les zones d'activités.

Au sein du règlement, le mobilier urbain et les dispositifs scellés au sol sont interdits en ZPR1 et sont encadrés en format dans les autres zones (à noter qu'en ZPR2, seuls les supports scellés au sol liés au tramway sont autorisés). La publicité murale est autorisée uniquement en ZPR3 et 4 et limitée en format.

Les enseignes sont encadrées, de manière relativement succincte et homogène. Quelques distinctions sont prévues selon les zones, notamment pour les enseignes en toiture ou au sol.

Les pages ci-après présentent les plans de zonage de ces différents RLP communaux.





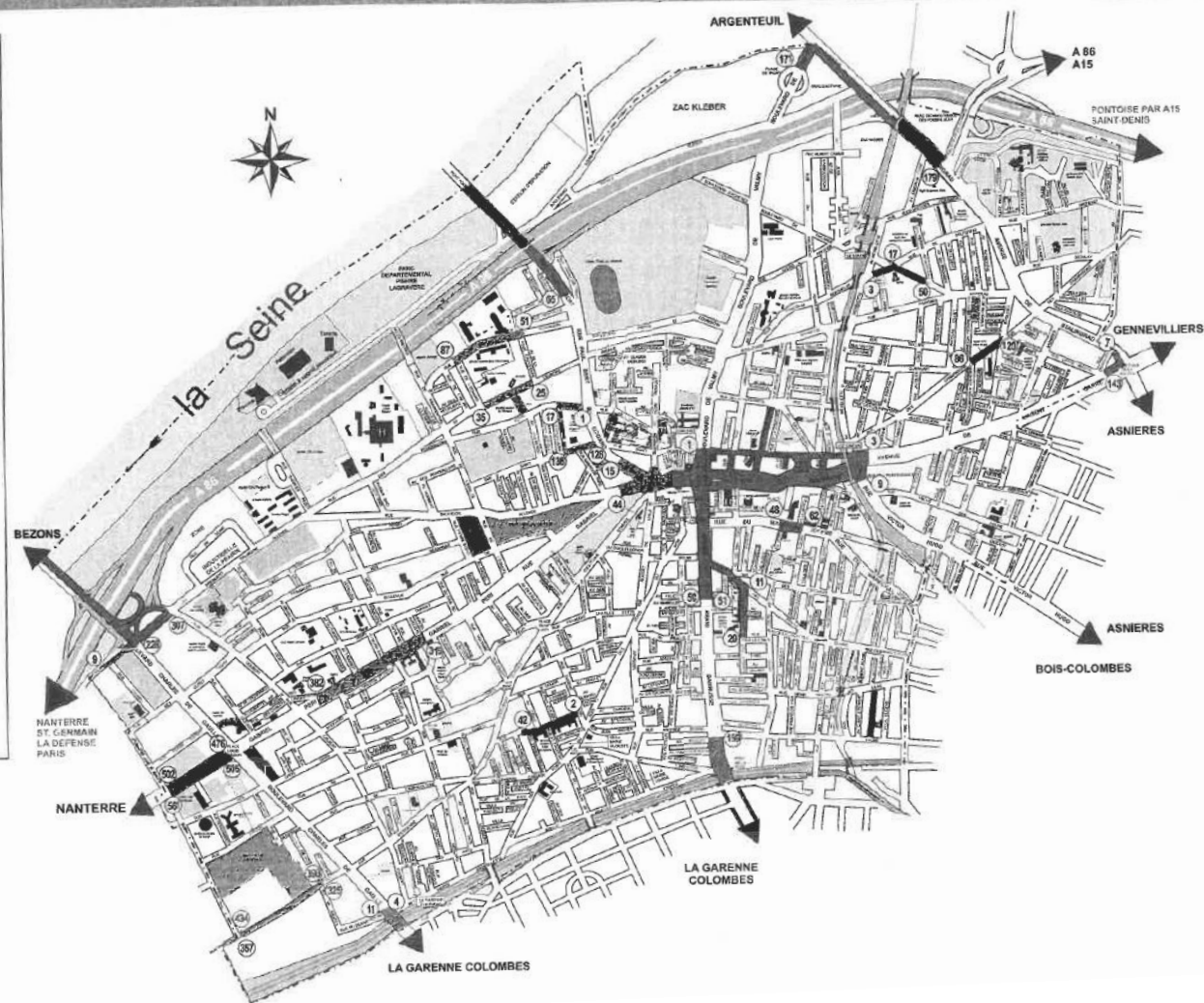
Plan de zonage du RLP de 1997



Colombes

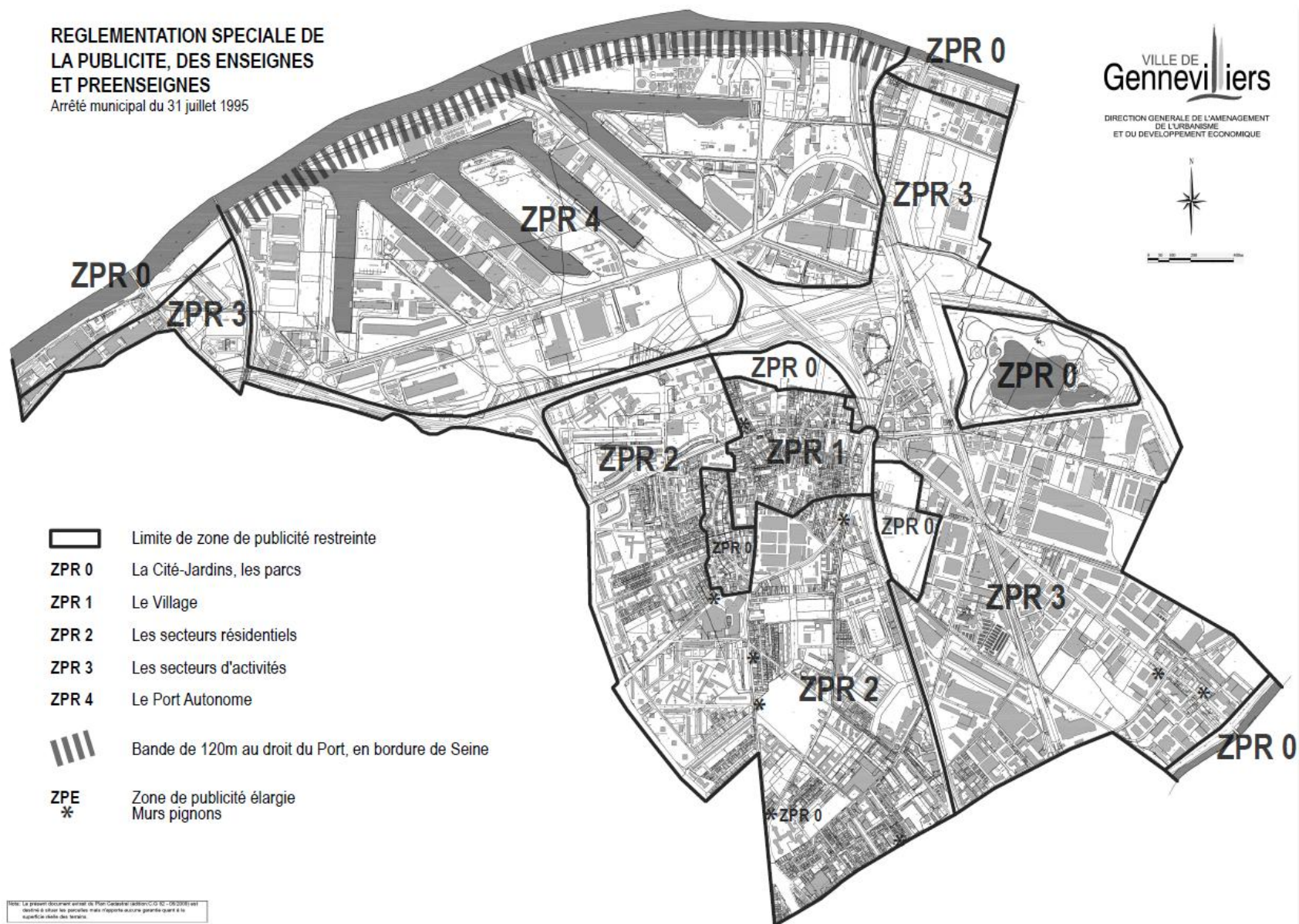
RÈGLEMENT DE PUBLICITÉ D'ENSEIGNES ET DE PRÉ-ENSEIGNES

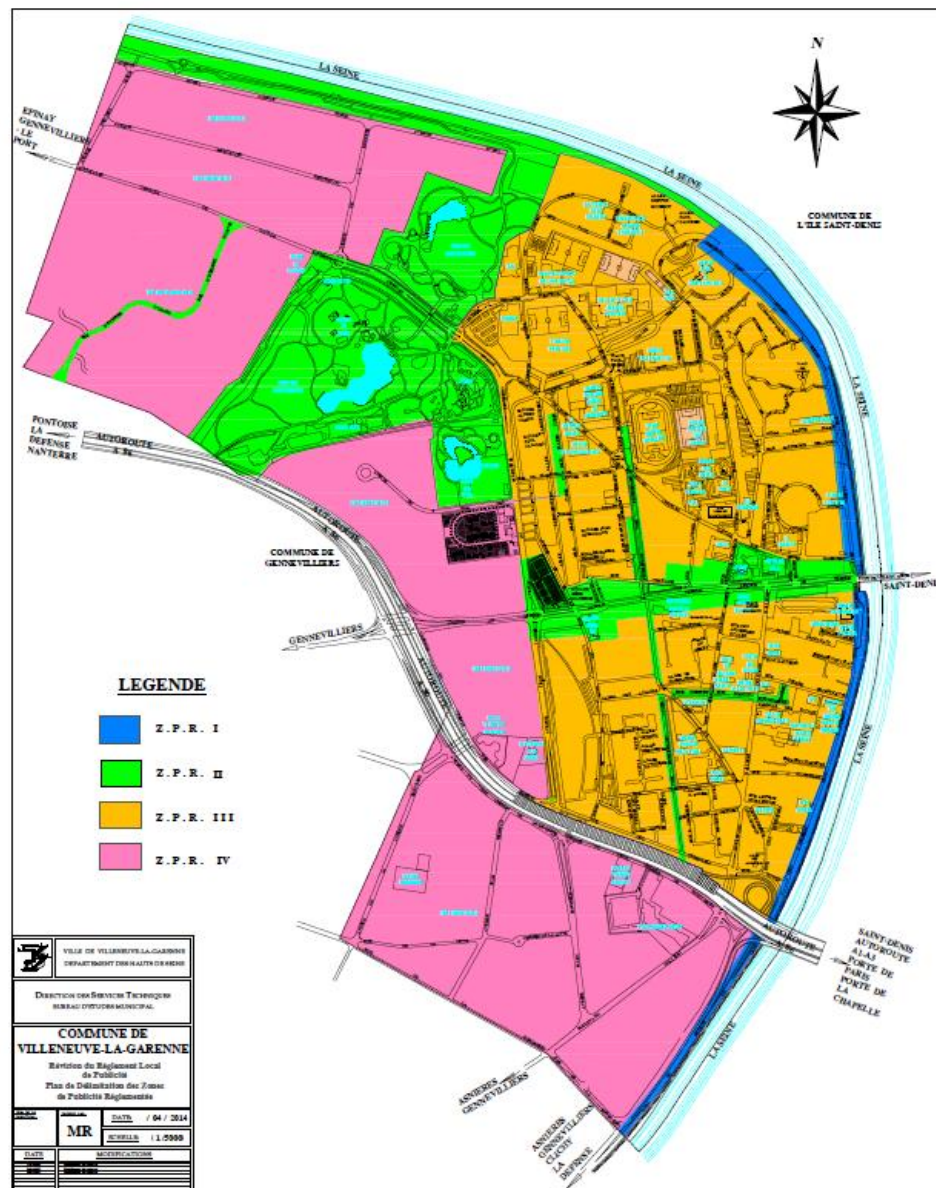
Z.P.R.1	
1 - Entrées de ville	
Boulevard Charles de Gaulle :	du pont de Bezons au N° 228
Rue de Sartrouville	de la rue du cimetière au pont de Charlebourg
Rue du Pdt Salvador Allende	depuis le N°9 jusqu'au boulevard Charles de Gaulle
Rue Gabriel Péri	depuis le N°307 jusqu'au boulevard Charles de Gaulle
Rue d'Estienne d'Orves	depuis le N°500 jusqu'au boulevard Charles de Gaulle
Pont du Commerce	depuis le N°434 jusqu'à la rue de Mantou
Rue Paul Bert	depuis le N°65 jusqu'au pont equestre de Colombes
Avenue Henri Barbusse	depuis le N°159 jusqu'au pont de la Puce
Avenue de Stalingrad	depuis le N°179 jusqu'au pont d'Argenteuil
Boulevard de Valmy	depuis le N°7 jusqu'à l'avenue de l'Agent Sarre
Avenue de l'Agent Sarre	depuis le N°171 jusqu'à l'avenue de Stalingrad
	depuis le N°143 jusqu'à l'avenue de Stalingrad
2 - Centre ville	
Rue du Bournaid	depuis la gare jusqu'au N°1 rue du Verdun
Rue Saint-Denis	
Rue de Verdun	
Rue Casimir Vincent	
Place du Général Lederc	
Rue Gabriel Péri	depuis le N°44 jusqu'à la place du Général Lederc
Boulevard Edgar Quinet	depuis le N°15 jusqu'à la rue Gabriel Péri
Avenue Henri Barbusse	depuis le N°50 jusqu'à la place du Général Lederc
Toutes les voies situées entre la	depuis le N°7 jusqu'à l'avenue de l'Agent Sarre
Rue Victor Hugo	depuis le N°9 jusqu'à l'avenue de l'Agent Sarre
Avenue de l'Agent Sarre	depuis le N°3 jusqu'à la rue Saint-Denis
3 - Sites à préserver	
Rue des Monts Clairs	depuis le N°6 jusqu'à l'avenue Henri Barbusse
Rue Lazare Carnot	du N° 48 au N°62
Rue du Maréchal Joffre	
Rue des Glycines	du N° 51 au N°67
Rue Robert Schumann	du N°25 au N°35
Avenue de l'Europe	du N°1 au N°17
Rue Yvonne Gagnon	du N°126 au N°138
Rue Saint-Denis	du N°382 au N°318
Rue Gabriel Péri	du N°2 au N°42
Rue Léon Bougeois	
Rue Pierre Viriot	du N°86 au N°120
Rue des Champignons	depuis le N°50 jusqu'à la rue de Solferino
Boulevard Marceau	du N°3 au N°17
Rue de Solferino	
Z.P.R.2	
--- Limite de commune	
③ Numéro de début et/ou fin de zone	



REGLEMENTATION SPECIALE DE LA PUBLICITE, DES ENSEIGNES ET PREENSEIGNES

Arrêté municipal du 31 juillet 1995







4

Diagnostic publicitaire du territoire

I. Méthodologie pour le recensement

Un recensement détaillé et précis de l'ensemble des publicités et pré-enseignes présentes sur le territoire intercommunal a été réalisé en mai 2019, photographié et géo-référencé. Une base de données a été établie.

Chaque objet relevé a été qualifié pour réaliser l'analyse des conformités au regard de la RNP, base de l'analyse et de l'évolution à venir pour les RLP.

Concernant les enseignes, une analyse qualitative a été réalisée de manière à définir leurs particularités sur chaque commune et selon les types de secteurs (centre-ville, polarité commerciale, zone d'activités).

6.1. Les données ressources utilisées

- Visites de terrain, reportage photographique
- Relevé vidéo (technologie Imagbox) sur près de 500kms de voies.

L'Imagbox : un concentré de technologie



6.2. Le contenu de la base de données

La base de données est constituée d'une couche pour les publicités et pré-enseignes.

Pour chaque dispositif est renseigné :

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

Dispositif publicitaire

JCDECAUX FRANCE
12 Rue Fulgence Bienvenue 92230 GENNEVILLIERS
Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support
Type de pose : scellée au sol sur terrain
☐ numérique ☐ lumineux ou éclairé ☐ variable ☐ déplaçable
Surface utile = 4,00 m x 3,00 m x 2 faces = **24,00 m²**
☐ mauvais état ☐ sur mur aveugle ☐ sur mobilier urbain
☐ lettres sans fond ☐ mur ou égout toit ☐ sur abris bus ☐ banderole ☐ doublon ☐ dispositif ville
Hauteur globale à partir du sol : 5,60 m
Déport du bord de la voirie : 0,00 m
Saillie de la façade : 0,00 m
Surface totale = 4,20 m x 3,20 m = **13,44 m²**
Ce support contrevient à une infraction :
RNP : article R581-32 Code de l'Environnement
Surface d'une publicité scellée au sol dépassant 12 m²

II. Synthèse cartographique et statistique

1. Données générales

L'objectif de ce recensement a été d'identifier :

- dans un premier temps, les dispositifs actuellement non conformes avec la réglementation nationale afin ...
- ... d'identifier dans un second temps les enjeux du territoire à partir des dispositifs conformes uniquement.

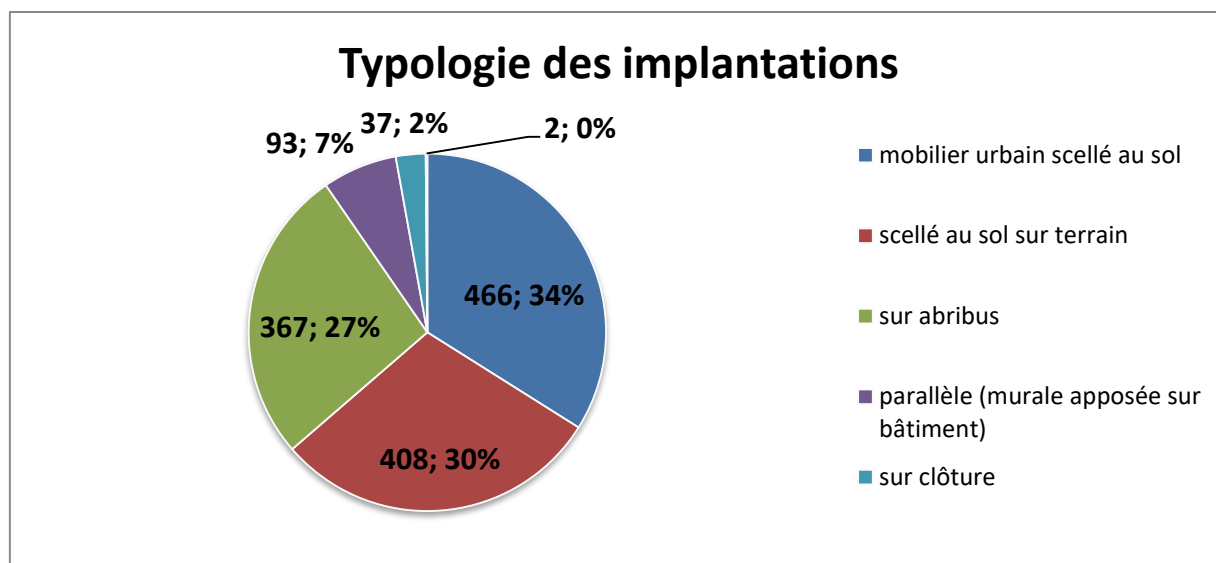
Le recensement a permis d'identifier les critères actuels de conformité sur lesquels l'EPT et les communes souhaitent mener une réflexion et une politique d'action (encadrement potentiellement plus restrictif des modalités d'implantations de certains dispositifs sur certains secteurs).

Sur l'ensemble de l'intercommunalité, un total de **1373 dispositifs** a été analysé.

2. Publicités et pré-enseignes

2.1. Nature et implantation

Sur un total de 1373 dispositifs, 1272 sont des publicités et 101 des pré-enseignes :



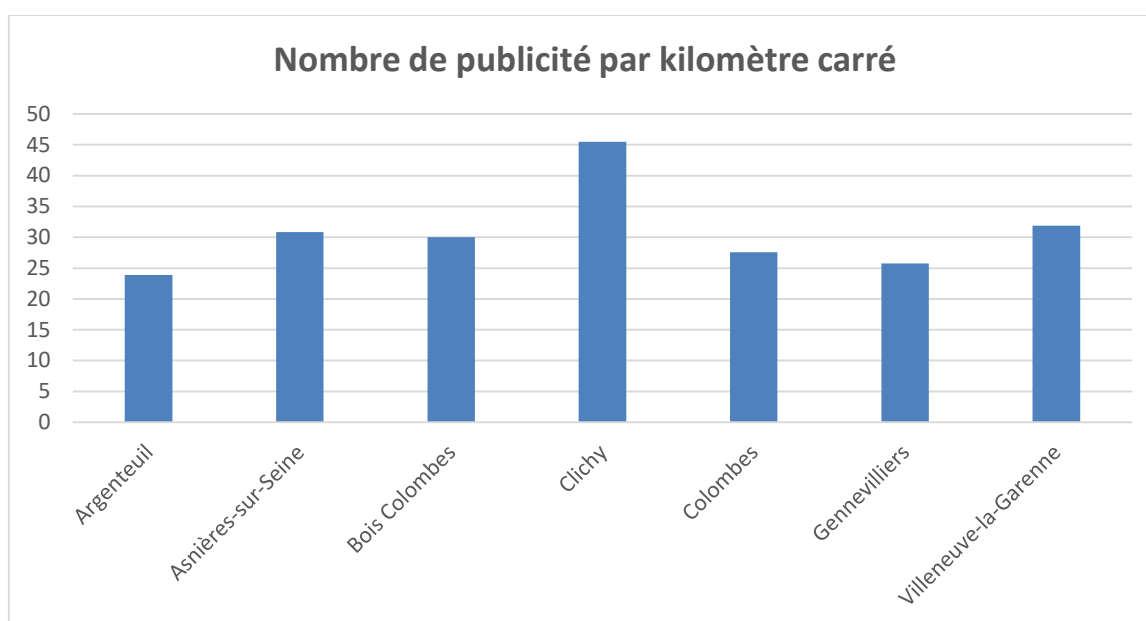
Publicités et pré-enseignes sont soumises à la même réglementation.

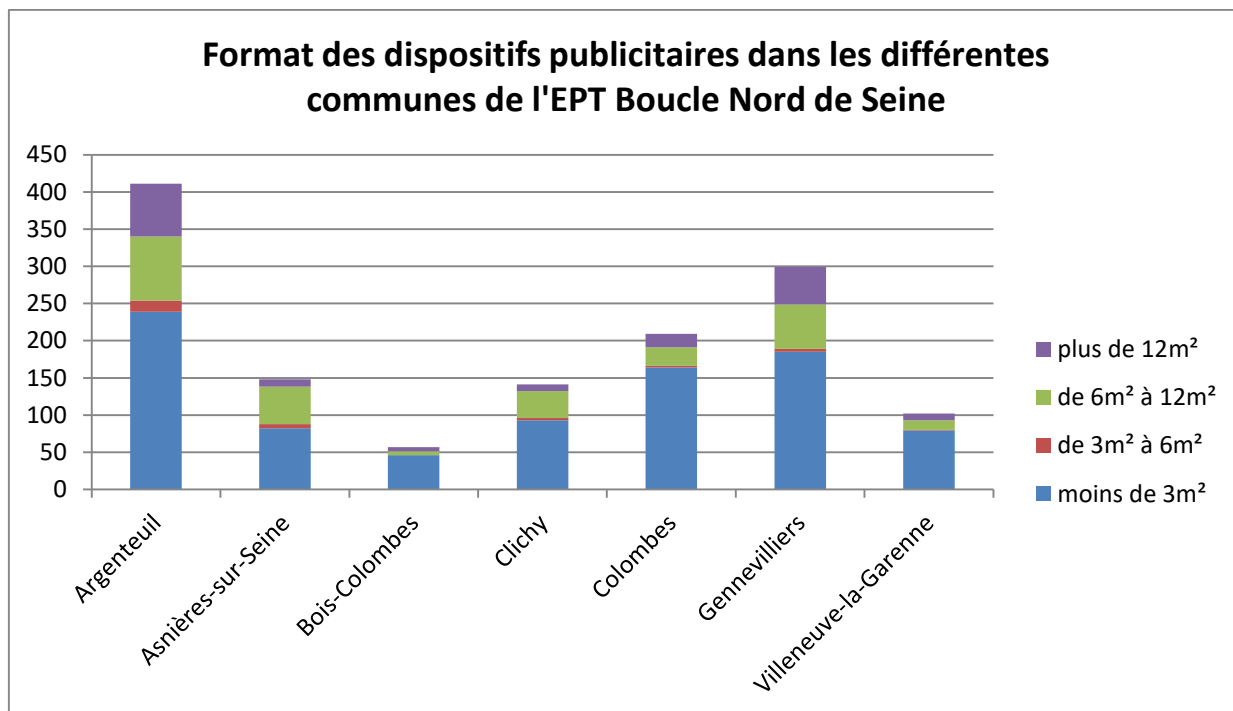
Les publicités et pré-enseignes sont, d'une manière générale, présentes le long des principaux axes du territoire et au niveau des carrefours majeurs, sous la forme de publicités scellées au sol. Elles sont également présentes dans les centres-villes sous la forme de mobilier urbain.

Les typologies d'implantations sont assez variées selon les communes, mais le mobilier urbain reste la modalité d'implantation majoritaire, ce qui illustre le fait que les communes ont une prise relativement bonne sur leur parc publicitaire.

Le graphique ci-après présente les formats des dispositifs publicitaires dans les différentes communes réparties selon leur nombre. Il est important de noter que les communes ont des superficies très différentes et le nombre total de dispositifs publicitaires doit être mis en relation avec la taille de chaque commune présenté ci-dessous :

- Argenteuil : 17.2 km²
- Asnières-sur-Seine : 4.8 km²
- Bois-Colombes : 1,9 km²
- Clichy-la-Garenne : 3,1 km²
- Colombes : 7,8 km²
- Gennevilliers : 11,6 km²
- Villeneuve-la-Garenne : 3,2 km²



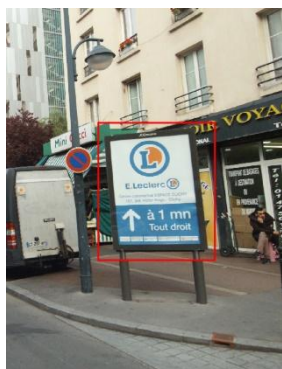


Ainsi la commune d'Argenteuil, du fait notamment de sa superficie, regroupe le plus grand nombre de publicités, suivie par Gennevilliers et Colombes.

Concernant les formats, la majorité des publicités sont de petits formats, mais des parts non négligeables de dispositifs de plus de 12m² existent sur le territoire. Ces dispositifs qui répondaient aux anciennes normes de format de 12m² d'affiche, ne sont plus conformes au Code de l'Environnement qui inclut désormais l'encadrement à la surface du dispositif.

Ci-dessous quelques exemples de formats de publicités sur le territoire :

- **Moins de 3m² :**



Commune de Clichy-la-Garenne



Commune d'Asnières-sur-Seine



Commune de Villeneuve-la-Garenne

- **De 3m² à 6m²**



Commune de Clichy-la-Garenne



Commune d'Asnières-sur-Seine



Commune d'Argenteuil

- **De 6m² à 12m²**



Commune de Clichy-la-Garenne



Commune de Colombes



Commune d'Argenteuil

- Plus de 12m²



Commune de Clichy-la-Garenne

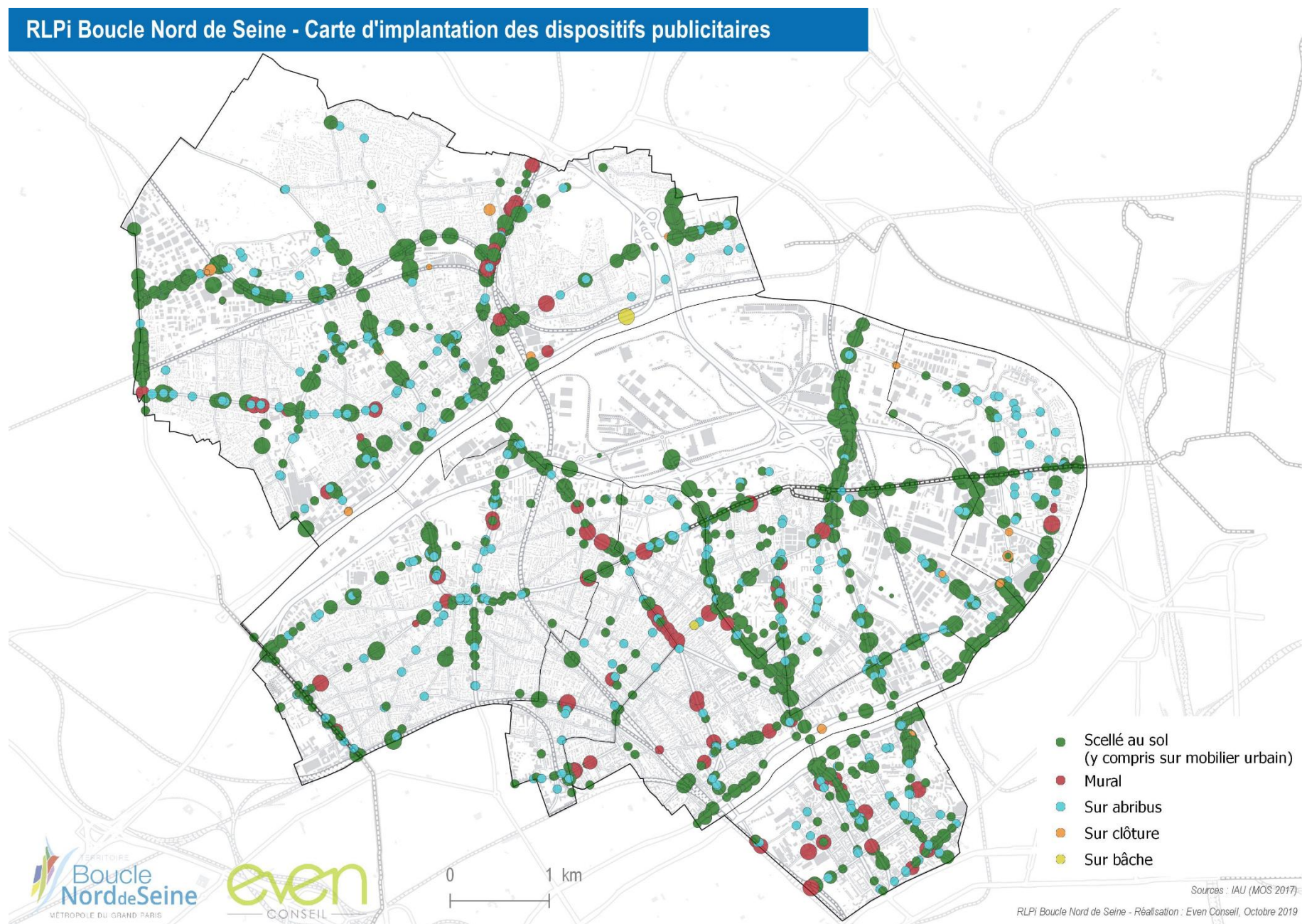


Commune d'Argenteuil

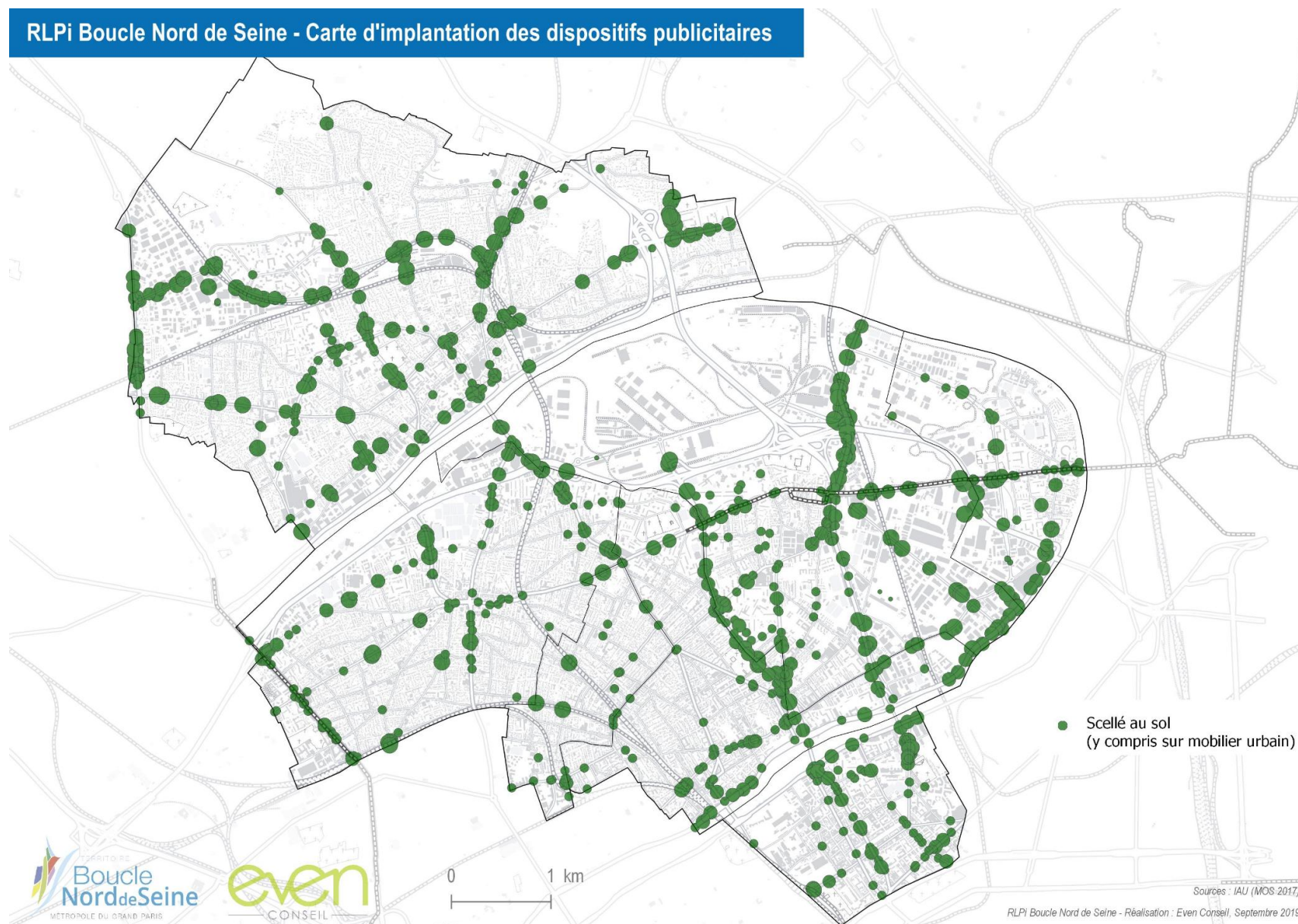


Commune d'Argenteuil

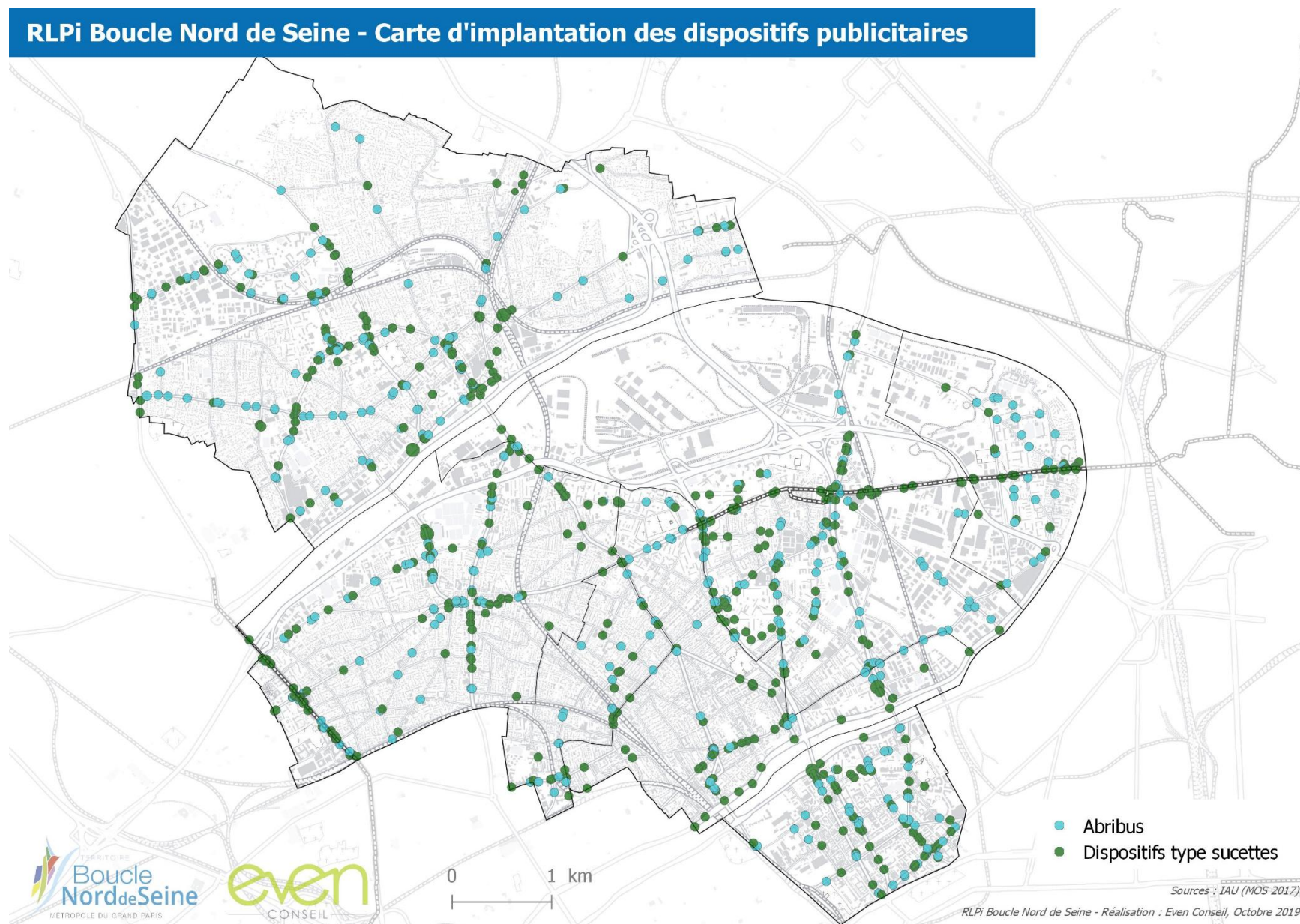
RLPi Boucle Nord de Seine - Carte d'implantation des dispositifs publicitaires



RLPi Boucle Nord de Seine - Carte d'implantation des dispositifs publicitaires



RLPi Boucle Nord de Seine - Carte d'implantation des dispositifs publicitaires



2.2. Principales infractions à la réglementation nationale de publicité

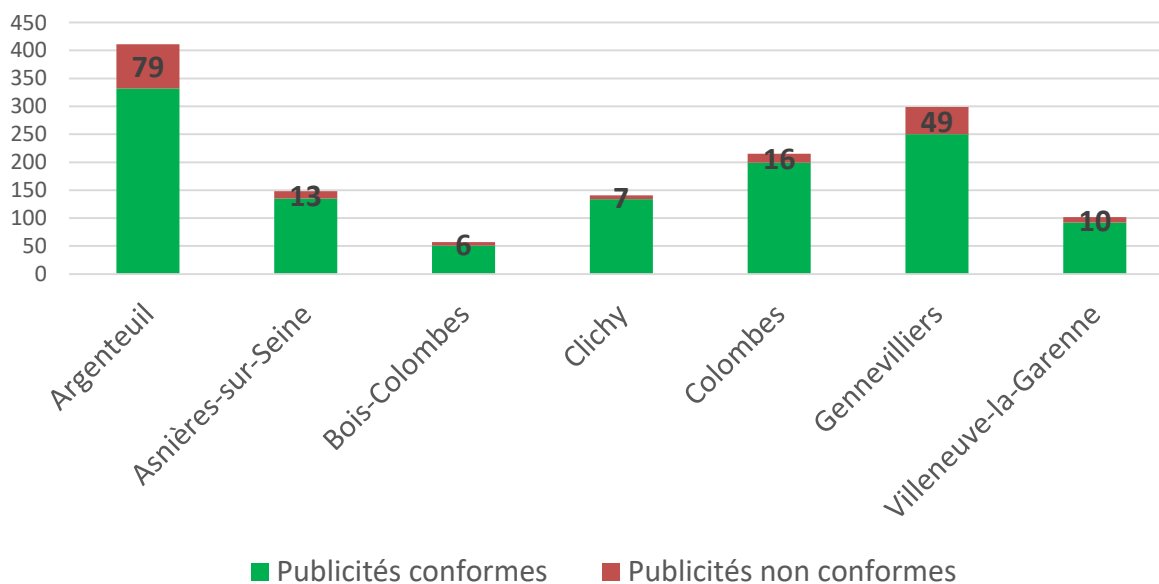
Les principales raisons de non-conformité des publicités et des pré-enseignes sur le territoire de Boucle Nord de Seine sont les suivantes :

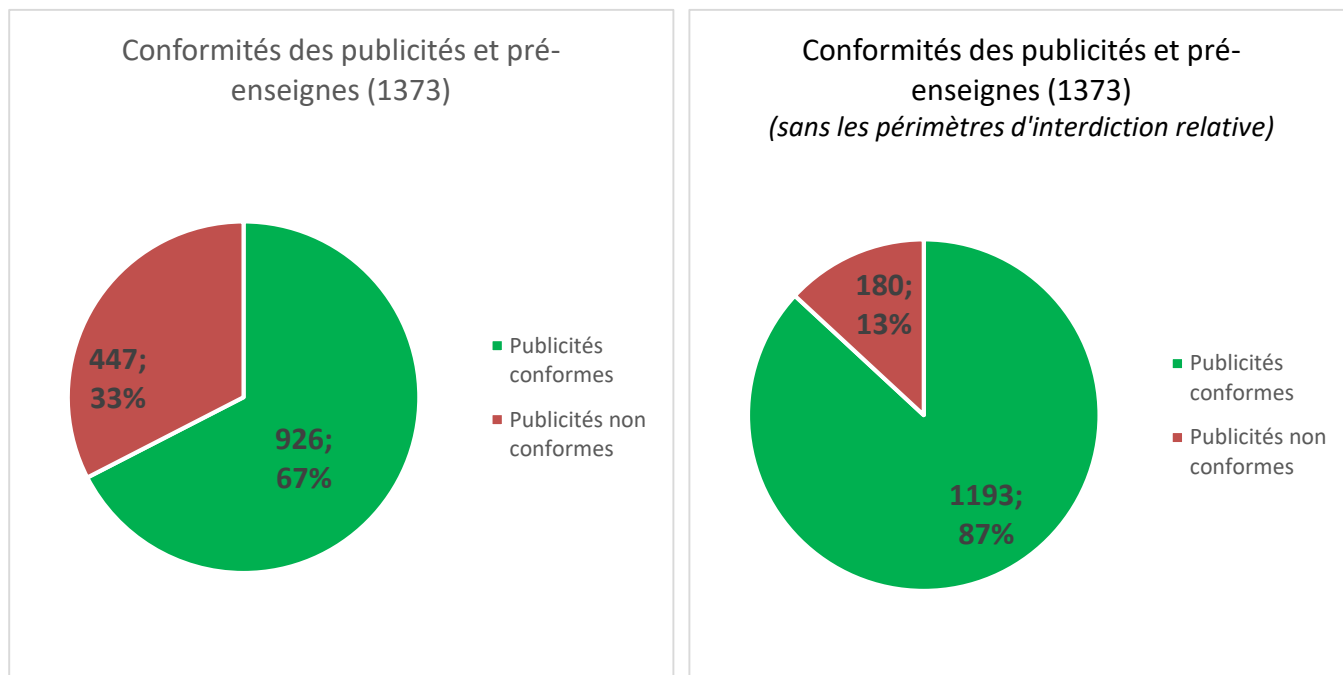
Types d'infractions	Nombre de dispositifs en infraction
Publicité dans un périmètre d'interdiction relative (article L.581-8-1)	267
Surface d'une publicité scellée au sol dépassant 12 m ²	144
Publicité scellée au sol s'élevant à plus de 6m du sol	39
Publicité murale d'une surface dépassant 12m ²	28
Publicité sur un mur de façade non aveugle avec ouvertures supérieures à 0,50 m ²	16
Publicité sur une clôture non aveugle	9
Publicité sur un poteau électrique, de télécommunication, d'éclairage public ou sur un équipement public concernant la circulation	2
Publicité murale apposée à moins de 0.50m du niveau du sol	1
Publicité sur toiture ou dépassant les limites de l'égout du toit ou du mur qui la supporte	1

NB : un même dispositif peut faire l'objet de plusieurs infractions. Le nombre d'infractions doit donc être distingué du nombre de dispositifs en infractions.

Conformités des publicités (1373)

(sans les périmètres d'interdiction relative)





Hors RLP existants, depuis le 13 juillet 2015, toutes les publicités et pré-enseignes installées avant le 1^{er} juillet 2012, doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale.

Pour les communes bénéficiant d'un RLP en vigueur, ce dernier continue de s'appliquer aux dispositifs existants jusqu'à la prochaine révision et au plus tard en juillet 2022 (date d'abrogation des RLP non révisés). Par contre, c'est bien la nouvelle réglementation qui s'applique aux nouveaux dispositifs implantés (ex : taille maximum 12m² support compris, implantation en dessous des limites d'égout du toit, etc...).

Au sein du territoire, en dehors de la question des publicités implantées dans des périmètres d'interdiction relative (et dont l'impact paysager doit s'apprécier au cas par cas selon la notion de co-visibilité), la principale non-conformité est la surface du dispositif dépassant 12m². Comme vu précédemment, ces dispositifs correspondent aux anciennes normes qui autorisaient une affiche de 12m² sans prendre en compte l'encadrement, qui est aujourd'hui inclus dans le calcul de la surface du dispositif.

Ce sont majoritairement les dispositifs sur parcelles privées qui sont concernés. Cette non-conformité s'accompagne ponctuellement d'une mauvaise implantation en hauteur.

Les autres non-conformités restent plus anecdotiques.

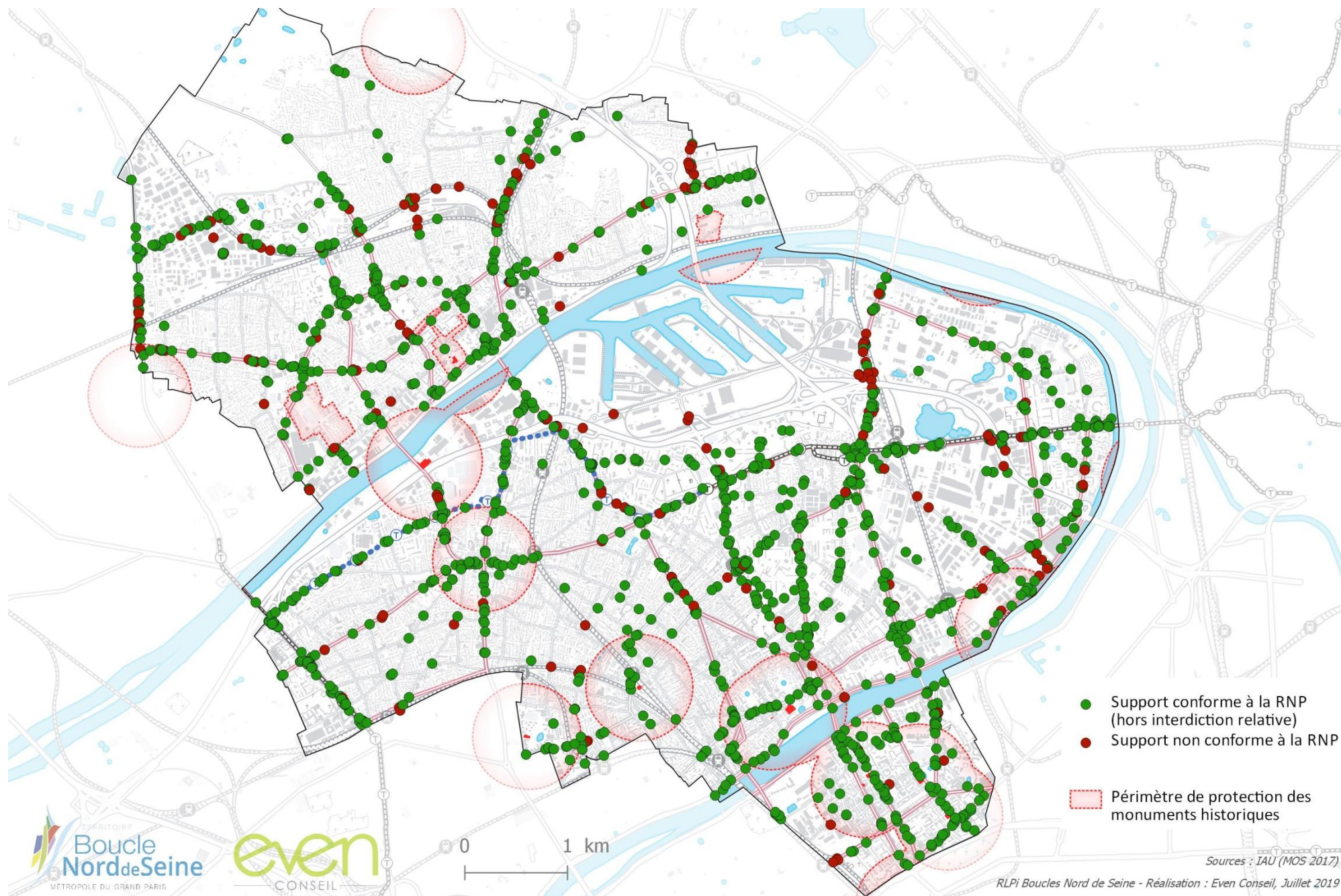


ILLUSTRATION DES PRINCIPALES RAISONS DE NON-CONFORMITE SUR LE TERRITOIRE DE BOUCLE NORD DE SEINE

- Publicités situées dans un périmètre d'interdiction relative (de 500m autour des monuments historiques)



Publicité dans un périmètre d'interdiction relative, commune de Gennevilliers



Publicité dans un périmètre d'interdiction relative, commune d'Asnières-sur-Seine

- Publicités d'une surface dépassant 12m² (scellées au sol ou murale)

Selon le Code de l'environnement :

« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi que sur l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières hors agglomération, **les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent** ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni **avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés**, R581-32 »

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

NB : Les anciens modèles mesurent environ 13,5m² (le format 12m² correspondait précédemment seulement à l'affiche, désormais la RNP fixe des seuils encadrement compris).



Publicité murale d'une surface de 13.90m² (encadrement compris),
commune de Villeneuve-la-Garenne



Publicité scellée au sol d'une surface de 13.44m² (encadrement compris),
commune de Gennevilliers

- **Support mural sur mur non aveugle**

Selon le code de l'Environnement :

« La publicité est interdite sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré, R581-22 »



Commune d'Argenteuil

- Publicité sur support interdit

Selon le code de l'Environnement :

La publicité est interdite sur 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, R581-22 Code de l'Environnement

De plus, Les piliers de ponts et murs de soutènement d'infrastructure ne peuvent servir de support aux publicités.



Publicité sur la commune d'Asnières

- Publicité installée trop haute ou trop basse

Selon le code de l'Environnement :

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi que sur l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières hors agglomération, **les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés**, R581-32

Une publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol (Art. R.581-27, alinéa 1er).



Publicité sur la commune d'Asnières dépassant 7.5m de hauteur

L'article R 581-26 définit la hauteur maximale des **publicités murales**, implantées dans une agglomération de plus de 10 000 habitants, à **7,5m**

3. Les enseignes

3.1. Localisation et implantation des enseignes du territoire

Les enseignes sont localisées dans plusieurs types de secteurs et leur typologie varie selon les secteurs.

En centre-ville et dans les polarités commerciales, les enseignes correspondent majoritairement à des commerces en RDC. La majorité des enseignes est concentrée sur la façade (enseigne bandeau, drapeau, en vitrophanie, sur store, ...). Selon la dominante routière ou piétonne, les formats varient. En revanche, du fait de l'implantation du bâti par rapport à la rue, il n'y a que peu d'enseignes au sol ou sur clôture dans ces secteurs.

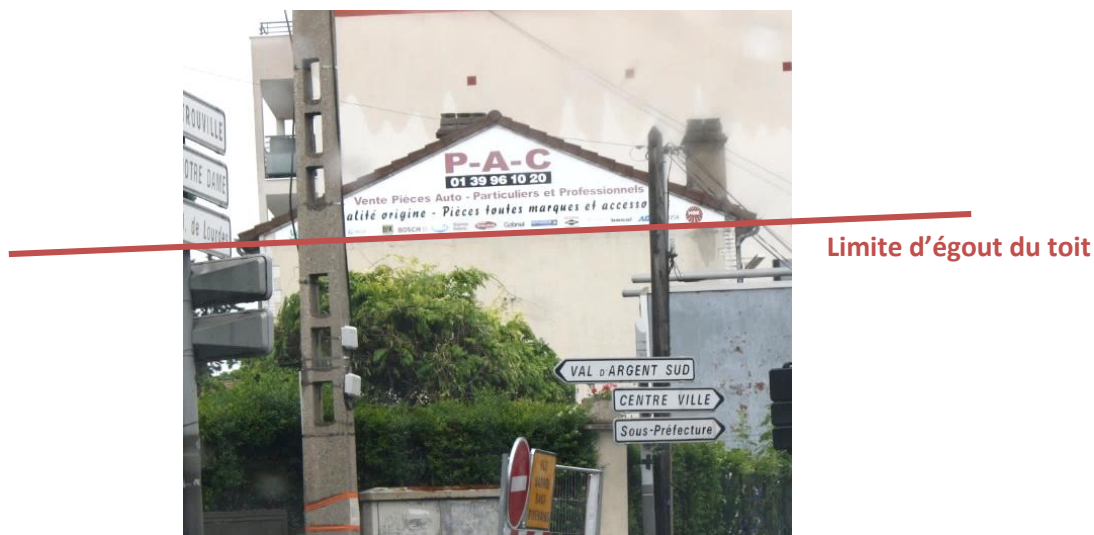
Au sein des zones d'activités, qui ont majoritairement une vocation tertiaire sur le territoire, la logique change. Les enseignes sur clôture et implantées au sol y sont plus présentes bien que l'implantation en façade reste majoritaire. De plus, certaines zones d'activités ou commerciales du territoire ont mis en place des totems communs permettant une signalétique de zone. Ceux-ci sont parfois implantés hors des parcelles des activités et agissent alors comme pré-enseignes.

3.2. Analyse des non-conformités sur les enseignes

- Enseignes dépassant les limites d'égout du toit

Selon le code de l'environnement :

Les enseignes apposées à plat ne peuvent dépasser les limites de l'égout du toit. Cette disposition apparue avec le décret du 30 janvier 2012 est identique à celle de l'article R.581-27 relatif aux publicités murales.



Enseigne dépassant les limites de l'égout du toit, commune d'Argenteuil

- **Enseignes dépassant le haut du mur**

Selon le code de l'environnement :

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur (Article R.581-60)



Enseigne dépassant le haut du mur, commune d'Argenteuil

- **Enseignes en façade dépassant les pourcentages autorisés**

Selon le code de l'Environnement :

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade ; la surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés, R.581-63, Code de l'Environnement



Enseigne dépassant les pourcentages autorisés, commune d'Asnières-sur-Seine

Cas du recouvrement des vitrines : seuls les adhésifs extérieurs sont comptabilisés dans les surfaces (Différent de la vitrophanie, installée à l'intérieur du local et visible par transparence).

- Enseignes manquant d'entretien

Selon le Code de l'Environnement :

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

Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque. R.581-58, Code de l'environnement



Enseignes en mauvais état, commune de Clichy-la-Garenne

- Enseignes au sol surnuméraires

Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre à **un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation** publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée (Art. R.581-64, dernier alinéa) Code de l'environnement



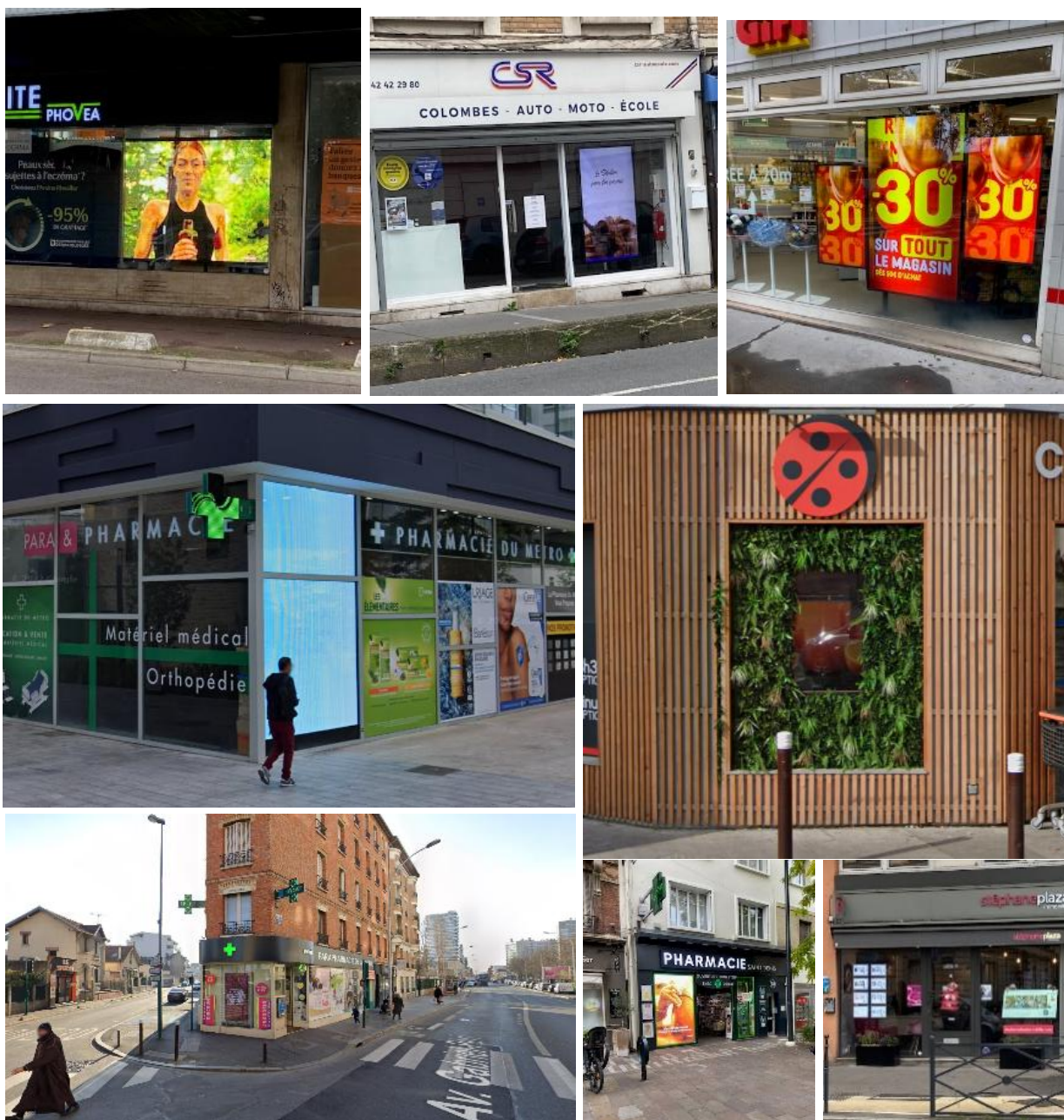
Enseignes en trop grand nombre, commune d'Argenteuil

III. Supports lumineux en vitrine

Sur le territoire, les dispositifs lumineux en vitrine sont nombreux.

Ils sont de nature et de formats diverses (écrans numériques de publicité ou d'enseigne, néons, etc.)

Leur impact est parfois très important du fait de leurs dimensions, mais également de leur luminosité (notamment la nuit). Pour exemple ci-dessous, plusieurs écrans numériques présents sur le territoire dont plusieurs dépassent le mètre carré.



IV. Secteurs à enjeux au sein du territoire Boucle Nord de Seine

1. Centres villes et polarités commerciales

Les zones de centre-ville et de polarités concentrent commerces et souvent richesse patrimoniale. A ces deux égards, il s'agit de secteurs à valoriser, où il est nécessaire d'offrir une bonne visibilité aux commerces, tout en préservant le cadre de vie et le paysage urbain.

1.1. Publicité et pré-enseignes

Dans les centralités commerciales et les centres-villes du territoire, les publicités se trouvent majoritairement sous deux formes :

- mobilier urbain
- publicité murale de grand format (8m² affiche)

Cela induit deux types d'enjeux :

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



Publicité sur mobilier urbain à Bois-Colombes



Publicité scellée au mur à Asnières-sur-Seine

1.2. Enseignes

Les enseignes des centres-villes et des polarités commerciales sont assez hétérogènes entre elles, certaines enseignes sont sobres et très qualitatives tandis que d'autres sont très voyantes et peu esthétiques

Les devantures sont également assez hétérogènes entre elles. À proximité du bâti patrimonial la qualité des enseignes reste également inégale.

- ❖ Un travail d'harmonisation des enseignes apporterait donc une plus-value certaine à la qualité des centres-villes et des polarités commerciales.
- ❖ Favoriser le renouvellement des enseignes vieillissantes sera essentiel pour tendre vers une meilleure qualité esthétique des commerces.



Enseignes sur la commune d'Argenteuil



Enseignes sur la commune de Bois-Colombes

2. Les Axes

2.1. Publicités et pré-enseignes

Le long des grands axes, l'affichage publicitaire est généralement de plus grand format, dès lors que les axes longent des secteurs résidentiels ou tertiaires hors des centres-villes.

L'affichage est alors majoritairement scellé au sol de grands formats (dont une partie sur mobilier urbain).

L'impact de ces dispositifs varie selon le type de tissu traversé. Dans un secteur plutôt résidentiel, la luminosité du dispositif pourra avoir un impact très fort sur le cadre de vie. Le long de secteurs ouverts tels que des franchissements de la Seine ou le long de voies ferrées, le format pourra être très impactant dès lors qu'il limite certains cônes de vue. En entrée de ville, plus que le format ou la luminosité, c'est l'effet de densité qui sera le plus marquant et dégradant pour la qualité de l'entrée de ville. Ces différents facteurs doivent donc être pris en compte afin de s'adapter aux secteurs traversés.

De plus, certains dispositifs publicitaires situés sur parcelles privés doivent être mis en conformité avec le Code de l'Environnement (notamment car ils présentent des formats trop importants).

Le long de ces axes, le mobilier urbain et routier (feux tricolores, panneaux de signalisation, ...) est ponctuellement utilisé de manière sauvage pour faire de l'affichage.

Plusieurs enjeux se dégagent donc le long de ces axes :

- ❖ Encadrer la densité des publicités scellées au sol
- ❖ Veiller à la conformité des dispositifs
- ❖ Limiter l'affichage sauvage.



Publicités sur la commune de Villeneuve-la-Garenne



Publicité sur la commune d'Argenteuil

2.2. Enseignes

Les enseignes le long des grands axes se veulent plus voyantes pour capter le regard des automobilistes. On retrouve notamment plus d'enseignes au sol (drapeaux) et des formats d'enseignes en façade plus importants.

L'enjeu est donc de préserver la qualité paysagère des axes (notamment en entrée de ville) en adaptant le format et le nombre d'enseignes au contexte.



Enseigne sur la commune de Gennevilliers



Enseignes sur la commune d'Argenteuil

3. Les zones d'activités

Les secteurs d'activités, sont traditionnellement des zones où l'affichage est plus démonstratif. Pour autant, sur le territoire, les secteurs d'activités sont majoritairement des secteurs tertiaires dans lesquels l'affichage a donc une visée signalétique plus que commerciale.

Les secteurs commerciaux organisés autour du centre commercial Quartz et Enox ont été conçus comme des ensembles commerciaux. Ils encadrent les enseignes par le biais de chartes permettant de ne pas aboutir à une démultiplication d'affichage.

3.1. Publicité et pré-enseignes

Dans ces secteurs, la publicité est concentrée le long des axes bordant les zones d'activités.

Cette publicité est alors majoritairement de grand format et scellée au sol, dont une partie sur parcelles privées. Pour partie, ces publicités sont des dispositifs anciens, non-conformes au Règlement National de Publicité du fait de leur format. Ils renvoient ainsi une image vieillissante et peu valorisante de la zone.



Commune de Gennevilliers



Commune de Gennevilliers

Ainsi plusieurs enjeux se dégagent:

- ❖ Mettre en conformité les dispositifs avec le Règlement National de Publicité
- ❖ Encadrer les formats et la densité des dispositifs, notamment sur parcelle privée

3.2. Enseignes

Dans ces zones d'activités, les enseignes sont majoritairement implantées en façade. Quelques enseignes au sol ou sur clôture existent, mais restent peu nombreuses et de petit format.

La SIL mise en place dans plusieurs des zones d'activités sert de relais et limite ainsi les besoins d'enseignes au sol de chaque activité.



Commune de Gennevilliers

4. Les voies ferrées

4.1. Publicités et pré-enseignes

Les voies ferrées sont traitées de manière assez diverses selon les communes. Le long de certaines, des panneaux scellés au sol sont implantés le long de la voie, devant les piles de pont ou aux carrefours menant aux ponts qui traversent les voies. Tandis que dans d'autres communes, aucune publicité n'est présente le long du foncier SNCF.

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

Les enjeux seront donc les suivants :

- ❖ Encadrer la densité et le format des dispositifs publicitaires le long des voies
- ❖ Limiter les panneaux scellés au sol au niveau des intersections avec la voie ferrée
- ❖ Veiller à la qualité des entrées de ville par les gares



Publicités sur la commune d'Argenteuil

5. Les Berges de Seine

5.1. Publicité et pré-enseignes

Les berges de Seine sont des espaces particuliers présentant des cônes de vues où la publicité peut avoir des impacts négatifs.

A proximité de la Seine, des vues ouvertes se dégagent depuis les axes de communication et les ponts. Actuellement, ces secteurs sont en grande partie végétalisés et l’affichage y reste limité.

Les enjeux seront :

- ❖ De limiter les publicités à de petits formats en bord de Seine
- ❖ D’homogénéiser le traitement des Berges entre les différentes communes du territoire



Berges de Seine

6. Les cônes de vues et secteurs de nature en ville

Les cônes de vues et les espaces de nature en ville sont des secteurs où la publicité peut être très impactante. Le territoire étant relativement plat, les principaux cônes de vues sont situés en bords de Seine, et au niveau des ponts. Quelques axes, notamment à Argenteuil offrent des vues complémentaires sur Paris.

Plusieurs grands parcs structurent le territoire (le parc Lagravère, le parc des Chanteraines, la butte d’Orgemont ou encore la butte des Châtaigniers) et offrent des ilots paysagers qui contribuent au cadre de vie du territoire.

Globalement ces secteurs sont actuellement préservés, bien que de grands axes avec de l’affichage de grand format longent certains de ces parcs.

L’enjeu sera de valoriser ces parcs et cônes de vues par une protection particulière.

7. Les secteurs résidentiels

Les secteurs résidentiels sont majoritairement préservés de la publicité, mais ponctuellement des dispositifs de grand format (scellés au sol pour la plupart) sont implantés au sein des jardins de particuliers ou aux abords de résidences.

De plus le développement du numérique en Ile de France et dans les grandes agglomérations peut faire craindre le développement de ces dispositifs dans des secteurs peu adaptés. En secteur résidentiel, la luminosité des dispositifs numériques en soirée est bien souvent très pénalisante et donc à éviter.

L'enjeu en secteur résidentiel est donc double :

- ❖ limiter les dispositifs de grands formats
- ❖ encadrer les dispositifs lumineux dont l'impact peut être très fort dans ces secteurs

Enjeux du RLPi Boucle Nord de Seine







Sources : IGN, IAU (MOS2017), APUR, Atlas des Patrimoines, Geoportail de l'Urbanisme, PLU de Clichy (Juin 2019), PLU de Colombes
RLPi Boucle Nord de Seine - Réalisation : Even Conseil, Août 2020

**Boucle
Nord de Seine**
MÉTROPOLÉ DU GRAND PARIS

even
CONSEIL

0 1 km






La visibilité des acteurs économiques locaux

-  Centre ville
-  Autres polarités commerciales
-  Zone commerciale
-  Zones d'activités
-  Secteur de bureaux
-  Zone portuaire







Les secteurs patrimoniaux et naturels à préserver

-  Cône de vue
-  Monument historique
-  Périmètre de 500m et PDA autour des monuments historiques
-  Site inscrit
-  Site Patrimonial Remarquable
-  Secteur de nature (zones N, EBC, parcs)
-  Bords de Seine
-  Secteurs résidentiels

Les secteurs en mutation

-  Quartiers en mutation
-  Projets de tramway
-  Futures stations de tramway
-  Futur Bus à haut niveau de service "Entre Seine"
-  Futures gares Grand Paris Express

L'attractivité du territoire par la qualité de ses axes et entrées de villes

-  Axe de circulation majeur représentant un enjeu d'attractivité
-  Voie ferrée
-  Voie de tramway
-  Arrêt de tramway
-  Franchissement de la Seine
-  Autoroute et routes express



Orientations

Dans le cadre de l'élaboration du RLPi de Boucle Nord de Seine, des orientations ont été élaborées et débattues en conseil de territoire et au sein des conseils municipaux en vue de guider la rédaction du règlement. Ces orientations se déclinent en 3 grands axes définissant les objectifs à atteindre à l'intérieur desquels se déclinent un certain nombre de leviers permettant de répondre aux objectifs.

Axe 1 : Préserver le cadre de vie et valoriser les qualités paysagères et patrimoniales du territoire

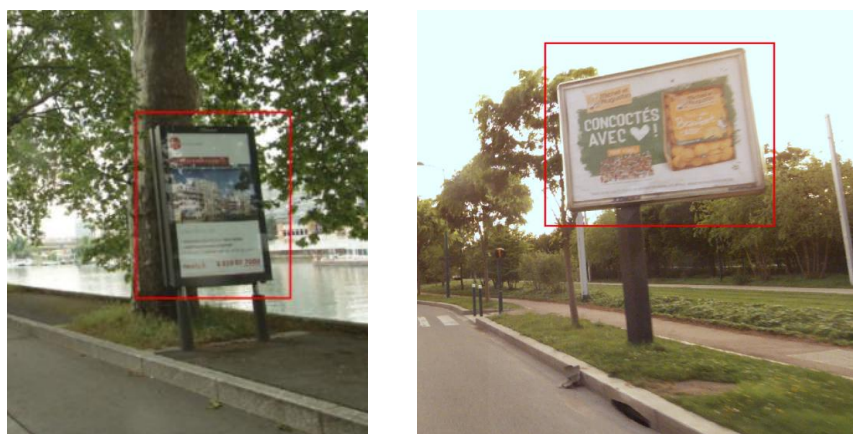
> Limiter l'impact des publicités sur le cadre de vie en agissant sur le format, la densité, la qualité

- Abaisser le format maximal des publicités
- Limiter en nombre les publicités par unité foncière et définir un linéaire de parcelle minimal pour pouvoir installer une publicité
- Interdire les encadrements trop voyants



> Préserver les espaces paysagers et la nature en ville en interdisant la publicité sur les bords de Seine, en interdisant la publicité numérique aux abords des espaces de nature et en y limitant les formats

- Protéger les espaces de nature en limitant les formats de publicité et de mobilier urbain
- Protéger les espaces de nature en interdisant la publicité numérique
- Protéger les bords de Seine en interdisant la publicité côté Seine



- › Préserver les qualités de vie dans les secteurs résidentiels ou mixtes et aux abords des équipements publics en y limitant la publicité (notamment numérique)



- › Protéger les abords des espaces patrimoniaux en restreignant la publicité au petit mobilier urbain, en encadrant les typologies d'enseignes et en interdisant le numérique

- Restreindre la publicité au petit mobilier urbain dans les secteurs patrimoniaux
- Exiger des enseignes de qualité aux abords des sites patrimoniaux



Axe 2 : Promouvoir les dynamiques commerciales et économiques

› Favoriser l'attractivité commerciale des polarités existantes et futures, en veillant à la qualité des enseignes pour en améliorer la visibilité et en restreignant la publicité

- Définir des règles de formats, d'implantation
- Valoriser la bonne intégration de l'enseigne à la façade



› Imposer une meilleure cohérence et qualité autour de la communication des acteurs économiques dans les secteurs d'activités et le long des axes structurants



> Anticiper la montée en puissance de l’affichage numérique en encadrant les formats et les secteurs d’implantation

- Définir des secteurs d’autorisation et d’interdiction de l’affichage numérique afin d’adapter les besoins technologiques aux secteurs
- Définir les formats maximum des dispositifs (notamment des enseignes numériques)



Axe 3 : Accompagner les évolutions urbaines et les grands projets du territoire

> Anticiper les besoins d’affichage temporaire liés aux chantiers et à la réalisation des projets



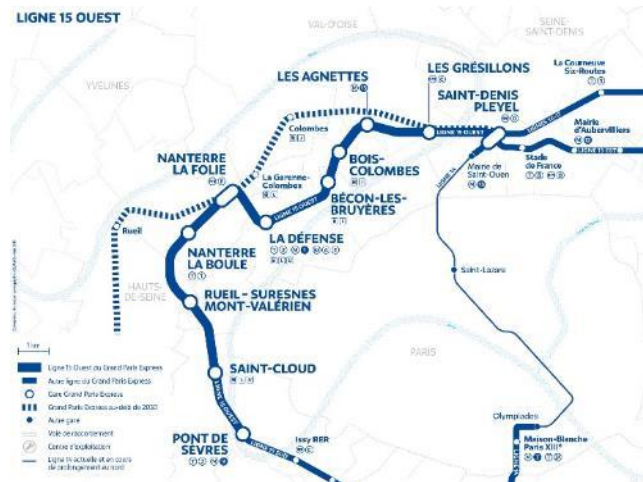
> Anticiper la mutation de certains quartiers par la définition de règles en adéquation avec les futurs besoins de ces secteurs

- Définir des règles d’implantation et de format d’enseigne cohérents avec les futurs besoins des secteurs en mutation



› Anticiper les besoins générés par les nouveaux réseaux de transports (prolongement des Tramways T1 et T11 express, du métro 14, de la future ligne 15 Ouest GPE, des TCSP)

- Encadrer les enseignes autour des futures gares afin de promouvoir des enseignes de qualité
- Limiter les formats des publicités dans ces secteurs où la visibilité et donc la pression publicitaire va augmenter



› Anticiper les besoins d’affichage exceptionnel liés aux Jeux Olympiques et aux autres grands événements métropolitains

- Anticiper les futures besoins d’enseignes et de publicité autour des sites olympiques
- Prévoir des adaptations et exceptions permettant un affichage temporaire exceptionnel





Justification des choix retenus

La justification des choix retenus dans le RLPi s'organise en deux parties principales, à savoir :

- La justification des choix retenus en matière de zonage, qui permet la délimitation des zones de publicité à l'échelle du territoire intercommunal ;
- La justification des choix retenus en matière de règlement, qui comprend :
 - La justification de choix généraux s'appliquant à l'ensemble des zones de publicité ;
 - La justification des choix s'appliquant à certaines typologies de dispositifs ;
 - La justification des choix propres à chacune des zones de publicité. s

Les orientations du RLPi poursuivies sont rappelées, et les dispositions du règlement sont justifiées.

I. Justifications des choix retenus en matière de zonage

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

Quatre zones de publicités (dont 2 sous zonées) conduisent à l'établissement de règles particulières de publicité et d'enseignes sur 8 secteurs du territoire. Le découpage des zones et leur justification sont précisés ci-après.

1. Délimitation des zones

❖ Correspondance avec les orientations

Le découpage du territoire intercommunal en 4 zones de publicité est justifié par les orientations suivantes :

Zone de publicité	Orientation du RLPi correspondante
ZP0 - Secteurs patrimoniaux et naturels	Préserver le cadre de vie et valoriser les qualités paysagères et patrimoniales du territoire <ul style="list-style-type: none"> → Limiter l'impact des publicités sur le cadre de vie en agissant sur le format, la densité, la qualité → Préserver les espaces paysagers et la nature en ville en interdisant la publicité sur les bords de Seine, en interdisant la publicité numérique aux abords des espaces de nature et en y limitant les formats → Protéger les abords des espaces patrimoniaux en restreignant la publicité au petit mobilier urbain, en encadrant les typologies d'enseignes et en interdisant le numérique
ZP1 – Secteurs mixtes	Préserver le cadre de vie et valoriser les qualités paysagères et patrimoniales du territoire <ul style="list-style-type: none"> → Permettre l'expression des commerces locaux (de centres-bourg et cœurs de quartiers) → Préserver les qualités de vie dans les secteurs résidentiels ou mixtes et aux abords des équipements publics en y limitant la publicité (notamment numérique) Accompagner les évolutions urbaines et les grands projets du territoire

	<ul style="list-style-type: none"> → Anticiper la mutation de certains quartiers par la définition de règles en adéquation avec les futurs besoins de ces secteurs → Anticiper les besoins générés par les nouveaux réseaux de transports (prolongement des Tramways T1 et T11 express, du métro 14, future ligne 15 Ouest GPE, TCSP)
ZP2 – Zones d'activités	Promouvoir les dynamiques commerciales et économiques <ul style="list-style-type: none"> → Imposer une meilleure cohérence et qualité autour de la communication des acteurs économiques dans les secteurs d'activités et le long des axes structurants
ZP3 – Axes structurants	Promouvoir les dynamiques commerciales et économiques <ul style="list-style-type: none"> → Imposer une meilleure cohérence et qualité autour de la communication des acteurs économiques dans les secteurs d'activités et le long des axes structurants

❖ Explication du découpage en zones de publicité

L'état des lieux du territoire et la mise en évidence des enjeux dans le cadre du diagnostic ont permis de faire émerger plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux spécifiques. Ces zones répondent à des enjeux paysagers distincts et hiérarchisés en fonction de l'impact de la publicité et des enseignes.

Ces secteurs font l'objet de zones de publicité (ZP), pour lesquelles des règles spécifiques ont été définies afin de répondre aux enjeux identifiés localement et ont été travaillées au regard des enjeux liés à l'affichage extérieur.

Ainsi, 4 zones de publicité (ZP) sont instituées sur le territoire intercommunal, dont deux sont constituées de sous-zones :

ZP0	ZP0	Secteurs patrimoniaux et naturels
ZP1	ZP1	Secteurs mixtes
ZP2	ZP2a	Zones d'activités
	ZP2b	Zones commerciales
ZP3	ZP3a	Axes où la publicité murale est autorisée
	ZP3b	Axes et gares autorisant la publicité
	ZP3c	Axes urbains n'autorisant que le grand mobilier urbain
	ZP3d	Abords du périphérique

2. Justifications de la zone de publicité ZP0 - Secteurs patrimoniaux et naturels

Une zone spécifique est dédiée aux secteurs patrimoniaux et naturels, qui présentent des enjeux spécifiques du fait de leur caractère historique, de leur valeur architecturale ou bien de leur valeur paysagère. Ces espaces sont en partie concernés par des périmètres de protection.

Les espaces de nature (plus ou moins aménagés) ne sont pas appréhendés ici pour leur valeur écologique proprement dite, mais en tant qu'éléments du paysage et du cadre de vie. Il s'agit de repérer ces zones naturelles pour les tenir à l'abri de toute prolifération publicitaire.

La place de la nature en ville connaît aujourd'hui une importante reconnaissance pour les services écologiques et sociaux qu'elle rend aux habitants (adaptation au changement climatique, qualité du tissu urbain vécu, etc.). Dans un territoire urbain contraint, la place de la nature en ville est totalement légitime en tant qu'amélioration du confort des habitants et doit trouver sa pleine dimension dans les nouveaux aménagements. C'est pourquoi une zone spécifique protège les espaces de nature. Les mesures qui ont été adoptées répondent à l'objectif de préserver et de valoriser la qualité des espaces à valeur paysagère ainsi que les espaces à forte valeur patrimoniale.

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

- Les abords de 50m autour de l'ensemble des monuments historiques du territoire ;
- Les grands parcs du territoire tels que le parc des Chanteraines, le Parc Pierre Lagravère, les buttes des Châtaigniers et d'Orgemont, le parc des Sévines, le parc Roger Salengro ou encore le Parc des Impressionnistes, ainsi que des espaces verts de proximité qui participent à la qualité du cadre de vie ;
- De plus petits espaces de parcs et squares tels que le Square Médéric ou le square Florence Arthaud à Colombes, ainsi que la coulée verte à Colombes ;
- La cité jardin de Gennevilliers ;
- Les bords de Seine (du bord de Seine jusqu'au milieu des voies longeant les quais) ;
- Les grands espaces sportifs tels que le parc des sports de Gennevilliers ;
- Les abords des autoroutes et des échangeurs (dégageant des vues ouvertes sur le paysage environnant et constituant d'une certaine façon des portes d'entrées sur le territoire, à préserver à ce titre).

3. Justifications de la zone de publicité ZP1 – Secteur mixtes

La ZP1 concerne les tissus de centres-villes, les secteurs résidentiels et secteurs mixtes. Dans ces secteurs, des qualités architecturales et patrimoniales ponctuelles nécessitent une certaine protection. Les ambiances urbaines spécifiques des centres-villes sont à préserver afin de pérenniser et renforcer leur attractivité.

Au sein des zones à dominante résidentielle, des activités économiques, qui nécessitent de la visibilité, peuvent siéger. Il s'agit ainsi d'encadrer ces possibilités tout en garantissant la qualité des paysages urbains à caractère résidentiel. Le cadre proposé à travers la ZP1 tend ainsi vers une préservation importante de ces zones, lieux privilégiés de vie de la population.

En termes de zonage, ce secteur regroupe l'ensemble des espaces non désignés par une autre zone de publicité. Il occupe ainsi la majorité du territoire.

Dans ce secteur les formats de publicité sont limités de manière à valoriser le commerce de détail. Dans ce même objectif, les règles d'enseignes sont relativement strictes. Les formats d'enseignes y sont limités.

4. Justifications de la zone de publicité - ZP2 – Secteurs de zone d'activités ou commerciales

Du point de vue des domaines d'activités exercés, les zones d'activités économiques et commerciales ne présentent pas les mêmes caractéristiques, certaines étant plutôt industrielles ou artisanales, d'autres étant majoritairement voire exclusivement commerciales.

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

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

La ZP2 comprend ainsi 2 sous-secteurs :

ZP2	ZP2a	Zones d'activités
	ZP2b	Zones commerciales

- La ZP2a couvre les zones d'activités n'ayant pas une visée commerciale et qui présentent donc des enjeux modérés en termes d'affichage. Cette zone inclut notamment :
 - à Argenteuil - la zone du Val d'argent
 - A Gennevilliers - l'ensemble de la zone portuaire
 - A cheval entre Gennevilliers et Villeneuve-la-Garenne - le parc d'activités des Chanteraines
 - Villeneuve-la-Garenne - les différentes zones d'activités entre la N315 et l'A86
- La ZP2b couvre les zones commerciales expressives. Elle inclut notamment :
 - A Gennevilliers - le parc commercial des Chanteraines
 - le centre commercial Enox
 - A Villeneuve-la-Garenne - le Qwartz

5. Justifications de la zone de publicité - ZP3 – Secteur d'axe

Le zonage dédié spécifiquement aux secteurs d'axes, vise à mettre en cohérence certains types d'axes (plutôt larges et empruntés majoritairement par des véhicules motorisés) avec l'affichage économique qui les longe. Il s'agit de préserver ces espaces, supports de flux quotidiens importants, par la définition de règles de formats et de densité claires permettant la préservation de leur cadre paysager.

Par la définition de règles spécifiques à certains axes, il s'agit d'assouplir ponctuellement les règles définies par le RLPi, là où le contexte paysager le permet, sans pour autant assouplir les règles de publicité sur l'ensemble du territoire. Ainsi seuls les quelques axes ciblés dans le RLPi autorisent, avec les zones d'activités, des formats de publicité ponctuellement plus importants, tandis que les autres zones (qui couvrent la majorité du territoire) imposent des formats maximaux très strictes (2m²).

Le long des axes ciblés par la ZP3, les largeurs de façade à façade sont plus importantes qu'ailleurs, ce qui permet d'admettre de plus grands formats de publicité sans que l'impact paysager apparaisse différent de celui de petits formats dans des rues étroites.

La ZP3 couvre ainsi plusieurs axes du territoire, ainsi que les gares. Elle est découpée en 4 sous-secteurs :

ZP3	ZP3a	Axes où la publicité murale est autorisée
	ZP3b	Axes et gares autorisant la publicité
	ZP3c	Axes urbains n'autorisant que le grand mobilier urbain
	ZP3d	Abords du périphérique

- La ZP3a couvre, sur 30m de part et d'autre de l'axe de la voie, des axes particulièrement larges et longés de bâtiments hauts, en partie d'activités et majoritairement en retrait du domaine public. Dans ce contexte urbain de grande dimension l'impact de grands mobiliers urbains associés ponctuellement à des supports muraux n'est pas de nature à détériorer la qualité urbaine. Sont ainsi notamment concernés à Asnières et Gennevilliers la Rue des Bas, le Boulevard Pierre de Coubertin, l'avenue Laurent Cély et l'avenue Marcel Paul, ainsi qu'une partie du Quai Aulagnier à Asnières (côté bâti).

Les voies ciblées par cette ZP3a sont les suivantes :

- A Asnières - le Quai Aulagnier (côté bâti)
- A Asnières et Gennevilliers - la rue des Bas
- le boulevard Pierre de Coubertin
- l'avenue Laurent Cély
- A Clichy - une partie de la rue Pierre Bérégovoy
- une partie de la rue de Neuilly
- une partie de la route d'Asnières
- une partie de la rue Henri Barbusse
- A Gennevilliers - l'avenue Marcel Paul

- La ZP3b couvre les gares du territoire, ainsi que certains axes, sur 30m de part et d'autre de l'axe de la voie. Les axes ciblés par la ZP3b à Argenteuil et Villeneuve-la-Garenne longent des zones d'activités ou commerciales qui présentent ponctuellement des besoins d'affichage plus importants et dont le bâti est installé fortement en retrait du domaine public

A Clichy, la rue du Général Roquet est une des plus larges de la commune et les bâtiments qui l'environnent ne sont pas en alignement du domaine public. Ainsi l'objectif de ce zonage est de permettre ponctuellement de l'affichage sans que cela ne nuise au paysage environnant étant donné que ces secteurs sont très ponctuels et que le retrait du bâti permet aux supports publicitaires de trouver une place dans un environnement plus ouvert.

Les gares étant des espaces peu visibles depuis le domaine public, l'affichage y a été laissé plus libre qu'ailleurs, dans la mesure où il n'est pas de nature à dégrader la qualité de l'espace urbain environnant.

Les voies ciblées par cette ZP3b sont les suivantes :

- A Colombes et Gennevilliers - le Nord de l'Avenue d'Argenteuil, dans sa partie longeant des zones d'activités
- A Clichy - la rue du Général Roquet
- la rue Henri Barbusse aux abords de la gare de Clichy-Levallois
- A Villeneuve la Garenne - le quai du Moulin de Cage aux abords du Quartz

- La ZP3c couvre sur 30m de part et d'autre de l'axe de la voie des axes urbains présentent des largeurs relativement importantes qui justifient une souplesse par rapport à quelques supports de grand format. Cependant ils longent des espaces mixtes, en partie résidentiels dont le bâti n'est pas situé en retrait du domaine public. Par conséquent, si certains supports de grand format peuvent y être admis, une accumulation de supports de mobilier urbain avec des supports sur parcelles privées y aurait un impact trop important. C'est pourquoi, le long de ces axes, les souplesses de formats sont limitées en typologies d'implantation.

Les voies ciblées par cette ZP3b sont les suivantes :

- | | |
|---------------------------------------|--|
| A Argenteuil | <ul style="list-style-type: none"> - le Boulevard Delambre - le Boulevard du Général Leclerc - l'avenue Jean Jaurès - la rue Lucien Sampaix - le Boulevard de la Résistance - la rue de la Nonaise - le Boulevard Marceau Guillot - la RD 48 - le Boulevard Jean Allemane - la route d'Enghien |
| A Clichy | <ul style="list-style-type: none"> - les quais de Seine dans leur partie côté bâti - deux tronçons de la rue Martre et du Boulevard du Général Leclerc - une partie de la rue Henri Barbusse - une partie du Boulevard Victor Hugo |
| A Colombes | <ul style="list-style-type: none"> - le Boulevard Charles de Gaulle - la rue du Président Salvador Allende - la rue Gabriel Péri - la rue Paul Bert - l'Avenue Audra - la partie Nord du Boulevard de Valmy - l'avenue de l'agent Sare |
| A Asnières et Gennevilliers | <ul style="list-style-type: none"> - l'Avenue des Grésillons |
| A Colombes, Asnières et Gennevilliers | <ul style="list-style-type: none"> - l'Avenue d'Argenteuil |

- La ZP3d couvre les espaces bâtis présentant une visibilité aux abords du périphérique. Le périphérique est un espace particulier à l'échelle de la métropole du Grand Paris, attirant les entreprises pour des enjeux de visibilité et extrêmement tourné sur lui-même. A ce titre un zonage particulier lui a été attribué afin de permettre la dynamique économique de ce secteur, sans nuire particulièrement aux espaces urbains environnants étant donné que tout l'affichage est tourné vers l'axe et non vers les espaces résidentiels environnants.

6. Justifications du zonage numérique

La publicité numérique, par sa capacité à délivrer un message dynamique, est à la fois un outil au service d'une communication économique rapide et un support pouvant apporter des nuisances lumineuses dans un secteur à préserver.

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

Ainsi sur le territoire, la publicité numérique est globalement interdite, sauf dans certains secteurs ciblés par le zonage numérique. Dans ces secteurs, les besoins d’affichage municipal et commercial dynamiques ont été jugés plus importants que dans d’autres secteurs. Cependant, afin de limiter l’impact et le nombre de ces supports, seuls les mobiliers urbains numériques ont été autorisés et uniquement jusqu’à des formats de 2m². Ces deux contraintes permettent de ne pas démultiplier les supports entre affichage municipal et commercial (un support de mobilier urbain combine les deux fonctions) et de ne pas avoir des surfaces lumineuses qui impacteraient trop le paysage urbain.

Les secteurs ciblés sont notamment :

- des secteurs de gares, visant à limiter le nombre de supports dans des secteurs de haute visibilité pour n’en privilégier qu’un nombre restreint, mais dynamiques
- des secteurs de centres-villes pour les mêmes raisons que les secteurs de gares
- des carrefours d’importance qui présentent des enjeux de visibilité très importants, mais sont situés à distance d’habitations.

II. Dispositions réglementaires retenues pour les publicités et pré-enseignes

Réintroduction de la publicité en secteur d’interdiction relative

Le territoire de Boucle Nord de Seine est couvert ponctuellement par des périmètres de protection du patrimoine et de l’environnement engendrant des interdictions strictes et relatives de publicité. Les périmètres autour de 15 monuments historiques du territoire, de 5 monuments en dehors du territoire ainsi que le périmètre des 2 sites inscrits et du SPR sont ainsi concernés.

Ces monuments historiques s’inscrivent majoritairement dans des secteurs de centre-ville et ponctuellement dans des secteurs d’activités, comme cela est notamment le cas pour l’usine élévatrice des eaux de Colombes qui est elle-même un bâtiment d’activités.

Ainsi, afin de préserver les abords immédiats de ces monuments, une zone ZP0 a été appliquée dans les 50m autour de l’ensemble des monuments historiques. Ce zonage interdit tout type de publicité, en dehors de celle sur abris voyageurs, et encadre strictement les enseignes. Il s’agit du zonage le plus protecteur du RLPi permettant ainsi de préserver les abords immédiats des monuments historiques. La publicité sur abris-voyageurs y est tout de même réintroduite afin de pérenniser les abris pouvant se trouver dans ce secteur et dont la publicité qui y est intégrée n’est pas de nature à masquer le monument plus que l’abri en lui-même.

Dans le reste des abords, un zonage ZP1 est majoritairement appliqué. Ce zonage permet la réintroduction de publicité, sur mobilier urbain uniquement. Le format y est limité à 2m², correspondant aux formats des publicités sur abris voyageurs et sur planimètres. Ces dispositifs offrent ainsi des espaces d’affichage pour les commerçants, et les événements de la ville, tout en s’intégrant sur du mobilier adapté à la circulation piétonne et qui ne sont pas de nature à nuire à la qualité des

abords non immédiats des monuments. Ces supports permettent ainsi de répondre à l'enjeu d'équilibre entre préservation des paysages aux abords des monuments et vie économique.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal permet ainsi, de façon limitée, la réintroduction de la publicité.

Afin de préserver les abords, aucun type de publicité supplémentaire à ceux déjà en place n'est autorisé et une réglementation forte des enseignes doit permettre de préserver les abords par un affichage de meilleure qualité.

1. Règles communes liées aux dispositifs publicitaires

Afin de préserver la qualité du cadre environnemental du territoire de Boucle Nord de Seine plusieurs dispositions ont été inscrites au règlement afin d'améliorer l'intégration des dispositifs dans leur environnement.

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

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

Afin de favoriser l'intégration des dispositifs dans leur environnement et limiter les dispositifs complémentaires aux supports publicitaires eux-mêmes, des dispositions ont été intégrées en vue de préserver la sobriété des dispositifs. L'éclairage par projection (qui nécessite l'installation d'une rampe surplombant le panneau) a ainsi été interdit. Les seules publicités lumineuses autorisées sont les publicités éclairées par projection ou les publicités numériques sur mobilier urbain. Ces dernières sont autorisées uniquement dans certains endroits précis du territoire identifiés au plan de zonage.

Publicité et pré-enseigne murales

Les dispositifs muraux ont été admis dans certaines zones du territoire. Cependant, en vue de préserver la qualité du bâti sur lequel ces dispositifs s'insèrent, certaines dispositions ont été intégrées :

- **Densité** : un seul dispositif est admis par unité foncière afin d'éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné.

- Préservation des éléments de composition architecturale : une interdiction de masquer des éléments de composition architecturale a été définie afin que la publicité ne nuise pas à la qualité du bâti sur le territoire
- Installation sur la façade : l'installation doit obligatoirement se faire parallèlement aux arêtes du support afin, là également, de préserver les formes architecturales et imposer une prise en compte du contexte environnemental pour installer un support publicitaire.
- Dispositifs de pose : l'interdiction du maintien des dispositifs de pose a pour objectif de limiter la surcharge visuelle de chaque dispositif. Actuellement de nombreux dispositifs publicitaires sont entretenus sans recours au maintien de passerelles ou échelles, ce qui leur offre une intégration de bien meilleure qualité. C'est ce vers quoi souhaite tendre l'EPT pour l'ensemble des dispositifs publicitaires.

Publicité et pré-enseignes scellées au sol

Les dispositifs scellés au sol ont été admis dans certaines zones du territoire. Cependant, en vue de préserver la qualité des secteurs environnementaux dans lesquels ces dispositifs s'insèrent, certaines dispositions ont été intégrées :

- Densité : un seul dispositif est admis par unité foncière afin d'éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné. Cette disposition est levée pour les secteurs de gares dont les unités foncières sont de très grandes dimensions et où la publicité impacte peu le domaine public du fait de la configuration des gares sur le territoire.
- Habillage : les dos des dispositifs simple face doivent être habillés afin d'encourager la mise en place de supports de qualité plutôt que de supports installés à l'économie, sans prise en compte de l'environnement. Dans cette même logique les dispositifs doivent être à flanc fermé.
- Implantation : l'implantation en V ou en trièdre est interdite afin de limiter l'effet de surdensité publicitaire et éviter qu'un espace trop large ne soit occupé visuellement par des dispositifs publicitaires.

Publicité lumineuse et numérique

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

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

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

- en imposant les mêmes règles de formats aux publicités lumineuses et non lumineuses (hors numérique)
- en définissant des horaires d'extinction nocturne étendus permettant de limiter l'impact de la luminosité de ces dispositifs sur l'environnement dès lors que l'activité du secteur ne justifie plus de maintenir la luminosité des dispositifs.
- en limitant l'implantation des dispositifs numériques (qui sont jugés les plus impactant pour l'environnement) à de petits formats de 2m² et à des secteurs limités. Ces secteurs sont éloignés des grands espaces de nature et sont situés au cœur des centralités économiques, là où ces dispositifs peuvent trouver un intérêt.

Publicité lumineuse en vitrine

Sur le territoire, les dispositifs lumineux en vitrine sont nombreux.

Ils sont de nature et de formats diverses (écrans numériques de publicité ou d'enseigne, néons, etc.)

Leur impact est parfois très important du fait de leurs dimensions, mais également de leur luminosité (notamment la nuit).

Les règles d'extinction telles que prévues doivent permettre de limiter très fortement les nuisances que peuvent générer ces supports la nuit, notamment pour les riverains dont la luminosité des dispositifs pourrait perturber le sommeil. Ainsi une double règle d'extinction est prévue afin de provoquer le soir l'extinction progressive des écrans au gré des fermetures successives des commerces, puis dans tous les cas dans le créneau de 23h à 6h du matin. L'objectif est ainsi de permettre un affichage numérique en journée (quand les habitants peuvent être à la recherche d'une information), mais de limiter l'impact sur la santé des riverains la nuit.

La règle impose également un système de gradation de la luminosité afin d'éviter que par mauvais temps par exemple (cas où la luminosité extérieure est faible) les écrans ne deviennent gênants pour les passants.

Pré-enseignes temporaires

Les pré-enseignes temporaires participent au dynamisme du territoire par le signalement d'activités temporaires. Ces dispositifs ont un impact environnemental faible dès lors qu'ils sont installés sur de courtes périodes. Le Code de l'Environnement définissant d'ores et déjà des périodes d'installation restreintes, les pré-enseignes temporaires ne sont pas plus encadrées que ce que propose le règlement national de publicité.

Publicité de chantier

La publicité de chantier est un type de publicité qui s'installe temporairement au cours de la réalisation de travaux et uniquement pendant la période effective de réalisation desdits travaux.

Comme tout dispositif temporaire, cet affichage n'a pas vocation à durer, mais peut permettre ponctuellement, de couvrir certains frais de chantier et ainsi de faciliter la réalisation de travaux. Par l'autorisation de la publicité de chantier c'est ainsi une mise en valeur à long terme de l'environnement urbain qui est visée en facilitant les travaux d'aménagement ou de rénovation.

2. Règles spécifiques aux différentes zones

Publicité sur mobilier urbain

Le Code de l'Environnement désigne 5 supports de mobilier urbain susceptibles d'accueillir de la publicité à titre accessoire :

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

Cette dernière catégorie ouvre la porte à une plus grande multiplicité de formes et surfaces d'affichage que les précédentes. Par conséquent le règlement a choisi de préciser les dispositions applicables à ce type de dispositifs.

Ainsi en ZP0 tout type de publicité sur mobilier urbain est interdit afin de valoriser les abords des espaces naturels et patrimoniaux où s'applique ce zonage. La publicité sur abris-voyageurs y est tout de même autorisée afin de pérenniser les abris pouvant se trouver dans ces secteurs et dont la publicité qui y est intégrée n'est pas de nature à créer un obstacle supplémentaire à l'abri.

En ZP1, le mobilier urbain (et particulièrement le mobilier recevant des informations non publicitaires) est limité à un format de 2m². Ce format réduit a vocation à préserver les espaces de centres-villes et les zones résidentielles où s'applique ce zonage. Il est important de noter que ce zonage est celui appliqué principalement sur le territoire, ce qui montre l'objectif de préservation du paysage engagé par l'ensemble des communes.

En ZP2 et ZP3, un format de 8m² est autorisé. Ce format supérieur à vocation à s'adapter aux dimensions des axes et des zones d'activités où ces supports seront installés. Les axes au sein de ces secteurs étant plus larges, une dimension plus importante est permise car considérée comme aillant un impact environnemental similaire à un dispositif de petit format dans une rue étroite.

Publicité scellée au sol

Les publicités scellées au sol, si elles sont associées avec des dispositifs de mobilier urbain et à des enseignes scellées au sol, créent une surdensité d'affichage dans les secteurs où elles sont implantées. Les dispositifs scellés au sol ont ainsi été extrêmement limités dans le but de privilégier notamment la visibilité des enseignes scellées au sol. Les zones où l'affichage scellé au sol est autorisé sont limitées à la ZP3b regroupant les gares et quelques axes longeant des zones d'activités. Ces supports sont interdits dans les autres zones.

Publicité murale

Les publicités murales s'installent sur des supports déjà existants. Elles sont moins impactantes pour l'environnement que les publicités scellées au sol étant donné qu'elles n'ajoutent pas de support et que leur implantation est conditionnée à la présence de murs pignons.

Ces dispositifs sont ainsi autorisés en ZP3a et ZP3b qui sont des secteurs d'axes de grandes dimensions. Ils sont interdits dans les autres zones.

Au sein de ces secteurs d'axes, la publicité peut être de plus grand format sans pour autant que l'impact sur le paysage s'en ressente comme plus important. Ces dispositifs sont donc autorisés jusqu'à un format de 10,50m².

Publicité en toiture

Au sein de la ZP3d les publicités en toiture sont admises dans la mesure où elles respectent les dispositions nationales. Cette souplesse a été admise le long du périphérique étant donné qu'il s'agit d'un espace très particulier à l'échelle de la métropole du Grand Paris. Il attire les entreprises pour des enjeux de visibilité et est extrêmement tourné sur lui-même. A ce titre certaines dérogations y sont admises afin de préserver le dynamisme économique du territoire, dans la mesure où les activités de ce secteur tourné sur lui-même n'impactent que peu les secteurs environnants.

Publicité lumineuse en vitrine

Au sein de chaque zone de publicité, des dispositions sont prévues afin de limiter le nombre et le format des dispositifs lumineux en vitrine.

Au sein de toutes les zones, une règle de non cumul entre surface de publicité et d'enseignes est prévue. En effet, dans la mesure où ces supports peuvent facilement diffuser les deux types de message, il n'est donc pas utile de les multiplier.

En ZP0, zone d'interdiction de la publicité, ces supports sont interdits.

La ZP1 correspond aux secteurs de centre-ville et d'habitat. Dans ces secteurs, les commerces sont majoritairement en front de rue, les dispositifs sont donc situés très proches du regard du piéton. Le choix a donc été fait de limiter ces dispositifs en nombre (un support par établissement) et en format (0,15m²). Le format de 0,15m² correspond à un écran d'un peu plus de 22 pouces (49*27cm), parfaitement visible dans une rue commerçante, mais avec un impact paysager tout de même mesuré.

En ZP2, secteur de zones d'activités, les locaux commerciaux sont de plus grandes dimensions et le piéton majoritairement à distance des façades. Le format autorisé est donc supérieur à la ZP1. Il correspond à un écran de 55 pouces (121,8m* 68,5m), plus adapté au contexte de zones d'activités.

Les zones ZP3a et c étant imbriquées dans le tissu urbain et à proximité immédiate d'habitations, il a été fait le choix d'y associer les mêmes dispositions qu'en ZP1 afin là aussi de limiter l'impact de ces supports sur les riverains.

Au sein des autres zones d'axes (ZP3b et d), situés plutôt en secteurs de gare ou d'activités tertiaires, l'impact négatif de ces dispositifs est plus limité compte tenu d'une part de personnes logeant à proximité plus limitée. Pour autant dans ces secteurs, le nombre d'utilisateurs en journée est important, ce qui garantit une certaine visibilité de l'affichage dont le format autorisé correspond à un écran de 55 pouces (121,8m* 68,5m).

III. Dispositions réglementaires retenues pour les enseignes

1. Règles communes liées aux enseignes

Les enseignes du territoire sont encadrées par des règles communes à toutes les zones.

Ces règles communes sont précisées au sein de chaque zone pour des questions de facilité d'utilisation du règlement. Ainsi le règlement est organisé de manière à avoir, au sein de chaque zone, la totalité des dispositions réglementaires qui s'appliquent aux enseignes, y compris celles communes à toutes les zones.

Les justifications ci-dessous se rapportent ainsi à l'ensemble des règles communes, y compris celles répétées au sein de chaque zone.

Composition générale

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

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

Une réflexion est demandée sur les matériaux et teintes afin d'intégrer l'enseigne à la façade. Si cette disposition tient plus du conseil que de la disposition réglementaire, elle a pour objectif d'amener les responsables de commerces et activités à réfléchir à la meilleure intégration de leur enseigne pour se rendre visible tout en s'insérant au cœur d'un paysage commercial défini.

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

L'exception des enseignes clignotantes liées aux services d'urgence est maintenue afin de rendre visible les services de première nécessité.

L'ajout d'effets sonores est interdit afin de ne pas voir l'environnement dégradé par une nouvelle dimension liée à l'affichage commercial.

Eclairage

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

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

Les enseignes suivent la même plage horaire d'extinction nocturne que les publicités et doivent être éteintes en période diurne, moment où leur intérêt est plus limité.

Les enseignes numériques, dont la luminosité est très impactante pour le paysage de la rue et dont l'éclairage est orienté vers la rue, sont interdites en toutes zones. Ces dispositifs, en plus d'être impactants, ne permettent l'affichage commercial que d'un commerce, ce qui est peu profitable à l'ensemble de l'activité commerciale des communes.

Une dérogation est tout de même prévue pour les établissements culturels qui peuvent user de ce type de dispositifs pour diffuser un message culturel à l'extérieur du bâtiment.

Activités en étage

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

Afin d'adapter les typologies d'enseignes au bâti particulier de ces secteurs d'activités, des dispositions particulières sont définies et notamment la possibilité de déroger à la règle de respect du RDC.

Pour autant, ces enseignes n'en restent pas moins encadrées strictement. Elles devront ainsi être réalisées au moyen de lettres découpées (ce qui assurera une plus grande discrétion dans l'implantation de l'enseigne) et ne devront pas dépasser la hauteur d'un demi-étage afin de contrôler leurs dimensions. Une seule enseigne est autorisée afin de limiter toute surdensité sur l'immeuble.

Concernant les activités n'occupant qu'une partie d'un immeuble, l'implantation de leur enseigne est bien sûre permise, mais doit être réalisée au moyen de lettres découpées ou peintes (ce qui assure une plus grande discrétion dans l'implantation de l'enseigne) et ne devront pas dépasser la hauteur d'un demi-étage afin de contrôler leurs dimensions. Une seule enseigne est autorisée afin de limiter toute surdensité sur l'immeuble.

Enseignes lumineuses en vitrine

De la même façon que pour les publicités et pour les mêmes raisons, des dispositions sont prévues pour encadrer les enseignes lumineuses dont la nuisance paysagère est équivalente à celle d'un support de publicité.

Parmi les dispositions générales, des règles spécifiques ont été intégrées concernant les enseignes numériques à l'intérieur des vitrines afin de les exclure de la dérogation permettant habituellement aux enseignes de rester allumées pendant les horaires d'ouverture de l'activité. Cette exclusion doit permettre de rendre plus cohérentes les règles d'extinction entre publicités et enseignes numériques en vitrine et cela pour plusieurs raisons :

- L'impact que peut avoir un écran numérique sur son environnement est équivalent, qu'il soit considéré comme une publicité ou comme une enseigne ;
- La mutabilité d'un support de publicité vers un support d'enseigne (ou inversement) est très facile sur un écran numérique, ce qui impose d'harmoniser les règles pour faciliter le contrôle ultérieur.

Enseigne temporaire

Les enseignes temporaires sont réparties en deux catégories par le Code de l'Environnement :

- Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois

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

Le règlement définit des règles particulières pour chacune de ces deux catégories.

Les enseignes temporaires signalant des opérations de moins de trois mois sont limitées à une par évènement signalé. Cette disposition a pour objectif de limiter la démultiplication de l'affichage temporaire qui s'ajoute à l'affichage permanent avec un contrôle plus complexe.

Concernant les enseignes temporaires immobilières installées en façade, quelques dispositions sur leur nombre, leur format, leur implantation, permettent de maîtriser leur installation.

Les enseignes scellées au sol sont limitées à une par voie ouverte à la circulation afin de limiter tout effet de surdensité entre l'affichage permanent et temporaire.

Les enseignes temporaires sur palissade ou clôture sont limitées à un format de 8m² afin de se rapprocher des formats autorisés sur le mobilier urbain, tout en limitant l'effet de surdensité (étant donné qu'il s'agit de dispositifs temporaires n'ayant pas vocation à durer dans le temps).

Implantation des enseignes en façade

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

Le positionnement des enseignes en façade doit ainsi se faire en prenant en compte les lignes de composition de la façade et s'implanter notamment sous la limite du rez-de-chaussée.

Ce positionnement imposé doit permettre de limiter le nombre d'enseignes, tout laissant la possibilité aux commerces ayant un très long linéaire sur rue d'installer plus d'une enseigne dans cet espace dédié. Cette intégration à la façade doit permettre d'améliorer la qualité des fronts commerçants et de limiter les implantations hétéroclites qui donneraient plus ou moins de visibilité à certaines activités.

Implantation et format de l'enseigne à plat sur la façade

L'enseigne à plat sur la façade ne doit pas s'étendre d'un bout à l'autre de la devanture.

Une installation sur tout le linéaire est en général soit de très grand format et donc mal intégrée dans le paysage de la rue, soit très allongée et donc difficilement lisible. Cette implantation est donc interdite.

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

La hauteur du lettrage est elle aussi limitée à la moitié de la hauteur du panneau, de manière à obtenir une enseigne la plus lisible possible et donc un affichage de qualité pour le commerce.

La saillie de ces enseignes est limitée à 0,15 m afin, là aussi, d'obtenir plus d'homogénéité dans les fronts commerçants et d'éviter qu'un commerce soit plus ou moins visible qu'un autre.

L'enseigne n'est pas admise au-dessus des accès n'appartenant pas au commerce de manière à gagner en lisibilité du front commercial et améliorer ainsi le paysage commercial.

Implantation et format de l'enseigne perpendiculaire à la façade

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, toutes les enseignes perpendiculaires doivent être alignées au bandeau (ce qui revient à les positionner au-dessus de la vitrine et sous la limite du rez-de-chaussée). Cela afin d'éviter qu'une enseigne s'implante beaucoup plus haut, au détriment des enseignes de part et d'autre et de l'harmonie du paysage commercial à l'échelle de la rue.

Un positionnement en limite latérale du commerce est imposé afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle. Ceci permet également de créer une cadence régulière.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec un format maximal ajusté par zone selon les réalités physiques de chaque secteur. Une dérogation de nombre est accordée pour les enseignes perpendiculaires obligatoires, dans la mesure où elles respectent une implantation cohérente avec la première enseigne perpendiculaire. Une saillie maximale est définie et ajustée par zone afin d'éviter qu'un commerce ne s'implante très en surplomb de la rue, au détriment des commerces limitrophes. Cette dimension ne rentre cependant pas en compétition avec les dimensions du règlement de voirie de la commune, si celui-ci est plus restrictif à ce sujet.

Enseigne sur store

L'inscription sur store est encadrée.

Afin de limiter l'effet de surdensité elle n'est possible que sur le lambrequin. Les doublons de message avec l'enseigne bandeau sont interdits pour limiter l'accumulation de messages lorsque le store est replié et limiter les effets de surdensité qui nuisent à la lisibilité et l'attractivité visuelle du commerce.

Inscription sur vitrine

Les enseignes sur baies sont limitées en termes de formats afin d'éviter l'effet de masque de la vitrine par la vitrophanie. Ainsi les inscriptions doivent être en lettres ou signes découpés (ou sur fond transparent) pour maintenir une transparence de la vitrine.

La surface des inscriptions ne doit pas dépasser 25% de la surface vitrée afin de préserver au maximum la transparence la vitrine ou des fenêtres dont l'objet premier est la mise en valeur des commerces.

Enseigne sur piles latérales

Afin de permettre l’affichage de menus ou d’horaires sur les piles latérales des devantures commerciales, une dérogation est prévue à l’affichage des enseignes en façade. Cependant afin que l’affichage sur ces piles reste réduit, il est limité en surface et doit être installé correctement (en termes de couleurs et de saillies).

Enseigne sur devanture en applique

Les devantures en applique présentent une valeur architecturale et patrimoniale particulière. A ce titre, il convient d’y installer des enseignes adaptées à leurs spécificités. C’est pourquoi, sur ce type de devantures, seules les lettres découpées, collées ou peintes sont admises.

Enseigne sur caisson roulant

L’implantation d’enseignes sur caisson roulant est souvent peu esthétique et faite sans réflexion d’ensemble par rapport au reste de la façade.

Ainsi, ces enseignes sont limitées aux seules lettres collées ou peintes afin d’éviter l’installation d’enseignes de mauvaise qualité sur ces caissons et privilégier une réflexion d’ensemble permettant un meilleur positionnement de l’enseigne.

Enseigne scellée au sol

Les enseignes scellées au sol sont autorisées dans la majorité des zones, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public. Ces enseignes constituent parfois un des seuls moyens de visibilité de l’activité.

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

- **Densité** : leur densité est limitée à un dispositif par voie ouverte à la circulation. Cette règle inclut les dispositifs de moins de 1m² qui se matérialisent en général par des oriflammes ne participant pas à une bonne lecture de l’activité commerciale tout en ayant un impact négatif sur la qualité paysagère du front commercial.
- **Implantation** : ces dispositifs ne peuvent être implantés que dans le cas où la façade est située en retrait de l’axe de la rue afin de ne permettre l’implantation que dans les secteurs où cela est nécessaire.
- **Non cumul** : une règle de non cumul entre l’enseigne au sol et l’enseigne en clôture a été définie étant donné que ces supports ont une fonction similaire (qui est de permettre la visibilité d’un commerce qui ne serait pas visible autrement). Cependant le choix d’un de ces dispositifs suffit à rendre l’activité visible. Il est laissé à l’entrepreneur le choix entre les deux, selon le contexte de son activité et les formats autorisés par secteur pour permettre une évaluation à la parcelle du bon dispositif.

Enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées dans la majorité des zones, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public. Ces enseignes constituent parfois un des seuls moyens de visibilité de l'activité.

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

- **Densité** : ces dispositifs sont limités à un par voie ouverte à la circulation afin de proposer des règles de densité homogènes entre enseignes au sol et sur clôture (deux dispositifs ayant un but similaire).
- **Implantation** : les enseignes sur clôture sont interdites sur les clôtures végétales afin de préserver la qualité paysagère de ces espaces plantés.
- **Non cumul** : une règle de non cumul entre l'enseigne au sol et l'enseigne en clôture a été définie étant donné que ces supports ont une fonction similaire (qui est de permettre la visibilité d'un commerce qui ne serait pas visible autrement). Cependant le choix d'un de ces dispositifs suffit à rendre l'activité visible. Il est laissé à l'entrepreneur le choix entre les deux, selon le contexte de son activité et les formats autorisés par secteur pour permettre une évaluation à la parcelle du bon dispositif.

Enseigne en toiture

Les enseignes en toiture sont interdites en toutes zones, sauf en ZP3d, le long du périphérique. Cette interdiction a pour but de réorienter l'affichage en façade, dans tous les secteurs où l'affichage en toiture pourrait nuire à des espaces résidentiels limitrophes.

2. Règles spécifiques aux différentes zones

Enseigne à plat sur la façade

En ZP0 et ZP1, des règles supplémentaires aux règles communes ont été définies afin de préserver ces secteurs patrimoniaux, de nature et de centralité commerçante. Par conséquent, des règles de dimension complémentaires aux règles communes sont ajoutées.

Dans ces secteurs, les enseignes s'implantent presque exclusivement au rez-de-chaussée de bâtiments d'habitation.

Ainsi les enseignes en lettres découpées en façade ne doivent pas excéder **30cm** de haut tandis que les bandeaux sont limités à une hauteur de 60cm.

Au sein de ces zones, les enseignes en lettres découpées sont recommandées afin de mieux valoriser le bâti.

Les enseignes ne sont pas admises sur les murs ne disposant pas d'ouverture ou de vitrine. Cela a pour but de ne pas « polluer » par de l'affichage des façades non commerciales et ainsi de préserver l'environnement urbain.

Enseignes lumineuses en vitrine

Au sein de la ZP0, les enseignes lumineuses sont interdites, conformément aux volontés de protection maximale de ce secteur.

Au sein de la ZP1, le format des enseignes numériques est très restreint, dans la mesure où ces supports viennent se cumuler à d'autres supports d'enseignes et que leur caractère numérique peut être impactant pour l'environnement, notamment lorsque la luminosité extérieure est faible.

Le format proposé correspond au format d'une grande tablette. Ce format a été choisi pour répondre aux usages actuels de certains commerçants utilisant ces supports pour donner des informations précises sur leur activité. Toutefois le cumul a été fortement limité afin d'éviter la prolifération de supports de ce type. Seront toujours préférés les supports non lumineux, moins impactants pour l'environnement.

Concernant les enseignes lumineuses, ces dernières sont également réglementées. Leur hauteur est limitée à 30cm, ce qui s'inscrit en cohérence avec le format proposé pour les enseignes à plat sur les façades. Les doublons de message sont interdits afin de préserver une lecture aisée de l'activité de chaque commerce et éviter une accumulation de messages nuisible à la qualité paysagère globale d'un linéaire commerçant.

Au sein de la ZP2, le format maximal autorisé pour les enseignes numériques est aligné sur celui autorisé pour les publicités pour les mêmes raisons. L'alignement des formats doit faciliter le contrôle ultérieur, dans la mesure où ces supports sont facilement mutables.

Concernant les enseignes lumineuses, ces dernières sont également réglementées. Leur hauteur est limitée à 60cm, format supérieur à celui la ZP1 afin de s'adapter à la distance entre la façade et les piétons. Le format reste tout de même limité afin d'éviter des supports trop impactants pour les usagers. Les doublons de message sont interdits afin de préserver une lecture aisée de l'activité de chaque commerce et éviter une accumulation de messages nuisibles à la qualité paysagère globale d'un linéaire commerçant.

Concernant les ZP3a et c, imbriquées dans le tissu urbain et à proximité immédiate d'habitations, il a été fait le choix d'y associer les mêmes dispositions qu'en ZP1 afin là aussi de limiter l'impact de ces supports sur les riverains.

Au sein des autres zones d'axes (ZPb et d), situées plutôt en secteurs de gare ou d'activités tertiaires, l'impact négatif de ces dispositifs est plus limité compte tenu d'une part de personnes logeant à proximité plus limitée. Pour autant, dans ces secteurs, le nombre d'usagers en journée est important, ce qui garantit une certaine visibilité de l'affichage dont le format autorisé correspond à un écran de 55 pouces (121,8m* 68,5m).

Concernant les enseignes lumineuses, leur hauteur est limitée à 30 cm au sein des axes les plus imbriqués dans le tissu résidentiel et à 60cm au sein des secteurs de gare ou principalement tertiaires, de manière à limiter la nuisance pour les riverains, tout en maintenant une visibilité dans des secteurs où le piéton est souvent à distance des façades. Les doublons de message sont interdits afin de préserver une lecture aisée de l'activité de chaque commerce et éviter une accumulation de messages nuisible à la qualité paysagère globale d'un linéaire commerçant.

Enseigne en étage

En ZP0 et ZP1 les enseignes installées en hauteur doivent respecter les dispositions communes et doivent, en complément, ne pas s'installer à cheval entre deux étages.

Enseigne perpendiculaire

Les formats des enseignes perpendiculaires sont spécifiques aux différentes zones afin de s'adapter à la largeur des voies de chaque secteur et aux typologies bâties en place.

Ainsi en ZP0 et ZP1, les secteurs de nature, de centralités commerciales et d'habitat, le format des enseignes perpendiculaires est limité à 0,50m² et à une saillie de 0,80m (supports compris). Ce format, relativement petit, a pour but de protéger ces secteurs des dispositifs de trop grands formats qui ne seraient pas adaptés aux typologies bâties.

En ZP2, les secteurs de zones commerciales, un format de 1m² est autorisé. Dans ces secteurs les rez-de-chaussée commerciaux sont beaucoup plus hauts et de plus grandes dimensions. Par conséquent ce format a vocation à s'adapter aux typologies bâties de ces zones, tout en maintenant une présence d'affichage proportionnellement similaire à celle des ZP0 et ZP1.

En ZP3, qui est un secteur d'axes larges et circulés, un format intermédiaire a été défini. Les enseignes perpendiculaires sont ainsi admises jusqu'à des formats de 0,80m² tout en conservant une saillie de 0,80m (y compris supports). Ce format a vocation à s'adapter à la largeur des voies de ces zones, tout en maintenant une présence d'affichage proportionnellement similaire à celle des ZP0 et ZP1.

Enseigne au sol

Les formats des enseignes au sol sont spécifiques aux différentes zones afin de s'adapter à la largeur des voies des différents secteurs et aux typologies bâties en place.

Ainsi ces enseignes sont totalement interdites en ZP0, le zonage préservant les abords des secteurs de nature. Dans ce secteur la volonté est d'avoir un affichage le plus limité possible en vue de préserver la qualité paysagère des milieux, par conséquent les affichages au sol et sur clôture sont interdits.

Au sein de la ZP1, les enseignes au sol sont autorisées jusqu'à un format de 2m². Ce format, similaire à celui de l'affichage publicitaire sur mobilier urbain autorisé dans ce secteur, a vocation à préserver une certaine homogénéité de formats en vue de préserver la qualité paysagère des secteurs de centralités commerçantes et de zones d'habitats.

Au sein de la ZP2 le format diffère selon le sous zonage. Au sein des zones commerciales, le diagnostic a fait apparaître une utilisation de ces dispositifs conjointe à plusieurs activités permettant de rendre visible, en un point, l'ensemble des activités. Ce support commun est généralement qualitatif et évite une démultiplication d'affichage. Au sein des zones d'activités en revanche, les enseignes au sol sont

peu utilisées mais peuvent servir ponctuellement d'enseigne principale à des activités à l'affichage peu démonstratif.

Afin de proposer des formats d'affichage adaptés à chaque utilisation, un format de 10,50m² (format maximal autorisé par le décret du 30 octobre 2023) a ainsi été défini en zone commerciale (en ZP2b), dans le but de favoriser les totems communs et de 4m² en zone d'activités (ZP2a).

Au sein de la ZP3, qui est un secteur d'axes larges et circulés, un format maximal de 2m² est autorisé. Ce format a vocation à permettre l'installation d'enseignes au sol pour des commerces en retrait, sans démultiplier les surfaces dans des secteurs où le commerce est majoritairement de détails.

Enseigne sur clôture

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

Ainsi ces enseignes sont totalement interdites en ZP0, le zonage préservant les abords des secteurs de nature. Dans ce secteur la volonté est d'avoir un affichage le plus limité possible en vue de préserver la qualité paysagère des milieux, par conséquent les affichages au sol et sur clôture sont interdits.

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

En ZP2 le format diffère selon le sous zonage. Au sein des zones commerciales, le diagnostic a fait apparaître une utilisation de ces dispositifs visant à accroître les dimensions d'affichage existantes. Cela conduit à un effet de surdensité. Au sein des zones d'activités en revanche, ces enseignes en clôture servent en général d'enseigne principale à des activités dont l'affichage est peu démonstratif et dont le bâtiment est souvent localisé en retrait du domaine public et peu visible.

Afin de proposer des formats d'affichage adaptés à chaque utilisation et limiter la surdensité constatée en zone commerciale, un format de 2m² a été défini en zone commerciale (en ZP2b) et 4m² en zone d'activités (ZP2a).

En ZP3, les enseignes sur clôture sont admises jusqu'à un format de 2m² pour permettre un affichage à certaines activités positionnées en retrait du domaine public, sans pour autant créer d'effets de surdensité.

Enseigne en toiture

Au sein de la ZP3d les enseignes en toiture sont admises dans la mesure où elles respectent les dispositions nationales. Cette souplesse a été admise le long du périphérique étant donné qu'il s'agit d'un espace très particulier à l'échelle de la métropole du Grand Paris. Il attire les entreprises pour des enjeux de visibilité et est extrêmement tourné sur lui-même. A ce titre certaines dérogations y sont admises afin de préserver le dynamisme économique du territoire, dans la mesure où les enseignes de ce secteur tourné sur lui-même n'impactent que peu les secteurs environnants.