



MODIFICATION DE PLU N°5

ANNEXES 6E
PRESRIPTIONS

**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL
(RLPi)**



AR Préfectoral Date d'affichage

le 12/02/2021

le 12/02/2021

Acte Exécutoire sous référence :

092-200057982-20210208-DL1760H1-DE

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATION
DU CONSEIL DE TERRITOIRE**

SÉANCE DU 08 FEVRIER 2021

Délibération n°15 - 15/2021

Objet : Approbation du Règlement Local de Publicité intercommunal

Présents :

Sandrine COHEN-SOLAL, Samir ABDELOUAHED, Raphaël ADAM, Jeanne BECART, Eric BERDOATI, Olivier BERTHET, Mireille BERTRAND, Zahra BOUDJEMAÏ, Guillaume BOUDY, Laurence BOURDET-MATHIS, Fabrice BULTEAU, Joëlle CECCALDI-RAYNAUD, Éric CESARI, Fatima CHAOUI-EL OUASDI, Pierre CHASSAT, Valérie CORDON, Perrine COULTER, Isabelle COVILLE, Sybille D'ALIGNY, Vincent DE CRAYENCOUR, Sophie DESCHIENS, Charazed DJEBBARI, Emmanuelle D'ORSAY, Aurélie DRESSAYRE, Capucine DU SARTEL, Jean-Philippe DUMONT, Cédric FLAVIEN, Vincent FRANCHI, Jean-Christophe FROMANTIN, Denis GABRIEL, Bernard GAHNASSIA, Vincent GARRETA, Ariane GELLÉ, Andrée GENOVESI, Patrick GIMONET, Alexandre GUILLEMAUD, Henda HAMZA, Christophe HAUTBOURG, Hassan HMANI, Pascal HUMRUZIAN, Véronique JACQUELINE, Patrick JARRY, Jean-Luc JATHIÈRES, Philippe JUVIN, Jérôme KARKULOWSKI, Rachel Feza KASHEMA, Franck KELLER DE SCHLEITHEIM, Jacques KOSSOWSKI, Amirouche LAÏDI, Philippe LAUNAY, François LE CLEC'H, Marie-Claude LE FLOC'H, Marie-Pierre LIMOGÉ, Raymonde MADRID, Alexis MARTIN, Florence MAURIN FOURNIER, Liès MESSATFA, Pascal MOREAU-LUCHAIRE, Alexandrine MOUNIER, Thérèse NGIMBOUS BATJÔM, Brigitte PALAT, Vincent POIZAT, Nicolas PORTEIX, Agnès POTTIER-DUMAS, Monique RAIMBAULT, Elodie REBER, Muriel RICHARD, Frédéric SGARD, Stéphanie SOARES, Sidney STUDNIA, Rachid TAYEB, David-Xavier WEÏSS

Pouvoirs :

Mme Aurélie TAQUILLAIN a donné pouvoir à M. Sidney STUDNIA
Mme Brigitte PINAULDT a donné pouvoir à Mme Capucine DU SARTEL
M. François KRUGER a donné pouvoir à M. Philippe JUVIN
M. Frederic VOLE a donné pouvoir à Mme Elodie REBER
Mme Isabelle FLORENNES a donné pouvoir à Mme Muriel RICHARD
M. Jean-François DRANSART a donné pouvoir à Mme Monique RAIMBAULT
Mme Lucie CHAMPENOIS a donné pouvoir à M. Jean-Luc JATHIÈRES
Mme Monique BOUTEILLE a donné pouvoir à M. François LE CLEC'H
M. Patrick OLLIER a donné pouvoir à M. Denis GABRIEL
M. Philippe D'ESTAINTOT a donné pouvoir à M. Frédéric SGARD
M. Pierre GOMEZ a donné pouvoir à Mme Andrée GENOVESI
M. Rémi CHEYMOL a donné pouvoir à M. Vincent GARRETA
Mme Samia SAIDJ a donné pouvoir à Mme Thérèse NGIMBOUS BATJÔM
M. Sébastien BEAUVAL a donné pouvoir à Mme Charazed DJEBBARI
M. Xavier IACOVELLI a donné pouvoir à Mme Fatima CHAOUI-EL OUASDI

Absent(s) excusé(s) :

Benoît BAS, Camille BEDIN, François JEANMAIRE

Par délibération en date du 27 mars 2018, le conseil de territoire de l'établissement public territorial (EPT) Paris Ouest La Défense a prescrit l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), en définissant les modalités de la concertation et les objectifs poursuivis.

La première étape de la procédure a consisté à établir un diagnostic et à déterminer les orientations et objectifs du projet de RLPi. Ces orientations et le diagnostic établi à l'issue des réunions avec chacune des onze villes ont été validés par un comité de pilotage réuni le 1er avril 2019.

Par ailleurs, deux réunions ont été organisées le 9 mai 2019, avec les personnes publiques associées et les acteurs ayant manifesté leur intérêt à être associés à la procédure. Les orientations n'ont pas fait l'objet de remarque ou de demande de modification de la part des participants et des invités.

Les quatre orientations débattues lors de la séance du 25 juin 2019 du Conseil de territoire sont :

- valoriser les paysages et le patrimoine porteur des identités locales,
- contrôler le développement de nouveaux types d'affichage,
- préserver le cadre de vie sur l'ensemble du territoire Paris Ouest La Défense,
- conforter l'attractivité économique et commerciale du territoire.

Elles répondent aux objectifs poursuivis dans le cadre de l'élaboration du RLPi, figurant notamment dans la délibération de prescription du conseil de territoire du 27 mars 2018.

Concertation préalable et réunion publique

La concertation préalable, ouverte avec la délibération de prescription de mars 2018, s'est achevée à la fin novembre 2019.

La réunion publique prévue dans la délibération de prescription s'est tenue le 6 novembre 2019 à Neuilly-sur-Seine. Cette réunion n'a pas apporté de modification au projet de règlement.

Cette première phase aboutit à l'arrêt du projet de RLPi (règlement proprement dit et pièces annexes dont le bilan de la concertation) qui a eu lieu lors du Conseil de territoire du 12 décembre 2019.

La phase de validation administrative a alors commencé :

- Saisine et avis de la Commission Départementale de la Nature, du Paysage et des Sites (CDNPS) : avis favorable du 28 février 2020 ;
- Saisine et avis des Personnes Publiques Associées, dont l'Etat, le Département et Paris La Défense : avis favorable de l'Etat reçu le 13 mars 2020. Le délai de retour des PPA est clos depuis le 25 mai 2020 (prolongation des délais dus à l'état d'urgence sanitaire) ;
- Avis des communes membres de l'EPT Paris Ouest La Défense, clos le 25 mai 2020 (prolongation des délais dus à l'état d'urgence sanitaire) ;
- Enquête publique, prévue initialement en avril 2020 et retardée par l'état d'urgence sanitaire.

Enquête publique et observations

L'enquête publique s'est tenue du 21 septembre au 22 octobre 2020, dans les onze communes de l'EPT Paris Ouest La Défense.

Comme prévu, douze registres papier et un registre dématérialisé ont été mis à la disposition du public et le commissaire enquêteur, André Goutal, Commissaire Divisionnaire en retraite, a tenu cinq permanences.

Vingt observations ont été portées dans les registres, dont certaines en doublons et une en triplon. Trois courriers ont par ailleurs été adressés au Président de l'EPT Paris Ouest La Défense.

Ces observations émanent principalement d'institutionnels : l'organisation professionnelle des afficheurs (UPE), les afficheurs JC Decaux et Clear Channel, deux associations environnementalistes centrées sur la publicité (Paysage de France et Résistance à l'Aggression Publicitaire) et l'exploitant de centres commerciaux Unibail Rodamco Westfield (URW).

L'ensemble de ces observations ont fait l'objet de réponses exhaustives de l'EPT Paris Ouest La Défense, transmises au commissaire enquêteur, qui les a consignées dans son rapport.

Rapport du commissaire enquêteur et conclusions motivées

Le commissaire enquêteur a émis un avis favorable sans réserve ni recommandation. Son rapport, ainsi que le dossier d'enquête complet, sont disponibles sur le site de l'EPT Paris Ouest La Défense : <https://www.parisouestladefense.fr/pold/index.php?idp=72> .

Mise au point du projet de règlement

Le projet de règlement est mis au point en prenant en compte les observations faites en enquête publique, les avis des villes et de l'Etat et les conclusions du commissaire enquêteur.

Les observations de l'Etat invitent à simplifier la présentation du zonage. Plusieurs contributeurs, lors de l'enquête publique, souhaitent également cette simplification, pour une meilleure lisibilité.

En conséquence le zonage est simplifié, en séparant le zonage des dispositifs numériques et le zonage général. De plus une zone particulière (ZP0b) est supprimée par redéploiement des zones ZP0 et ZP1. Ceci permet également de prendre en compte la remarques de l'Etat sur la protection des berges de Seine.

En réponse aux remarques de l'Etat, les justifications concernant la publicité sur les mobiliers urbains et sur les règles d'extinction nocturne ont été renforcées.

En réponse à une remarque de Nanterre, les équipements sportifs et culturels de plus de 30 000 places sont soumis, en ce qui concerne les enseignes, à la seule réglementation nationale.

En réponse à une remarque de Neuilly-sur-Seine, le zonage est modifié pour corriger une erreur et intégrer la place du Marché dans le zonage de l'avenue Charles de Gaulle.

En réponse à une observation faite lors de l'enquête publique, deux dispositions relatives aux publicités murales sont modifiées :

- Le recul de 0,5m par rapport au bord du mur est supprimé
- Les dispositifs permanents facilitant l'entretien de ces publicités sont admis lorsqu'ils sont intégralement repliables et demeurent pliés en l'absence des personnes chargées de les utiliser et sous réserve de mesures d'intégration architecturale diminuant leur impact visuel (de type peinture identique à la couleur de revêtement du mur support).

En réponse une observation faite lors de l'enquête publique et pour prendre en compte la forme urbaine et architecturale particulière des centres commerciaux du secteur central de La Défense (zone ZP4a), les centres commerciaux de cette zone, de plus de 100 000 m² de surface de plancher, peuvent déroger, pour partie, aux règles du Règlement Local de Publicité intercommunal, relatives aux enseignes en façade, aux enseignes au sol et aux enseignes numériques.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal est complété avec les arrêtés de limites d'agglomération des onze communes membres et avec les monuments historiques, sites inscrits, sites classés et sites patrimoniaux remarquables à prendre en compte.

Vu le Code général des collectivités territoriales et notamment son article L. 5219-5,

Vu le Code de l'environnement et notamment les article L. 581-14 et suivants,

Vu le Code de l'urbanisme et notamment ses articles L. 153-8 et suivants et R. 153-1 et suivants,

Vu la délibération n° 11 (18/2018) du conseil de territoire du 27 mars 2018 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal sur le territoire de Paris Ouest La Défense,

Vu la délibération n°15 (63/2019) du conseil de territoire du 25 juin 2019, prenant acte de la tenue du débat sur les orientations et objectifs du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal,

Vu la délibération n°17 (133/2019) du conseil de territoire du 12 décembre 2019 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal

Vu les notifications du projet arrêté du Règlement Local de Publicité intercommunal, en date du 23 décembre 2019 aux Personnes Publiques Associées et aux autres personnes prévues aux articles L. 153 – 15 à L.1 53-17,

Vu la saisine de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites du 10 janvier 2020,

Vu l'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites du 28 février 2020, favorable sous réserve de la prise en compte des remarques formulées par la DRIEE

Vu les ordonnances n° 2020-306 et 2020-560 fixant les délais applicables à diverses procédures durant la période d'état d'urgence sanitaire,

Vu l'avis favorable du le Préfet des Hauts de Seine, en date du 13 mars 2020, appelant des remarques,

Vu l'avis favorable du l'établissement public territorial Boucle Nord de Seine, émis par délibération du 5 février 2020,

Vu l'avis sans observation de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat des Hauts de Seine en date du 22 janvier 2020 ,

Vu l'arrêté n° 44/2020 du 31 juillet 2020 du Président de l'EPT Paris Ouest La Défense, prescrivant l'ouverture de l'enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal, entre le 21 septembre 2020 à 9h00 et le 22 octobre à 17h30,

Vu les observations du public formulées pendant l'enquête publique et relevées dans le procès-verbal du commissaire enquêteur du 23 octobre 2020,

Vu le rapport du commissaire enquêteur, ses conclusions motivées et son avis du 20 novembre 2020, favorable sans réserve ni recommandations,

Vu la conférence intercommunale du 26 janvier 2021, au cours de laquelle ont été présentés les avis joints au dossier, les observations du public et le rapport du commissaire enquêteur,

Vu le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal ci annexé,

Après en avoir délibéré, le Conseil de Territoire :

APPROUVE le Règlement Local de Publicité intercommunal de l'EPT Paris Ouest La Défense

PRECISE que le dossier du Règlement Local de Publicité intercommunal, tel qu'approuvé par le conseil de territoire sera tenu à la disposition du public, aux heures d'ouverture au public :

- Siège de l'établissement public territorial Paris Ouest La Défense,
Mairie de Nanterre
Service des Archives
130 rue du 8 mai 1945, 92000 Nanterre
- Courbevoie
Service urbanisme
Mairie principale de Courbevoie
2 Place de l'Hôtel de ville, 92400 Courbevoie
- Garches
Service urbanisme
Hôtel de ville de Garches
2 Rue Claude Liard, 92380 Garches
- La Garenne Colombes
Service urbanisme
Hôtel de ville de La Garenne Colombes
68 Boulevard de la République, 92250 La Garenne-Colombes
- Levallois-Perret
Direction de l'Urbanisme,
66 bis rue du Président Wilson, 92300 Levallois-Perret
- Nanterre
Mairie de Nanterre 12e étage de la Tour A
130 rue du 8 mai 1945, 92000 Nanterre
- Neuilly-sur-Seine
Service urbanisme
Hôtel de ville de Neuilly-sur-Seine
96 Avenue Achille Peretti, 92200 Neuilly-sur-Seine
- Puteaux
Service de l'urbanisme
Mairie de Puteaux
131 Rue de la République, 92800 Puteaux
- Suresnes
Service Environnement,
61 rue Carnot, 92150 Suresnes
- Rueil-Malmaison
Direction de l'Urbanisme et de l'Aménagement (1er étage)
Hôtel de Ville de Rueil-Malmaison
13, boulevard du Maréchal Foch, 92500 Rueil-Malmaison
- Saint-Cloud
Services techniques de la mairie de Saint-Cloud
Hôtel de ville de Saint-Cloud
13, place Charles-de-Gaulle, 92211 Saint-Cloud

- Vaucresson
Service urbanisme
Hôtel de Ville de Vaucresson
8 Grande Rue, 92420 Vaucresson

AR Préfectoral Date d'affichage

le 12/02/2021

le 12/02/2021

Acte Exécutoire sous référence :

092-200057982-20210208-DL1760H1-DE

PRECISE que le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur seront tenus à la disposition du public pendant un an à compter de la date de clôture de l'enquête au siège de l'établissement public territorial Paris Ouest La Défense, dans les lieux, indiqués ci-dessus, des communes membres de l'EPT Paris Ouest La Défense, à la Préfecture des Hauts de Seine ainsi que sur le site internet de l'EPT Paris Ouest La Défense. Une copie pourra être adressée, à ses frais, à toute personne en faisant la demande auprès de l'EPT Paris Ouest La Défense (tél 01 55 69 31 50; <http://www.parisouestladefense.fr/pold/index.php?p=contact>),

PRECISE que la présente délibération sera affichée pendant un mois au siège de l'établissement public territorial Paris Ouest La Défense – Mairie de Nanterre, 88 rue du 8 mai 1945, 92000 Nanterre) et dans chacune de onze mairies de ses communes membres, conformément à l'article R. 153-3 du Code de l'urbanisme. Une mention de cet affichage sera insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département des Hauts de Seine,

PRECISE que le Règlement Local de Publicité intercommunal de l'EPT Paris Ouest La Défense sera applicable après l'exécution de la dernière mesure de publicité prévue ci-dessus,

PRECISE que la présente délibération sera publiée au registre des actes administratifs de l'établissement public territorial Paris Ouest La Défense.

Délibération adoptée par

Vote(s) pour : 84

Vote(s) contre : 01

Abstention(s) : 02

N'ayant pas pris part au vote : 00

Le Président,



Jacques KOSSOWSKI
Maire de Courbevoie



Règlement Local de Publicité intercommunal

RLPi

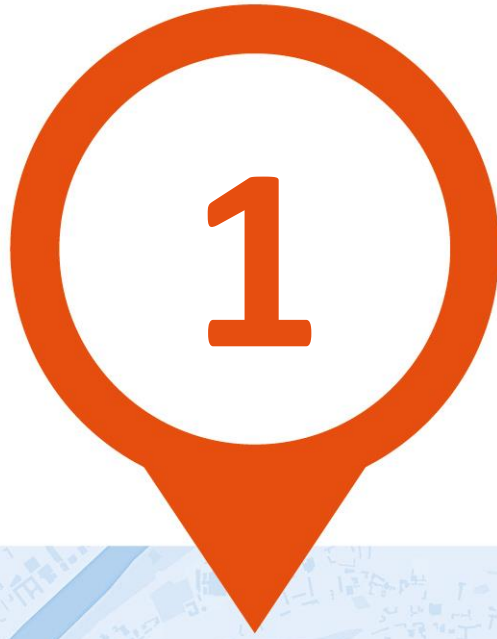
Paris Ouest la Défense

1 – Rapport de présentation

Date d'approbation : 8 février 2021

Table des matières

DIAGNOSTIC.....	3
Chapitre 1 : Préambule.....	4
I. Cadre et définitions	4
Chapitre 2 : Contexte territorial	10
I. Démographie.....	10
II. Paysage et patrimoine.....	10
III. Economie	13
IV. Réseau viaire	15
Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de Paris Ouest La Défense	16
I. Les seuils démographiques	16
II. Les périmètres environnementaux et urbains.....	16
Chapitre 4 : Diagnostic publicitaire du territoire.....	22
I. Méthodologie pour le recensement	22
II. Synthèse cartographique et statistique	23
III. Secteurs à enjeux.....	31
ORIENTATIONS.....	43
JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS	49
IV. Motifs de délimitation du zonage	50
V. Dispositions réglementaires retenues pour les publicités et pré-enseignes	54
VI. Dispositions réglementaires retenues pour les enseignes.....	60



DIAGNOSTIC

Chapitre 1 : Préambule

I. Cadre et définitions

1. Contexte législatif et réglementaire

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.

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 une commune. 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 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 de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité intercommunal, 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 de s'appliquer.

Mise en conformité des dispositifs avec la RNP (décret du 30/01/2012 applicable depuis le 01/07/2012)



- Suppression des préenseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012



- Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012
- Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

A partir de l'entrée de vigueur du RLPi (approbation prévue pour juillet 2020), les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité avec le nouveau document en :

- > 6 ans pour les enseignes
- > 2 ans pour les publicités et pré-enseignes

2. Le zonage du RLPi

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 « agglomération » au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

3. Pourquoi réaliser un RLPi sur le territoire Paris Ouest La Défense ?

Il existe à l'heure actuelle neuf RLP sur le territoire, dont deux Post Grenelle (Suresnes et Vaucresson). Seules deux communes ne sont pas dotées d'un RLP (La Garenne-Colombes et Levallois-Perret).

Sept RLP sont donc antérieurs à la loi Grenelle II et deviendront caducs à l'horizon 2020.

Afin de faire perdurer les réglementations locales sur ces communes, et par la même occasion, de doter l'ensemble du territoire d'un document règlementant la publicité extérieure, l'élaboration d'un RLPi a été décidée par délibération du conseil communautaire le 27 mars 2018.

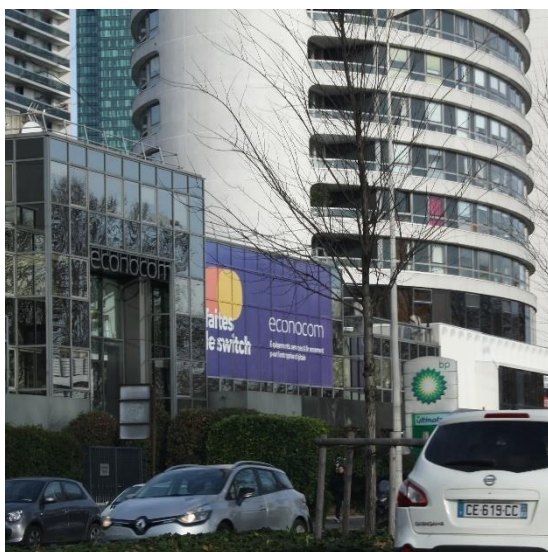
4. Contenu du RLPi

Le Règlement Local de Publicité 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 RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

5. Les principales définitions

Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce.



Enseignes sur l'agglomération

! 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 sur l'agglomération

! Les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité

Préenseigne 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.



Publicités sur l'agglomération

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.



Publicités temporaires sur l'agglomération

Chapitre 2 : Contexte territorial

Le RLPI a été élaboré sur le périmètre de Paris Ouest La Défense, tel qu'il était lors de la prescription de son élaboration le 27 mars 2018, c'est-à-dire sur 11 communes.

I. Démographie

L'agglomération est composée de 11 communes faisant partie de l'unité urbaine de Paris. Toutes sont des communes de plus de 10 000 habitants, en dehors de la commune de Vaucresson (8 954 habitants en 2016 – source INSEE)

Le territoire est donc assez homogène, bien que la polarité forte soit située autour de La Défense. Le fait que l'ensemble des communes de Paris Ouest La Défense fassent partie de l'unité urbaine de Paris (regroupant plus de 800 000 habitants), les soumet à une réglementation moins stricte que d'autres communes de plus petite dimension (dont la population est inférieure à 10 000 habitants).

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. Paysage et patrimoine

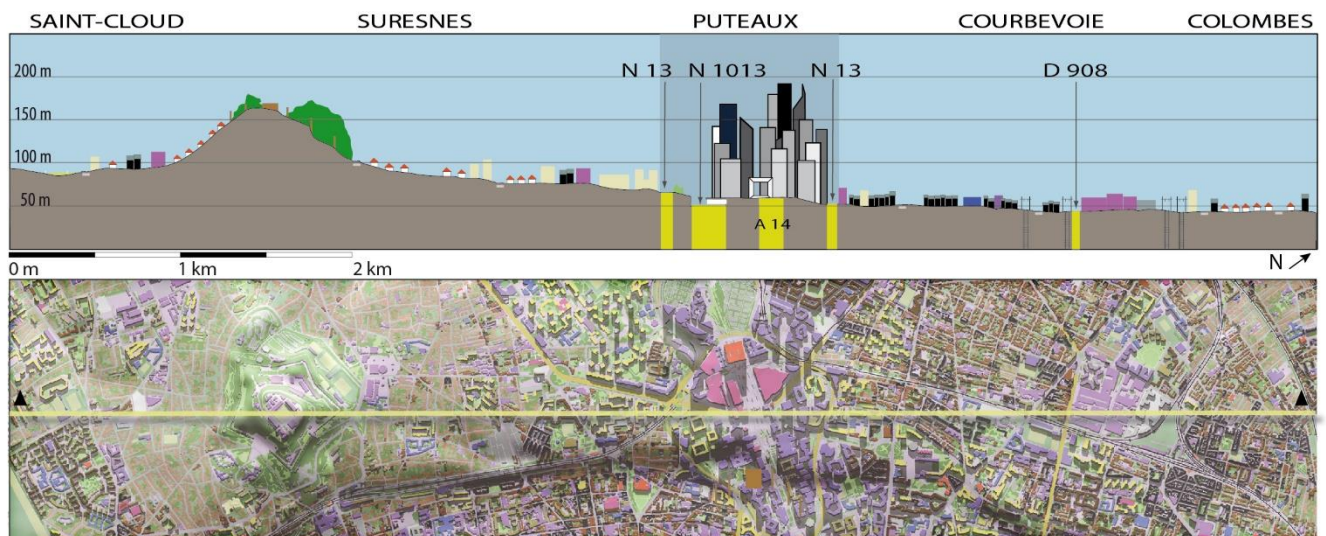
Le territoire de Paris Ouest La Défense, situé dans les Hauts-de-Seine, en première couronne Ouest de Paris est ambivalent par ses typologies paysagères. Entre ville et bois, l'Ouest parisien est à la fois extrêmement urbain par la présence du cœur économique de Paris qu'est La Défense, mais également très boisé principalement au niveau des communes construites sur les coteaux bordant la Seine.

Le paysage de Paris Ouest La Défense est bien sûr, fortement marqué par la présence du fleuve. Plusieurs communes sont situées en bord de Seine et comptent donc ponts et îles qui offrent des vues dégagées et structurent le territoire.

Le Nord du territoire, occupé par les communes de La Garenne-Colombes, Puteaux, Courbevoie, Nanterre et Levallois Perret est relativement plat. Cette disposition permet, depuis l'ensemble des axes rectilignes dirigés vers La Défense, d'offrir des points de vue sur les tours. Ces points de vue, sont intéressants par les faibles différences d'altitude qui troublent les perspectives et semblent rapprocher les tours de l'ensemble des communes limitrophes.



A l'inverse, les communes plus au Sud, (Saint Cloud et Suresnes), plus éloignées de La Défense, ont été construites sur des coteaux boisés le long de la Seine. A ce titre elles bénéficient de vues plongeantes sur la Défense et Paris.



Atlas des paysages des Hauts de Seine

Le patrimoine de l'ensemble de Paris Ouest La Défense est riche autant en termes d'époques que de types de monuments. Il est marqué par de nombreux monuments historiques (43 sur le territoire), mais également par ses différents sites classés et inscrits.

Pour n'en citer que quelques-uns permettant d'illustrer le caractère patrimonial de certaines communes, nous pourrions évoquer les monuments suivants :

Le Mont Valérien construit dans la première moitié du 19^{ème} siècle, est l'un des seize forts prévus dans le programme de fortifications de Paris. La construction du fort à cet endroit précis permet de mettre en évidence la topographie particulière de Suresnes offrant des vues sur tout Paris. Ce fort a joué un rôle plus ou moins important dans des conflits locaux et mondiaux (dans le siège de Paris en 1870, la Commune, ou encore durant la seconde guerre mondiale. Aujourd'hui le fort est occupé par un mémorial retraçant l'histoire du lieu.



Mémorial du Mont Valérien – Source Wikipédia

Le domaine national de Saint Cloud, dont l'histoire débute lorsque Catherine de Médicis en fait l'acquisition ; est le monument historique dont la surface est la plus grande sur le territoire. Il sera notamment le théâtre de l'assassinat d'Henri III. Philippe d'Orléans y fera bâtir le premier château de Saint Cloud et fera passer le parc d'une quinzaine d'hectares à 460 qu'il fera aménager par Le Nôtre. Le château sera malheureusement détruit par les flammes sous Napoléon III.

Aujourd'hui le domaine de Saint Cloud est un parc à destination des riverains, qui accueille certaines manifestations de grande ampleur, telles que Rock en Seine.



Parc du domaine National de Saint Cloud – Source Wikimedia

A ces éléments majeurs de patrimoine remarquable s'ajoutent nombre d'autres monuments historiques tels que le château de Rueil Malmaison, la cathédrale Saint Geneviève de Nanterre, ou encore le temple de la réserve de Neuilly. Tous ces monuments bénéficient de secteurs protégés où l'installation de publicité dans leur périmètre de protection n'est possible qu'à titre dérogatoire.

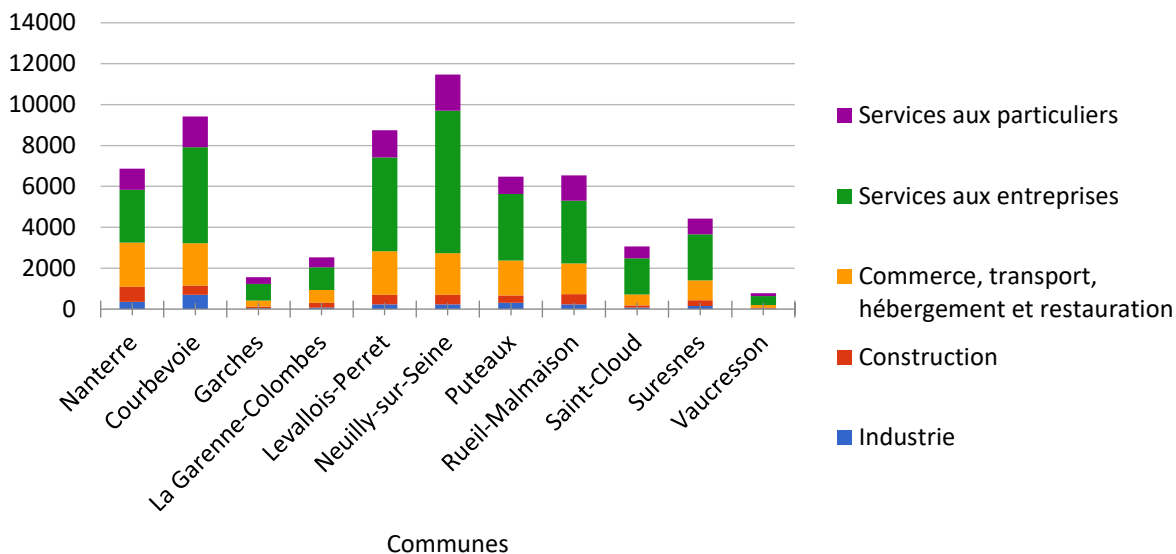
Du patrimoine plus commun, participe également fortement à la qualité patrimoniale et à l'identité visuelle du territoire. Maisons de bourg, églises, éléments architecturaux typiques du 21^{ème} siècle, viennent enrichir le patrimoine et le paysage de l'agglomération.

Ce patrimoine fragile doit être préservé, du fait de son importance historique, culturelle et son lien fort avec l'identité paysagère du territoire.

III. Economie

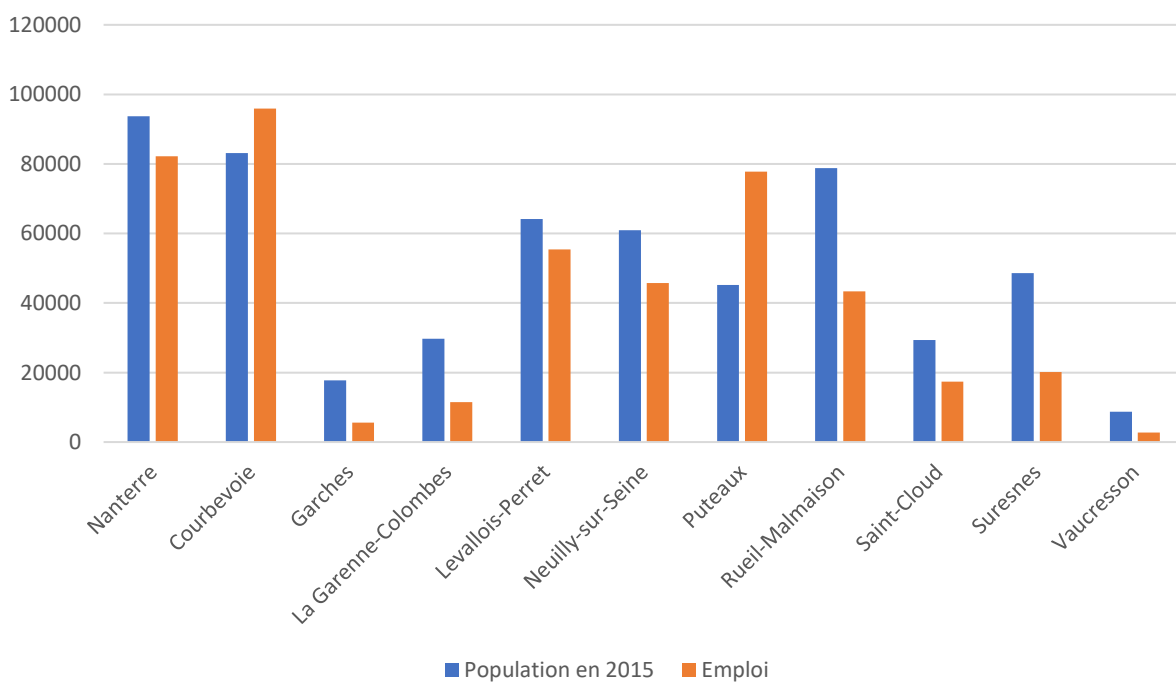
L'agglomération dispose d'un tissu économique très dense et varié, avec un total de **61 907 établissements sur l'ensemble du territoire de Paris Ouest La Défense** en Décembre 2015. Parmi ces entreprises, on retrouve de nombreux sièges sociaux et centres décisionnels de grands groupes d'horizons divers : Total, Areva, EDF, Société Générale, HSBC, CapGemini

Répartition des établissements selon leur secteur d'activité au 31 décembre 2015



L'activité économique du territoire offre des emplois à 457 741 personnes. Plusieurs communes offrent même plus d'emplois qu'elles n'ont de résidents. C'est notamment le cas des communes de Courbevoie et Puteaux sur lesquelles est implantée le quartier d'affaire de La Défense. Ces communes sont de réels bassins d'emploi pour les alentours, au sein de Paris Ouest La Défense et plus largement pour toute l'île de France.

Comparatif de la population et du nombre de personnes employées dans chaque commune en 2015



IV. Réseau viaire

Le territoire de Paris Ouest La Défense a la particularité de disposer d'un réseau viaire très dense et relativement complexe (notamment autour du secteur de La Défense)

Les quais de Seine, les axes traversant la Seine (faisant donc le lien vers Paris) ou bien encore les départementales faisant la connexion entre les communes sont autant d'axes à enjeux du point de vue de la réglementation publicitaire. En effet, ces axes, du fait du haut niveau de circulation regroupent la plupart de dispositifs d'affichage (notamment ceux de grand format).

L'affichage publicitaire non maîtrisé constitue un facteur de dégradation de la qualité paysagère des axes de traversée du territoire.



Différents types d'affichages grand format sur des axes à enjeux du territoire

Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de Paris Ouest La Défense

Au regard de la nouvelle réglementation, l'agglomération est soumise à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération.
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques
- Aux dispositions relatives aux seuils démographiques fixés par la réglementation nationale.

I. Les seuils démographiques

Sur l'agglomération, seule la commune de Vaucresson compte moins de 10 000 habitants (8688 habitants en 2015 – source INSEE). Cependant, étant rattachée à l'unité urbaine de Paris, les règles de publicité qui s'y appliquent sont quasiment équivalentes à celles du reste du territoire. En résulte une grande homogénéité de la réglementation nationale sur l'ensemble de l'agglomération.

L'analyse des dispositifs non conformes et l'ensemble de la réflexion autour du RLPi se sont basées sur la notion « d'unité urbaine de plus de 800 000 habitants » pour caractériser les communes du territoire.

II. Les périmètres environnementaux et urbains.

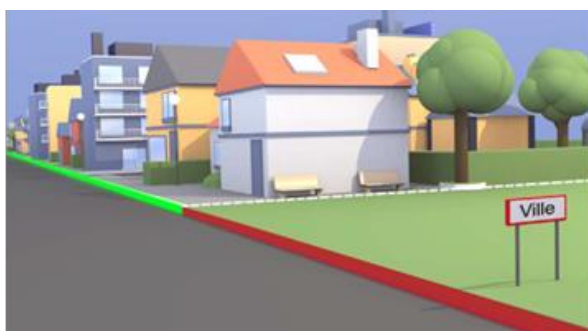
La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :

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.

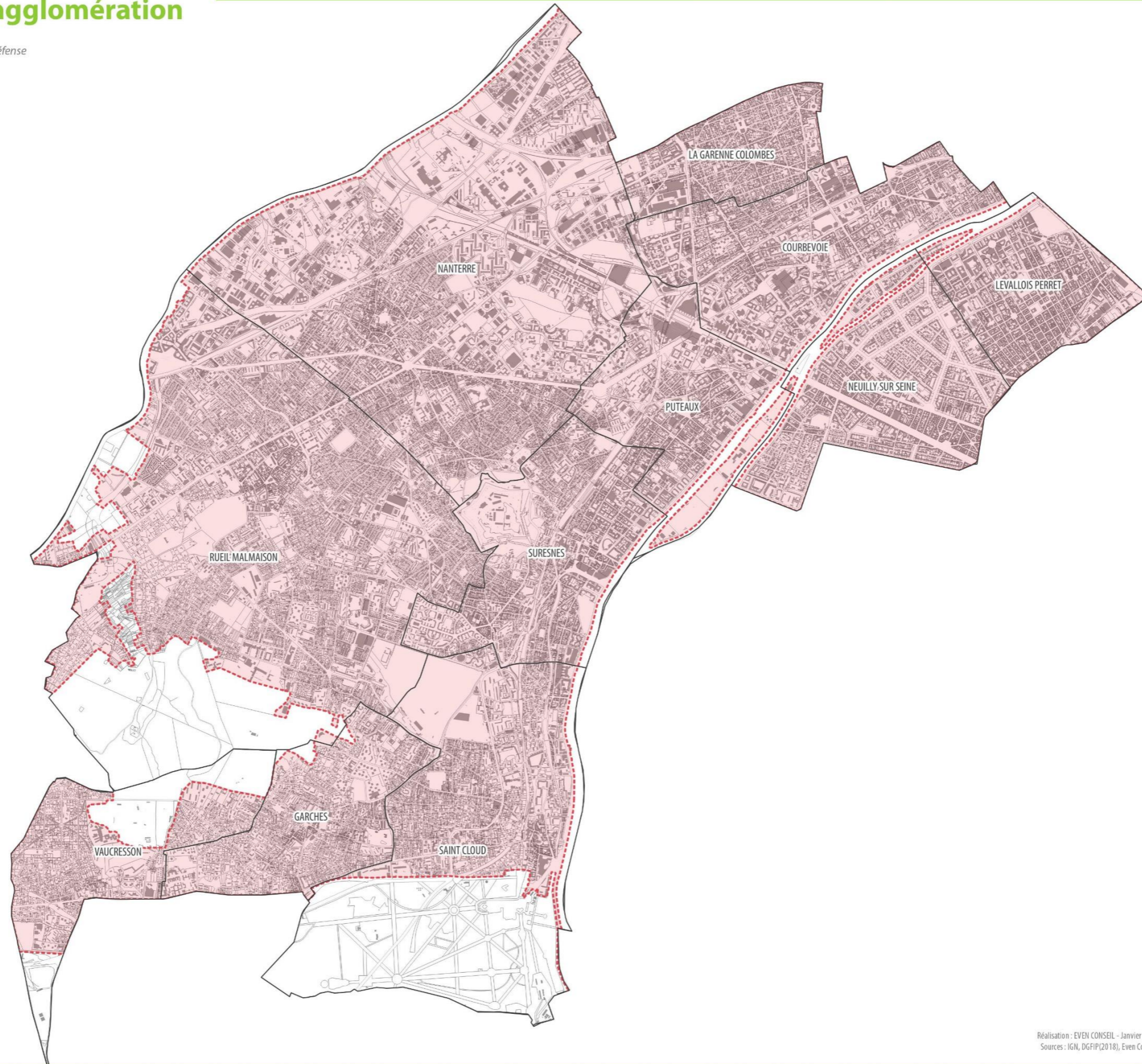


Extrait du guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure



Limites d'agglomération

RPLi de l'EPT Paris Ouest la Défense



2. Les périmètres environnementaux réglementaires

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

- ❖ **Interdictions absolues**
 - sur les MH (classés et inscrits)
 - sur les monuments 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)
 - A moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des monuments historiques
 - dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé)
 - dans les PNR
 - dans les sites inscrits
 - A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles protégés 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. Ces critères de visibilité et co-visibilité sont examinés par l'Architecte des Bâtiments de France.

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national.

2. Les abords des autoroutes, voies express, déviation

Les abords des autoroutes A13, A14 et A86, les bretelles de raccordement à ces autoroutes, la route express D914, ainsi que les déviations et voies publiques situées hors agglomération sont protégées de la publicité. 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).

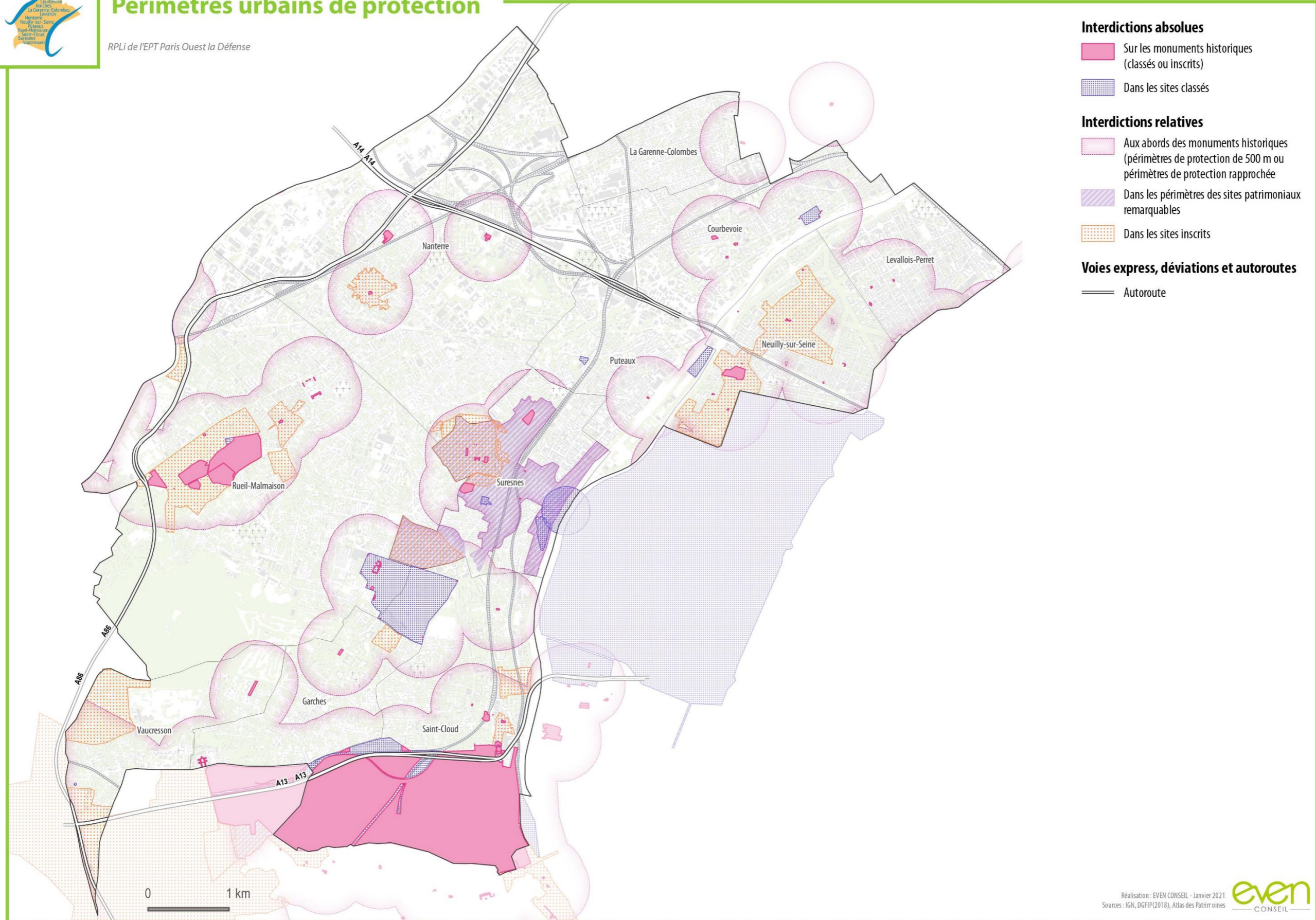
Le Code de la Route précise :

« 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 de protection

RPLi de l'EPT Paris Ouest la Défense



Interdictions absolues

- Sur les monuments historiques (classés ou inscrits)
- Dans les sites classés

Interdictions relatives

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

Voies express, déviations et autoroutes

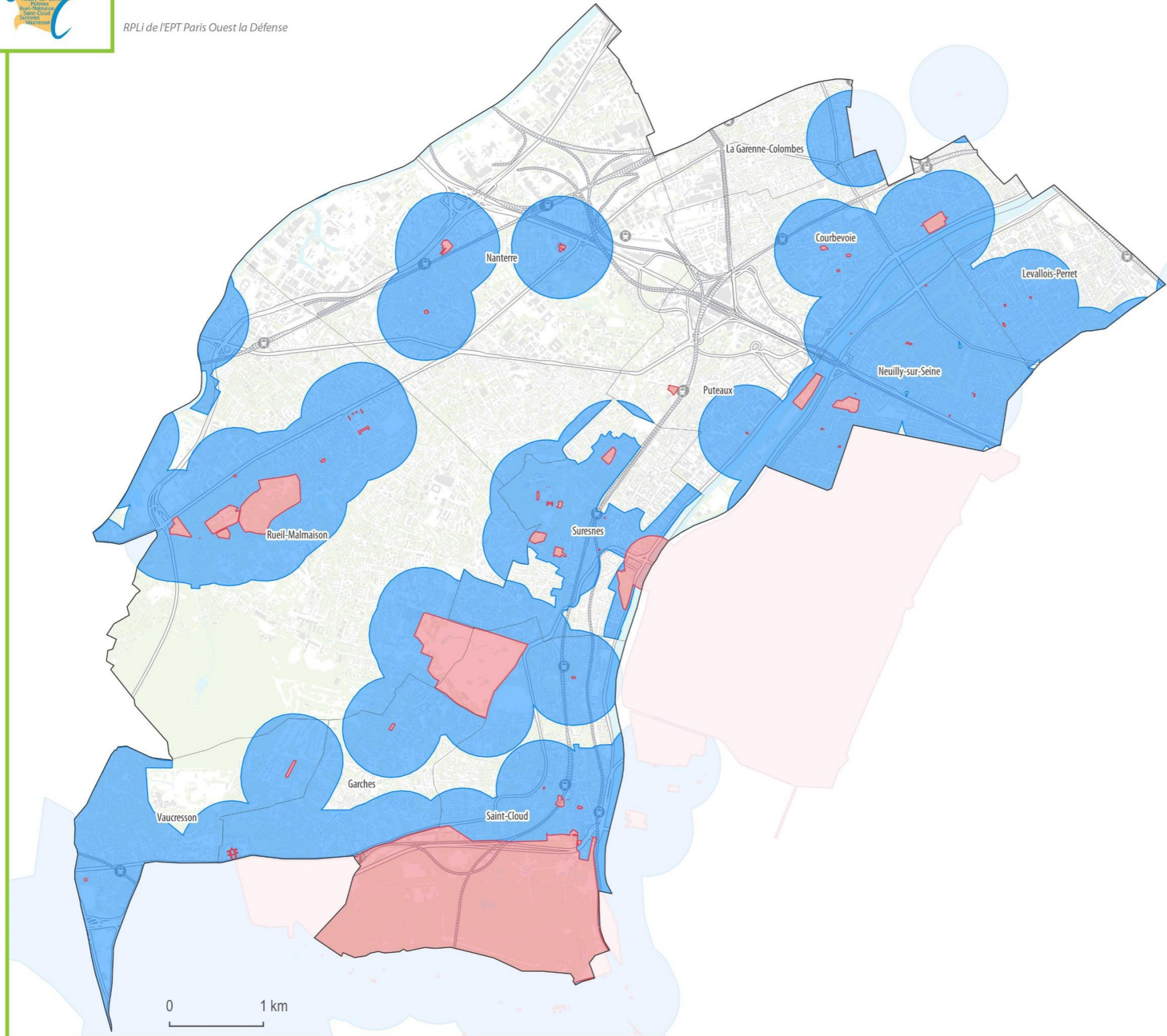
- Autoroute



Périmètres urbaines de protection

RPLi de l'EPT Paris Ouest la Défense

- Interdiction absolue
- Interdiction relative



Réalisation : EVEN CONSEIL - Janvier 2021
Sources : IGN, DGFIP(2018), Atlas des Patrimoines



Chapitre 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 sur le terrain en janvier 2019, photographié et géoréférencé. Cet inventaire n'est pas exhaustif.

Chaque objet relevé a été qualifié à l'aide d'une boîte de dialogue sous le logiciel Quantum Gis, pour réaliser l'analyse des conformités au regard de la RNP.

Les données ressources utilisées

- Relevé géomètre
- Visites de terrain (2 jours)

1.1. 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
- Sa surface
- 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
- Sa conformité ou non aux règlements locaux et la ou les raison(s) de non-conformité.
- La photographie du dispositif

1.2. Les rendus

- La base SIG
- L'accès à une plateforme internet durant l'étude
- Un atlas à l'échelle communale et synthèse statistique
- Des diagnostics photographiques par commune

II. Synthèse cartographique et statistique

1. Données générales

Le recensement des différents dispositifs publicitaires a été réalisé début 2019 sur l'ensemble du territoire. Deux types de dispositifs ont fait l'objet du recensement : pré-enseignes, publicités.

L'objectif de ce recensement est 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 servira alors de base pour identifier les critères actuels de conformité sur lesquels la commune souhaite 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 la communauté de communes, un total de **1655 dispositifs** a été analysé.

1. Publicités et pré-enseignes

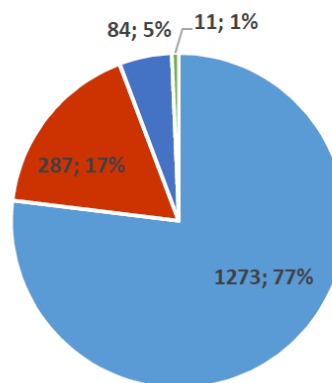
1.1. Nature et implantation

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

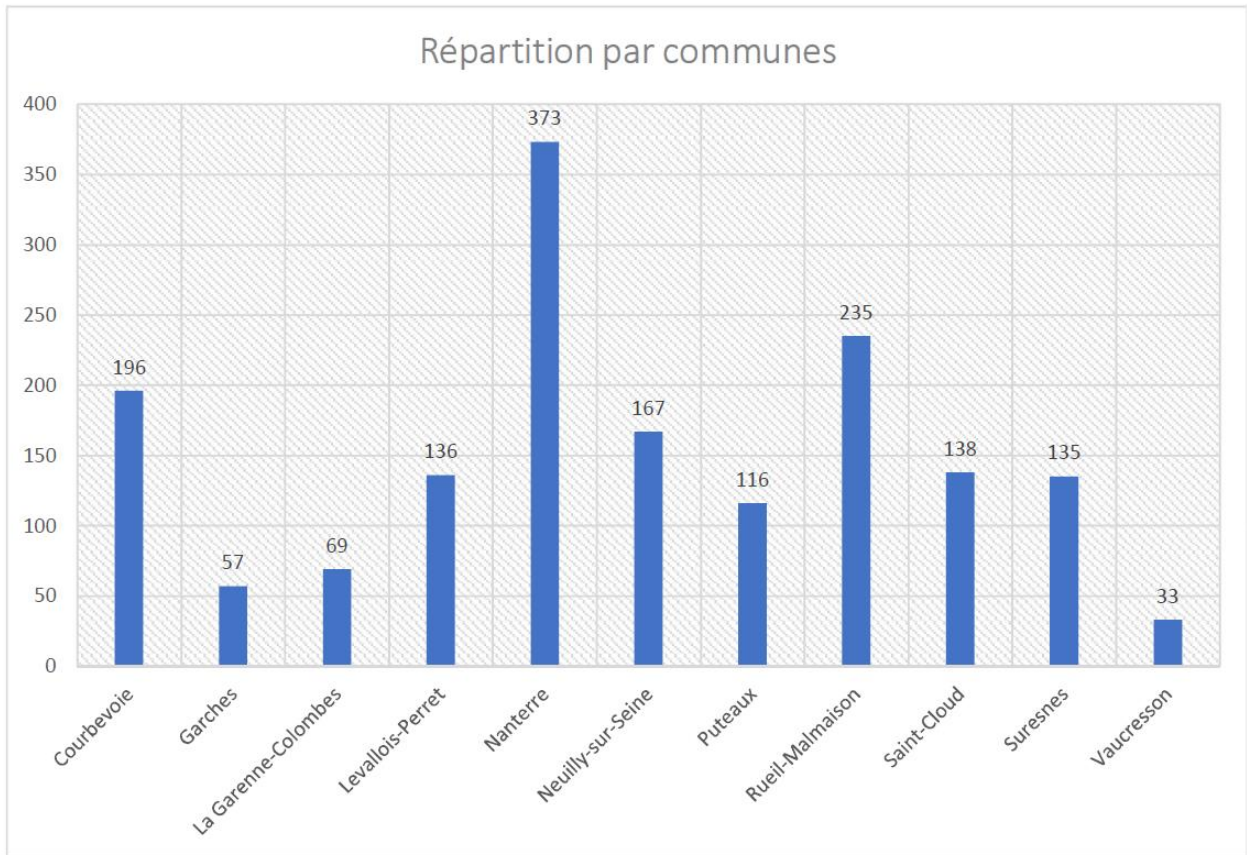
Les publicités et pré-enseignes sont, d'une manière générale, présentes le long des principaux axes du territoire et au niveau des carrefours majeurs, sous la forme de publicités scellées au sol. Elles sont également présentes dans les centres-villes sous la forme de mobilier urbain.

C'est sur la commune de Nanterre qu'a été recensé le plus grand nombre de dispositifs.

Typologie d'implantation



■ Sur mobilier urbain ■ Au sol ■ Au mur ■ Sur clôture

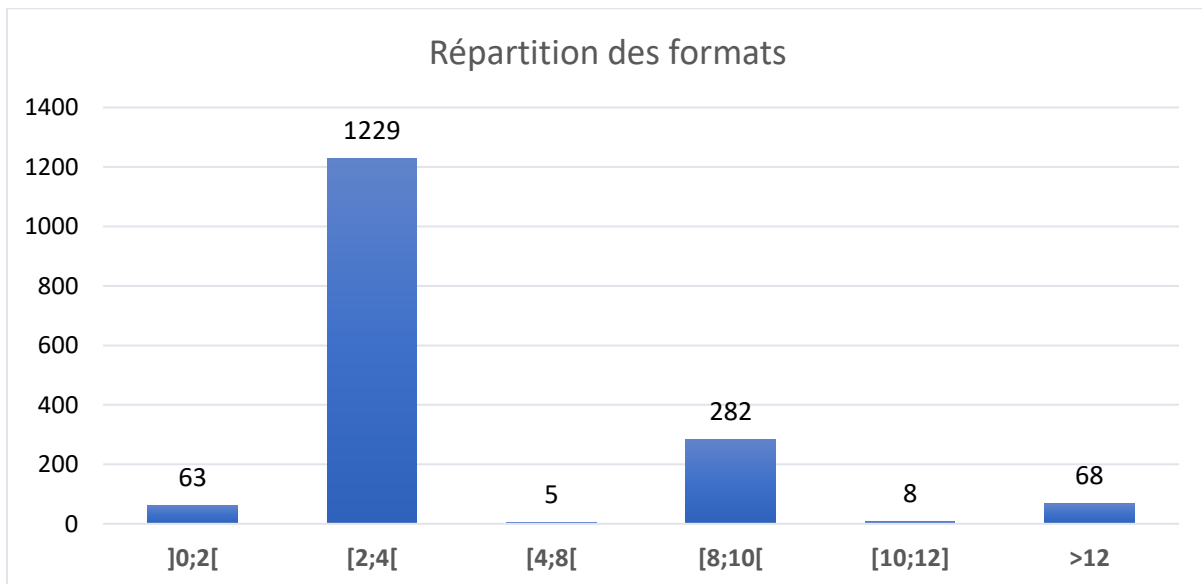


Le principal mode d'implantation des publicités et pré-enseignes est l'affichage sur mobilier urbain (77%), ce qui permet aux communes d'avoir une certaine maîtrise de ces dispositifs.

Seuls certains types de mobilier urbain peuvent supporter des affiches publicitaires : il s'agit des abris destinés au public (type abris-bus), des kiosques et du mobilier urbain d'information, pouvant se présenter sous divers formats : de la « sucette » de 2m² au panneau de 12m².



Après le mobilier urbain, la typologie dominante est l'implantation au sol des publicités et pré-enseignes, dans une proportion bien moindre (17%).



La publicité sur le territoire est majoritairement de petit format. En effet 78% de la publicité sur le territoire mesure moins de 4m².

D'un autre côté 4% des supports publicitaires dépassent des surfaces de 12m² et sont aujourd'hui non conformes au Code de l'Environnement.



typologie_implantation

- au mur
- au sol
- mobilier urbain
- sur clôture

format

- <math><4\text{m}^2</math>
- <math><8\text{m}^2</math>
- <math><12\text{m}^2</math>
- $>12\text{m}^2$

densité



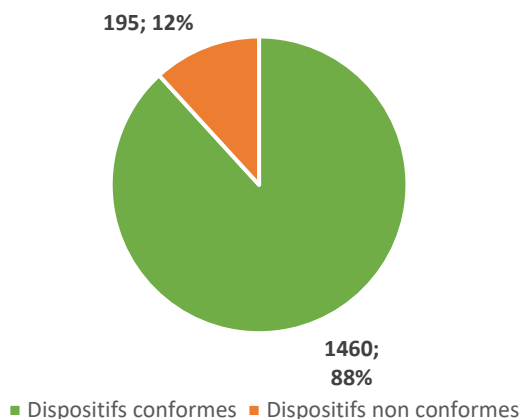
Tendance à la densité
des publicités et pré-
enseignes pondérée par
la surface d'affichage

1.2. Principales infractions à la réglementation nationale de publicité

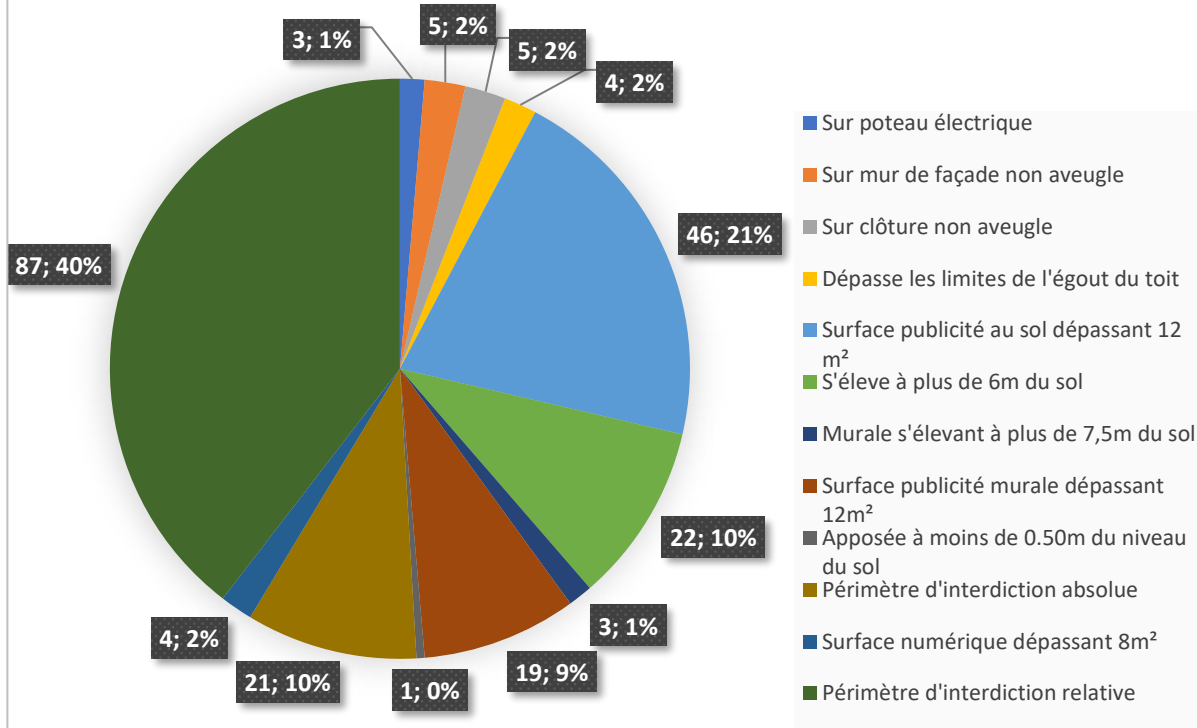
Les principales raisons de non-conformité des publicités et pré-enseignes sur le territoire de Paris Ouest La Défense, sont les suivantes :

- La position **dans un secteur d'interdiction relative** de publicités et pré-enseignes non-dérogatoires – 87 dispositifs
- **La surface de dispositif au sol dépassant 12m²**– 46 dispositifs
- Le support scellé au sol **s'élevant à plus de 6m du niveau du sol** - 22 dispositifs
- La position **dans un secteur d'interdiction absolue** de publicités et pré-enseignes– 21 dispositifs
- **La surface de dispositif mural dépassant 12m²**– 19 dispositifs

Taux de dispositifs non-conformes sur le territoire de Paris Ouest La Défense



Types de non conformités à l'échelle du territoire



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.

Les deux principales raisons de non-conformité des publicités et pré-enseignes s’expliquent par différentes raisons :

Concernant la présence de publicité au sein des périmètres d’interdiction relative, d’une part la co-visibilité entraînant la non-conformité n’a pas été prise en compte dans les calculs de taux de conformité (celle-ci ne pouvant être jugée que par un Architecte des Bâtiments de France, le choix a été fait de prendre large, en comptant tous les dispositifs présents au sein des périmètres d’interdiction relative). De plus, les abords des Monuments Historiques sont considérés dans leur totalité comme étant des périmètres d’interdiction relative depuis la loi LCAP de 2016, cette mesure n’est applicable, pour les communes dotées d’un RLP qu’à partir de 2020.

Concernant les surfaces des dispositifs publicitaires, la surface totale dépasse les 12m² réglementaires du fait de la modification des seuils par la loi Grenelle II, qui a fait passer les 12m² de surface maximale de l’affiche à 12m² de surface totale, encadrement compris. Ainsi, de nombreux dispositifs antérieurs à la loi et à son décret d’application sont non conformes à cette disposition du Code de l’Environnement.

2. Les enseignes

2.1. Localisation et implantation des enseignes du territoire

Les enseignes sont principalement situées dans les centres villes, le long des axes traversants, ainsi que dans les secteurs de bureaux.

Sur le territoire de Paris Ouest La Défense elles sont installées de deux grandes manières différentes : en **façade** pour les enseignes des petits commerces et les sièges sociaux d’entreprises. L’enseigne en façade englobe différents types d’enseignes : enseigne en bandeau, enseigne perpendiculaire, enseigne sur auvent, enseigne en adhésif sur vitrine.

NB : les enseignes en adhésif sur vitrine ne sont considérées en tant que tel, uniquement si elles sont situées à l’extérieur de la vitrine. Les **enseignes au sol** sont la deuxième catégorie d’implantation. Elles



sont limitées à une surface maximale de 12m² pour les communes de plus de 10 000 habitants (le format maximum pour Vaucresson, dont l’agglomération compte moins de 10 000 habitants, est de 6m²).

Les enseignes au sol sont de diverses formes : totem, panneaux, drapeau, ...

NB : Un chevalet est considéré comme une enseigne soit :

- > S'il est installé sur l'unité foncière où s'exerce l'activité,
- > S'il a reçu une autorisation d'occupation du domaine public.

A défaut, il est à considérer comme étant une pré-enseigne



On retrouve d'autres implantations d'enseignes, moins fréquentes. Il s'agit notamment des enseignes sur clôture ou en toiture.



Les enseignes en toiture doivent (selon la réglementation nationale), être en lettres découpées et ont des dimensions fixées par la réglementation nationale en fonction de la hauteur du bâtiment où s'exerce l'activité et de la surface qu'occupe l'activité en son sein (voir tableau page suivante).

Enseignes en toiture	
Activité occupant > 50 % du bâtiment	Activité occupant ≤ 50% du bâtiment
Régime spécifique : enseignes en toiture	Régime des publicités lumineuses en toiture
Si hauteur façade ≤ 15 m : 3 m max	Si hauteur façade ≤ 20 m : 1/6ème de la hauteur et 2 m max

Si hauteur façade > 15 m : 1/5ème de la façade et 6 m max	Si hauteur façade > 20 m : 1/10ème de la hauteur et 6 m max
Surface cumulée limitée à 60 m ²	Surface cumulée limitée à 60 m ²

Dispositions prévues par la réglementation nationale pour l'encadrement des enseignes en toiture

2.2. Infractions à la réglementation nationale de publicité

Les raisons de non-conformité rencontrées au niveau des enseignes sont :

La **densité des enseignes au sol** : les enseignes au sol sont limitées par la réglementation nationale à un dispositif par voie ouverte à la circulation bordant l'activité.

Une surface de l'enseigne trop importante par rapport à celle de la façade, la réglementation nationale autorise les enseignes en façade dans une limite de 15% de la façade commerciale si celle-ci est supérieure à 50m², 25% si inférieure à 50m² (surface cumulée de toutes les formes d'enseignes sur la façade). Or les enseignes en adhésif sur vitrines notamment recouvrent parfois les baies des devantures commerciales en proportions bien supérieures.

Depuis le 1 juillet 2018, toutes les enseignes installées avant le 1^{er} juillet 2012, doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale.

- **Cas particulier des enseignes temporaires**

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

Le RLP peut adapter ces règles (nombre/format/durée).

- **Cas particulier des enseignes immobilières**

La surface maximum pour les enseignes scellées au sol pour les opérations immobilières de plus de 3 mois est de 12m².



III. Secteurs à enjeux

1. Centralités historiques et commerçantes

Les zones de centre-ville concentrent à la fois richesse patrimoniale, ainsi qu'une partie importante de dynamisme commercial, composé des commerces de proximité et d'artisans locaux.

C'est pourquoi ils forment un secteur d'enjeux importants, concernant la valorisation du cadre de vie.

Une grande partie des communes ont leur centre-ville couvert par un secteur de protection du patrimoine (abords de monuments historiques, Sites Patrimoniaux Remarquables -SPR- (anciennes AVAP (Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine) et ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager), site inscrit).

Deux typologies de centre-ville existent sur le territoire, associées à des typologies bâties particulières :

- Les communes dont le cœur de ville est fortement occupé par des quartiers d'affaires dont le bâti est haut
- Les communes au cœur de ville renvoyant une image de village, au bâti plus bas (maximum R+1 ou R+2)

Pour adapter la réglementation aux spécificités de chaque type de centre-ville, deux sous-zones seront créées.

Enjeux :

- ❖ Protection du patrimoine urbain
- ❖ Valorisation des centres-villes/centres-bourgs
- ❖ Mise en avant du commerce de proximité.

Photos illustrant les enseignes de divers centres-villes du territoire

Dispositifs dominants : enseignes en façade



Courbevoie

Garches



La Garenne-Colombes

Levallois-Perret

Nanterre



Neuilly-sur-Seine

Puteaux

Rueil-Malmaison



Saint-Cloud

Suresnes

Vaucluse

2. Les zones d'activités

Le territoire de Paris Ouest La Défense regroupe peu de zones d'activités commerciales. Celles-ci étant pour la plupart situées au-delà du territoire.

Cependant Nanterre accueille la zone des Guillaeraies, dans laquelle on trouve plusieurs typologies d'enseigne spécifiques (enseigne sur clôture, au sol de grand format)

Ces enseignes très expressives, de grand format en façade comme au sol, associées à des enseignes temporaires ne respectent pas toujours la réglementation.



Aux enseignes s'ajoutent publicités et pré-enseignes, de grandes dimensions.

3. Les quartiers d'affaires

La Défense et les nombreux quartiers d'affaires limitrophes, présentent, du fait de leur hauteur bâti et des acteurs économiques, des typologies très particulières. Des sièges sociaux de grands groupes sont installés dans des immeubles ou tours dépassant la plupart du temps les 20 mètres de hauteur.

La réglementation nationale fixe un certain nombre de règles de hauteur et de surface pour les enseignes en toiture selon la hauteur de la façade.

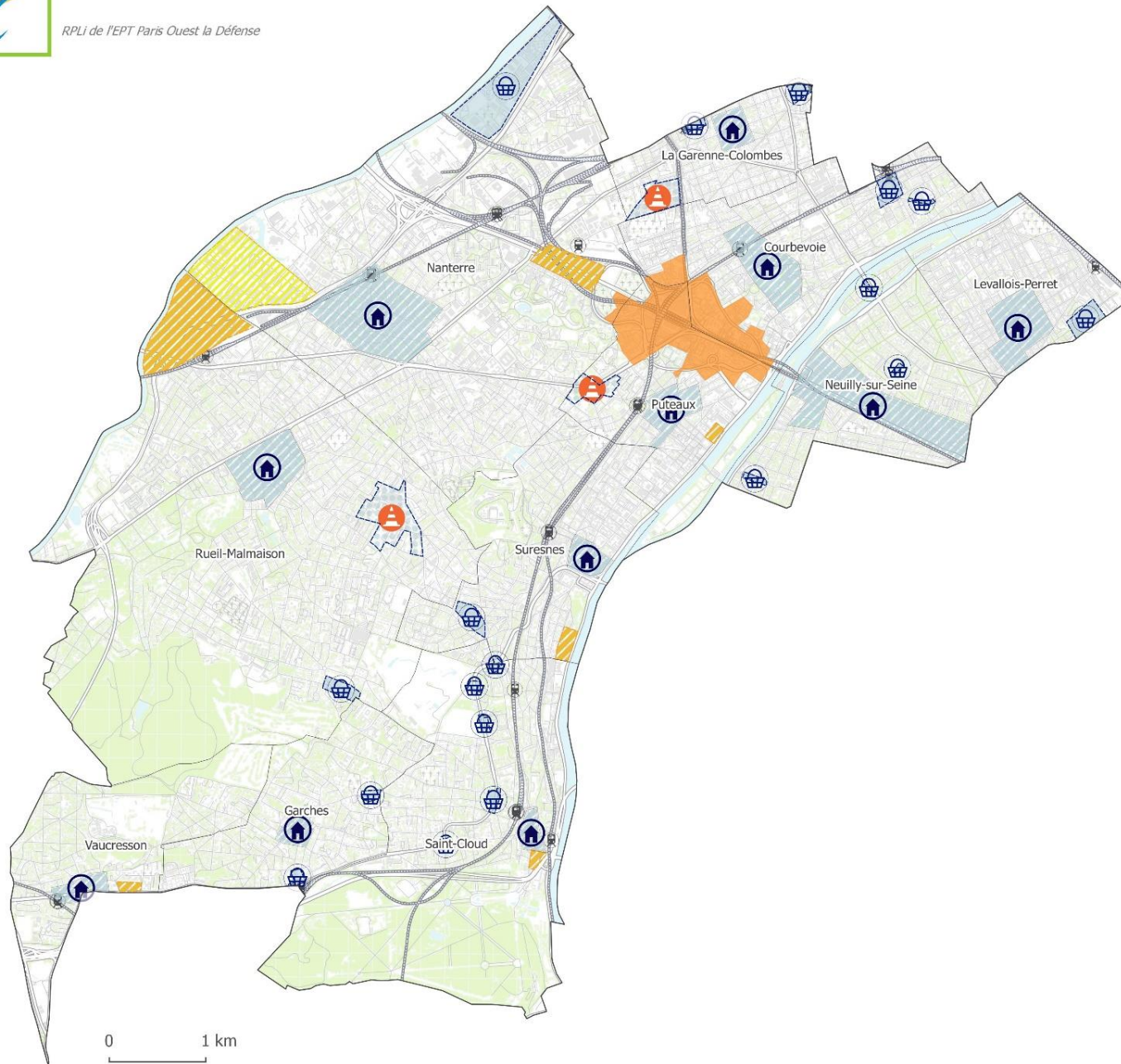
Enseignes en toiture si l'activité d ans + de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si l'activité dans - de 50 % du bâtiment
Enseignes en toiture	Publicité lumineuse en toiture
Hauteur de façade \leq à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade \leq à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi
Hauteur de façade > 15 m : 1/5 de la hauteur et 6 m maxi	Hauteur de façade > 20 m : 1/10 de la hauteur et 6 m maxi
Surface cumulée limitée à 60 m ²	surface cumulée limitée à 60 m ²

Concernant les enseignes en façade, il n'est pas fixé de règles spécifiques aux immeubles. Il convient donc dans le RLPI d'apporter des précisions à ce sujet.



Carte des enjeux à l'échelle de l'agglomération

RPLI de l'EPT Paris Ouest la Défense



La visibilité des acteurs économiques locaux

- Secteur Centre-ville
- Polarité commerciale secondaire
- Secteur en mutation ayant vocation à devenir une polarité commerciale secondaire
- Quartier d'affaires
- Zone d'activité économique
- Secteur de La Défense

4. Les quartiers d'habitation

Les espaces résidentiels sont aujourd'hui peu impactés par les dispositifs de publicité extérieure.

Au sein de communes les moins denses, les quartiers résidentiels ne sont pas traversés par des axes majeurs de circulation. Ainsi la pression publicitaire y est faible.

Pour préserver ces quartiers d'éventuelles pressions publicitaires liées à des modifications de circulation, un zonage particulier viendra y réglementer la publicité afin de l'adapter au contexte résidentiel.



Vaucresson



Garches



Neuilly

5. Le patrimoine remarquable : paysages naturels et urbains

Le territoire de Paris Ouest La Défense est concerné par un grand nombre de protections, liées aux monuments historiques, sites classés et inscrits, recensés ci-dessous :

Monuments historiques	<p>43 monuments historiques au sein du territoire de Paris Ouest La Défense</p> <p>Courbevoie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pavillon de la Suède et de la Norvège • Hôtel de Guines • Eglise Saint-Pierre-Saint-Paul • Pavillon Indien • Hôtel de Ville • Ancienne caserne Charras <p>Garches</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hospice Brézin • Propriété de Nubar Bey <p>Levallois-Perret</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise réformée de La Petite Etoile • Villa mauresque • Hôpital anglais « Hertford British Hospital Coporation »
------------------------------	--

	<p>Nanterre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ancienne usine du Docteur Pierre, actuellement usine Natalys • Préfecture du département (espaces intérieurs) • Cathédrale Sainte-Geneviève Saint-Maurice <p>Neuilly-sur-Seine</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ancien hôtel Thouret • Temple de la Réserve du Roi • Ancien hôtel Lambiotte • Maison Jaoul • Maison Saint-Anne • Ancienne folie Saint-James • Immeuble du 60bis Avenue Charles de Gaulle • Maison du commandant Charcot <p>Puteaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise Notre-Dame de la Pitié <p>Rueil-Malmaison</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise Saint-Pierre-Saint-Paul • Château dit « La Petite Malmaison » • Temple de l'Amour • Hippodrome de Saint-Cloud • Domaine de Fouilleuse • Ancienne caserne des Gardes Suisses • Domaine national de la Malmaison • Domaine de Vert Mont • Domaine national de la Malmaison / Mausolée du prince impérial <p>Saint-Cloud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Domaine national de Saint-Cloud • Cité de la céramique • Hippodrome de Saint-Cloud • Ancienne école nationale de la céramique • Hôtel du 7 Rue d'Orléans • Jardin Stern • Villa Mirande • Eglise Saint-Clodoald • Ancien hôpital de la Reine <p>Suresnes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ecole de plein air • Ruines des Tuileries et de l'hôtel de Ville de Paris • Lycée Paul Langevin • Mont Valérien <p>Vaucresson</p> <ul style="list-style-type: none"> • Villa Stein
<p>Sites classés / inscrits</p>	<p>22site classés ou inscrits</p> <p>Courbevoie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parc du château de Bécon (Classé) <p>Garches</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Jardins et laboratoire du docteur Debat (Inscrit) <p>Nanterre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terrasse du Mont Valérien ou de Fécheray(Inscrit) • Forteresse du Mont Valérien et abords (Inscrit) • Centre ancien de Nanterre (Inscrit) <p>Neuilly</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ensemble de quartiers de la commune de Neuilly (Inscrits) <p>Puteaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partie de l'île de Puteaux (Classée) • Moulin de Chantecoq et ses abords (Classé) <p>Rueil-Malmaison</p> <ul style="list-style-type: none"> • Domaine National de Malmaison comprenant le domaine des Œillets, du Bois-Préau, l'allée Sophie, le Mausolée du Prince Impérial et le jardin qui l'entoure (Classé) • Ancien domaine de Richelieu (Inscrit) • Propriétés riveraines du Boulevard de Belle-Rive (Inscrits) • Quartiers anciens de Rueil-Malmaison (Inscrits) • Anciens domaines de Malmaison (Inscrits) <p>Saint-Cloud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ensemble du bois de Saint-Cloud et du parc de Villeuneuve-l'Etang (Classé) • Hippodrome de Saint-Cloud (Classé) • Restes du château de Béarn et parc qui les entoure (Inscrits) • Quartiers anciens de Saint-Cloud (Inscrits) <p>Suresnes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vigne Municipale au 24 rue du Pas Saint-Maurice (Classé) • Parc du château de Suresnes (Classé) • Entrée du bois de Boulogne aux abords du Pont de Suresnes (en cours de déclassement) • Terrasse du Mont Valérien ou de Fécheray(Inscrit) <p>Vaucresson</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cèdre du Liban dans la propriété de M. Deveaud, avenue des Hubies (Classé)
<p>Sites de nature</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ZNIEFF de Saint-Cucufa

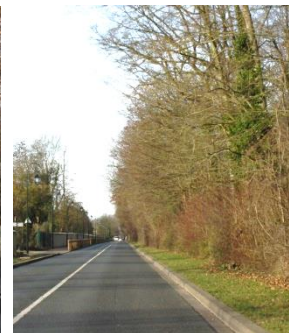
La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine élargit le périmètre d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d'un rayon initial de 100m à la totalité du périmètre délimité des abords, qu'il s'agisse d'un périmètre de protection de monument historique de 500m classique, d'un périmètre de protection modifié.

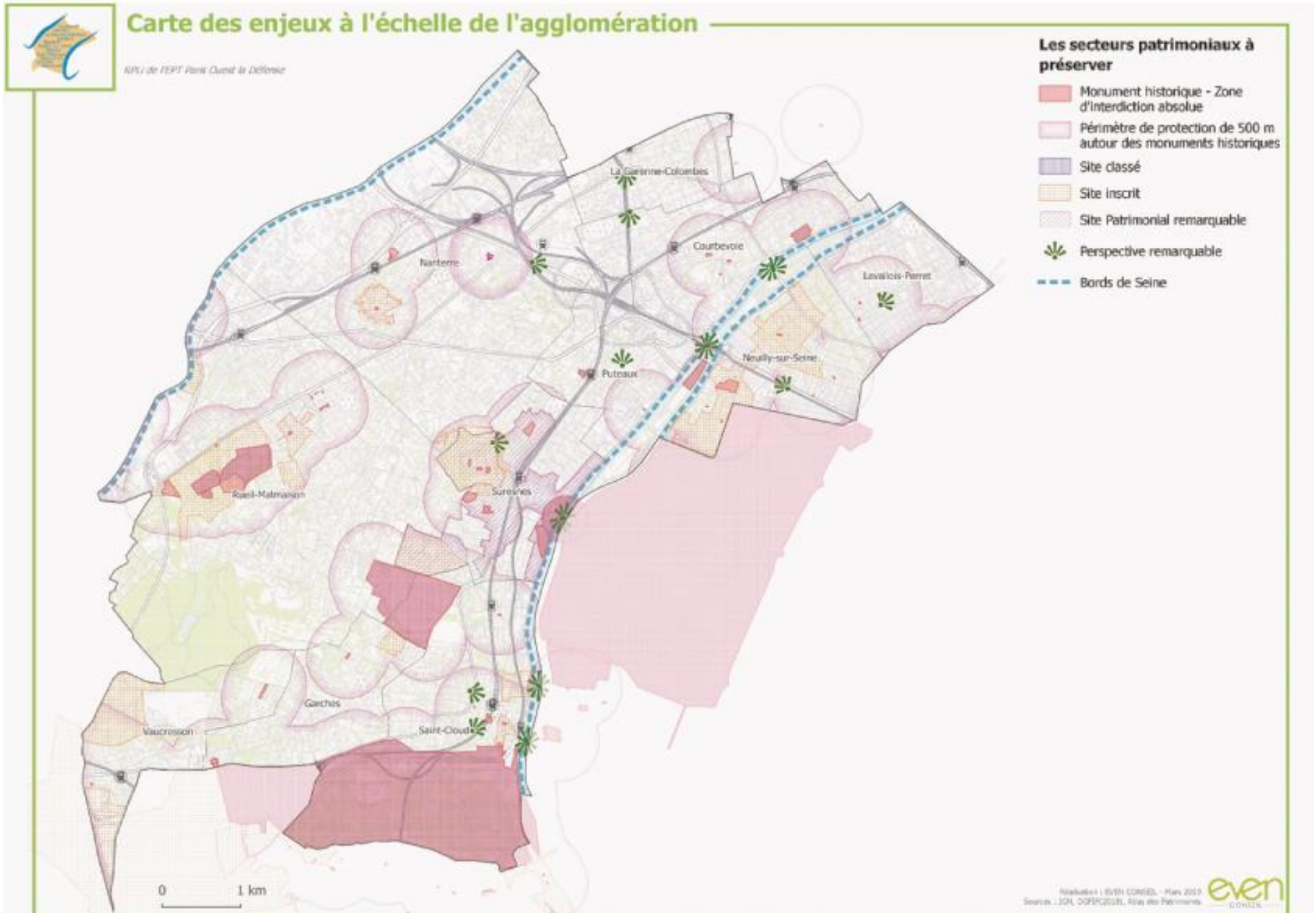
Aussi par cette même loi les AVAP, ZPPAUP, secteurs sauvegardés deviennent des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), soumis à une interdiction relative de la publicité.



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, ...

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





6. Principaux axes et entrées de ville

Les axes traversants les plus fréquentés sont des secteurs privilégiés pour l'implantation à la fois de publicités et d'enseignes, qui cherchent à avoir la meilleure visibilité possible.

C'est le long de ces axes, que le développement du numérique y est le plus important. Que ce soit pour l'affichage publicitaire ou pour les enseignes la demande croit, notamment aux abords de La Défense.

On y retrouve les principaux panneaux grands formats. Les carrefours structurants permettant de relier les communes entre elles sont encore plus soumis à ce risque de surdensité et de formats importants.

Les publicités de chantier y présentent également des formats très importants, du fait du fort trafic que ces secteurs subissent.

Dispositifs dominants : Panneaux grand format



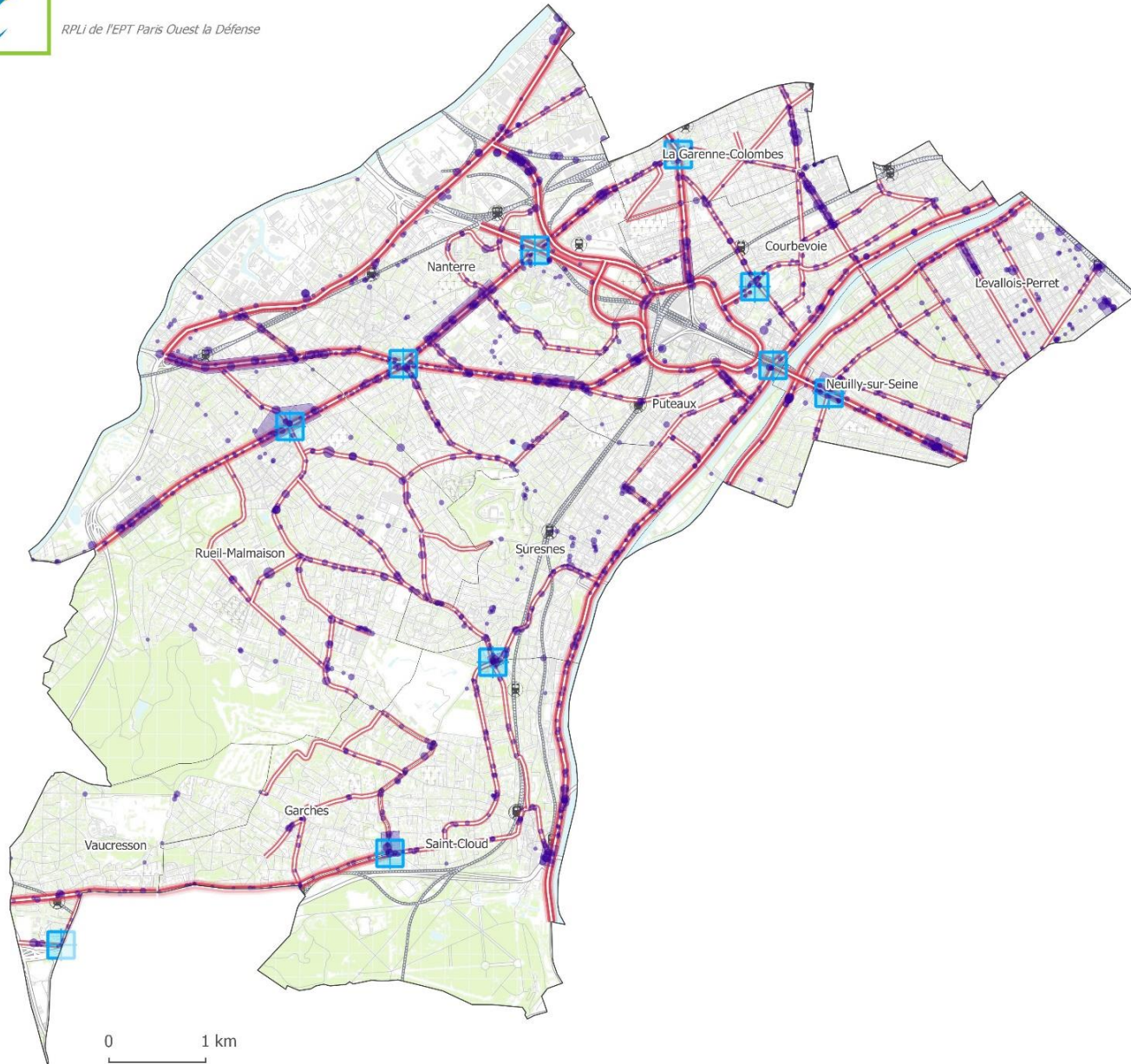
Enjeux :

- ❖ Expression des acteurs économiques
- ❖ Identité visuelle du territoire



Carte des enjeux à l'échelle de l'agglomération

RPLi de l'EPT Paris Ouest la Défense



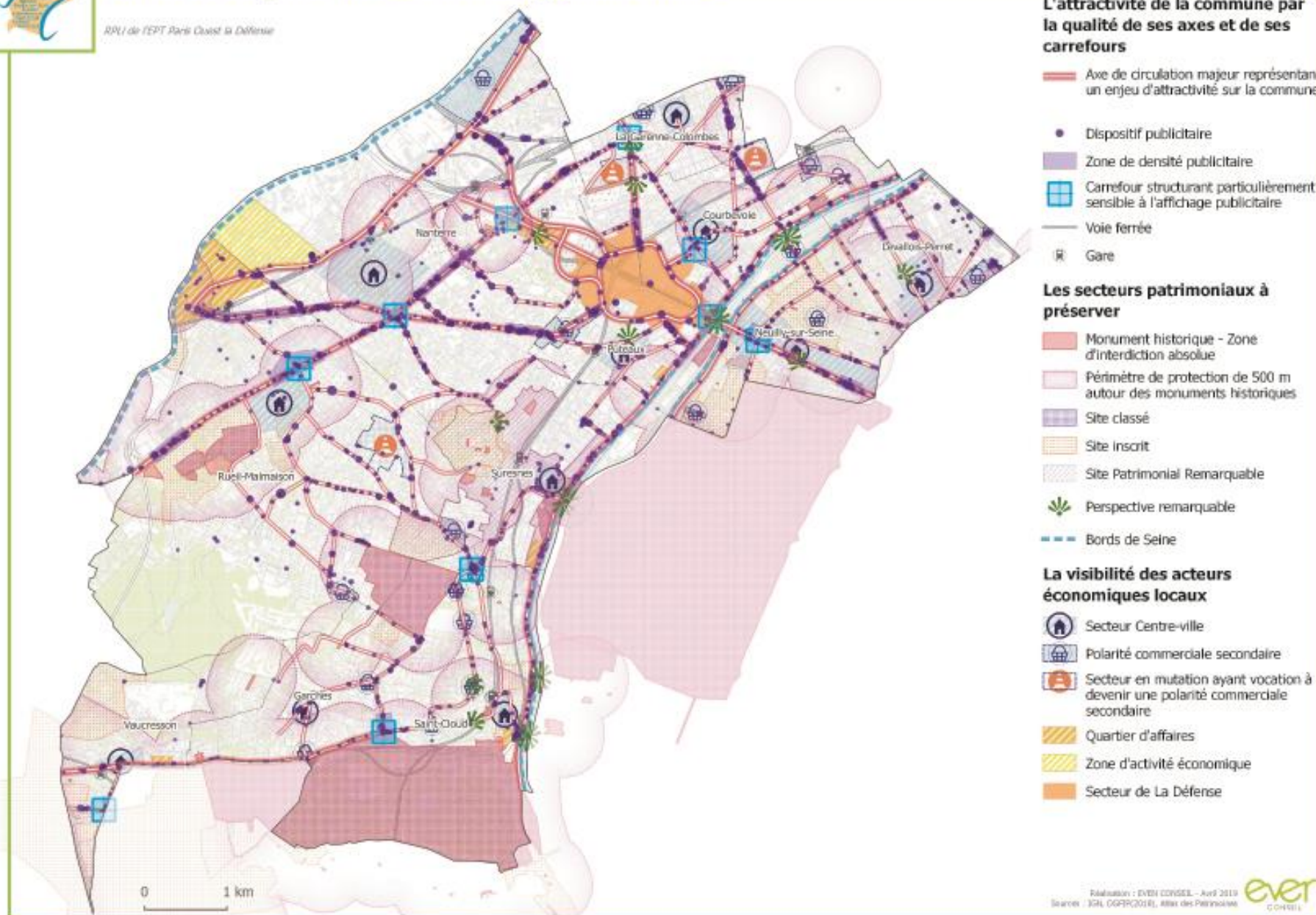
L'attractivité de la commune par la qualité de ses axes et de ses carrefours

- Axe de circulation majeur représentant un enjeu d'attractivité sur la commune
- Dispositif publicitaire
- Zone de densité publicitaire
- Carrefour structurant particulièrement sensible à l'affichage publicitaire
- Voie ferrée
- Gare



Carte des enjeux à l'échelle de l'agglomération

RLPI de l'EPT Paris Ouest La Défense



L'attractivité de la commune par la qualité de ses axes et de ses carrefours

- Axe de circulation majeur représentant un enjeu d'attractivité sur la commune
- Dispositif publicitaire
- Zone de densité publicitaire
- Carrefour structurant particulièrement sensible à l'affichage publicitaire
- Voie ferrée
- Gare

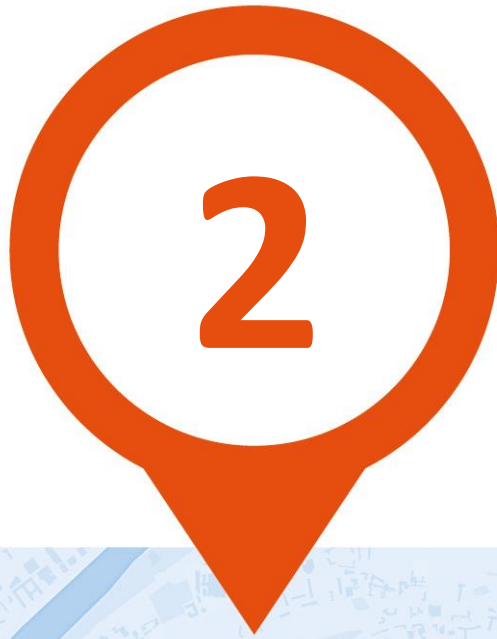
Les secteurs patrimoniaux à préserver

- Monument historique - Zone d'interdiction absolue
- Périmètre de protection de 500 m autour des monuments historiques
- Site classé
- Site Inscrit
- Site Patrimonial Remarquable
- Perspective remarquable
- Bords de Seine

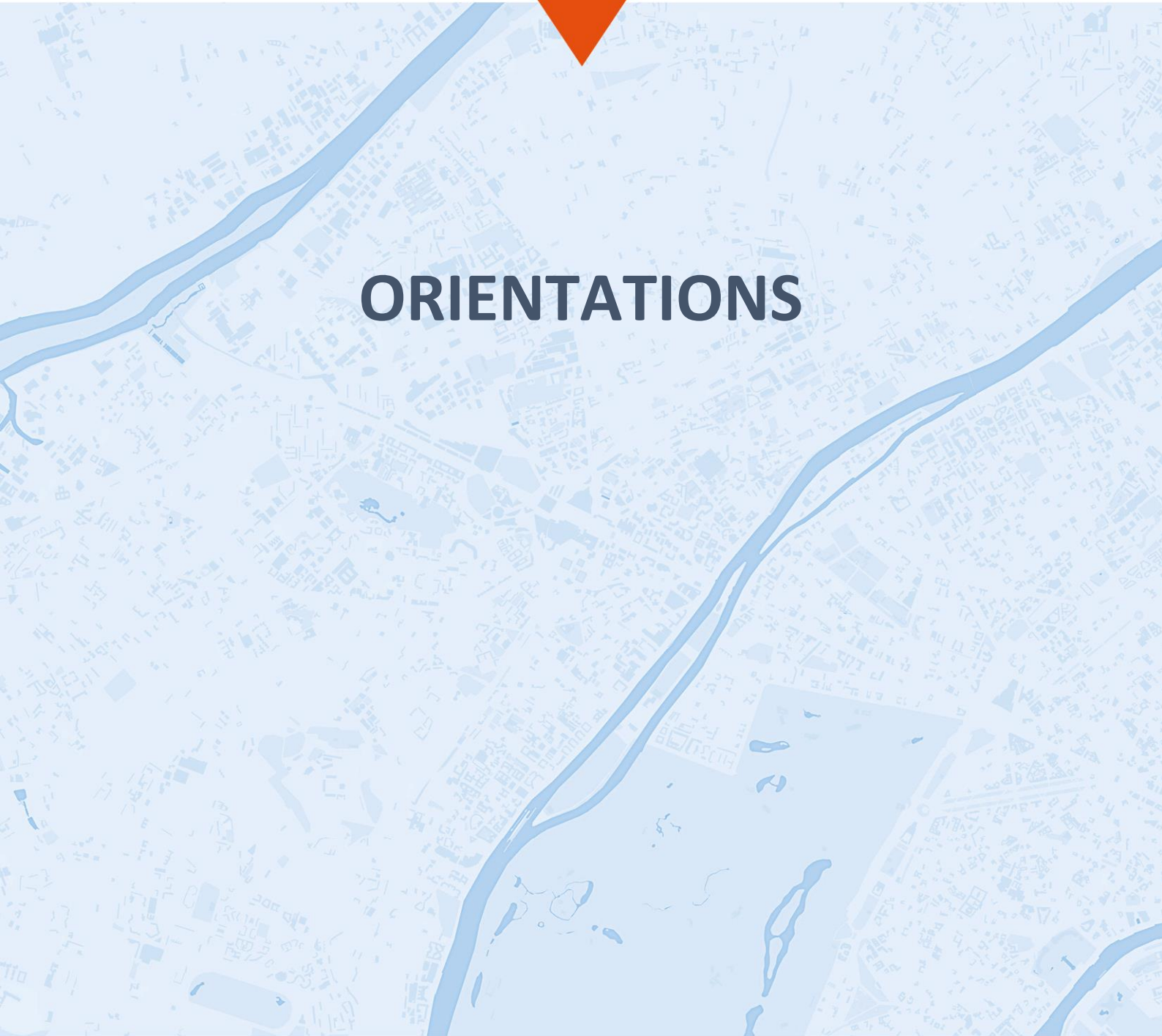
La visibilité des acteurs économiques locaux

- Secteur Centre-ville
- Polarité commerciale secondaire
- Secteur en mutation ayant vocation à devenir une polarité commerciale secondaire
- Quartier d'affaires
- Zone d'activité économique
- Secteur de La Défense

0 1 km



ORIENTATIONS



Valoriser les paysages et le patrimoine porteur des identités locales

- Préserver les abords du patrimoine remarquable (Monuments Historiques, Sites inscrits, Sites classés, ...)

Abords des Monuments Historique

- ✓ Limiter l’affichage publicitaire (quelle que soit sa typologie) aux abords immédiats et particulièrement dans les zones de co-visibilité des monuments historiques.
- ✓ Définir un périmètre de protection aux abords de ces monuments où seules les publicités sur mobilier urbain peuvent être réintroduites. A noter : pour de nombreuses commune, ce secteur se superpose à celui du centre-ville.

Bâti remarquable en cœur de ville

- ✓ Limiter l’affichage publicitaire (quelle que soit sa typologie) pour valoriser le bâti et l’attractivité du centre-ville
- ✓ Contrôler l’affichage temporaire
- ✓ Homogénéiser les enseignes des commerces de centre-ville

Œuvres et patrimoine identitaire

- ✓ Limiter l’affichage publicitaire, dans un périmètre à définir, de manière à améliorer la visibilité des œuvres et des éléments de patrimoine et ne pas détériorer la qualité de leurs abords.



Rueil-Malmaison



Levallois-Perret

➤ Protéger les cônes de vue et panoramas remarquables

Assurer la préservation du paysage urbain en maintenant un affichage très discret voir inexistant afin de ne pas gêner les perceptions visuelles du territoire, notamment au niveau des perspectives remarquables.



Nanterre



Saint-Cloud

➤ Valoriser les espaces de nature en ville

Limiter au maximum l’affichage publicitaire au sein des secteur de nature en ville, de détente et de promenade (Bords de Seine, espaces boisés, grands parcs, ...).



Vaucresson



Nanterre

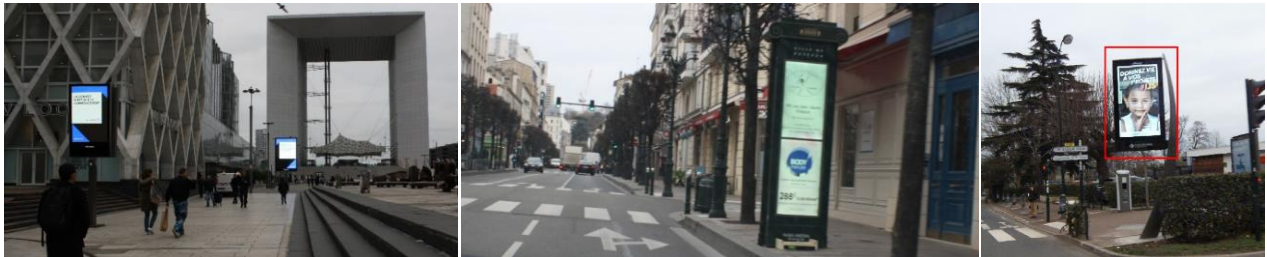


Saint-Cloud

Contrôler le développement des nouveaux types d'affichage

- Anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique

Réglementer dans le RLPI les formats et densité d'affichage numérique, que ce soit pour les publicités et pré-enseignes, comme pour les enseignes, qui se développent fortement sur le territoire de Paris Ouest La Défense, en particulier au niveau de La Défense et de ses environs.



- Maîtriser l'implantation des dispositifs type bâches ou autres covering grands formats (adhésifs).



Préserver le cadre de vie sur l'ensemble du territoire de Paris Ouest la Défense

- Adapter la réglementation des enseignes au contexte urbain dans lequel elles s'inscrivent

Trouver le bon compromis entre dynamisme commercial et préservation du cadre de vie.

Valoriser le commerce de proximité par la mise en valeur des commerces via leurs enseignes et l'agencement de leur devanture.



Neuilly



Rueil-Malmaison



La Défense

- Adapter les formats publicitaires, les densités et typologies au contexte urbain

Diminuer le format maximum de la réglementation nationale pour passer de 12m² de surface totale à 10,5m², pour les plus grands dispositifs.

Limiter la densité des dispositifs de grands formats.



- Adapter les horaires d'extinction nocturne aux réalités de chaque commune et de chaque quartier.

Conforter l'attractivité économique et commerciale du territoire

- Organiser l'expression publicitaire en zone d'activité

Gagner en lisibilité en limitant les formats, les densités, les typologies, afin de réduire l'effet de surdensité d'information souvent rencontré au sein des zones d'activité.



- Assurer la visibilité des acteurs locaux, entreprises et commerces

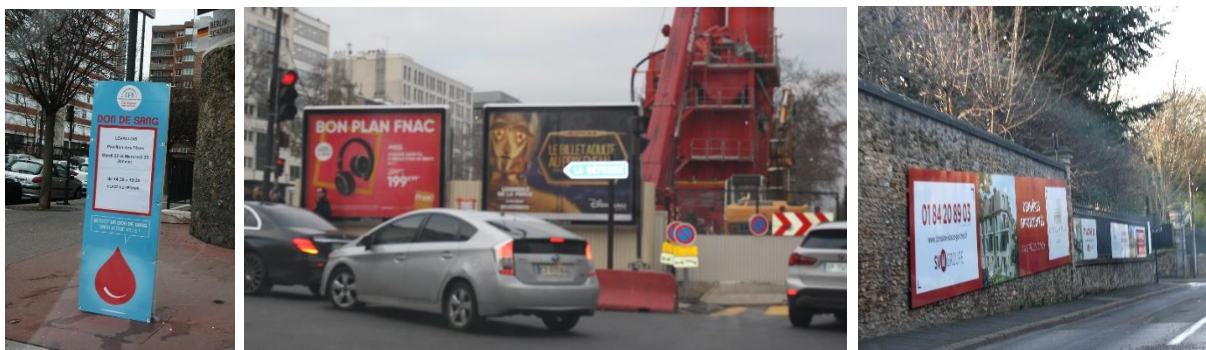
Pérenniser l'installation de grands acteurs économiques en gagnant en lisibilité

Etablir des règles spécifiques au secteur de la Défense.

Assurer un jalonnement suffisant vers les commerces, notamment par la mise en place d'une SIL appropriée (non réglementée par le RLPI).

- Encadrer l'implantation des dispositifs temporaires

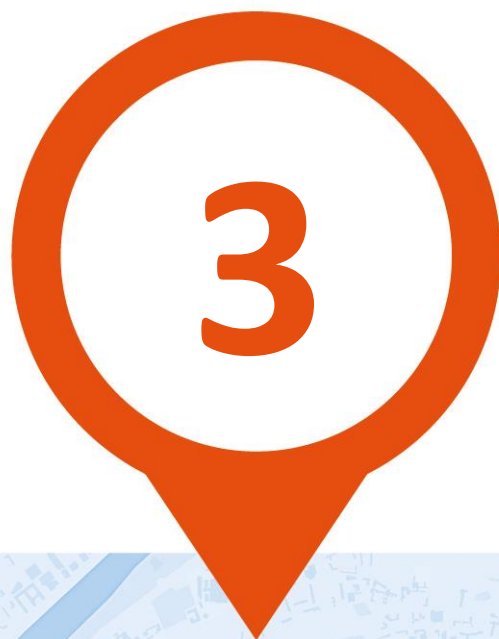
Assurer la visibilité des opérations de communication autour des manifestations et opérations exceptionnelles tout en offrant un cadre réglementaire à leur implantation. En effet, bien que temporaires, ces dispositifs peuvent néanmoins avoir un fort impact visuel sur leur environnement.



Pré-enseigne temporaire

Publicité de chantier

Enseignes temporaires



JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS

IV. Motifs de délimitation du zonage

1. ZP0 – Secteur patrimoniaux et paysagers

La ZP0 concerne l'ensemble des secteurs patrimoniaux et/ou paysagers où l'attention sur l'impact des dispositifs d'affichage extérieur doit être maximale. Ainsi c'est la zone du RLPi qui comporte les règles les plus strictes.

➤ **ZP0 : Parcs, bords de Seine, îles, sites patrimoniaux**

La ZP0 propose la réglementation la plus protectrice. Elle concerne les grands parcs, les îles et les squares du territoire, les sites classés et certains sites inscrits (d'autres sont zonés en ZP1a afin de répondre à des besoins de communication plus importants liés à leur localisation). Le but de cette zone est d'offrir une protection maximale à ces secteurs sensibles, vis-à-vis des dispositifs d'affichage extérieur, ainsi l'unique support publicitaire permanent admis dans cette zone sont les abribus.

Dans ces secteurs les règles d'extinction nocturne sont plus étendues qu'ailleurs et s'appliquent également au mobilier urbain. Les règles d'enseignes sont plus strictes et interdisent les enseignes au sol, numériques et sur clôture afin de préserver l'ambiance paysagère des lieux.

Les enseignes des activités situées hors agglomération, donc localisées dans des secteurs moins urbains, suivent les dispositions de la ZP0.

2. ZP1 – Centralités commerçantes et quartiers résidentiels mixtes

La ZP1 est la zone de publicité majoritairement présente sur le territoire. De ce fait, elle concerne différents secteurs, avec des besoins en termes d'affichage varié, mais présente un enjeu paysager commun, celui d'une préservation optimale de la qualité du cadre de vie sur ces secteurs de Paris Ouest la Défense. Il s'agit ici essentiellement de quartiers résidentiels ou mixtes ou encore de centralités commerciales, souvent patrimoniales, nécessitant un encadrement strict de l'affichage extérieur, tout en répondant aux besoins de communication des acteurs locaux. Il s'agit donc ici avant tout d'un enjeu d'attractivité pour les communes, autant sur le plan de leur qualité paysagère et que sur l'accueil des commerçants et entreprises sur lesquels reposent la vitalité et le dynamisme des communes du territoire.

➤ **ZP1a : Secteurs de protection aux règles d'enseignes strictes autorisant le petit mobilier urbain**

La ZP1a encadre l'ensemble des secteurs nécessitant une limitation forte de la publicité et une protection en termes d'enseignes (notamment lumineuses et numériques). Elle inclue les secteurs à dominante résidentielle du territoire, les voies ferrées aériennes et les voies des quais de Seine côté berge, jusqu'à la Seine. Dans tous ces secteurs les petits mobiliers urbains permettent d'offrir des

espaces de communication pour les différents évènements des communes, tout en limitant l'impact paysager de la publicité. Il s'agit de secteurs où les enseignes numériques sont interdites de manière à promouvoir un commerce « traditionnel » et encourager la sobriété des enseignes.

➤ **ZP1b : Secteurs de protection, autorisation uniquement de petits mobiliers urbains**

La ZP1b encadre les secteurs mixtes, très denses où les largeurs de voies sont relativement limitées. Dans ces secteurs l'objectif de maintien du commerce traditionnel est prégnant mais la proximité du secteur de La Défense ou les modalités de déplacements induisent un besoin de modularité des enseignes afin d'être visibles dans des secteurs en perpétuel mouvement. Dans ces zones, les enseignes numériques de petit format sont autorisées afin de permettre cette modularité des enseignes.

Les formats de publicité autorisés sont en adéquation avec la typologie urbaine associée limitant les dispositifs publicitaires à un format de 2m². Dans ces secteurs la volonté politique est de développer des commerces et activités innovantes, ayant donc la possibilité d'utiliser un média de communication en développement. Dans tous ces secteurs, les enseignes numériques sont autorisées pour que les entreprises puissent communiquer de manière instantanée sur leur activité.

➤ **ZP1c : Secteurs d'autorisation de grands mobiliers urbains**

La ZP1c couvre les axes majeurs du territoire ayant une distance de façade à façade importante. L'implantation de grands mobiliers urbains y est alors plus adaptée car les déplacements principaux s'y font en voiture et la largeur de la voie permet d'implanter de plus grands dispositifs sans que l'impact paysager soit supérieur à celui d'un petit mobilier dans une voie de centre-ville.

Les formats autorisés sont donc en adéquation avec la typologie urbaine associée limitant les dispositifs publicitaires à un format de 8m² (surface utile). Dans ces secteurs, la volonté politique est de préserver un commerce traditionnel en valorisant une vitrine et des enseignes de qualité plutôt que des médias innovants. Ainsi, au sein de la ZP1c, les enseignes numériques sont interdites.

➤ **ZP1d : Avenue Charles de Gaulle à Neuilly**

La ZP1d encadre l'Avenue Charles de Gaulle à Neuilly. Cette avenue n'ayant pas d'équivalent sur le territoire autant en termes d'image (lien entre La Défense et l'Arc de Triomphe), que de dimensions (plus de 60 mètres de large de façade à façade), elle bénéficie d'une zone spécifique.

Sur cette avenue ayant vocation à devenir un nouveau centre-ville innovant, la publicité est autorisée sur de petits formats afin de valoriser un objectif de déplacement majoritairement piétons ou en modes doux. Les dispositifs numériques y sont autorisés afin de développer une communication de la ville et de maintenir une bonne attractivité pour de grandes entreprises novatrices, ayant d'importants besoins en termes de communication visuelle.

3. ZP2 - Zones d'activités et axes structurants du territoire

La ZP2 concerne les zones d'activités, centres-commerciaux et parcs tertiaires présents sur les villes de Nanterre, La Garenne-Colombes et Levallois-Perret, ainsi que les axes structurants du territoire sur les communes de :

- Courbevoie (RD992, RD908)
- Garches (RD907, RD180 et RD180A),
- La Garenne-Colombes (RD160, RD131, RD992)
- Levallois-Perret (RD1)
- Puteaux (RD913, RD21)
- Saint-Cloud (RD7, RD985, RD907 et RD180A)
- Suresnes (abords de la RD985)

En ZP2 ; en plus de la publicité sur mobiliers urbains, sont autorisées les publicités et pré-enseignes murales, particulièrement adaptées aux caractéristiques urbaines et architecturales des zones d'activités et des grands axes. En effet, le format des dispositifs muraux s'intègre correctement à ces secteurs urbains : ce sont des espaces soient entièrement dédiés à l'activité économique, soit dédiés à la circulation routière, ce qui nécessite des formats d'expression plus importants que dans les espaces uniquement ou principalement dédiés aux piétons. De plus l'installation murale limite l'impact visuel de ces dispositifs, puisqu'ils viennent s'installer sur un élément bâti existant : ainsi le paysage des axes structurants reste relativement préservé et la lisibilité des zones d'activités économiques est conservée ou améliorée puisque l'on ne vient pas ajouter un nouvel élément, comme ce serait le cas avec des dispositifs scellés au sol.

Afin de prendre en compte les enjeux liés à l'affichage numérique, la ZP2 est divisée en sous-zones :

- **ZP2a** : La ZP2a couvre les zones d'activités de Nanterre et la RD7 le long de la Seine sur la ville de Saint-Cloud, côté bâti et la RD992 et la RD908 sur la commune de Courbevoie. Au sein de cette zone, les enseignes numériques sont interdites.

Cette interdiction du numérique s'inscrit en lien avec le besoin de protection de chacune de ces zones, notamment à Courbevoie : la RD992 et la RD908 sont en effet deux axes sur lesquels la ville poursuit depuis plusieurs années des objectifs de valorisation et requalification urbaine, en vue notamment d'accompagner le trajet du tramway le long de la RD992.

La RD7 en bord de Seine à Saint Cloud porte quant à elle des enjeux paysagers et de protection de la biodiversité importants. Le numérique doit donc y être limité.

A Nanterre, les différentes zones d'activités sont les seuls espaces du territoire conservant réellement une fonction d'activité. Dans ces secteurs, l'affichage est de format plus important qu'en centre-ville du fait des dimensions bâties et des parcelles. Ainsi le numérique aurait tendance à surcharger l'affichage, sans apporter de réel gain de lisibilité, tout en nuisant potentiellement aux secteurs de bord de Seine limitrophes. L'affichage numérique y est donc interdit.

- **ZP2b** : En ZP2b, l’affichage numérique est permis pour les enseignes. Il s’agit en effet d’importants secteurs de passage, les dispositifs qui y sont implantés y bénéficient d’une visibilité optimale. D’autre part, les axes visés par ce zonage portent des enjeux paysagers moindres. La ZP2b concerne également des secteurs d’activités modernes ou en évolution où la demande d’affichage numérique est importante et se justifie par le contexte urbain et architectural moderne.



Centre commercial So-Ouest

Levallois-Perret

4. ZP3 : Quais de gare et zones d’habitat

Ce zonage regroupe différents secteurs présentant un même besoin élevé d’affichage publicitaire. Il s’agit d’une part :

En ZP3a : des quais de gare à ciel ouvert sur les communes de Courbevoie, Garches, Saint-Cloud et Suresnes.

En ZP3b : de secteurs résidentiels sur la commune de Suresnes. Ces secteurs sont plus ou moins densément bâtis, mais présentent la caractéristique d’avoir des implantations bâties en retrait de l’espace public, ce qui permet l’implantation des dispositifs scellés au sol. Ce sont aussi des secteurs mixtes, avec l’implantation d’activités économiques le long des principales voies qui les traversent mais également la présence de sièges sociaux de grandes entreprises. La ZP3c concerne quant à elle une séquence précise du boulevard Henri Sellier, autour et entre les deux voies ferrées qui la traverse.

5. ZP4 – La Défense et ses alentours

ZP4a : Esplanade de la Défense

La ZP4a correspond à l’esplanade de la Défense et ses abords immédiats. L’architecture atypique du lieu implique des dispositions exceptionnelles notamment en ce qui concerne les enseignes, afin de s’adapter aux typologies des tours. Ce secteur exclut les quartiers d’habitations de la Défense qui n’ont pas les mêmes besoins en termes de publicité et d’enseignes que les secteurs de bureaux.

Est inclus en revanche le boulevard circulaire du côté de Courbevoie étant donné la présence de nombreux bureaux à l’extérieur du Boulevard Circulaire sur la commune, ce qui engendre d’importants besoins d’affichage.

ZP4b : Immeubles de bureaux de Courbevoie en lien avec La Défense

A l’extérieur du boulevard circulaire, au pied de la dalle de La Défense, plusieurs tours sont liées au secteur Défense mais dans un contexte urbain plus fermé que l’esplanade. S’y mêlent des immeubles d’habitation. L’ambiance paysagère est, de fait, différente de celle de la ZP4a, d’où la nécessité du

découpage en sous zones. Les possibilités d’affichage sont ainsi restreintes au sein de la ZP4b, dans l’objectif de limiter l’impact de la publicité sur le paysage urbain.

6. Zonage numérique

Un plan séparé précise les secteurs où il est possible d’implanter de la publicité numérique. *Les enseignes numériques ne sont pas concernées par ce plan de zonage, mais uniquement par la réglementation prévue au sein de chacune des zones de publicité.*

Cet affichage est notamment possible sur le secteur de La Défense jusqu’à un format de 8m² (limité en nombre). Ce grand format doit permettre de répondre à la dimension hors norme de l’architecture du secteur. Au sein de l’ensemble des zones où elle est autorisée, la publicité numérique ne peut être supportée que par du mobilier urbain, ce qui permet à la fois de mieux contrôler le développement de ces nouveaux dispositifs, mais également de bénéficier des avantages du numérique pour la communication des collectivités.

L’affichage numérique est rendu possible par le RLPi dans les communes situées à proximité de la Défense (Puteaux, Suresnes, Neuilly, Levallois-Perret). Cette autorisation à proximité du quartier d’affaire a pour objectif d’inscrire le territoire environnant La Défense dans une même dynamique urbaine. De même que des éléments d’architecture accompagnent ponctuellement le quartier d’affaire dans les villes qui l’entourent, le mobilier urbain numérique permettra une communication aussi adaptable et évolutive.

Au sein des autres communes du territoire, le mobilier urbain numérique est autorisé ponctuellement le long d’axes présentant des enjeux d’attractivité et de dynamise particuliers nécessitant un affichage adapté à ces enjeux (notamment RD992 et RD908, RD985, RD907). Le format y est limité à 2m² afin que cet affichage numérique s’intègre le plus possible dans les formats de mobilier urbain existant et ne constitue pas une atteinte pour l’environnement.

Le zonage ZPO est quant à lui complètement protégé de l’affichage numérique.

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

1. Dispositions générales appliquée à l’ensemble des zones

Afin de limiter l’impact visuel des dispositifs publicitaires dans le paysage urbain, tout ajout, extension ou découpage du panneau publicitaire est interdit : la publicité doit s’inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière. Pour cette même raison de sobriété des dispositifs, l’éclairage par projection, qui nécessite l’installation d’une rampe surplombant le panneau, est interdit. Les seules publicités lumineuses autorisées sont les publicités éclairées par projection ou les publicités numériques sur mobilier urbain à certains endroits précis du territoire.

Plus largement concernant les nuisances potentiellement engendrées par la publicité, son accompagnement sonore est interdit.

La plage horaire d'extinction nocturne varie en fonction des zones, de façon à s'adapter aux différents usages du territoire. En effet, le territoire est extrêmement hétérogène, tant dans ses formes urbaines, ses activités économiques, que son patrimoine naturel. Adopter une plage d'extinction commune entre les secteurs de La Défense et ceux des abords du parc de Saint Cloud par exemple ne semblait pas adapté à la réalité du territoire. Par conséquent trois plages d'extinction ont été définies selon les zonages établis.

Ainsi sur la majorité du territoire la plage d'extinction s'étend de 23 heures à 6 heures. Cette plage horaire est étendue de 22 heures à 6h en ZPO, où les enjeux de préservation de l'environnement et de la biodiversité sont les plus prégnants. La réglementation de l'éclairage de l'affichage extérieur diffère également en ZPO du fait de l'obligation d'extinction nocturne du mobilier urbain localisé au sein de cette zone, dans ce même objectif de préservation environnementale.

A l'inverse pour se caler sur le rythme de vie du quartier d'affaires de la Défense, la plage d'extinction nocturne n'est pas étendue et est limitée à celle de la réglementation nationale : de 1 heure à 6 heures au sein de la ZP4a.

Enfin, certaines implantations de publicité ou pré-enseignes (en toiture, sur terrasse, sur marquise ou auvent, volet, sur clôture ou mur de clôture), ne permettant pas une bonne intégration des dispositifs publicitaires dans le cadre urbain de Paris Ouest la Défense sont interdites.

Des dispositions spécifiques pour le micro-affichage et les dispositifs temporaires ont été prévues dans le règlement afin de garantir la bonne insertion dans le paysage urbain de ces dispositifs particuliers :

Micro-affichage

Le micro-affichage est autorisé en toute zone, excepté en ZPO. Ces dispositifs ont peu d'impact sur le paysage urbain, du fait de leur implantation sur les devantures commerciales avec un format réduit. Cependant, ils peuvent vite dégrader l'image du commerce, c'est pourquoi le RLP vient restreindre l'implantation de ce type de dispositifs davantage que ce qu'impose déjà la réglementation nationale. Ainsi il doit être obligatoirement installé à plat ou parallèlement à la façade, il est interdit sur les retours de murs des commerces et sur les murs aveugles et son format est réduit à une surface cumulée de 1m² pour un nombre total de dispositifs fixé à deux par établissement.

Pré-enseignes temporaires

En toute zone, les pré-enseignes temporaires sont autorisées selon les dispositions de la Réglementation Nationale dès lors qu'elles relèvent de l'intérêt général. Est entendu par ce terme, par exemple les dispositifs de communication des collectivités ou encore l'annonce d'évènement culturels ou sociaux. Cette disposition a pour objectif de ne pas freiner la communication culturelle ou la communication de toute autre information intéressant la majorité des citoyens du territoire. En sont exclues les pré-enseignes temporaires à caractère commercial et immobilier.

Les autres types de pré-enseignes temporaires doivent obligatoirement être posées au sol, dans la limite d'une surface maximale de 2m².

Publicité sur bâche de chantier, Bâches publicitaires, Dispositifs de dimensions exceptionnelles

Ces dispositifs nécessitant une autorisation du Maire, voire consultation de la CDNPS pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles, le choix a été fait de rester sur les dispositions du Code de l'Environnement.

Publicité sur palissade de chantier

La publicité sur palissade de chantier est limitée à deux dispositifs de 10,5 m² de surface totale par voie ouverte à la circulation publique bordant le chantier dans l'ensemble des zones, excepté en ZP4 et ZP1d. Ces deux zones présentent en effet des caractéristiques particulières : il s'agit d'une part de la Défense et d'autre part de l'avenue Charles de Gaulle à Neuilly-sur-Seine. Ce sont des secteurs actuellement et régulièrement soumis à d'importants travaux et qui à la fois présentent un urbanisme qui permet une certaine souplesse pour l'affichage publicitaire : l'avenue Charles de Gaulle, dont la largeur est très importante, est principalement dédiée à la circulation routière. Le quartier de la Défense est un secteur économique, aux dimensions architecturales hors normes, ce qui autorise des formats publicitaires plus importants.

Dans ces deux secteurs les enjeux de renouvellement urbains sont importants et associés à des budgets de travaux particulièrement conséquents. Afin de faciliter les travaux et permettre ainsi un appui au financement de certains chantiers, les dispositions sur la publicité de chantier sont ponctuellement assouplies. L'objectif est une préservation environnementale à long terme permise par des requalifications urbaines. Elle implique, pour être possible, un impact temporaire lié à l'affichage de chantier.

2. Dispositions spécifiques à la ZP0

En ZP0, la publicité installée de façon permanente n'est autorisée que sur abris-bus. Sont également admises, du fait de leur caractère provisoire les pré-enseignes temporaires et les publicités sur palissade de chantier.

3. Dispositions spécifiques à la ZP1

En dehors des dispositifs temporaires, les deux typologies de dispositifs publicitaires autorisées en ZP1, sont le micro-affichage et les publicités et pré-enseignes sur mobilier urbain. Ces typologies présentent en effet des formats adaptés au contexte de centre-ville, de polarité commerciale ou encore de zone résidentielle qui sont concernés par le zonage ZP1.

La ZP1 couvre également des axes qui traversent les secteurs précédemment décrits, c'est pourquoi elle est divisée en sous-zones, afin d'adapter les formats de publicité sur mobilier urbain aux différents enjeux des secteurs de la ZP1.

Les ZP1a et ZP1b concernent essentiellement des espaces de centres-villes ou des zones résidentielles, c'est pourquoi le format de la publicité sur mobilier urbain y est réduit à 2m² de surface utile maximum. D'une part, le petit format limite l'impact de la publicité sur l'environnement de ces secteurs dont le RLPI cherche à préserver au maximum le cadre de vie. D'autre part, c'est un format parfaitement adapté aux usages de ces secteurs : le message est principalement adressé au piéton.

La ZP1c concerne quant à elle les axes qui traversent ces secteurs résidentiels ou commerçants. Le format des publicités sur mobilier urbain y est adapté au contexte davantage tourné vers la circulation routière, puisqu'augmenté à 8m² de surface utile.

La ZP1d couvre le cas particulier de l'avenue Charles de Gaulle de Neuilly-sur-Seine. La publicité y est autorisée sur mobilier urbain avec un format de 2m² de surface utile, afin de ne pas détériorer la qualité paysagère de l'axe offrant des perspectives d'un côté sur l'Arc de Triomphe, de l'autre sur le quartier d'affaire de la Défense. Par ailleurs cet axe fait l'objet de travaux de requalification, la limitation du format de la publicité sur ce secteur va ainsi dans le sens de l'amélioration du cadre de vie le long de cet axe structurant qu'est l'avenue Charles de Gaulle.

La réglementation des enseignes numériques au sein de la ZP1 les interdit majoritairement. Elles sont néanmoins autorisées en ZP1b, qui concerne principalement les communes de Suresnes, Neuilly-sur-Seine et Levallois-Perret et en ZP1d sur l'axe Charles de Gaulle à Neuilly. En réponse à la dimension de cet axe et aux enjeux économiques qui lui sont liés, les enseignes numériques sont autorisées en ZP1d jusqu'à une surface de 8m² en façade pour les activités occupant la totalité d'un immeuble (ou totalité à l'exception du rez-de-chaussée).

4. Dispositions spécifiques à la ZP2

La ZP2 offre, par rapport au zonage ZP1, la possibilité d'installer de la publicité murale. Pour garantir une insertion optimale de ces dispositifs, ils sont limités à un par unité foncière et doivent respecter des règles d'implantation par rapport au mur support. La surface des publicités et pré-enseignes est fixée à un maximum de 10,5 m² de surface totale.

La ZP2 concerne des secteurs d'axes structurants du territoire ou des espaces d'activité économique. Elle permet ainsi une communication publicitaire accrue dans ces secteurs de forte fréquentation ou à vocation économique, tout en limitant l'impact, puisque le dispositif vient s'implanter sur un élément bâti existant.

Le format de 10,5m² permet à la fois de respecter les standards de production des afficheurs (format d'affiche fixé au maximum à 8m²) tout en proposant une surface inférieure à la réglementation nationale et donc présentant un impact visuel moindre. Il est tout à fait adapté aux modes de déplacements pratiqués au sein des zones concernées par le zonage ZP2.

Le format de la publicité sur mobilier urbain est également adapté et passe à une surface utile maximale de 8m².

La ZP2b couvrant des secteurs d'axes structurants ou des zones d'activités économiques offre la possibilité d'installer des enseignes numériques en façade, afin de répondre aux enjeux des acteurs locaux installés au sein de ces secteurs.

5. Dispositions spécifiques à la ZP3

Seule la ZP3 autorise l'implantation de publicités et pré-enseignes scellées au sol sur domaine privé. Des dispositions esthétiques viennent encadrer leur installation, ainsi le dos d'un dispositif simple face doit être habillé afin de dissimuler la structure de fixation.

L'impact visuel des dispositifs est limité par l'interdiction des installations en doublon (excepté sur les quais de gare – ZP3a) et des dispositifs en V ou en trièdre.

Des règles de densité en ZP3b et ZP3c viennent contraindre l'installation de ces dispositifs scellés au sol, limitant le nombre de parcelles éligibles par une interdiction sur les unités foncières présentant un linéaire de moins de 30 mètres en ZP3b, de moins de 20 mètres en ZP3c. Cette règle de densité est particulièrement importante pour la sauvegarde du cadre de vie des secteurs résidentiels visés par les zonages ZP3b et ZP3c.

Sur les quais de gare, c'est-à-dire en ZP3a, la réglementation est adaptée à l'évolution des pratiques d'affichage sur le domaine de la SNCF. La réglementation prévoit ainsi la possibilité d'une installation en doublon des dispositifs, en contrepartie, les formats sont diminués à 2,5m² de surface totale.

La réglementation des publicités sur mobilier urbain et publicités murales s'alignent sur la réglementation de la ZP2. A l'exception des quais de gare, les enseignes numériques sont autorisées en ZP3, uniquement en façade et avec une limitation de format à 2m²

6. Dispositions spécifiques à la ZP4

La ZP4 est dédiée au quartier d'affaire de la Défense. Elle se divise en deux sous-zones pour traiter d'une part le cœur de la Défense : l'esplanade et ses abords immédiats, principalement composés d'immeubles de bureaux (ZP4a) et d'autres parts ses environs (ZP4b), où l'habitat devient majoritaire, mais reste sur les mêmes formes architecturales. Certaines sociétés y sont également présentes, ce qui explique que certaines règles sur les enseignes de la ZP4a y soient étendues.

Au contraire, afin de préserver le cadre de vie des habitants sur ces secteurs davantage résidentiels, les règles sur les publicités sont plus strictes qu'en ZP4a : le format de la publicité sur mobilier urbain est limité à 2m² en ZP4b (contre 8m² en ZP4A) et la publicité numérique est interdite.

La publicité numérique sur mobilier urbain, particulièrement adaptée au contexte moderne, urbain et en mouvement de la Défense est autorisée dans une limite de nombre définie à cinquante écrans de 2m² de surface utile 2m² et cinq de 8m². Les formats définis ont vocation à répondre à l'architecture hors norme du quartier. Ainsi sur l'esplanade où le regard est entouré d'immeubles de grande hauteur, un affichage de grand format apparaît toujours limité par rapport à la dimension des tours étant donné que le regard se trouve naturellement orienté vers le haut des tours.

A l'inverse au pied des tours, le piéton se retrouve plutôt dominé d'un côté ce qui conduit plutôt à un sentiment d'écrasement n'orientant pas le regard de manière similaire. Le format autorisé de 2m² a ainsi pour but de limiter l'effet d'oppression que pourrait renforcer l'affichage.

Concernant les supports numériques ceux-ci peuvent ne pas être à flancs fermés sur l'esplanade. Cette spécificité doit permettre là aussi de répondre à l'orientation naturelle du regard vers le ciel. Un affichage purement vertical s'y trouve en contradiction avec l'orientation naturelle du regard. La forme du mobilier bénéficie donc d'une adaptation.

Pour correspondre aux dimensions hors normes du quartier d'affaire, mais aussi en prenant en compte le fait que ce soit un secteur en constante évolution, les règles sur les publicités de chantier sont alignées sur celles de la réglementation nationale en ZP4a, contrairement à la majorité des autres zones où la règle sur les palissades de chantier est plus stricte que la base nationale.

VI. Dispositions réglementaires retenues pour les enseignes

1. Dispositions générales appliquées à l'ensemble des zones et hors agglomération

■ Eclairage des enseignes

L'éclairage des enseignes doit être intégré à la devanture commerciale et doit être le moins agressif possible, c'est pourquoi le règlement prévoit un éclairage indirect des enseignes, par rétro-éclairage 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, ainsi que les dispositifs peu intégrés à la façade (type spots pelles).

Les enseignes suivent la même plage horaire d'extinction nocturne que les publicités, selon les mêmes logiques de zones.

■ Activités en étages

Dans le cadre d'activités exercées uniquement en étage, les possibilités d'implantations sont limitées afin d'éviter une démultiplication d'enseignes sur un même immeuble. Ainsi pour ne pas subir cet effet de densité, il sera privilégié une implantation regroupée de toutes les enseignes au rez-de-chaussée. Un objectif d'uniformisation de format entre les enseignes est fixé afin d'obtenir un traitement homogène sur un même immeuble.

Dans le cas où l'implantation au rez-de-chaussée n'est pas possible et afin de ne pas nuire au droit d'enseigne, une autre option d'uniformisation est laissée aux activités en étage : elles peuvent s'implanter de manière discrète à l'aide d'adhésif monochrome. Leur format et leur nombre est limité pour éviter tout effet d'accumulation.

Dans le cadre d'activités occupant l'intégralité d'un bâtiment, il est considéré que la majorité des enseignes doivent respecter les règles des activités de rez-de-chaussée. Seules les enseignes à plat sur la façade disposent d'une règle d'implantation plus souple avec une dérogation possible à la règle de respect du rez-de-chaussée dans la mesure où ces enseignes sont bien intégrées (c'est-à-dire, sans bandeau de fond, sans caisson et avec une dimension proportionnée). Cela doit leur permettre une meilleure visibilité, sans créer d'effet de surdensité, dans la mesure où les autres typologies d'enseignes restent soumises à une limite au rez-de-chaussée.

■ Enseignes temporaires

La dimension, le nombre et le mode d'implantation des enseignes temporaires sont réglementés en fonction du message qu'elles portent. Les enseignes temporaires à caractère commercial sont limitées à une par évènement signalé, ayant chacune une surface maximale de 1m². 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, évitant ainsi de dévisager les façades.

Mis à part les enseignes temporaires immobilières, qui ne doivent être installées que pendant la période effective où le bien est à vendre ou à louer, les enseignes temporaires peuvent être installées au plus tôt deux semaines avant le début de l’évènement signalé et doivent être retirées au plus tard une semaine après afin de limiter l’impact de ces dispositifs dans la durée.

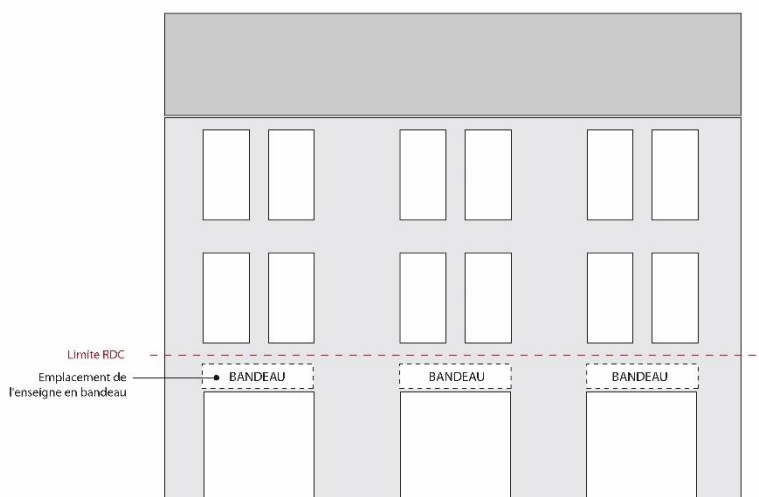
Réglementation des différentes typologies communes à toutes les zones

■ Enseignes en façade (des activités localisées en Rez-De-Chaussée)

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.

Enseignes en bandeau

Le positionnement de l’enseigne bandeau se fait obligatoirement au-dessus de la vitrine et sous la limite du rez-de-chaussée). Ce positionnement imposé permet 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.



La hauteur du bandeau est limitée en proportion à une hauteur de 1/5 de la hauteur du rez-de-chaussée. Cette proportion doit limiter l’impact de l’enseigne sur la façade tout en s’adaptant à plusieurs contextes bâtis.

Le message inscrit sur l’enseigne en bandeau est limité à la raison sociale, activité exercée ou au logo dans un objectif de lisibilité du commerce et pour limiter l’effet de surdensité de message au sein même du bandeau.

Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec un format maximal fixé à 0.80m² (excepté ZP1d, dont la réglementation des enseignes est ajustée sur la charte des commerces de l'avenue Charles de Gaulle). Une saillie de 0.80m fixations comprises est définie 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.

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.

■ Enseignes 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 doivent être évités afin de limiter l'accumulation de messages lorsque le store est replié et les effets de surdensité qui lui sont liés et qui nuisent à la lisibilité et l'attractivité visuelle du commerce.

■ Enseignes en adhésifs sur vitrine

Les enseignes en adhésifs sur vitrine sont limitées en termes de format et de message afin d'éviter l'effet de masque de la vitrine par la vitrophanie. Ainsi les adhésifs doivent être en lettres ou signes découpés pour maintenir une transparence de la vitrine.

Le message est contraint aux seules annonces secondaires, dès lors qu'une enseigne bandeau existe, afin d'éviter la répétition du même message sur la devanture commerciale.

■ Enseignes sur auvent ou marquise

Au sein de certaines typologies bâties des cellules commerciales sont implantées sous un auvent ou une marquise. Ces éléments de l'architecture peuvent parfois nuire à la visibilité du commerce, ainsi, afin de préserver une certaine visibilité, l'implantation de l'enseigne y est possible mais encadrée strictement.

Il est bien précisé que cette possibilité s'applique sur les éléments faisant partie intégrante de l'architecture du bâtiment. Tout caisson ajouté (pour l'installation d'un store par exemple) n'est pas considéré comme un auvent ou une marquise.

■ Enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont interdites en toutes zones.

Ces dispositifs sont particulièrement impactant dans le paysage urbain et notamment la nuit depuis le périphérique. Dans un souci de préservation de vues lointaines, ces dispositifs ont donc été proscrits.

2. Dispositions spécifiques à la ZP0

■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont interdites, car non adaptées au contexte des espaces patrimoniaux et de nature.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont interdites, car non adaptées au contexte des espaces patrimoniaux et de nature.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites, car non adaptées au contexte des espaces patrimoniaux et de nature.

3. Dispositions spécifiques à la ZP1a

■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP1a, mais sont fortement encadrées afin de limiter leur implantation aux seules activités en retrait de l'axe de la rue (celles qui de fait ont la nécessité de se signaler par une enseigne pour être visibles).

Leur format maximal est fixé à 2m² avec une hauteur de 2 mètres, correspondant à un format dédié aux piétons, concordant avec la typologie urbaine rencontrée.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

Toutes ces dispositions ont vocation à permettre l'affichage d'activités ayant un besoin particulier, tout en adaptant les formats au contexte et en limitant l'effet de densité.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP1a mais encadrées de manière à ce qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal est défini correspondant aux standards des affichettes des artisans qui traditionnellement utilisent l'implantation en clôture pour se signaler.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites car non adaptées au contexte des secteurs à dominante résidentielle, naturel ou commerçant traditionnel sur lesquels la ZP1a s'applique.

4. Dispositions spécifiques à la ZP1b

■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP1b, mais sont fortement encadrées afin de limiter leur implantation aux seules activités en retrait de l'axe de la rue (ceux qui de fait ont la nécessité de se signaler par une enseigne pour être visibles).

Leur format est limité à 2m² avec une hauteur de 2 mètres maximum, correspondant à un format dédié aux piétons, concordant avec la typologie urbaine rencontrée.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

Toutes ces dispositions ont vocation à permettre l'affichage d'activités ayant un besoin particulier, tout en adaptant les formats au contexte et en limitant l'effet de densité.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP1b mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal est défini correspondant aux standards des affichettes des artisans qui traditionnellement utilisent l'implantation en clôture pour se signaler.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées en ZP1b. Dans ces secteurs mixtes la volonté politique est de développer des commerces innovants, ayant donc la possibilité d'utiliser un média de communication en développement.

Dans ces secteurs les enseignes numériques sont limitées à un format maximal de 2m² de manière qu'elles ciblent plutôt les piétons présents dans ces secteurs.

5. Dispositions spécifiques à la ZP1c

■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP1c, mais sont fortement encadrées afin de limiter leur implantation aux seules activités en retrait de l'axe de la rue (ceux qui de fait ont la nécessité de se signaler par une enseigne pour être visibles).

Leur format est limité à 2m² avec une hauteur de 2 mètres maximum, correspondant à un format dédié aux piétons, concordant avec la typologie urbaine rencontrée.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

Toutes ces dispositions ont vocation à permettre l'affichage d'activités ayant un besoin particulier, tout en adaptant les formats au contexte et en limitant l'effet de densité.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP1c mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal est défini correspondant aux standards des affichettes des artisans qui traditionnellement utilisent l'implantation en clôture pour se signaler.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites en ZP1c. Dans ces secteurs mixtes la volonté politique est de préserver un commerce traditionnel en valorisant une vitrine et des enseignes de qualité plutôt que des médias innovants.

6. Dispositions spécifiques à la ZP1d

La réglementation des enseignes en ZP1d est issue de la charte des commerces de l'avenue Charles de Gaulle. Dans le cadre des travaux d'aménagement de l'axe, la ville de Neuilly a mené ce projet de charte en concertation avec les commerçants et souhaitait rendre opposable les dispositions de ce document.

Enseigne bandeau

La ZP1d étant appliquée sur un périmètre aux typologies bâties très similaires, un format d'enseigne bandeau est spécifié. Ce format à vocation à uniformiser les enseignes à l'échelle de l'avenue Charles de Gaulle de Neuilly, sans devoir s'adapter à des bâtiments très variés.

Enseigne perpendiculaire

La ZP1d étant appliquée sur un périmètre aux typologies bâties très similaires, un format d'enseigne perpendiculaire est spécifié. Ce format à vocation à uniformiser les enseignes à l'échelle de l'Avenue Charles de Gaulle de Neuilly, sans devoir s'adapter à des bâtiments très variés.

■ Enseignes au sol

En ZP1d les immeubles sont majoritairement à l'alignement de la rue, les implantations d'enseignes scellées au sol possibles n'offriraient pas de visibilité supplémentaire aux commerces, mais ajouterai seulement un effet de densité supplémentaire, non souhaitable. Les enseignes scellées au sol sont donc interdites. Les enseignes posées au sol sous forme de chevalet sont cependant autorisées pour accompagner la communication ponctuelle des commerçants.

■ Enseignes en clôture

En ZP1d les immeubles sont majoritairement à l'alignement de la rue, les implantations d'enseignes sur clôture possibles n'offriraient pas de visibilité supplémentaire aux commerces, mais ajouterai seulement un effet de densité supplémentaire, non souhaitable. Les enseignes sur clôture sont donc interdites.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées dans ce secteur où la volonté politique est de développer des commerces innovants, ayant donc la possibilité d'utiliser un média de communication en développement. Les enseignes numériques sont autorisées jusqu'à un format de 2m² adapté au contexte piéton développé le long des contre-allées de l'avenue.

Les activités occupant l'intégralité d'un immeuble peuvent, de la même façon que pour les enseignes bandeau, déroger à la règle du rez-de-chaussée. Afin d'avoir un format cohérent avec cette implantation en hauteur, donc à destination des automobilistes ou de piétons à distance, le format est étendu à 8m².

7. Dispositions spécifiques à la ZP2a

■ Enseignes au sol

Les enseignes scellées au sol sont autorisées en ZP2a, qui correspond à des secteurs d'axes ou de zones d'activités ayant des besoins de visibilité particuliers plutôt à vocation des automobilistes.

Leur format est limité à 4m² avec une hauteur de 3 mètres maximum, correspondant à un format plus important qu'en ZP1 du fait du changement de cible et donc d'une vitesse accrue.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol pas unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP2a mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal de 2m² est défini correspondant aux formats d'enseignes utilisés dans les zones d'activités du territoire.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites en ZP2a. Dans ces secteurs de zones d'activités et d'axes la volonté politique est de valoriser un travail sur la dédensification des enseignes plutôt que sur la valorisation de dispositifs supplémentaires.

8. Dispositions spécifiques à la ZP2b

■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP2b, qui correspond à des secteurs d'axes ou de zones d'activités ayant des besoins de visibilité particuliers plutôt à vocation des automobilistes.

Leur format est limité à 4m² avec une hauteur de 3 mètres maximum, correspondant à un format plus important qu'en ZP1 du fait du changement de cible et donc d'une vitesse accrue.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol pas unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP2b mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal de 2m² est défini correspondant aux formats d'enseignes utilisés dans les zones d'activités du territoire.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées en ZP2b. Dans ces secteurs d'axes mixtes la volonté politique est de développer des commerces innovants, ayant donc la possibilité d'utiliser un média de communication en développement.

Les enseignes numériques sont limitées à un format maximal de 2m² de manière qu'elles ciblent plutôt les piétons présents dans ces secteurs.

9. Dispositions spécifiques à la ZP3a

■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP3a, qui correspond à des secteurs de gare ayant des besoins de visibilité lointaine afin d'orienter les voyageurs. Leur format est limité à 8m² avec une hauteur de 6,50 mètres maximum.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP3a mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal de 2m² est défini afin de permettre un affichage tout en limitant l'impact de celui-ci sur le paysage de la rue.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites en ZP3a. Dans ces secteurs de gares l'affichage numérique est souvent très présent à l'intérieur des gares elles-mêmes. L'objectif est donc de limiter l'affichage en n'autorisant pas les enseignes numériques. L'affichage en façade et au sol doit répondre aux besoins de visibilité spécifiques des gares.

10. Dispositions spécifiques à la ZP3b

■ Enseignes au sol

Les enseignes scellées au sol sont autorisées en ZP3b, qui correspond à des secteurs résidentiels et de grands sièges sociaux. Ces derniers ont des besoins de visibilité lointaine.

Le format des enseignes au sol est donc limité à 8m² avec une hauteur de 6,50 mètres maximum.

Leur nombre est limité à une enseigne scellée au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP3b mais encadrées de manière à ce qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal de 2m² est défini afin de permettre un affichage tout en limitant l'impact de celui-ci sur le paysage de la rue.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées en ZP3b. Dans ces secteurs où prennent place des sièges sociaux, la volonté politique est de laisser la possibilité d'utiliser un média de communication en développement.

Elles sont limitées à un format maximal de 2m² de manière à ce qu'elles ciblent plutôt les piétons présents dans ces secteurs.

11. Dispositions spécifiques à la ZP3c

■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP3c, qui correspond à des secteurs résidentiels et de grands sièges sociaux. Ces derniers ont des besoins de visibilité lointaine. Le format des enseignes au sol est donc limité à 8m² avec une hauteur de 6,50 mètres maximum.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP3c mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal de 2m² est défini afin de permettre un affichage tout en limitant l'impact de celui-ci sur le paysage de la rue.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées sur ce secteur de ZP3c pour s'adapter aux besoins de communication des acteurs économiques installés sur ce secteur. Elles sont limitées à un format maximal de 2m² de manière à ce qu'elles ciblent plutôt les piétons présents dans ces secteurs.

12. *Dispositions spécifiques à la ZP4a*

■ Enseignes de tours

La typologie particulière du secteur de la Défense impose des dispositions particulières sur les tours.

Afin de préserver cet affichage qui se fait de manière qualitative actuellement, les dispositions de des RLP de Courbevoie et Puteaux en vigueur lors de l'élaboration du RLPi, ont été reprises, autant pour la hauteur des enseignes, que leur nombre par rapport au nombre de façades.

■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP4a, qui correspond à l'esplanade de La Défense. Du fait des dimensions de l'architecture environnante, les formats d'enseignes doivent être étudiés afin de conserver une certaine visibilité de celles-ci malgré le contexte. De plus l'objectif d'affichage est de limiter les enseignes apposées directement sur les tours. Ainsi le format maximal des enseignes au sol autorisées est de 9m² avec une hauteur de 6,50 mètres afin de permettre l'affichage de multiples enseignes sur un même support.

Leur nombre étant en effet limité à une enseigne scellée au sol par unité foncière, la nécessité d'un regroupement des enseignes sur un même support dans le cas d'activités implantées sur une même unité foncière s'impose.

■ Enseignes en clôture

Afin d'éviter un effet de surdensité sur l'esplanade, les enseignes sur clôture, plus difficilement mutualisables et impactant fortement le paysage urbain sont interdites.

■ Enseignes numériques

En ZP4a les enseignes numériques sont, de manière générale, interdites afin d'éviter d'ajouter des médias supplémentaires perturbant la lecture globale du paysage de la dalle.

Afin de laisser davantage de liberté aux centres commerciaux d'envergure que sont le CNIT et les 4 temps et pour s'adapter à leur architecture particulière, la réglementation de leurs enseignes est cantonnée aux dispositions générales compatibles avec leurs structure architecturale, ainsi qu'aux dispositions de la réglementation nationale.

13. *Dispositions spécifiques à la ZP4b*

■ Enseignes de tours

La typologie particulière du secteur de la Défense impose des dispositions particulières sur les tours.

Afin de préserver cet affichage qui se fait de manière qualitative actuellement, les dispositions de des RLP de Courbevoie et Puteaux en vigueur lors de l'élaboration du RLPi, ont été reprises, autant pour la hauteur des enseignes, que leur nombre par rapport au nombre de façades.

■ Enseignes au sol

Cette zone étant un secteur hybride de transition entre la Défense et la ville de Courbevoie, la réglementation qui s'y applique résulte d'un mélange entre ZP1 et ZP4 qui permet une adaptation des règles. Pour limiter leur impact dans le paysage de ce quartier, les enseignes au sol sont donc limitées à un format de 2m².

■ Enseignes en clôture

Afin d'éviter un effet de surdensité au niveau des tours, les enseignes sur clôture, plus difficilement mutualisables et impactant fortement le paysage urbain sont interdites.

■ Enseignes numériques

En ZP4b les enseignes numériques sont interdites afin d'éviter d'ajouter des médias supplémentaires perturbant la lecture globale du paysage des tours et la paisibilité de ces espaces plus résidentiels



Règlement Local de Publicité intercommunal

RLPi

Paris Ouest la Défense

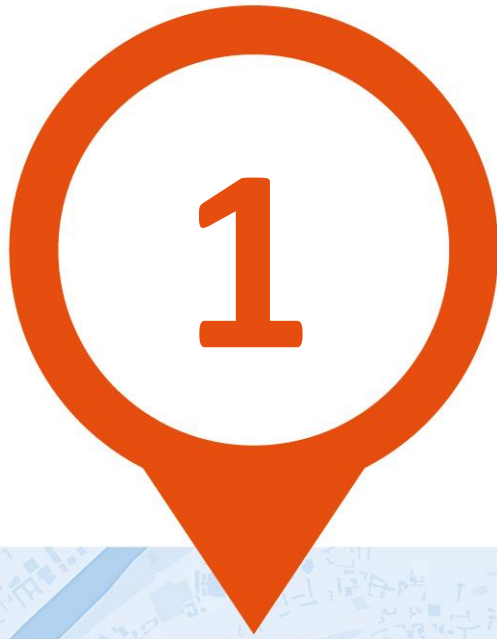
2 – Règlement

Date d'approbation : 8 février 2021

Table des matières

PREAMBULE	4
Chapitre 1 : Préambule	5
1. Champs d’application du RLPI.....	5
2. Les principales définitions	8
3. Modalités de calculs surfaciques des dispositifs	12
DELIMITATION DES ZONES DE PUBLICITE	13
Chapitre 2 : Délimitation des zones de publicité.....	14
DISPOSITIONS GENERALES	16
Chapitre 3 : Dispositions générales	17
1. Généralités sur les matériels.....	17
a. Pérennité et qualité technique.....	17
b. Entretien.....	17
c. Accessoires	17
d. Règles d’extinction nocturne	18
e. Suppression au terme de l’activité	18
REGLEMENTATION DES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES	19
Chapitre 4 : Réglementation des publicités et pré-enseignes.....	20
I. Dispositions communes à toutes les zones	20
1. Règles d’implantation	20
2. Eclairage des dispositifs	21
II. Dispositions spécifiques à chaque zone de publicité	22
1. Dispositions applicables en ZP0.....	22
2. Dispositions applicables en ZP1.....	23
3. Dispositions applicables en ZP2.....	25
4. Dispositions applicables en ZP3.....	27
5. Dispositions applicables en ZP4.....	30
REGLEMENTATION DES ENSEIGNES	34
Chapitre 5 : Réglementation des enseignes	35
I. Dispositions communes à toutes les zones	35
1. La notion de surface	35
2. Composition générale	35

3.	Eclairage des enseignes	36
4.	Activités en étage	36
f.	Les enseignes d'activités présentes uniquement en étage :.....	36
g.	Dans le cas d'un immeuble occupé entièrement par une activité ou entièrement à l'exception du rez-de-chaussée.....	36
5.	Enseignes temporaires.....	37
II.	Dispositions spécifiques à chaque zone de publicité	38
1.	Dispositions applicables à la ZP0.....	38
2.	Dispositions applicables à la ZP1 (exceptée ZP1d).....	41
3.	Dispositions applicables à la ZP1d.....	45
4.	Dispositions applicables à la ZP2.....	48
5.	Dispositions applicables à la ZP3.....	51
6.	Dispositions applicables en ZP4.....	54
III.	Adaptations et exceptions	60
	LEXIQUE	61
	Chapitre 6 : Lexique	62



PREAMBULE

Chapitre 1 : Préambule

1. Champs d'application du RLPI

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (loi Grenelle II), complétée par le décret du 30 janvier 2012, a profondément modifié la réglementation nationale en matière de publicité, pré-enseignes et enseignes.

Le présent Règlement Local de Publicité intercommunal adapte cette réglementation nationale au contexte local de l'Etablissement Public Territorial de Paris Ouest La Défense. Il s'applique sur l'ensemble du territoire intercommunal et à l'intérieur des zones qu'il délimite dans les documents graphiques annexés.

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent règlement fixe les règles locales applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles sont nécessairement plus restrictives que la réglementation nationale.

Toutes les dispositions de la Réglementation Nationale qui ne sont pas expressément modifiées par le présent Règlement Local de Publicité demeurent applicables de plein droit.

Il est rappelé que conformément à l'article L.581-19 du code de l'environnement, les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Les dispositions du présent règlement concernant la publicité s'appliquent de la même façon aux pré-enseignes, exceptées les pré-enseignes dérogatoires définies au 3^{ème} alinéa de l'article L.581-19 du code de l'environnement.

Il est également rappelé que le Règlement Local de Publicité n'a pas vocation à réglementer l'affichage de signalétique d'information locale (SIL).

Sont annexés au présent règlement :

- Le plan de zonage de l'ensemble du territoire et les zooms de ce plan général sur chacune des communes composant l'établissement public territorial, ainsi que le plan de zonage réglementant la publicité numérique.
- Les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomérations, celles-ci étant également représentées sur un document graphique annexé.

Déclarations

L'installation, la modification ou le remplacement d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité font l'objet d'une déclaration préalable définie par les articles L.581-6 du code de l'environnement. (cf. CERFA 14799*1)

Les pré-enseignes dont les dimensions excèdent 1 mètre en hauteur ou 1,5 mètres en largeur sont également soumises à déclaration préalable.

Autorisations

Sont soumises à autorisation du maire :

- les publicités lumineuses, autres que celles éclairées par projection ou transparence (dont numériques) ;
- Les enseignes « *Sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8, ainsi que dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à l'autorisation* » (article L. 581-18, alinéa 3 du code de l'environnement). (cf. CERFA 14798*1)
- Les publicités sur bâche de chantier
- Les bâches publicitaires
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Affichage d'opinion

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations sans but lucratif sont déterminés par arrêté municipal, en application de l'article L.581-13 du code de l'environnement. Ces dispositifs ne sont pas réglementés par le RLPi et ne sont donc pas soumis à ses dispositions.

Délai de mise en conformité

Le présent règlement sera exécutoire dès que le contrôle de légalité et les mesures de publicité auront été réalisées. L'opposabilité du RLPi s'établit dans les conditions suivantes :

Publicités et pré-enseignes

- Les dispositifs de publicités ou pré-enseignes implantés antérieurement à la date d'entrée en vigueur du RLP et qui seraient en infraction avec les dispositions du présent règlement devront être mis en conformité dans un délai de 2 ans après son entrée en vigueur ;
- Les dispositifs de publicités ou pré-enseignes implantés postérieurement à la date d'entrée en vigueur du RLP doivent respecter les dispositions du présent règlement ;
- Les dispositifs de publicités ou pré-enseignes implantés postérieurement à la date d'entrée en vigueur du RLP et qui seraient en infraction avec les dispositions du présent règlement devront être mis en conformité sans délai.

Enseignes

- Les dispositifs d’enseigne implantés antérieurement à la date d’entrée en vigueur du RLP et qui seraient en infraction avec les dispositions du présent règlement devront être mis en conformité dans un délai de 6 ans après son entrée en vigueur ;
- Les dispositifs d’enseignes implantés postérieurement à la date d’entrée en vigueur du RLP doivent respecter les dispositions du présent règlement ;
- Les dispositifs d’enseigne implantés postérieurement à la date d’entrée en vigueur du RLP et qui seraient en infraction avec les dispositions du présent règlement devront être mis en conformité sans délais.

Sanctions

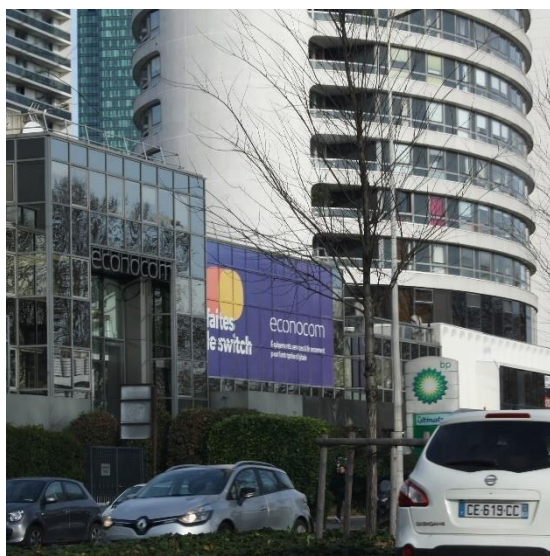
Les infractions aux dispositions du présent règlement seront sanctionnées conformément aux dispositions du code de l’environnement (articles R581-85 et suivants).

Le présent règlement est illustré de schémas et photos, qui ont pour rôle d’expliquer la réglementation en vigueur. Dans tous les cas, la règle littérale prévaut.

2. Les principales définitions

ENSEIGNE

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce.



Exemples d'enseignes sur Paris Ouest la Défense

NB : L'enseigne peut tout aussi bien être sur le bâtiment, ou implantée au sol sur l'unité foncière de l'activité en question (voir définition du terme immeuble dans le lexique).

PUBLICITE

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



Exemples de publicités sur Paris Ouest la Défense

Publicité lumineuse : publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Publicité numérique : la publicité numérique est une forme particulière de publicité lumineuse. Elle désigne les dispositifs équipés d'écrans numériques présentant des images fixes ou animées ou des vidéos.

PRE-ENSEIGNE

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.



Exemples de pré-enseignes sur Paris Ouest la Défense

NB : En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité

Pré-enseignes dérogatoires

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.

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.



Dispositifs temporaires sur Paris Ouest la Défense

Mobilier urbain

Les mobiliers urbains sur lesquels peuvent être apposées des publicités ou pré-enseignes sont les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, les colonnes et les mâts porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles et le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. **Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité à titre accessoire et n'a pas pour fonction principale l'affichage de publicité.**

Micro-affichage

Publicité d'une taille inférieure à 1m² apposée sur une devanture commerciale, à l'extérieur.

NB : Les mots en *gras italique* dans le texte du règlement sont définis dans le lexique à la fin du document.

3. Modalités de calculs surfaciques des dispositifs

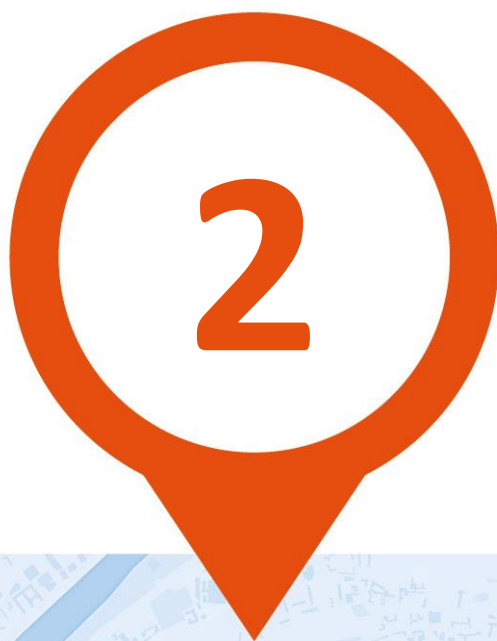
Pour rappel, la surface des dispositifs publicitaires comprend l'encadrement, ce qui correspond à sa **surface totale**. La **surface utile** quant à elle précise la taille de l'affiche.



La **surface totale** comprend l'encadrement

La **surface utile** correspond à la taille de l'affiche publicitaire

Conformément à la réglementation nationale, concernant la publicité apposée sur mobilier urbain, c'est uniquement la **surface utile** qui est fixée. Par exemple, le format des affiches publicitaires apposées sur abris-bus est de 2m².



DELIMITATION DES ZONES DE PUBLICITE

Chapitre 2 : Délimitation des zones de publicité

Le RLPI de Paris Ouest La Défense est composé de cinq grandes zones de publicité (ZP0 à ZP4), dont certaines sont divisées, afin de s'adapter au mieux aux différentes particularités des secteurs à enjeux, identifiés lors du diagnostic. Au plan de zonage présentant ces différentes zones de publicité, s'ajoute un plan de zonage de la publicité numérique, qui indique les zones d'autorisation de la publicité numérique et les formats qui y sont autorisés.

L'autorisation ou non des enseignes numériques est quant à elle gérée en fonction des zones de publicité du plan de zonage et ne dépend pas du plan de zonage numérique, qui est uniquement dédié à la publicité.

Les zones de publicité sont définies sur les documents graphiques annexés au présent règlement. Chacune dispose de règles spécifiques concernant les dispositifs de publicité extérieure. Des dispositions générales viennent compléter ces particularités en couvrant l'ensemble du territoire intercommunal de principes de base, applicables sur la totalité des zones de publicité.

Au-delà des limites d'agglomération, les enseignes suivent les règles relatives à la zone de publicité ZP0. Elles sont également soumises aux dispositions générales du présent règlement.

ZP0 – SECTEUR PATRIMONIAUX ET PAYSAGERS

Le zonage ZP0 est appliqué sur des secteurs paysagers, tels les parcs et les bords de Seine, les secteurs patrimoniaux (parc de Saint-Cloud, Mont-Valérien, ...).

ZP1 – CENTRALITES COMMERCANTES ET QUARTIERS RESIDENTIELS MIXTES

Les secteurs zonés en ZP1 correspondent à des zones protégées, où la publicité n'est principalement admise que sur mobilier urbain. Il s'agit d'une zone mixte, regroupant des secteurs de centres-villes, de zones résidentielles denses et des axes à enjeux paysagers.

Les contextes urbains au sein de cette vaste zone que constitue la ZP1 peuvent malgré tout varier. C'est pourquoi la zone est découpée en 4 sous-zones de publicité.

La ZP1a et la ZP1b correspondent à des secteurs de centres-villes ou des quartiers résidentiels, au sein desquels une publicité de petit format est plus adaptée : le message est adressé soit au piéton, soit à un automobiliste roulant à vitesse réduite. La différenciation au sein de ces zones se fait au sujet de l'affichage numérique sur enseigne, qui est autorisé en ZP1b, mais pas en ZP1a.

La ZP1c couvre des secteurs d'axes à enjeux paysagers, pour lesquels la collectivité a des ambitions de maintien ou d'amélioration de la qualité des abords, en raison d'enjeux d'identité visuelle des communes depuis ces axes structurants. Ces secteurs restent malgré tout des espaces à grande visibilité, c'est pourquoi la publicité n'y est pas totalement exclue et peut prendre la forme de mobilier urbain, dont la surface utile peut aller jusqu'à 8m² pour prendre en compte la vitesse de déplacement des véhicules plus importante sur certains tronçons.

La ZP1d quant à elle est relative au secteur bien spécifique qu'est l'axe Charles de Gaulle sur la commune de Neuilly-sur-Seine, qui regroupe à la fois des enjeux de visibilité des acteurs économiques installés sur cette avenue, mais aussi de préservation de la qualité des abords de cet axe. Cette zone permet notamment l'intégration de la charte des devantures et des enseignes établie par la commune sur ce secteur en mutation. L'intégration de la charte dans le

RLPi permet de rendre opposable ces dispositions, qui ne seraient sinon que des recommandations.

ZP2 – AXES STRUCTURANTS ET ZONES D'ACTIVITES

La ZP2 concerne des secteurs d'axes structurants à l'échelle de Paris Ouest la Défense ou bien des espaces commerciaux et zones d'activités. Cette deuxième zone de publicité est également divisée en sous zones, afin d'adapter la réglementation relative aux enseignes numériques, autorisées en ZP2b et interdites en ZP2a.

ZP3 – QUAIS DE GARE ET ZONES D'HABITAT

Le secteur ZP3 offre davantage de possibilités en termes d'affichage extérieur, notamment vis-à-vis de la publicité scellée au sol sur domaine privé qui est interdite dans toutes les autres zones de l'intercommunalité.

La ZP3 est divisée en trois sous zones, la ZP3a sur les quais de gare à ciel ouvert, visibles depuis l'espace public et les ZP3b et ZP3c qui couvrent des secteurs d'habitats plus ou moins denses.

La différence entre les sous-zones se fait encore une fois sur le traitement des enseignes numériques, qui sont autorisées en ZP3b et ZP3c mais interdites en ZP3a. La différenciation des zones se fait également sur le format des publicités scellées au sol, limitées à 2,5 m² et autorisées en doublon en ZP3a, alors que les doublons sont interdits dans les autres sous-zones de la ZP3 et le format porté à 10,5 m².

ZP4 – LA DEFENSE ET SES ALENTOURS

La ZP4 répond à des besoins exceptionnels en termes de publicités et d'enseignes propres au secteur de La Défense. La réglementation des dispositifs d'affichage extérieur y est adaptée pour se conformer aux caractéristiques urbaines et architecturales hors normes de la Défense.

La ZP4 est divisée en deux sous zones. Une première qui concerne le cœur du quartier d'affaires (ZP4a), qui permet des surfaces et méthodes d'affichage plus souples que ce que l'on peut trouver ailleurs sur le territoire. La ZP4b couvre les abords directs du quartier d'affaires, elle reprend les règles sur les enseignes des tours, qui se retrouvent en partie dans cette zone, mais est plus protectrice que la ZP4a, notamment en ce qui concerne la publicité, puisqu'elle impose des formats plus restreints et interdit l'affichage numérique.

Dans le cas d'une unité foncière partagée entre deux zones de publicité, les règles de la zone majoritairement présente sur la surface de l'unité foncière s'appliquent. En cas de proportions égales, la réglementation la plus restrictive s'impose à l'ensemble de l'unité foncière.

Les dispositions générales et règles communes du présent règlement s'appliquent à l'ensemble des zones du RLPi. Elles sont complétées au sein de chaque zone par des règles spécifiques, détaillées ci-après.



3



**DISPOSITIONS
GENERALES**

Chapitre 3 : Dispositions générales

Il est rappelé, que dans le silence du RLPI, la RNP continue de s'appliquer sur l'ensemble du territoire de Paris Ouest la Défense : les dispositions de la réglementation nationale non expressément modifiées par le présent règlement restent en vigueur.

1. Généralités sur les matériels

a. Pérennité et qualité technique

Les matériels destinés à recevoir des publicités, enseignes et pré-enseignes sont choisis, installés et entretenus par leurs exploitants afin de garantir la pérennité de leur aspect initial et la conservation, dans le temps, de leurs qualités techniques.

Tous les dispositifs résistent aux phénomènes météorologiques compris dans les limites des règles et normes en vigueur garantissant la sécurité des personnes et des biens.

b. Entretien

Chaque intervention sur l'installation donne lieu à une vérification complète, au remplacement des pièces défectueuses, au nettoyage du matériel et de ses abords. Les parties défailtantes des dispositifs lumineux doivent être réparées ou remplacées sans délai.

Les dispositifs dotés d'un moteur électrique doivent être munis de systèmes de rotation parfaitement entretenus dont les valeurs de bruit sont conformes aux dispositions du décret n°2006-1099 du 31 août 2006 relatif à la lutte contre les nuisances sonores (Code de la santé publique).

c. Accessoires

Dans un souci d'esthétique et de préservation de l'environnement, les accessoires suivants sont interdits : jambes de forces, haubans, pieds-échelle, fondations (béton) dépassant le niveau du sol, gouttières à colle.

Les dispositifs permanents (passerelles, etc...) facilitant la pose des affiches sont interdits. Ceux-ci peuvent toutefois être admis lorsqu'ils sont intégralement repliables et demeurent pliés en l'absence des personnes chargées de les utiliser et sous réserve de mesure d'intégration architecturale diminuant leur impact visuel (de type peinture identique à la couleur de revêtement du mur support), dans le cadre de publicités murales.

d. Règles d'extinction nocturne

Les plages horaires d'extinction nocturne sont fixées selon les zones aux horaires du tableau ci-dessous.

Zones de publicités	Extinction nocturne
ZP0	22 heures – 6 heures
ZP1, ZP2, ZP3, ZP4b	23 heures – 6 heures
ZP4a	1 heure – 6 heures

- *Enseignes*

Les enseignes lumineuses doivent respecter la plage d'extinction nocturne lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence durant la plage d'extinction, 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, conformément aux dispositions de la réglementation nationale.

- *Publicités et pré-enseignes*

Les dispositifs lumineux et numériques doivent respecter les plages horaires d'extinction nocturne fixées en fonction des zones de publicités. Le mobilier urbain supportant de la publicité lumineuse en ZP0 est soumis à la plage horaire d'extinction nocturne de la zone. Ailleurs, il n'est pas tenu aux horaires des plages d'extinction.

- *Suppression au terme de l'activité*

L'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les 3 mois suivant la cession de l'activité. Il appartient donc au professionnel qui quitte les lieux de démonter ses enseignes et de remettre les lieux en état.



REGLEMENTATION DES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

Chapitre 4 : Réglementation des publicités et pré-enseignes

I. Dispositions communes à toutes les zones

1. Règles d'implantation

Tout ajout, extension ou découpage ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif publicitaire est interdit. La publicité doit s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière.

Tout effet sonore accompagnant la publicité est interdit.

En toute zone, la publicité est interdite :

- En toiture
- Sur les terrasses et balcons,
- Sur les marquises et auvents,
- Sur les volets.
- Sur clôture ou mur de clôture

Il est rappelé qu'indépendamment du plan de zonage, la publicité scellée au sol, y compris la publicité sur mobilier urbain, est interdite au sein des **Espaces Boisés Classés (EBC)** et des **zones A et N** des Plans Locaux d'urbanisme (PLU).

L'interdiction relative de publicité au sein des périmètres de protection des Monuments Historiques, Sites Patrimoniaux Remarquables et sites inscrits est levée, selon les dispositions des zones concernées.

Pour rappel, pour toute implantation au sein des secteurs de protection du patrimoine, l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France reste requis.

Les équipements sportifs visés aux articles L.581-7 et L.581-10 du code de l'environnement suivent les dispositions de la réglementation nationale. La possibilité d'implanter de la publicité numérique et non numérique leur est laissée selon les dispositions du code de l'environnement, quelle que soit la zone (excepté ZP0).

2. Eclairage des dispositifs

Le choix du principe d'éclairage et son intensité ne doivent pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural dans lequel ils s'implantent. Les dispositifs éclairés par projection sont interdits (éclairage au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairage).

Le système d'éclairage devra être intégré au panneau publicitaire et se faire par transparence.

Sur l'ensemble du territoire et selon le plan de zonage numérique, la publicité numérique dans les zones où elle est autorisée ne peut être installée que sur du mobilier urbain.

Nonobstant le zonage, il est autorisé trois mobiliers urbains numérique de 8 m², implantés en bordure de la ville de Paris, le long des voies limitrophes.



Eclairage par projection



Eclairage par transparence

II. Dispositions spécifiques à chaque zone de publicité

Il est rappelé qu'aux dispositions spécifiques à chaque zone de publicité, s'ajoutent les dispositions générales et règles communes du présent règlement.

Dans le silence du RLPI les règles de la RNP non expressément modifiées par le document continuent de s'appliquer sur le territoire.

1. Dispositions applicables en ZPO

En ZPO, toute forme de publicité est interdite à l'exception des publicités sur abris-bus. Les pré-enseignes temporaires et les publicités de chantier sont également autorisées..

- *Publicité et pré-enseigne sur mobilier urbain*

La surface utile unitaire maximale de la publicité sur abris-bus suit les dispositions du code de l'environnement.

- *Pré-enseignes temporaires*

La durée d'implantation des dispositifs temporaires est limitée à une installation au plus tôt deux semaines avant l'évènement signalé et à un retrait au plus tard une semaine après la fin de l'évènement signalé.

Les pré-enseignes temporaires relevant de l'intérêt général sont soumises aux dispositions du code de l'environnement.

Les pré-enseignes ne relevant pas de l'intérêt général ne sont autorisées que si elles sont posées au sol, dans la limite d'une surface maximale de 2 m².

- *Publicité sur palissade de chantier*

La publicité temporaire sur les palissades de chantier doit être intégrée à la palissade. Elle ne peut être implantée qu'entre la date d'ouverture du chantier et celle de l'achèvement du chantier.

Une palissade de chantier peut accueillir au maximum 2 dispositifs ayant chacun une surface totale de 10,5 m² (8m² surface utile) par voie ouverte à la circulation publique bordant le chantier.

NB : La publicité sur bâches de chantier installées sur les Monuments Historiques n'est pas réglementée par le code de l'environnement mais par celui du Patrimoine.

- *Publicité numérique*

La publicité numérique est interdite en ZPO.

2. Dispositions applicables en ZP1

En ZP1 sont interdites les publicités et pré-enseignes murales et scellées au sol (hors mobilier urbain).

- *Publicité et pré-enseigne sur mobilier urbain*

La surface unitaire maximale de la publicité sur mobilier urbain est limitée à 2 m² de surface utile, excepté en ZP1c où la surface maximale est élevée à 8 m² de surface utile.

- *Micro-affichage*

Le micro-affichage est limité à 2 dispositifs dont la surface cumulée ne peut excéder 1 m².

La publicité de petit format constituant le micro-affichage doit être implantée à plat ou parallèlement à la façade. Elle ne peut être implantée sur les façades aveugles, et notamment les retours de mur.

- *Publicité numérique*

La publicité numérique est réglementée selon le plan de zonage numérique et limitée à une surface utile unitaire de 2 m².

Pour rappel, la publicité numérique est autorisée uniquement sur le mobilier urbain.

- *Pré-enseignes temporaires*

La durée d'implantation des dispositifs temporaires est limitée à une installation au plus tôt deux semaines avant l'évènement signalé et à un retrait au plus tard une semaine après la fin de l'évènement signalé.

Les pré-enseignes temporaires relevant de l'intérêt général sont soumises aux dispositions du code de l'environnement.

Les pré-enseignes ne relevant pas de l'intérêt général ne sont autorisées que si elles sont posées au sol, dans la limite d'une surface maximale de 2 m².

- *Publicité de chantier*

Publicité sur palissade de chantier

La publicité temporaire sur les palissades de chantier doit être intégrée à la palissade. Elle ne peut être implantée qu'entre la date d'ouverture du chantier et celle de l'achèvement du chantier.

En dehors de la ZP1d elles sont limitées à deux dispositifs ayant chacun une surface totale de 10,5 m² maximum (8 m² surface utile) par voie bordant le chantier. En ZP1d le RLPi ne fixe pas de règles supplémentaires à celles du code de l'environnement.

Publicité sur bâche de chantier

Les bâches de chantier sont autorisées selon les dispositions de la réglementation nationale, seules les publicités lumineuses sur bâches sont interdites.

Pour rappel, l'installation de publicité sur bâche de chantier est soumise à autorisation du Maire. Il ne peut y avoir d'autorisation générale ou permanente de la publicité sur bâche de chantier, celle-ci relève d'une décision prise au cas par cas.

NB : La publicité sur bâches de chantier installées sur les Monuments Historiques n'est pas réglementée par le code de l'environnement mais par celui du Patrimoine.

- *Bâches publicitaires*

L'implantation de bâches publicitaires est soumise aux dispositions de la réglementation nationale. Pour rappel, l'installation d'une bâche publicitaire est soumise à autorisation du Maire, délivrée pour une durée maximale de huit ans. Il ne peut y avoir d'autorisation générale ou permanente des bâches publicitaires, celle-ci relève d'une décision prise au cas par cas.

- *Dispositifs de dimensions exceptionnelles*

L'implantation de dispositifs de dimensions exceptionnelles suit les dispositions de la réglementation nationale. Il est rappelé que l'installation de tels dispositifs est soumise à autorisation du Maire, délivrée au cas par cas après avis de la Commission Départementale de la Nature, du Paysage et des Sites (CNDPS). Une autorisation générale ou permanente ne peut être délivrée.

3. Dispositions applicables en ZP2

En ZP2 sont interdites les publicités et pré-enseignes scellées au sol (hors mobilier urbain).

- *Publicité et pré-enseigne sur mobilier urbain*

La surface unitaire maximale de la publicité sur mobilier urbain est limitée à 8 m² de surface utile.

- *Micro-affichage*

Le micro-affichage est limité à 2 dispositifs dont la surface cumulée ne peut excéder 1 m².

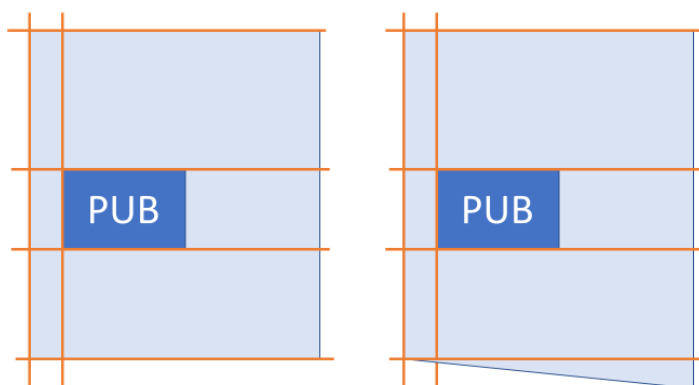
La publicité de petit format constituant le micro-affichage doit être implantée à plat ou parallèlement à la façade. Elle ne peut être implantée sur les façades aveugles, et notamment les retours de mur.

- *Publicité et pré-enseigne murale*

Il n'est admis qu'un seul dispositif par unité foncière. La surface totale du dispositif ne peut représenter plus d'1/5^{ème} de la surface du mur support, dans la limite d'une surface totale de 10,5 m² (8 m² surface utile).

Une publicité ou pré-enseigne ne doit pas masquer, même partiellement, des éléments ornementaux d'architecture.

Le dispositif doit être installé à plat ou parallèlement à la façade et ses bords doivent être parallèles aux arêtes verticales et horizontales du support.



Implantation parallèle par rapport au support, dans le cas d'un sol horizontal (à gauche) ou dans le cas d'un sol en pente (à droite).

- *Publicité numérique*

La publicité numérique est réglementée selon le plan de zonage numérique et limitée à une surface utile unitaire de 2 m². Pour rappel, la publicité numérique est autorisée uniquement sur le mobilier urbain.

Un dispositif de 8 m² sera admis le long du Quai Charles Pasqua en direction de Clichy sur la commune de Levallois-Perret.

- *Pré-enseignes temporaires*

La durée d'implantation des dispositifs temporaires est limitée à une installation au plus tôt deux semaines avant l'évènement signalé et à un retrait au plus tard une semaine après la fin de l'évènement signalé.

Les pré-enseignes temporaires relevant de l'intérêt général sont soumises aux dispositions du code de l'environnement.

Les pré-enseignes ne relevant pas de l'intérêt général ne sont autorisées que si elles sont posées au sol, dans la limite d'une surface maximale de 2 m² (surface totale).

- *Publicité de chantier*

Publicité sur palissade de chantier

La publicité temporaire sur les palissades de chantier doit être intégrée à la palissade. Elle ne peut être implantée qu'entre la date d'ouverture du chantier et celle de l'achèvement du chantier. Elles sont limitées à deux dispositifs de 10,5 m² de surface totale (*8 m² surface utile*) maximum par voie bordant le chantier.

Publicité sur bâche de chantier

Les bâches de chantier sont autorisées selon les dispositions de la réglementation nationale, seules les publicités lumineuses sur bâches sont interdites.

Pour rappel, l'installation de publicité sur bâche de chantier est soumise à autorisation du Maire. Il ne peut y avoir d'autorisation générale ou permanente de la publicité sur bâche de chantier, celle-ci relève d'une décision prise au cas par cas.

NB: La publicité sur bâches de chantier installées sur les Monuments Historiques n'est pas réglementée par le Code de l'Environnement mais par celui du Patrimoine.

- *Bâches publicitaires*

L'implantation de bâches publicitaires est soumise aux dispositions de la réglementation nationale. Pour rappel, l'installation d'une bâche publicitaire est soumise à autorisation du Maire, délivrée pour une durée maximale de huit ans. Il ne peut y avoir d'autorisation générale ou permanente des bâches publicitaires, celle-ci relève d'une décision prise au cas par cas.

- *Dispositifs de dimensions exceptionnelles*

L'implantation de dispositifs de dimensions exceptionnelles suit les dispositions de la réglementation nationale. Il est rappelé que l'installation de tels dispositifs est soumise à autorisation du Maire, délivrée au cas par cas après avis de la commission départementale de la nature, du paysage et des sites (CNDPS). Une autorisation générale ou permanente ne peut être délivrée.

4. Dispositions applicables en ZP3

- *Publicité et pré-enseigne sur mobilier urbain*

La surface unitaire maximale de la publicité sur mobilier urbain est limitée à 8 m² de surface utile.

- *Micro-affichage*

Le micro-affichage est limité à 2 dispositifs dont la surface cumulée ne peut excéder 1 m².

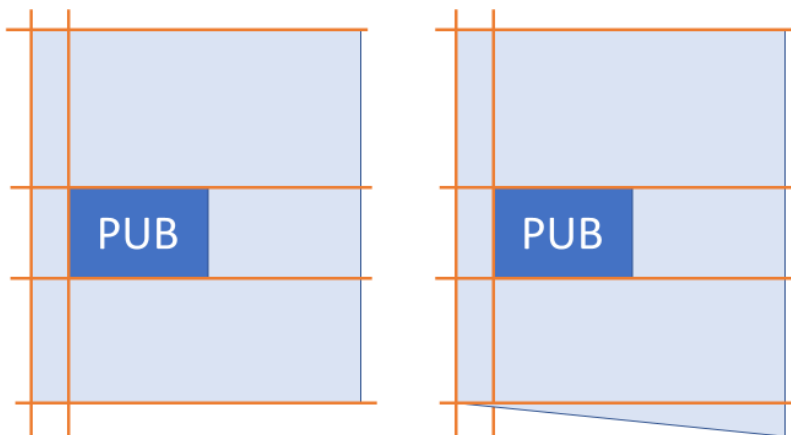
La publicité de petit format constituant le micro-affichage doit être implantée à plat ou parallèlement à la façade. Elle ne peut pas être implantée sur les façades aveugles, et notamment les retours de mur.

- *Publicité et pré-enseigne murale*

Il n'est admis qu'un seul dispositif par unité foncière. La surface totale du dispositif ne peut représenter plus d'1/5^{ème} de la surface du mur support, dans la limite d'une surface totale de 10,5 m² (8m² surface utile).

Une publicité ou pré-enseigne ne doit pas masquer, même partiellement, des éléments ornementaux d'architecture.

Le dispositif doit être installé à plat ou parallèlement à la façade et ses bords doivent être parallèles aux arêtes verticales et horizontales du support.

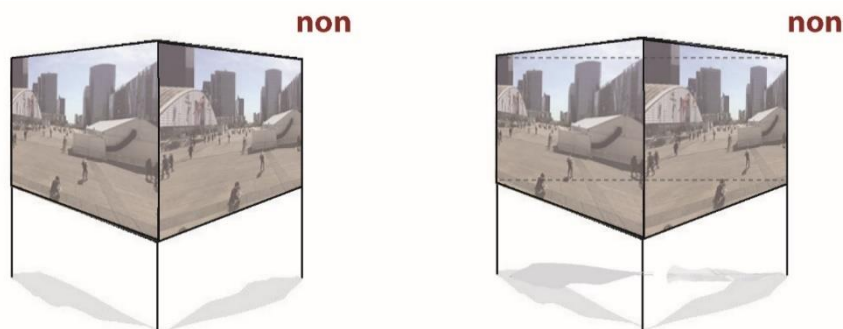


Implantation parallèle par rapport au support, dans le cas d'un sol horizontal (à gauche) ou dans le cas d'un sol en pente (à droite).

- *Publicité et pré-enseigne scellée au sol (hors mobilier urbain)*

Le dos d'un dispositif simple face doit obligatoirement être couvert par un habillage, couvrant les fixations de support.

Les dispositifs double faces doivent obligatoirement être à flancs fermés. Les deux faces d'un même dispositif sont parallèles entre elles. Les dispositifs en V ou en trièdre sont interdits



Deux dispositifs ne peuvent pas être apposés côte-à-côte : les dispositifs en doublon sont interdits, excepté en ZP3a.

Les dispositifs publicitaires doivent obligatoirement être parallèles ou perpendiculaires à l'axe de la voie ou à la tangente de la courbe de la voie de référence.

L'implantation d'une publicité scellée au sol doit respecter un recul de 10 mètres par rapport à toute baie d'immeuble.

La surface unitaire totale maximale des publicités scellées au sol est de 2,50m² en ZP3a, 10,50m² en ZP3b et ZP3c (surface utile 8m²).

En ZP3b, les publicités et pré-enseignes scellées au sol sont autorisées sur des unités foncières bâties et suivent la règle de densité suivante :

- Les publicités scellées au sol sont interdites sur les unités foncières présentant un linéaire sur voirie inférieur à 30 mètres.
- Un dispositif scellé au sol peut être installé par unité foncière présentant un linéaire compris entre 30 et 60 mètres.
- Deux dispositifs scellés au sol peuvent être accueillis au maximum par unité foncière présentant un linéaire sur voirie supérieur à 60 mètres.

En ZP3c, l'implantation d'une publicité scellée au sol est autorisée sur une unité foncière non-bâtie et si la longueur du côté de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est supérieure ou égale à 20 mètres.

- *Publicité numérique*

La publicité numérique est réglementée selon le plan de zonage numérique et limitée à une surface utile unitaire de 2 m². Pour rappel, la publicité numérique est autorisée uniquement sur le mobilier urbain.

- *Pré-enseignes temporaires*

La durée d'implantation des dispositifs temporaires est limitée à une installation au plus tôt deux semaines avant l'évènement signalé et à un retrait au plus tard une semaine après la fin de l'évènement signalé.

Les pré-enseignes temporaires relevant de l'intérêt général sont soumises aux dispositions du code de l'environnement.

Les pré-enseignes ne relevant pas de l'intérêt général ne sont autorisées que si elles sont posées au sol, dans la limite d'une surface maximale de 2 m².

- *Publicité de chantier*

Publicité sur palissade de chantier

La publicité temporaire sur les palissades de chantier doit être intégrée à la palissade. Elle ne peut être implantée qu'entre la date d'ouverture du chantier et celle de l'achèvement du chantier. Elles sont limitées à deux dispositifs de 10,5 m² de surface totale (*surface utile 8m²*) maximum par voie bordant le chantier.

Publicité sur bâche de chantier

Les bâches de chantier sont autorisées selon les dispositions de la réglementation nationale, seules les publicités lumineuses sur bâches sont interdites.

Pour rappel, l'installation de publicité sur bâche de chantier est soumise à autorisation du Maire. Il ne peut y avoir d'autorisation générale ou permanente de la publicité sur bâche de chantier, celle-ci relève d'une décision prise au cas par cas.

NB : La publicité sur bâches de chantier installées sur les Monuments Historiques n'est pas réglementée par le Code de l'Environnement mais par celui du Patrimoine.

- *Bâches publicitaires*

L'implantation de bâches publicitaires est soumise aux dispositions de la réglementation nationale. Pour rappel, l'installation d'une bâche publicitaire est soumise à autorisation du Maire, délivrée pour une durée maximale de huit ans. Il ne peut y avoir d'autorisation générale ou permanente des bâches publicitaires, celle-ci relève d'une décision prise au cas par cas.

- *Dispositifs de dimensions exceptionnelles*

L'implantation de dispositifs de dimensions exceptionnelles suit les dispositions de la réglementation nationale. Il est rappelé que l'installation de tels dispositifs est soumise à autorisation du Maire, délivrée au cas par cas après avis de la commission départementale de la nature, du paysage et des sites (CNDPS). Une autorisation générale ou permanente ne peut être délivrée.

5. Dispositions applicables en ZP4

En ZP4 les publicités et pré-enseignes murales et scellées au sol sont interdites (hors mobilier urbain).

- *Publicité et pré-enseigne sur mobilier urbain*

La surface unitaire maximale de la publicité sur mobilier urbain est limitée à 8 m² de surface utile en ZP4a et à 2 m² de surface utile en ZP4b.

- *Micro-affichage*

Le micro-affichage est limité à 2 dispositifs dont la surface cumulée ne peut excéder 1 m².

La publicité de petit format constituant le micro-affichage doit être implantée à plat ou parallèlement à la façade. Elle ne peut pas être implantée sur les façades aveugles, et notamment les retours de mur.

- *Publicité numérique*

La publicité numérique est réglementée selon le plan de zonage numérique. Pour rappel, la publicité numérique est autorisée uniquement sur le mobilier urbain.

En ZP4a sont autorisés cinquante écrans de surface utile unitaire de 2m² et cinq de 8m².

- *Pré-enseignes temporaires*

La durée d'implantation des dispositifs temporaires est limitée à une installation au plus tôt deux semaines avant l'évènement signalé et à un retrait au plus tard une semaine après la fin de l'évènement signalé.

Les pré-enseignes temporaires relevant de l'intérêt général sont soumises aux dispositions du code de l'environnement.

Les pré-enseignes ne relevant pas de l'intérêt général ne sont autorisées que si elles sont posées au sol, dans la limite d'une surface maximale de 2 m².

- *Publicité de chantier*

Publicité sur palissade de chantier

En ZP4b, la publicité temporaire sur les palissades de chantier doit être intégrée à la palissade. Elle ne peut être implantée qu'entre la date d'ouverture du chantier et celle de l'achèvement du chantier. Elles sont limitées à deux dispositifs de 10,5 m² de surface totale (*surface utile 8m²*) maximum par voie bordant le chantier.

En ZP4a, la publicité sur palissade de chantier suit les dispositions de la réglementation nationale.

Publicité sur bâche de chantier

Les bâches de chantier sont autorisées selon les dispositions de la réglementation nationale, seules les publicités lumineuses sur bâches sont interdites.

Pour rappel, l'installation de publicité sur bâche de chantier est soumise à autorisation du Maire. Il ne peut y avoir d'autorisation générale ou permanente de la publicité sur bâche de chantier, celle-ci relève d'une décision prise au cas par cas.

NB : La publicité sur bâches de chantier installées sur les Monuments Historiques n'est pas réglementée par le Code de l'Environnement mais par celui du Patrimoine.

- *Bâches publicitaires*

L'implantation de bâches publicitaires est soumise aux dispositions de la réglementation nationale. Pour rappel, l'installation d'une bâche publicitaire est soumise à autorisation du Maire, délivrée pour une durée maximale de huit ans. Il ne peut y avoir d'autorisation générale ou permanente des bâches publicitaires, celle-ci relève d'une décision prise au cas par cas.

- *Dispositifs de dimensions exceptionnelles*

L'implantation de dispositifs de dimensions exceptionnelles suit les dispositions de la réglementation nationale. Il est rappelé que l'installation de tels dispositifs est soumise à autorisation du Maire, délivrée au cas par cas après avis de la commission départementale de la nature, du paysage et des sites (CNDPS). Une autorisation générale ou permanente ne peut être délivrée.

Tableau de synthèse simplifié des règles par zone de publicité (première partie)

	ZP0	ZP1			
		ZP1a	ZP1b	ZP1c	ZP1d
DISPOSITIONS GENERALES					
Publicité sur mobilier urbain	Uniquement sur abribus	2m ²	2m ²	8m ²	2m ²
Micro-affichage	interdit	2 dispositifs – surface cumulée 1m ²			
Publicité murale		interdit			
Publicité scellée au sol sur domaine privé		interdit			
Publicité numérique		Selon plan de zonage numérique, 2 m ² (<i>sauf exceptions</i>) et uniquement sur mobilier urbain			
Pré-enseignes temporaires	Dispositions générales (RNP pour les pré-enseignes d'intérêt général // limitées à 2m ² et posées au sol uniquement pour les autres)				
Publicité sur palissade de chantier	Dispositions générales : 2 dispositifs de 10,5m ² de surface totale par voie ouverte				RNP
Publicité sur bâche de chantier	interdit	Règlementation Nationale de Publicité			
Bâche publicitaire		Règlementation Nationale de Publicité			
Dispositif de dimensions exceptionnelles		Règlementation Nationale de Publicité			

RNP : Règlementation Nationale de Publicité

Tableau de synthèse simplifié des règles par zone de publicité (deuxième partie)

	ZP2		ZP3			ZP4	
	ZP2a	ZP2b	ZP3a	ZP3b	ZP3c	ZP4a	ZP4b
	DISPOSITIONS GENERALES						
Publicité sur mobilier urbain	8m ²		8m ²			8m ²	2m ²
Micro-affichage	2 dispositifs – surface cumulée 1m ²						
Publicité murale	10.5m ² surf.totale (8m ² surf. utile)		10.5m ² surf.totale (8m ² surf. utile)			interdit	
Publicité scellée au sol sur domaine privé	interdit		2.50m ² (surf.tot.)	10.5m ² surf.totale (8m ² surf. utile) + règles de densité		interdit	
Publicité numérique	Selon plan de zonage numérique, 2 m ² (<i>sauf exceptions</i>) et uniquement sur mobilier urbain						
Pré-enseignes temporaires	Dispositions générales (RNP pour les pré-enseignes d'intérêt général // limitées à 2m ² et posées au sol uniquement pour les autres)						
Publicité sur palissade de chantier	Dispositions générales : 2 dispositifs de 10,5m ² de surface totale par voie ouverte					RNP	Dispositions générales
Publicité sur bâche de chantier	Règlementation Nationale de Publicité						
Bâche publicitaire	Règlementation Nationale de Publicité						
Dispositif de dimensions exceptionnelles	Règlementation Nationale de Publicité						

RNP : Règlementation Nationale de Publicité



REGLEMENTATION DES ENSEIGNES

Chapitre 5 : Réglementation des enseignes

I. Dispositions communes à toutes les zones

1. La notion de surface

Pour les calculs de surface d'enseigne, lorsque les inscriptions, formes ou images sont apposées sur un panneau de fond, c'est la surface du panneau qui doit être prise en compte. A plat, sur un mur ou perpendiculaire à celui-ci, la surface totale du fond est décomptée, quand bien même le logo ou la marque n'occuperait qu'une faible surface dudit fond.

Le calcul est identique si le fond est peint directement sur le mur. En effet, dans le respect de l'esprit de la protection du cadre de vie, il faut considérer la surface utile et non la surface utilisée : c'est bien le panneau qui constitue un élément supplémentaire dans le paysage, altérant perspective ou architecture.

En absence de fond (ni panneau, ni peinture) est prise en compte la surface du rectangle dans lequel l'inscription, forme ou image est incluse. Le calcul ne saurait être fait lettre par lettre : le rectangle fictif englobe la totalité de l'inscription. Cette forme de calcul s'appliquera donc exclusivement aux enseignes en toiture et aux enseignes constituées de lettres, signes, formes logos ou images découpés et apposés directement sur le mur support.

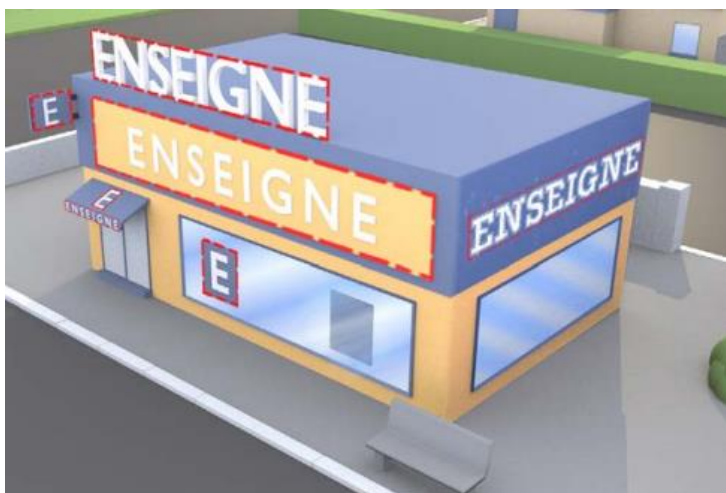


Schéma explicatif du calcul de la surface des enseignes. La surface des enseignes doit être considérée pour chacune selon le pointillé

2. Composition générale

Quelle que soit leur implantation, les enseignes doivent s'intégrer en respectant l'environnement dans lequel elles s'inscrivent.

Les enseignes permanentes doivent être réalisées avec des matériaux durables et de qualité. Les enseignes permanentes sur bâches sont proscrites.

Les matériaux et de coloris des enseignes doivent être choisis en harmonie avec la façade sur laquelle elles viennent s'inscrire. Les teintes fluorescentes sont interdites.

L'implantation d'enseigne est interdite :

- Sur les balcons,
- Sur les volets, *garde-corps*, barre d'appui de fenêtre ou tout élément de ferronnerie.
- Sur les arbres, plantations arbustives, haies ou tout autre élément végétal ou de composition paysagère.

Les enseignes clignotantes, mouvantes, défilantes sont interdites, excepté pour les pharmacies et les *services d'urgence*, *garde-corps*, qui peuvent bénéficier au maximum d'un dispositif de ce type par établissement et par voie ouverte à la circulation publique le bordant. L'enseigne clignotante doit être éteinte lorsque l'établissement n'est plus en activité.

Tout effet sonore accompagnant l'enseigne est interdit.

3. Eclairage des enseignes

L'éclairage doit être orienté sur la seule enseigne et doit se faire de manière indirecte, par rétro-éclairage ou par projection aux moyens de dispositifs discrets, intégrés dans la mesure du possible à la devanture commerciale ou au store.

La saillie des dispositifs d'éclairage ne doit pas excéder 15 cm par rapport au nu du mur.

Les caissons entièrement lumineux ou comportant une façade diffusante sont proscrits, seules sont autorisées les lettres éclairantes sur caisson opaque.

Les néons apparents et enseignes à faisceaux de rayonnement laser sont interdits en toutes zones. Les enseignes en LED point à point sont interdites en toutes zones. L'utilisation de spot pelle est proscrite.

4. Activités en étage

a. Les enseignes d'activités présentes uniquement en étage :

Une seule enseigne est autorisée pour les activités présentes uniquement en étage.

Celle-ci devra être positionnée au RDC du bâtiment selon un format maximum de 40*40 cm. Les formats des différentes enseignes apposées en RDC devront être homogènes et devront s'intégrer correctement à la façade.

Dans le cas où une impossibilité technique empêcherait d'apposer l'enseigne en RDC, et dans ce cas seulement, alors l'enseigne pourra être apposée en adhésif sur surface vitrée. L'enseigne en adhésif devra alors être monochrome, en lettres découpées et ne pas occuper plus du sixième de l'élément vitré sur laquelle elle est apposée.

b. Dans le cas d'un immeuble occupé entièrement par une activité ou entièrement à l'exception du rez-de-chaussée

Les enseignes à plat ou parallèles à la façade peuvent déroger à la règle de respect de la limite du rez-de-chaussée.

Les bandeaux de fond sont interdits, sauf s'ils font partie de l'architecture du bâtiment. L'installation de caisson est proscrite en étage.

Les dimensions de l'enseigne devront être proportionnées à celles du bâtiment sur lequel elle vient s'implanter.

NB : les centres commerciaux, ne sont par définition pas concernés par cette catégorie de bâtiment, dans la mesure où ils abritent plusieurs activités différentes.

5. Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires à caractère culturel, touristique ou concernant des manifestations exceptionnelles de moins de trois mois (dont enseignes temporaires à caractère commercial), peuvent être installées au plus tôt deux semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée et doivent être retirées au plus tard une semaine après la fin de l'évènement en question.

- *Enseignes temporaires à caractère commercial*

Une enseigne temporaire d'une surface de 1m² peut être installée par commerce.

- *Enseignes temporaires immobilières*

Les enseignes temporaires installées en façade sur panonceaux, signalant la vente ou la location de biens immobiliers sont limitées à un dispositif par bien concerné et par agence mandatée. Ces enseignes doivent respecter un format maximal de 60*80cm et une saillie maximale de 25 cm.

Elles doivent être implantées à plat ou parallèlement au support lorsqu'elles sont installées en rez-de-chaussée ou en clôture.

Les autres formes d'enseignes temporaires immobilières suivent les dispositions du code de l'environnement.

Ces enseignes ne peuvent être installées que pendant la période effective où le bien est à vendre ou à louer.

II. Dispositions spécifiques à chaque zone de publicité

Il est rappelé qu'aux dispositions spécifiques à chaque zone de publicité, s'ajoutent les dispositions générales et règles communes du présent règlement.

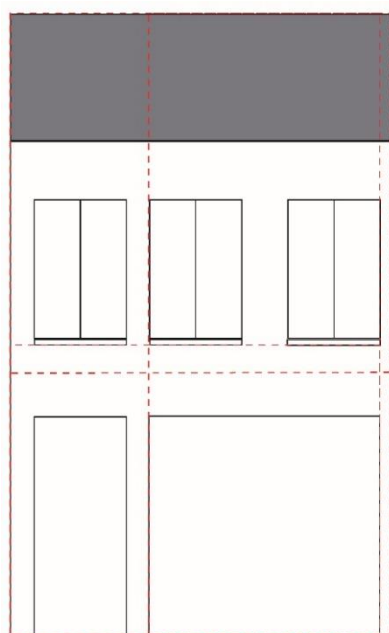
Dans le silence du RLPI les règles de la RNP non expressément modifiées par le document continuent de s'appliquer sur le territoire.

1. Dispositions applicables à la ZP0

Pour rappel, les règles relatives aux enseignes de la ZP0 sont également applicables aux enseignes situées hors agglomération, comme le sont les dispositions générales, précédemment définies.

- Enseignes en façade

Les dispositions suivantes ne concernent que les activités installées en rez-de-chaussée. Se référer aux dispositions communes pour la réglementation des enseignes des activités installées en étage.



Entrée de l'immeuble
Devanture commerciale, comprenant l'entrée du commerce

L'implantation des enseignes doit prendre en compte les lignes de composition et rythmes de façade du bâtiment, notamment la limite du rez-de-chaussée.

L'enseigne ne doit masquer aucun élément de décor, *modénatures* ou détails ornementaux d'architecture.

Si une activité est installée sur plusieurs immeubles mitoyens, l'implantation des enseignes doit respecter la séparation architecturale.

Les couleurs des enseignes en façade doivent être sobres, en harmonie avec le paysage de la rue et le bâtiment sur lequel l'enseigne s'implante

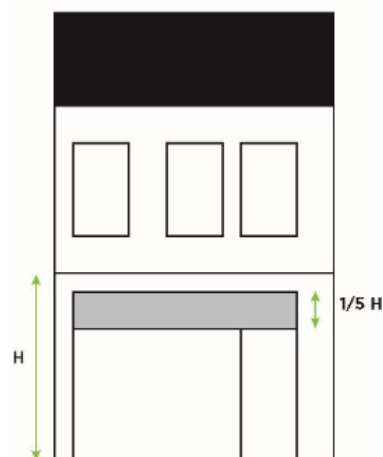
Les matériaux et teintes mates seront préférés aux éléments brillants.

Enseigne en bandeau

L'enseigne en bandeau est réservée à l'annonce de la raison sociale de l'établissement ou de l'activité exercée. Le logo pourra également être admis sur le bandeau.

L'enseigne en bandeau doit être placée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage. Elle ne peut s'étendre d'un bout à l'autre de la façade et doit en respecter les rythmes verticaux.

La hauteur du bandeau ne doit pas dépasser le cinquième de la hauteur de la devanture commerciale et doit être en harmonie de dimension par rapport aux commerces de part et d'autre.

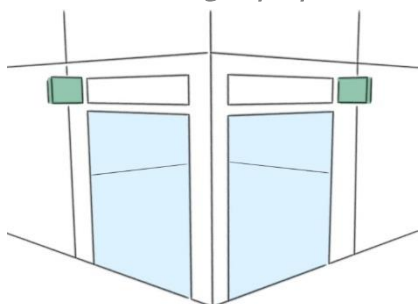


Le bandeau doit être de dimensions uniformes et être correctement intégré à la façade.

Les inscriptions sur le bandeau ne devront pas occuper l'entièreté de celui-ci, ni le dépasser. La hauteur du lettrage devra s'adapter au contexte urbain et architectural.

La saillie maximale du bandeau est limitée à 15 cm par rapport au mur support.

Enseigne perpendiculaire



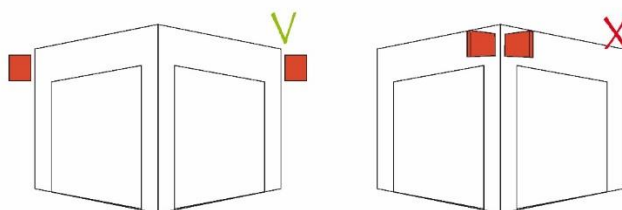
L'enseigne perpendiculaire doit être installée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage.

Elle doit être positionnée en limite latérale de **façade commerciale** et dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe.

L'enseigne perpendiculaire doit être implantée à plus de 2,20 m du niveau du trottoir et sauf impossibilité technique sous la limite du rez-de-chaussée, sauf règlement de voirie plus restrictif.

Le format maximum autorisé pour les enseignes perpendiculaires est de 0,80 m². Elles ne doivent pas présenter une saillie supérieure à 0,80 m, support compris, ni avoir une épaisseur de plus de 10 cm.

Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Dans le cas d'un immeuble en angle de rue, les deux enseignes perpendiculaires ne peuvent être regroupées à l'angle du bâtiment.



- *Enseigne sur store*

L'inscription de l'enseigne ne peut se faire que sur le *lambrquin* du store. Les doublons de message entre l'enseigne en bandeau et l'enseigne sur store sont à éviter.

- *Enseigne en adhésifs sur vitrine*

Les systèmes d'inscription via adhésifs sur vitrine sont autorisés si ceux-ci sont réalisés en lettres ou signes découpés (ou sur fond transparent).

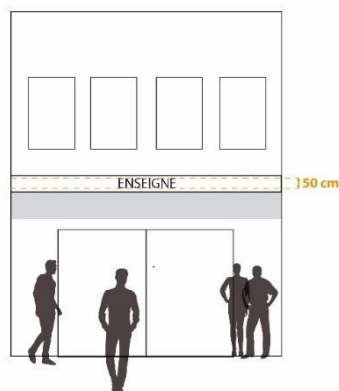
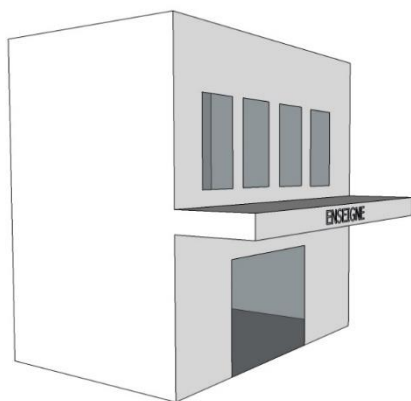
En cas de présence d'une enseigne en bandeau, l'utilisation d'adhésif sur vitrine est réservée aux annonces secondaires.

La surface de l'ensemble des inscriptions ne devra pas dépasser 25% de la surface vitrée.

- *Enseignes sur auvent ou marquise*

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent être implantées que sur la partie frontale verticale de ces supports, sans en dépasser les limites. Ces éléments doivent faire partie intégrante de l'architecture du bâtiment, pour pouvoir accueillir une enseigne.

Elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés, avec une hauteur maximale de 0,50 m.



- *Enseigne scellée au sol*

Les enseignes scellées au sol sont interdites.

- *Enseignes sur clôture*

Les enseignes sur clôture sont interdites.

- *Enseigne en toiture*

Les enseignes en toiture sont interdites.

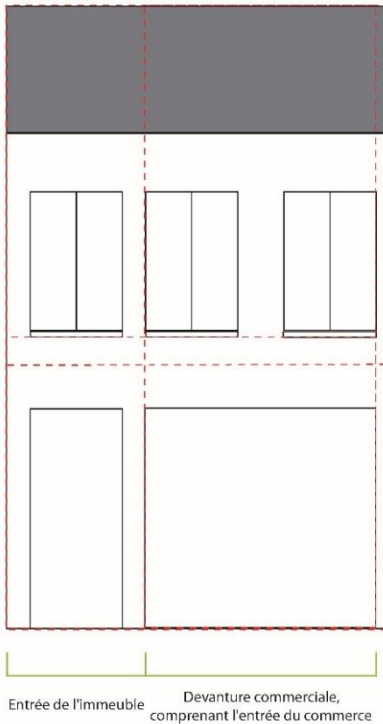
- *Enseigne numérique*

Les enseignes numériques sont interdites.

2. Dispositions applicables à la ZP1 (exceptée ZP1d).

- *Enseignes en façade*

Les dispositions suivantes ne concernent que les activités installées en rez-de-chaussée. Se référer aux dispositions communes pour la réglementation des enseignes des activités installées en étage.



L'implantation des enseignes doit prendre en compte les lignes de composition et rythmes de façade du bâtiment, notamment la limite du rez-de-chaussée.

L'enseigne ne doit masquer aucun élément de décor, *modénatures* ou détails ornementaux d'architecture.

Si une activité est installée sur plusieurs immeubles mitoyens, l'implantation des enseignes doit respecter la séparation architecturale.

Les couleurs des enseignes en façade doivent être sobres, en harmonie avec le paysage de la rue et le bâtiment sur lequel l'enseigne s'implante

Les matériaux et teintes mates seront préférés aux éléments brillants.

- *Enseigne en bandeau*

L'enseigne en bandeau est réservée à l'annonce de la raison sociale de l'établissement ou de l'activité exercée. Le logo pourra également être admis sur le bandeau.

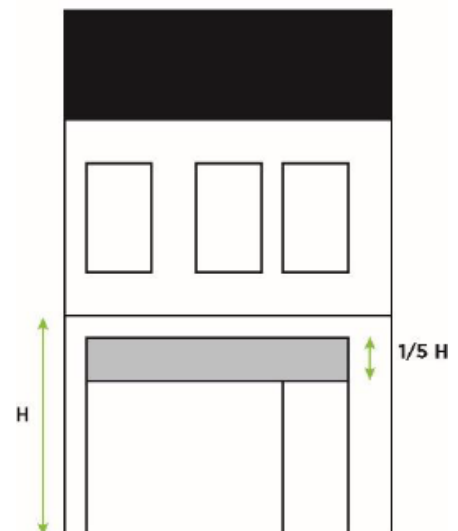
L'enseigne en bandeau doit être placée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage. Elle ne peut s'étendre d'un bout à l'autre de la façade et doit en respecter les rythmes verticaux.

La hauteur du bandeau ne doit pas dépasser le cinquième de la hauteur de la devanture commerciale et doit être en harmonie de dimension par rapport aux commerces de part et d'autre.

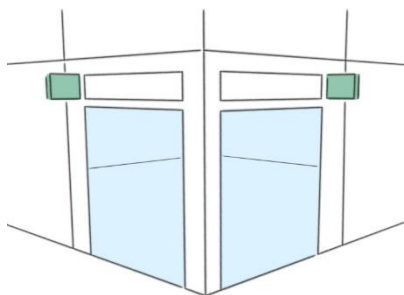
Le bandeau doit être de dimensions uniformes et être correctement intégré à la façade.

Les inscriptions sur le bandeau ne devront pas occuper l'entièreté de celui-ci, ni le dépasser. La hauteur du lettrage devra s'adapter au contexte urbain et architectural.

La saillie maximale du bandeau est limitée à 15 cm par rapport au mur support.



- *Enseigne perpendiculaire*



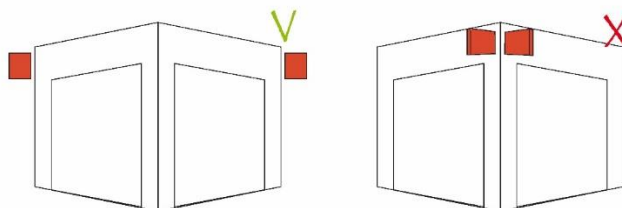
L'enseigne perpendiculaire doit être installée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage.

Elle doit être positionnée en limite latérale de *façade commerciale* et dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe.

L'enseigne perpendiculaire doit être implantée à plus de 2,20 m du niveau du trottoir et sauf impossibilité technique sous la limite du rez-de-chaussée, sauf règlement de voirie plus restrictifs.

Le format maximum autorisé pour les enseignes perpendiculaires est de 0,80 m². Elles ne doivent pas présenter une saillie supérieure à 0,80 m, support compris, ni avoir une épaisseur de plus de 10 cm.

Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Dans le cas d'un immeuble en angle de rue, les deux enseignes perpendiculaires ne peuvent être regroupées à l'angle du bâtiment.



L'implantation d'enseigne perpendiculaire est interdite sur les pans coupés ou arrondis des bâtiments en angle de rue.

- *Enseigne sur store*

L'inscription de l'enseigne ne peut se faire que sur le *lambrequin* du store. Les doublons de message entre l'enseigne en bandeau et l'enseigne sur store sont à éviter.

- *Enseigne en adhésifs sur vitrine*

Les systèmes d'inscription via adhésifs sur vitrine sont autorisés si ceux-ci sont réalisés en lettres ou signes découpés (ou sur fond transparent).

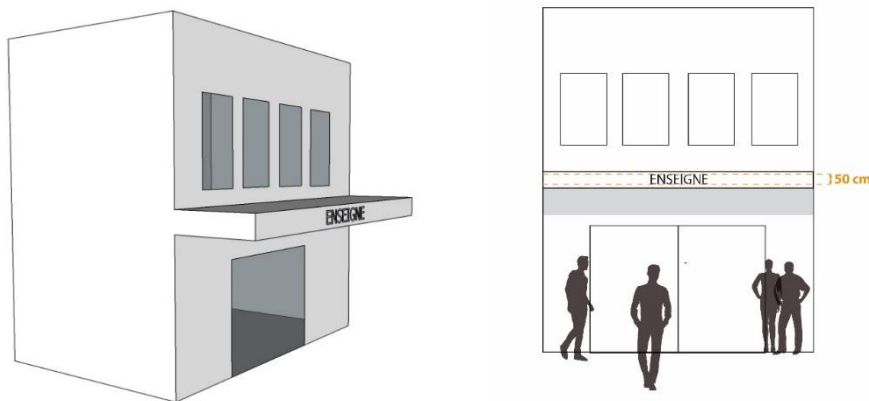
En cas de présence d'une enseigne en bandeau, l'utilisation d'adhésif sur vitrine est réservée aux annonces secondaires.

La surface de l'ensemble des inscriptions ne devra pas dépasser 25% de la surface vitrée.

- Enseignes sur auvent ou marquise

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent être implantées que sur la partie frontale verticale de ces supports, sans en dépasser les limites. Ces éléments doivent faire partie intégrante de l'architecture du bâtiment, pour pouvoir accueillir une enseigne.

Elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés, avec une hauteur maximale de 0,50 m.



• Enseignes au sol

Une enseigne au sol de format maximal 2 m² est autorisée par unité foncière. Les enseignes scellées au sol de plus de 1 m² seront obligatoirement de format totem. Les enseignes au sol de moins de 1 m² sont soumises à cette règle de densité.

La hauteur maximale des enseignes au sol est fixée à 2 mètres.

A Suresnes la surface maximale est portée à 4 m² avec une hauteur maximale de 4m. Deux dispositifs de moins de 1 m² sont autorisés par voie sur la commune de Suresnes et avec une hauteur maximale de 6,5 m.

L'implantation d'une enseigne scellée au sol n'est possible que dans le cas où la façade commerciale est située en retrait de l'axe de la rue. Dans ce cas, l'enseigne scellée au sol doit être implantée à l'alignement de l'espace public.

Les enseignes sur clôture et les enseignes au sol ne peuvent pas se cumuler.

Dans le cas de plusieurs activités installées sur une même unité foncière, les enseignes doivent, en conséquence de la règle de densité, être regroupées sur un même support, dont la surface sera répartie équitablement entre les différentes activités.

• Enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées à hauteur d'un dispositif par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité, avec un format maximal de 0,60 m x 0,60 m.

Une enseigne sur clôture ne peut être installée qu'en l'absence d'enseigne au sol et d'enseigne en façade, sous réserve d'une intégration paysagère qualitative du dispositif dans son environnement immédiat.

L'implantation d'enseigne est interdite sur les clôtures végétales.

- *Enseigne en toiture*

Les enseignes en toiture sont interdites.

- *Enseigne numérique*

Les enseignes numériques sont interdites, exceptées en ZP1b.

En ZP1b, les enseignes numériques sont limitées en nombre à une par établissement et en format à une surface maximale de 2m². Elles sont obligatoirement implantées en façade.

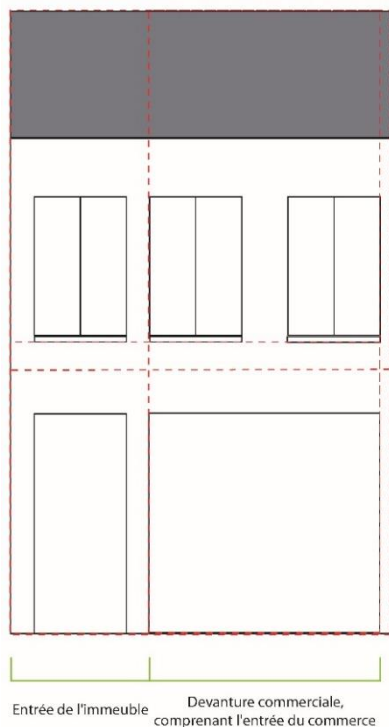
Le cas particulier des établissements sportifs et culturels d'une capacité de plus de 30 000 places :

Les enseignes des établissements sportifs et culturels d'une capacité de plus de 30 000 places peuvent déroger aux dispositions du RLPI, dans le respect des règles nationales.

3. Dispositions applicables à la ZP1d

- *Enseignes en façade*

Les dispositions suivantes ne concernent que les activités installées en rez-de-chaussée. Se référer aux dispositions communes pour la réglementation des enseignes des activités installées en étage.



L'implantation des enseignes doit prendre en compte les lignes de composition et rythmes de façade du bâtiment, notamment la limite du rez-de-chaussée.

L'enseigne ne doit masquer aucun élément de décor, *modénatures* ou détails ornementaux d'architecture.

Si une activité est installée sur plusieurs immeubles mitoyens, l'implantation des enseignes doit respecter la séparation architecturale.

Les couleurs des enseignes en façade doivent être sobres, en harmonie avec le paysage de la rue et le bâtiment sur lequel l'enseigne s'implante

Les matériaux et teintes mates seront préférés aux éléments brillants.

- *Enseigne en bandeau*

L'enseigne en bandeau est réservée au nom du commerce ou à l'annonce de la raison sociale de l'établissement ou de l'activité exercée.

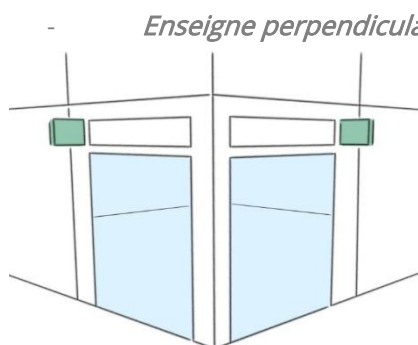
L'enseigne en bandeau doit être placée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage. Elle ne peut s'étendre d'un bout à l'autre de la façade et doit en respecter les rythmes verticaux.

L'enseigne en bandeau doit obligatoirement être réalisée en lettres ou signes découpés sans panneau de fond. Elle est installée directement à plat sur la façade, de façon à respecter une saillie maximale de 10 cm. La hauteur du lettrage est limitée à un maximum de 40 cm.

L'enseigne est apposée directement sur la façade laissée brute ou sur le parement le cas échéant. Un principe de lettrage découpé et directement apposé sur la devanture sans panneau de fond est privilégié. Les bandeaux sont tolérés à condition qu'ils soient intégrés à la devanture (même matériaux, même couleur...) et qu'ils ne soient pas en saillie sur cette dernière.

La police de l'enseigne devra privilégier la simplicité et la lisibilité. L'enseigne ne devra utiliser qu'une seule et même police ainsi qu'une seule couleur uniforme.

Un lettrage vertical est autorisé, seulement si celui-ci est tourné à 90°.



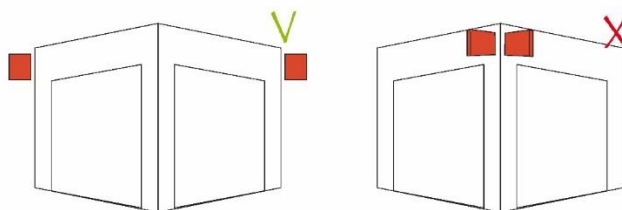
L'enseigne perpendiculaire doit être installée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage.

Elle doit être positionnée en limite latérale de *façade commerciale* et dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe.

L'enseigne perpendiculaire doit être implantée à plus de 2,20 m du niveau du trottoir et sauf impossibilité technique sous la limite du rez-de-chaussée, sauf règlement de voirie plus restrictifs.

Le format maximum autorisé pour les enseignes perpendiculaires est de 0,30 m². Le logo de l'enseigne ne devra pas occuper toute la surface du drapeau mais conservera une marge périphérique. Elles ne doivent pas présenter une saillie supérieure à 0,80 m, support compris.

Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Dans le cas d'un immeuble en angle de rue, les deux enseignes perpendiculaires ne peuvent être regroupées à l'angle du bâtiment.



L'implantation d'enseigne perpendiculaire est interdite sur les pans coupés ou arrondis des bâtiments en angle de rue.

Eclairage des enseignes en façade et sur store

Pour les autres enseignes en façade, seul l'éclairage des lettres est toléré.

La source de l'éclairage est dissimulée : les projecteurs sur façade ou les éclairages « pelles » sont proscrits. L'éclairage est en LED uniquement, à l'exclusion des tubes néons, des caissons fluorescents, et de tout autre éclairage clignotant.

- *Enseigne sur store*

L'inscription de l'enseigne ne peut se faire que sur le *lambrequin* du store. Les doublons de message entre l'enseigne en bandeau et l'enseigne sur store sont interdits.

Seul le nom et/ou l'activité peuvent apparaître sur le lambrequin ou encore un logo simple. L'inscription de numéro de téléphone, de slogan, d'horaire est interdite sur store.

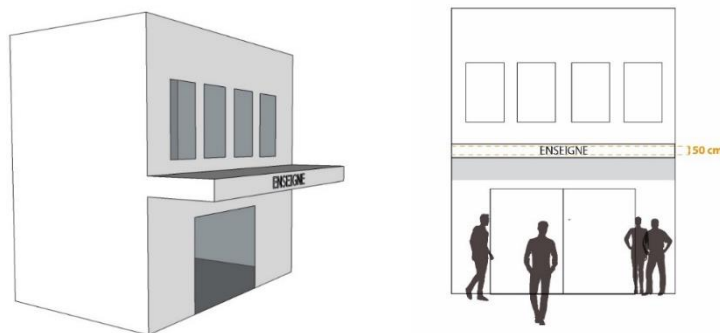
- *Enseigne en adhésifs sur vitrine*

Les enseignes en adhésif sur vitrine sont interdites en rez-de-chaussée. En étage, les enseignes en vitrophanie sont autorisées à condition d'être réalisées en lettres ou signes découpés et de ne représenter au maximum que 25% de la surface vitrée (*dans le respect des règles de surfaces cumulées imposées par la RNP*). Elles sont par ailleurs limitées à une par activité.

- *Enseignes sur auvent ou marquise*

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent être implantées que sur la partie frontale verticale de ces supports, sans en dépasser les limites. Ces éléments doivent faire partie intégrante de l'architecture du bâtiment, pour pouvoir accueillir une enseigne.

Elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés, avec une hauteur maximale de 0,50 mètres.



- *Enseigne au sol*

Les enseignes scellées au sol sont interdites.

Les enseignes temporaires et permanentes posées au sol devront être réalisés avec des matériaux durables et de qualité, dans la limite d'un dispositif par commerce. Les dispositifs en matériaux souples sont interdits (oriflamme, kakemono...).

- *Enseignes sur clôture*

Les enseignes sur clôture sont interdites

- *Enseigne en toiture*

Les enseignes en toiture sont interdites.

- *Enseigne numérique*

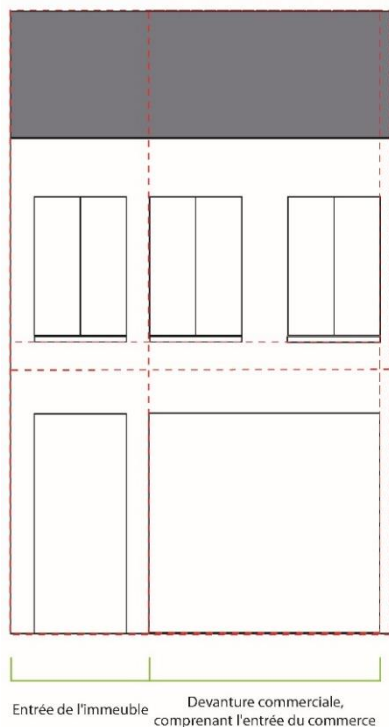
Une enseigne numérique de 2 m², installée en façade, est autorisée par établissement.

Dans le cas d'une activité occupant la totalité de l'immeuble ou occupant la totalité de l'immeuble à l'exception du rez-de-chaussée, la surface maximale de l'enseigne numérique installées en façade est portée à 8 m².

4. Dispositions applicables à la ZP2

- Enseignes en façade

Les dispositions suivantes ne concernent que les activités installées en rez-de-chaussée. Se référer aux dispositions communes pour la réglementation des enseignes des activités installées en étage.



L'implantation des enseignes doit prendre en compte les lignes de composition et rythmes de façade du bâtiment, notamment la limite du rez-de-chaussée.

L'enseigne ne doit masquer aucun élément de décor, *modénatures* ou détails ornementaux d'architecture.

Si une activité est installée sur plusieurs immeubles mitoyens, l'implantation des enseignes doit respecter la séparation architecturale.

Les couleurs des enseignes en façade doivent être sobres, en harmonie avec le paysage de la rue et le bâtiment sur lequel l'enseigne s'implante

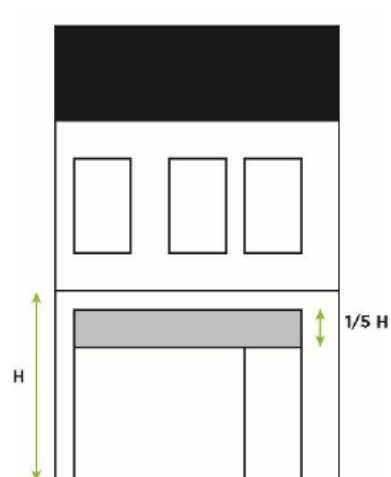
Les matériaux et teintes mates seront préférés aux éléments brillants.

- Enseigne en bandeau

L'enseigne en bandeau est réservée à l'annonce de la raison sociale de l'établissement ou de l'activité exercée. Le logo pourra également être admis sur le bandeau.

L'enseigne en bandeau doit être placée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage. Elle ne peut s'étendre d'un bout à l'autre de la façade et doit en respecter les rythmes verticaux.

La hauteur du bandeau ne doit pas dépasser le cinquième de la hauteur de la devanture commerciale et doit être en harmonie de dimension par rapport aux commerces de part et d'autre.

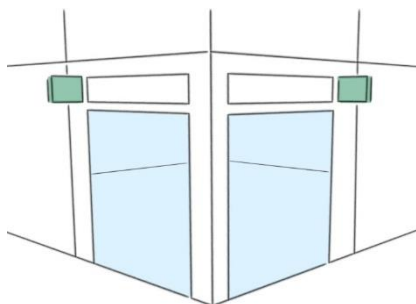


Le bandeau doit être de dimensions uniformes et être correctement intégré à la façade.

Les inscriptions sur le bandeau ne devront pas occuper l'entièreté de celui-ci, ni le dépasser. La hauteur du lettrage devra s'adapter au contexte urbain et architectural.

La saillie maximale du bandeau est limitée à 15 cm par rapport au mur support.

- *Enseigne perpendiculaire*



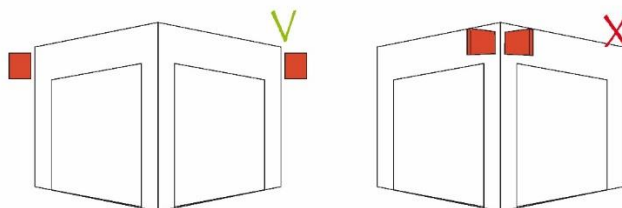
L'enseigne perpendiculaire doit être installée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage.

Elle doit être positionnée en limite latérale de *façade commerciale* et dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe.

L'enseigne perpendiculaire doit être implantée à plus de 2,20 m du niveau du trottoir et sauf impossibilité technique sous la limite du rez-de-chaussée, sauf règlement de voirie plus restrictifs.

Le format maximum autorisé pour les enseignes perpendiculaires est de 0,80 m². Elles ne doivent pas présenter une saillie supérieure à 0,80 m, support compris, ni avoir une épaisseur de plus de 10 cm.

Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Dans le cas d'un immeuble en angle de rue, les deux enseignes perpendiculaires ne peuvent être regroupées à l'angle du bâtiment.



L'implantation d'enseigne perpendiculaire est interdite sur les pans coupés ou arrondis des bâtiments en angle de rue.

- *Enseigne sur store*

L'inscription de l'enseigne ne peut se faire que sur le *lambrequin* du store. Les doublons de message entre l'enseigne en bandeau et l'enseigne sur store sont à éviter.

- *Enseigne en adhésifs sur vitrine*

Les systèmes d'inscription via adhésifs sur vitrine sont autorisés si ceux-ci sont réalisés en lettres ou signes découpés (ou sur fond transparent).

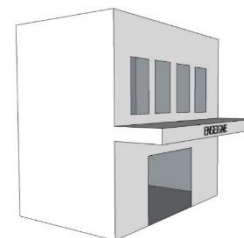
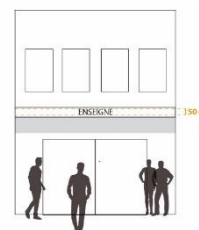
En cas de présence d'une enseigne en bandeau, l'utilisation d'adhésif sur vitrine est réservée aux annonces secondaires.

La surface de l'ensemble des inscriptions ne devra pas dépasser 25% de la surface vitrée.

- *Enseignes sur auvent ou marquise*

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent être implantées que sur la partie frontale verticale de ces supports, sans en dépasser les limites. Ces éléments doivent faire partie intégrante de l'architecture du bâtiment, pour pouvoir accueillir une enseigne.

Elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés, avec une hauteur maximale de 0,50 m.



- *Enseignes au sol*

Une enseigne au sol de format maximal 4 m² est autorisée par unité foncière. Les enseignes scellées au sol de plus de 1m² seront obligatoirement de format totem. Les enseignes au sol de moins de 1m² sont soumises à cette règle de densité.

La hauteur maximale des enseignes au sol est fixée à 3 mètres.

Les enseignes sur clôture et les enseignes au sol ne peuvent pas se cumuler.

Dans le cas de plusieurs activités installées sur une même unité foncière, les enseignes doivent, en conséquence de la règle de densité, être regroupées sur un même support, dont la surface sera répartie équitablement entre les différentes activités.

- *Enseignes sur clôture*

Les enseignes sur clôture sont autorisées à hauteur d'un dispositif par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité, avec une surface maximale de 2 m².

Une enseigne sur clôture ne peut être installée qu'en l'absence d'enseigne au sol et d'enseigne en façade, sous réserve d'une intégration paysagère qualitative du dispositif dans son environnement immédiat.

L'implantation d'enseigne est interdite sur les clôtures végétales.

- *Enseignes sur toiture*

Les enseignes en toiture sont interdites.

- *Enseignes numérique*

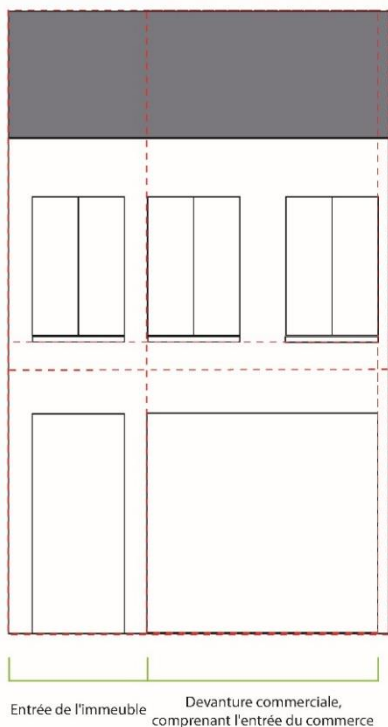
Les enseignes numériques sont interdites, exceptées en ZP2b.

En ZP2b, les enseignes numériques sont limitées en nombre à une par établissement et en format à une surface maximale de 2m². Elles sont obligatoirement implantées en façade.

5. Dispositions applicables à la ZP3

- *Enseignes en façade*

Les dispositions suivantes ne concernent que les activités installées en rez-de-chaussée. Se référer aux dispositions communes pour la réglementation des enseignes des activités installées en étage.



L'implantation des enseignes doit prendre en compte les lignes de composition et rythmes de façade du bâtiment, notamment la limite du rez-de-chaussée.

L'enseigne ne doit masquer aucun élément de décor, *modénatures* ou détails ornementaux d'architecture.

Si une activité est installée sur plusieurs immeubles mitoyens, l'implantation des enseignes doit respecter la séparation architecturale.

Les couleurs des enseignes en façade doivent être sobres, en harmonie avec le paysage de la rue et le bâtiment sur lequel l'enseigne s'implante

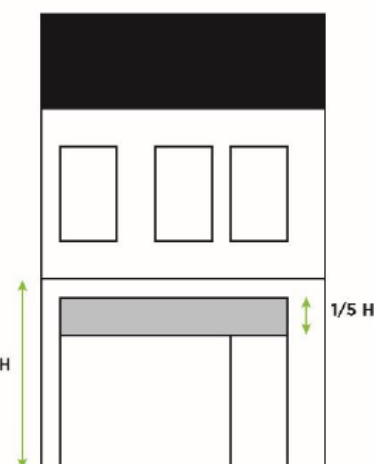
Les matériaux et teintes mates seront préférés aux éléments brillants.

- *Enseigne en bandeau*

L'enseigne en bandeau est réservée à l'annonce de la raison sociale de l'établissement ou de l'activité exercée. Le logo pourra également être admis sur le bandeau.

L'enseigne en bandeau doit être placée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage. Elle ne peut s'étendre d'un bout à l'autre de la façade et doit en respecter les rythmes verticaux.

La hauteur du bandeau ne doit pas dépasser le cinquième de la hauteur de la devanture commerciale et doit être en harmonie de dimension par rapport aux commerces de part et d'autre.

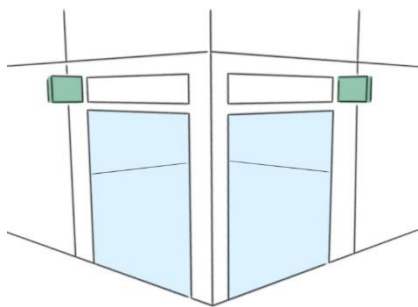


Le bandeau doit être de dimensions uniformes et être correctement intégré à la façade.

Les inscriptions sur le bandeau ne devront pas occuper l'entièreté de celui-ci, ni le dépasser. La hauteur du lettrage devra s'adapter au contexte urbain et architectural.

La saillie maximale du bandeau est limitée à 15 cm par rapport au mur support.

- *Enseigne perpendiculaire*



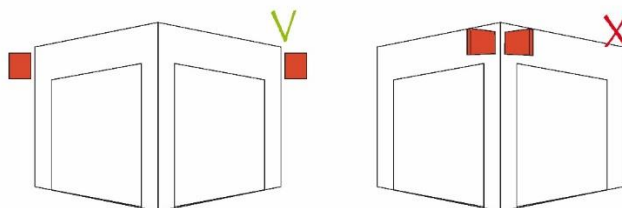
L'enseigne perpendiculaire doit être installée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage.

Elle doit être positionnée en limite latérale de *façade commerciale* et dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe.

L'enseigne perpendiculaire doit être implantée à plus de 2,20 m du niveau du trottoir et sauf impossibilité technique sous la limite du rez-de-chaussée, sauf règlement de voirie plus restrictifs.

Le format maximum autorisé pour les enseignes perpendiculaires est de 0,80 m². Elles ne doivent pas présenter une saillie supérieure à 0,80 m, support compris, ni avoir une épaisseur de plus de 10cm.

Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Dans le cas d'un immeuble en angle de rue, les deux enseignes perpendiculaires ne peuvent être regroupées à l'angle du bâtiment.



L'implantation d'enseigne perpendiculaire est interdite sur les pans coupés ou arrondis des bâtiments en angle de rue.

- *Enseigne sur store*

L'inscription de l'enseigne ne peut se faire que sur le *lambrequin* du store. Les doublons de message entre l'enseigne en bandeau et l'enseigne sur store sont à éviter.

- *Enseigne en adhésifs sur vitrine*

Les systèmes d'inscription via adhésifs sur vitrine sont autorisés si ceux-ci sont réalisés en lettres ou signes découpés (ou sur fond transparent).

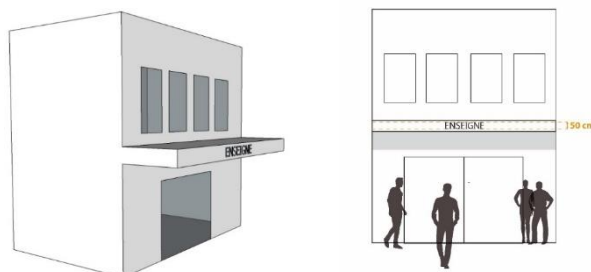
En cas de présence d'une enseigne en bandeau, l'utilisation d'adhésif sur vitrine est réservée aux annonces secondaires.

La surface de l'ensemble des inscriptions ne devra pas dépasser 25% de la surface vitrée.

Enseignes sur auvent ou marquise

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent être implantées que sur la partie frontale verticale de ces supports, sans en dépasser les limites. Ces éléments doivent faire partie intégrante de l'architecture du bâtiment, pour pouvoir accueillir une enseigne.

Elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés, avec une hauteur maximale de 0,50 m.



- *Enseignes au sol*

Une enseigne au sol de format maximal 8m² est autorisée par unité foncière. L'installation de 2 enseignes au sol de moins de 1m² est permise par unité foncière.

La hauteur maximale des enseignes au sol est fixée à 6,5 mètres.

Les enseignes sur clôture et les enseignes au sol ne peuvent pas se cumuler.

Dans le cas de plusieurs activités installées sur une même unité foncière, les enseignes doivent, en conséquence de la règle de densité, être regroupées sur un même support, dont la surface sera répartie équitablement entre les différentes activités.

- *Enseignes sur clôture*

Les enseignes sur clôture sont autorisées à hauteur d'un dispositif par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité, avec une surface maximale de 2 m².

Une enseigne sur clôture ne peut être installée qu'en l'absence d'enseigne au sol et d'enseigne en façade, sous réserve d'une intégration paysagère qualitative du dispositif dans son environnement immédiat.

L'implantation d'enseigne est interdite sur les clôtures végétales.

- *Enseignes sur toiture*

Les enseignes en toiture sont interdites.

- *Enseignes numériques*

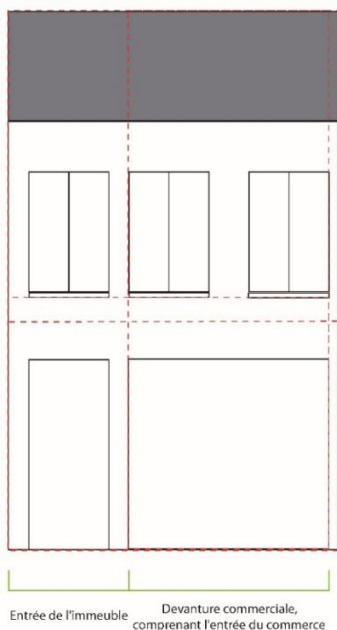
Les enseignes numériques sont interdites, exceptées en ZP3b.

En ZP3b, les enseignes numériques sont limitées en nombre à une par établissement et en format à une surface maximale de 2 m². Elles sont obligatoirement implantées en façade.

6. Dispositions applicables en ZP4

- *Enseignes en façade*

Enseignes des commerces de rez-de-chaussée



L'implantation des enseignes doit prendre en compte les lignes de composition et rythmes de façade du bâtiment, notamment la limite du rez-de-chaussée.

L'enseigne ne doit masquer aucun élément de décor, *modénatures* ou détails ornementaux d'architecture.

Si une activité est installée sur plusieurs immeubles mitoyens, l'implantation des enseignes doit respecter la séparation architecturale.

Les couleurs des enseignes en façade doivent être sobres, en harmonie avec le paysage de la rue et le bâtiment sur lequel l'enseigne s'implante

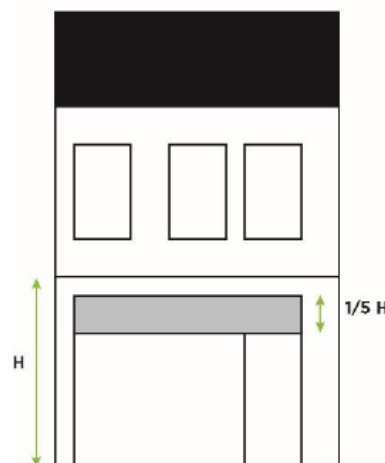
Les matériaux et teintes mates seront préférés aux éléments brillants.

Enseigne en bandeau

L'enseigne en bandeau est réservée à l'annonce de la raison sociale de l'établissement ou de l'activité exercée. Le logo pourra également être admis sur le bandeau.

L'enseigne en bandeau doit être placée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage. Elle ne peut s'étendre d'un bout à l'autre de la façade et doit en respecter les rythmes verticaux.

La hauteur du bandeau ne doit pas dépasser le cinquième de la hauteur de la devanture commerciale et doit être en harmonie de dimension par rapport aux commerces de part et d'autre.

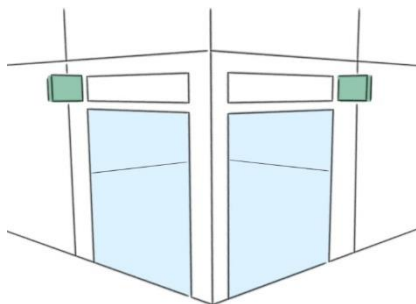


Le bandeau doit être de dimensions uniformes et être correctement intégré à la façade.

Les inscriptions sur le bandeau ne devront pas occuper l'entièreté de celui-ci, ni le dépasser. La hauteur du lettrage devra s'adapter au contexte urbain et architectural.

La saillie maximale du bandeau est limitée à 15 cm par rapport au mur support.

- *Enseigne perpendiculaire*



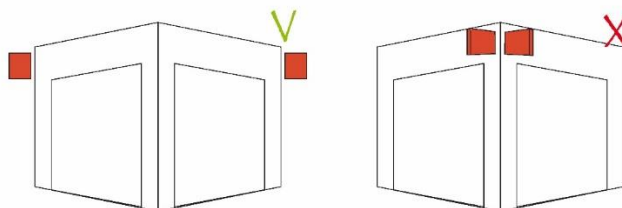
L'enseigne perpendiculaire doit être installée entre le haut des baies du rez-de-chaussée et le plancher bas du premier étage.

Elle doit être positionnée en limite latérale de *façade commerciale* et dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe.

L'enseigne perpendiculaire doit être implantée à plus de 2,20 m du niveau du trottoir et sauf impossibilité technique sous la limite du rez-de-chaussée, sauf règlement de voirie plus restrictifs.

Le format maximum autorisé pour les enseignes perpendiculaires est de 0.80m². Elles ne doivent pas présenter une saillie supérieure à 0,80m, support compris, ni avoir une épaisseur de plus de 10 cm.

Une seule enseigne perpendiculaire par activité est autorisée le long de chaque voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Dans le cas d'un immeuble en angle de rue, les deux enseignes perpendiculaires ne peuvent être regroupées à l'angle du bâtiment.



L'implantation d'enseigne perpendiculaire est interdite sur les pans coupés ou arrondis des bâtiments en angle de rue.

- *Enseigne sur store*

L'inscription de l'enseigne ne peut se faire que sur le *lambrequin* du store. Les doublons de message entre l'enseigne en bandeau et l'enseigne sur store sont à éviter.

Les enseignes sur store sont interdites en étages.

- *Enseigne en adhésifs sur vitrine*

Les systèmes d'inscription via adhésifs sur vitrine sont autorisés si ceux-ci sont réalisés en lettres ou signes découpés (ou sur fond transparent).

En cas de présence d'une enseigne en bandeau, l'utilisation d'adhésif sur vitrine est réservée aux annonces secondaires.

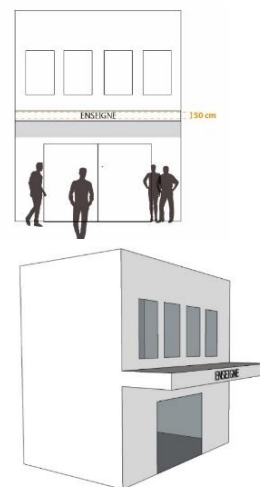
La surface de l'ensemble des inscriptions ne devra pas dépasser 25% de la surface vitrée.

Dans le cas d'immeubles entièrement occupés par des bureaux ou activités, des enseignes apposées à l'extérieur des baies, peuvent être autorisées dans la mesure où elles sont réalisées en matériau adhésif translucide, en surface raisonnable par rapport à la façade.

- *Enseignes sur auvent ou marquise*

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent être implantées que sur la partie frontale verticale de ces supports, sans en dépasser les limites. Ces éléments doivent faire partie intégrante de l'architecture du bâtiment, pour pouvoir accueillir une enseigne.

Elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés, avec une hauteur maximale de 0,50 m.



- *Enseignes au sol*

En ZP4a une enseigne au sol de format maximal 9 m² est autorisée par unité foncière. Les enseignes scellées au sol de plus de 1 m² seront obligatoirement de format totem. Les enseignes au sol de moins de 1 m² sont soumises à cette règle de densité.

La hauteur maximale des enseignes au sol est fixée à 6,5 mètres.

Ce format est limité à 2 m² en ZP4b.

Dans le cas de plusieurs activités installées sur une même unité foncière, les enseignes doivent, en conséquence de la règle de densité, être regroupées sur un même support, dont la surface sera répartie équitablement entre les différentes activités.

- *Enseignes sur clôture*

Les enseignes sur clôture sont interdites

- *Enseignes en toiture*

Les enseignes en toiture sont interdites.

- *Enseignes numériques*

Les enseignes numériques sont interdites.

Enseignes des tours de la Défense

Les enseignes situées au-dessus du rez-de-chaussée sont autorisées pour les immeubles de grande hauteur, entièrement occupés par des bureaux ou activités, sous réserve d'être apposées à plat ou parallèlement à la façade et au plus près du sommet de l'immeuble, sans pour autant dépasser la limite supérieure de la façade. Elles doivent être réalisées au moyen de lettres ou signes découpés.

Sous réserve de respecter les dispositions de la réglementation nationale, la surface de l'enseigne en façade des tours d'immeuble peut représenter jusqu'à 1/20^{ème} de la surface de la façade, dans la limite d'une hauteur de 6m pour une hauteur de façade inférieure à 150 m et 8 mètres pour une hauteur de façade supérieure ou égale à 150 m.

Le nombre d'enseignes sur les immeubles de bureaux est limité à :

- 2 dispositifs pour les immeubles présentant 4 façades ou moins
- 3 dispositifs pour les immeubles présentant de 5 à 8 façades
- 4 dispositifs pour les immeubles présentant plus de 8 façades.

Centres commerciaux d'envergure accessibles depuis le parvis de la Défense :

En ZP4a, les enseignes des centres commerciaux de plus de 100 000 m² de surface de plancher, accessibles depuis le parvis de la Défense peuvent déroger aux dispositions liées :

- aux enseignes en façade
- aux enseignes au sol
- aux enseignes numériques

Ces typologies sont soumises aux dispositions générales du règlement et aux dispositions communes à toutes les zones, à l'exception des règles relatives aux activités en étage. Au-delà des dispositions générales et communes, ce sont les règles de la réglementation nationale qui s'appliquent : ces structures ne sont pas concernées par les dispositions des enseignes spécifiques à la ZP4a.

Tableau de synthèse simplifié des règles par zone de publicité (première partie)

	ZP0	ZP1			
		ZP1a	ZP1b	ZP1c	ZP1d
	DISPOSITIONS GENERALES				
Enseigne en bandeau	Respect des rythmes verticaux. Hauteur maximale limitée à 1/5 ^{ème} de la hauteur de la devanture. Saillie 15 cm				En lettres ou signes découpés. Hauteur 40cm Saillie 10cm
Enseigne perpendiculaire	1 par voie bordant l'activité, en limite latérale de façade commerciale Surface : 0.80m ² - Saillie 0,80m				Format 0,30m ² Saillie 0,80 m
Enseigne sur store	Sur le lambrequin uniquement, doublons avec l'enseigne en bandeau évités.				Idem + inscription limitée au nom ou à l'activité.
Enseigne en adhésif sur vitrine	Lettres ou signes découpés (y compris logo) sur fond transparent				Interdit
Enseigne scellée au sol	interdit	1 par unité foncière Surface maximale = 2m ² - Hauteur maximale = 2m sauf Suresnes			interdit
Enseigne sur clôture	interdit	1 par voie bordant l'activité. 0.60mx0.60m, uniquement en l'absence d'enseigne au sol et d'enseigne en façade et sous réserve d'une insertion paysagère qualitative.			interdit
Enseigne en toiture	Interdit				
Enseigne numérique	interdit	interdit	2m ² en façade	interdit	2m ² en façade 8m ² immeuble occupé entièrement par une seule activité

Tableau de synthèse simplifié des règles par zone de publicité (deuxième partie)

	ZP2		ZP3			ZP4	
	ZP2a	ZP2b	ZP3a	ZP3b	ZP3c	ZP4a*	ZP4b*
DISPOSITIONS GENERALES							
Enseigne en bandeau	Respect des rythmes verticaux. Hauteur maximale limitée à 1/5 ^{ème} de la hauteur de la devanture. Saillie 15cm						
Enseigne perpendiculaire	1 par voie bordant l'activité, en limite latérale de façade commerciale Surface : 0,80m ² - Saillie 0,80m						
Enseigne sur store	Sur le lambrequin uniquement, doublons avec l'enseigne en bandeau évités.						
Enseigne en adhésif sur vitrine	Lettres ou signes découpés (y compris logo) sur fond transparent						
Enseigne scellée au sol	1 par UF Surface : 4m ² - Hauteur :3m		1 par unité foncière + 2 de moins de 1m ² Surface : 8 m ² , Hauteur = 6.5m			1 par UF Surface : 9 m ² Hauteur : 6,5m.	1 par UF 2 m ² Hauteur : 2m
Enseigne sur clôture	1 par voie bordant l'activité. 2m ² , uniquement en l'absence d'enseigne au sol et d'enseigne en façade et sous réserve d'une insertion paysagère qualitative.					interdit	
Enseigne en toiture	interdit						
Enseigne numérique	interdit	2m ² en façade	interdit	2m ² en façade	Interdit	Interdit	Interdit

Les surfaces et hauteurs données correspondent à des formats maximums.

UF = unité foncière

* Existence de règles spécifiques pour les enseignes d'immeubles grande hauteur en ZP4a et ZP4b

NB : En ZP4a, les centres commerciaux accessibles depuis le parvis de la Défense et présentant une surface de plus de 100 000 m² de surface de plancher sont soumis aux dispositions de la Règlementation Nationales ET aux dispositions générales et communes du présent règlement, à l'exception des règles relatives aux activités en étage.

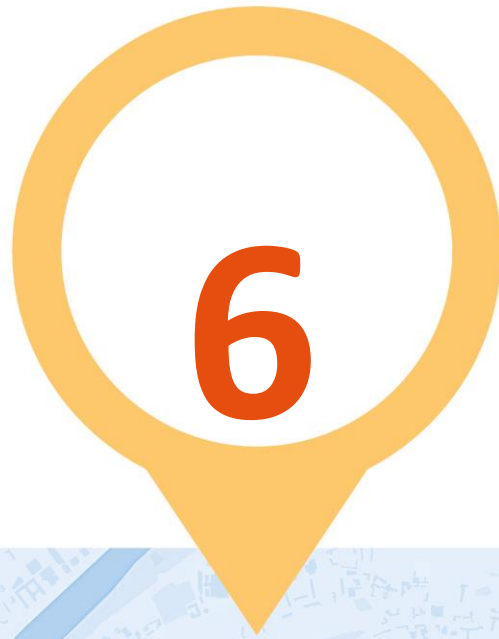
III. Adaptations et exceptions

Sous réserve d'une bonne intégration architecturale, urbaine et paysagère et dans le respect des dispositions de la réglementation nationale, des adaptations et exceptions peuvent être faites dans la réglementation des enseignes, afin de correspondre à des situations particulières, parmi les cas suivants :

- La configuration particulière des lieux ne permet pas le respect des prescriptions précédentes ;
- Les activités exercées en retrait de la voie ne bénéficiant pas d'une visibilité suffisante (adaptations possibles, sous réserve de l'accord du gestionnaire du domaine public ou du propriétaire des murs concernés par l'installation) ;
- Les enseignes réalisées en matériaux ou procédés originaux ou innovants, enseignes anciennes, patrimoniales ou figuratives peuvent faire l'objet de dérogations au présent règlement ;
- Les enseignes contribuant de manière déterminante à la mise en valeur des lieux considérés ou aux activités qui y sont exercées, peuvent faire l'objet de dérogations au présent règlement ;
- Le regroupement d'enseignes de raisons sociales différentes sur un même dispositif ou un même bâtiment peut donner lieu à des adaptations de la réglementation des enseignes, pour une amélioration du rendu visuel de l'ensemble ;
- Les enseignes signalant des activités en étage occupant la totalité d'un bâtiment, un linéaire de façade ou une emprise foncière importants.

Il est rappelé, que conformément à l'arrêté du 2 avril 2012, les établissements culturels suivants ne sont pas soumis aux règles de limitation de la surface cumulée des enseignes en façade (article R.581-63), ni à la limite de surface cumulée fixée à 60m² pour les enseignes en toiture (article R.581-62) :

- Les établissements de spectacles cinématographiques
- Les établissements de spectacles vivants
- Les établissements d'enseignement et d'exposition des arts plastiques



LEXIQUE



Chapitre 6 : Lexique

Les termes faisant l'objet d'une définition réglementaire ou législative nationale sont applicables dans le cadre du Règlement Local de Publicité intercommunal sous réserve d'une éventuelle évolution législative ou réglementaire de ces définitions.



Activités culturelles : sont qualifiées comme telles : les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants, ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

Alignement : limite du domaine public routier par rapport aux propriétés riveraines

Allège : pan de mur léger ou panneau compris entre un vitrage et le plancher.

Auvent : avancée en matériaux durs en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture, dont l'objet est de protéger des intempéries.

Bâche de chantier : installée sur un échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Baie : toute ouverture vitrée pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc).

Bandeau de façade : terme désignant la bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

Cadre d'un dispositif d'affichage : le cadre d'un dispositif publicitaire est la partie du dispositif qui entoure l'affiche (également appelé moulure).

Caisson lumineux : coffret rigide avec une ou deux faces translucides comportant un dispositif intérieur d'éclairage.

Chevalet : élément d'affichage de rue apposé sur le sol. Il permet notamment une communication double face devant une boutique. Généralement installé sur le domaine public (trottoir), il fait l'objet d'une autorisation de stationnement.

Clôture : toute construction, maçonnée ou non, destinée à séparer une propriété privée du domaine public, deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Clôture non aveugle : se dit d'une clôture ajourée.

Corniche : couronnement continu en saillie d'une construction, qui décore et protège la façade.

Devanture commerciale : revêtement de la façade commerciale d'un commerce. Une devanture est constituée de l'ensemble des éléments extérieurs qui expriment la présence d'un commerce sur la façade d'un immeuble : la vitrine, son encadrement, le système de fermeture et l'éclairage.

Drapeau (enseigne perpendiculaire) : Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le côté du dispositif parallèle au mur.

Dispositif publicitaire : support dont le principal objet est de recevoir de la publicité

Egout du toit : limite ou ligne basse d'un pan de couverture, vers laquelle ruissellent les eaux de pluie. La ligne d'égout correspond, dans la plupart des cas, à la partie basse d'une gouttière ou d'un chéneau.

Espace public : ensemble des espaces de passage et de rassemblement, qui sont à l'usage de tous et qui relèvent généralement du domaine public.

Façade : la façade d'une construction s'entend de l'ensemble des murs ou parois de pourtour, pignons inclus. Sont ainsi concernés tous les murs extérieurs d'une construction.

Façade commerciale : façade de la partie de l'immeuble occupée par l'activité et sur laquelle celle-ci peut implanter des enseignes selon les règles imposées par le RLPI.

Façade aveugle : définie dans la réglementation nationale comme étant un mur de bâtiment ne comportant aucune baie, ou au maximum des ouvertures de 0.50m².

Garde-corps : Élément ou ensemble d'éléments formant une barrière de protection placée sur les côtés d'un escalier ouvert, ou pourtour d'une toiture-terrasse, d'une toiture, ou d'un balcon, ou tout autre espace accessible et en hauteur.

Immeuble : terme désignant, au sens du code civil, le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

Kakemono : support d'affichage publicitaire suspendu verticalement. Au sens strict, un kakemono est une affiche verticale suspendue (kakemono = objet suspendu en japonais). Par extension, le terme désigne également une affiche sur pied portant.

Lambrequin : Ornement pendant et découpé, en bois ou en métal, qui borde une toiture de pavillon, une marquise et dissimule les gouttières, les chéneaux. Ou retombée d'un store de magasin.

Logo : abréviation de logotype. Terme désignant le signe figuratif d'une marque de fabrique, de commerce ou de service, ainsi que d'un produit ou de son conditionnement.

Marquise : terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Micro-affichage : Majoritairement apposée sur les murs ou vitrines des commerces. Le terme micro-affichage désigne les dispositifs annonçant de la publicité apposés à l'extérieur, sur la façade. Ils sont à différencier des éléments propres aux enseignes. Comme toute autre forme de publicité, l'affichage de petit format est soumis à déclaration préalable.

Mobilier urbain : Installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers. Le Code de l'environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques. On distingue 5 types de mobilier urbain : abris destinés au public, kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, colonnes porte-affiches, mâts porte-affiches, le mobilier urbain destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques.

Modénature : terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décoorent la façade d'un bâtiment.

Mur bahut : muret surmonté d'une grille de clôture, ajourée ou non.

Nu d'un mur : plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

Oriflamme : voile imprimée, fixée sur un mât.

Ouverture : percement pratiqué dans un mur.

Palissade de chantier: clôture provisoire masquant une installation de chantier.

Pavillon : habitation non mitoyenne implantée en retrait du domaine public.

Piedroit : terme synonyme de pilier, désignant les montants verticaux en maçonnerie situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

Produits du terroir : expression désignant les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqué dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit.

Publicité murale : La publicité murale est définie comme toute publicité installée sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité. Ex : palissade, mûr de clôture, mûr de bâtiment...

Rétroéclairage : la source lumineuse est placée derrière l'objet éclairé et permet ainsi d'éclairer en soulignant l'enseigne ou la publicité.

Saillie : terme désignant la distance qui sépare le dispositif débordant et le nu de la façade.

Service d'urgence : se dit d'un service public portant secours aux personnes (pompiers, SAMU) ou assurant la sécurité des personnes (police nationale, gendarmerie nationale).

Signalétique d'Information Locale (SIL) : la SIL a pour objectif d'orienter les personnes en déplacement vers les commerces, services, équipements ou points d'intérêts locaux situés à proximité. La SIL constitue une alternative intéressante aux pré-enseignes sauvages et illégales implantée hors agglomération. Ces dispositifs ne sont pas règlementés par le RLP, car ils relèvent non pas du code de l'environnement, mais du code de la route.

Spot-pelle : projecteur placé au bout d'un bras métallique

Store : équipement de protection déroulant, en tissu ou matériau léger, fixé en haut d'une fenêtre.

Support : terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

Surface totale : correspond à la surface du dispositif publicitaire dans son ensemble (encadrement compris).

Surface utile : correspond à la surface de l'affiche publicitaire (encadrement non compris).

Toiture terrasse : couverture quasiment plate ne comportant que de légères pentes qui permettent l'écoulement des eaux. Pente souvent inférieure à 15%.

Totem : dispositif apposé ou scellé au sol, de forme verticale, sans mât et dont le bas de l'ensemble est plein.

Unité foncière : ilot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

Unité urbaine : terme statistique défini par l'INSEE désignant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone bâtie continue (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions), qui compte au moins 2 000 habitants.

L'unité urbaine de Paris regroupe l'ensemble des communes de Paris Ouest La Défense. Cette unité urbaine rassemblant plus de 800 000 habitants et donne donc des règles sur la publicité plus souples aux différentes communes du territoire.

Adhésif sur vitrine : étiquette autocollante qui s'applique sur une vitre.

Voie ouverte à la circulation publique : au sens de l'article R.581-1 du Code de l'Environnement, il s'agit d'une voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.