



Département des Yvelines

Ville de Plaisir

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

version approuvée





Sommaire

Introduction.....	3
I. Le diagnostic territorial	6
1. Le contexte administratif et démographique	6
2. Le patrimoine historique	7
3. Le patrimoine naturel.....	9
4. Les paysages	12
5. Les activités économiques.....	19
6. Les infrastructures de transport.....	20
7. La règlementation locale de la publicité de 1982	21
II. Le diagnostic du parc d’affichage.....	23
1. Caractéristiques des publicités et préenseignes	23
2. Infractions relevées	26
3. Caractéristiques des enseignes	30
4. Infractions relevées	33
III. Les orientations et objectifs de la collectivité	36
1. Objectifs	36
2. Orientations.....	36
IV. Présentation du zonage et justification des choix retenus.....	37
1. Publicités et préenseignes.....	37
2. Enseignes.....	39
3. Enseignes temporaires	40



Introduction

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

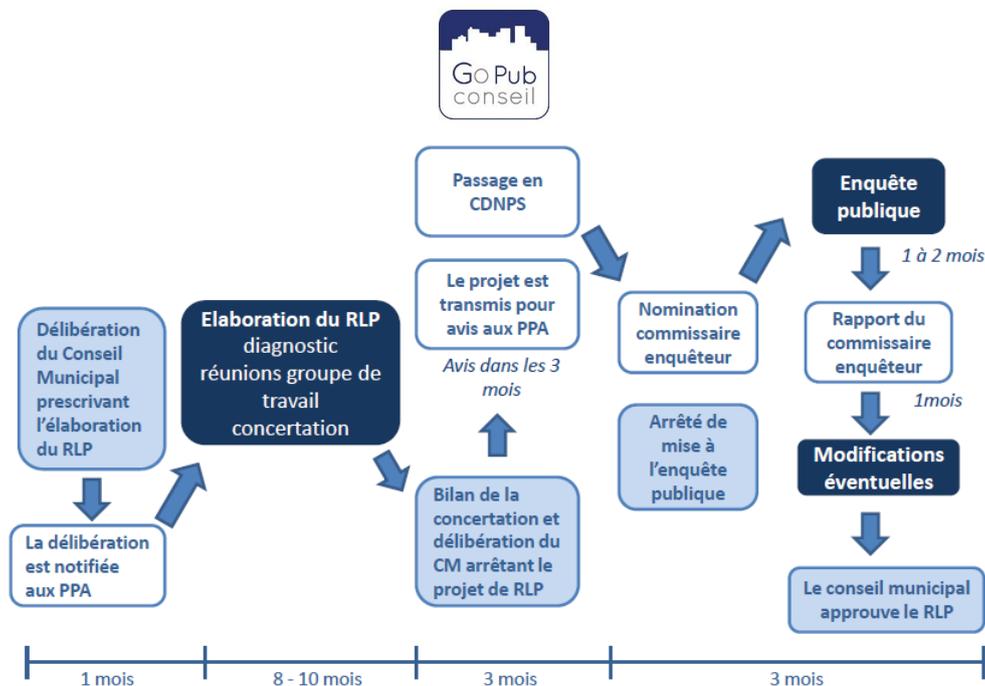
La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979 !

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

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

La loi ENE a intégralement refondée les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre 1er 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.

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



Différentes phases de la procédure d'élaboration / de révision d'un RLP²

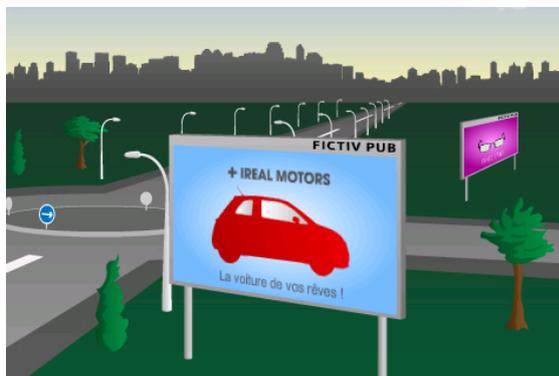
Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

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

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

² Les durées de chaque phase sont données à titre indicatif

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



Constitue **une publicité**³, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

Constitue **une enseigne**⁴ toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Constitue **une préenseigne**⁵ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

³ article L581-3-1° du code de l'environnement

⁴ article L581-3-2° du code de l'environnement

⁵ article L581-3-3° du code de l'environnement

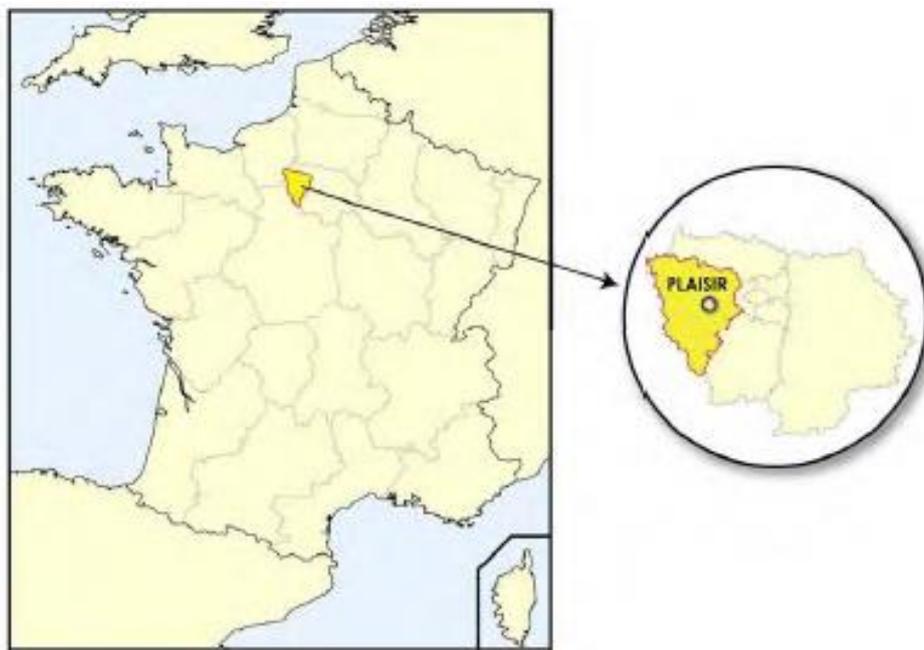
I. Le diagnostic territorial

1. *Le contexte administratif et démographique*

La commune de Plaisir est située dans le département des Yvelines en région Île-de-France. La commune est localisée à 17 kms de Versailles et à 40 km à l'Ouest de Paris.

La ville est membre de la communauté de communes de l'Ouest Parisien qui regroupe Plaisir, les Clayes et Villepreux au 1^{er} janvier 2014.

Plaisir comptait 31 074 habitants d'après le recensement INSEE de 2011.



Localisation de la ville de Plaisir - source : PLU

La commune appartient à l'unité urbaine de Paris qui regroupe 10 516 110 habitants en 2011 (INSEE). C'est la plus importante unité urbaine française.

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les communes de plus de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

L'unité urbaine de Paris comptant plus de 800 000 habitants, le règlement local de publicité de Plaisir définit les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses sur le territoire communal.

En termes d'occupation du sol, le territoire communal est couvert par un quart d'espaces agricoles, un quart de forêt et la moitié d'espaces urbanisés.

2. Le patrimoine historique

La commune de Plaisir compte deux immeubles classés au titre des monuments historiques et un immeuble inscrit à l'inventaire supplémentaire.

Il s'agit du Château de Plaisir et du Parc du Château classés par arrêté le 25 août 1961.



Le Château de Plaisir

L'Église de Plaisir est également inscrite par arrêté du 28 avril 1947.



L'Église de Plaisir



Le code de l'environnement interdit la publicité sur ces immeubles ainsi qu'à moins de 100 mètres et dans leur champ de visibilité⁶.

D'autres immeubles identifiés au PLU⁷, comme par exemple l'Hôtel de Ville, peuvent, s'ils présentent un caractère esthétique, historique ou pittoresque, faire l'objet d'une protection particulière dans le cadre d'un règlement local de publicité. Le maire peut prendre un arrêté protégeant ces immeubles de la même manière que les immeubles inscrits ou classés⁸.

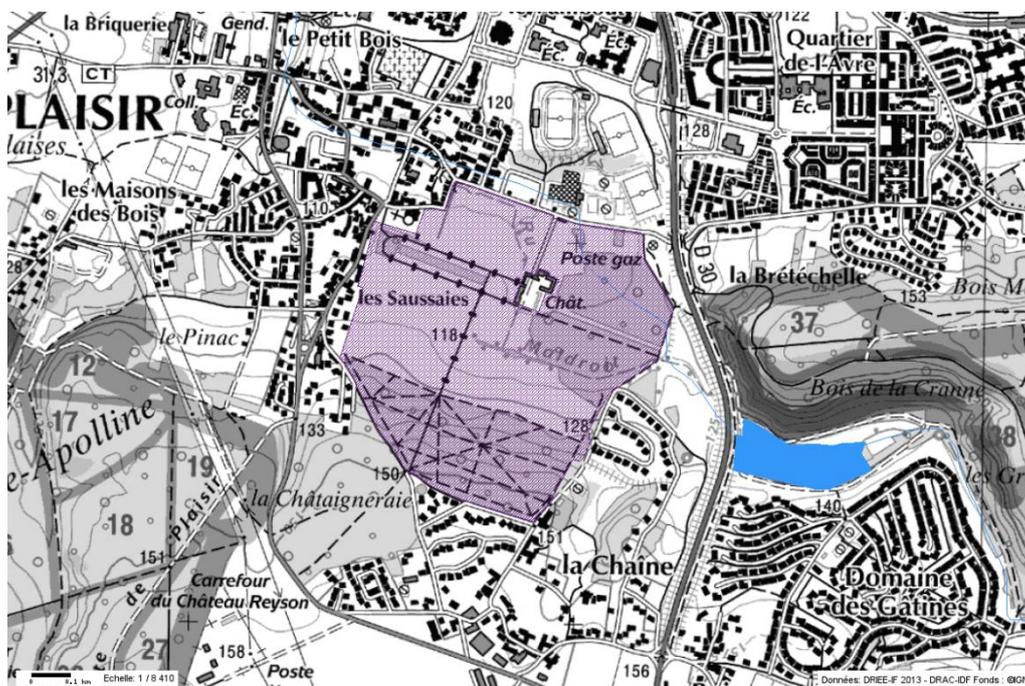
⁶ Articles L581-4 et L581-8 du code de l'environnement

⁷ PLU : plan local d'urbanisme

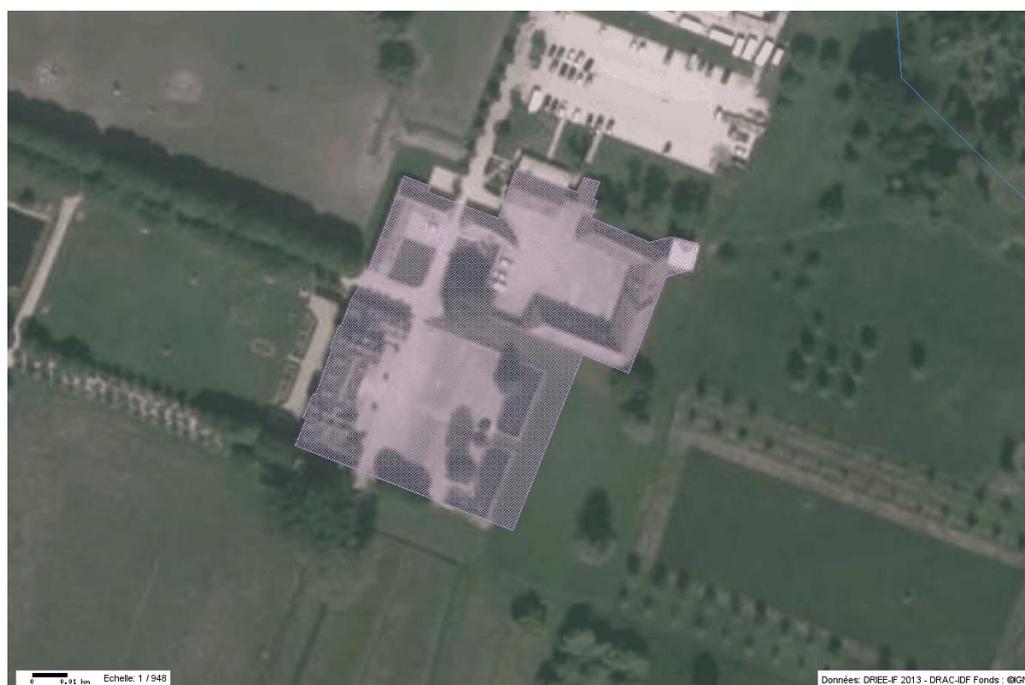
⁸ Article L581-4 2° du code de l'environnement

3. Le patrimoine naturel

La commune de Plaisir compte un important patrimoine naturel. En effet, il existe un site classé et un site inscrit sur le territoire communal. Le site inscrit concerne les 0,7 ha du Château de Plaisir depuis l'arrêté du 26 novembre 1946. Le site classé concerne environ 50 ha du Domaine de Plaisir à l'exception du Château depuis l'arrêté du 26 décembre 1946.



Site classé du parc du Château de Plaisir, DRIIE



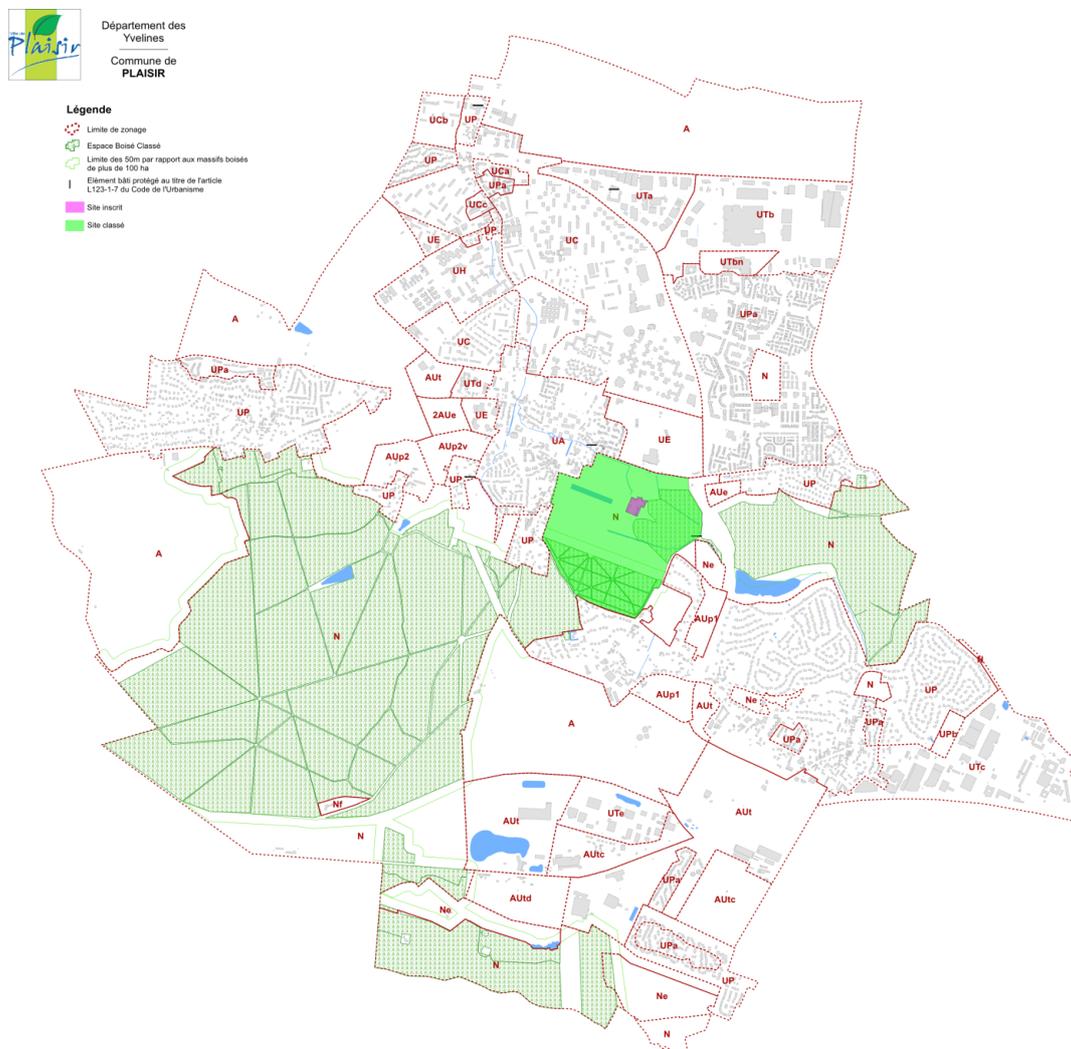
Zoom sur le site inscrit du Château de Plaisir, DRIIE

On relève également de nombreux espaces boisés classés (EBC) au titre de l'article L130-1 du code de l'urbanisme sur le territoire communal. Ils couvrent une superficie totale de 406

hectares soit 21,7% de la superficie communale. Les principaux espaces boisés classés se situent :

- sur tout le bois de Sainte-Apolline et le bois de la Grande Croix, au sud et à l'ouest du territoire de la commune, jusqu'au lieu-dit « La Vallée Génival » et le quartier de la Boissière ;
- aux lieux-dits « le bois de la Châtaigneraie » et « le parc de Plaisir », essentiellement dans le parc du Château ;
- sur le bois de la Cranne ;
- à l'extrême sud du territoire de la commune, essentiellement au sud de la RN12 (golf).

La plupart des EBC étant situés hors agglomération, la publicité est interdite. D'autre part, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme⁹.



Source : PLU, DRIIE

⁹ Article R581-30 1° du code de l'environnement



Par ailleurs, la publicité est interdite sur les arbres ainsi que sur les plantations¹⁰. L'élagage mutilant les arbres ou les haies à seule fin de dégager la visibilité des dispositifs scellés au sol ou d'en permettre l'installation est assimilé à une implantation sur les arbres¹¹.

On relève une zone naturelle d'intérêt écologique faunistique et floristique (ZNIEFF) de type 2 qui concerne la forêt de Bois d'Arcy. Il n'existe pas d'interdiction de la publicité dans les ZNIEFF de type 1 et 2 situées en agglomération comme c'est par exemple le cas pour les sites Natura 2000 ou encore les AVAP¹². Toutefois, ces zones peuvent faire l'objet de zonage dans le cadre d'un RLP avec des règles spécifiques relatives à la protection de l'environnement.

¹⁰ Articles L581-4 et R581-22 du code de l'environnement

¹¹ Décision du Conseil d'Etat du 14/02/2001, Sté Central d'espaces publicitaires, req. n°209103

¹² AVAP : aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ; elles remplacent les anciennes ZPPAUP

4. Les paysages

L'étude des paysages présents sur le territoire communal permet d'appréhender les problématiques paysagères liées à l'affichage extérieur.

Concernant les entrées de ville, il existe des problématiques très distinctes selon le lieu où l'on se situe dans la commune. Ainsi, l'entrée de ville est, est particulièrement marquée par la publicité, les enseignes et les préenseignes. Cela a pour but de promouvoir une zone dont le rayonnement est régional. Toutefois, on constate parfois dans cette abondance des dispositifs, un impact non négligeable sur le cadre de vie. Cet impact se manifeste dans la surenchère publicitaire qui rend parfois illisible une zone d'activités. On observe également des perspectives de qualité qui sont parfois fermées ou du moins encombrées par trop de publicité extérieure.

C'est, par exemple, le cas le long du chemin de la Croix blanche (entrée de ville Nord-Est).



Profusion de préenseignes, Chemin de la Croix blanche, Plaisir

Les préenseignes dites « dérogatoires » peuvent être installées hors agglomération. Elles concerneront à partir du 13 juillet 2015, 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, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Des préenseignes temporaires peuvent également être installées hors agglomération.

Elles signalent :

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.



D11, entrée de ville est, Plaisir

Il existe, notamment auprès du centre commercial régional Grand Plaisir, des enseignes sur toiture ayant un impact significatif sur le paysage urbain sans pour autant apporter nécessairement une meilleure lisibilité.



Enseigne sur toiture, centre commercial régional Grand Plaisir, Plaisir



Enseigne numérique, centre commercial régional Grand Plaisir, Plaisir

Les évolutions technologiques des dernières années font également leur apparition dans le paysage local. Ci-dessus une enseigne numérique.

Dans les zones industrielles des Ebisaires et des Gâtines, zones identifiées au PLU comme zones à requalifier, on observe en certains endroits une profusion de dispositifs qu'ils s'agissent d'enseignes, de préenseignes ou de publicités. Cela participe au manque de lisibilité et d'attractivité de ces zones.



Profusion de dispositifs, zone industrielle des Ebisaires, Plaisir



Profusion des dispositifs, zone des Ebisoires, Plaisir

Dans ces zones industrielles, on relève la présence de nombreux dispositifs temporaires concernant la location ou la vente de locaux commerciaux. Ces dispositifs peuvent rester durablement et impactent de manière importante le paysage urbain.



Enseignes et préenseignes temporaires, zone industrielle des Gâtines, Plaisir



Enseignes sur clôture non aveugle, Avenue du Pressoir, Plaisir

La réalisation du RLP permet également de s'interroger sur des dispositifs dont l'implantation peut parfois être particulièrement peu qualitative pour le paysage urbain. C'est notamment le cas des enseignes installées sur auvent, marquises ou encore sur clôtures non aveugles. Il convient d'encadrer ce type d'implantation en proposant des alternatives à ce type d'implantation.



Mobilier urbain ne comportant pas de publicités, zone d'activités de Sainte-Apolline, Plaisir

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire, accueillir de la publicité. Il est intéressant de constater que tous les abris destinés au public du territoire communal ne comportent pas nécessairement de la publicité.



Abris destinés au public comportant de la publicité, Avenue du Pressoir, Plaisir



Colonne porte-affiches, Rue Louis Pasteur, Plaisir

Certains types de mobilier urbain ne peuvent supporter que des affiches spécifiques. C'est notamment le cas des colonnes porte-affiches réservées aux spectacles et manifestations culturelles.

Enfin, en centre-ville, il existe des activités qui font parfois un usage important d'enseignes perpendiculaires ce qui posent certains problèmes sur le plan paysager.



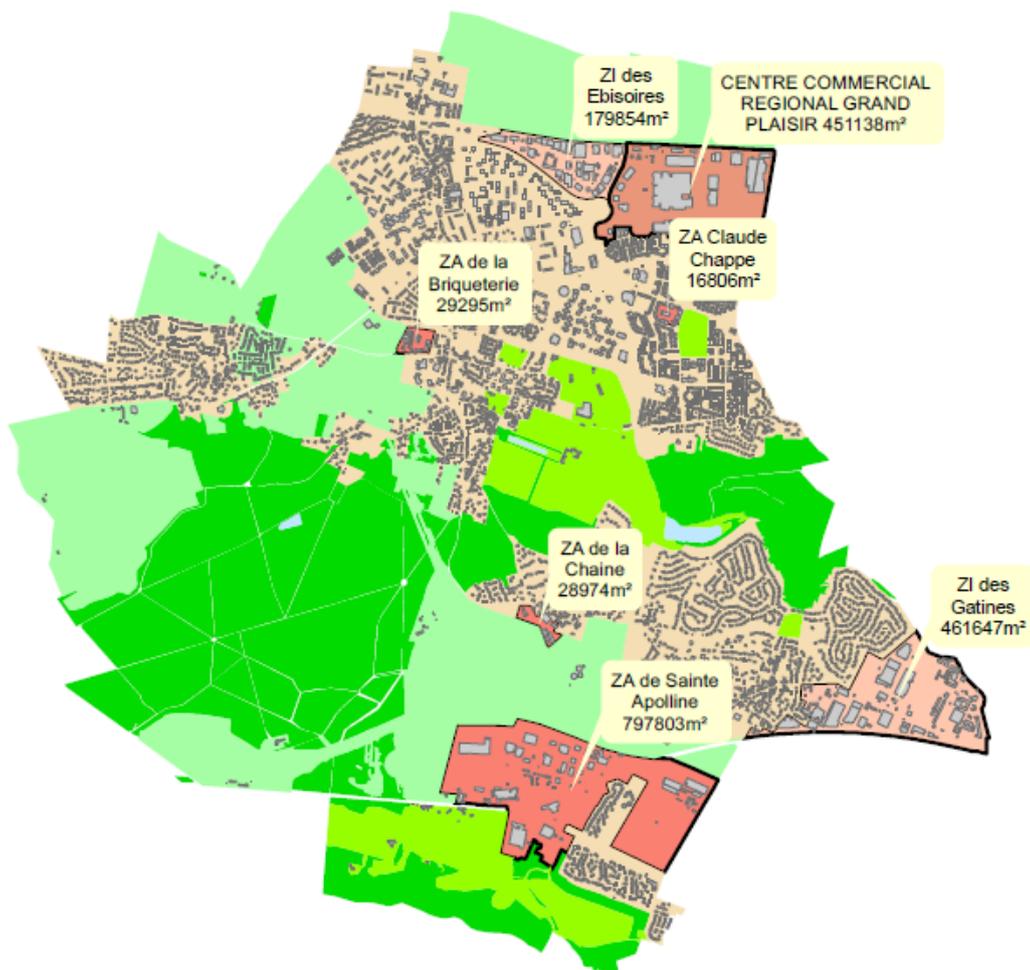
Enseignes perpendiculaires au mur, centre-ville, Plaisir

5. Les activités économiques

D'après l'INSEE, Plaisir comptait 1 210 entreprises en 2011 dont près de 71% dans le secteur d'activité du commerce, des transports et services divers. L'industrie et la construction représentent quant à elles plus de 15% des entreprises plaisiroises. Enfin, le secteur public représente un peu plus de 14% des entreprises locales.

Il est important de noter que le secteur d'activité joue un rôle dans la typologie des enseignes. En effet, les besoins de se signaler ne sont par exemple pas les mêmes entre une entreprise industrielle et une entreprise de services.

La commune de Plaisir compte deux zones industrielles, les Ebisoires au Nord et les Gâtines à l'Est. Elle compte également deux zones d'activités d'importance, la zone du centre commercial régional Grand Plaisir au Nord et Sainte-Apolline au Sud. On relève d'autres zones d'activités de taille plus modeste comme la zone d'activités de la Briqueterie, la zone de la Chaîne ou encore la zone Claude Chappe. Enfin, le centre-ville attire quelques activités tout comme les abords de la gare Plaisir Grignon au Nord-Ouest de la commune.

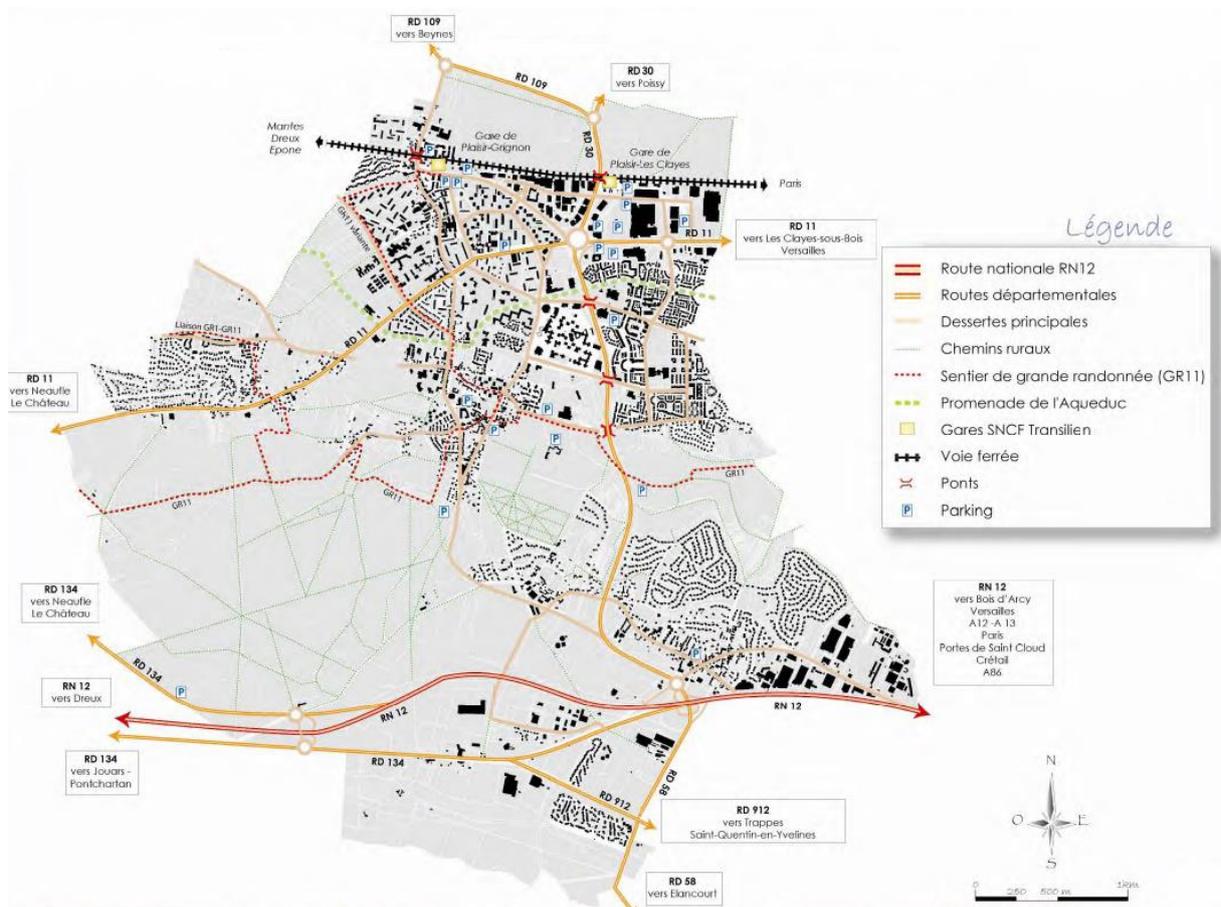


Zones d'activités de Plaisir

6. Les infrastructures de transport

La ville de Plaisir est traversée au sud par la N12. De plus, plusieurs axes importants traversent la commune notamment : la D11, la D30, la D58, la D134 et la D912. Ces six voies, sont classées comme routes à grande circulation par le Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie. Ce type de voie constitue un espace privilégié pour l'affichage publicitaire étant donné l'importance des flux routiers.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération¹³.



Trame viaire, Plaisir - Source : PLU

¹³ Article R581-31 du code de l'environnement



7. La réglementation locale de la publicité de 1982

La réglementation locale de 1982 définit 5 zones particulières :

- une zone d'interdiction absolue de la publicité à proximité du site classé du parc du Château de Plaisir ;
- trois zones de publicité restreinte (ZPR) avec des règles graduées en matière de publicité ;
- une zone de publicité autorisée (ZPA) hors agglomération.

La réglementation de 1982 n'encadre pas spécifiquement les enseignes. En effet, le texte de 1982 renvoie à l'ancienne réglementation nationale et notamment le décret n°82-211 du 24 février 1982. Ce décret a été abrogé. Les enseignes sont donc uniquement soumises au code de l'environnement en attendant la révision du RLP.

En matière de publicité, il convient de préciser que le mobilier urbain peut accueillir, à titre accessoire, de la publicité. Le RLP de 1982 ne restreint pas les possibilités d'implantation publicitaire sur le mobilier urbain. D'autre part, il autorise dans certaines zones hors agglomération, la publicité sur mobilier urbain ce qui est contraire au code de l'environnement. Il apparaît que certaines zones situées hors agglomération lors de l'élaboration de la réglementation de 1982 sont aujourd'hui des zones agglomérées qui devront être prises en compte dans la future réglementation.

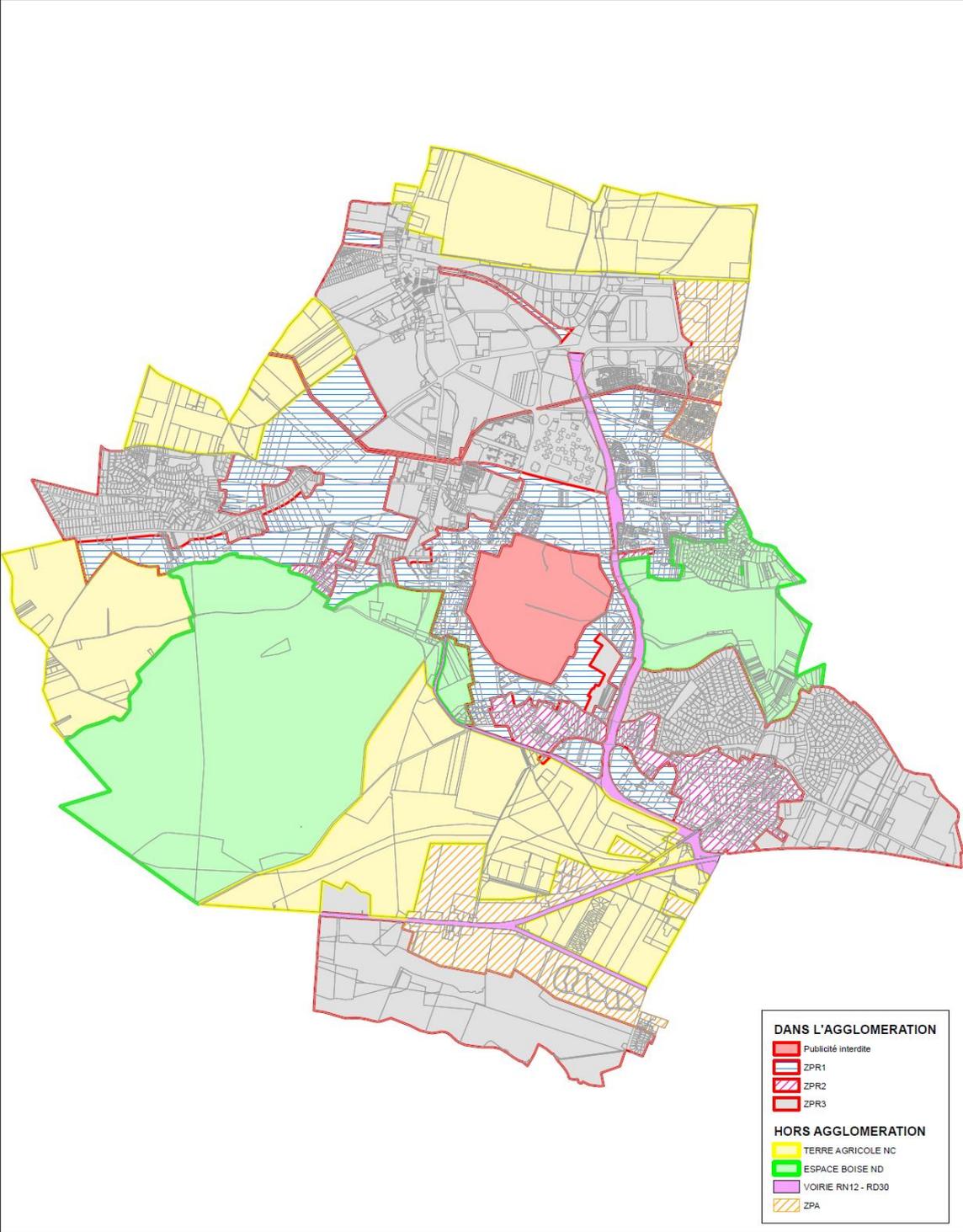
La ZPR1 fixe des règles très strictes en matière de publicité en n'autorisant uniquement la publicité sur mobilier urbain et ce, afin de protéger les abords du site classé.

La ZPR2 reprend la possibilité de la publicité sur le mobilier urbain en autorisant également la publicité murale dans la limite de 4 m². Une règle de densité existe également afin de limiter le nombre de publicités murales sur une parcelle privée.

La ZPR3 reprend les possibilités de la ZPR2 en autorisant la publicité murale et scellée au sol dans la limite de 12 m². Une règle de densité plus souple qu'en ZPR2 existe également.

La carte ci-dessous identifie les différents secteurs du RLP de 1982.

Ville de Plaisir - Zonage de publicité



Numéro plan:
PHT-05-024-A3
Date:
04/04/2005

Echelle :
1:20 000
500 250 0 500

Direction des Systèmes d'Information
Système d'Information Géographique

Fond de plan :
-Levé photogrammétrique
numérisé de la
Ville de Plaisir 1998

-Cadastré, Propriété du Cadastre
Droits de l'Etat réservés
Données : Direction des Systèmes
d'Information

Source : PLU

II. Le diagnostic du parc d'affichage

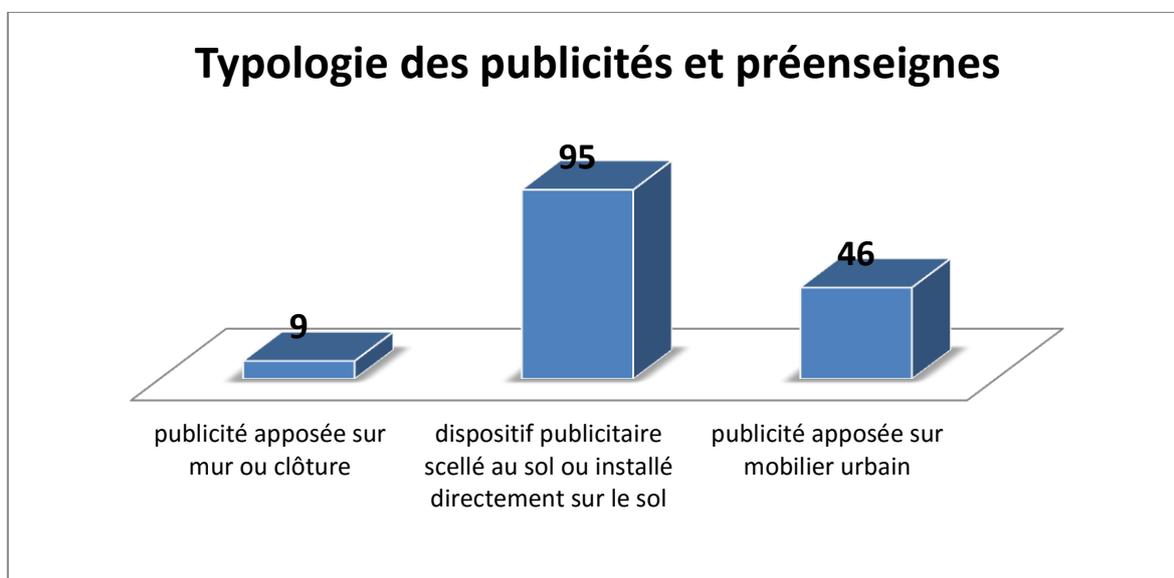
Un recensement des publicités, enseignes et préenseignes situées à Plaisir a été effectué en 2014. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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 de réglementation locale renforcée sur le territoire intercommunal.

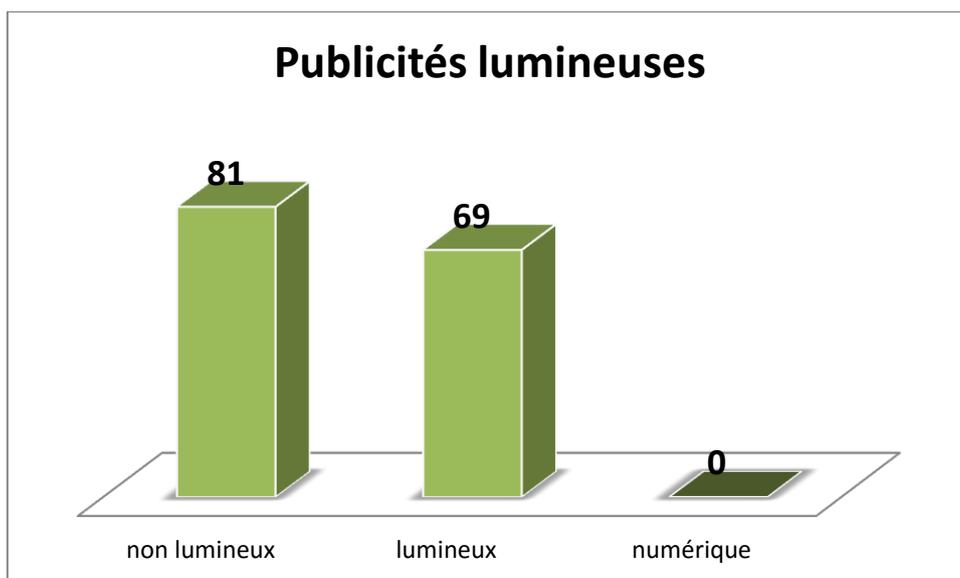
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à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

1. Caractéristiques des publicités et préenseignes

104 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. D'autre part, un échantillon représentatif de 46 publicités apposées sur mobilier urbain a été relevé.



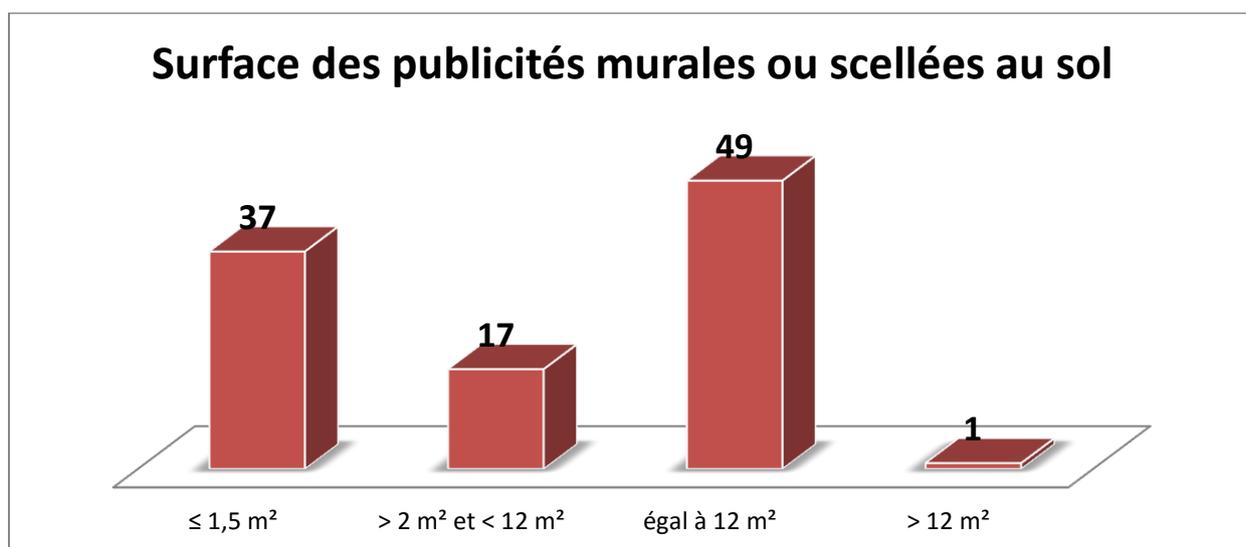
Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes plaisiroises en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés. Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont moins présentes sur le territoire communal (8%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage.



La publicité lumineuse est définie comme « la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet » (article R581-34 1°).

La publicité lumineuse représente 46% des dispositifs recensés. La plupart sont éclairés par projection ou transparence. C'est pourquoi en termes de dimensions, ils sont soumis aux règles des dispositifs non lumineux (article R581-34 5°).

Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositif publicitaire numérique¹⁴. L'installation de ce type de dispositif est actuellement en expansion en France, le RLP fixera des règles spécifiques à ce type de dispositif afin d'en limiter l'impact sur le cadre de vie.



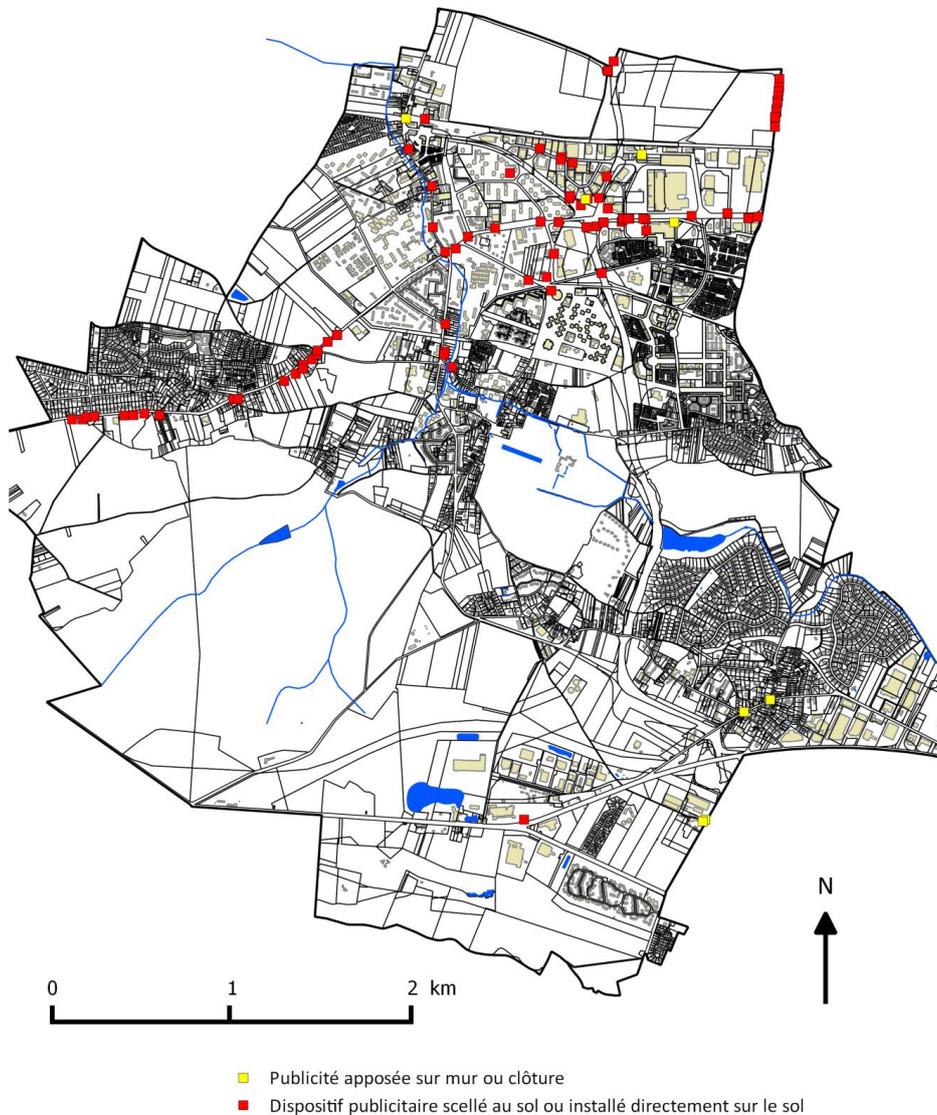
Les dispositifs scellés au sol de 12 m² sont nettement dominants sur le territoire communal en nombre et surtout en termes de surface. En effet, certains sont défilants et comporte donc un nombre de faces important.

Parmi les dispositifs de moins de 1,5 m², on retrouve de nombreuses préenseignes installées hors agglomération et mesurant 1,5 m².

La publicité apposée sur mobilier urbain est de deux formats :

- 2 m² pour les abris destinés au public et les « planimètres » ;
- 7,3 m² pour le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local.

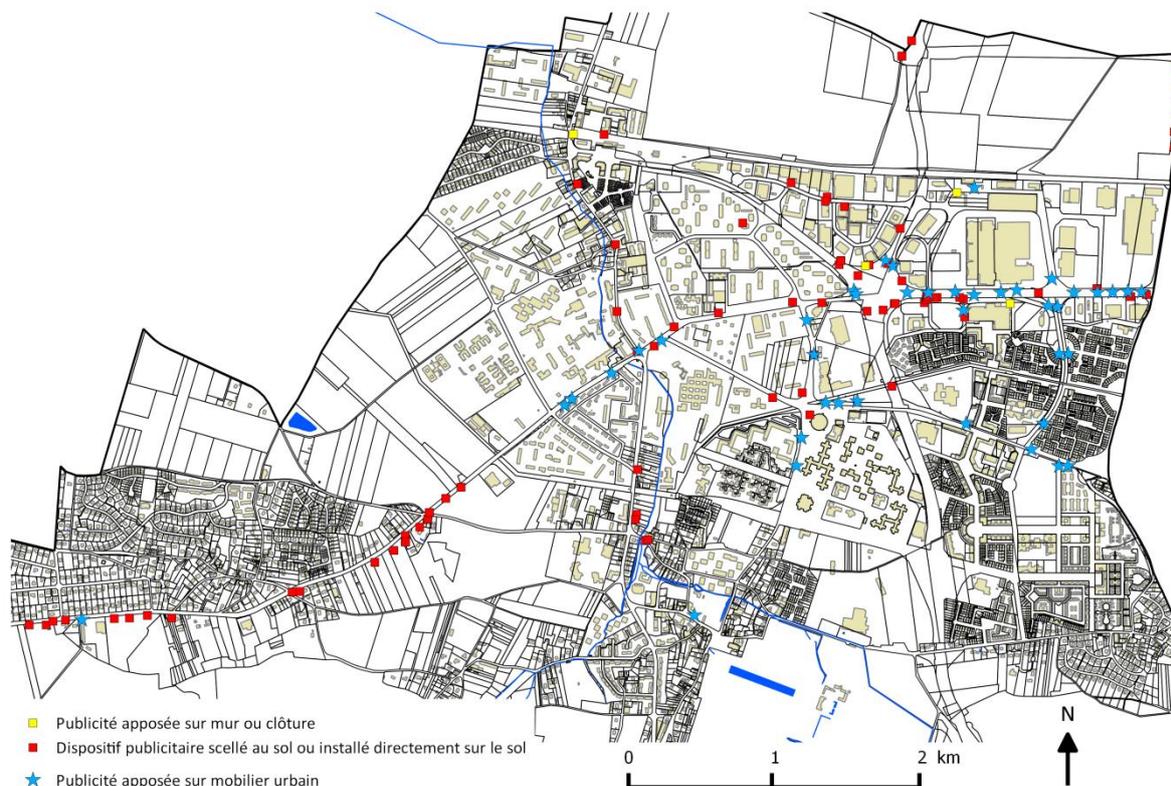
Publicités et préenseignes de Plaisir



La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal. On note la présence importante des dispositifs publicitaires scellés au

sol le long des principaux axes traversant le territoire (en particulier le long de la D11 et de la D30.). Un autre élément important est également la quasi absence de la publicité murale.

Zoom sur les publicités et préenseignes du Nord de Plaisir



La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes dont celles installées sur le mobilier urbain dans le nord de Plaisir.

2. Infractions relevées

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

La réforme des préenseignes dérogatoires entre en vigueur le 13 juillet 2015. A partir de cette date, les seules activités pouvant se signaler hors agglomération seront :

- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- les activités culturelles ;
- les activités locales en lien avec la production ou la vente de produits du terroir.

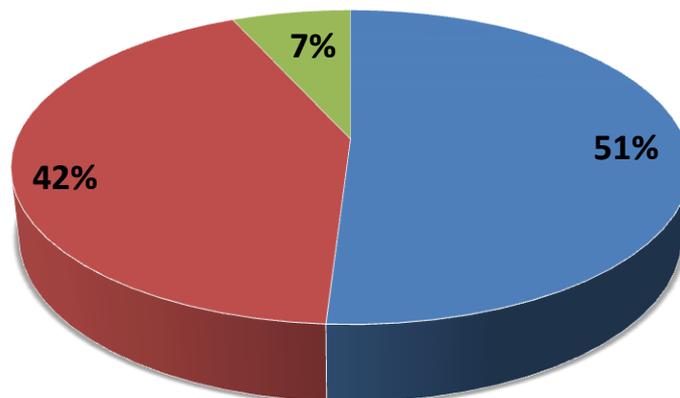
Ainsi les hôtels, restaurants, garages et autres services utiles aux personnes en déplacement ne bénéficieront plus de préenseignes dérogatoires pour se signaler. Ils devront recourir à la Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.



Exemple de SIL mise en place en Gironde

Conformité des publicités murales et scellées au sol au code de l'environnement

■ conforme ■ non conforme ■ non conforme à partir du 13 juillet 2015



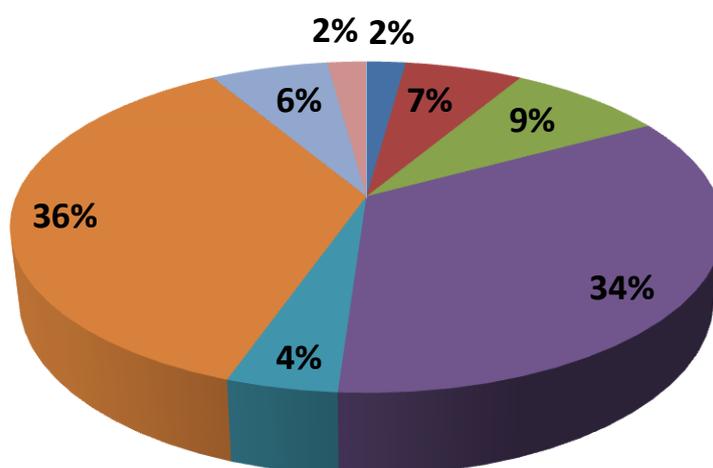
On constate que 44 dispositifs sont en infraction regard du code de l'environnement, soit 42% des dispositifs relevés. Ce niveau très élevé d'infractions vient en grande partie de l'ignorance de l'installation de préenseignes hors agglomération non dérogatoires. A partir du 13 juillet 2015, sept préenseignes dérogatoires installées sur le territoire communal ne seront plus conformes à la réglementation.

Les professionnels disposent d'un délai de 2 ans pour se mettre en conformité avec le code de l'environnement soit au plus tard le 13 juillet 2015.

Suite à l'approbation du RLP, les professionnels disposent de 2 ans pour se mettre en conformité avec la nouvelle réglementation locale.

Typologie des infractions relevées

- mauvais état d'entretien
- dépasse les limites du mur ou de l'égout du toit / publicité hors agglomération
- publicité hors agglomération
- hauteur \geq 6 m
- installée sur clôture non aveugle
- préenseigne non dérogatoire (format non respecté ou activité non dérogatoire)
- non respect de la règle du H/2 ou de recul par rapport aux baies voisines
- préenseigne temporaire hors agglomération non conforme



Sur les 44 dispositifs non conformes en 2014, on relève 47 infractions. Certains dispositifs sont l'objet de plusieurs infractions.

Parmi les préenseignes situées hors agglomération, 17 sont actuellement en infraction car elles signalent des activités non dérogatoires ou dépassent le format maximal réglementaire¹⁵. A compter du 13 juillet 2015, elles seront 24 en infraction, soit la quasi-totalité des préenseignes situées hors agglomération.

Quatre publicités sont installées hors agglomération ce qui est en contradiction avec un des piliers de la réglementation nationale.

Trois dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont installés à moins de la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété¹⁶. De plus, 16 de ces dispositifs dépassent 6 mètres de hauteur ce qui est contraire au code de l'environnement¹⁷.

¹⁵ Dimensions maximales fixées par l'article R581-66 du code de l'environnement : 1 mètre de hauteur et 1,5 mètre de largeur

¹⁶ Article R581-33 du code de l'environnement

¹⁷ Article R581-32 du code de l'environnement



Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont parfois mal implantées. Ainsi, trois dépassent des limites de l'égout du toit¹⁸ et deux sont apposées sur des clôtures non aveugles¹⁹.

On relève également un dispositif qui n'est pas maintenu en bon état d'entretien et de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui l'exploite.

Enfin, une préenseigne temporaire a été relevée hors agglomération, elle n'était pas conforme aux dimensions maximales fixées par le code de l'environnement²⁰.

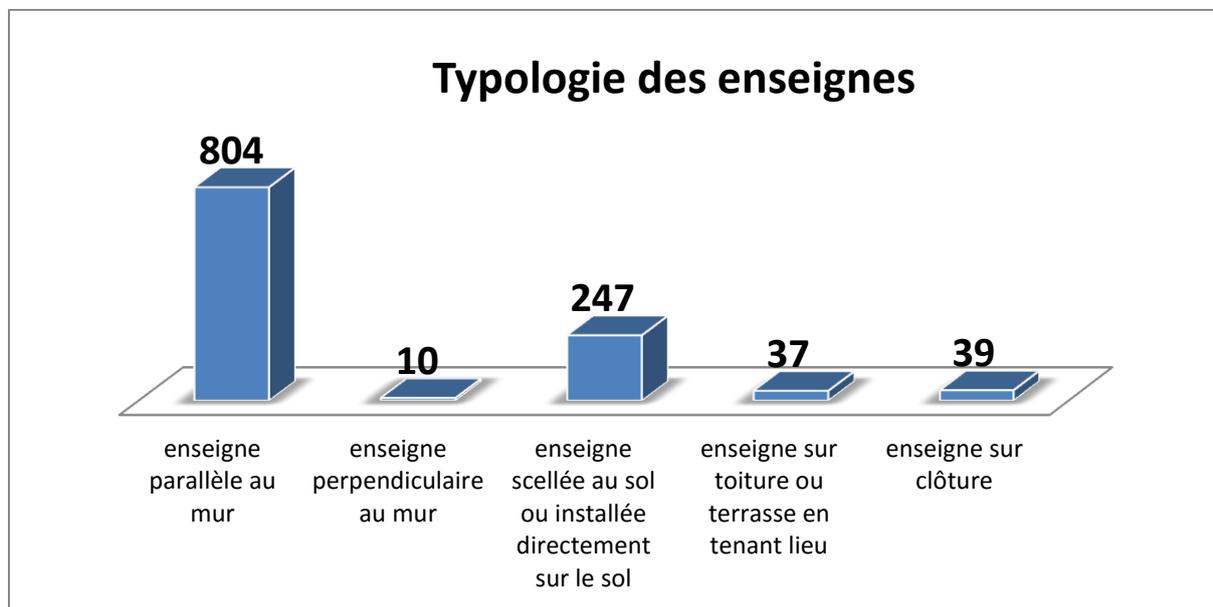
¹⁸ Article R581-27 du code de l'environnement

¹⁹ Article R581-22 du code de l'environnement

²⁰ Article R581-71 du code de l'environnement

3. Caractéristiques des enseignes

1137 enseignes ont été recensées sur le territoire communal.

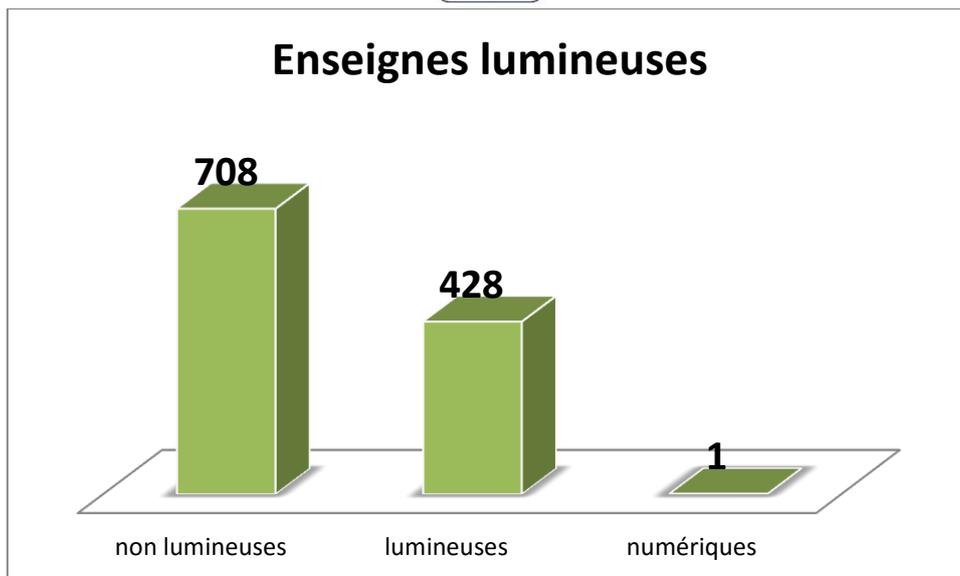


Près de 70% des enseignes recensées à Plaisir sont des enseignes parallèles apposées sur un mur support. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

Les enseignes perpendiculaires au mur ont globalement des surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Elles sont par ailleurs peu nombreuses sur le territoire intercommunal. Toutefois, ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville ou à proximité de la gare.

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

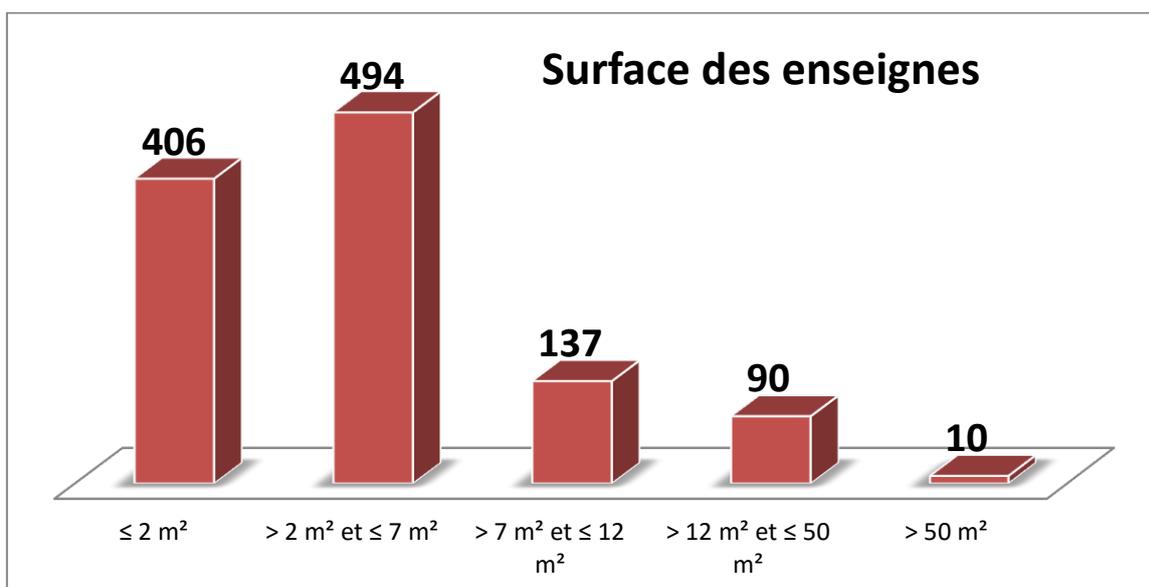
Enfin, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu représentent environ 3% des enseignes plaisiroises. Les enseignes sur clôture (en particulier sur clôture non aveugle) comptent également pour 3% du total des enseignes. Toutefois, une attention particulière devra être portée à ces deux catégories de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité.



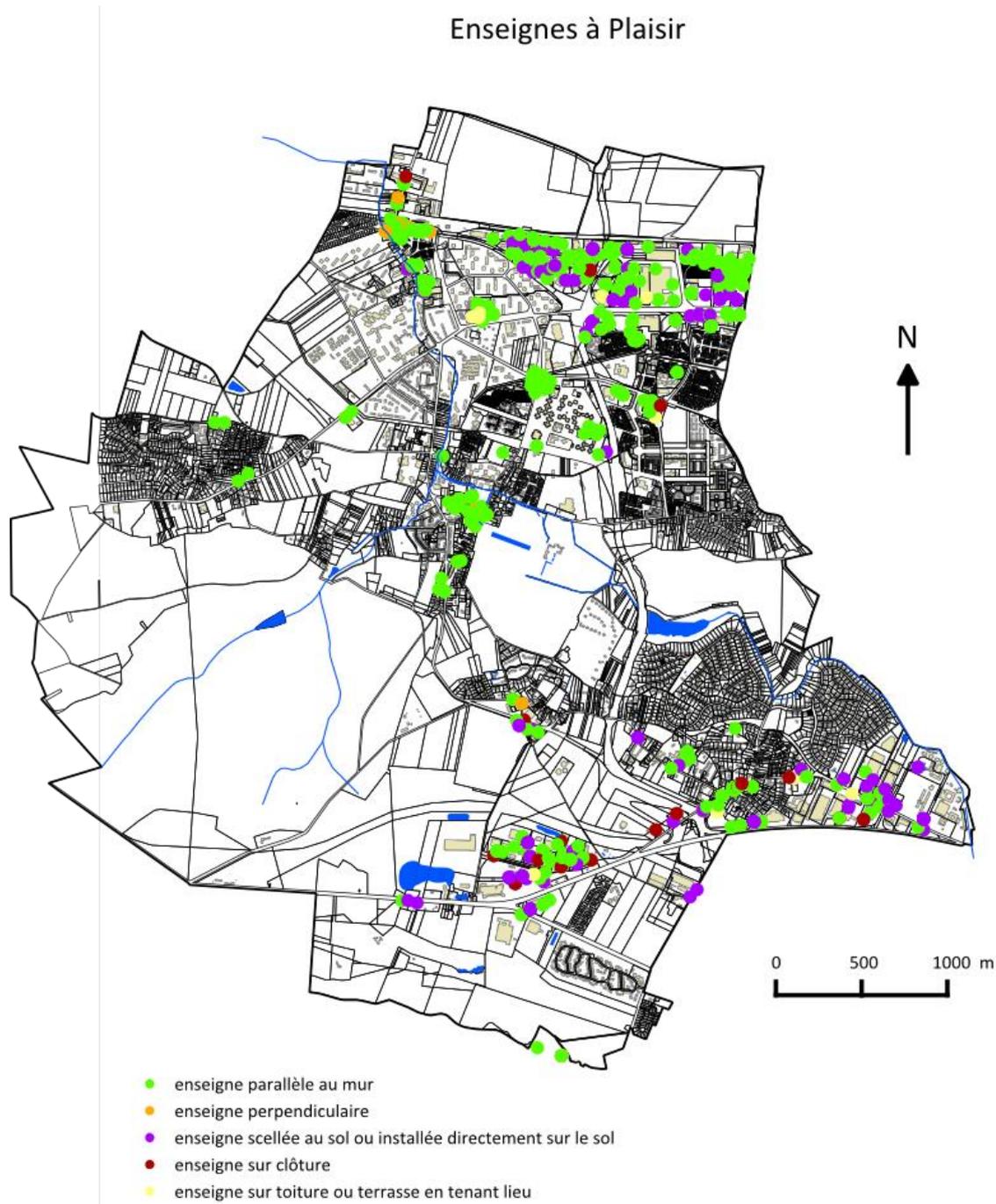
Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes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

Les enseignes lumineuses représentent près de 38% 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.

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



Près de 80% des enseignes mesurent moins de 7 m². Les enseignes de grande surface ont un impact important sur le paysage. Parmi les 39 enseignes de plus de 25 m², 30 sont des enseignes parallèles au mur. Les autres sont soit installées en toiture pour quatre d'entre elles (27m², 35 m², 35 m² et 70 m²) soit scellées au sol ou installées directement sur le sol pour les cinq restantes (31 m², 34 m², 35 m², 44 m² et 46 m²). On rappelle que le code de l'environnement fixe à 60 m² la surface maximale des enseignes sur toiture²¹ et à 12 m², celle des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol²².

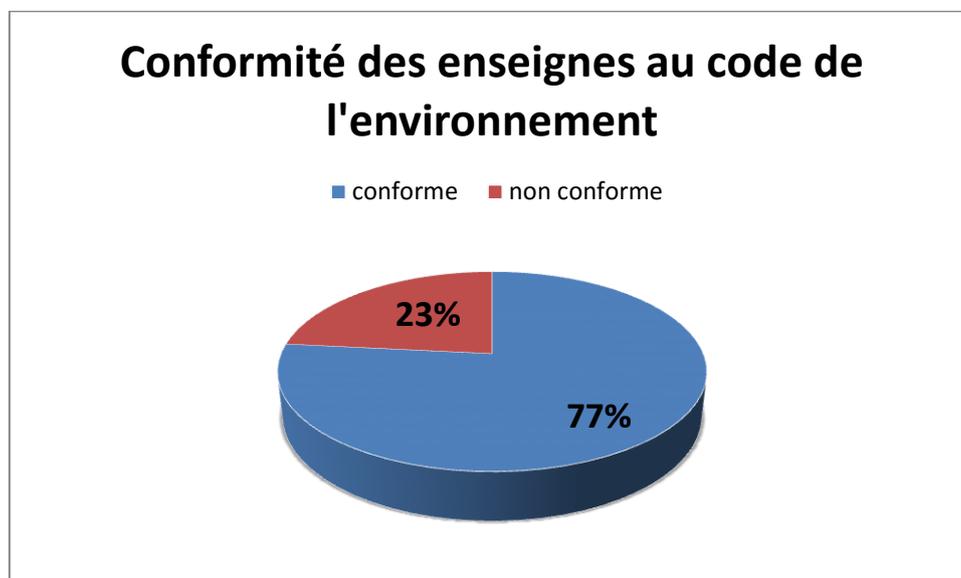


²¹ Article R581-62 du code de l'environnement

²² Article R581-65 du code de l'environnement

4. Infractions relevées

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

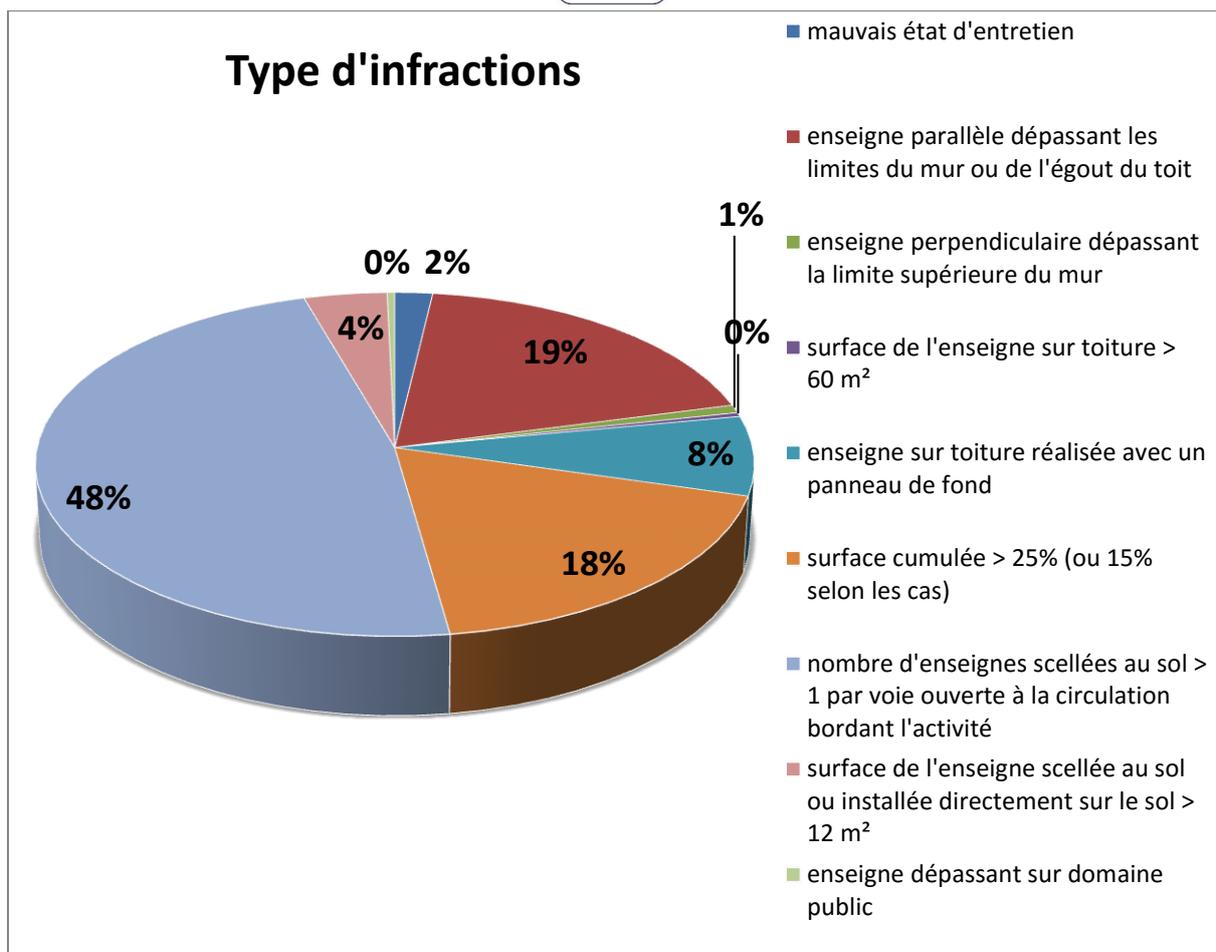


On constate que 266 enseignes sont en infraction regard du code de l'environnement, soit 23% du total des enseignes plaisiroises. Plusieurs enseignes sont en infraction « multiple », c'est pourquoi on relève au total 268 infractions au code de l'environnement. Cette proportion est assez importante ce qui s'explique en partie par un nombre important d'activités installant plus d'une enseigne scellée au sol le long des voies ouvertes à la circulation les bordant²³.

Les professionnels disposent d'un délai de 6 ans pour se mettre en conformité avec le code de l'environnement, soit au plus tard le 1^{er} juillet 2018.

Suite à l'approbation du RLP, les professionnels disposent de 6 ans pour se mettre en conformité avec la nouvelle réglementation locale.

²³ Article R581-64 du code de l'environnement



De nombreuses activités possèdent plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré le long d'une même voie. L'article R581-64 limite pourtant ce type d'enseignes en nombre, à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité. Parmi les 128 enseignes concernées par cette infraction citons notamment les drapeaux sur des mâts, les totems ou encore des panneaux « 4 par 3 ». On relève également 11 enseignes scellées au sol dépassant la surface maximale de 12 m²²⁴.

La seconde infraction la plus répandue concerne les enseignes parallèles dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit. En effet, 51 enseignes ne respectent pas cette règle.

49 enseignes ne respectent pas la règle de surface cumulée des enseignes apposées sur la façade commerciale d'un établissement²⁵.

Rappel des seuils de surface d'enseignes²⁶

²⁴ Article R581-65 du code de l'environnement

²⁵ Ce type d'infraction est fourni à titre indicatif. En effet, les surfaces des façades commerciales n'ont pas été mesurées. Une mesure complémentaire de la façade commerciale permettra de mettre en conformité les enseignes saturant les façades.



Surface de la façade commerciale	< 50 m ²	> 50 m ²
Surface des enseignes apposées sur la façade commerciale	25% de la façade	15% de la façade

Sur les 37 enseignes en toiture recensées, 21 sont en infraction parce qu'elles possèdent un panneau de fond²⁷. Le RLP pourra encadrer plus strictement ce type d'installation afin de protéger le cadre de vie et notamment des perspectives de qualité.

Les autres infractions concernent seulement quelques enseignes : 5 enseignes sont en mauvais état d'entretien²⁸, 2 enseignes perpendiculaires dépassent les limites supérieures du mur²⁹ et une enseigne scellée au sol dépasse sur le domaine public (ce qui en fait une publicité pour partie).

²⁶ Article R581-63 du code de l'environnement

²⁷ Article R581-62 du code de l'environnement

²⁸ L'article R581-58 du code de l'environnement précise que les enseignes doivent être maintenues en bon état par les personnes exerçant l'activité signalée.

²⁹ Article R581-61 du code de l'environnement



III. Les orientations et objectifs de la collectivité

1. Objectifs

Lors de la délibération du conseil municipal du 18 décembre 2014, la commune de Plaisir s'est donnée quatre objectifs pour son RLP :

- Amélioration de l'image des entrées de ville notamment la D11 et le chemin de la Croix-Blanche ;
- Amélioration de l'image des zones d'activités notamment la zone des Ebisoires et la zone des Gâtines ainsi que la zone commerciale du Grand Plaisir ;
- Amélioration de l'image des abords du centre-ville et de la gare Plaisir-Grignon ;
- Préservation des espaces paysagers de qualité notamment le site classé du parc du Château et le site inscrit du Château ainsi que la forêt de Sainte-Apolline et les espaces agricoles du nord et de l'ouest de la commune.

2. Orientations

Afin de remplir ses objectifs et compte tenu du diagnostic établi précédemment, la commune de Plaisir s'est fixée les orientations suivantes en matière de publicités, enseignes et préenseignes.

En matière de publicités et de préenseignes, la commune a retenu les orientations suivantes :

- Interdire certains dispositifs publicitaires peu adaptés au contexte local ;
- Interdire la publicité dans des zones remarquables du territoire communal ;
- Renforcer la règle nationale de densité ;
- Réduire les surfaces et les hauteurs dans certaines zones ;
- Fixer des règles spécifiques à la publicité lumineuse en particulier numérique.

En matière d'enseignes, la commune a retenu les orientations suivantes :

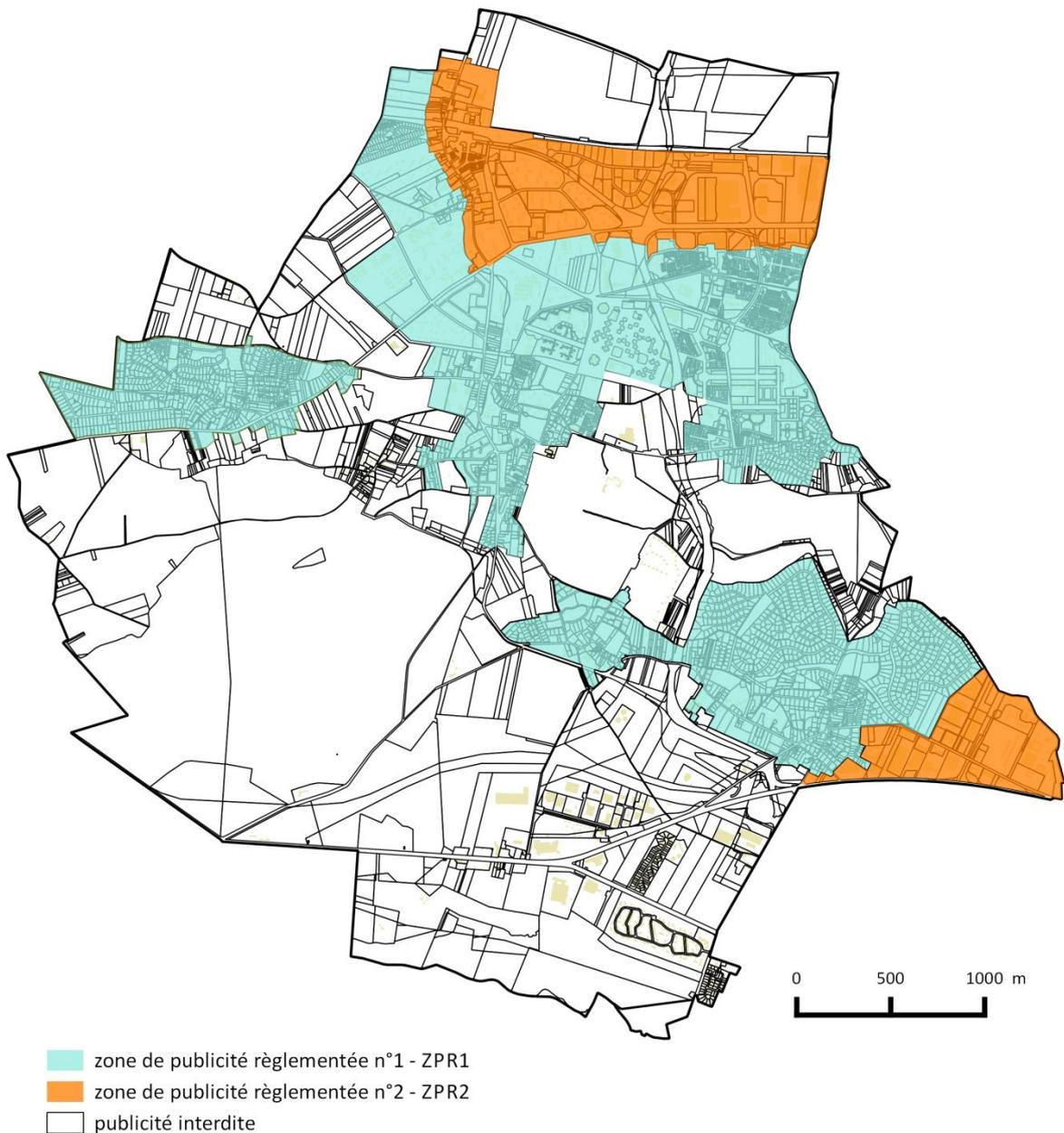
- Interdire certaines enseignes peu adaptées au contexte local ;
- Limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires au mur ;
- Fixer des règles esthétiques aux enseignes sur bâtiment
- Réduire la surface unitaire maximale des enseignes scellées ou installées directement sur le sol de plus de un mètre carré dans certaines zones;
- Fixer des règles spécifiques aux enseignes lumineuses et notamment numériques et clignotantes.

La commune a également choisi d'encadrer les enseignes et préenseignes temporaires peu encadrées par la réglementation nationale.

IV. Présentation du zonage et justification des choix retenus

1. Publicités et préenseignes

Deux zones de publicité règlementée sont instituées sur le territoire communal. La première nommée zone de publicité règlementée n°1 (ZPR1) couvre le centre-ville à proximité des abords du château de Plaisir, la zone d'habitat situé à l'est et la zone d'habitat située à l'ouest. La seconde nommée zone de publicité règlementée n°2 (ZPR2) couvre la zone d'activité du centre commercial Grand Plaisir et la zone d'activités des Gâtines. En dehors des ZPR1 et ZPR2, toute publicité est interdite (zone blanche sur la carte).



Zonage RLP de Plaisir



En zone de publicité règlementée n°1

La commune a souhaité protéger les secteurs d'habitat ainsi que les zones patrimoniales (abords du parc et du Château de Plaisir) du territoire. C'est pourquoi, en ZPR1, la commune autorise uniquement 3 catégories de publicité. La publicité installée à titre accessoire sur le mobilier urbain, la publicité apposée sur un mur aveugle et la publicité installée sur les palissades de chantier. Les autres dispositifs sont interdits.

La publicité murale ne peut excéder 4 m² ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Une seule publicité murale est autorisée par mur aveugle afin d'éviter une densité trop importante de publicités sur un mur.

Les publicités sur mobilier urbain et sur les palissades de chantier restent soumises aux seules dispositions du code de l'environnement que la commune considère comme suffisantes pour protéger le cadre de vie des habitants.

Les publicités autorisées en ZPR1 peuvent être lumineuses mais pas numériques. Afin de protéger le cadre de vie et de prévenir les nuisances nocturnes de ce type de dispositif, la publicité lumineuse est éteinte entre 00h00 et 06h00. Cela permettra de faire des économies d'énergie dans une optique de développement durable tout en protégeant le paysage nocturne de la pollution lumineuse.

En zone de publicité règlementée n°2

La commune a pris en compte les besoins des acteurs économiques en créant la zone de publicité règlementée n°2 (ZPR2) qui couvre les principales zones d'activités situées en agglomération. Dans cette zone, la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu ainsi que la publicité non lumineuse sur clôture aveugle sont interdites. De plus, les véhicules publicitaires ne sont pas autorisés.

En ZPR2, la surface maximale des publicités est de 12 m² conformément au code de l'environnement (pour la publicité murale et la publicité scellée au sol). La commune a souhaité harmoniser les hauteurs maximales existantes entre les différents types de publicité à 6 mètres maximum. Les bâches publicitaires ne pourront excéder 12 m² afin de fixer une surface maximale à ce type de dispositif qui n'est pas limité par le code de l'environnement.

La règle de densité a également été restreinte de la manière suivante.

Il peut être installé sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique :

- soit un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol ;
- soit une publicité apposée sur un mur.

Ceci afin de limiter l'installation de panneaux trop nombreux au même endroit et ainsi protéger le cadre de vie des habitants.



Dans un souci d'harmonie du paysage nocturne, la plage d'extinction nocturne des publicités et préenseignes et ZPR2 est identique à celle existante en ZPR1 soit entre 00h00 et 06h00.

Enfin, les publicités numériques actuellement en développement sur le territoire national seront encadrées afin d'en limiter l'impact sur le cadre de vie. Ainsi, les publicités numériques murales seront limitées à 4 m² tandis que les publicités numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol seront limitées à 2 m². En effet, l'impact sur le paysage des dispositifs publicitaires scellés au sol est bien souvent plus important que celui des publicités murales.

2. Enseignes

Certaines implantations d'enseignes ont été proscrites dans le règlement car peu qualitatives pour le paysage local et qu'il existe des alternatives à ces implantations. Il s'agit notamment des enseignes sur auvent ou sur marquise, sur toiture ou terrasse en tenant lieu (excepté en zone d'activités où l'impact est moindre), sur garde-corps de balcon ou balconnet ou installées sur les arbres.

Le nombre d'enseignes perpendiculaires au mur a été limité à deux par façade d'une même activité. Ceci afin d'éviter les phénomènes de saturation des façades avec de multiples enseignes perpendiculaires. La saillie de ces enseignes ne pourra excéder 80 centimètres par rapport au mur afin d'améliorer la lisibilité de ces dispositifs et préserver les perspectives des rues commerçantes. D'autre part, l'implantation de ce type d enseigne doit se faire en alignement avec l'enseigne parallèle au mur afin de garantir un paysage urbain commercial de qualité.

La collectivité a également restreint les règles concernant les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus de un mètre carré notamment en termes de surface et de hauteur. Ainsi, la hauteur maximale a été fixée à 6 mètres au lieu de 8 mètres dans la règle nationale et la surface a été restreinte à 6 mètres carrés (excepté en ZPR2 pour prendre en compte les enjeux économiques locaux). Cela permet de limiter l'impact de ce type de dispositif sur les perspectives de qualité du territoire tout en laissant la possibilité aux commerçants de se signaler.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins de un mètre carré ou égale à un mètre carré n'étant pas réglementées au niveau national, la collectivité a choisi de limiter ce type d'enseignes, en hauteur à 1,5 mètres. Elles seront de plus limitées à deux, placées le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Le but de ces choix est de protéger le paysage urbain d'un recours parfois abusif à ce type d'enseignes par certaines activités. A noter que ces enseignes doivent également vérifier des règles d'accessibilité issue du décret n°2006-1658 du 21 décembre 2006. Ce décret précise notamment qu'une largeur minimale de cheminement de 1,40 mètre doit être laissée libre de tout obstacle.



Les enseignes sur clôtures seront limitées à une, placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Leur surface unitaire maximale sera de 3 mètres carrés. Cela permet de préserver des perspectives qui peuvent être de qualité et également d'éviter la redondance d'informations avec d'autres enseignes.

Enfin, la collectivité a décidé d'encadrer les enseignes lumineuses en interdisant les enseignes numériques³⁰ excepté en ZPR2, actuellement en développement au niveau national. En ZPR2, seules les enseignes numériques murales sont autorisées dans la limite de 4 m² de surface unitaire maximale et de une par façade d'une même activité.

Par ailleurs, la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses³¹ a été fixée entre 00h00 et 06h00. L'objet de ces restrictions est de limiter la pollution lumineuse, de réaliser des économies d'énergie dans une optique de développement durable et d'harmoniser la plage horaire d'extinction nocturne avec celle de la publicité lumineuse.

3. Enseignes temporaires

La collectivité a également choisi d'encadrer les enseignes temporaires³² notamment en termes de nombre et de surface. Les enseignes temporaires lumineuses ont également été encadrées. Cela dans le but d'éviter que les enseignes temporaires ne prennent une place trop importante dans le paysage urbain ou ne revêtent un caractère "permanent".

³⁰ Les enseignes des services d'urgences ne sont pas concernées par cette interdiction.

³¹ Cette plage d'extinction ne s'applique pas aux activités nocturnes.

³² Les enseignes et préenseignes temporaires sont définies par l'article R581-68 du code de l'environnement.