



Département des Yvelines

COMMUNE DE VÉLIZY-VILLACOUBLAY

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : Rapport de présentation

Version pour la concertation



Sommaire

I. INTRODUCTION.....	3
II. DROIT APPLICABLE SUR LE TERRITOIRE EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE.....	6
1. LA NOTION D'AGGLOMERATION	6
2. LA NOTION D'UNITE URBAINE.....	8
3. LES PERIMETRES D'INTERDICTION DE TOUTE PUBLICITE EXISTANT SUR LE TERRITOIRE.....	8
a) <i>Les interdictions absolues</i>	8
b) <i>Les interdictions relatives</i>	9
4. LES REGLES APPLICABLES AU TERRITOIRE.....	11
a) <i>La réglementation locale</i>	11
b) <i>Les règles du Code de l'Environnement en matière de publicités et de pré-enseignes</i>	14
c) <i>Les règles du Code de l'Environnement en matière de pré-enseignes dérogatoires</i>	23
d) <i>Les règles du Code de l'Environnement en matière d'enseignes</i>	24
e) <i>Les règles du Code de l'Environnement en matière d'enseignes et pré-enseignes temporaires</i>	
29	
5. LE REGIME DES AUTORISATIONS ET DECLARATIONS PREALABLES	31
a) <i>L'autorisation préalable</i>	31
b) <i>La déclaration préalable</i>	31
6. LES COMPETENCES EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE	31
7. LES DELAIS DE MISE EN CONFORMITE	32
III. DIAGNOSTIC DU PARC D'AFFICHAGE	33
1. LES CARACTERISTIQUES DES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES	33
2. LES CARACTERISTIQUES DES ENSEIGNES	40
3. CONCLUSION DU DIAGNOSTIC	51
IV. ENJEUX EN MATIERE D'AFFICHAGE EXTERIEUR.....	52
V. ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DE LA COLLECTIVITE EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE.....	53
1. LES OBJECTIFS DE LA REVISION DU RLP DE VELIZY-VILLACOUBLAY	53
2. LES ORIENTATIONS.....	53
VI. JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS.....	54
1. LES CHOIX RETENUS EN MATIERE DE PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES	54
2. LES CHOIX RETENUS EN MATIERE D'ENSEIGNES	56

I. Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations.

La réglementation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes vise à concilier liberté d'expression¹ et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

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

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

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

La loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP).

Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre I^{er} du Code de l'Urbanisme.

Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

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

Conformément à l'article R. 581-72 du Code de l'Environnement, le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

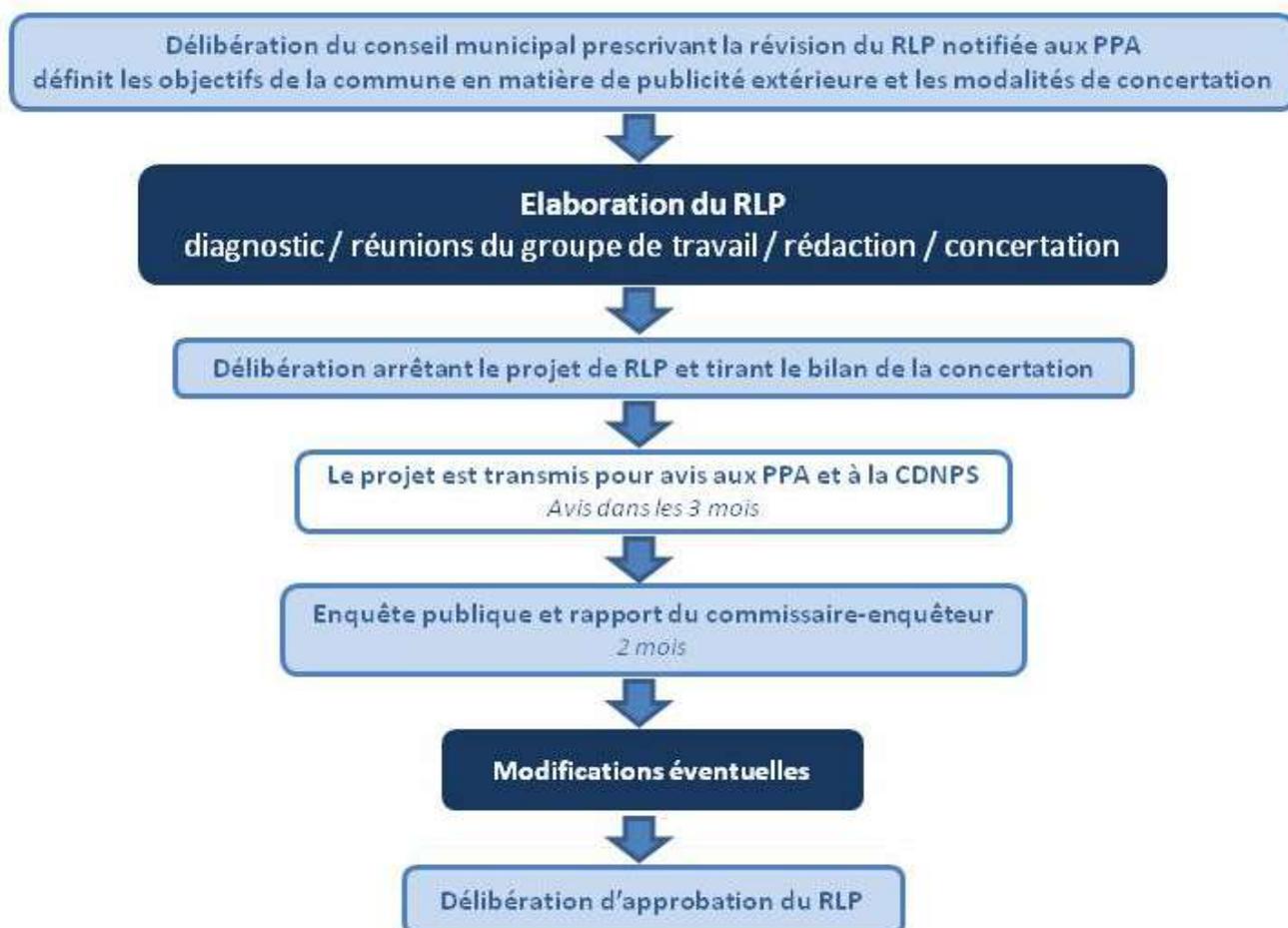
Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de publicité extérieure (notamment en termes de densité et d'harmonisation) et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

La partie réglementaire comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du Règlement Local de Publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune, les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le Règlement Local de Publicité et

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

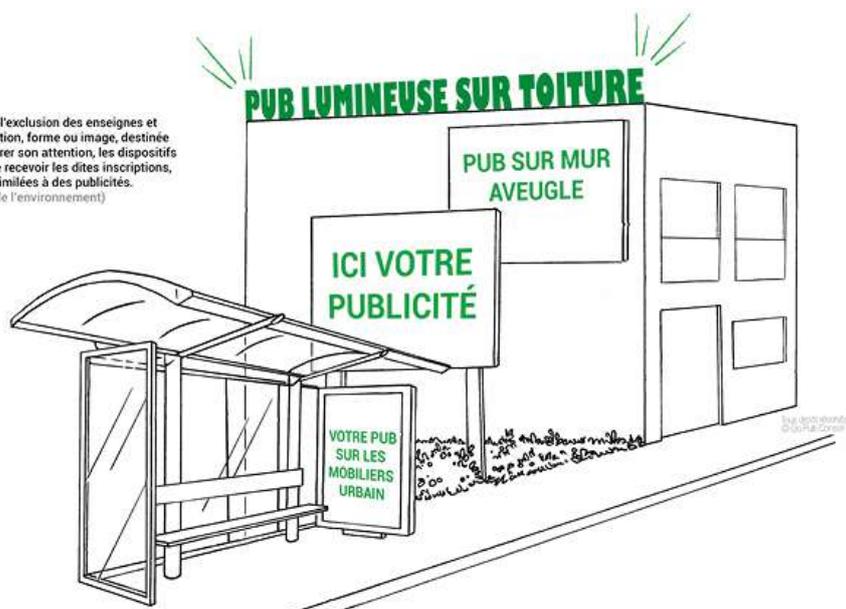
sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au Règlement Local de Publicité.



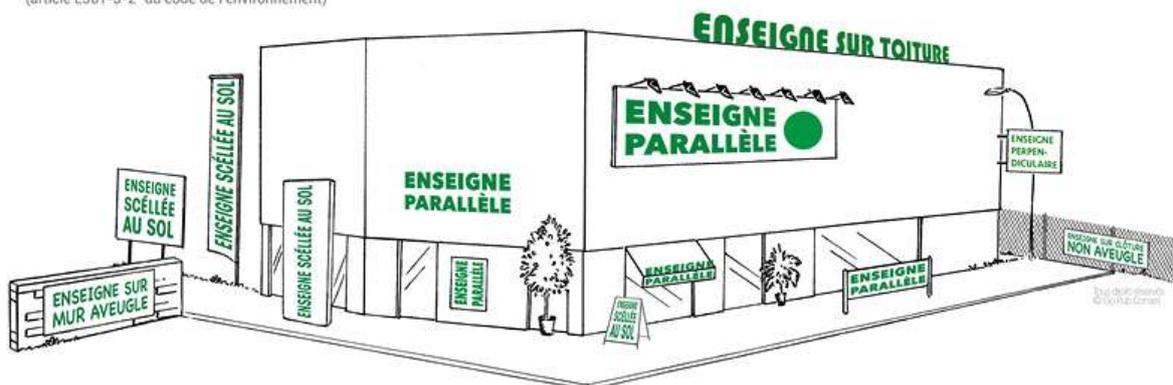
Logigramme des différentes phases de la procédure d'élaboration d'un RLP

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les pré-enseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le Code de l'Environnement :

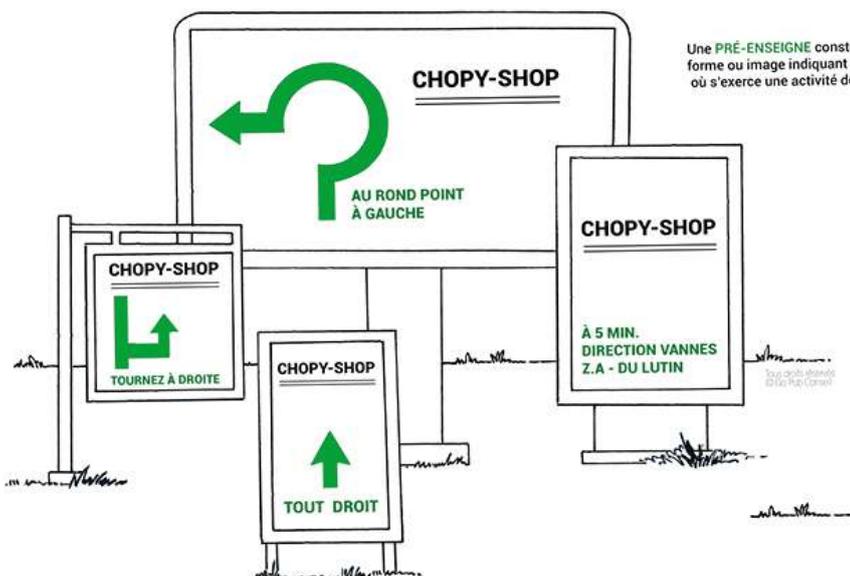
Une **PUBLICITÉ** constituée, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.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



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



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



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

La commune de Vélizy-Villacoublay est située dans le département des Yvelines au sein de la région Île-de-France. Elle compte 21 517 habitants².

Elle appartient, depuis le 1^{er} janvier 2016, à la Communauté d'Agglomération Versailles Grand Parc qui regroupe dix-huit communes (dix-sept dans les Yvelines, une dans l'Essonne) et compte 264 484 habitants.

1. La notion d'agglomération

Conformément à l'article R. 110-2 du Code de la Route, une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

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

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

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

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

² Population municipale légale millésimée 2016 de l'INSEE

³ Article L. 581-7 du Code de l'Environnement

⁴ Article L. 581-19 du Code de l'Environnement



Plan des limites d'agglomération de Vélizy-Villacoublay annexé à l'arrêté du 3 juin 2015

2. La notion d'unité urbaine

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

La commune de Vélizy-Villacoublay fait partie de l'unité urbaine de Paris qui compte 10 706 072 habitants⁵.

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

a) Les interdictions absolues⁶

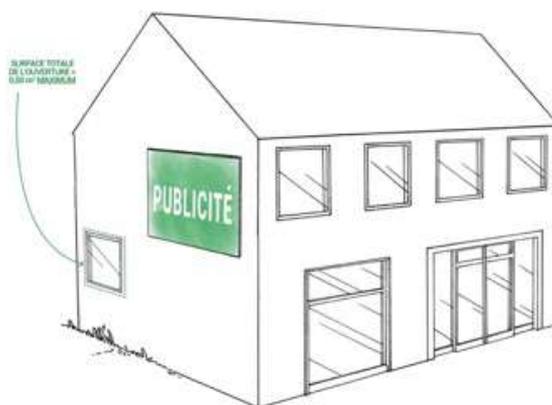
Pour rappel, les interdictions absolues de publicité instituées par le Code de l'Environnement ne peuvent pas être levées, et cela même par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur le territoire.

La commune de Vélizy-Villacoublay est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur :

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



- ◆ les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m² ;

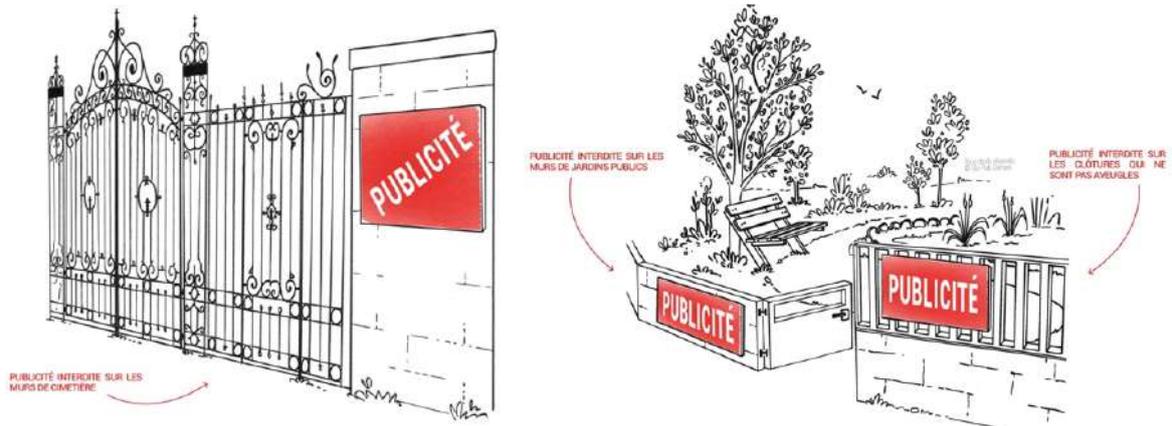


- ◆ les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

⁵Données issues du recensement 2015 de l'INSEE

⁶ Article L. 581-4 du Code de l'Environnement

- ◆ les murs de cimetière et de jardin public⁷.



b) Les interdictions relatives⁸

Contrairement aux interdictions absolues de publicité, les interdictions relatives peuvent être levées par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur le territoire s'il s'agit d'une zone agglomérée.

La commune de Vélizy-Villacoublay est concernée par l'interdiction relative aux abords des monuments historiques. Depuis la loi LCAP du 7 juillet 20169 « *la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative* » ou dans un périmètre de 500 mètres aux abords de ces monuments classés ou inscrits. En l'espèce cette protection s'applique au périmètre délimité des abords du Domaine national de Versailles et du Trianon qui concerne la partie occidentale de la commune.

Elle est également concernée par l'interdiction relative dans les sites inscrits suivants :

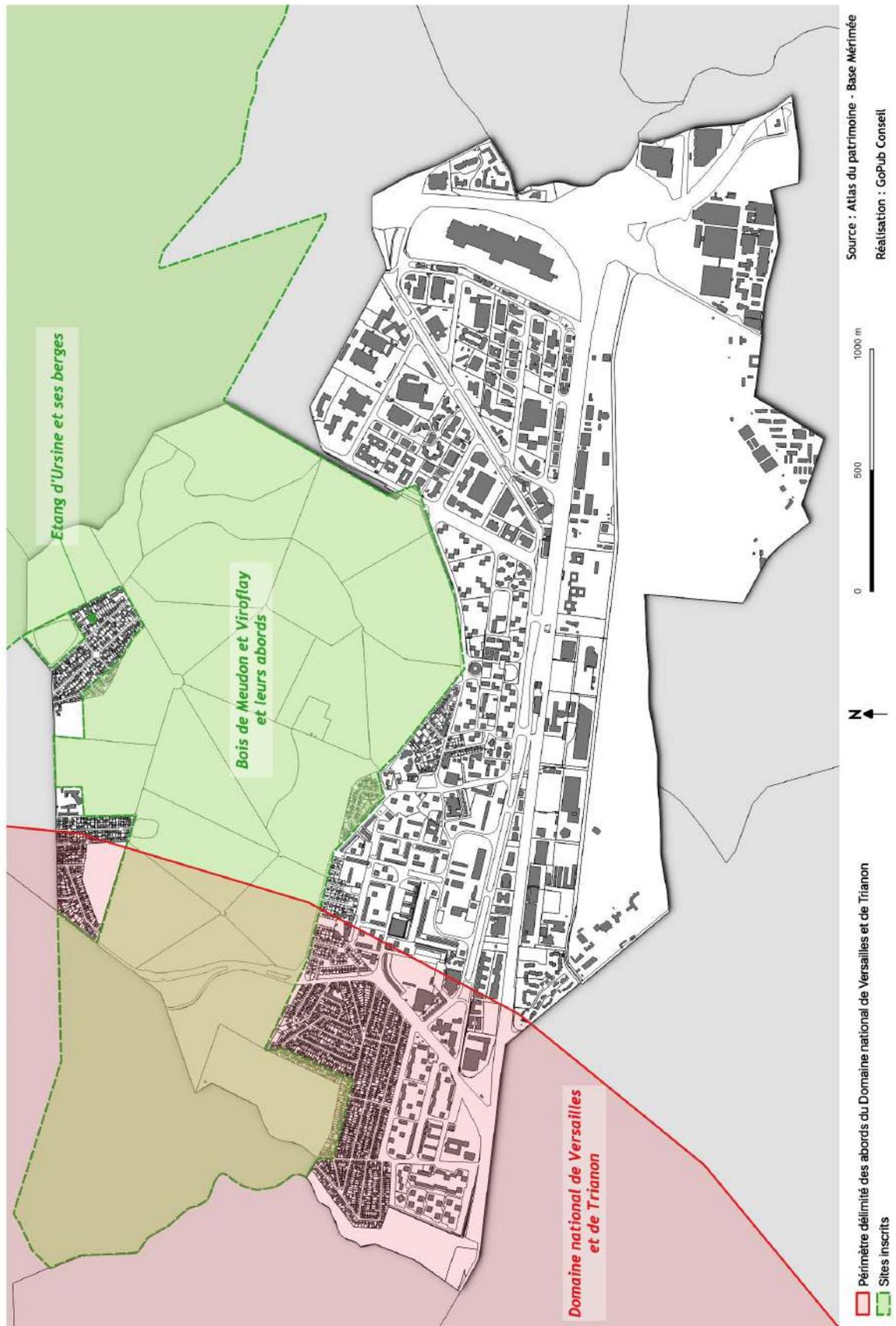
- ◆ Bois de Meudon et Viroflay et leurs abords, site naturel inscrit par arrêté du 20 décembre 1967 ;
- ◆ Étang d'Ursine et ses berges, site naturel inscrit par arrêté du 31 octobre 1945.

⁷ Article R. 581-22 du Code de l'Environnement

⁸ Article L. 581-8 du Code de l'Environnement

⁹ Loi n°2016_925 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016

Localisation des interdictions relatives de publicité sur la commune de Vélizy-Villacoublay



4. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière de publicité extérieure sur la commune de Vélizy-Villacoublay sont celles définies par le RLP approuvé le 13 octobre 1997.

Lorsque celui-ci ne fixe pas de cadre local, c'est la réglementation nationale applicable aux agglomérations de plus de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants qui s'applique.

a) La réglementation locale

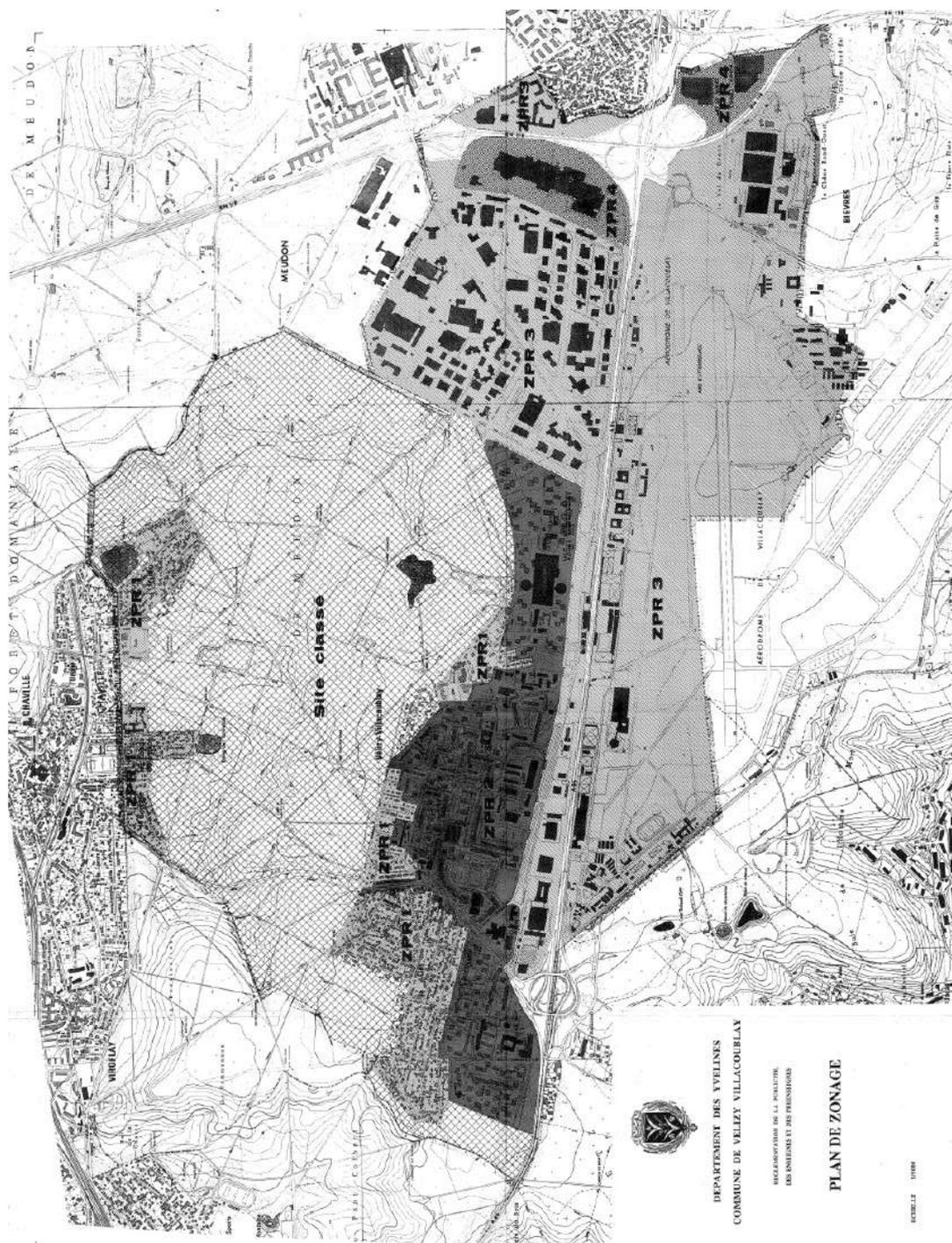
Le RLP en vigueur à Vélizy-Villacoublay a été adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation nationale, régie par la loi de 1979 sur la publicité extérieure : sans révision de ce règlement celui-ci deviendra caduc en 2020, conformément à la réforme de la loi « Grenelle II ».

Cette réforme et ses décrets d'application ont notamment supprimés les zones de publicité restreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L. 581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* ».

Le RLP actuel institue une zone dénommée « Site classé : Forêt de Meudon » et quatre zones de publicité restreinte (ZPR1 à ZPR4) sur le territoire de Vélizy-Villacoublay :

- ◆ « Site classé : Forêt de Meudon » : elle couvre le site naturel inscrit du Bois de Meudon et Viroflay et leurs abords ; toutes les publicités et pré-enseignes y sont interdites et les pré-enseignes temporaires et enseignes sont soumises à autorisation du Maire après avis conforme de l'ABF.
- ◆ ZPR1 : elle couvre principalement des secteurs résidentiels [le Clos (excepté les rues Marcel Sembat et Roger Wagner), Vélizy Bas – 94 pavillons et le Village] ; seules les publicités et pré-enseignes supportées par un abri destiné au public y sont autorisées dans la limite de 2 m² (puis 2 m² supplémentaires par tranche de 4,5 m² d'abri au sol).
- ◆ ZPR2 : elle couvre l'extension Ouest – Grand Ensemble – extension Est ainsi que les rues Marcel Sembat et Robert Wagner. Dans cette zone, seules les publicités et pré-enseignes supportées par un abri destiné au public, un kiosque porte-affiches ou un mobilier d'informations locales sont autorisées. Dans ce cas, elles respectent les dispositions du Code de l'Environnement avec en plus une limitation à 2 m² pour la publicité supportée par le mobilier d'informations locales.
- ◆ ZPR3 : elle couvre les zones d'emplois en dehors des centres commerciaux. Les publicités et pré-enseignes sont autorisées sur le mobilier urbain dans les limites fixées par le Code de l'Environnement. Il est également possible d'implanter des dispositifs publicitaires scellés au sol sur le domaine public (moins d'1 m²) et sur le domaine privé dans un cadre proche de celui fixé dans le Code de l'Environnement (hauteur au sol limitée à 6 mètres, surface limitée à 12 m²). Leur implantation est subordonnée à une règle de densité publicitaire qui impose un minimum de 50 mètres linéaires. Un dispositif supplémentaire peut être implanté par tranche entière de 100 mètres (avec un espacement d'au moins 100 mètres entre support). Les publicités ou pré-enseignes sur les façades ou en toitures sont interdites. Il n'est pas précisé de disposition concernant les publicités ou pré-enseignes sur des clôtures aveugles.
- ◆ ZPR4 : elle couvre les pôles d'activités commerciales (Vélizy II – Usines Center – Art de Vivre). Les publicités et pré-enseignes sont autorisées sur le mobilier urbain dans les

limites fixées par le Code de l'Environnement. Il est également possible d'implanter des dispositifs publicitaires scellés au sol dont le nombre et la surface dépendent du nombre de mètres carrés de terrain support. Ce type de disposition ne respecte pas la référence à l'unité foncière de la règle de densité publicitaire issue de la réglementation nationale. Les publicités ou pré-enseignes sur les façades ou en toitures sont interdites. Il n'est pas précisé de disposition concernant les publicités ou pré-enseignes sur des clôtures aveugles.



Plan de zonage du RLP en vigueur de la commune de Vélizy-Villacoublay

En matière d'enseignes, le tableau ci-après fait la synthèse des règles applicables au sein de chaque ZPR :

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4
Enseignes parallèles au mur	<p>1 par façade, en bandeau, non lumineuse (éclairage indirect admis)</p> <p>Surface $\leq 4 \text{ m}^2$</p>	<p>En bandeau</p> <p>Hauteur $\leq 0,50 \text{ m}$</p>	<p>1 par façade sur rue avec un maximum de 2 par entreprise non cumulable avec les enseignes en toiture</p> <p>Hauteur $\leq 2 \text{ m}$ Saillie $\leq 0,25 \text{ m}$</p> <p>Installation sur les bandeaux ou murs aveugles accompagnés d'un traitement architectural du mur qui les supporte</p> <p>Enseignes sur store ne doivent pas dépasser sur le domaine public</p>	<p>1 par façade :</p> <p>Pour les magasins et établissements d'une surface $\geq 3\%$ du centre commercial</p> <p>Pour les magasins et établissements disposant d'un accès direct, ouvert au public, sur l'extérieur</p> <p>Saillie $\leq 0,25 \text{ m}$</p> <p>Hauteur $\leq 4 \text{ m}$ pour les magasins $\geq 10\,000 \text{ m}^2$</p> <p>Hauteur $\leq 2 \text{ m}$ pour les magasins $\leq 10\,000 \text{ m}^2$</p> <p>Hauteur $\leq 2 \text{ m}$ pour les magasins/établissements disposant d'un accès direct, ouvert au public, sur l'extérieur</p> <p>Enseignes sur store possibles pour les magasins/établissements disposant d'un accès direct sur l'extérieur</p> <p>Pour les magasins d'une surface $< 3\%$ d'Usines Center et Art de Vivre, possibilité d'un panneau regroupant les enseignes sur a façade principale</p> <p>Possibilité de logo en façade en complément de l'enseigne pour les magasins/établissements d'une surface $\geq 3\%$ du centre commercial</p>
Enseignes perpendiculaires au mur	<p>1 enseigne par entreprise ou magasin, non clignotante (sauf croix de pharmacie)</p> <p>Surface $\leq 0,80 \text{ m}^2$ Saillie $\leq 0,80 \text{ m}$ Hauteur $\geq 2,30 \text{ m}$</p> <p>1 logo professionnel par façade sur rue et par activité</p> <p>Si plusieurs activités distinctes, 1 enseigne par activité</p>	<p>1 enseigne par entreprise ou magasin, non clignotante (sauf croix de pharmacie)</p> <p>Surface $\leq 0,80 \text{ m}^2$ Saillie $\leq 1 \text{ m}$ Hauteur $\geq 2,30 \text{ m}$</p> <p>1 logo professionnel par façade sur rue</p> <p>Si plusieurs activités distinctes, 1 enseigne par activité</p> <p>Pour les centres commerciaux, 1 enseigne par activité sur les façades extérieures du centre et 1 par activité par façade de magasin</p>	<p>Par enseigne :</p> <p>Surface $\leq 0,50 \text{ m}^2$ Saillie $\leq 1 \text{ m}$ Hauteur $\geq 2,30 \text{ m}$</p>	<p>Interdites</p>

Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Interdites	1 mât porte-enseignes par façade de magasin, hauteur ≤ 5 m Totems de stations-services (hauteur ≤ 6,50 m) et relais d'information sur le domaine public (hauteur ≤ 10 m)	1 par parcelle : Hauteur ≤ 6 m Surface ≤ 12 m ² Implantation par rapport aux limites de propriété : D=H/2 Si plusieurs entreprises, regroupement sur un seul panneau préconisé Totems limités à une hauteur ≤ 6,50 m Mâts : 1 par tranche de 50 m de linéaire de façade Hauteur ≤ 9 m Banderoles tendues entre 2 mâts interdites	Interdites sauf : Totems de stations-services limités à une hauteur ≤ 6,50 m Mâts : 1 par tranche de 100 m de linéaire de façade Hauteur ≤ 12 m Banderoles tendues entre 2 mâts interdites
Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Interdites	Lettres découpées non clignotantes, non apposées devant une baie ou un balcon, fixations dissimulées Hauteur : ≤ 2 m pour les commerces ≥ 400 m ² ≤ 0,50 m pour les autres commerces	1 par façade sur rue avec un maximum de 2 par entreprise Hauteur : ≤ 2 m Lettres découpées non clignotantes, implantées au plus près de l'acrotère, fixations dissimulées Sources d'éclairage ne doivent pas apparaître Possibilité de logo en complément de l'enseigne : 1 par parcelle et par entreprise Hauteur ≤ 3 m	Uniquement l'intitulé du centre commercial Hauteur : ≤ 3 m Lettres découpées non clignotantes, implantées au plus près de l'acrotère, fixations dissimulées Sources d'éclairage ne doivent pas apparaître

b) Les règles du Code de l'Environnement en matière de publicités et de pré-enseignes

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer. Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent¹⁰.

Format (hors mobilier urbain)

Publicité (ou pré-enseigne) non lumineuse sur un mur ou une clôture	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 7,5 m
Publicité (ou pré-enseigne) non lumineuse scellée au sol ou installée directement sur le sol	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 6 m
Publicité (ou pré-enseigne) lumineuse éclairée par projection ou transparence	Règles de la publicité non lumineuse
Publicité (ou pré-enseigne) lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence notamment numérique	Surface ≤ 8 m ² Hauteur ≤ 6 m

¹⁰ Article R. 581-24 du Code de l'Environnement

Densité

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

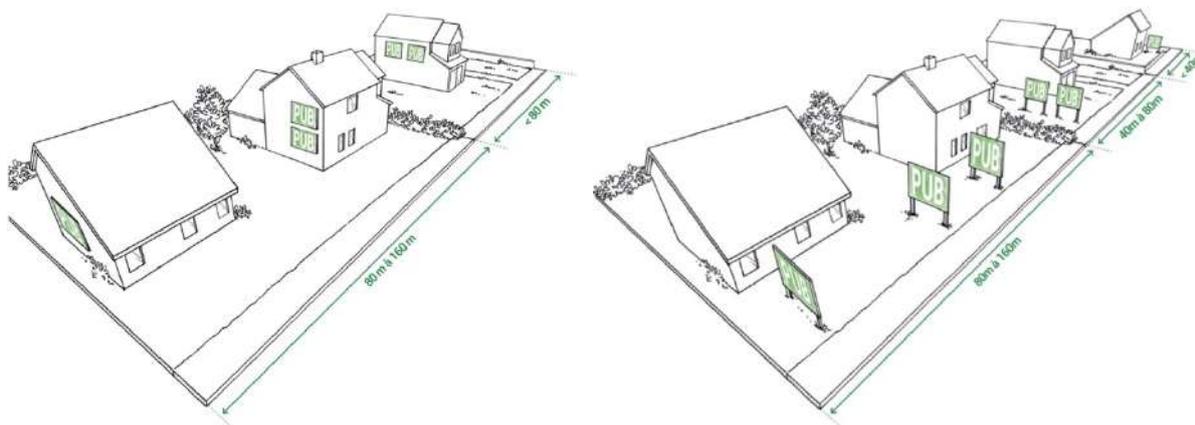
I. Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

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

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

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



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

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

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

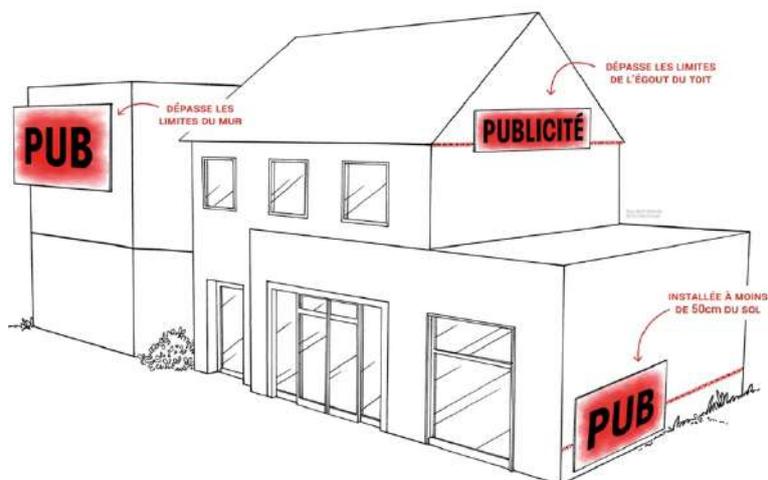
Publicité non lumineuse sur mur ou clôture

La publicité non lumineuse ne peut :

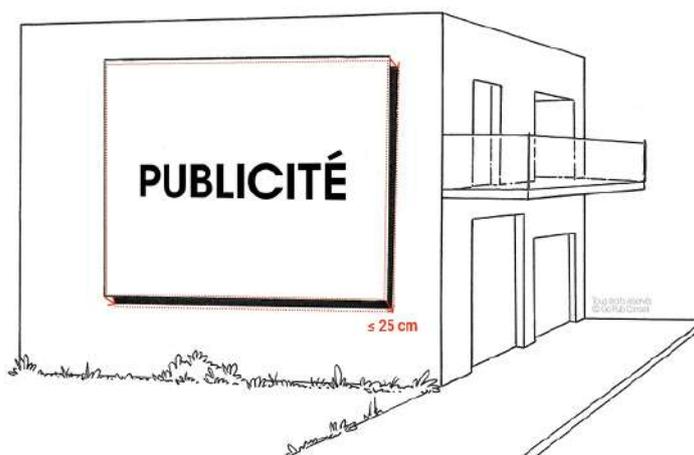
- ◆ être apposée ni à moins de 50 cm du niveau du sol, ni sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- ◆ dépasser les limites du mur qui la supporte ou les limites de l'égout du toit ;

¹¹ Article R. 581-25 du Code de l'Environnement

- ◆ être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



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

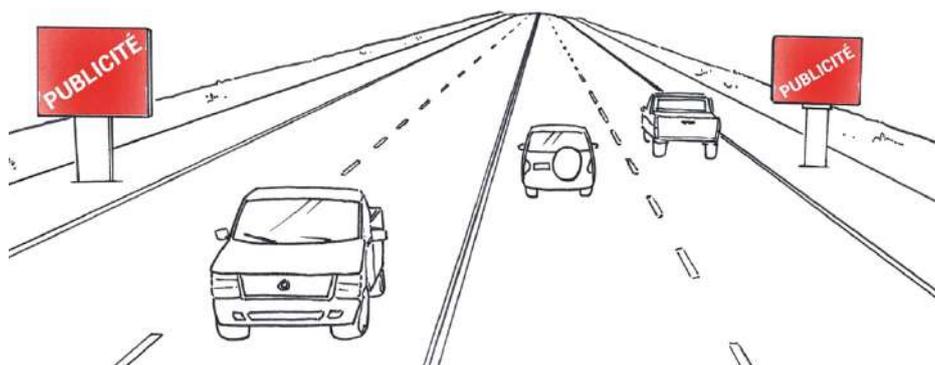


Publicité non lumineuse scellée au sol ou installée directement sur le sol

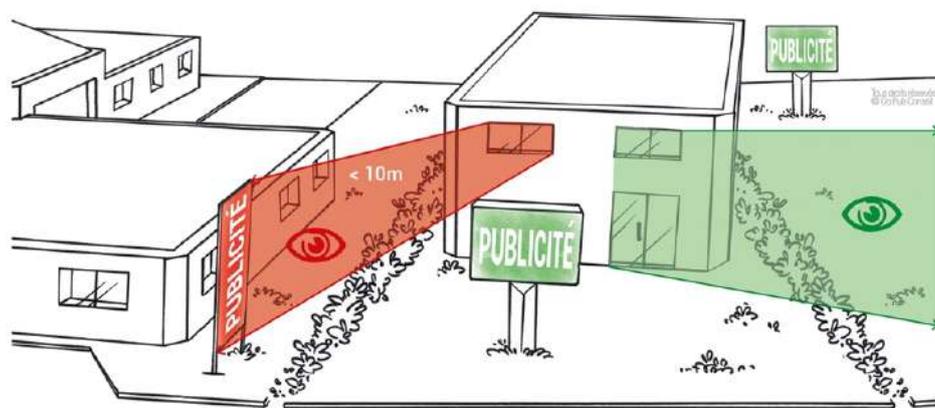
Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- ◆ dans les espaces boisés classés (EBC)¹² ;
- ◆ dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols.

¹² Article L. 130-1 du Code de l'Urbanisme



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



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



Publicité lumineuse

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

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

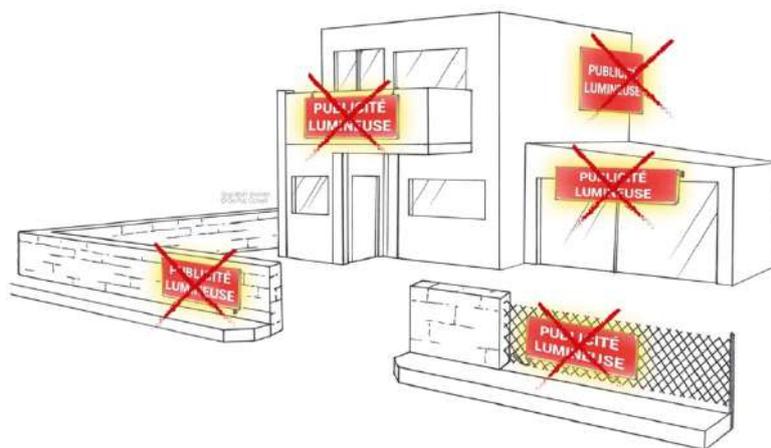
La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹³.

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

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

La publicité lumineuse ne peut :

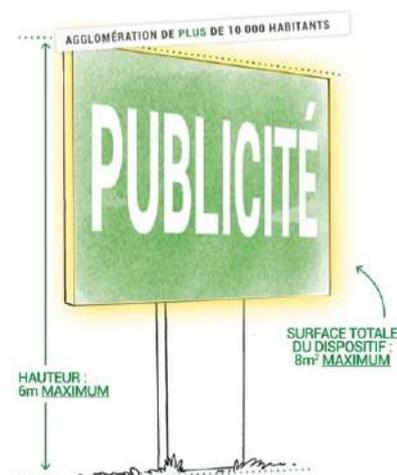
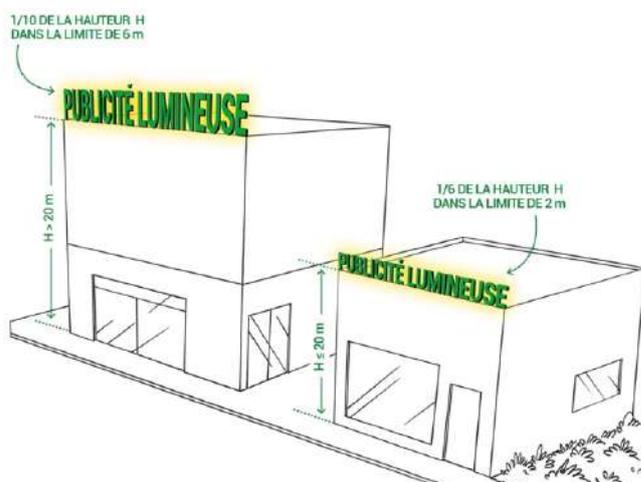
- ◆ recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- ◆ dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- ◆ être apposée ni sur un garde-corps de balcon ou balconnet, ni sur une clôture.



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

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

¹³ Arrêté ministériel non publié à ce jour



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

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁴, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

Mobilier urbain support de publicité

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

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

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

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

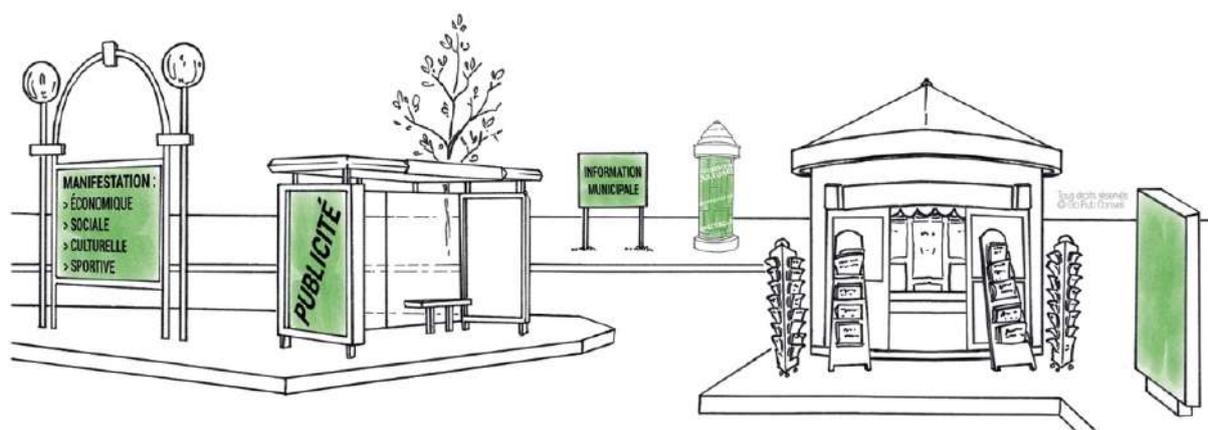
- ◆ dans les EBC en application de l'article L. 130-1 du Code de l'Urbanisme ;
- ◆ dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un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

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain ainsi que la publicité numérique supportée par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes, ne sont pas soumises à l'extinction nocturne.

¹⁴ Arrêté ministériel non publié à ce jour

Il existe cinq types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité :

Type	Règles applicables
Abris destinés au public	<p>Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$</p> <p>Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol</p> <p>Dispositifs publicitaires sur toit interdits</p>
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifîés sur le domaine public	<p>Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$</p> <p>Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$</p> <p>Dispositifs publicitaires sur toit interdits</p>
Colonnes porte-affiches	Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mâts porte-affiches	<p>Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives</p> <p>Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos</p> <p>Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$</p>
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	<p>Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres</p> <p>Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; ◆ ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m^2 (8 m^2 si numérique) ; ◆ ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



Publicité sur bâches

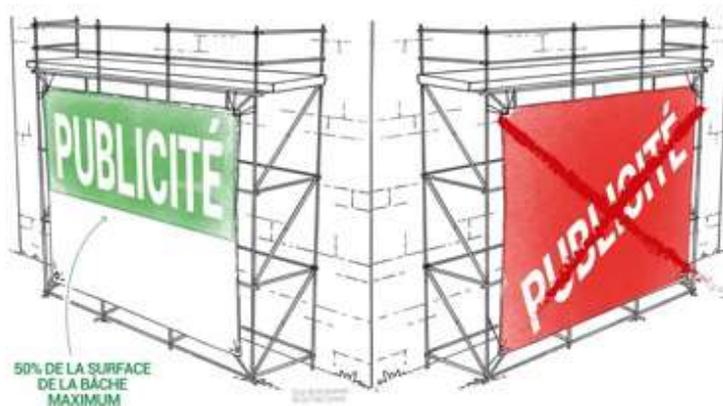
Les bâches comprennent :

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

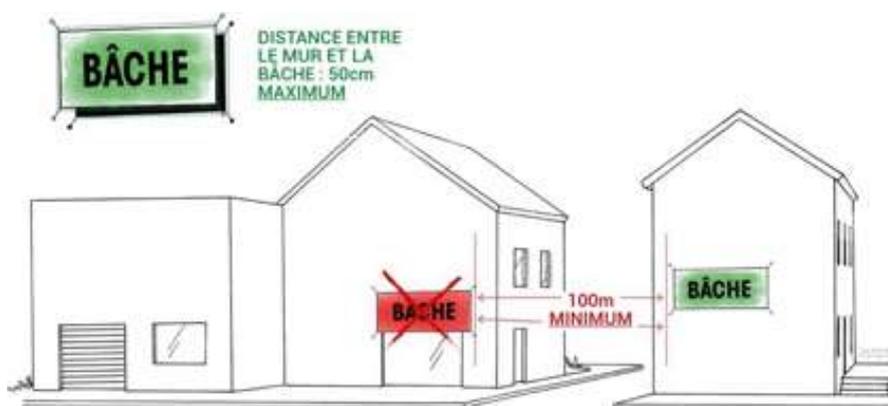
Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie

publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la Route.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. La durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des échafaudages pour les travaux. La surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à 50% de la surface de la bâche¹⁵.



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci. La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



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

Dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une

¹⁵ L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la Route.

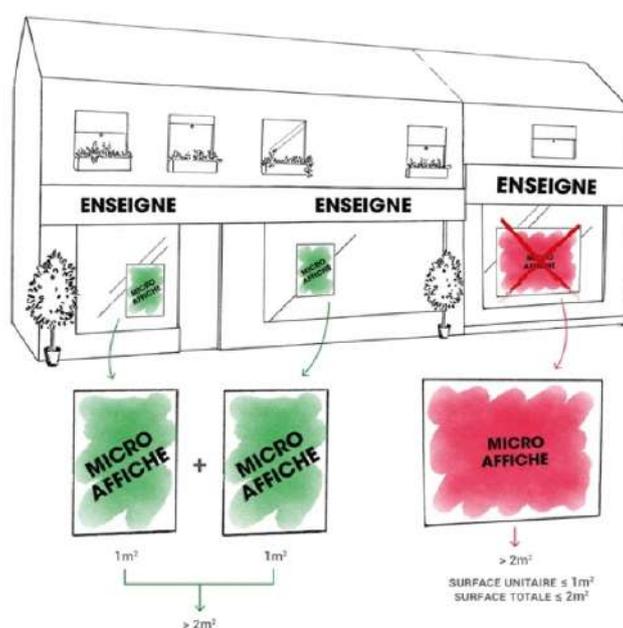
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 m².

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².



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

Les publicités sur les véhicules terrestres¹⁶ ainsi que sur les eaux intérieures¹⁷ sont également réglementées par le Code de l'Environnement.

c) Les règles du Code de l'Environnement en matière de pré-enseignes dérogatoires

Les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

¹⁶ Article R. 581-48 du Code de l'Environnement pour les véhicules publicitaires

¹⁷ Articles R. 581-49 à 52 du Code de l'Environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

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

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

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

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques ouverts à la visite	Pré-enseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositifs par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

d) Les règles du Code de l'Environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

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

Enseignes lumineuses

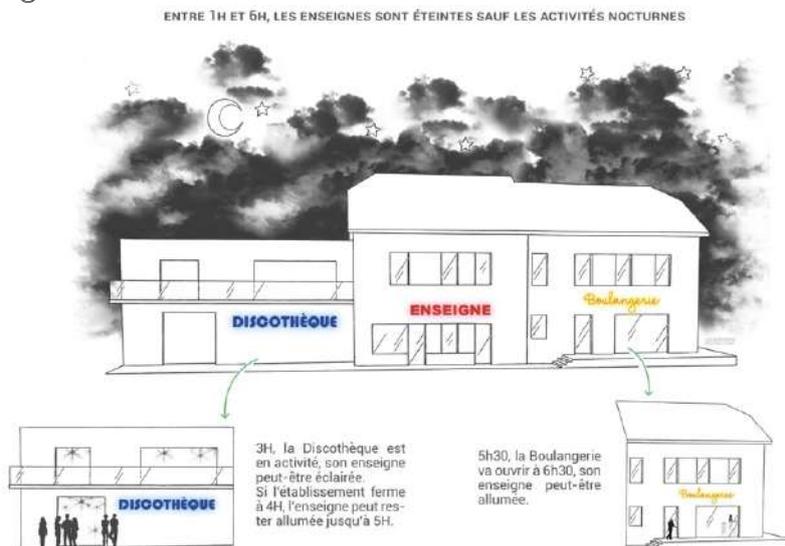
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹⁸.

¹⁸ Arrêté non publié à ce jour

Elles sont éteintes¹⁹ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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



Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

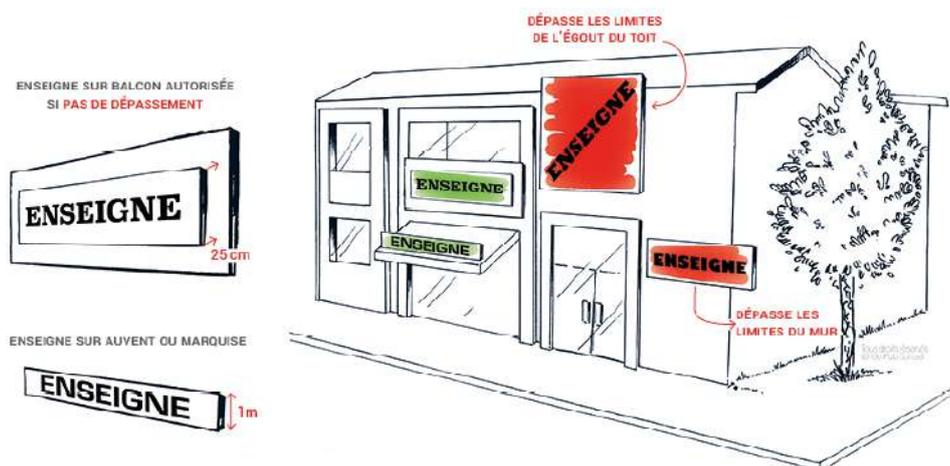
Elles ne doivent pas :

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

Des enseignes peuvent être installées :

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas 1 m ;
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.

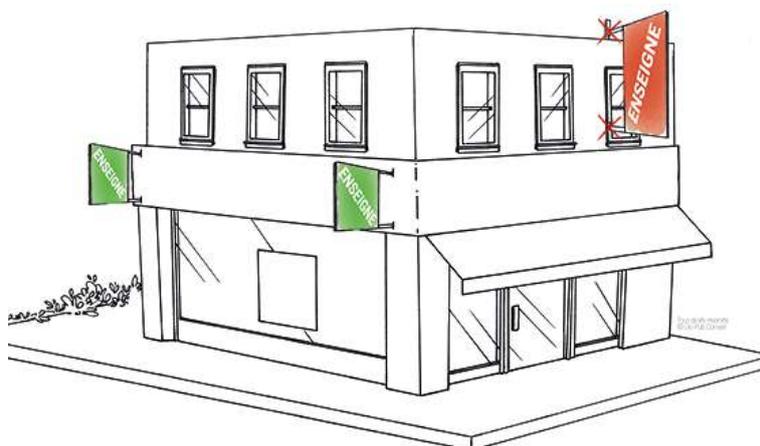
¹⁹ L'article R. 581-59 du Code de l'Environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral



Enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

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

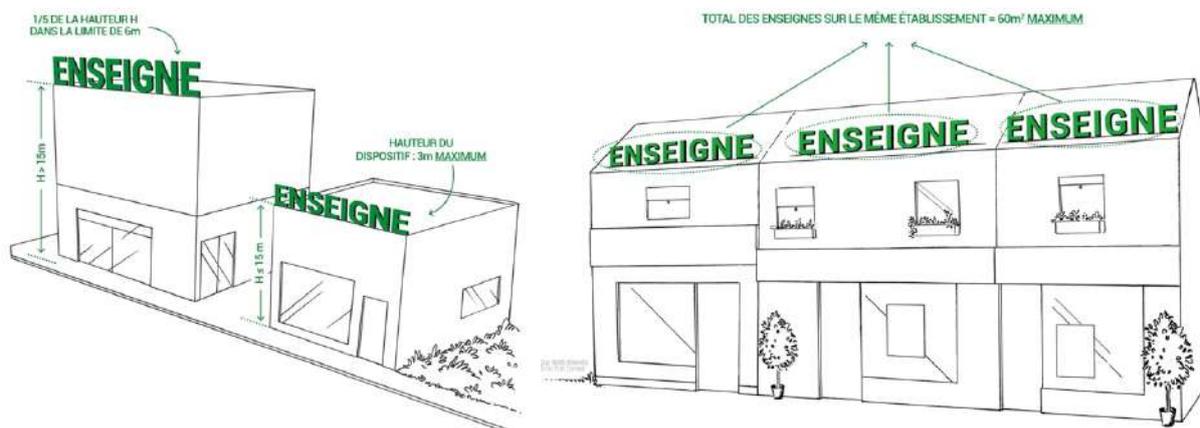


Enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

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

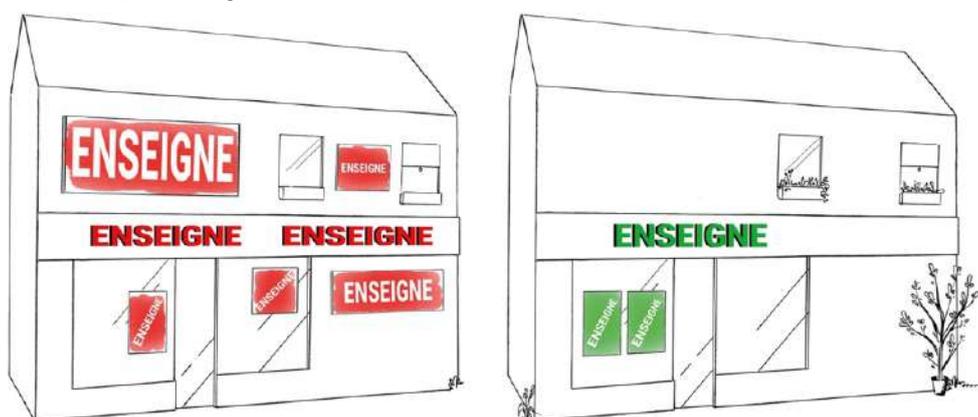
Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 50 cm de haut.

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

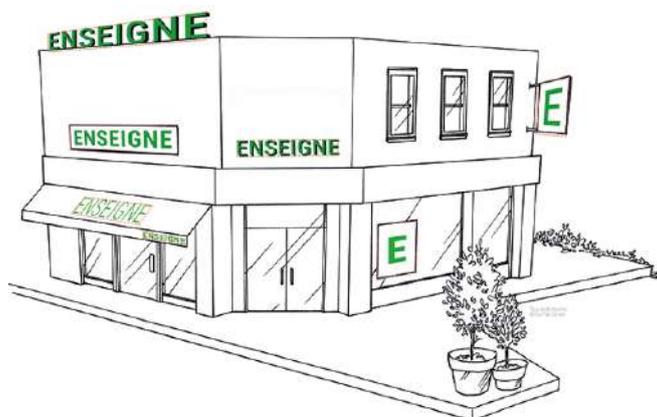


Enseignes apposées sur une façade commerciale

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



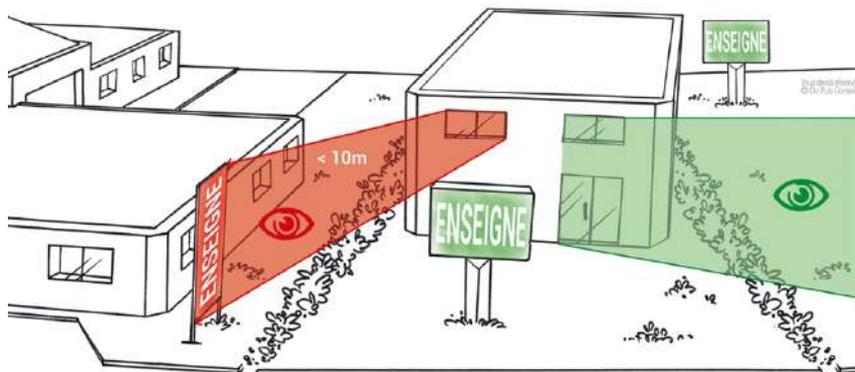
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



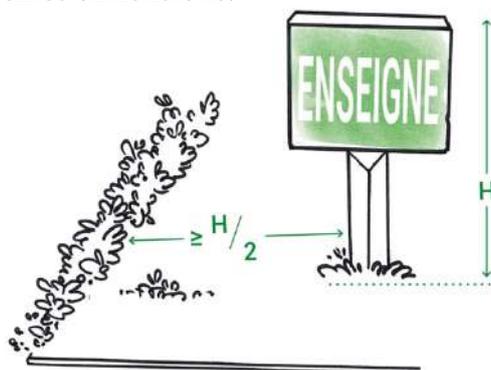
²⁰ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

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

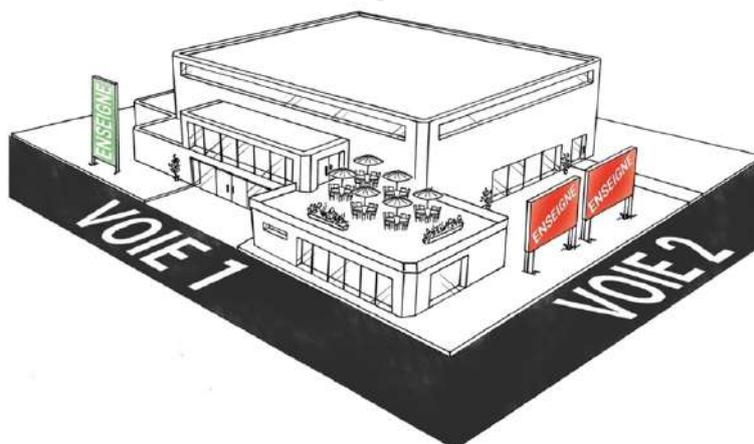
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



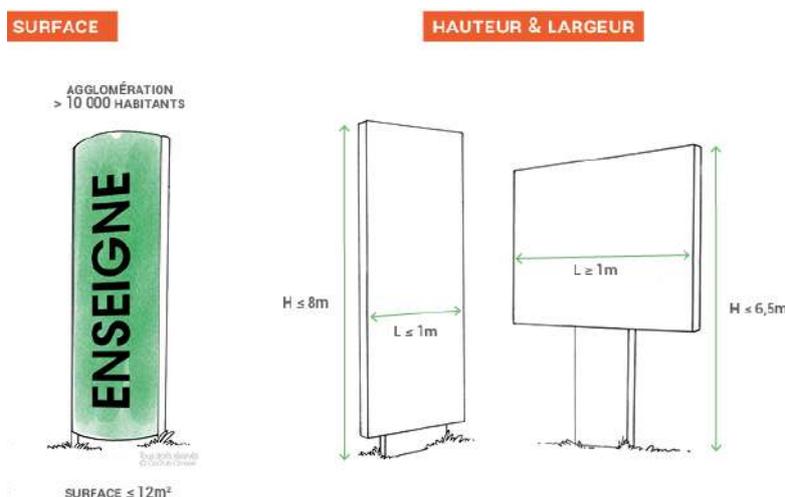
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans l'agglomération de Vélizy-Villacoublay qui compte de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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



e) Les règles du Code de l'Environnement en matière d'enseignes et pré-enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou pré-enseignes temporaires :

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

Elles peuvent être installées trois 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.

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

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

Enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

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

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

²² Arrêté non publié à ce jour

Enseignes temporaires perpendiculaires au mur

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

Enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- ◆ Surface totale $\leq 60 \text{ m}^2$

Enseignes temporaires de plus de 1 m^2 , scellées au sol ou installées directement sur le sol

- ◆ Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- ◆ Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- ◆ Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ (si 2° alinéa)

5. Le régime des autorisations et déclarations préalables

a) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

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

b) La déclaration préalable

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

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

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

6. Les compétences en matière de publicité extérieure

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

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

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

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

7. Les délais de mise en conformité

Le Code de l'Environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'Environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositifs en infraction (publicités et pré-enseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous :

	Infractions au Code de l'Environnement	Infractions au RLP
Publicités et pré-enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015.	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018.	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

III. Diagnostic du parc d'affichage

Un recensement des dispositifs publicitaires situées à Vélizy-Villacoublay (en particulier des enseignes) a été effectué en mars 2019. Il a été complété par l'étude du parc des mobiliers urbains supportant de la publicité (abribus, mâts drapeaux, colonnes porte affiche et mobiliers urbains pour l'information) pour lequel la commune a une convention en cours avec JCDecaux.

C'est sur la base de ces données que le présent diagnostic a été réalisé.

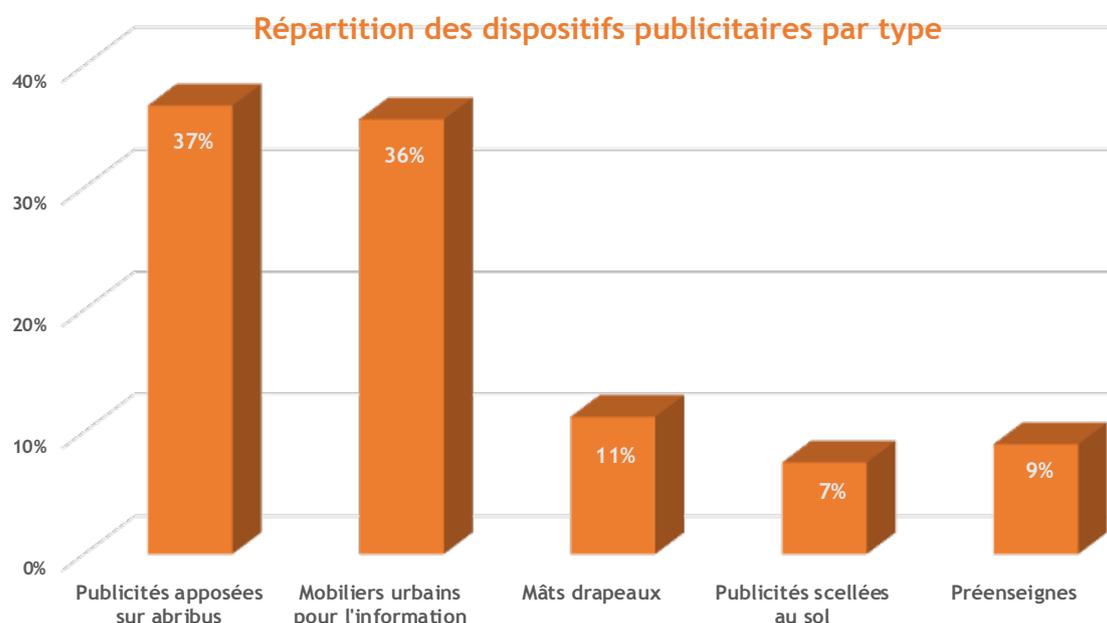
Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

Ce diagnostic se décompose en deux parties : d'abord l'analyse des publicités et pré-enseignes existantes sur le territoire communal ; ensuite les enjeux posés par les enseignes.

1. Les caractéristiques des publicités et pré-enseignes

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif d'affichage peut accueillir alternativement une publicité et une pré-enseigne. En outre, les règles applicables aux publicités et pré-enseignes étant identiques à l'exception des pré-enseignes dérogatoires et temporaires, ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

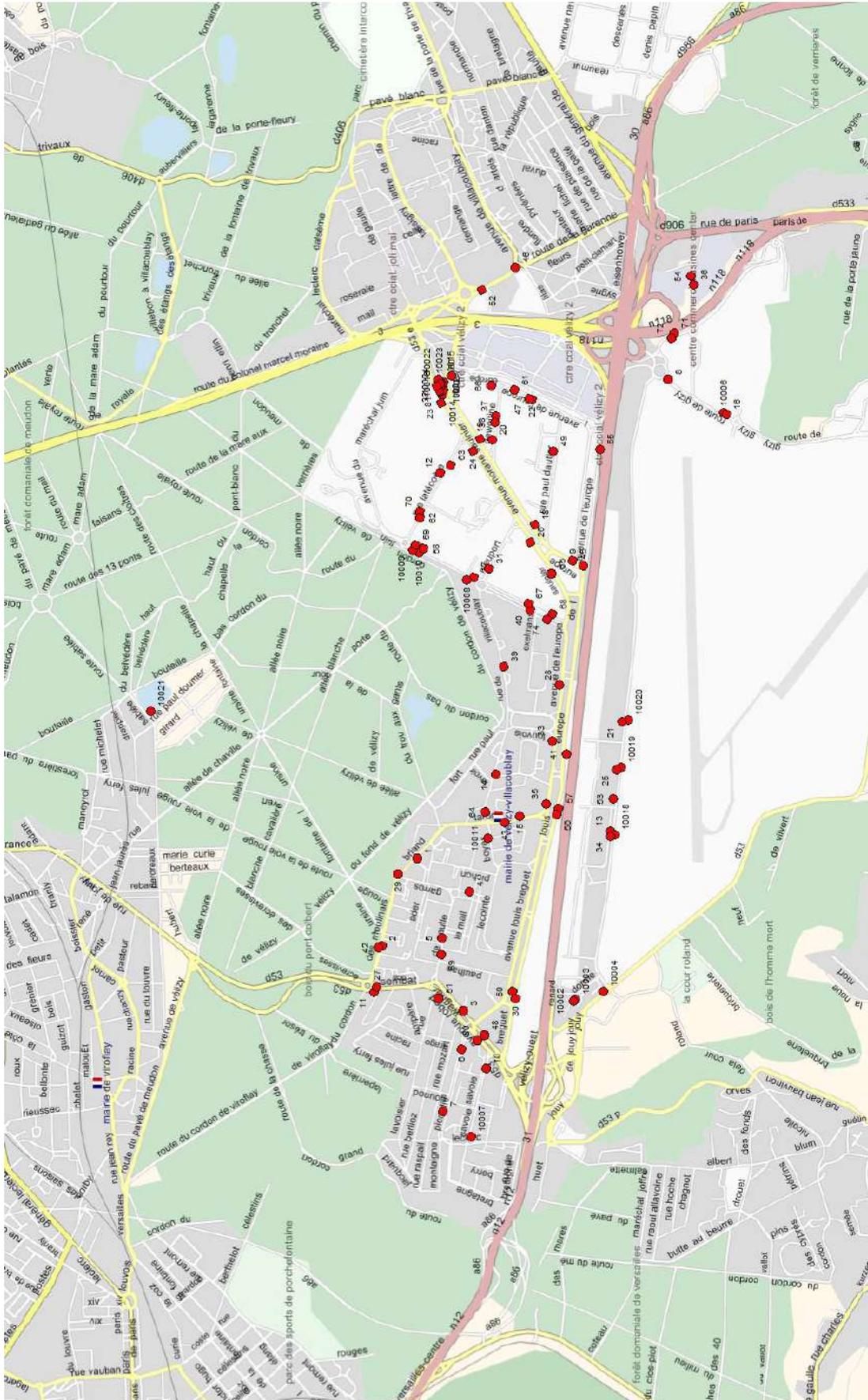
Sur le territoire vélizien, les dispositifs publicitaires revêtent cinq formes distinctes :



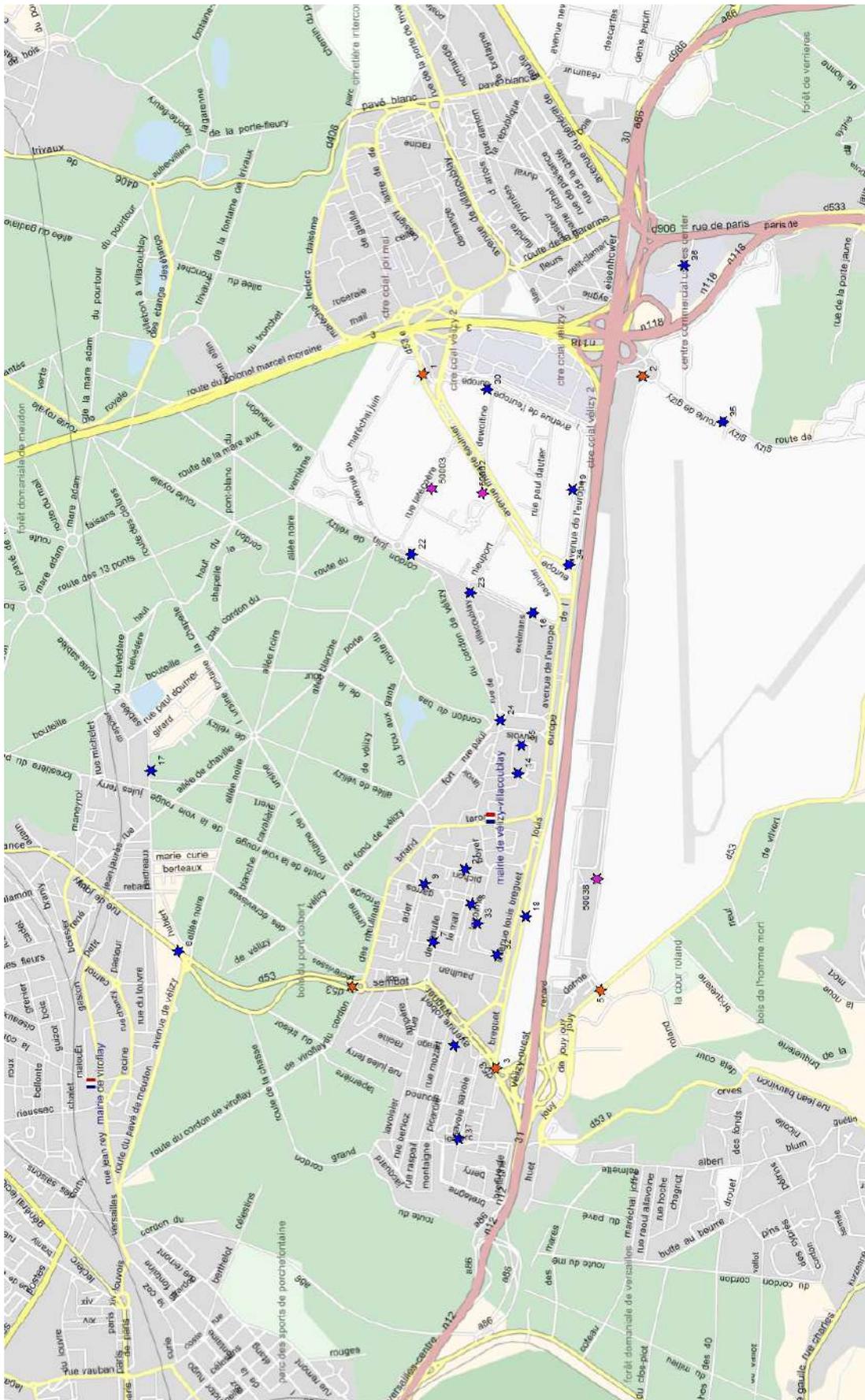
Au total, 267 dispositifs publicitaires ont été recensés à Vélizy-Villacoublay.

La majorité d'entre eux sont apposés sur mobilier urbain (223 soit 83,5% du total) alors que seulement 20 sont scellés au sol (7,5%) et 24 (9%) sont des jalonnements économiques signalant la proximité d'une activité (pré-enseignes).

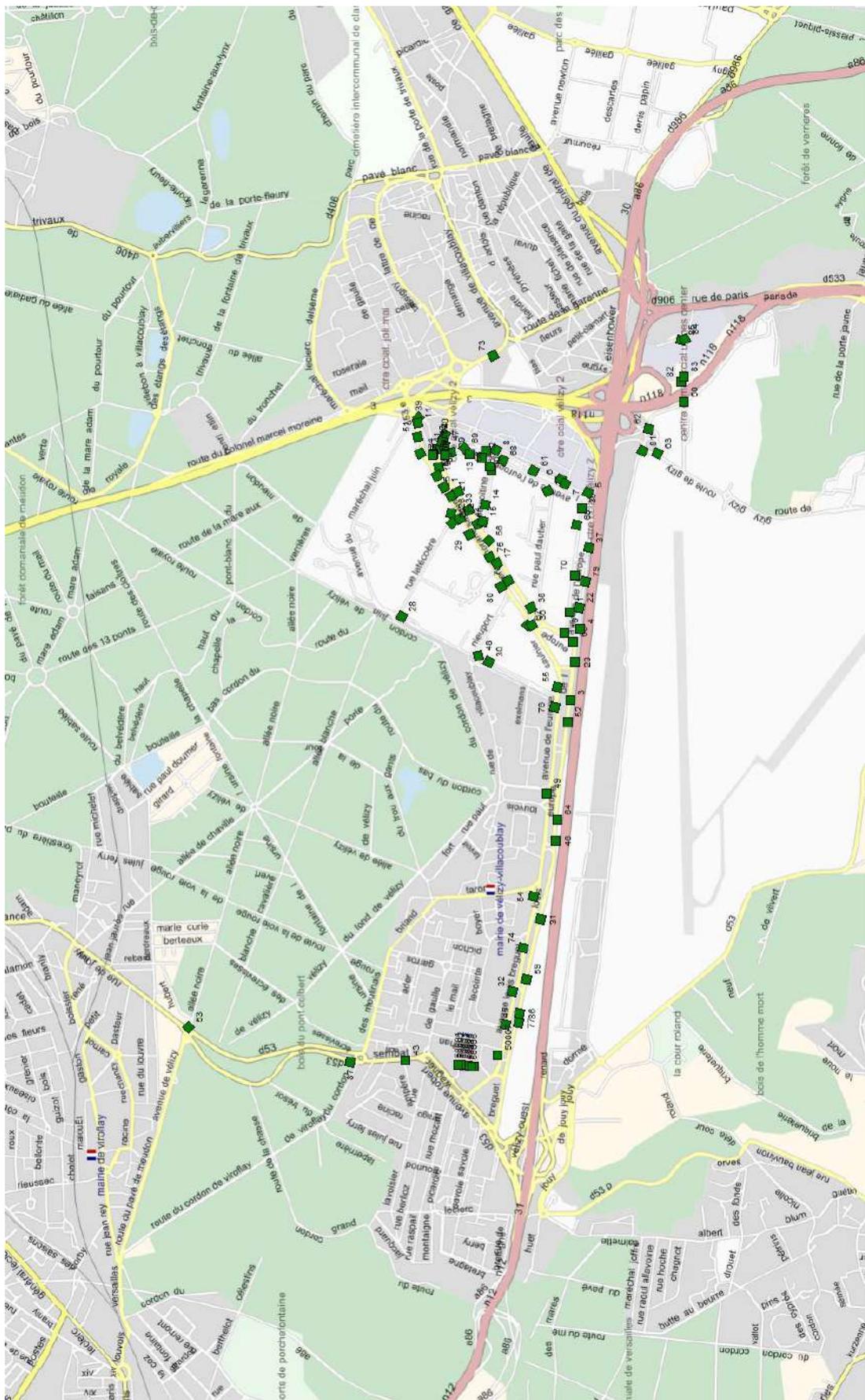
Les publicités apposées sur mur ou sur clôture ne semblent pas présentes sur le territoire communal.



Localisation des dispositifs publicitaires sur abribus à Vélizy-Villacoublay

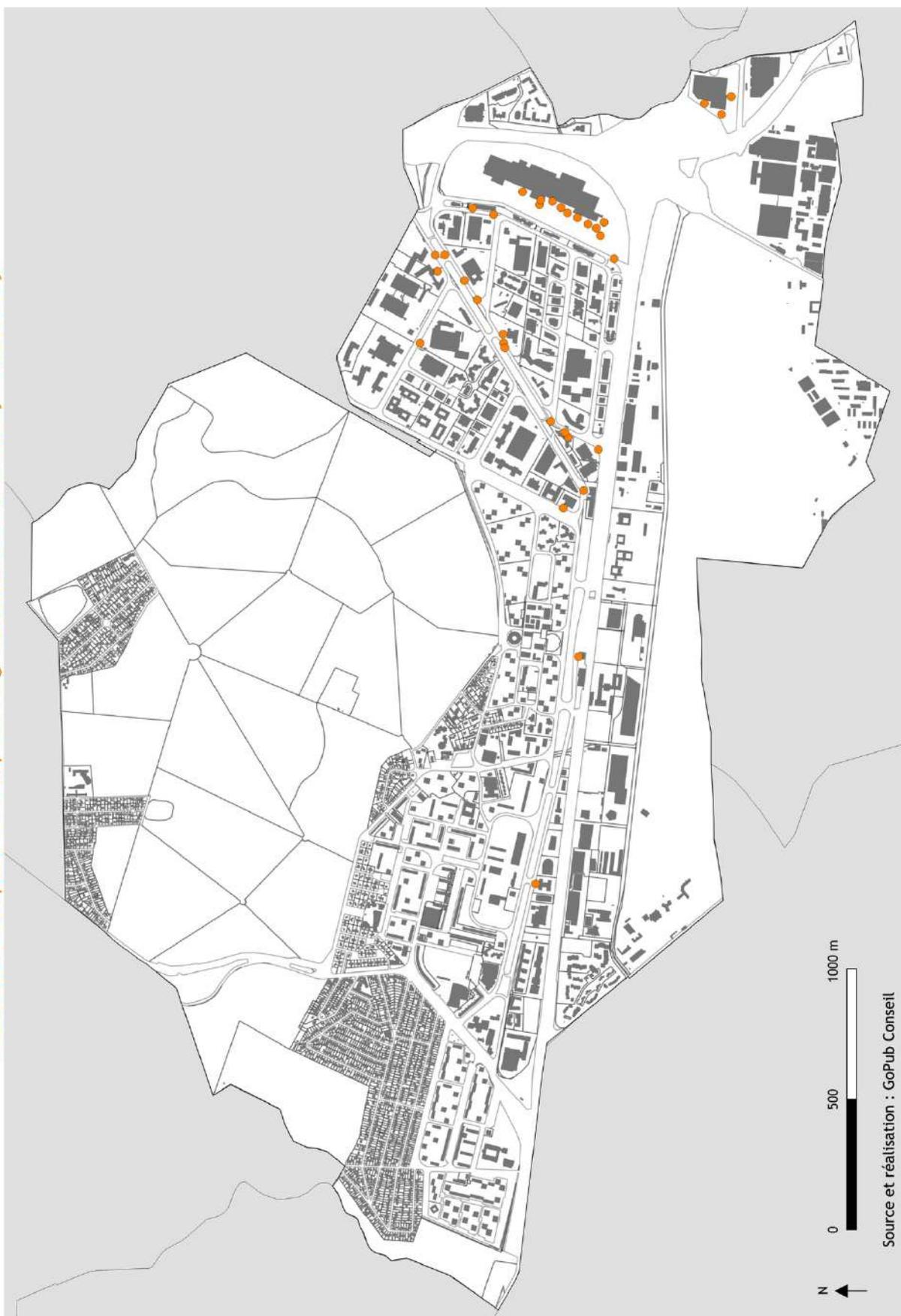


Localisation des mâts drapeaux à usage publicitaire à Vélizy-Villacoublay



Localisation des mobiliers urbains pour l'information (MUPI) à Velizy-Villacoublay

Localisation des publicités et préenseignes scellées au sol à Vélizy-Villacoublay



Source et réalisation : GoPub Conseil

On remarque que les dispositifs publicitaires sur abribus et les mobiliers urbains pour l'information sont plutôt densément localisés dans un périmètre resserré entre la forêt de Meudon au nord, l'Avenue Robert Wagner à l'ouest, la RN118 à l'est et l'autoroute A86 au sud,

soit dans le centre-ville et les principaux lieux d'activités économiques de la commune (centres commerciaux Vélizy 2, Maison Villacoublay et l'Usine Mode et Maison, zone d'activités d'Inovel Parc).



Dispositifs publicitaires apposés sur abribus et MUPI (Avenue Morane Saulnier)

Les mâts drapeaux sont, pour leur part, plus dispersés dans le tissu bâti quoique tout de même plus présents dans la centralité urbaine.



Mâts drapeaux (rue de Villacoublay, Avenue Sadi Lecointe et route de Gizy)

Enfin, les dispositifs publicitaires scellés au sol ainsi que les pré-enseignes se retrouvent essentiellement au sein des secteurs dédiés aux activités économiques notamment Vélizy 2, Inovel Parc, le long de la rue Morane Saulnier.

Exceptés la vingtaine de dispositifs purement publicitaires scellés au sol, les autres dispositifs prennent une forme hybride assez similaire à des panneaux de signalisation d'information locale (SIL) tout en s'en distinguant par une mise en avant d'enseignes destinée à attirer l'attention des usagers, ce qui leur confèrent dès lors la caractéristique d'outils publicitaires. Il s'agit même précisément de pré-enseignes constitutive d'un jalonnement économique puisqu'elles indiquent la proximité desdites enseignes et des activités qui s'y déroulent et non des services et équipements de proximité et des sites culturelles et touristiques comme il est admis dans le cas de la SIL.



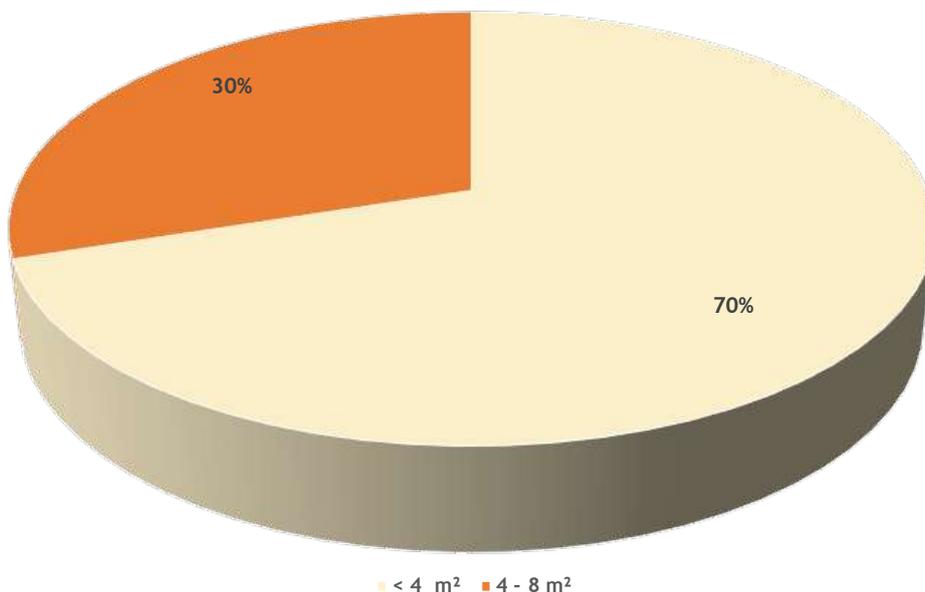
Pré-enseigne prenant une forme semblable à un panneau de SIL (Avenue de l'Europe) et dispositif publicitaire scellé au sol (Centre commercial Vélizy 2)

Le caractère lumineux des dispositifs n'est pas précisé dans le cadre de la convention pour la mise à disposition du mobilier urbain. Toutefois compte tenu des formes d'affichage présentes sur le territoire (abribus, mâts drapeaux, MUPI, scellés au sol, pré-enseignes), on peut présumer que les éventuels dispositifs lumineux sont éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

Par ailleurs, le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques. Néanmoins une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

En ce qui concerne la taille des dispositifs publicitaires scellés au sol recensés lors de notre inventaire, on constate que plus de deux tiers d'entre eux est inférieure ou égale à 2 m², le tiers restant se situant autour de 8 m². Leur impact paysager demeure donc limité.

Distribution des surfaces des dispositifs publicitaires scellés au sol

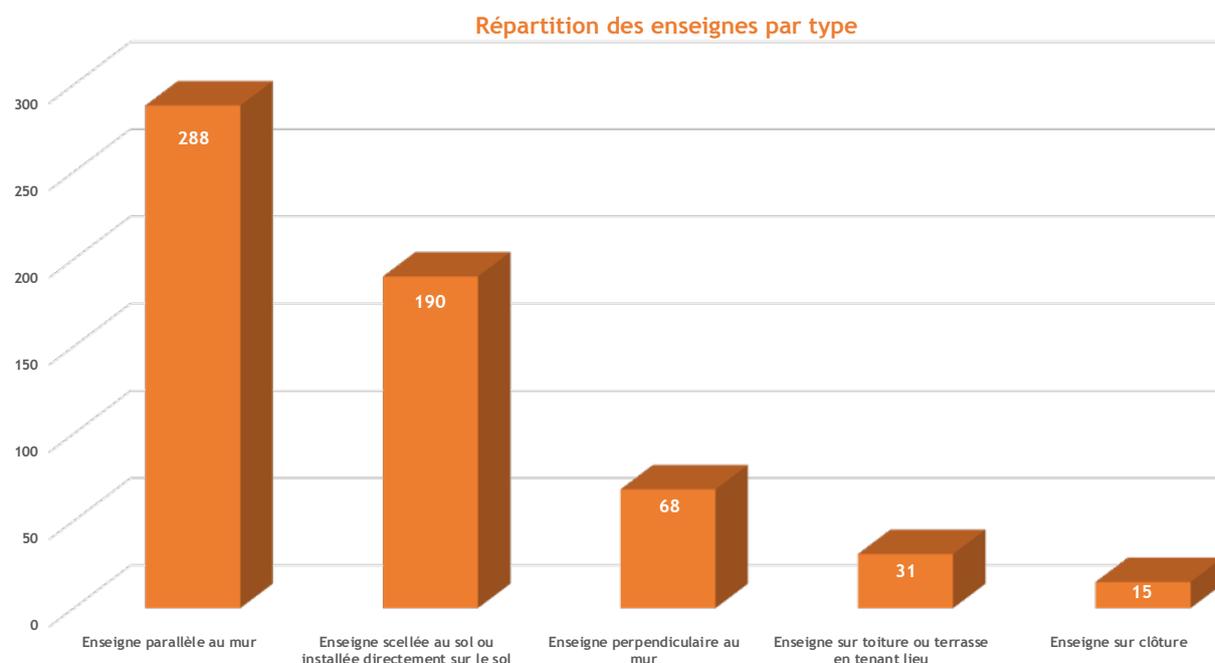


En fin de compte, cette analyse des publicités et pré-enseignes n'a permis de relever aucune infraction au Code de l'Environnement concernant les dispositifs scellés au sol. Les autres dispositifs publicitaires sur mobiliers urbains faisant l'objet d'une convention entre la commune et un afficheur, elle respecte à la fois ladite convention et la réglementation nationale applicable.

2. Les caractéristiques des enseignes

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage notamment lorsqu'elles ne s'inscrivent pas en cohérence avec le cadre les entourant.

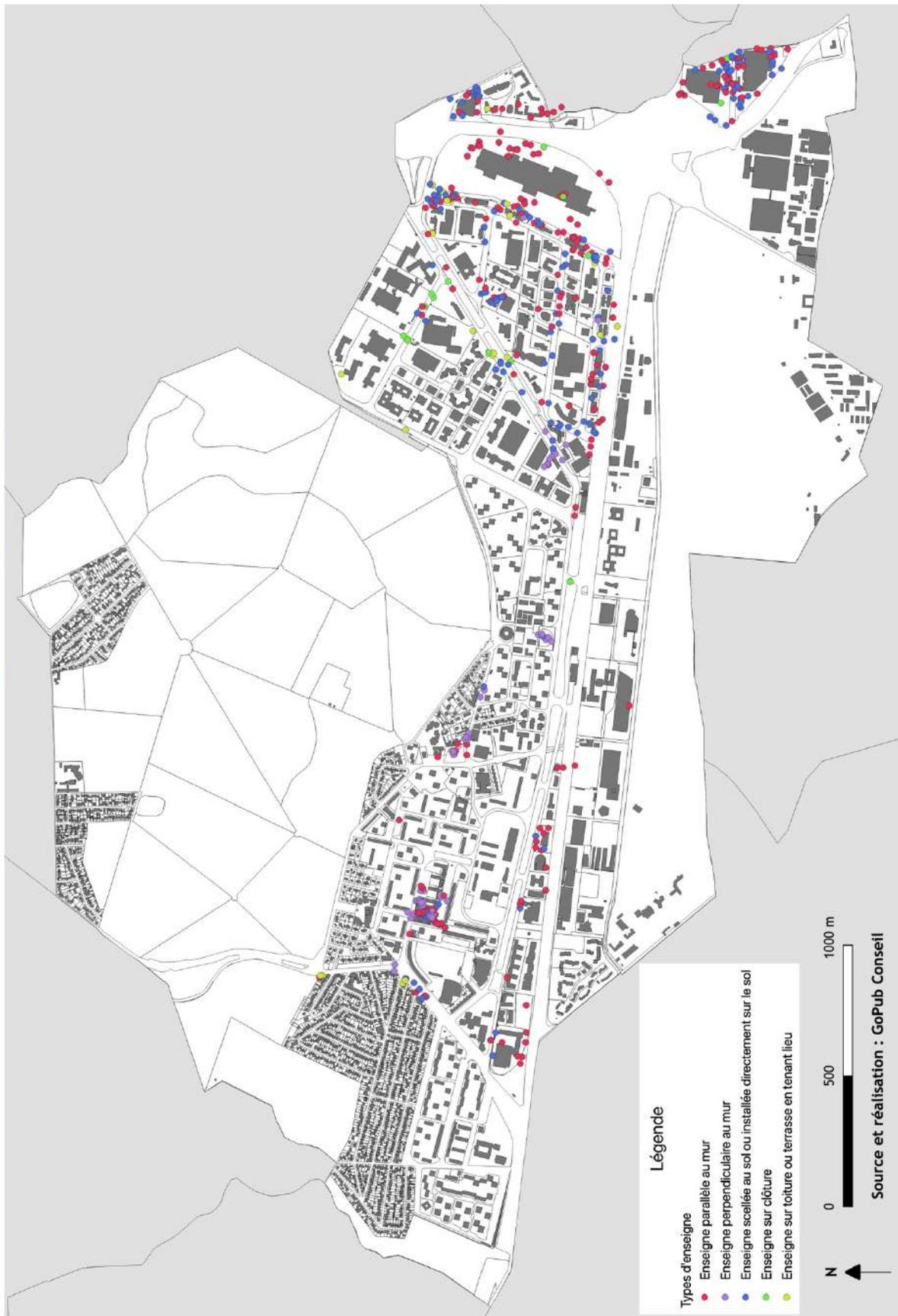
Cinq grandes catégories d'enseignes (les enseignes sur auvent, marquise et balcon sont traitées avec les enseignes parallèles au mur) sont présentes sur le territoire communal réparties de la manière suivante :



592 enseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles signalent 158 activités. Près de la moitié d'entre elles sont parallèles au mur (48,6% du total) et un peu moins d'un tiers sont scellées au sol ou installées directement au sol (32,1%). Les enseignes perpendiculaires au sol, sur toiture ou terrasse et sur clôture, potentiellement plus impactantes sur les paysages, sont relativement peu présentes sur le territoire communal.

La cartographie ci-dessous permet de constater que les enseignes sont logiquement regroupées au sein et aux abords des pôles générateurs de flux (zones commerciales et d'activités, centralité commerçante mais aussi axes structurants de circulation routière).

Localisation des enseignes à Vélizy-Villacoublay



Majoritaires sur le territoire vélizien, les enseignes parallèles apposées sur un mur support se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur

panneau de fond ou encore sur des affiches. On les retrouve uniformément dans tous les secteurs générateurs de flux de la commune.

Il s'agit là du type d'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors que celle-ci respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation (ne pas dépasser les limites du mur ou de l'égout du toit) et sa surface (respect de la proportion par rapport à la surface de la façade). A Vélizy-Villacoublay, on recense 52 enseignes contraires à ces règles nationales soit plus du quart des infractions.



Exemples d'enseignes parallèles en lettres découpées



Exemples d'enseignes parallèles en vitrophanie



Exemples d'enseignes parallèles sur store-banne



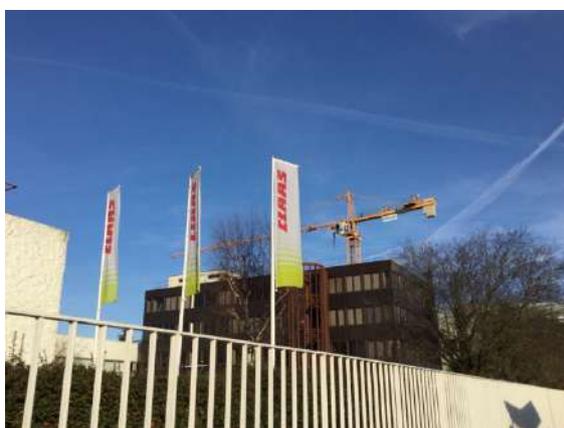
Exemples d'enseignes parallèles sur panneau de fond

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la seconde catégorie d'enseignes la plus répandue (32,1%). Elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de supports comparables.

On dénombre 43 infractions au Code de l'Environnement dans cette catégorie de dispositifs (surdensité des dispositifs supérieurs à 1 m², dépassement de la surface ou de la hauteur admise) soit plus de la moitié du total des irrégularités constatées à Vélizy-Villacoublay. C'est de loin la catégorie qui a le plus d'impact dans le paysage vélizien notamment le long des axes de desserte des zones économiques.



Exemples d'enseignes scellées au sol de type totem



Exemples d'enseignes scellées au sol de type mâts drapeaux



Exemples d'enseignes scellées au sol de type panneau



Exemples d'enseignes installées directement sur le sol

Les enseignes perpendiculaires au mur ont globalement des surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Bien qu'elles soient nettement moins nombreuses sur le territoire communal avec 11,5% du total, elles représentent le troisième type le plus important d'enseigne. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues commerçantes du centre-ville eu égard à leur surface parfois non négligeable et au décroché visuel qu'elle génère sur les façades des bâtiments. De plus, leur complémentarité avec les enseignes parallèles au mur souvent déjà installées posent également question (sur-signalisation d'une activité très impactante visuellement et ne rapportant pas forcément plus de visibilité au professionnel).



Exemples d'alignements d'enseignes perpendiculaires au mur très impactantes dans le paysage urbain du centre-ville



Exemples de cumul d'enseignes perpendiculaires au mur avec des enseignes parallèles au mur pour une seule activité

Enfin, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu comptent elles pour 5% du total global des enseignes mais représentent aussi 5% des enseignes en infraction. A contrario les enseignes sur clôture (en particulier sur clôture non aveugle) représentent moins de 3% des enseignes véliziennes mais aucune ne contrevient strictement aux règles nationales même si leur intégration paysagère laisse souvent à désirer.

Une attention particulière devra donc être portée à ces deux catégories de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité.



Exemples d'enseignes sur toiture réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés, dissimulant leurs fixations et sans panneaux de fond



Exemples d'enseignes sur clôture non aveugle

Concernant la luminosité des enseignes, l'article R. 581-59 du Code de l'Environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source

lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ...

A Vélizy-Villacoublay, seules 76 enseignes peuvent être qualifiées de lumineuses représentant 12,8% du total des enseignes recensées.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.

Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos. On ne recense actuellement que trois enseignes numériques dont une enseigne scellée au sol de 6,9 m².



Exemples d'enseignes lumineuses par projection (à gauche) et par transparence (à droite)



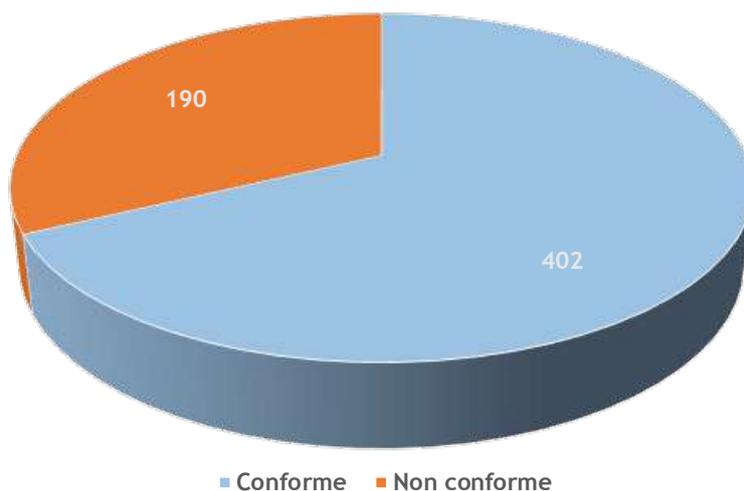
Exemples d'enseignes numériques

L'analyse de l'ensemble de ces enseignes recensées sur le territoire vélizyen met en évidence un certain nombre de dispositifs non conformes vis-à-vis des règles nationales.

Un peu plus du tiers des dispositifs inventoriés présente une ou plusieurs irrégularités par rapport au Code de l'Environnement.

Le parti pris a été de ne pas gonfler ce chiffre en ne relevant qu'une non-conformité par dispositif mais certains d'entre eux font l'objet de plusieurs infractions.

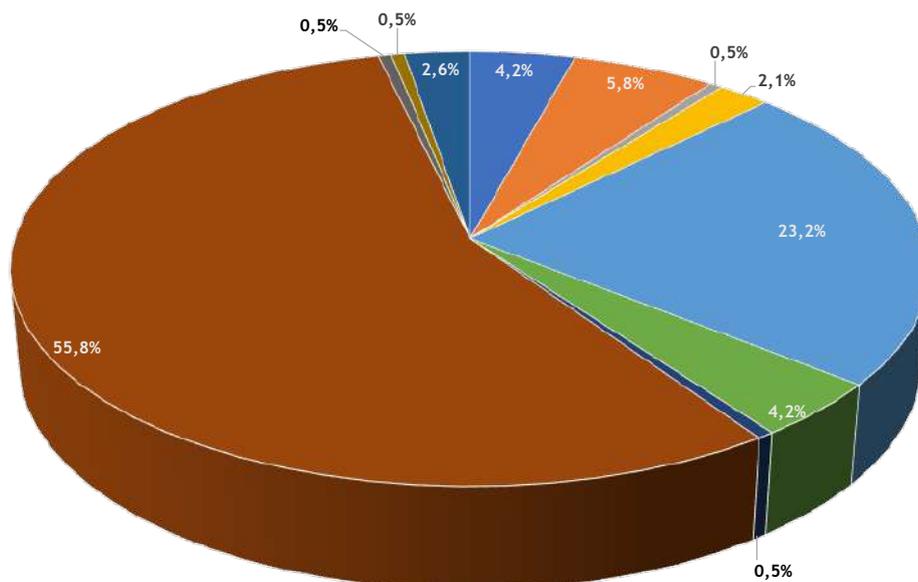
Conformité des enseignes au Code de l'Environnement



Pour autant, la méthode d'analyse d'infraction utilisée pour construire le graphique ci-dessous vient surévaluer deux types d'infractions :

- ◆ lorsqu'il y a plus d'une enseigne supérieure à 1 m² par voie bordant l'activité ;
- ◆ lorsque la façade est saturée d'enseignes.

Répartition des infractions au Code de l'Environnement par type



- Dépasse des limites du mur ou de l'égout du toit
- Dépasse la limite supérieure du mur
- Dépasse les limites de hauteur autorisées
- Enseigne réalisée sans lettres découpées et/ou sans dissimuler ses fixations
- Façade saturée d'enseigne
- Le nombre d'enseignes perpendiculaires est supérieur à 2 sur une même façade
- Mauvais état d'entretien
- Plus d'une enseigne de plus d'1 m² par voie bordant l'activité
- Saillie supérieure à 0,25 m
- Si sur auvent ou marquise, dépasse de 1 m de hauteur
- Surface supérieure à 12 m²

En effet ces infractions sont comptabilisées par dispositif recensé, or elles concernent l'ensemble de l'activité à laquelle elles font référence.

En réajustant la répartition des infractions, les trois postes de non-conformité les plus importants sont alors par ordre d'importance :

- ◆ la multiplicité d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'une surface supérieure à 1 m² par voie bordant l'activité (**article R. 581-64 du Code de l'Environnement, 37 activités concernées**) ;



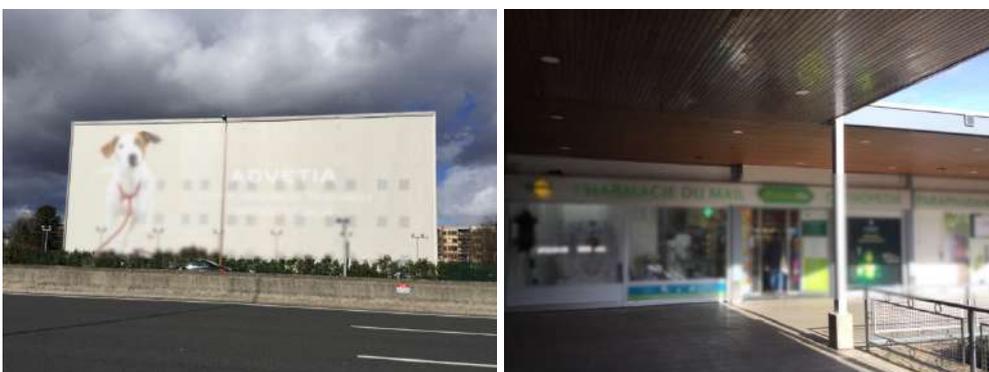
Enseignes scellées au sol d'une surface supérieure à 1 m² par voie bordant l'activité

- ◆ les enseignes dépassant la limite supérieure du mur ou les limites du mur ou de l'égout du toit (**articles R. 581-60 et R. 581-61 du Code de l'Environnement, 15 activités concernées**) ;



Enseignes dépassant la limite supérieure du mur ou de l'égout du toit

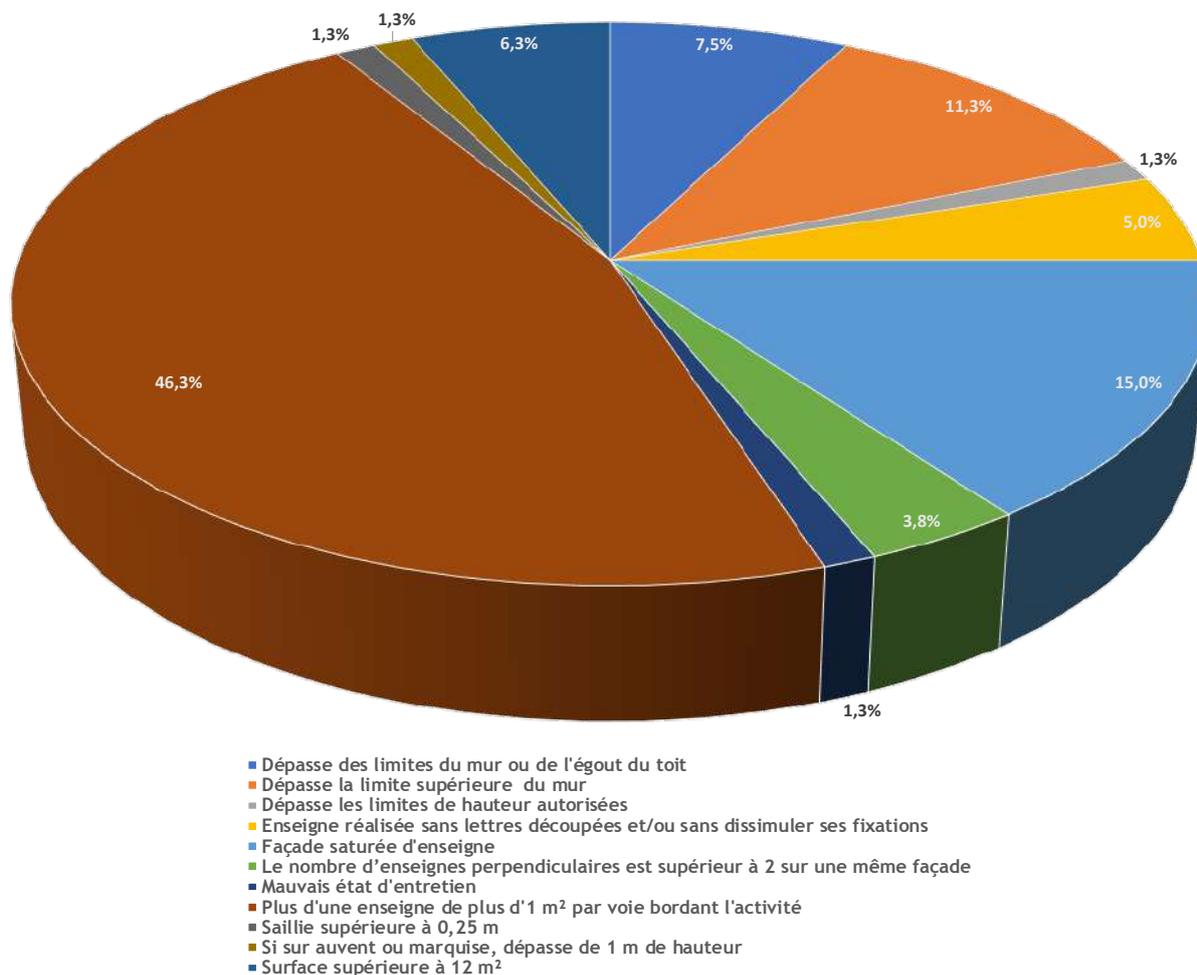
- ◆ les façades saturées d'enseignes (**article R. 581-63 du Code de l'Environnement, 12 activités concernées**).



Exemples de façades saturées d'enseignes

On obtient ainsi la répartition ci-dessous :

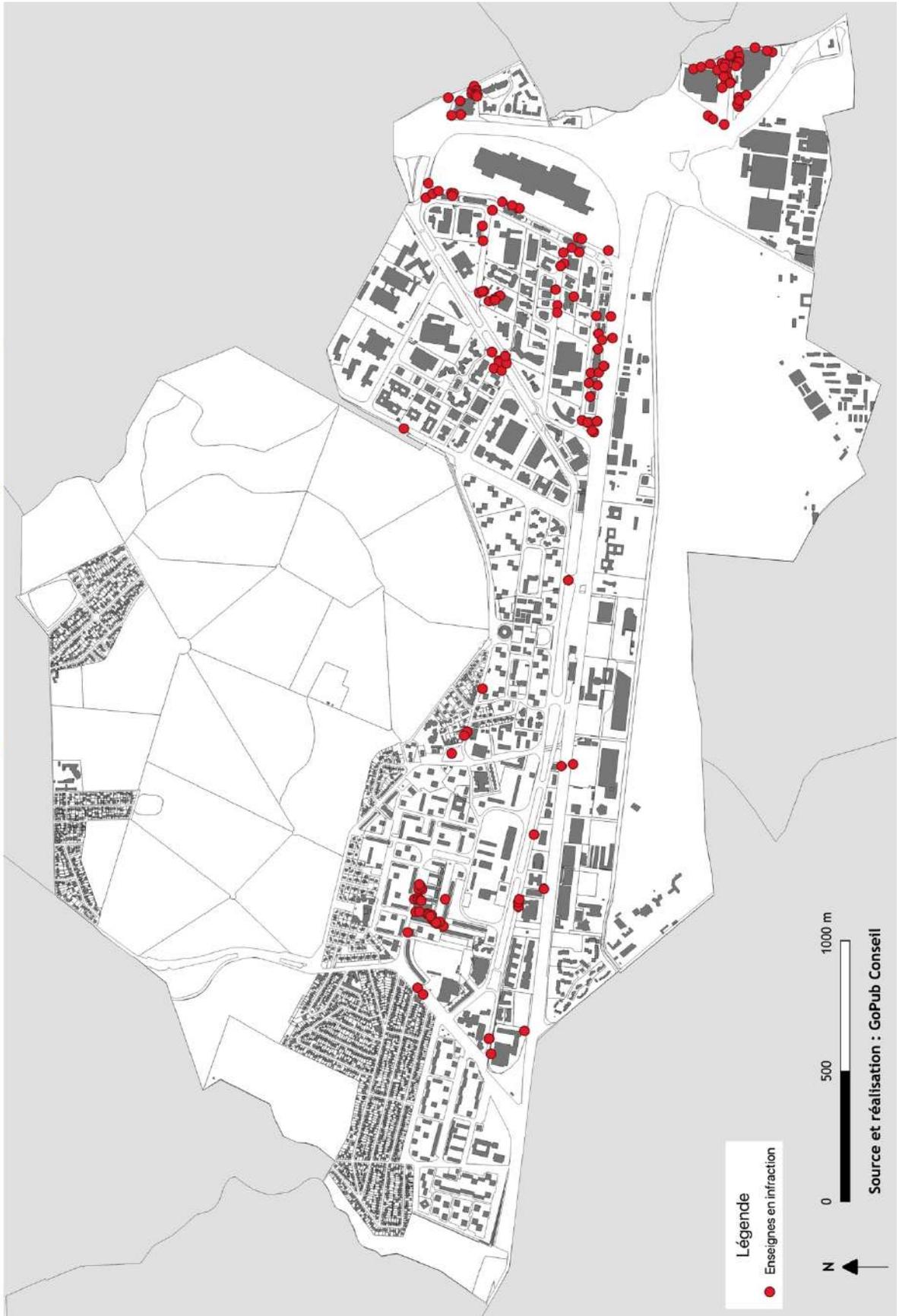
Répartition des infractions par type et par activité



Sans surprise les enseignes en infraction par rapport au Code de l'Environnement sont localisées dans les secteurs où les enseignes sont le plus concentrées : zone d'activités d'Inovel Parc, centres commerciaux de Maison Villacoublay et l'Usine Mode et Maison et dalle commerçante du Mail (cf. carte ci-dessous).

En revanche et contre toute attente, le centre commercial Vélizy 2 est épargné par les infractions sur les enseignes (une seule recensée pour non-conformité sur la surface admise). Néanmoins des problèmes paysagers se posent notamment en termes de covisibilité des axes de routiers surtout en ce qui concerne les dispositifs sur mur ou clôture.

Localisation des enseignes en infraction à Vélizy-Villacoublay



3. Conclusion du diagnostic

La commune de Vélizy-Villacoublay semble relativement préservée en matière de publicité extérieure.

En matière de publicité et de pré-enseigne, on ne relève très majoritairement que des dispositifs sur mobiliers urbains issus d'une convention entre la commune et un annonceur. Ces dispositifs sont donc conformes aux règles nationales même si parfois leur implantation peut poser question en termes d'impact paysager.

A contrario, en matière d'enseignes, un certain nombre d'infractions au regard du Code de l'Environnement et de problèmes paysagers ont pu être relevés notamment concernant l'implantation des dispositifs, leur surface et leur densité.

En toute logique, la mise en conformité des infractions permettra déjà de réduire sensiblement l'impact des dispositifs visuellement polluants. Le nouveau RLP permettra ensuite de maintenir voire d'améliorer la qualité des paysages du territoire communal.

IV. Enjeux en matière d'affichage extérieur

Au-delà de la réglementation en vigueur sur le territoire évoquée précédemment, il apparaît d'autres problématiques en matière de publicité que seule la mise en place d'un RLP pourra appréhender.

- **Enjeu n°1** : Préserver des espaces où la publicité extérieure est peu présente (espaces résidentiels notamment) ;
- **Enjeu n°2** : Améliorer l'image de la commune en réduisant la pression publicitaire aux abords des entrées de villes et des zones d'activités économiques tout en permettant aux professionnels de se signaler efficacement ;
- **Enjeu n°3** : Conforter la place du mobilier urbain publicitaire dans le paysage de la commune ;
- **Enjeu n°4** : Restreindre la densité des enseignes en façades ;
- **Enjeu n°5** : Encadrer l'impact des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sur le paysage ;
- **Enjeu n°6** : Réglementer la place des dispositifs lumineux et notamment les dispositifs numériques ;
- **Enjeu n°7** : Veiller à la bonne intégration des enseignes temporaires.

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

1. Les objectifs de la révision du RLP de Vélizy-Villacoublay

La commune de Vélizy-Villacoublay s'est donnée les objectifs suivants dans sa délibération du 26 juin 2019 :

- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire notamment la loi portant Engagement National pour l'Environnement dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ;
- Adapter la réglementation nationale pour tenir compte de l'environnement urbain, architectural et paysager du territoire communal ;
- Préserver la qualité des paysages véliziens actuellement peu impactés par la publicité extérieure notamment au sein des secteurs à dominante résidentielle de l'agglomération ;
- Améliorer l'image de la commune en réduisant la pression publicitaire aux abords des entrées de villes et des zones d'activités économiques tout en permettant aux professionnels de se signaler efficacement ;
- Conforter l'attractivité et donc l'activité des commerces de proximité par l'utilisation d'une signalétique appropriée susceptible de ne pas dégrader l'harmonie architecturale du tissu urbain ;
- Encadrer l'évolution technologique de l'affichage publicitaire (dispositifs lumineux et notamment numériques) dans un souci de préservation de l'environnement et de développement durable (lutte contre la pollution visuelle excessive et les dispositifs énergivores en particulier).

2. Les orientations

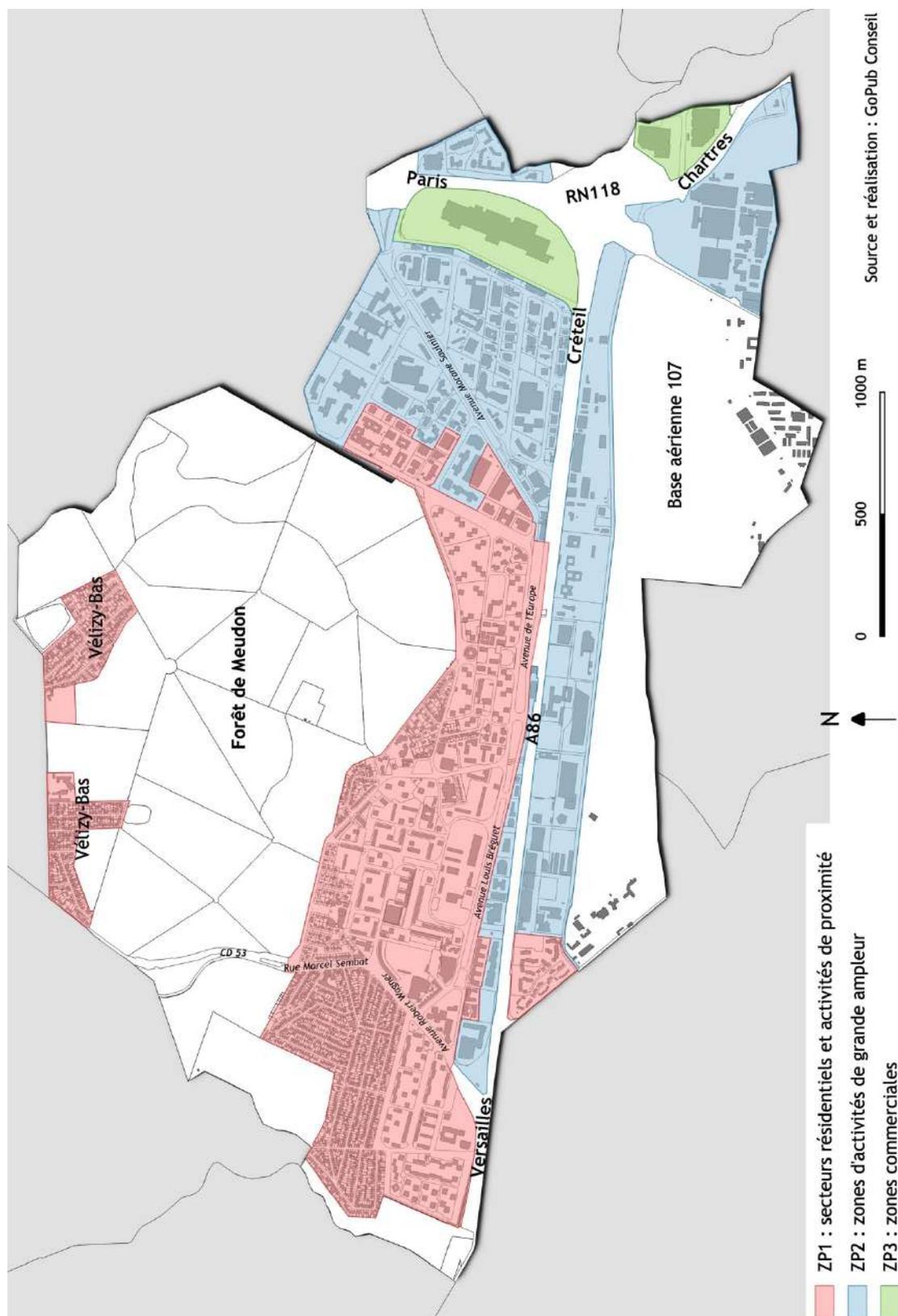
Pour atteindre ses objectifs, la commune de Vélizy-Villacoublay s'est donné les orientations suivantes :

- **Orientation 1** : Réduire l'implantation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol (publicités, pré-enseignes et enseignes) qui peuvent avoir un impact important sur le paysage de la commune ;
- **Orientation 2** : Restreindre la réglementation applicable aux publicités sur mur ou clôture ;
- **Orientation 3** : Encadrer l'implantation de dispositifs numériques (publicités, pré-enseignes et enseignes) ;
- **Orientation 4** : Renforcer la plage d'extinction nocturne des dispositifs lumineux ;
- **Orientation 5** : Restreindre la réglementation applicable aux enseignes perpendiculaires ;
- **Orientation 6** : Accompagner l'implantation des enseignes temporaires ;
- **Orientation 7** : Conforter les règles applicables à la publicité supportée par le mobilier urbain pour maintenir la qualité des paysages ;
- **Orientation 8** : Conserver l'interdiction relative de publicité à l'intérieur des sites naturels inscrits et du périmètre délimité des abords du Domaine national de Versailles et du Trianon.

VI. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes

En matière de publicités et pré-enseignes, trois zones de publicité sont instituées sur le territoire communal. Elles couvrent l'ensemble des zones agglomérées de la commune.



Plan de zonage du Règlement Local de Publicité

Ces trois zones de publicités se découpent de la manière suivante :

- **La zone de publicité n°1 (ZP1)** couvre les secteurs à vocation majoritairement résidentielle de l'ouest, du centre et du nord de la commune (quartiers Mozart, Le Mail, Louvois, Europe, le Village, le Clos, Vélizy-Bas, la Pointe Ouest) ; elle est figurée par les zones rouges de la carte ci-dessus ;
- **La zone de publicité n°2 (ZP2)** couvre les zones d'activités économiques de grande ampleur situées le long de l'autoroute A 86 et à l'est de la commune (Inovel Parc Nord et Sud, centre technique PSA, ...) ; elle est représentée par les zones bleues de la carte ci-dessus ;
- **La zone de publicité n°3 (ZP3)** couvre les emprises des trois grands centres commerciaux (Vélizy 2, L'Usine Mode et Maison et La Maison Villacoublay) ; elle est représentée par les zones vertes de la carte ci-dessus

A l'intérieur de ces trois zones de publicités, la plage d'extinction des publicités et pré-enseignes sera renforcée entre 23 heures et 6 heures pour limiter la pollution visuelle et faire des économies d'énergie. Cette disposition ne s'appliquera pas aux dispositifs éclairés par projection ou transparence supportés par le mobilier urbain compte tenu de sa fonction de service public rendu aux habitants du territoire.

Par ailleurs, au sein de ces trois zones, les publicités ou pré-enseignes seront interdites sur les murs ou clôtures²³ mais aussi les toitures ou terrasses en tenant lieu²⁴ ainsi que sur les bâches.

En ZP1, seules les publicités et pré-enseignes supportées à titre accessoire par des abris destinés au public, des mâts et colonnes porte-affiches ou des kiosques à journaux ou à usage commercial ainsi que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques seront autorisées.

Une dérogation est en outre introduite dans les parties agglomérées du périmètre délimité des abords du Domaine national de Versailles et de Trianon afin de permettre le mobilier urbain supportant de la publicité. Les autres formes de publicités et pré-enseignes demeurent interdites conformément à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement.

Cette zone étant essentiellement à vocation résidentielle, l'objectif recherché est avant tout de conforter des espaces préservés de la pression publicitaire tout en autorisant la signalisation les activités dispersées dans le tissu urbain d'où le choix d'une exposition minimale à ces implantations.

En ZP2, seules seront autorisées la publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain ainsi que les dispositifs publicitaires ou pré-enseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol.

Dans le cas du mobilier urbain, les règles sont celles du Code de l'Environnement excepté pour le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques qui sera limité à 6 mètres de hauteur et ne pourra excéder une surface unitaire d'affiche de 8 mètres carrés (contre 12 mètres carrés et 6 mètres de hauteur dans le Code de l'Environnement) afin d'en limiter l'impact paysager.

²³ Les publicités et pré-enseignes sont déjà interdites par le Code de l'Environnement sur les clôtures non aveugles

²⁴ Si elles sont lumineuses (le Code de l'Environnement les interdit déjà si elles sont non lumineuses)

Par ailleurs, les dispositifs publicitaires ou pré-enseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol seront autorisés dans la limite de 8 mètres carrés de surface maximale d'affichage et 6 mètres de hauteur (contre 12 mètres carrés et 6 mètres de hauteur dans le Code de l'Environnement). Ils devront en outre être mono-pied et s'ils disposent d'une face non exploitée visible d'une voie ouverte à la circulation publique ou d'une propriété voisine, celle-ci devra être revêtue d'un habillage dissimulant la structure du panneau.

Le but premier de ces dispositions est d'assurer une meilleure insertion paysagère de ce type de support.

La publicité numérique ne sera autorisée que dans un format réduit. Elle ne pourra excéder 2 mètres carrés de surface unitaire ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol. Cela permettra de limiter la pollution lumineuse et faire des économies d'énergie.

La densité publicitaire sera limitée avec la possibilité d'implanter un seul dispositif d'affichage²⁵ par unité foncière disposant d'un linéaire supérieur à 50 mètres **en ZP2** alors que cette possibilité sera élargie **en ZP3** pour les centres commerciaux (deux dispositifs de 2 m² et un dispositif de 8 m² par tranche de 250 mètres linéaire).

Le but de ces choix est d'une part d'éviter les entrées de ville saturées de publicités ou pré-enseignes et d'autre part de maintenir la qualité observée par ailleurs.

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

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

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, les enseignes²⁶, seront interdites sur :

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

Partout, les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade d'une même activité et doivent être implantées au même niveau que l'enseigne parallèle, le but étant de ne pas surcharger les façades avec ce type d'enseignes. La saillie sera par ailleurs limitée à 80 centimètres maximum contre 2 mètres dans le Code de l'Environnement afin de ne pas avoir de dispositif débordant trop sur le domaine public et fermant le paysage.

En ZP1, afin de concilier le confortement d'une centralité dynamique dotée d'un tissu dense de commerces et services de proximité tout en assurant le respect de la qualité architecturale du patrimoine bâti, le règlement tend à normaliser les enseignes parallèles au mur en encadrant la nécessaire visibilité des marques.

Ainsi aucun de ces commerces et services de rez-de-chaussée ne pourra disposer d'enseignes implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage, leur surface cumulée sera limitée (au maximum 15% de la surface de la façade commerciale) et leur hauteur encadrée à 50 centimètres.

²⁵ Il s'agira soit d'une publicité ou pré-enseigne scellée au sol, soit d'une publicité ou pré-enseigne installée directement sur le sol.

²⁶ Y compris temporaires

En outre, pour limiter les nuisances lumineuses, seul un éclairage indirect de ces enseignes sera autorisé.

Enfin, les enseignes sur toiture seront interdites et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol seront fortement encadrées (limite en surface unitaire à 2 m², en hauteur au sol à 3 mètres et en épaisseur à 30 centimètres) afin de ne pas nuire à l'harmonie des paysages urbains.

En ZP2, les enseignes parallèles au mur seront obligatoirement constituées de lettres découpées à face pleine et leur hauteur est limitée à 15% de la hauteur de la façade commerciale avec un maximum de 2 mètres ceci afin de préserver la lecture architecturale des bâtiments sur lesquelles elles se positionnent.

En ZP2 comme en ZP3, les enseignes sur toiture seront encadrées afin que l'impact paysager soit limité: elles devront notamment être constituées de lettres ou de signes découpés dissimulant leurs fixations et implantées au plus près de l'acrotère ou du plan de toiture.

En toute zone, on rappelle que les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée²⁷. En outre, **en ZP2 comme en ZP3**, elles ne pourront avoir une surface unitaire excédant 10 mètres carrés (contre 12 mètres carrés dans la réglementation nationale) ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Le but de ce choix est de privilégier des formats verticaux de type « totem » plutôt que des panneaux très larges fermant d'autant plus le paysage. L'épaisseur de cette enseigne sera par ailleurs limitée à 40 centimètres.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas encadrées par la réglementation nationale. La commune a donc fait le choix, **en toute zone**, de limiter leur nombre à une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Par ailleurs, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur sera limitée à 1,20 mètre au-dessus du niveau du sol et leur largeur ne pourra excéder 80 centimètres²⁸.

Par souci d'harmonisation avec la plage d'extinction nocturne des publicités et pré-enseignes lumineuses, les enseignes lumineuses seront éteintes entre 23 heures et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé. Ce choix vise autant à limiter la pollution lumineuse qu'à faire des économies d'énergie.

Les enseignes numériques seront limitées à une seule par établissement dans la limite de deux mètres carrés de surface unitaire et elles devront être regroupées sur un même support dans le cas où plusieurs activités s'exercent sur une même unité foncière afin de limiter les éventuelles nuisances à la qualité du cadre de vie et des paysages.

²⁷ cf. article R. 581-64 du Code de l'Environnement

²⁸ Il est nécessaire d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public lorsque l'enseigne est posée sur le domaine public notamment sur le trottoir dans la rue. Le fait de ne pas accorder d'autorisation permet aussi à la commune d'éviter un encombrement des rues par les chevalets et autres enseignes posées au sol.

Enfin, les enseignes temporaires devront respecter des prescriptions identiques aux enseignes « permanentes » dans un but double de protection du cadre de vie et des paysages véliziens mais aussi d'équité de tous les acteurs économiques locaux.