



Département des Yvelines

Commune de Villiers-Saint-Frédéric

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : Rapport de présentation

Annexe de la délibération du projet de RLP adopté le 01/02/2018 par le conseil municipal de la commune de Villiers-Saint-Frédéric



SOMMAIRE

Introduction.....	4
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure.....	7
1. La notion d'agglomération.....	7
2. La notion d'unité urbaine.....	7
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire.....	8
a) Les interdictions absolues.....	8
4. Les règles applicables au territoire.....	11
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et de préenseignes	11
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	21
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes.....	22
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires.....	28
e) La réglementation locale.....	29
5. Régime des autorisations et déclarations préalables.....	32
6. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	33
II. Diagnostic du parc d'affichage.....	34
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes.....	34
2. Les infractions relevées.....	37
3. Les caractéristiques des enseignes.....	38
4. Les infractions relevées.....	42
III. Enjeux en matière de publicité extérieure.....	44
IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure.....	51
1. Les objectifs.....	51
2. Les orientations.....	51

V. Justification des choix retenus.....	52
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	52
2. Les choix retenus en matière d'enseignes	55

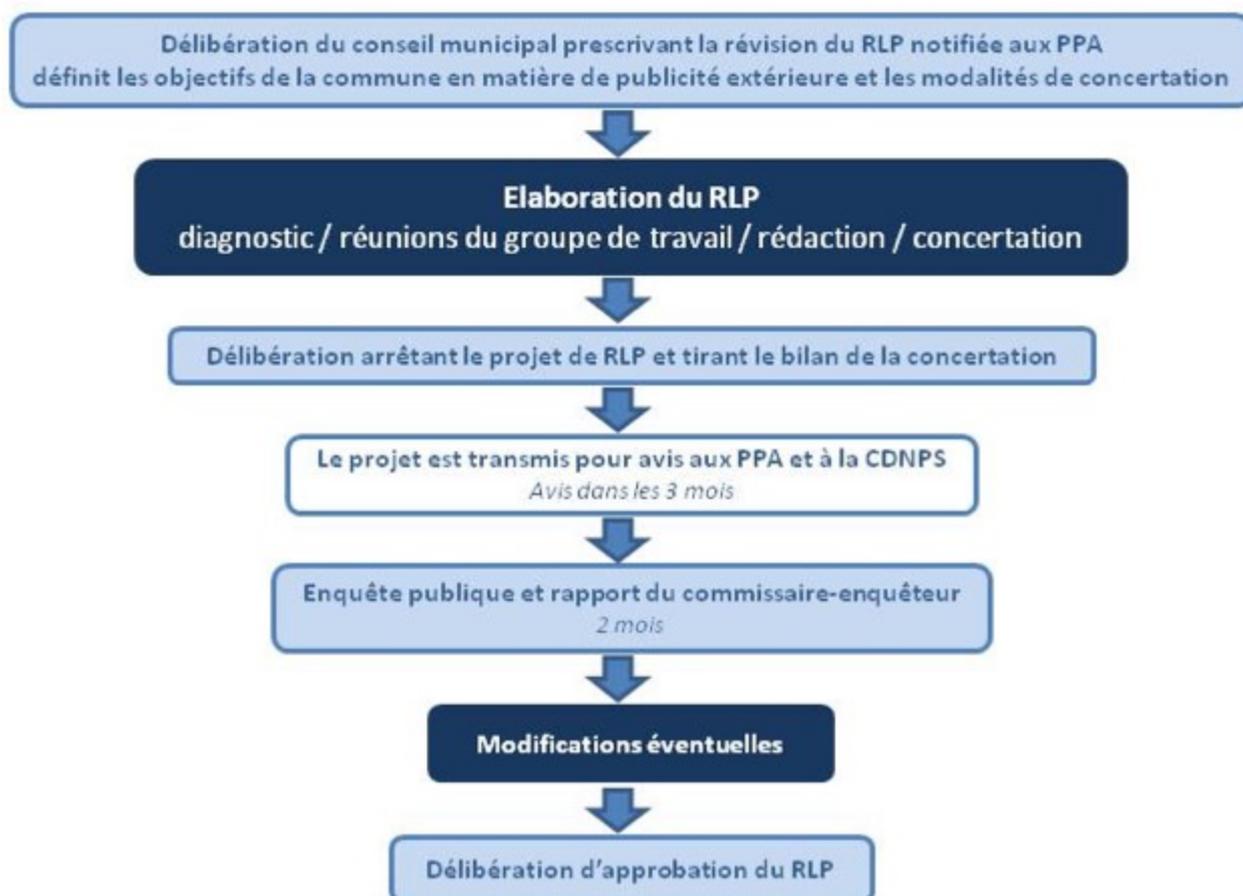
Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise à concilier liberté d'expression¹ et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979.

Parmi les évolutions de la réglementation issues de la loi ENE et de son décret, citons notamment :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions notamment financières ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.



Différentes phases de la procédure d'élaboration d'un RLP

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

La loi ENE a intégralement refondée les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci lorsque cela est nécessaire.

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

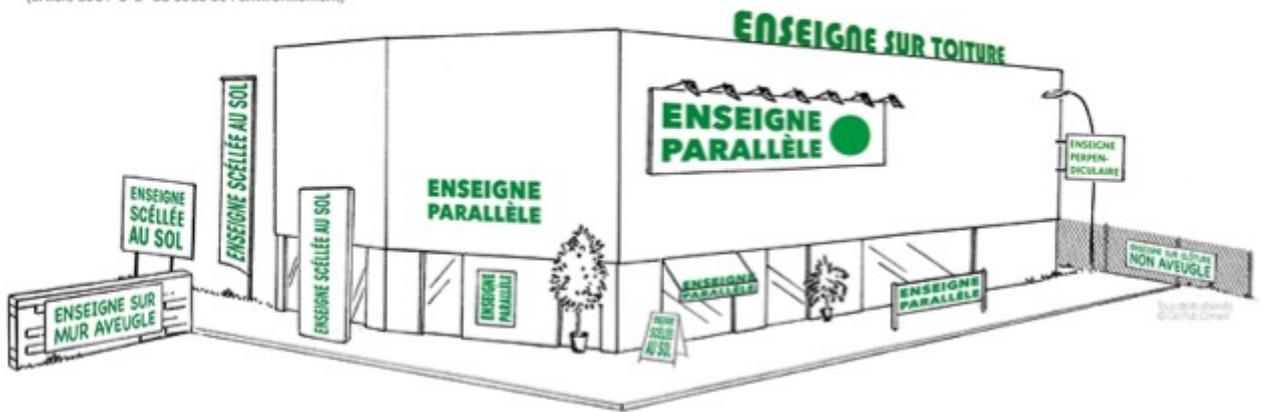
- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les préenseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le code de l'environnement.

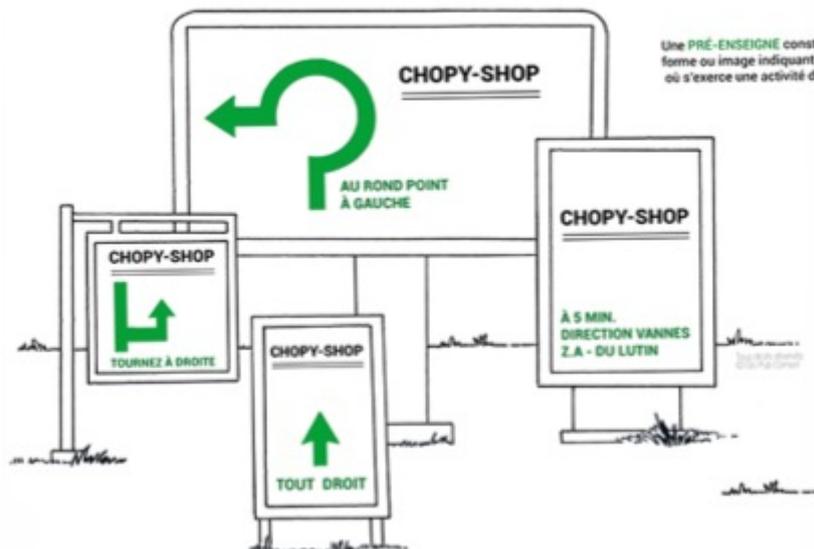
Une **PUBLICITÉ** constitue, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
(article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



Une **ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
(article L581-3-2* du code de l'environnement)



Une **PRÉ-ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

La commune de Villiers-Saint-Frédéric est située dans le département des Yvelines dans la région Île-de-France. Elle compte 2 721 habitants².

1. La notion d'agglomération

Conformément à l'article R110-2 du code de la route, une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite³. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité⁴, elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

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

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

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

2. La notion d'unité urbaine

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

La commune appartient à l'unité urbaine de Paris qui compte 10 601 122 habitants⁵.

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie.

² Données démographiques issues du recensement 2013 de l'INSEE

³ Article L581-7 du code de l'environnement

⁴ Article L581-19 du code de l'environnement

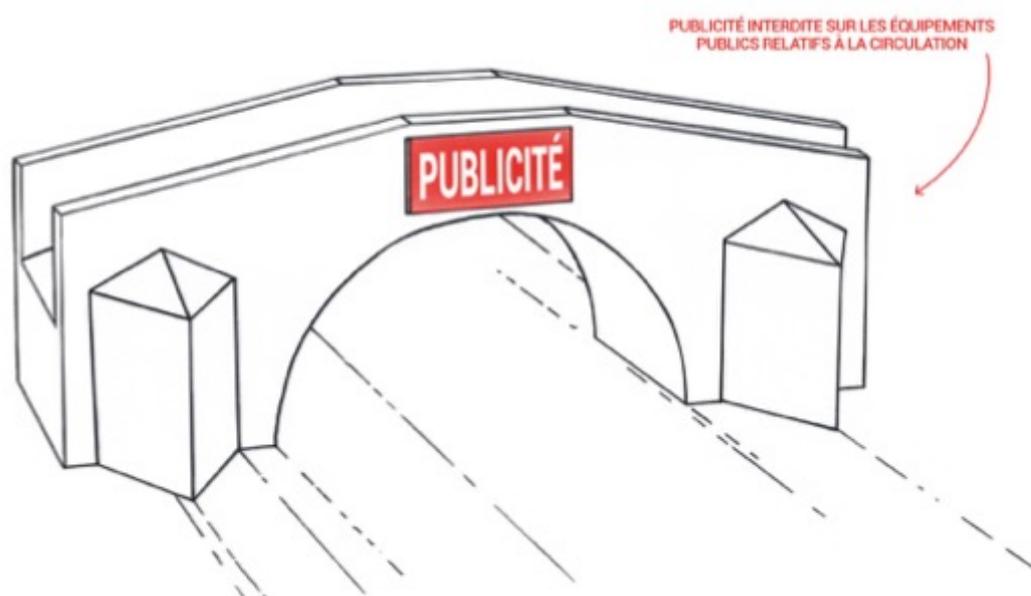
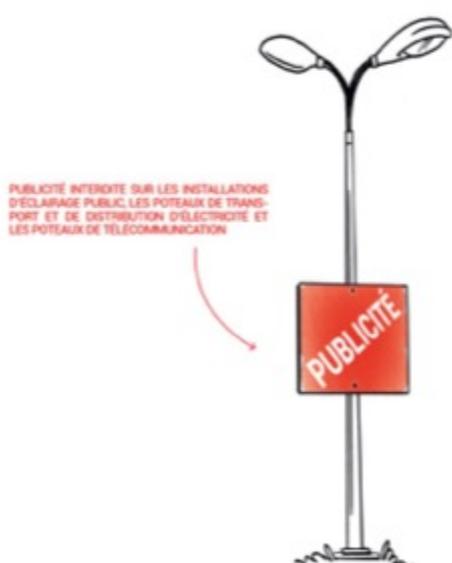
⁵ Données démographiques issues du recensement 2013 de l'INSEE

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

a) Les interdictions absolues⁶

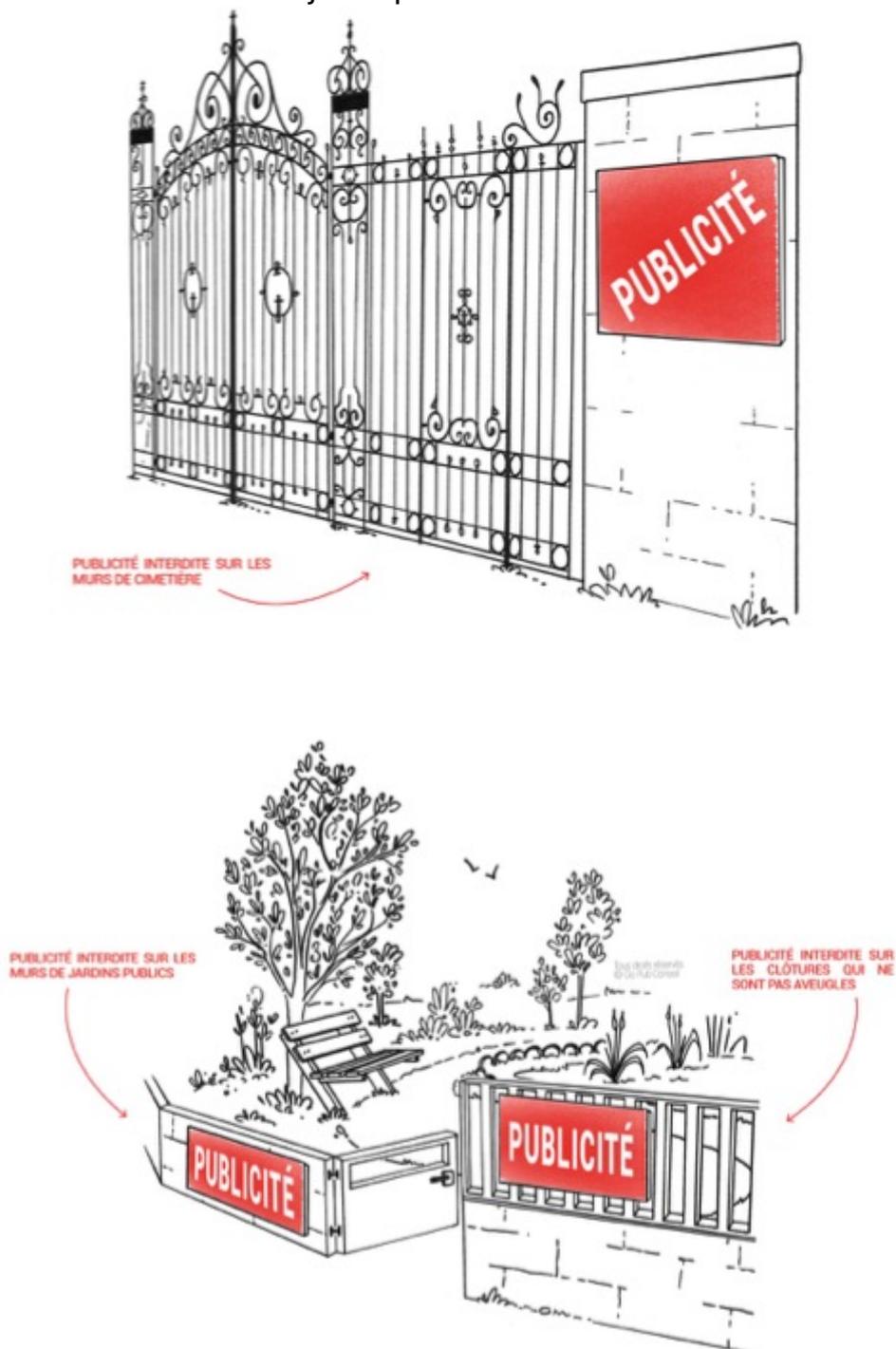
La publicité est interdite :

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



⁶ Article L581-4 du code de l'environnement

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 ;
Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
Sur les murs de cimetière et de jardin public⁷.

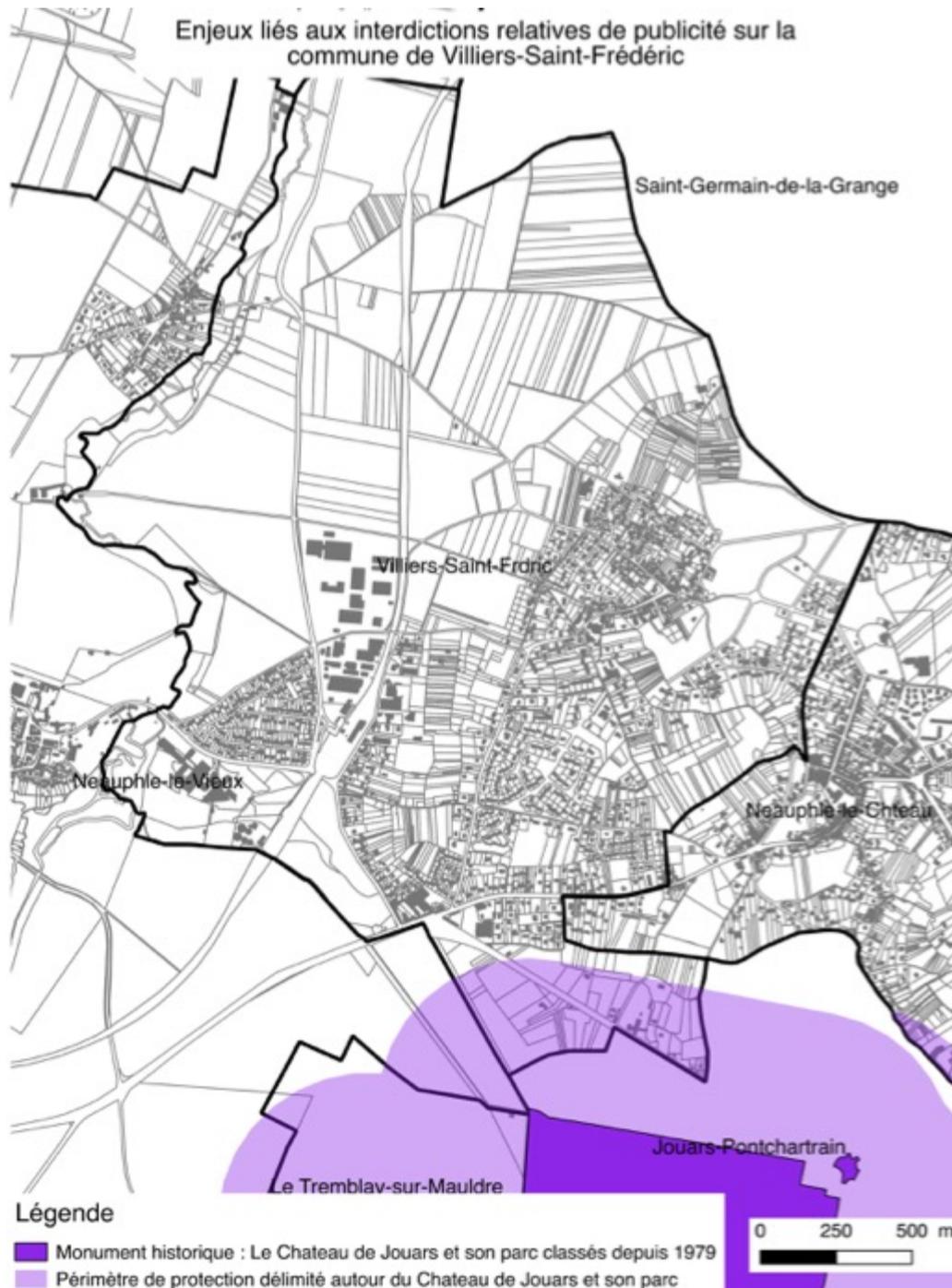


⁷ Article R581-22 du code de l'environnement

b) Les interdictions relatives⁸

La publicité est interdite de manière relative dans le périmètre de protection au titre des abords des monuments historiques classés. Cette protection s'applique « à tout immeuble bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative »⁹.

Cette protection s'applique donc aux abords du château de Jouars-Pontchartrain, dont le périmètre a été modifié par délibération du 22 juin 2012



⁸ Article L581-8 du code de l'environnement

⁹ : Article L.621-30 du Code du Patrimoine.

4. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies par le RLP (et ce jusqu'au 13 juillet 2020 au plus tard ou à sa révision) et, lorsque le RLP ne dit rien aux règles applicables aux les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (exposées ci-dessous).

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

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent¹⁰.

Interdiction

Sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

- La publicité sur les bâches (de chantier ou publicitaires),
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹¹ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

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

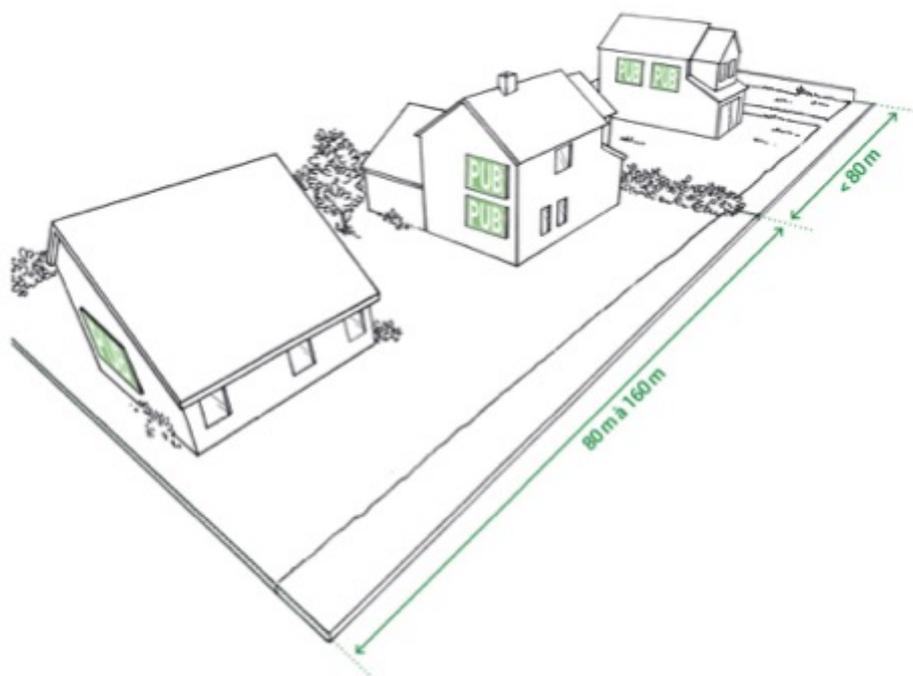
Par exception, il peut être installé :

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

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

¹⁰ Article R581-24 du code de l'environnement

¹¹ Article R581-25 du code de l'environnement



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

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

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

Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

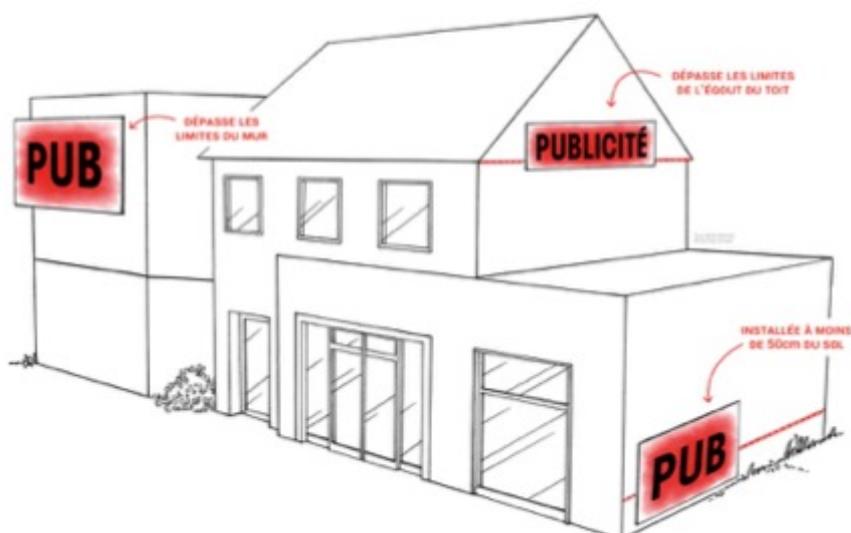
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

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

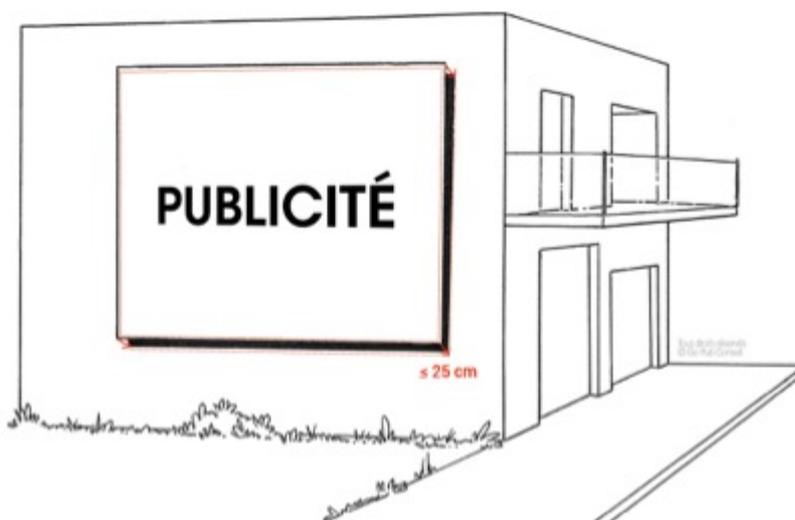
Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

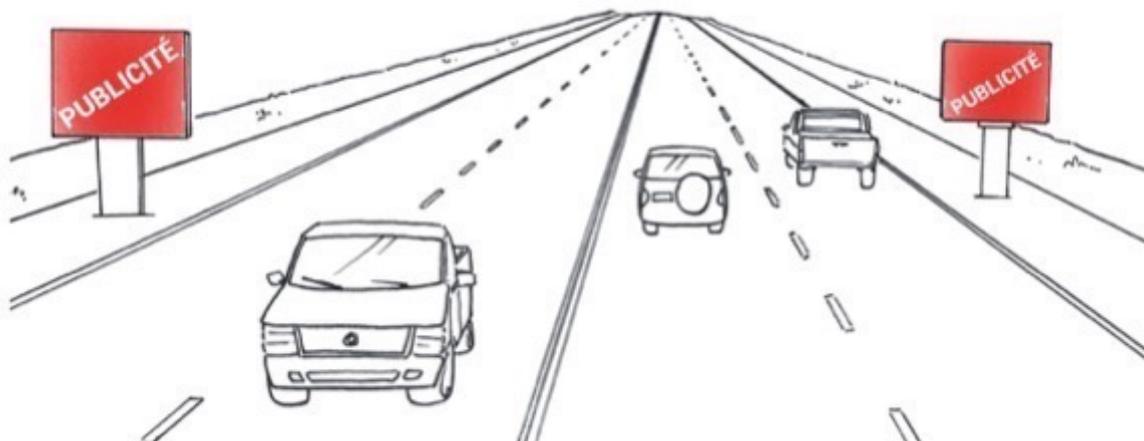
- Être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépasser les limites du mur qui la supporte,
- Dépasser les limites de l'égout du toit,
- Être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées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



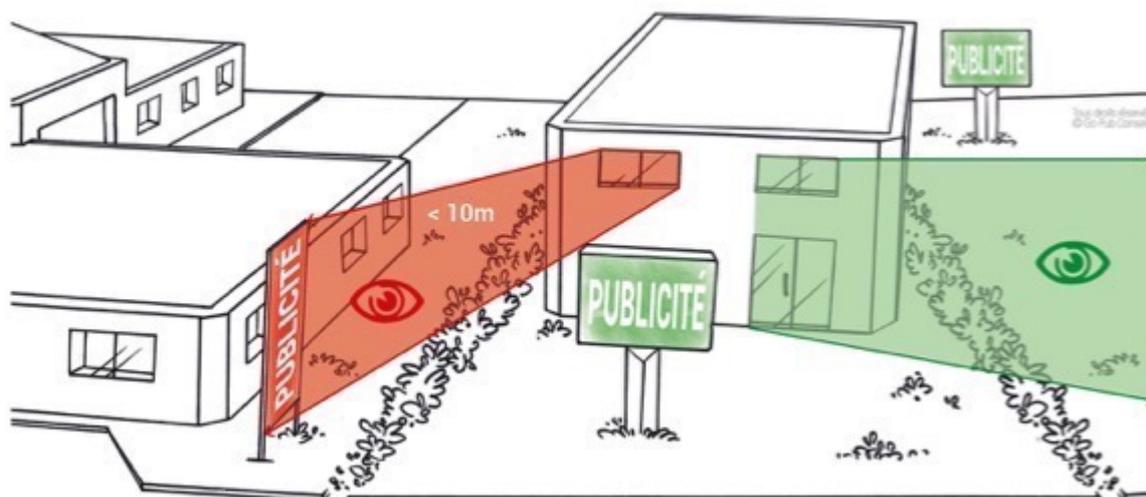
La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.



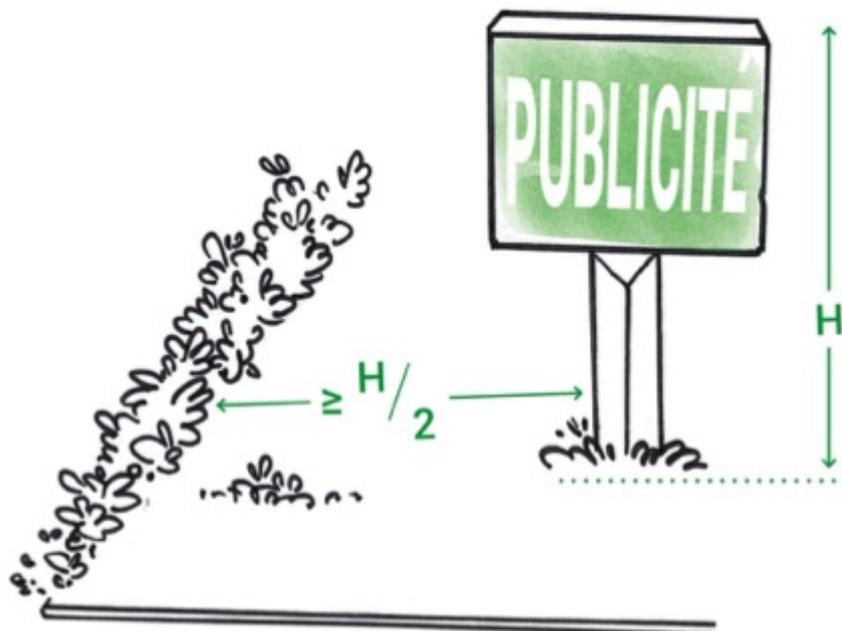
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



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



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



La publicité lumineuse

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

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹³.

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

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

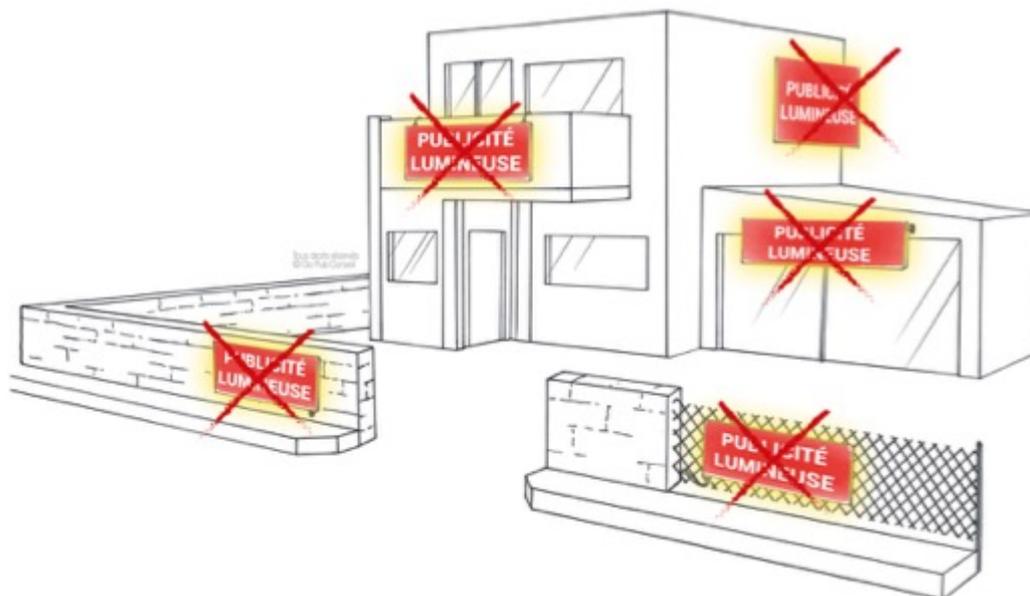
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

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

¹³ arrêté ministériel non publié à ce jour

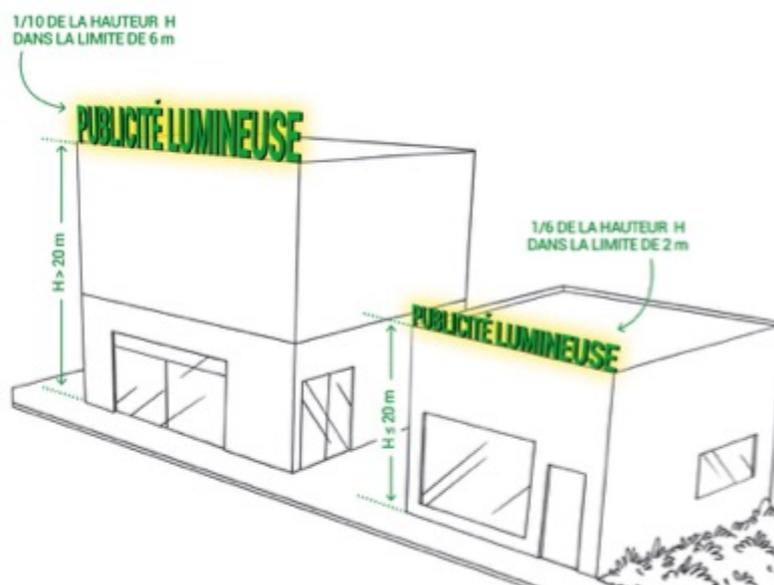
La publicité lumineuse ne peut :

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



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

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

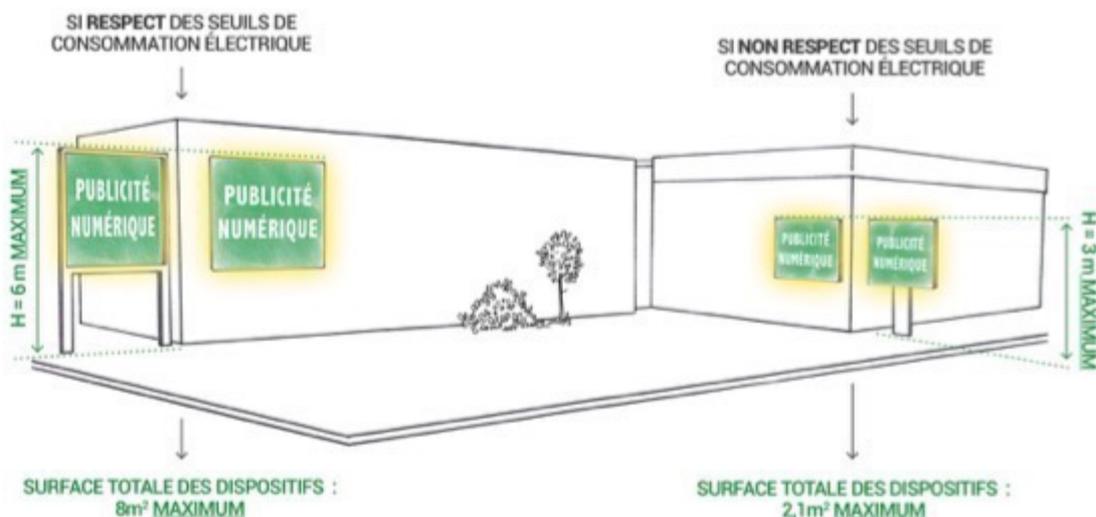


La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

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

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

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁴, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.



Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

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

- Non lumineuse ;
- Éclairée par projection ou par transparence ;

Pour rappel, la publicité numérique apposée sur mobilier urbain est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

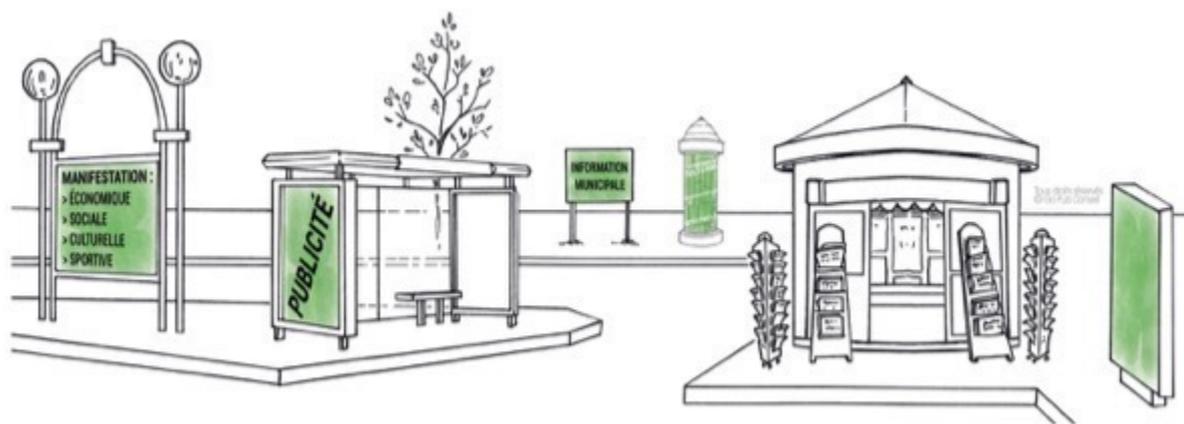
La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- Si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

¹⁴ arrêté ministériel non publié à ce jour

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00.

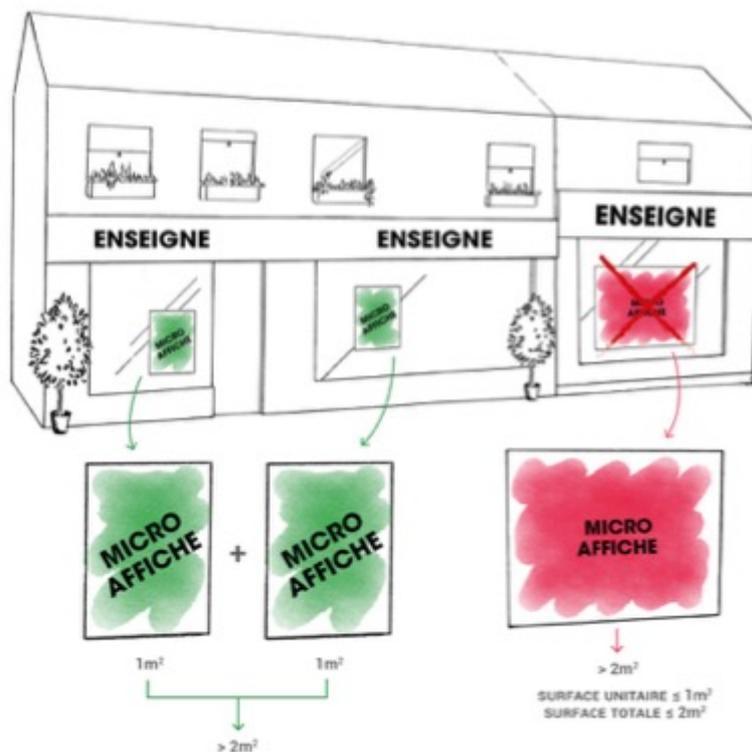
Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



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

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

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



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

Les publicités sur les véhicules terrestres¹⁵ ainsi que sur les eaux intérieures¹⁶ sont également réglementées par le code de l'environnement.

¹⁵ Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

¹⁶ Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

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

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

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

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

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

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

c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

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

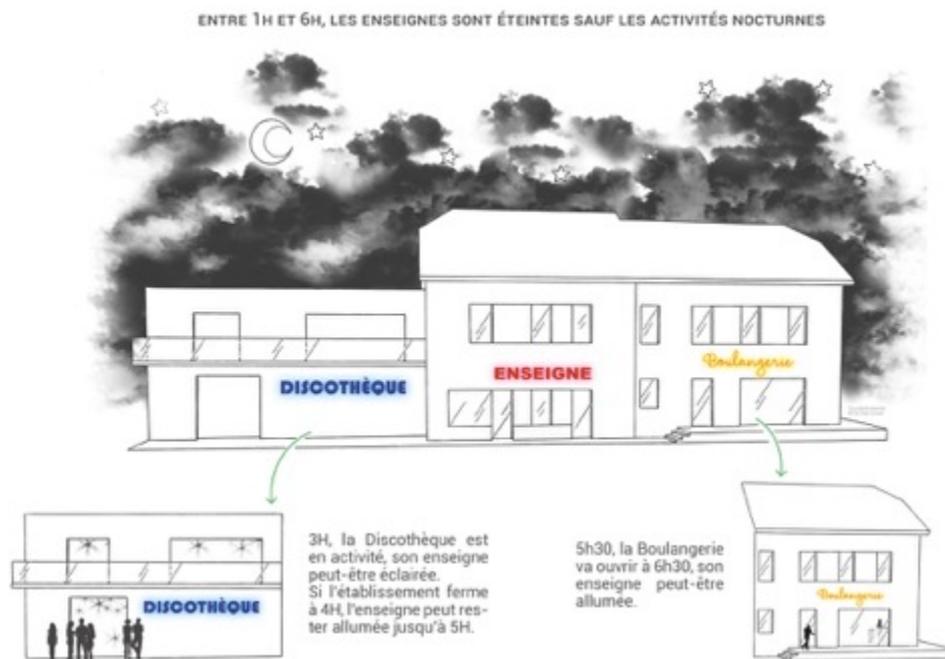
Les enseignes lumineuses

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

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹⁷.

Elles sont éteintes¹⁸ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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



¹⁷ arrêté non publié à ce jour

¹⁸ l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

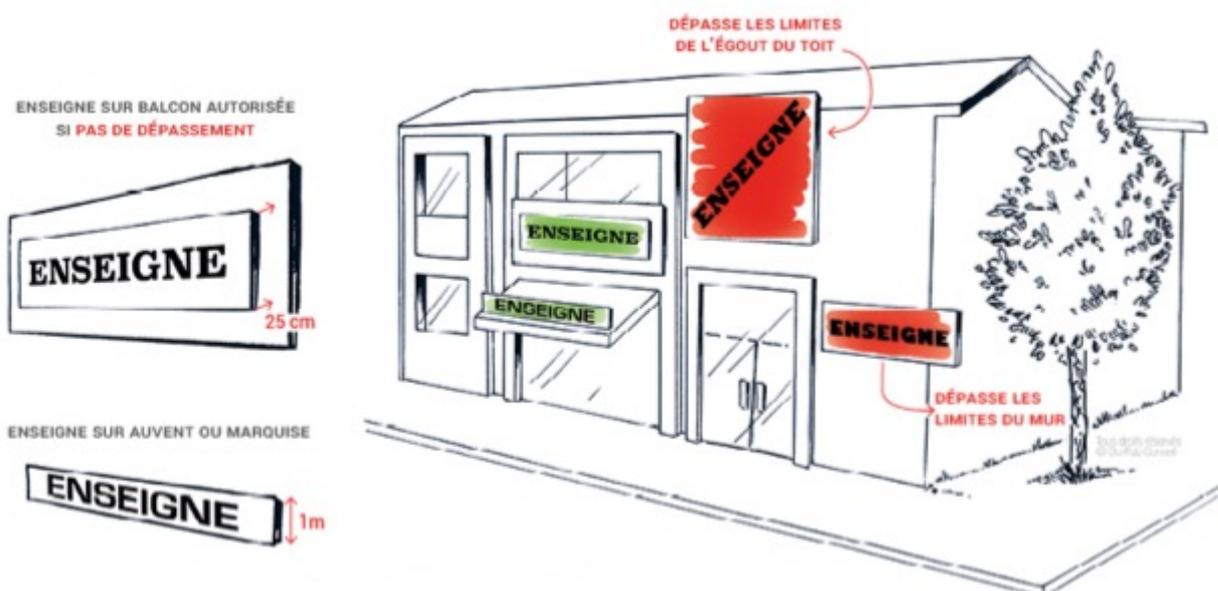
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

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

Des enseignes peuvent être installées :

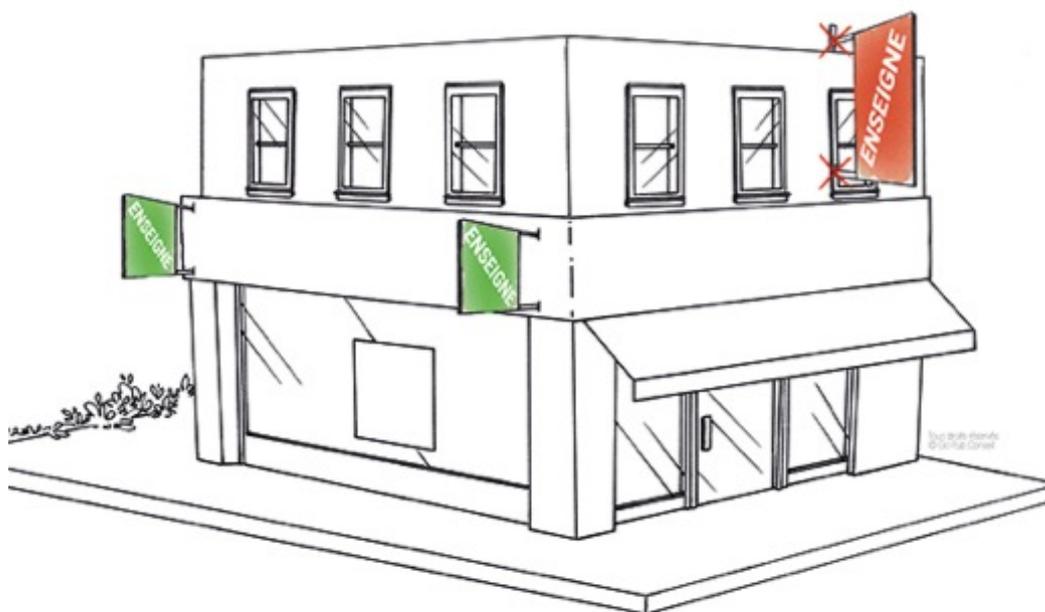
- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et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



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

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



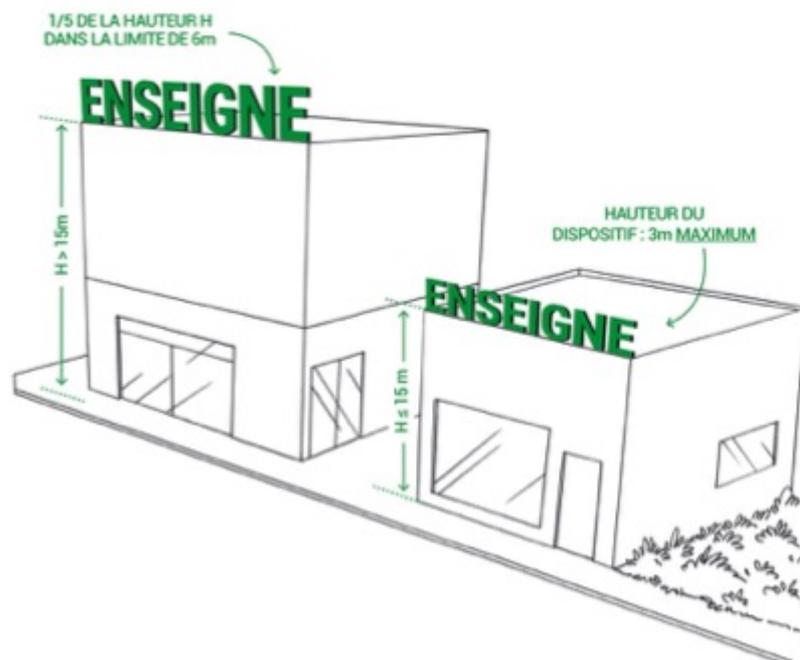
Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

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

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

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

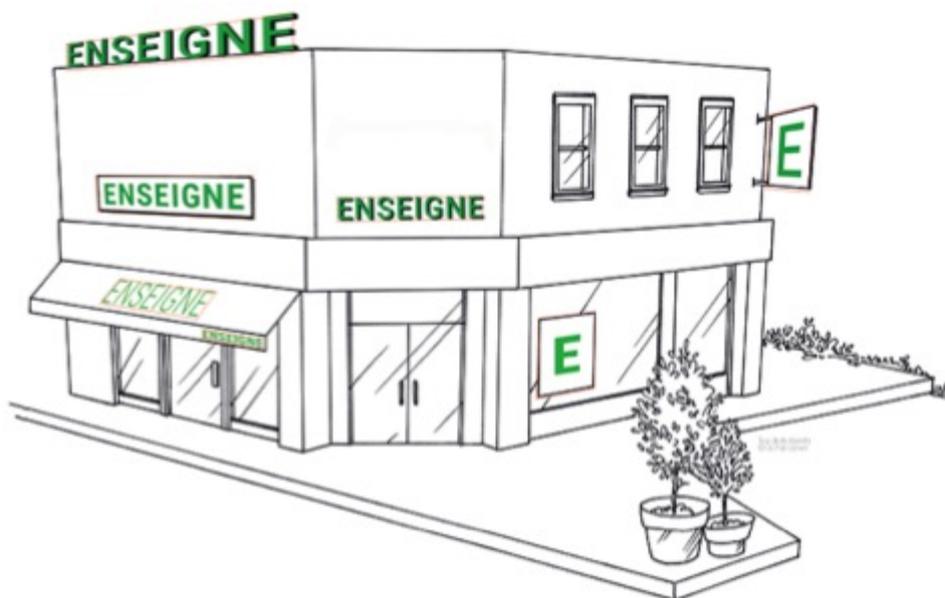
Surface cumulée¹⁹ des enseignes sur toiture d'un même établissement $\leq 60 \text{ m}^2$



Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée²⁰ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

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

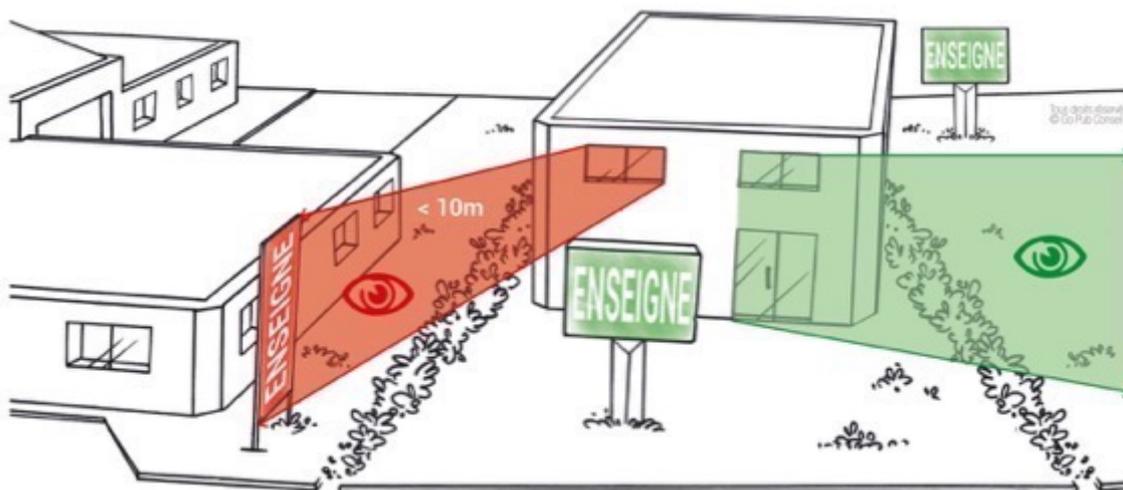


¹⁹ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

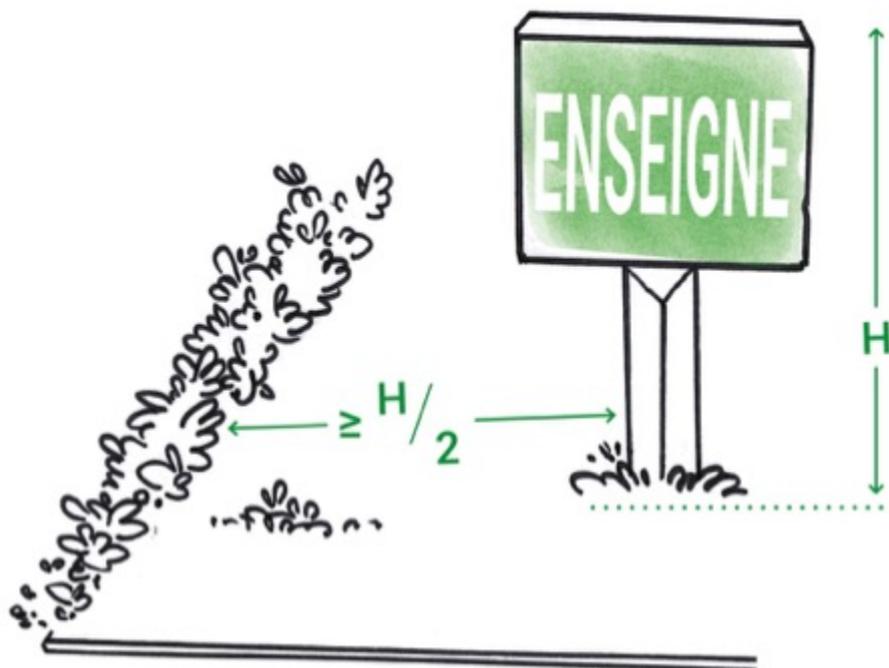
²⁰ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

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

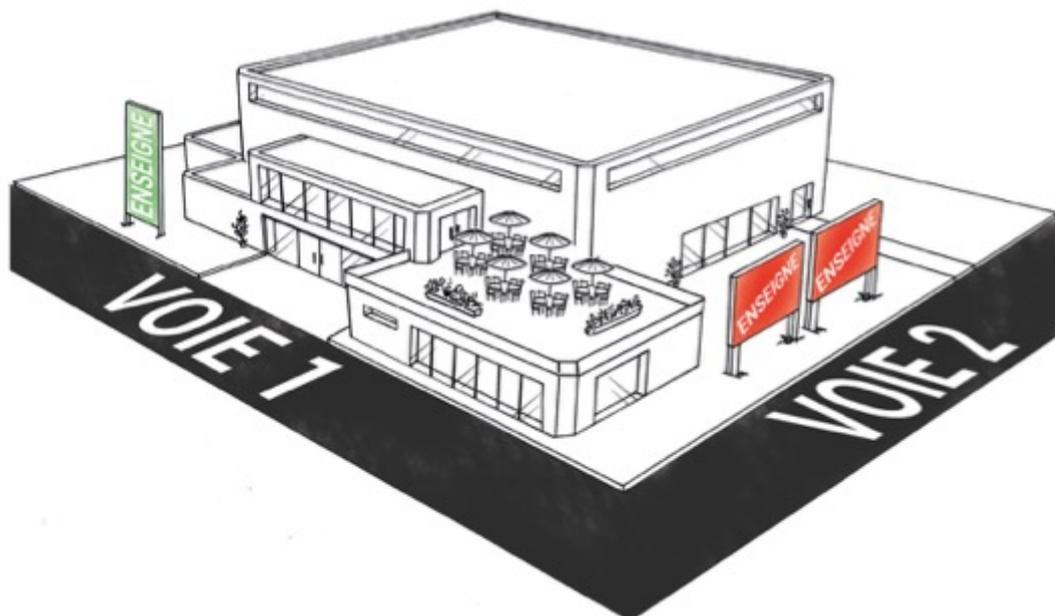
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



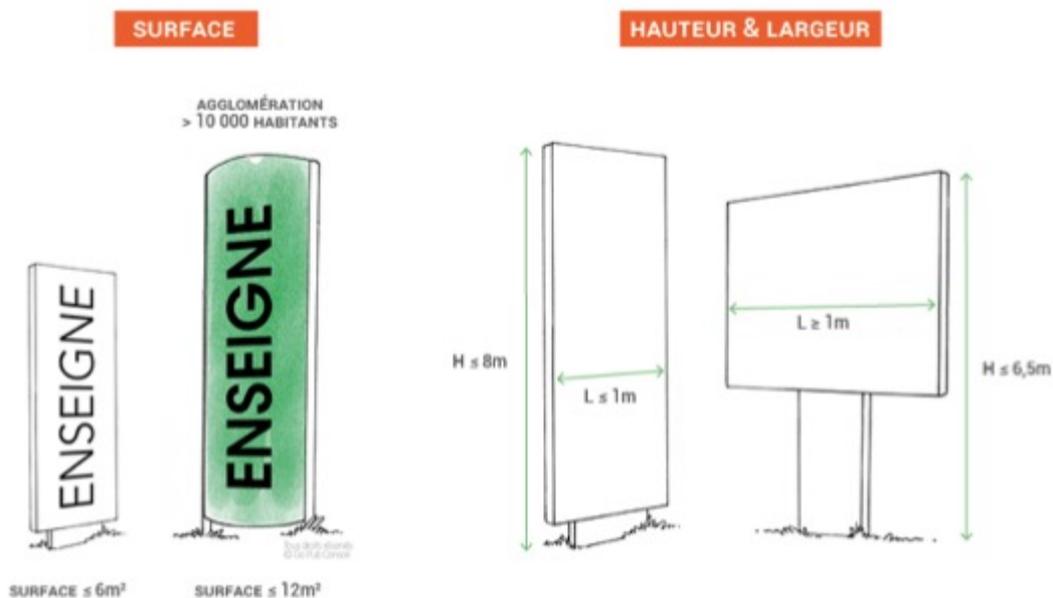
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m².

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,5 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



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

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

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

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

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

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes²¹ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel²².

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

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

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

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

Les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu

- Surface totale ≤ 60 m²

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

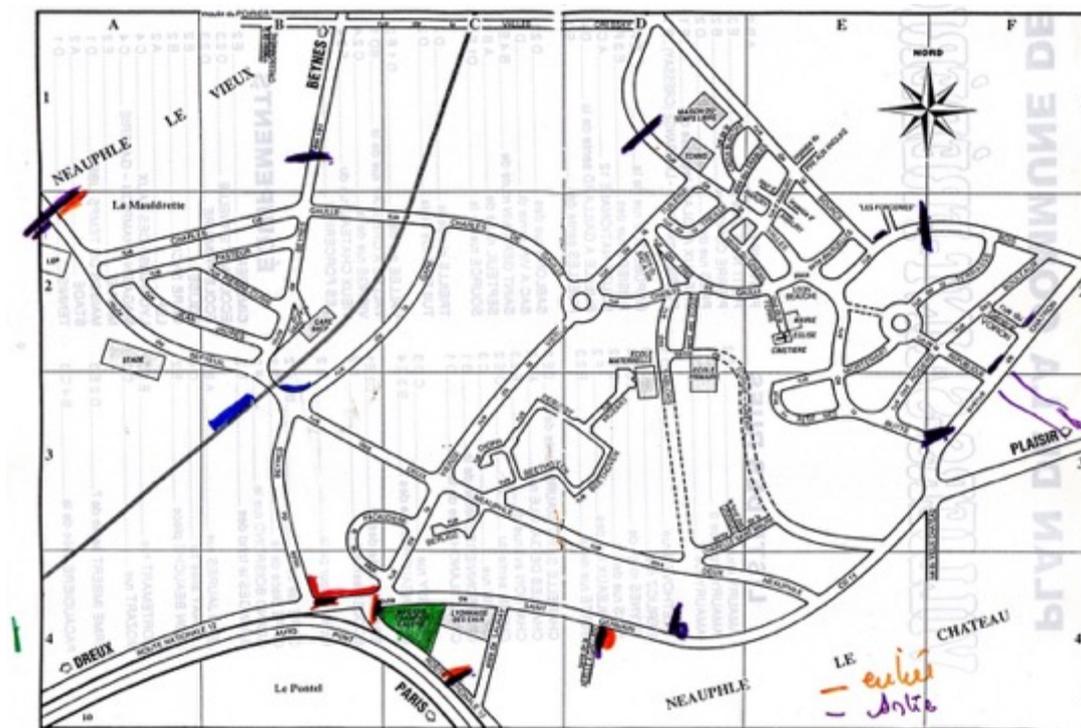
- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- Surface ≤ 12 m² (si 2° alinéa)

²¹ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

²² arrêté non publié à ce jour

e) La réglementation locale

La commune de Villiers-Saint-Frédéric dispose d'un règlement local de publicité approuvé le 12 mars 2009. Il demeure applicable jusqu'à sa révision au plus tard le 13 juillet 2020. Il comprend 4 zones de publicité restreinte (ZPR) représentée sur le schéma ci-dessous.



Plan de zonage du RLP en vigueur

La ZPR n°1 correspond au centre commercial du Pontel et son emprise (parking). Dans cette zone, le RLP précise que « les enseignes situées sur les murs extérieurs du centre commercial seront redistribuées et placées harmonieusement parallèlement aux murs aveugles de la bretelle de la RN et de la route de Saint-Germain ». Cette précision demeure compliquée dans son application. En effet, une disposition harmonieuse relève d'une subjectivité ce qui est sujet à interprétation. On relève également que cette disposition de « bonne intégration » n'est pas reprise dans les trois autres zones de publicité. Il est également mis en avant de privilégier les énergies renouvelables notamment solaire ce qui s'inscrit dans une recherche de développement durable. Toutefois, aucune disposition précise n'est fixée en ZPR n°1 ni sur le reste du territoire communal pour mettre en œuvre cette disposition.

La ZPR n°2 concerne les « environs immédiats du centre commercial du Pontel ». La publicité lumineuse y est interdite et « seules sont autorisées les enseignes des entreprises sur place ». Le concept d'enseignes étant lié à la localisation du dispositif sur l'unité foncière de l'activité. Cette dernière assertion n'est pas nécessaire dans le RLP. On relève une confusion entre enseigne lumineuse et

publicité lumineuse. Dans le sens où, la publicité lumineuse est interdite à l'exception de celle du vétérinaire et de sa croix bleue réglementaire.

La ZPR n°3 correspond à l'emprise de la voie ferrée. Trois secteurs sont déterminés avec une limitation du nombre de panneaux dans chacune d'entre-elles. La publicité lumineuse est également interdite dans toute la ZPR n°3.

La ZPR n°4 comprend le reste de l'agglomération de Villiers-Saint-Frédéric. Dans cette zone, toute publicité ou préenseigne est interdite.

Le règlement local en vigueur comporte par ailleurs de nombreux rappels du code de l'environnement avec parfois certaines erreurs ou incomplétudes dans la reprise d'articles. La réglementation locale n'a pas vocation à reprendre la réglementation nationale applicable. On citera notamment l'article 2 (4^{ème} alinéa) où l'enseigne est définie comme préenseigne. Un RLP ne peut pas redéfinir des termes définis par la loi. A l'article 4.1, si la publicité est bien interdite dans la plupart des lieux mentionnés, cela n'est pas le cas sur les trottoirs (ils ne sont pas mentionnés dans l'ancien article R.581-8 (codification avant 2012) ni dans le nouvel article R.581-22 (codification après 2012). Les espaces boisés classés (EBC) au Plan d'Occupation des Sols ne font pas l'objet d'une interdiction de toute publicité (l'interdiction dans les EBC concerne uniquement les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol). L'article 4.3 précise que la publicité sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu est interdite (sous-entendu par le code de l'environnement compte tenu du titre de l'article 4). Or, le code de l'environnement ne prévoit cette interdiction que pour la publicité non lumineuse (article R.581-27 C. Env.). La publicité lumineuse sur toiture est autorisée dans des conditions fixées par les articles R.581-38 et R.581-39 du code de l'environnement. En ce qui concerne les sanctions (article 14), la référence aux textes n'est plus à jour (renvoi à la loi de 1979). L'article 15 sur la mise en conformité ne reprend pas les délais fixés par les textes, il n'est donc pas applicable.

La commune s'est donnée une réglementation locale sur les enseignes temporaires en réduisant le délai d'installation avant et après le début de la manifestation signalée (15 jours avant la manifestation au lieu de trois semaines et retrait dans les 2 jours contre une semaine dans le règlement national). A noter que certaines enseignes et préenseignes sont limitées en surface à 2 mètres carrés et interdites si elles sont lumineuses. Il est également prévu que les enseignes temporaires soient soumises à autorisation. Cette dernière disposition méconnaît le régime fixé par le code de l'environnement en matière d'enseignes temporaires à l'article R.581-17. Un RLP ne peut adapter le régime des autorisations préalables.

Pour finir, le RLP interdit toute publicité sur le mobilier urbain et sur les véhicules publicitaires.

La loi Grenelle II a supprimé les zones de publicité retreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national ».

5. Régime des autorisations et déclarations préalables

1) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

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

2) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement. Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

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

6. Les compétences en matière de publicité extérieure

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

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

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

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

II. Diagnostic du parc d'affichage

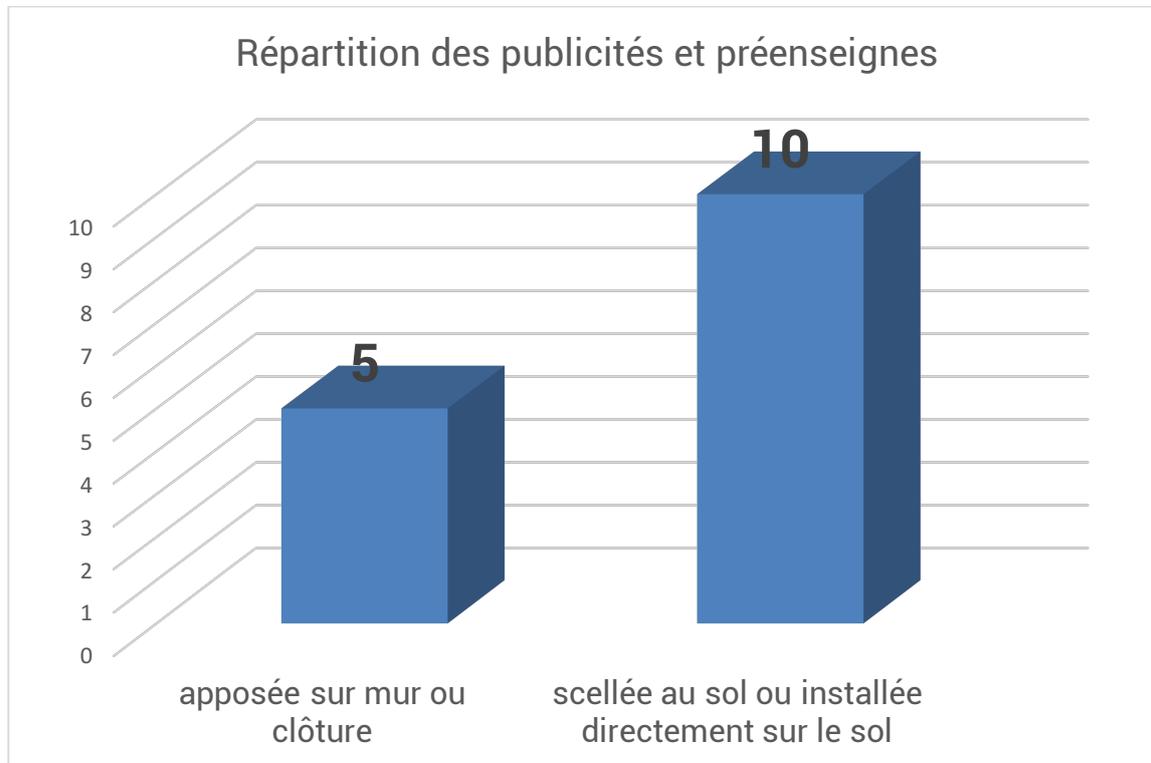
Un recensement exhaustif des publicités, enseignes et préenseignes situées à Villiers-Saint-Frédéric a été effectué en décembre 2016. C'est sur la base de ces données que le diagnostic de la publicité extérieure a été réalisé.

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

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

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

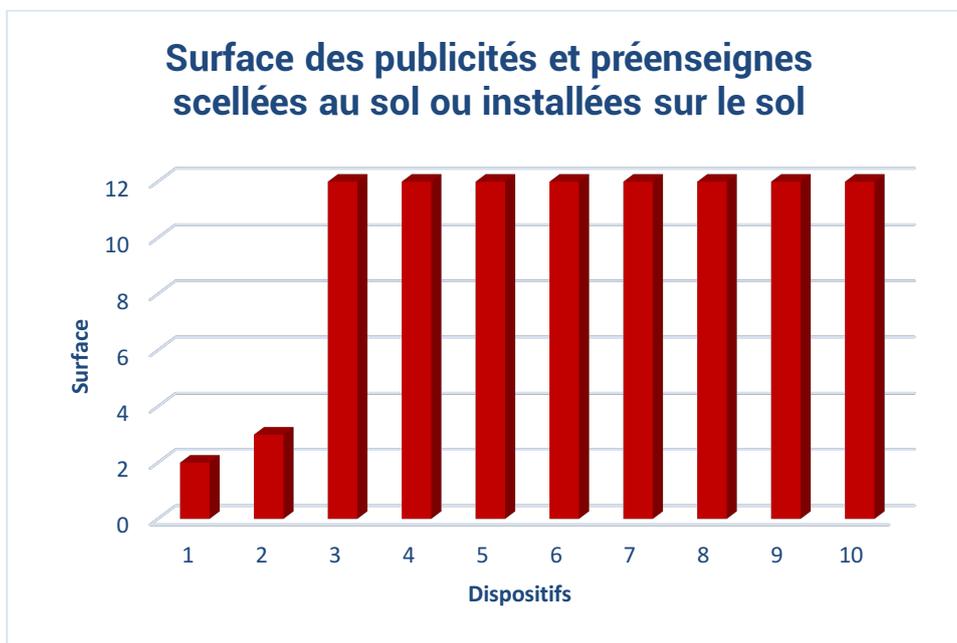
15 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total près de 130 m² de surface d'affichage.



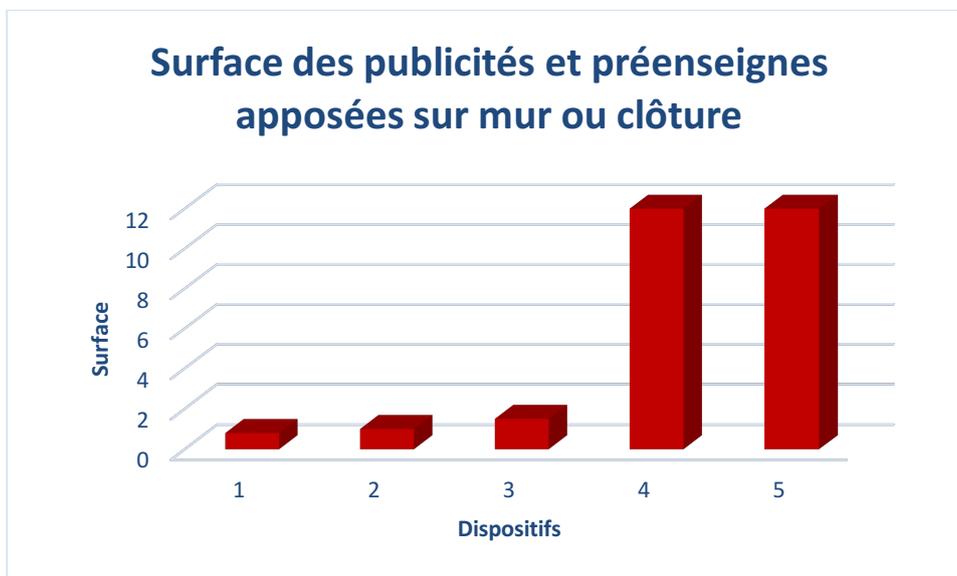
Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (67% des

dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont moins présentes sur le territoire communal (33%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage.

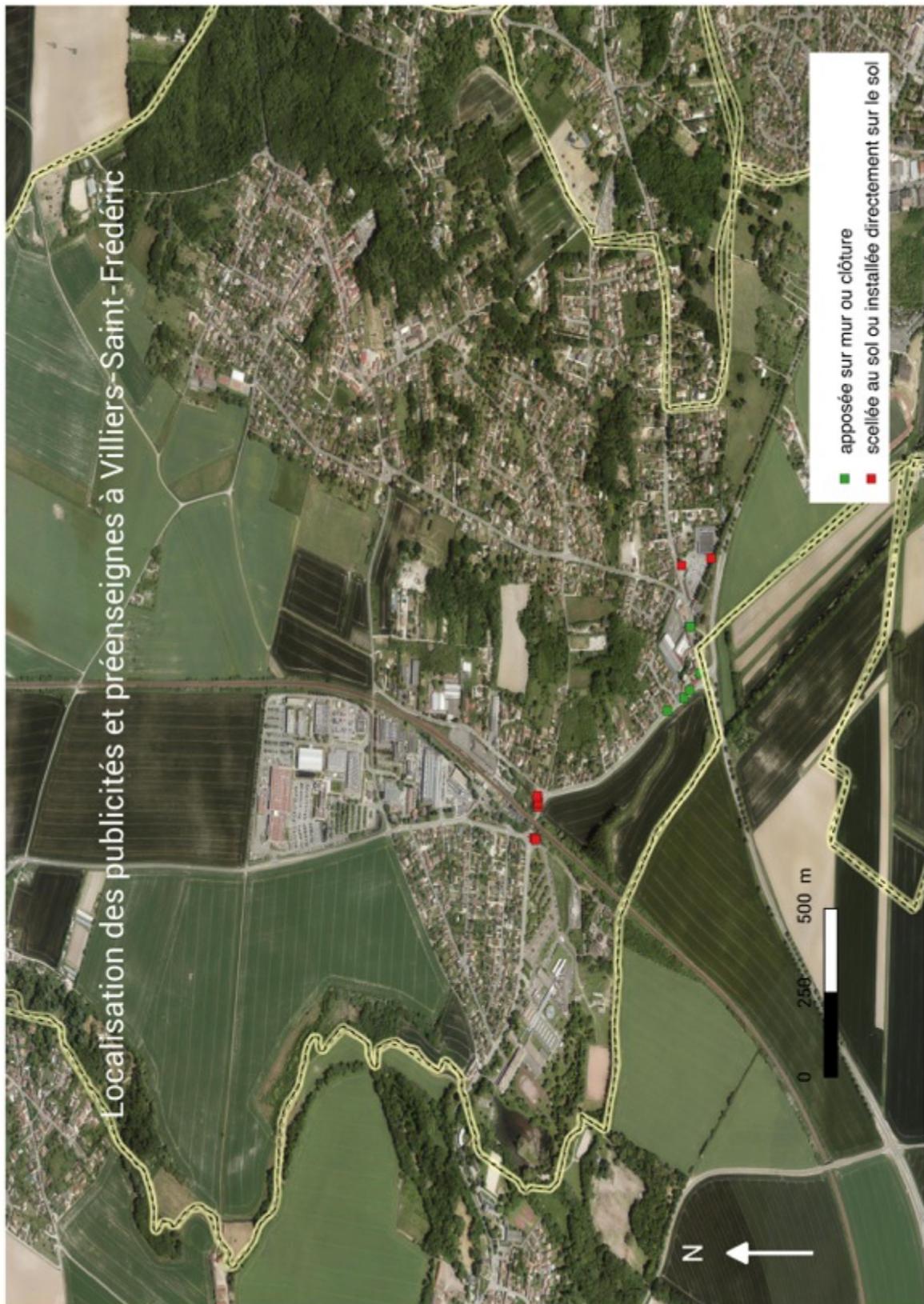
Aucune publicité lumineuse n'est présente sur la commune de Villiers-Saint-Frédéric, y compris les dispositifs publicitaires numériques.



On remarque que les dispositifs les plus nombreux (80 %) sont ceux dont la surface est égale à 12 m². Ce format correspond au maximum autorisé par le code de l'environnement pour la plupart des publicités et préenseignes. Les 8 dispositifs sont installés aux emplacements déterminés par le code de l'environnement.



On relève également 2 publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture dont la surface est égale à 12 m² parmi les 5 que compte le territoire.



La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal.

2. Les infractions relevées

Le diagnostic des publicités et préenseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'infractions au code de l'environnement et au RLP.

On constate que 4 dispositifs sont non conformes au code de l'environnement car ils sont apposés sur un mur non aveugle. A noter que deux d'entre-elles ne sont pas apposées parallèles au mur support.

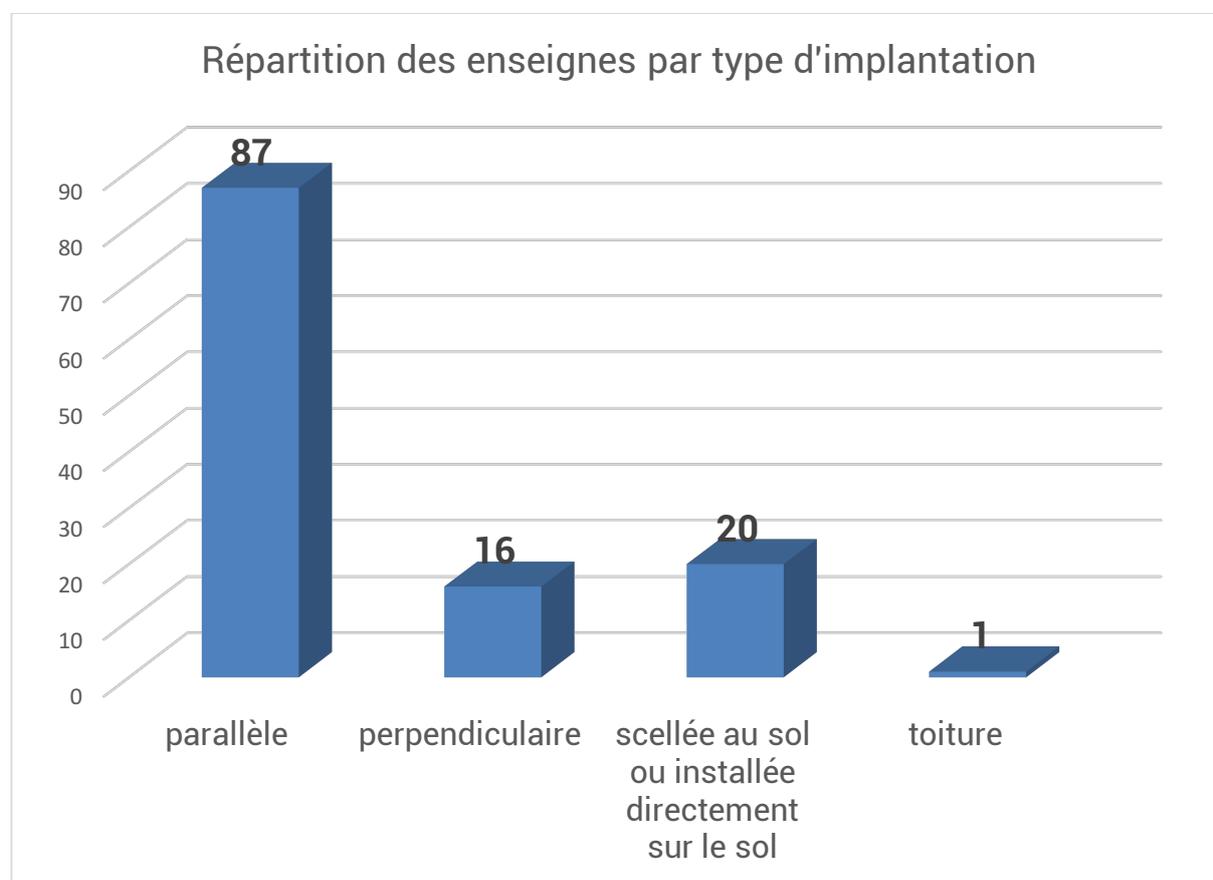
Deux dispositifs situés aux abords de la voie ferrée, sont en infractions avec le code de l'environnement, qui interdit les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol lorsqu'ils sont visibles d'une voie située hors agglomération, en l'espèce la D 912. Les autres dispositifs sont conformes au code de l'environnement et au RLP. Néanmoins, on observe aux abords des voies ferrées, où le RLP a prévu de fortes densités de publicités et préenseignes, 8 publicités et préenseignes de grand format (12 mètres carrés).



préenseigne non conforme car sur mur non aveugle et apposée non parallèlement au mur

3. Les caractéristiques des enseignes

124 enseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles signalent 29 activités.



Plus de 70% des enseignes recensées à Villiers-Saint-Frédéric sont des enseignes parallèles apposées sur un mur support. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la seconde catégorie d'enseignes la plus répandue. Elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support.

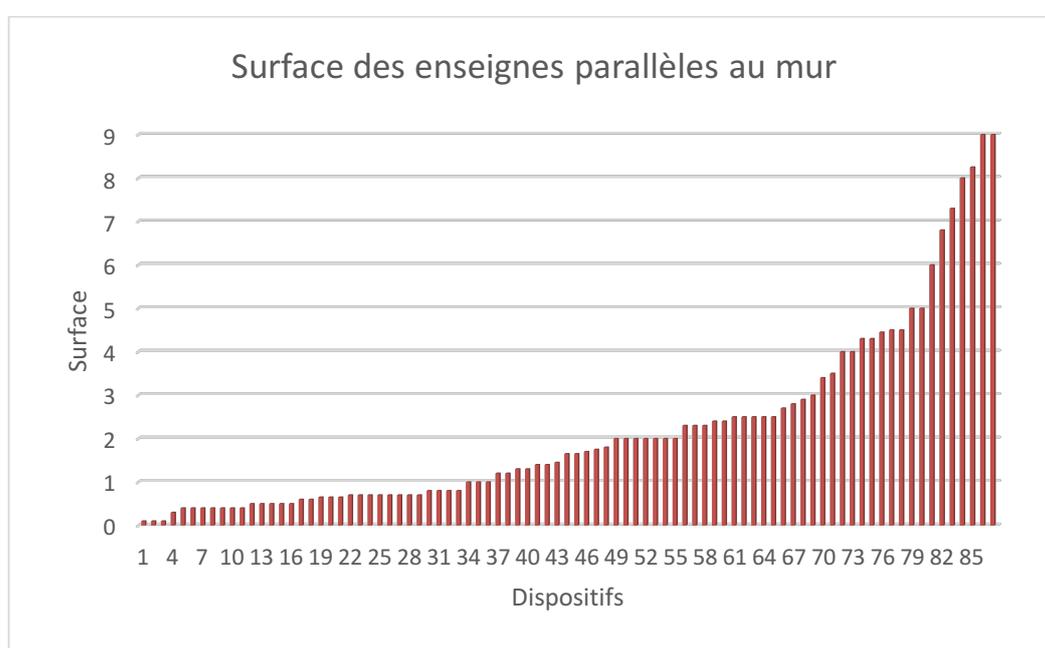
Les enseignes perpendiculaires au mur ont globalement des surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Elles ne posent pas de problème paysager majeur sur le territoire communal.

Enfin, une seule enseigne sur toiture est présente sur le territoire communal. Malgré ce faible nombre, ce type de dispositif peu par son implantation avoir un impact important sur le paysage.

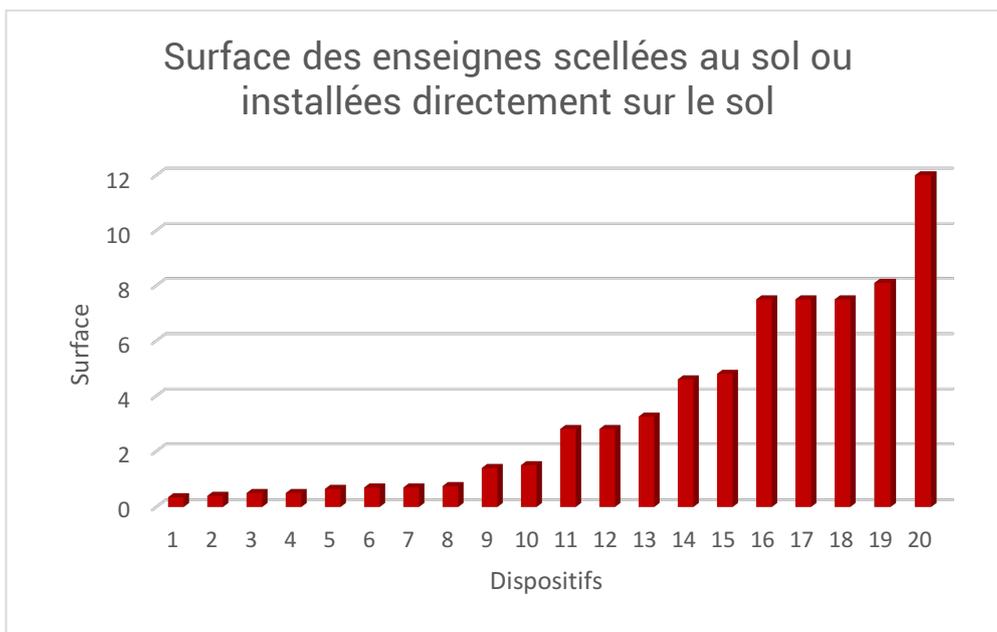
L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

Les enseignes lumineuses représentent près de 39% des enseignes recensées. Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.

Aucune enseigne numérique n'a été localisée sur le territoire communal. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



Les enseignes parallèles ont globalement des surfaces assez faibles (80% font moins de 3 mètres carrés). On relève seulement 6 enseignes parallèles dépassant les 6 mètres carrés.



Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont globalement des surfaces assez faibles (65% font moins de 4 mètres carrés). On relève toutefois, 5 enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dépassant la limite de 6 mètres carrés fixée par le code de l'environnement.

Les enseignes perpendiculaires ont toutes une surface inférieure ou égale à un mètre carré.

L'enseigne sur toiture présente sur le territoire mesure 28 mètres carrés. L'impact de ce dispositif est donc assez important du fait de sa surface.

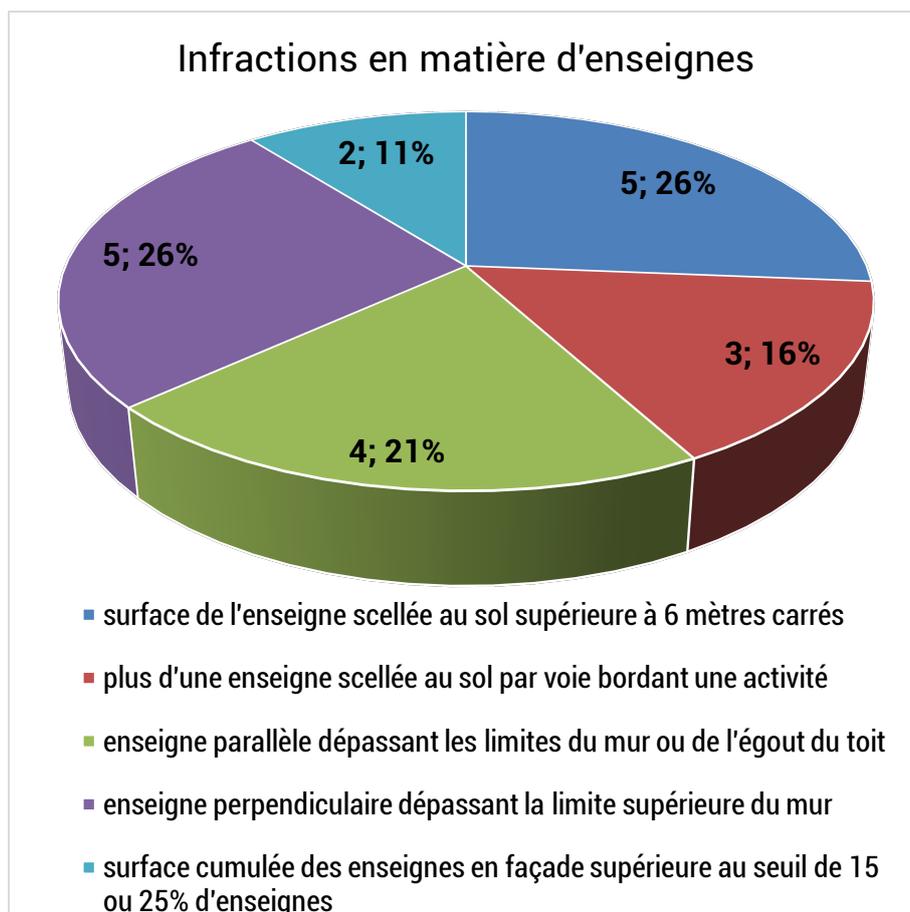


La cartographie ci-dessus, nous montre que les enseignes sont principalement localisées autour du centre commercial et du centre automobile qui sont les deux activités utilisant le plus d'enseignes sur le territoire communal.

4. Les infractions relevées

Le diagnostic des enseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'enseignes non conformes au code de l'environnement.

On constate que 16 enseignes sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente un peu moins de 13% des enseignes de Villiers-Saint-Frédéric. Trois enseignes sont en « double infraction ». On relève donc 19 infractions qui se répartissent comme ci-dessous :



Pour certaines infractions relatives à des enseignes installées avant le 1er juillet 2012, le délai de mise en conformité court jusqu'au 1er juillet 2018. Il s'agit notamment :

- de la surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (15% ou 25%) ;
- du nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant l'activité ;
- les règles concernant les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.

On relève 3 enseignes scellées ou installées directement sur le sol dont le nombre est supérieure à un le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique où s'exerce l'activité signalée. Parmi ces enseignes, les catégories les plus

répandues sont les drapeaux sur des mâts, les totems. La surface de 5 enseignes scellées au sol ou installées sur le sol dépassent 6 m² ²³.

Il existe également 4 enseignes parallèles dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit.

Une activité a une façade "saturée" d'enseignes et ne respectent pas le seuil de 25% d'enseignes en façade (ou 15% dans le cas de façade commerciale > 50 m²)²⁴. Deux enseignes de cette activité sont concernées.

²³ Article R581-65 du code de l'environnement

²⁴ L'article R581-63 du code de l'environnement précise que si la surface commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m², la surface cumulée peut être portée à 25% de la surface totale de cette façade.

III. Enjeux en matière de publicité extérieure

Au-delà de la réglementation en vigueur sur le territoire, évoquée précédemment, les enjeux en matière de publicité identifiées sur le territoire communal sont les suivants :

Enjeu n°1 : la concentration des publicités et préenseignes dans les lieux déterminés par le RLP et la présence de grand format.

Il apparaît que la plupart des publicités et préenseignes présentes sur le territoire sont localisées précisément dans les lieux où le RLP les autorise. C'est notamment le cas en ZPR n°3, le long des voies ferrées, où on observe très ponctuellement plusieurs publicités et préenseignes scellées au sol de grand format (12 mètres carrés).



5 publicités autorisées par le RLP, Route de Beynes, décembre 2016



3 publicités autorisées par le RLP, Route de Septeuil, décembre 2016

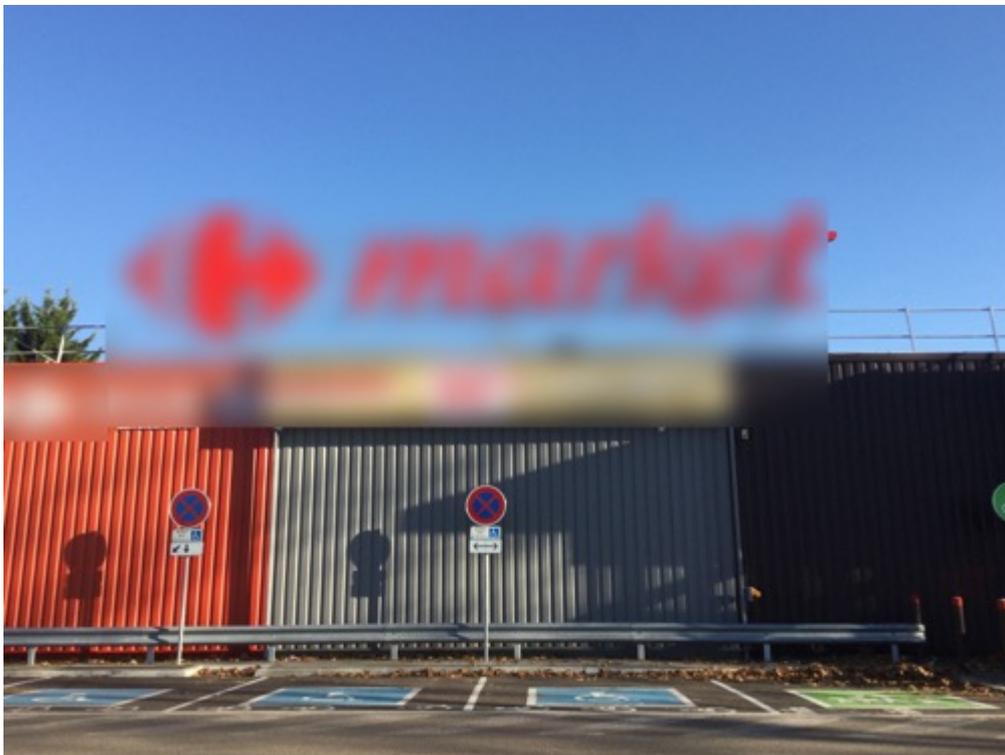


2 publicités murales, abords du rond-point du Pontel, décembre 2016

La présence de publicités et préenseignes de grand format est très ponctuelle sur le territoire. En effet, on observe seulement trois lieux où l'on retrouve plusieurs dispositifs publicitaires. Ces trois emplacements sont déterminés par le RLP actuellement en vigueur. Néanmoins, le paysage local étant plutôt à dominante agricole et périurbaine, l'impact des publicités de grand format est important.

Enjeu n°2 : des enseignes globalement bien intégrées avec quelques implantations d'enseignes peu qualitatives

On relève la présence d'une enseigne sur toiture dont l'impact sur la paysage est important. Un RLP peut interdire ou encadrer plus fortement l'implantation de ce type d'enseignes.



Enseigne sur toiture, décembre 2016

On relève également sur le terrain la présence de quelques enseignes scellées au sol qui ont un impact important et qui pour certaines d'entre-elles sont en infraction ou le seront en 2018 à l'issue du délai pour se mettre en conformité avec le code de l'environnement.



Enseigne scellée au sol > 6 mètres carrés et en surnombre, décembre 2016



Enseigne scellée au sol > 6 mètres carrés, décembre 2016



Enseigne parallèle à la façade dont la surface excède le seuil fixé par la réglementation nationale, décembre 2016



Enseigne parallèle conforme à la réglementation mais dont l'implantation pourrait être améliorée, décembre 2016

Le territoire comporte plusieurs exemples d'enseignes bien intégrées à leur environnement. Cela passe par l'usage de matériaux durables, de lettrages découpés, d'éclairage discret, etc.



Enseignes parallèles en lettres découpées bien intégrées, décembre 2016



Enseignes parallèles en lettres découpées bien intégrées, décembre 2016

Enfin, le diagnostic a montré que la commune ne compte aucune enseigne sur clôture non aveugle ni aucune enseigne numérique dont l'impact sur le paysage peut être négatif et qu'un RLP peut encadrer voire interdire dans certains cas.

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

1. Les objectifs

La commune de Villiers-Saint-Frédéric a fixé plusieurs objectifs pour l'amélioration du cadre de vie en matière de publicité extérieure sur son territoire :

Objectif n°1 : Préserver le cadre de vie et la qualité paysagère sur le territoire de Villiers-Saint-Frédéric ;

Objectif n°2 : Améliorer la qualité des zones d'activités et économiques de la commune située au sud du territoire et à l'ouest de la commune, le long de la D191 ;

Objectif n°3 : Améliorer l'image de la commune au travers d'entrées de villes attractives notamment sur les entrées de villes du sud de la commune comme la route de Septeuil, la route de Saint-Germain, la route de Beynes ou encore la route du Pontel ;

Objectif n°4 : Préserver les zones peu impactées par la pression liée à la publicité extérieure notamment les quartiers résidentiels et les secteurs hors agglomération.

2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la commune a retenu les orientations suivantes :

Orientation 1 : Réglementer les enseignes sur le territoire communal et notamment les enseignes perpendiculaires, les enseignes sur clôtures et installées directement sur le sol de moins d'1m² pouvant nuire à la qualité du centre-ville ;

Orientation 2 : Encadrer et limiter l'impact de la publicité et des préenseignes dans les secteurs peu touchés par la pression liée à la publicité extérieure ;

Orientation 3 : Limiter l'impact de la publicité et des préenseignes en renforçant la règle de densité publicitaire ainsi que les formats des dispositifs pour éviter la multiplication de la publicité extérieure au niveau des entrées de villes et dans les zones d'activités et économiques de la commune.

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec l'ancien RLP et les enjeux du territoire.

Les zones de publicité sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) qui couvre les zones d'activités situées au sud et à l'ouest de la commune, le long de la D191 ;
- La zone de publicité n°2 (ZP2) qui couvre la zone agglomérée de la commune en dehors des autres zones de publicité.

Conformément à l'arrêt du Conseil d'Etat en date du 20 octobre 2016, confirmé par un second arrêt du 8 novembre 2017²⁵, les surfaces maximales évoquées ci-après, pour les publicités et préenseignes, doivent s'entendre comme étant des surfaces maximales « hors tout », comprenant non seulement la surface d'affichage mais également l'encadrement des dispositifs publicitaires.

Pour la zone de publicité n°1 qui couvre les zones d'activités, la commune a décidé de mettre en place une réglementation plus restrictive permettant de concilier enjeux paysagers et les besoins de visibilité des acteurs économiques.

Ainsi, la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu et la publicité numérique scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite sur cette zone. Les publicités apposées sur mur ou clôture et les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 4 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. Cette harmonisation des surfaces et des hauteurs permet de faciliter l'instruction et l'application des règles sur le territoire. A ces dispositions s'ajoutent également des prescriptions esthétiques permettant d'intégrer les dispositifs publicitaires aux perspectives des bâtiments sur lesquels ils sont apposées et/ou à l'environnement.

Par ailleurs, la commune a également décidé de renforcer et de simplifier la règle de densité en n'autorisant qu'un seul dispositif par unité foncière dont le linéaire est supérieur ou égal à 20 mètres.

Enfin, la commune a décidé de réduire la surface maximale de la publicité numérique apposée sur mur aveugle à 2 mètres carrés et 3 mètres de hauteur. La commune a également souhaité restreindre l'impact de ces dispositifs en autorisant la publicité numérique apposée sur mur aveugle uniquement à condition que son image soit fixe.

Au regard des caractéristiques de la commune, très peu touchée par la publicité extérieure, la collectivité a choisi une réglementation proche des règles applicables

²⁵ : CE, 20 octobre 2016, n°395494 et CE, 8 novembre 2017, n°408801

pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

L'ensemble de ces règles a pour but d'harmoniser les règles existantes et de préserver la zone d'activités d'implantations peu qualitatives.

En zone de publicité n° 2 qui couvre l'ensemble de la zone agglomérée, la commune a décidé de mettre en place une réglementation qui permette de préserver les quartiers résidentiels d'une implantation publicitaire trop importante. La commune a donc décidé d'interdire, sur cette zone, la publicité excepté la publicité apposée sur mobilier urbain.

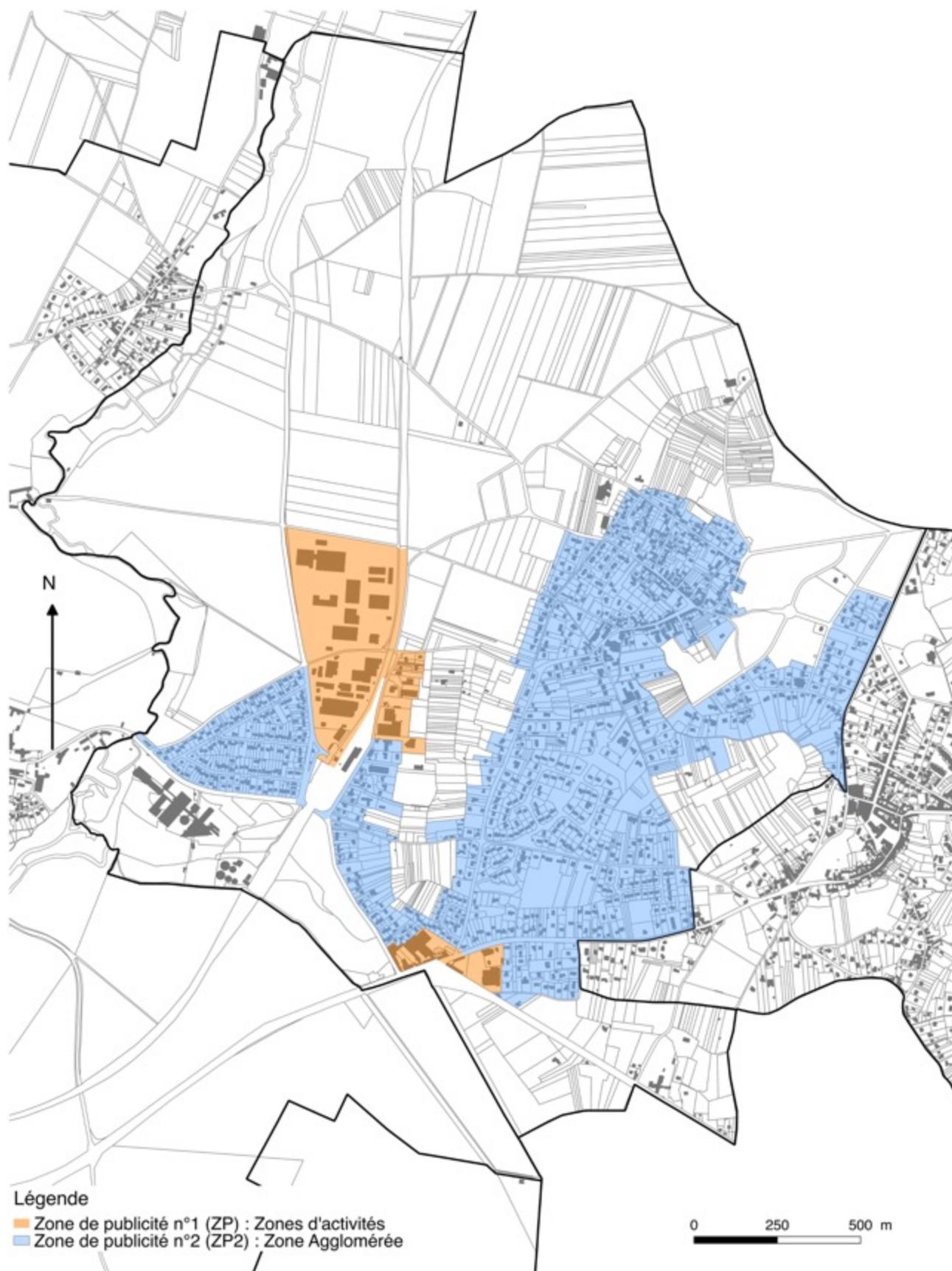
Ces règles ont pour but de préserver la multiplication des dispositifs publicitaires sur des zones résidentielles actuellement très peu soumises à la pression publicitaire. Il s'agit donc de maintenir la qualité paysagère de cette zone en favorisant la publicité dans des conditions restrictives et bien précises.

Les règles applicables à la publicité sur mobilier urbain s'appliquent sur l'ensemble du territoire (ZP1 et ZP2). A ce titre, la commune a décidé d'encadrer plus strictement le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires. Ces dispositifs sont désormais limités à 2 mètres carrés, et 3 mètres de hauteur. Il faut préciser que la publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, soit les articles 8 et 12 du RLP. Le Règlement Local de Publicité n'encadre que la publicité supportée par le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, les autres types de publicité apposée sur mobilier urbain restent donc régis par les dispositions nationales (à savoir les articles R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement).

Par ailleurs, la commune a fixé une plage d'extinction nocturne entre 22h et 6h applicable sur tout le territoire (ZP1 et ZP2) afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous :

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Villiers-Saint-Frédéric



2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Afin de prendre en compte les besoins du territoire et dans un souci de cohérence, le zonage choisi pour les enseignes, est identique à celui qui est appliqué à la publicité et aux préenseignes. Ainsi, les 2 zones définies pour les publicités et préenseignes sont celles qui sont applicables pour les enseignes.

Sur l'ensemble du territoire, le règlement local de publicité interdit :

- Les enseignes sur les arbres ;
- Les enseignes sur auvents ou marquises ;
- Les enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les enseignes sur clôture non aveugles ;
- Les enseignes numériques.

Il s'agit d'enseignes généralement peu qualitatives avec un fort impact sur l'environnement des communes du fait de leur surface parfois importante. Par ailleurs, ces règles visent à inciter les commerçants et enseignistes à utiliser d'autres type d'implantation moins agressive pour le paysage.

Sur l'ensemble du territoire, le règlement local de publicité encadre les enseignes perpendiculaires au mur en les limitant à une seule par activité, 0,80 mètre de saillie et 1 mètre de hauteur. Le RLP réglemente également l'implantation des enseignes parallèles et perpendiculaires au mur afin que ces enseignes soient implantées sous les limites du plancher du 1^{er} étage pour les activités situées en rez-de-chaussée. Ces règles ont pour objectif de limiter l'impact de ces dispositifs notamment dans les rues du centre-ville tout en ayant des implantations respectueuses de l'architecture et de l'environnement des bâtiments sur lesquels ils sont apposés.

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol sont autorisées sur l'ensemble du territoire. Elles sont limitées à 4 mètres carrés de surface et 4 mètres de hauteur.

Peu encadrées au niveau national, les enseignes de moins d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol sont également encadrées. Ces enseignes sont limitées à une par voie bordant l'activité. Les enseignes de moins d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol sont également limitées à 1,50 mètres de hauteur.

Le but de ces règles est d'éviter la multiplication de ce type d'enseignes peu qualitatives en centre-ville notamment tout en tenant compte des besoins des acteurs économiques.

Les enseignes sur clôtures aveugles sont autorisées dans la limite d'une par voie bordant l'activité et 1 mètre carré. Il s'agit d'encadrer strictement ces enseignes impactantes et peu esthétiques pour le paysage tout en permettant ces implantations notamment pour les autoentrepreneurs

Enfin, sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité 22h00 – 06h00 pour et préserver le paysage nocturne de la commune.

La commune a également souhaité encadrer les enseignes temporaires afin d'éviter les débordements lors d'opérations ou de manifestations exceptionnelles à caractère temporaire.

L'ensemble de ces règles ont été établit de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.