

Révision du Plan Local d'Urbanisme

7.10. Règlement Local de Publicité



- COMMUNE D'ORSAY -

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

SEANCE DU 1^{er} AVRIL 2015

Etaient présents : David Ros, Maire, Président, Marie-Pierre Digard, Stanislas Halphen (à partir de 21h35), Michèle Viala, Pierre Bertiaux, Elisabeth Delamoye, Didier Missenard, Elisabeth Caux, Augustin Bousbain, Ariane Wachthausen, adjoints - Eliane Sauteron, Jean-François Dormont, Albert Da Silva, Véronique France-Tarif, Alexis Foret, François Rousseau, Mireille Ramos, Pierre Chazan, Astrid Auzou-Connes, Hervé Dole, Claude Thomas-Collombier, Gabriel Laumosne, Yann Ombrello, Frédéric Henriot (à partir de 20h45), Isabelle Ladousse, Raymond Raphaël (à partir de 20h45), Simone Parvez (à partir de 21h35), Alain Roche, Caroline Danhiez, Stéphane Charousset, Patrick Bernert.

Absents excusés représentés :

Stanislas Halphen (jusqu'à 21h35) pouvoir à Michèle Viala
Claudie Mory pouvoir à David Ros
Frédéric Henriot (jusqu'à 20h45) pouvoir à Elisabeth Delamoye
Simone Parvez (jusqu'à 21h35) pouvoir à Raymond Raphaël
Rachid Redouane pouvoir à Stéphane Charousset

Raymond Raphaël absent jusqu'à 20h45

Nombre de conseillers en exercice 33
Nombre de présents à 20h30 27
Nombre de votants 31 – 33 à 20h45

Le quorum étant atteint, Monsieur le Maire ouvre la séance du conseil municipal.

Elisabeth Delamoye est désignée, à l'unanimité des présents, pour remplir les fonctions de secrétaire de séance.

2015-37 – URBANISME - APPROBATION DU PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le Conseil municipal d'Orsay,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, et notamment son article L 2121-29,

Vu le Code de l'Environnement, et plus précisément son article L 581-14-1 stipulant que la procédure applicable à la révision d'un RLP est conforme à celle prévue pour un PLU,

Vu le Code de l'Urbanisme, et en particulier l'article L 123-10 portant sur les conditions d'approbation du projet de PLU en Conseil municipal,

Vu la délibération n°2013-70 du 26 juin 2013 prescrivant la révision du RLP et énonçant les modalités de concertation,

Vu la délibération du 18 décembre 2013 prenant acte de la tenue du débat d'orientation pour le projet de Règlement Local de Publicité,

Vu la délibération n°2014-102 du 9 juillet 2014 arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité et tirant le bilan de la concertation,

Vu l'avis tacite de la Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites (CDNPS) qui s'est réunie en sa formation « publicité » le 2 octobre 2014,

Vu les avis émis par les personnes publiques associées jointes au dossier d'enquête publique,

Vu l'arrêté municipal n° 14-287 du 17 octobre 2014 prescrivant l'enquête publique portant sur le Règlement Local de Publicité qui s'est déroulée du 10 novembre au 13 décembre 2014.

Considérant les conclusions du commissaire-enquêteur en date du 12 janvier 2015 délivrant un avis favorable assorti de réserves et recommandations,

Considérant les objectifs poursuivis par la Commune dans le cadre de la révision du Règlement Local de Publicité rappelés dans le rapport de présentation,

Considérant que les remarques issues de la consultation des personnes publiques associées, de l'avis de la CDNPS, de l'enquête publique ainsi que du rapport et des conclusions du commissaire-enquêteur justifient quelques modifications mineures du projet de Règlement Local de Publicité.

Considérant qu'il a été donné une suite favorable à l'ensemble des recommandations des personnes publiques associées,

Considérant qu'il a été donné une suite favorable à l'essentiel des remarques figurant dans le registre de l'enquête publique tout en respectant les objectifs du rapport de présentation et l'esprit du projet de RLP arrêté :

- limitation des enseignes sur clôture pleine ;
- augmentation des dimensions des enseignes perpendiculaires ;
- autorisation d'implantation d'enseignes perpendiculaires en étage pour les activités occupant l'ensemble d'un immeuble ;
- limitation des surfaces des enseignes parallèles ;
- correction des erreurs de rédaction évitant ainsi les mauvaises interprétations.

Considérant que les modifications suivantes ont en outre été apportées au projet de Règlement Local de Publicité pour des raisons de sécurité juridique :

- suppression de l'interdiction du micro affichage, de la publicité numérique et des bâches publicitaires ;
- autorisation des préenseignes temporaires hors mobilier urbain ;
- différenciation des trois périmètres dans la Zone de Publicité Restreinte 1 et interdiction de toute publicité en site classé du Domaine de Launay.

Considérant que le Règlement Local de Publicité tel qu'il est présenté au Conseil municipal est prêt à être approuvé conformément à l'article L 123-10 du Code de l'Urbanisme,

Après avoir délibéré, à l'unanimité :

- **Décide** d'approuver le Règlement local de Publicité tel qu'annexé à la présente délibération.

- **Dit** que conformément aux dispositions des articles R 123-24, R 123-25 du Code de l'Urbanisme, la présente délibération sera transmise à la Préfecture d'EVRY, fera l'objet d'un affichage en mairie pendant un mois, et sera publiée au recueil des actes administratifs de la commune d'ORSAY. Mention de cet affichage sera insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département.
- **Dit** que conformément à l'article L 581-14-1 du Code de l'Environnement, le Règlement Local de Publicité approuvé sera annexé au Plan Local d'Urbanisme.
- **Précise** que conformément à l'article L 123-10 du Code de l'Urbanisme, le Règlement Local de Publicité approuvé sera tenu à la disposition du public en annexe du PLU, au service urbanisme de la Mairie aux jours et heures habituels d'ouverture.
- **Précise** que conformément à l'article R 581-79 du Code de l'Environnement, le Règlement Local de Publicité approuvé sera mis à disposition sur le site internet de la commune.
- **Précise** que la présente délibération sera exécutoire :
 - o Dans un délai d'un mois suivant sa réception par le Préfet si celui-ci n'a notifié aucune modification à apporter au Règlement Local de Publicité ou dans le cas contraire à dater de la prise en compte de ces modifications,
 - o Après l'accomplissement de la dernière des mesures de publicité, la date à prendre en compte pour l'affichage étant celle du premier jour où il est effectué.

Extrait de la présente délibération
affiché le - 2 AVR. 2015
à la porte de la Mairie en application
des articles R.2121-11 et L.2121-25 du
Code général des collectivités territoriales

Pour extrait conforme
David ROS
Maire d'Orsay
Conseiller départemental de l'Essonne



Acte à classer

2015-37

1

En préparation

2

En attente retour
Préfecture

3

> AR reçu <

4

Classé

Identifiant FAST : ASCL_2_2015-04-07T11-59-33.00 (MI94702452)

Identifiant unique de l'acte : 091-219104718-20150401-2015-37-DE ([Voir l'accusé de réception associé](#))

Objet de l'acte : URBANISME - APPROBATION DU RÈGLEMENT

Date de décision : 01/04/2015



Nature de l'acte : Délibération

Matière de l'acte : 2. Urbanisme
2.1. Documents d urbanisme

Acte : [2015-37.PDF](#)

Pièces jointes : [RAPPORT DE PRESENTATION APPROUVE 2.PDF](#)

[carte RLP2.JPG](#)

[URBANISME - RLP ARRETE 14-203.PDF](#)

[modif rlp 3.PDF](#)

[REGLEMENT APPROUVE.PDF](#)

Classer

Annuler

Préparé

Date 07/04/15 à 11:59

Par [RABY Yolande](#)

Transmis

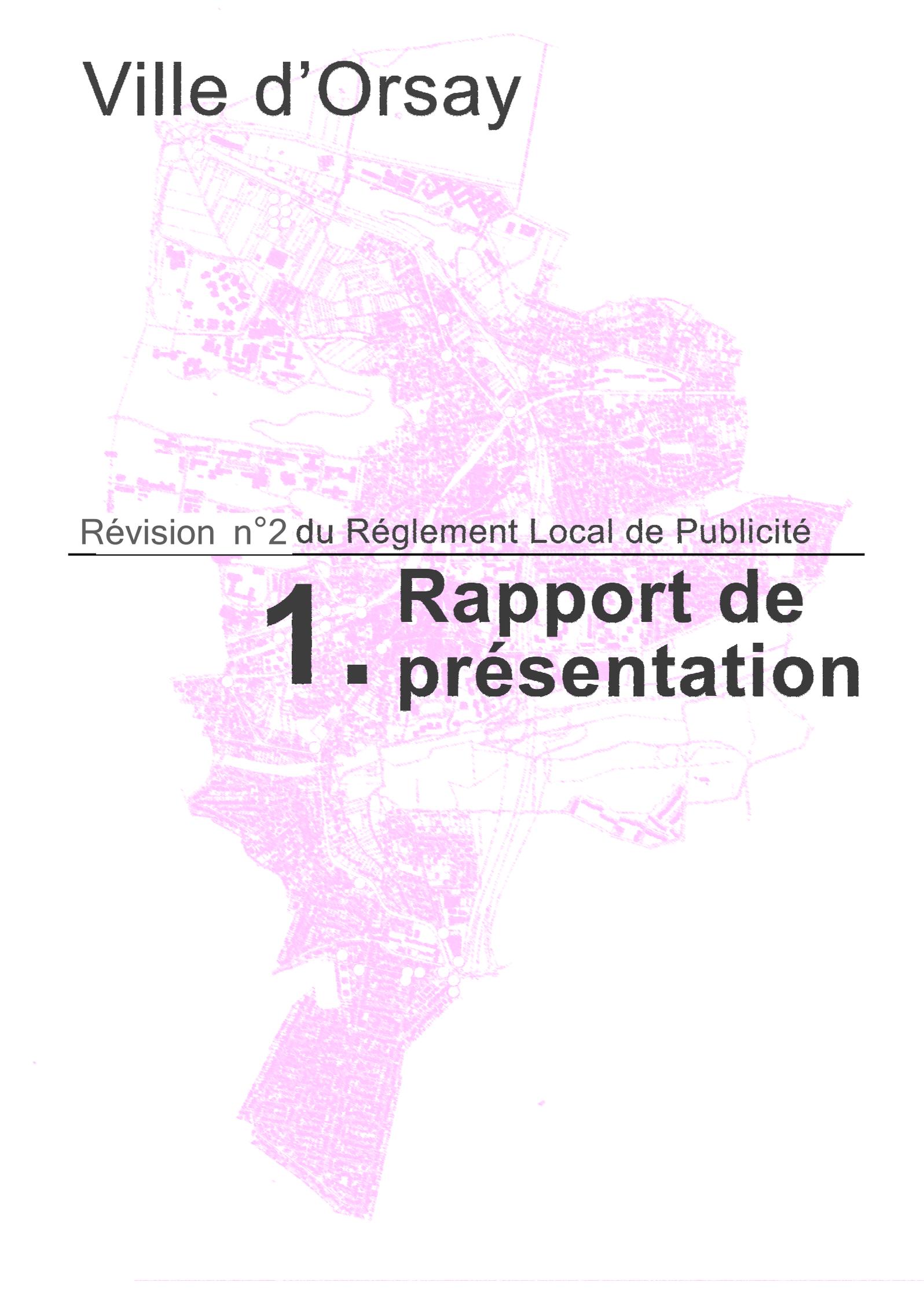
Date 07/04/15 à 12:00

Par [RABY Yolande](#)

Accusé de réception

Date 07/04/15 à 12:08

Ville d'Orsay



Révision n°2 du Règlement Local de Publicité

1 - Rapport de présentation

INTRODUCTION**I – CONTEXTE GEOGRAPHIQUE ET ADMINISTRATIF..... 4**

- 1-1 Localisation
- 1-2 Axes de communication
- 1-3 Activités économiques et industrielles
- 1-4 Sites protégés
- 1-5 Communauté d’Agglomération du Plateau de Saclay (CAPS)

II – CONTEXTE REGLEMENTAIRE ET CALENDRIER DE LA DEMARCHE 6

- 2-1 Les limites du Règlement Local de Publicité en vigueur
- 2-2 Les objectifs de la révision
- 2-3 Une nouvelle procédure instituée par la loi Grenelle II
- 2-4 Un premier projet de révision en 2011
- 2-5 Chronologie de la démarche
- 2-6 Information et concertation

III – DIAGNOSTIC 12

- 3-1 Méthodologie
- 3-2 Parc publicitaire
- 3-3 Secteurs à enjeux
- 3-4 Approche statistique des infractions constatées

IV – ORIENTATIONS 20

- 4-1 Renforcer l’attractivité et le dynamisme du centre ville et des quartiers commerçants de Mondetour et du Guichet. Favoriser l’équité entre les acteurs économiques.
- 4-2 Diminuer les nuisances visuelles pour améliorer le cadre de vie des orcéens
- 4-3 Renforcer la sécurité des automobilistes
- 4-4 Sécuriser juridiquement les autorisations données par la mairie pour faciliter la police de l’environnement

V – EXPLICATIONS DES CHOIX RETENUS 21

- 5-1 Publicités et Préenseignes : choix retenus au regard des orientations et objectifs
- 5-2 Enseignes : choix retenus au regard des orientations et objectifs

Le Règlement Local de Publicité a pour objectif d'adapter au contexte local les règles nationales en matière de publicité extérieure prévue par le Code de l'Environnement.

Ce document permet de maîtriser l'affichage publicitaire et les devantures commerciales sur le territoire communal. Il permet de protéger les paysages et entrées de villes par application de zones de publicité restreinte adaptées à chaque secteur. Les Zones de Publicité Restreinte (ZPR) comportent des règles qui sont obligatoirement plus restrictives que celles édictées par le Code de l'Environnement qui constituent la réglementation nationale.

Son champ d'action est délimité par l'article L 581-2 du Code de l'Environnement qui précise que les dispositifs visibles de toute voie ouverte à la circulation publique sont régis par la loi du 10 juillet 2010 dite Grenelle II.

La loi s'applique à trois catégories de dispositifs définis par l'article L 581-3 du code de l'environnement :

ARTICLE L 581-3 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

« 1° Constitue une **publicité**, à l'exclusion des enseignes et des 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 ;

2° Constitue une **enseigne** toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;

3° Constitue une **préenseigne** toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. »

Cette dernière catégorie appelle quelques explications particulières puisque certaines d'entre elles bénéficient d'un régime dérogatoire jusqu'en 2015. En effet, certaines activités ont la possibilité de bénéficier de préenseignes dérogatoires installées dans des secteurs où la publicité et donc les préenseignes au bénéfice d'autres activités sont interdites. Il existait, jusqu'à la réforme, cinq catégories d'activités (notamment les activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement). Un article prévoit de maintenir les activités signalant la proximité des monuments historiques ouverts à la visite et les activités en relation avec la vente de produits du terroir par les entreprises locales, de supprimer les autres et d'y ajouter la signalisation des activités culturelles.

La distinction entre publicité et préenseigne s'opère principalement par la présence d'un fléchage de l'activité mentionnée et l'indication d'une distance dans le message. A l'intérieur d'une agglomération, le régime applicable aux préenseignes est celui de la publicité (article L. 581-19).

1-1 LOCALISATION

La commune d'Orsay se situe en limite sud du plateau de Saclay, aux portes de la vallée de Chevreuse, à 22 kilomètres au sud de Paris. Orsay est entourée par les villes de Saclay et Vauhallan au nord, Palaiseau et Villebon-sur-Yvette à l'est, des Ulis au sud et de Bures-sur-Yvette et Gif-sur-Yvette à l'ouest. La ville compte environ 16 500 habitants.

Le PLU de la commune a été approuvé par délibération du Conseil Municipal en date du 6 novembre 2010. Il a fait l'objet de deux modifications le 28 septembre 2011 puis le 14 novembre 2012.

Orsay s'étend sur 776 hectares et s'organise autour de son centre historique, situé sur la rive sud de l'Yvette, au centre de la commune. Ce centre regroupe les principaux équipements de la commune (Mairie, Hôpital, Gare...) et possède une dimension commerciale et de services très forte (marchés, nombreux commerces).

Il est traversé par la RD 446, axe historique de la commune qui a supporté son développement. Cet axe permet également de relier les deux gares d'Orsay. Aujourd'hui, le pôle secondaire du Guichet est relié de manière très forte au centre historique, et la rue Charles de Gaulle est devenue le prolongement du centre ancien, notamment dans sa fonction commerciale. Plus au sud, le quartier de Mondétour, plus éloigné du centre ville, a une organisation constituée autour de son pôle de quartier regroupant plusieurs services, commerces et équipements de proximité.

1-2 AXES DE COMMUNICATIONS

Les panneaux publicitaires se multiplient le long des grands axes routiers et conduisent à la dégradation du paysage et des sites. Orsay n'échappe pas à ce phénomène avec notamment la présence forte de préenseignes le long de la RD 446.

Le territoire est traversé selon un axe nord au sud par la RN 118. Cette route à 2X2 voies permet d'accéder au réseau autoroutier national et notamment à l'A86 et à l'A10.

A l'échelle locale la commune bénéficie d'une bonne desserte grâce à un réseau de voies départementales :

- La RD 188 traverse la commune d'est en ouest et relie les Ulis à l'A10 (Massy/Paris)
- La RD 988 (rue de Paris et rue de Chartres) traverse la commune d'est en ouest
- La RD 446 (rue de Monthléry et rue de Versailles) traverse la commune du nord au sud.

La RN118 supporte un trafic important aux heures de pointe. Cette situation amène une partie des automobilistes à se reporter sur le réseau secondaire qui traverse la ville en empruntant notamment les rues de Monthléry et Louise Weiss. D'autres difficultés sont identifiées : l'importance du trafic en entrée de ville au niveau du rond-point de Mondétour.

La ville d'Orsay est aussi desservie par la ligne de RER B reliant Saint-Rémy-lès-Chevreuse à Paris. Elle bénéficie de la présence de deux gares : Orsay-ville et Le Guichet qui accueillent

respectivement 2 300 000 et 900 000 voyageurs par an. La commune se situe à 39 minutes de Chatelet les Halles au départ d'Orsay-ville.

1-3 ACTIVITES ECONOMIQUES ET INDUSTRIELLES

Les activités commerciales et les services sont localisés principalement en centre ville. Le Guichet et Mondétour constituent deux polarités secondaires. Le Guichet s'est développé autour de la gare éponyme et est relié au centre tandis que Mondétour, situé au sud de la commune, répond à une logique de quartier.

Orsay possède un centre ville dynamique et on n'y dénombre qu'une seule enseigne de grande distribution.

La commune jouxte la zone d'activité de Courtaboeuf et ne possède qu'un seul établissement commercial de plus de 1000 m² situé dans son prolongement (Magasin FLY situé près du rond point de Mondétour). Ce magasin est actuellement en liquidation judiciaire.

1-4 SITES PROTEGES

La commune d'Orsay compte un monument classé Monument Historique : l'immeuble dit Temple de la Gloire. Le monument a été édifié en 1801 et inscrit par arrêté du 27 septembre 1979. Il est situé avenue des Lacs.

La ville possède aussi un site classé au titre de la Loi du 2 mai 1930 pour la protection des sites. Au cœur de l'Université Paris-Sud 11, le Parc botanique de Launay, classé depuis 1959, s'étend sur plus de la moitié des 236 hectares du campus universitaire réparti sur le territoire de trois communes: Orsay, Bures-sur-Yvette et Gif-sur- Yvette.

Ces sites font l'objet de mesures particulières en matière de publicité prévue au Code de l'Environnement.

1-5 LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DU PLATEAU DE SACLAY (CAPS)

La CAPS est un Etablissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) créé le 1er janvier 2003. Elle fait suite à la Communauté de Communes (2002) qui a, elle-même, succédé au District du Plateau de Saclay, créé le 6 décembre 1991. Il était le prolongement logique du SIPS (Syndicat Intercommunal du Plateau de Saclay), créé en 1988.

Orsay fait partie des 11 communes qui constituent actuellement la Communauté d'Agglomération et composent un bassin de vie de 125 000 habitants.

La CAPS possède la compétence développement économique mais pas celle de l'urbanisme. Il n'existe pas de Règlement Local de Publicité à l'échelle intercommunautaire.

2-1 LES LIMITES DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE EN VIGUEUR

Le Règlement Local de Publicité en vigueur a été élaboré dans le cadre de la loi 79-1150 du 29 décembre 1979 codifié au Code de l'Environnement, et des normes réglementaires nationales qui en découlaient. Il a été mis en place par arrêté municipal le 28 avril 1983 et révisé le 29 mars 1999.

LE ZONAGE

Il comprend 4 zones de publicités restreintes (ZPR) qui couvrent l'ensemble du territoire et qui comportent chacune des règles spécifiques.

ZPR 1 : Elle a pour but de protéger des inconvénients de l'affichage les sites historiques du temple de la gloire et du domaine de Launay. Cette zone équivaut à l'interprétation d'un rayon de 500 mètres autour des bâtiments inscrits à l'inventaire des Monuments Historiques.

ZPR 2 : Elle correspond au périmètre inscrit à l'inventaire des sites pittoresques de la Vallée de Chevreuse ainsi qu'aux périmètres des espaces boisés communaux, de la plaine de Corbeville, s'y ajoute le centre ville, une partie du Guichet et le Bois Persan. Dans cette zone la publicité est interdite sauf sur le mobilier urbain.

ZPR 3 : Elle couvre l'ensemble du territoire communal à l'exclusion des 3 autres zones. Dans cet espace, la publicité est autorisée à la condition que le linéaire de façade soit au moins égal à 20 mètres.

ZPR 4 : Elle reprend les emprises ferroviaires.

Le chapitre 1 présente des généralités qui sont un rappel succinct du champ d'application d'un Règlement Local de Publicité et présente le zonage. Ce zonage présente un risque juridique de contentieux puisque le Code de l'Environnement ne permettait pas l'institution de Zones de Publicité Restreinte hors agglomération (Article L 581-7 de l'ancien CE). Or l'ensemble du territoire communal est recouvert par ces ZPR, y compris les zones hors agglomération (Plaine de Corbeville, Domaine de Launay...).

LES PRESCRIPTIONS GENERALES

Le chapitre 2 rappelle les définitions légales applicables aux enseignes. Dans ce titre, on ne définit ni le terme de préenseigne ni celui de publicité. La rédaction et la présentation peu claire de la définition de l'enseigne provoque des amalgames entre la définition et les prescriptions. Les dispositions concernant les autorisations préalables sont à remplacer par le nouveau formulaire cerfa d'autorisation n° 14798*01.

Les dispositions du chapitre 3 concernent les quatre zones de publicité restreinte qui recouvre l'ensemble de la commune.

DISPOSITIONS DU RLP DE 1999

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4
PUBLICITES ET PREENSEIGNES	INTERDITES	Autorisées uniquement sur le mobilier urbain	1 dispositif par unité foncière si façade > 20 m Surface limitée à 12 m ² Dispositif sur portique : - recul égal à la moitié de la hauteur du dispositif par rapport aux limites séparatives. - hauteur max de 6 m	Limitées aux emplacements définis dans le RLP Surface limitée à 12 m ² Hauteur max de 6 m
ENSEIGNES	Soumises à autorisation du Maire après avis de l'ABF	Soumises à autorisation du Maire après avis de l'ABF en site inscrit 1 seul dispositif par façade commerciale Située entre 2,7 et 4 m Enseigne clignotante et défilante interdite Enseigne drapeau interdite Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 23h et 7h.	1 seul dispositif par façade commerciale Située entre 2,7 et 4 m Enseigne clignotante et défilante interdite Enseigne drapeau interdite Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 23h et 7h.	
AFFICHAGE D'OPINION	INTERDIT	Autorisé sur les panneaux prévus à cet effet Dimension unitaire des dispositifs : 6 m ² maximum	Autorisé sur les panneaux prévus à cet effet Dimension unitaire des dispositifs : 6 m ² maximum	INTERDIT

ZPR 1

Cette zone interdit toute forme de publicité dans un périmètre de 500 mètres autour des monuments historiques ou inscrits de la ville mais rappelle qu'une autorisation de l'Architecte des Bâtiments de France est nécessaire pour les enseignes.

ZPR 2

La zone de publicité restreinte 2 couvre notamment l'ensemble du centre ville où les commerces sont nombreux. Les règles concernant les enseignes y sont très strictes (enseigne perpendiculaire interdite) ou inapplicables (positionnement des enseignes entre 2,70 m et 4 m par rapport au niveau du trottoir). L'instruction des demandes d'enseigne est difficile et les décisions relèvent plus d'un sentiment sur l'aspect général du projet que d'une étude de la compatibilité de ce dernier avec le règlement. D'après le diagnostic effectué, seul 5% des commerces orcéens sont conformes au Règlement Local de Publicité.

Les publicités et préenseignes sont limitées au mobilier urbain.

ZPR 3

Les règles de cette zone souffrent des mêmes lacunes en matière d'enseignes que celles de la ZPR2.

En matière de publicités et préenseignes, la règle de densité est à conserver et à adapter en fonction des termes utilisés dans la loi Grenelle II qui réglemente aussi les densités. Une mise en cohérence avec le règlement national doit être effectuée concernant la publicité lumineuse et les nouvelles technologies numériques. Il est envisagé une réduction du format maximal.

ZPR 4

Cette zone limite le nombre de panneaux publicitaires sur les emprises ferroviaires. Une cartographie avec les emplacements autorisés (au nombre de 5 pour les deux gares) a été effectuée. Le règlement n'en autorisait aucun autre.

2-2 LES OBJECTIFS DE LA REVISION

Les règles nationales ayant évolué, le Règlement Local de Publicité d'Orsay doit être mis en cohérence. Au delà de son obsolescence, il doit aussi remédier à son caractère lacunaire puisque certaines règles inapplicables sont inappliquées.

Or, l'affichage publicitaire non maîtrisé pose de réels problèmes en termes d'image, d'aménagement paysager voire de sécurité.

La commune d'Orsay étant soucieuse de la qualité paysagère de son territoire, il est nécessaire de prendre les mesures adéquates pour garantir un cadre de vie agréable à ses habitants, des entrées de ville attractives et un centre-ville de qualité.

Le Règlement Local de Publicité révisé devra aussi renforcer la sécurité juridique des autorisations données aux pétitionnaires.

2-3 UNE NOUVELLE PROCEDURE INSTITUEE PAR LA LOI GRENELLE II

La loi du 10 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite « Grenelle 2 », a modifié les dispositions encadrant la publicité au niveau local. Elle a eu pour conséquence de modifier plus de la moitié des articles législatifs du code de l'environnement concernant l'affichage publicitaire.

Désormais, la procédure d'élaboration du RLP s'appuie sur celle du Plan Local d'Urbanisme (Article L 581-14-1 du Code de l'Environnement), définie au chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'Urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 123-13 et des dispositions transitoires de l'article L 123-19 du même code.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Le Règlement Local de Publicité, une fois approuvé, est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme.

Les documents obligatoires composant le RLP sont désormais plus nombreux :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune 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 prescriptions adaptant les dispositions nationales. 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 les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article

R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le Règlement Local de Publicité définit dorénavant une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. La loi dite « Grenelle 2 » supprime les zones de publicité élargie (ZPE) en agglomération et les zones de publicité autorisée (ZPA) hors agglomération.

Le Conseil Municipal a, par délibération en date du 26/06/2013, défini les modalités de concertation relatives à l'élaboration du Règlement Local de Publicité s'inscrivant dans cette nouvelle procédure.

2-4 UN PREMIER PROJET DE REVISION EN 2011

Par délibération du 30 juin 2010, le Conseil Municipal a souhaité élaborer un nouveau RLP. Or, l'élaboration de ce nouveau RLP s'inscrivait dans une procédure transitoire avant l'entrée en application du Grenelle de l'Environnement. Cette procédure a fait l'objet de nombreux contentieux dans les villes l'ayant mise en œuvre. Pour éviter ce risque important de contentieux et asseoir le nouveau Règlement Local de Publicité sur des fondements juridiques plus solides, la commune a décidé d'annuler le projet adopté par le Conseil Municipal du 29 juin 2011.

Il a été proposé le 26 juin 2013 de lancer une nouvelle procédure de révision du RLP telle que précisée par le Code de l'Environnement. Cette proposition a été acceptée et une nouvelle délibération pour le lancement de la procédure de révision a été adoptée lors de ce conseil municipal.

2-5 CHRONOLOGIE DE LA DEMARCHE

Le calendrier s'appuie sur trois étapes.

ETAPE 1 : RAPPORT DE PRESENTATION

Il s'agit d'une étape nouvelle dans la procédure. Le rapport devra expliquer les choix retenus au regard des orientations et objectifs de la commune. Cette étape se clôt par un débat au sein du Conseil Municipal qui valide les orientations.

ETAPE 2 : REGLEMENT

La partie réglementaire détermine les prescriptions s'appliquant aux zones qui auront été identifiées. S'appuyant sur le travail réalisé lors de la précédente procédure de révision, cette étape doit pouvoir s'inscrire dans un calendrier rapide. Elle prend fin par le vote du projet « arrêté » de Règlement Local de Publicité en conseil municipal.

ETAPE 3 : CONCERTATION OFFICIELLE

Le projet de règlement arrêté par la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Il est ensuite présenté à enquête publique pour une durée de 30 jours. Cette étape s'achève par l'approbation du Règlement Local de Publicité en Conseil Municipal et son annexion au Plan Local d'Urbanisme.

2-6 INFORMATION ET CONCERTATION

Conformément à la législation, l'élaboration du nouveau Règlement Local de Publicité s'inscrit dans une démarche de concertation.

Les modalités de cette dernière ont été précisées dans la délibération n°2013-70 du 26/06/2013 :

- publication dans la presse locale ;
- information de la population sur les supports municipaux ;
- mise à disposition d'un registre tout au long de la procédure ;
- présentation aux conseils de quartier ;
- réunions de travail avec les professionnels et associations ;
- réunion d'un groupe projet regroupant les élus municipaux, les associations et professionnels concertés et les personnes publiques associées ;
- consultation de la Commission Départementale de la Nature, des Sites et des Paysages et des personnes publiques associées ;
- mise à l'enquête publique du projet pour une durée minimale de 30 jours.

Le « porté à connaissance » contenant l'ensemble des dispositions particulières applicables au territoire concerné utile pour la rédaction du règlement et rédigé par les services du préfet a été reçu en mairie le 14 octobre 2014.

3-1 METHODOLOGIE

L'analyse porte sur l'ensemble du territoire communal et recense exhaustivement les dispositifs concernés par le Règlement Local de Publicité (publicités, préenseignes et enseignes).

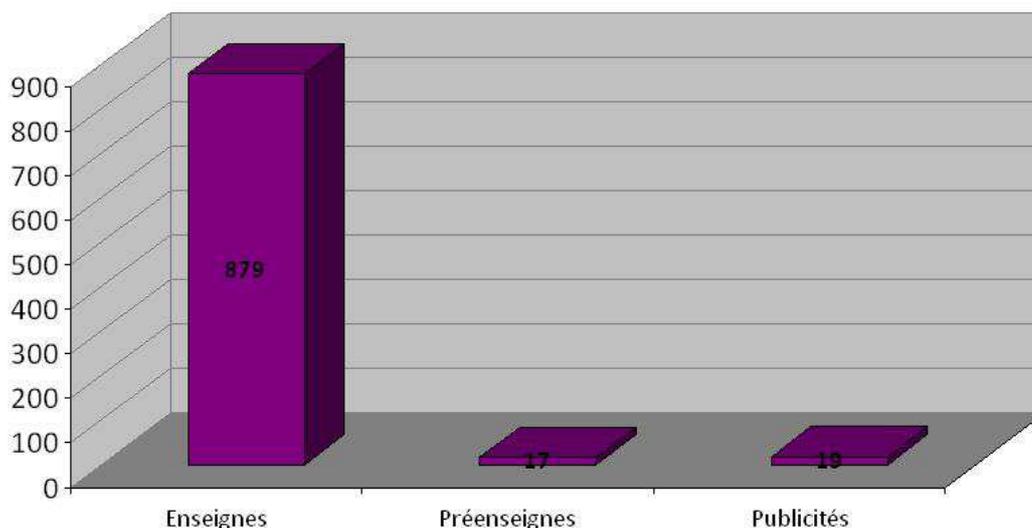
A partir d'un repérage de terrain et des données exploitables (TLPE et demandes d'enseigne), il a été procédé à un recensement et un examen de la conformité des dispositifs publicitaires vis-à-vis du Code de l'Environnement ainsi que du Règlement Local de Publicité en vigueur.

L'intégralité des enseignes ont été recensées, néanmoins par manque d'information fiable, il était impossible de valider de manière certaine leur conformité. L'étude porte donc sur 63 demandes d'enseigne, représentant 30% des commerces orcéens. Cet échantillon peut être considéré comme représentatif des 203 commerces existants.

Le mobilier urbain peut à titre accessoire supporter de la publicité. C'est à ce titre qu'il est traité dans le présent document dans sa partie descriptive du parc publicitaire.

3-2 PARC PUBLICITAIRE

La Ville d'Orsay compte 915 dispositifs publicitaires sur son territoire dont une majorité d'enseignes (879), 17 préenseignes et 19 panneaux publicitaires (hors mobilier urbain).



Le nombre de dispositifs publicitaires a tendance à baisser ces dernières années. Même si le nombre d'enseignes reste relativement stable, le nombre de publicités grand format ainsi que les préenseignes a considérablement diminué. Environ 50% des grands formats ont été supprimés suite à l'application de la première révision du Règlement Local de Publicité en 1999. Depuis leur nombre est relativement stable. Les préenseignes ont été mises en conformité ou supprimées suite au lancement des procédures pour infraction au Code de la Route et/ou au Code de l'Environnement à l'été 2012.

LES ENSEIGNES

Le recensement dénombre 879 dispositifs d'enseignes pour 203 commerces soit une moyenne de 4,3 enseignes par commerce. Les plus fortes densités d'affichage se trouvent au niveau de la rue de Paris, boulevard Dubreuil et de la rue du docteur Ernest Lauriat.

Une très grande majorité des commerces a une superficie totale d'enseigne inférieure à 7 m². Ce chiffre s'explique par une très large prépondérance des commerces de proximité et par l'absence de grande surface commerciale.

ENSEIGNES	NOMBRE	POURCENTAGE
< OU = 7 m ²	174	86 %
> 7 m ² ET < OU = 15 m ²	14	7 %
> 15 m ² ET < OU = 30 m ²	13	6 %
> 30 m ² ET < 50 m ²	1	0.5 %
> OU = 50 m ²	1	0.5 %
TOTAL	203	100 %

LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Les publicités sont situées le long des grands axes routiers, 85% d'entre elles ont une superficie au moins égale à 12 m².

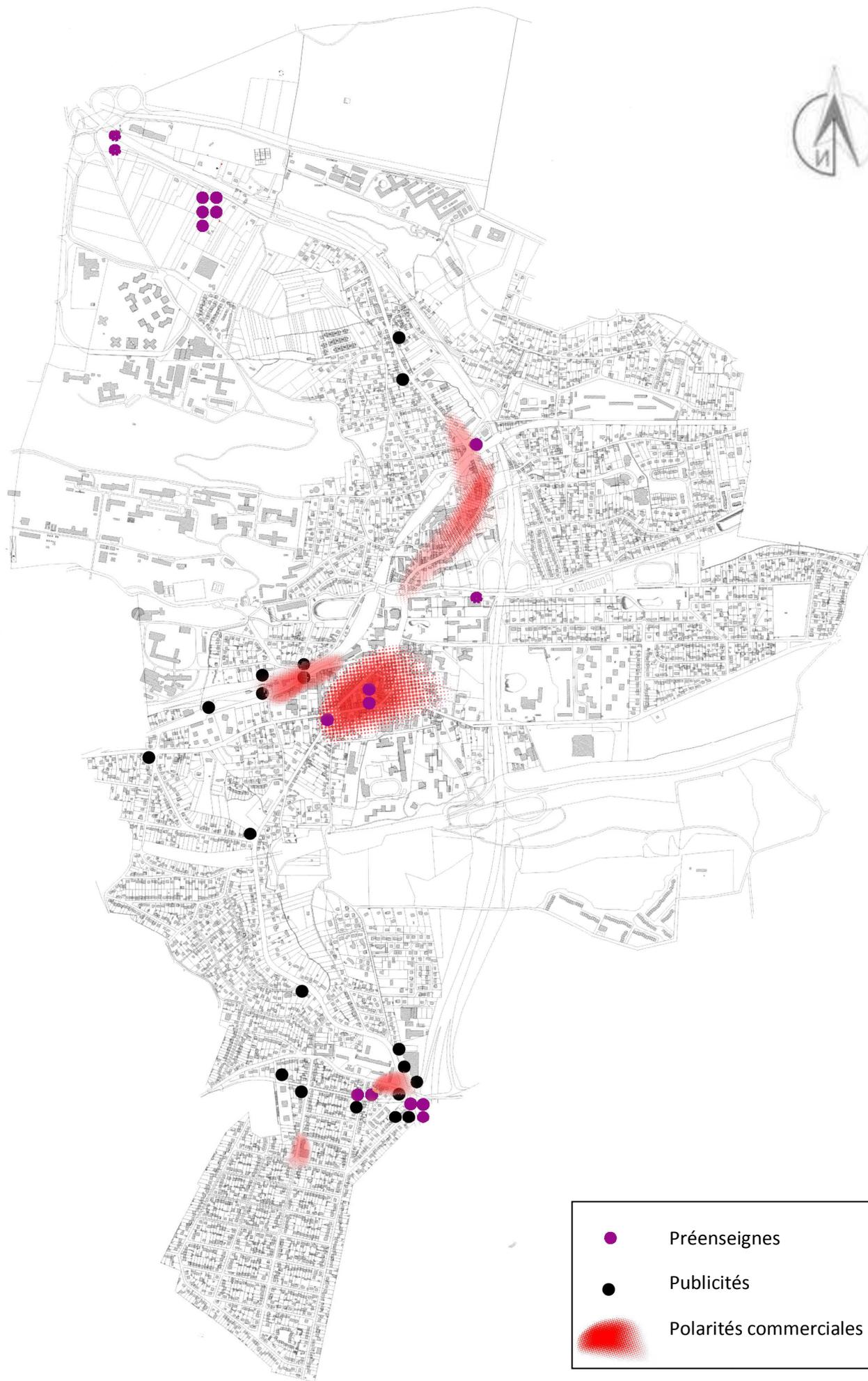
Les préenseignes sont concentrées près des entrées d'agglomération, rue de Versailles et rond-point de Mondétour essentiellement. Des procédures prévues dans le Code de l'Environnement, pour faire retirer celles qui sont illégales sont en cours. Dans l'attente de la modification de leur régime, il est nécessaire d'envisager des solutions pérennes pour les préenseignes dérogatoires.

PUBLICITES ET PREENSEIGNES	NOMBRE	POURCENTAGE
< OU = 1.50 m ²	13	36 %
> 1.50 m ² ET < OU = 8 m ²	4	11 %
> 8 m ² ET < 12 m ²	3	8 %
> OU = 12 m ²	16	45 %
TOTAL	36	100 %

LE MOBILIER URBAIN

Le marché de fourniture, installation, entretien et exploitation de mobiliers urbains a été renouvelé en 2012.

Le prestataire exploite ainsi 18 abris voyageurs, 10 mobiliers d'affichage double face 2m² et 3 panneaux d'affichage 8 m². En contrepartie de quoi il est mis à disposition de la commune 6 abris voyageurs non publicitaires, 15 mobiliers d'affichage double face, 6 panneaux d'affichage associatif et municipal, 3 panneaux d'expression libre, 2 colonnes d'affichage événementiel et 3 journaux électronique d'information extérieurs.



3-3 LES SECTEURS A ENJEUX

LE LONG DES GRANDS AXES ROUTIERS

La publicité extérieure recherche l'exposition optimale en s'implantant le long des axes de circulation. La publicité a des mesures d'audience qui sont établies en fonction des comptages routiers qui servent à déterminer la valeur commerciale des espaces publicitaires. Les grands axes routiers sont l'espace privilégié pour les publicités de grand format. La protection du paysage des voies à grande circulation est établie à la fois par le Code de la Route et par le Code de l'Environnement.



RD 446 rue de Montlhéry au Sud et Rue de Versailles au Nord (1 à 3)

LES ENTREES D'AGGLOMERATION

Les entrées d'agglomérations constituent des espaces privilégiés pour orienter les consommateurs potentiels vers les lieux de vente ou de service. Ces espaces publicitaires sont le plus souvent destinés à recevoir des messages de type préenseigne. L'entrée de l'agglomération est donc un espace sensible et les exploitants profitent de la plus faible densité du tissu urbain.

Or, la problématique des entrées d'agglomération constitue un enjeu important pour la qualité de l'image de marque de la ville. La suppression de la dérogation accordée à certaines catégories de préenseignes à partir de juillet 2015 devrait diminuer la pression aux abords de l'agglomération (au sens du Code de la Route) néanmoins il est nécessaire d'envisager d'autres moyens pour harmoniser celles qui resteront autorisées.



1



2



3

Rue Guy Moquet (1), Rond-point de Mondétour (2), Rue de Versailles (3).

LE CENTRE VILLE

Le diagnostic fait état d'une forte densité d'enseignes sur les façades dans le centre-ville. Or, les commerces et services participent à l'attractivité et à la vitalité d'Orsay. Par la qualité esthétique de leur vitrine et de leur terrasse, ils expriment la personnalité d'un immeuble, d'une rue, d'un quartier, de la ville. Ils contribuent incontestablement à véhiculer l'image que s'en font les usagers.

Aujourd'hui les commerces orcéens présentent des façades commerciales très hétérogènes au niveau de leur âge et des procédés de réalisation. Le Règlement Local de Publicité doit protéger cette image par la mise en cohérence des enseignes avec le bâti afin de contribuer à préserver et valoriser à la fois l'identité de la ville et celle de son commerce.





Diversité des façades commerciales orcéennes.

3-4 APPROCHE STATISTIQUE DES DIFFÉRENTS TYPES D'INFRACTION CONSTATÉS

L'instauration de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure a nécessité la réalisation d'un inventaire réalisé par la société ELIGEO en 2011. Il est dorénavant mis à jour chaque année. Cet outil permet à la commune un meilleur suivi de l'affichage publicitaire sur son territoire.

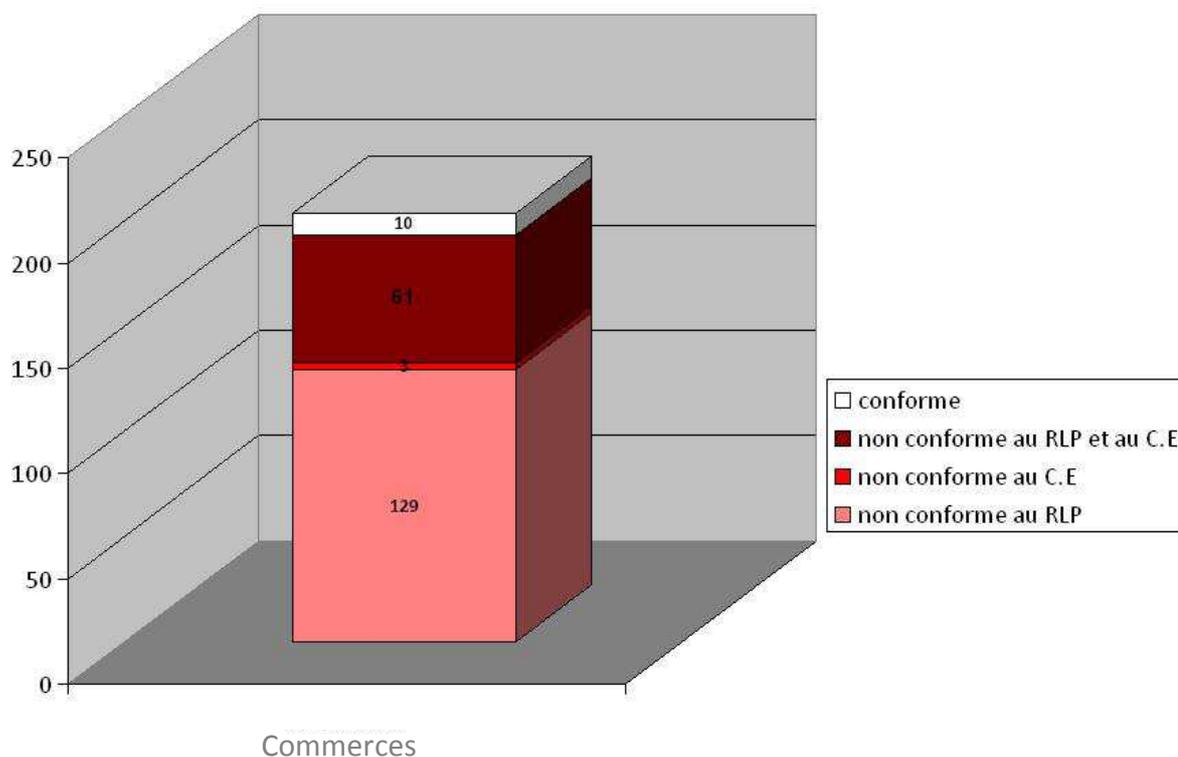
Dans le cadre de la réalisation du présent document, un nouveau travail de terrain a été réalisé depuis juillet 2012 afin de mettre à jour l'inventaire et vérifier la légalité des dispositifs par rapport au Règlement Local de Publicité et aux nouveaux textes en vigueur.

Sur les 915 dispositifs recensés, 878 (soit 96 % du total) étaient en infraction avec le Règlement Local de Publicité de 1999 et la réglementation nationale en vigueur. Une majorité des infractions sont le fait du RLP de 1999 qui est donc très peu appliqué. On distinguera dans les graphiques suivants les infractions au Règlement Local de Publicité et au Code de l'Environnement. Les dispositifs en infraction à la loi Grenelle II et son décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 représentent 9% des infractions.

Infraction au :	Code de l'Environnement	Règlement local de publicité de 1999
Enseignes	- non respect des normes de surface proportionnelle à la surface de la façade commerciale - dépassement des règles de saillie de l'enseigne	- non respect de l'interdiction d'enseignes perpendiculaire - non respect de la règle autorisant un seul dispositif par commerce
Préenseignes et publicité	- absence du nom de l'entreprise exploitant le dispositif - implantation hors agglomération d'une publicité - implantation surnuméraire d'une publicité en fonction du linéaire de façade du terrain d'accueil par non respect des règles de densité	- non respect de la règle limitant à un le nombre de dispositif par unité foncière

LES ENSEIGNES

Le diagramme ci-dessous montre la nécessité de réviser le Règlement Local de Publicité actuel puisqu'aujourd'hui seul 5% des commerces orcéens sont conformes aux règlements applicables.

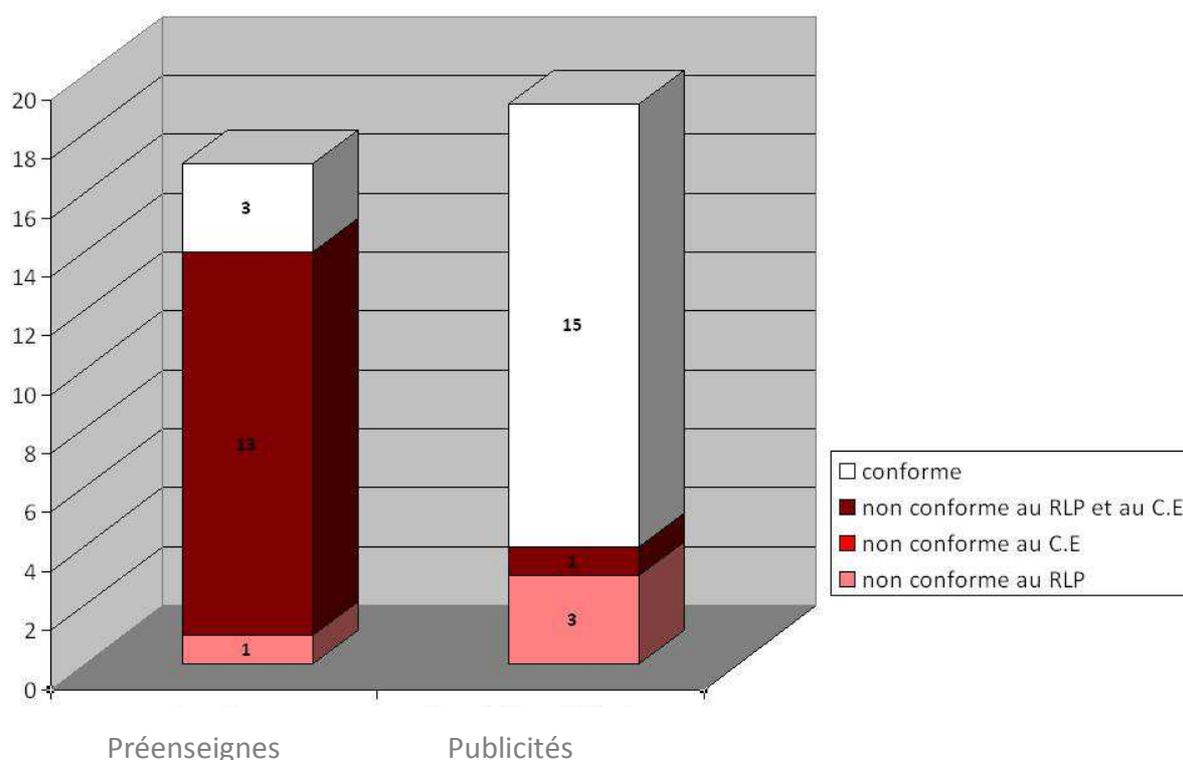


La loi Grenelle II impose désormais des densités maximales pour les façades commerciales exprimées en pourcentage (25 et 15%). Cette mesure permet de lutter contre les enseignes de grande dimension. Néanmoins, c'est l'accumulation de dispositifs qui peut être une nuisance à l'esthétisme du paysage environnant.

PUBLICITES ET PREENSEIGNES

On remarque qu'un grand nombre de publicités (dont 16 d'entre elles ont une superficie au moins égale à 12 m²) sont autorisées par le Code de l'Environnement alors même que ce sont les plus agressives pour le paysage. Une réduction du format autorisé est donc envisagée.

En pourcentage, ce sont les préenseignes qui comptent le plus d'infractions (76 %) au Code de l'Environnement. Des procédures pour la mise en conformité ou la suppression des préenseignes illégaux sont en cours. Il est envisagé une harmonisation des préenseignes légales.



Le diagnostic a fait ressortir que de nombreux dispositifs conformes vis-à-vis de la réglementation nationale, portent cependant un préjudice paysager important au territoire et que la simple application de la réglementation nationale (y compris applicable depuis le 1er juillet 2012) n'est pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionne la commune.

La municipalité souhaite donc réviser son Règlement Local de Publicité afin de prescrire des règles plus restrictives que celles du Code de l'Environnement.

4-1 RENFORCER L'ATTRACTIVITE ET LE DYNAMISME DU CENTRE VILLE ET DES QUARTIERS COMMERCANTS DE MONDETOUR ET DU GUICHET. FAVORISER L'EQUITE ENTRE LES ACTEURS ECONOMIQUES

Actions enseignes :

- Favoriser l'esthétique des façades commerciales en limitant en nombre et en proportion les enseignes sur façade ;
- Limiter les enseignes posées et/ou scellées au sol pour améliorer la lisibilité des façades commerciales.
- Faciliter l'identification des commerces

4-2 DIMINUER LES NUISANCES VISUELLES POUR AMELIORER LE CADRE DE VIE DES HABITANTS

Actions préenseignes :

- Dédensifier les zones surchargées en publicité notamment aux entrées d'agglomération ;
- Développer le jalonnement routier des zones d'activités;

Actions publicité :

- Limiter les dispositifs publicitaires grands formats ;
- Favoriser l'intégrité des façades en limitant la publicité sur façade.

4-3 RENFORCER LA SECURITE DES AUTOMOBILISTES

Action préenseignes et publicités :

- Réduire le nombre et la taille des dispositifs publicitaires aux abords des voies publiques à forte circulation attirant l'attention des automobilistes.

4-4 SECURISER JURIDIQUEMENT LES AUTORISATIONS DONNEES PAR LA MAIRIE POUR FACILITER LA POLICE DE L'ENVIRONNEMENT

Actions enseignes :

- Adapter le règlement aux pratiques communes tout en préservant l'objectif d'harmonisation, il ne s'agit pas ici de tout autoriser mais d'adapter les règles aux pratiques habituelles. ;

Actions enseignes, préenseignes et publicité :

- Revoir le zonage

PUBLICITES ET PREENSEIGNES : CHOIX RETENUS AU REGARD DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

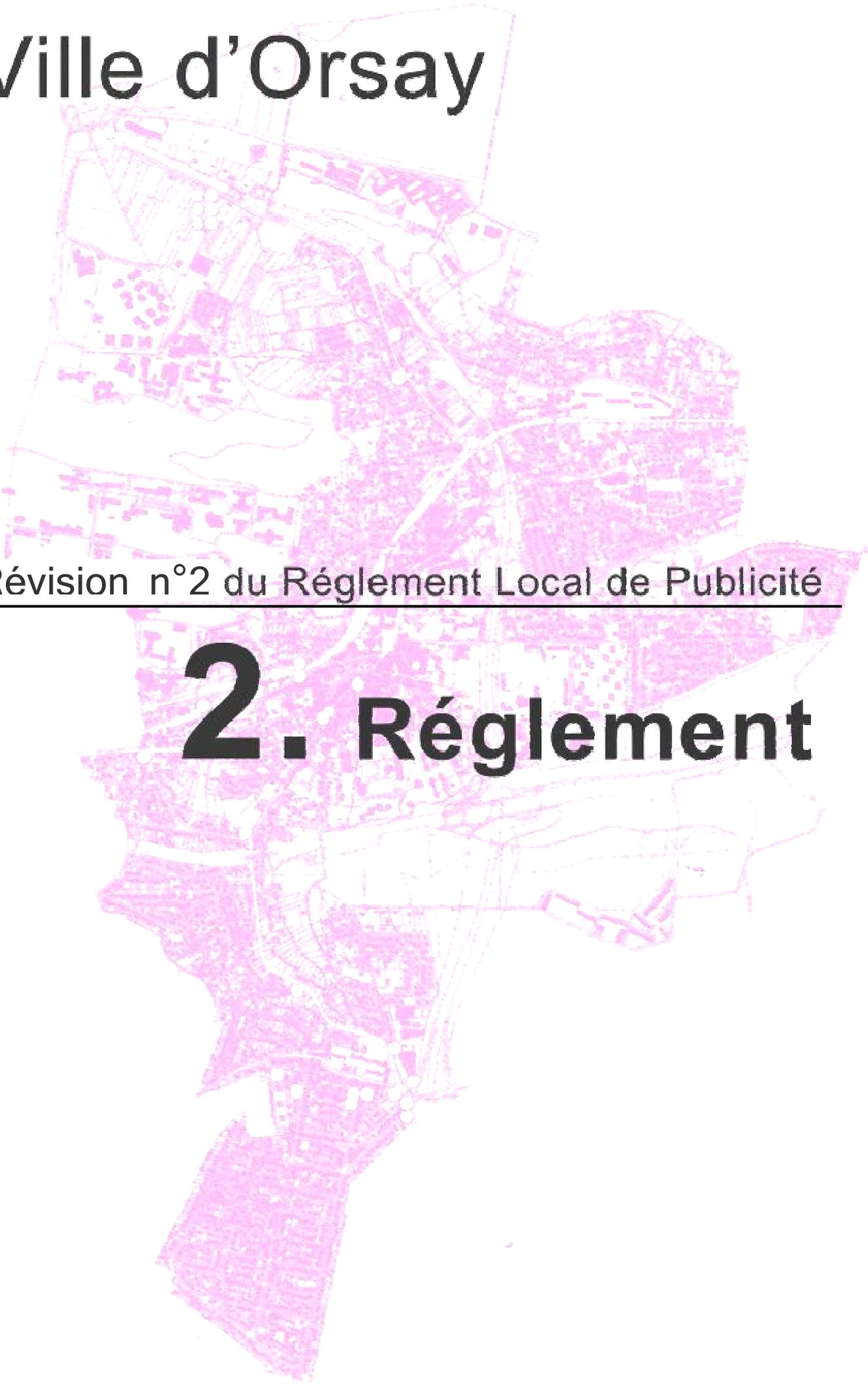
OBJECTIFS	CHOIX RETENUS	TRADUCTION REGLEMENTAIRE
Diminuer les nuisances visuelles pour améliorer le cadre de vie des habitants.	<p>Limiter les dispositifs publicitaires grands formats.</p> <p>Favoriser l'intégrité des façades en limitant la publicité sur façade.</p> <p>Dédensifier les zones surchargées en publicité notamment aux entrées d'agglomération.</p>	<p>Les dispositifs publicitaires grands formats sur pied sont limités aux emprises ferroviaires et doivent être orientés vers les quais. Leur format est limité à 8 m².</p> <p>Les dispositifs publicitaires grands formats sur mur aveugle sont limités à 8 m². Limitation à 8 mètres par rapport au fond voisin.</p> <p>Les publicités et préenseignes sont limitées à 1 dispositif par unité foncière.</p>
Renforcer la sécurité des automobilistes.	Réduire le nombre et la taille des dispositifs publicitaires attirant l'attention des automobilistes aux abords des voies publiques à forte circulation. Il a été décidé de conserver la règle de densité qui figurait dans l'ancien RLP et qui limitait le nombre de dispositif à 1 par unité foncière.	Les publicités et préenseignes sont limitées à 1 dispositif par unité foncière.
Prise en compte des nouvelles pratiques en matière de publicité.	Le manque de recul sur ces nouvelles pratiques nous oblige à les limiter.	Interdiction du micro affichage, de la publicité numérique et des dispositifs de dimensions exceptionnelles. Autorisation, sous conditions, des bâches sur échafaudage.
Préserver le patrimoine naturel et bâti de la commune.		La publicité est autorisée uniquement sur le mobilier urbain.

ENSEIGNES : CHOIX RETENUS AU REGARD DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

OBJECTIFS	CHOIX RETENUS	TRADUCTION REGLEMENTAIRE
<p>Renforcer l'attractivité et le dynamisme du centre ville et des quartiers commerçants de Moncétour et du Guichet. Favoriser l'équité entre les acteurs économiques.</p>	<p>Favoriser l'esthétique des façades commerciales en limitant en nombre et en proportion les enseignes sur façade ;</p>	<p>Les enseignes parallèles sont limitées à 20% de la surface de la façade commerciale. Les enseignes sur baies sont limitées à 10% de la surface de la façade commerciale. Les enseignes perpendiculaires sont limitées à 1 dispositif par raison sociale SAUF si l'établissement est en angle de rue ou qu'il s'agit d'un établissement sous licence. La dimension maximale des enseignes perpendiculaires est 60X60 cm, fixations comprises. Les enseignes sur lambrequins sont limitées à une par établissement en rez-de-chaussée et 1 par baie lorsque l'activité est située en étage. La hauteur du lambrequin ne peut excéder 25 cm. Les enseignes scellées au sol sont limitées à un dispositif par voie ouverte à la circulation publique UNIQUEMENT pour les activités situées en retrait d'une voie publique ouverte à la circulation automobile. Le format maximum est 2 m² par raison sociale. Les plaques professionnelles sont limitées à une plaque par professionnel SAUF lorsque l'accès à l'immeuble n'est pas visible d'une voie ouverte à la circulation publique. Le format est limité à 30X30 cm. Les plaques horaires sont limitées à 1 dispositif par immeuble où s'exerce l'activité. Le format maximum est 0,25 m².</p>

OBJECTIFS	CHOIX RETENUS	TRADUCTION REGLEMENTAIRE
<p>Renforcer l'attractivité et le dynamisme du centre ville et des quartiers commerçants de Mondetour et du Guichet. Favoriser l'équité entre les acteurs économiques.</p>	<p>Limiter les enseignes posées et/ou scellées au sol pour améliorer la lisibilité des façades commerciales.</p> <p>Faciliter l'identification des commerces</p>	<p>Les enseignes posées au sol sont limitées à 1 dispositif par voie ouverte à la circulation publique. Elles sont soumises à autorisation d'occupation du domaine public lorsqu'elles sont situées sur ce dernier.</p> <p>Le règlement est accompagné de préconisations pour chaque type d'enseignes.</p>
<p>Sécuriser juridiquement les autorisations données par la mairie pour faciliter la police de l'environnement.</p>	<p>Adapter le règlement aux pratiques communes tout en préservant l'objectif d'harmonisation, il ne s'agit pas ici de tout autoriser mais d'adapter les règles aux pratiques habituelles. ;</p>	<p>Les règles inapplicables ont été supprimées. La mairie a rétabli les enseignes perpendiculaires en les limitant en nombre et dimension.</p>

Ville d'Orsay



Révision n°2 du Règlement Local de Publicité

2. Règlement

SOMMAIRE

Dispositions générales	4
Dispositions communes relatives à la publicité, préenseignes et affichage d'opinion	7
Dispositions communes relatives aux enseignes	9
Dispositions applicables à la ZPR 1	18
Dispositions applicables à la ZPR 2	19
Dispositions applicables à la ZPR 3	20
Dispositions applicables à la ZPR 4.....	22

ARTICLE 1 – APPLICATION DU CONTEXTE LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE

En application des dispositions du Code de l'Environnement livre V – titre VIII , le présent règlement adapte la réglementation nationale au contexte local.

Tous les points de la réglementation nationale qui ne sont pas expressément modifiés par le présent règlement restent applicables de plein droit.

Ce règlement vient en lieu et place de l'arrêté municipal du 29 mars 1999 portant réglementation spéciale de la publicité, des préenseignes et des enseignes.

ARTICLE 2 – DEFINITIONS LEGALES

Les règles suivantes s'appliquent à la publicité, aux enseignes et préenseignes visibles de toutes voies ouvertes à la circulation publique ou privée qui peuvent être librement empruntées à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif (art. R 581-1 du Code de l'Environnement).

Conformément à l'article L 581-3 du Code de l'Environnement :

- Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des 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 préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.
- Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet (art. R 581-34 du Code de l'Environnement).

Conformément à l'article R 581-68 du Code de l'Environnement, sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

ARTICLE 3 – AUTORISATION DU PROPRIETAIRE

Nul ne peut apposer de publicité ni installer une préenseigne sur un immeuble sans l'autorisation écrite du propriétaire (art. L 581-24 du Code de l'Environnement).

ARTICLE 4 – DECLARATION ET AUTORISATION PREALABLE DE PUBLICITE

L'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs ou matériels qui supportent de la publicité sont **soumis à autorisation ou à déclaration préalable** auprès du maire et/ou du préfet dans les conditions fixées par les articles R. 581-6 à R. 581-21 du Code de l'Environnement.

Sont concernés par l'autorisation préalable :

- Enseignes :
 - installées sur le territoire d'une commune couverte par un Règlement Local de Publicité ;
 - installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné au L. 581-4 du Code de l'Environnement ;
 - installées dans un lieu mentionné au L. 581-8 du Code de l'Environnement.
- Enseignes à faisceau laser.
- Enseignes temporaires :
 - installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné au L. 581-4 du Code de l'Environnement ;
 - scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné au L. 581-8 du Code de l'Environnement.
- Dispositifs de publicité lumineuse, autres que ceux supportant des affiches éclairées par projection ou transparence.
- Mobilier urbain supportant de la publicité lumineuse.
- Emplacement de bâches.
- Dispositifs de dimension exceptionnelle.

Sont concernés par la déclaration préalable :

- L'installation, le remplacement ou la modification de dispositifs publicitaires ou préenseignes non lumineux, ou de dispositifs publicitaires ou préenseignes éclairés par projection ou transparence suivants :
 - dispositifs muraux (murs, clôtures, bâtiments) ;
 - dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol ;
 - mobilier urbain supportant de la publicité ;
 - dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales (micro-affichage).
- Le remplacement ou la modification de bâches comportant de la publicité, dont l'emplacement a été préalablement autorisé.
- Les préenseignes ne sont soumises à déclaration que lorsque leurs dimensions excèdent 1 m en hauteur ou 1,50 m en largeur.

Les formulaires cerfa n° 14798*01 et 14799*01 sont disponibles sur le site internet de la ville, en mairie et sur le site <http://vosdroits.service-public.fr>.

ARTICLE 5 – DEFINITION DES ZONES

Le territoire communal comprend quatre (4) zones de publicité restreinte (ZPR) représentées sur la carte annexée et délimitées comme suit :

Zone de publicité restreinte n° 1 (ZPR 1) : Elle correspond aux espaces concernés par une protection supérieure au titre de l'inscription ou du classement des sites et monuments. Elle est découpée en 3 sous-zones correspondant à chacun des 3 périmètres identifiés sur le territoire communal :

- ZPR 1A correspondant aux limites du site classé du Domaine de Launay.
- ZPR 1B correspondant aux limites du site inscrit de la Haute Vallée de Chevreuse.
- ZPR 1C correspondant aux limites du périmètre de protection du monument classé « Temple de la Gloire ».

Elle est représentée par la zone de couleur violette sur la carte annexée.

Zone de publicité restreinte n° 2 (ZPR 2) : Elle correspond aux gares RER faisant l'objet d'une autorisation étendue en matière d'activité publicitaire dans la mesure où cette dernière ne génère aucune nuisance pour le voisinage et est directement orientée vers les voies ferrées.

Elle est représentée par la zone de couleur noire sur la carte annexée.

Zone de publicité restreinte n° 3 (ZPR 3) : Elle correspond aux zones commerçantes.

Elle est représentée par la zone de couleur jaune sur la carte annexée.

Zone de publicité restreinte n° 4 (ZPR 4) : Elle correspond à l'ensemble du territoire communal à l'exception des zones de publicité restreinte 1, 2 et 3 détaillées ci-avant.

Elle est représentée par la zone de couleur marron sur la carte annexée.

Les parties non colorées correspondent aux zones situées hors agglomération.

ARTICLE 6 – EMBLEMES INTERDITS

- Dans les lieux visés à l'article L 581-4 du Code de l'Environnement :
Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire, sur les monuments naturels, dans les sites classés et sur les arbres.

- Dans les lieux visés à l'article L 581-8 I, II alinéas 1 et 2 et IV du Code de l'Environnement :
Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés, dans les secteurs sauvegardés, dans les parcs naturels régionaux, dans les aires d'adhésion des parcs nationaux, dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci, à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire, ou visés au II de l'article L581-4 sauf lorsque la publicité est apposée sur le mobilier urbain, conformément à l'article L 581-8 II du Code de l'Environnement.

- Dans les lieux visés à l'article R 581-22 du Code de l'Environnement :
Sur 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. Sur les murs des bâtiments SAUF quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m². Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles. Sur les murs de cimetière et de jardin public.

Ces dispositions ne s'appliquent pas aux bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou dans les zones mentionnées à l'article L. 421-3 du Code de l'Urbanisme, faisant l'objet d'un permis de démolir (art R 581-23 du Code de l'Environnement).

- Dans les conditions visées par l'article 418-7 du Code de la Route :
En agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

- Les publicités et préenseignes sur clôture.

ARTICLE 7 – DISPOSITIFS INTERDITS

Sont interdits :

- les dispositifs de dimension exceptionnelle liés à des manifestations temporaires mentionnés à l'article L 581-9 du Code de l'Environnement ;
- les rayons laser ;
- les véhicules terrestres équipés ou utilisés à des fins essentiellement publicitaires ;
- la publicité sonore obtenue par amplification sauf pour les manifestations autorisées par la mairie.

ARTICLE 8 – PUBLICITES ET PRESEIGNES LUMINEUSES

Seuls les dispositifs publicitaires éclairés par transparence et retro-éclairé sont autorisés.

Les dispositifs publicitaires lumineux devront être éteints entre 23 heures et 6 heures à l'exception du mobilier urbain.

ARTICLE 9 – FIN D'EXPLOITATION

L'exploitant d'un emplacement publicitaire doit remettre ce dernier dans son état initial dans un délai d'un (1) mois suivant la fin de l'exploitation. La remise en état comprend l'enlèvement du dispositif et les traces visibles de son existence.

ARTICLE 10 – EMBLEMES INTERDITS

Sont interdites :

- les enseignes sur portails et clôtures non pleines conformément à l'article R 581-22 du Code de l'Environnement ;
- les enseignes installées devant les baies dans les conditions fixées à l'article R 581-8 du Code de l'Environnement ;
- les enseignes sur les balcons, balconnets, garde-corps, toitures et terrasses ainsi que tout dispositif dépassant des limites de l'égout du toit.

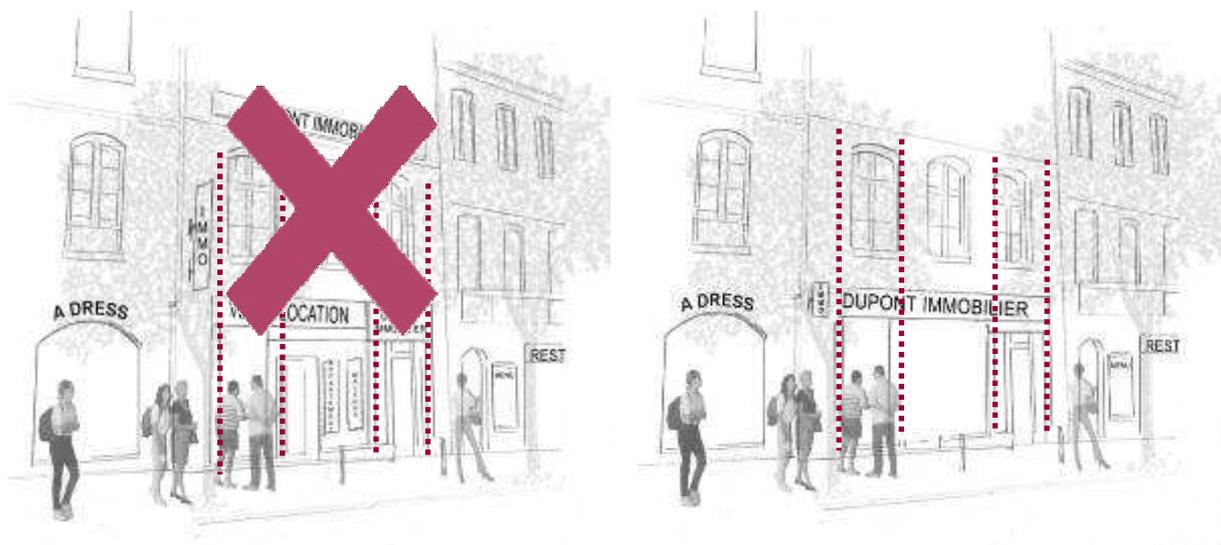
ARTICLE 11 – DISPOSITIFS INTERDITS

Sont interdits :

- les enseignes installées sur store ou auvent, SAUF celles installées sur lambrequin ;
- les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol SAUF lorsque l'activité se situe en retrait de la voie publique ouverte à la circulation automobile ou que ce type d'enseigne constitue le seul moyen de se signaler ;
- les drapeaux, oriflammes et calicots, SAUF ceux constituant des enseignes temporaires ;
- les enseignes mobiles ou animées ainsi que les enseignes numériques ;
- les véhicules terrestres utilisées ou équipées aux fins essentiellement de servir de support à des enseignes;

ARTICLE 12 – PRESCRIPTIONS

Les enseignes doivent être implantées de façon à respecter la modénature architecturale caractérisant la façade de l'immeuble sur laquelle elles sont apposées. Elles ne doivent pas masquer ni recouvrir les éléments architecturaux ou décoratifs existants.



Les fixations et l'équipement électrique des dispositifs doivent être dissimulés.

Les enseignes ne peuvent être apposées que sur les façades disposant de baies donnant sur un espace ouvert à la clientèle, à l'exception des sanitaires.

Pour les établissements possédant une façade commerciale inférieure à 50 m², la surface totale des enseignes apposées ne peut excéder 25 % de la surface de cette façade conformément à l'article R 581-63 du Code de l'Environnement.

Pour les établissements possédant une façade commerciale supérieure à 50 m², la surface totale des enseignes apposées ne peut excéder 15 % de la surface de cette façade conformément à l'article R 581-63 du Code de l'Environnement.

Pour les établissements possédant un linéaire sur rue cumulé inférieur ou égal à 25 mètres, la hauteur maximale du lettrage autorisée est de 50 centimètres.

Pour les établissements possédant un linéaire sur rue cumulé supérieur à 25 mètres, la hauteur maximale du lettrage en mètre correspond à 2% du linéaire de façade.

ARTICLE 13 – RECOMMANDATIONS

La multiplication des dispositifs d'enseigne doit être évitée. La rationalisation quantitative du nombre de dispositifs est encouragée.

La simplicité dans les annonces et les motifs décoratifs est vivement recommandée. Les teintes agressives ou vives doivent être évitées.

Les couleurs, les matériaux et les caractéristiques du dispositif ne devront pas porter atteinte au paysage, ni nuire à l'environnement.

Chaque élément du dispositif doit constituer un ensemble cohérent, en termes de conception, de dimensionnement et d'aspect, avec l'ensemble des dispositifs de la raison sociale.

ARTICLE 14 – FIN D'EXPLOITATION

Les enseignes doivent être déposées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux remis en état dans les trois (3) mois suivant la cessation de cette activité conformément à l'article R581-58 du Code de l'Environnement.

ARTICLE 15 – ENSEIGNE PERMANENTE

15- 1 ENSEIGNE LUMINEUSE

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

15-1-1 Dispositifs interdits

- les éclairages intermittents ou variables (défilantes, clignotantes, ou scintillantes) sauf pour les pharmacies qui bénéficient d'une dérogation nationale conformément à l'article R 581-59 du Code de l'Environnement ;

- les enseignes parallèles par caisson lumineux ;
- les enseignes par projection ;
- les néons apparents ;

Ainsi que tout autre dispositif non cité dans le présent règlement.

15-1-2 Préconisations

Il est préconisé le recours aux rampes et au rétro-éclairage.

15-1-3 Saillie des dispositifs lumineux

La saillie des projecteurs ne devra pas dépasser 30 cm par rapport au nu de la façade.

15-1-4 Durée de fonctionnement des enseignes lumineuses

Les enseignes lumineuses devront être éteintes entre 23h et 6h lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 23h et 6 h, les enseignes sont éteintes au plus tard une (1) heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une (1) heure avant la reprise de l'activité.

15-1-5 Couleur des sources lumineuses

La source lumineuse des enseignes devra être de couleur blanc-doré sauf croix de pharmacie.

15-2 ENSEIGNE PARALLELE

Une enseigne parallèle est un dispositif posé à plat sur la façade de l'établissement.

15-2-1 Dispositions générales

1° Dimension

L'enseigne parallèle ne doit pas dépasser les limites du mur sur lequel elle est apposée, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 20 centimètres. Dans le cas d'un dispositif en coffre de store ou d'un pare-soleil, la saillie est portée à 25 centimètres.

Pour les établissements possédants un linéaire sur rue cumulé inférieur ou égal à 25 mètres, la hauteur maximale du caisson de fond des enseignes parallèles autorisée est de 80 centimètres.

Pour les établissements possédants un linéaire sur rue cumulé supérieur à 25 mètres, la hauteur maximale du caisson de fond des enseignes parallèles autorisée en mètre correspond à 3% du linéaire de façade.

2° Proportionnalité à la façade commerciale et nombre par établissement

Pour les établissements possédants une façade commerciale inférieure à 50 m², les enseignes parallèles ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 25 % de la surface de cette façade dans la limite de 3 dispositifs.

Pour les établissements possédants une façade commerciale supérieure à 50 m², les enseignes parallèles ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade dans la limite de 5 dispositifs.

15-2-2 Activité s'exerçant en rez-de-chaussée

Lorsque l'activité qu'elles signalent est exercée au rez-de-chaussée du bâtiment sur lequel elles sont apposées, les enseignes parallèles ne peuvent être positionnées à plus de 3 mètres au dessus du domaine public au milieu de la façade.

Une hauteur plus importante peut être admise dans le cas de situations particulières préexistantes (rez-de-chaussée élevé par exemple).

En aucun cas, les enseignes parallèles ne peuvent être positionnées au dessus du rez-de-chaussée s'il existe des niveaux supérieurs.

15-2-3 Activité s'exerçant en étage

Lorsque l'activité qu'elles signalent est exercée à l'étage du bâtiment sur lequel elles sont apposées, les enseignes parallèles ne peuvent consister qu'en des inscriptions sur lambrequins avec ou sans store.

15-2-4 Cafés, restaurants et agences immobilières

L'implantation d'une (1) vitrine murale est autorisée **UNIQUEMENT** pour les cafés, restaurants et agences immobilières. La surface maximale d'une vitrine murale est d'1 mètre carré.

15-3 ENSEIGNE SUR BAIE OU VITROPHANIE

Une enseigne sur baie est un lettrage, une forme ou un logo apposé sur une ouverture pratiquée dans un mur du bâtiment (porte, fenêtre, vitrine...)

1° Dimension

La surface totale occupée par l'ensemble des dispositifs sur baie ne pourra recouvrir plus du dixième de la surface de la façade commerciale.

2° Préconisation

Le positionnement des dispositifs sur baie devra être cohérent avec l'ensemble des dispositifs présents sur la façade commerciale. Les dispositifs ne pourront être situés à moins de 0,50 mètres du niveau du sol.

3° Saillie

Les dispositifs sur baie ne pourront présenter de saillie par rapport à la surface vitrée.

3° Recommandation

Il est recommandé :

- de laisser les baies de type vitrine vierges de toute inscription dans une surface comprise entre 1 mètre et 2,50 mètres à partir du niveau inférieur de la vitrine ;
- et de positionner les dispositifs sur les baies de type porte dans une surface comprise entre 1 mètre et 2,5 mètres à partir du niveau inférieur de la porte.

15-4 ENSEIGNE PERPENDICULAIRE

Une enseigne perpendiculaire est un dispositif fixe et rigide installé perpendiculairement à la façade de l'établissement.

15-4-1 Dispositions générales

1° Dimension

Les dimensions des enseignes perpendiculaires ne doivent pas dépasser une hauteur et une largeur de 65 centimètres fixations comprises.

2° Nombre par établissement

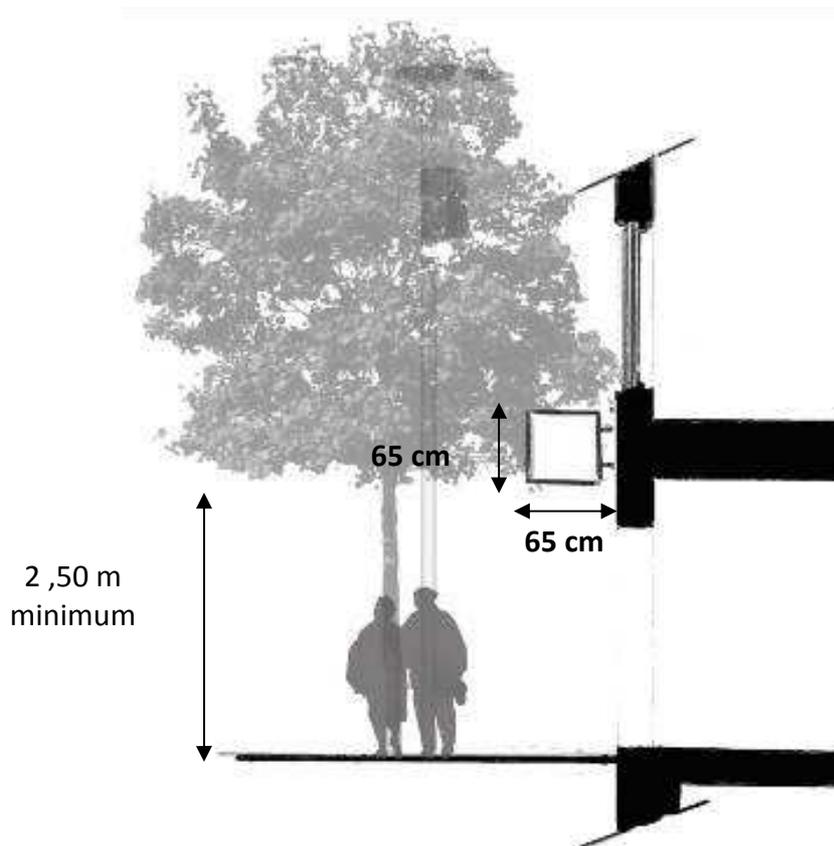
Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une (1) par raison sociale.

Dans le cas d'un établissement en angle de rue, il est admis une enseigne perpendiculaire par voie bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Dans le cas d'activités exercées sous licence, un dispositif supplémentaire peut être autorisé par voie bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

3° Hauteur libre sous l'enseigne

La hauteur libre sous l'enseigne perpendiculaire est de 2,50 mètres minimum. Dans le cas de situations particulières préexistantes, une hauteur libre sous l'enseigne de 2,20 m est admise.



15-4-2 Activité s'exerçant en rez-de-chaussée

Dans la mesure du possible l'enseigne perpendiculaire doit être positionnée dans le prolongement de l'enseigne parallèle. Lorsque l'activité qu'elle signale est exercée au rez-de-chaussée du bâtiment sur lequel elle est apposée, l'enseigne perpendiculaire ne peut être positionnée à plus de 3 mètres au dessus du niveau du trottoir ou de la chaussée.



15-4-3 Activité s'exerçant en étage

Les dispositifs perpendiculaires situés en étage doivent respecter les conditions d'implantation suivantes :

- Si l'établissement exerçant son activité à l'étage est différent de l'établissement exerçant son activité à l'étage inférieur, le dispositif doit être implanté entre les dalles supérieures et inférieures de l'étage.
- Si l'établissement exerçant son activité à l'étage est le seul établissement implanté dans l'immeuble, le dispositif pourra être implanté soit au rez-de-chaussée dans les conditions fixées à l'article 15-4-2 soit au 1^{er} étage entre les dalles supérieures et inférieures de l'étage.

15-5 ENSEIGNES SUR LAMBREQUIN

Une enseigne sur lambrequin est une écriture, forme ou image apposée sur la face avant du store.

15-5-1 Dispositions générales

Les enseignes installées sur lambrequin ne doivent pas dépasser une hauteur maximale de 25 centimètres.

Les enseignes seront autorisées UNIQUEMENT sur la face avant du lambrequin.

15-5-2 Activité s'exerçant en rez-de-chaussée

1° Nombre par établissement

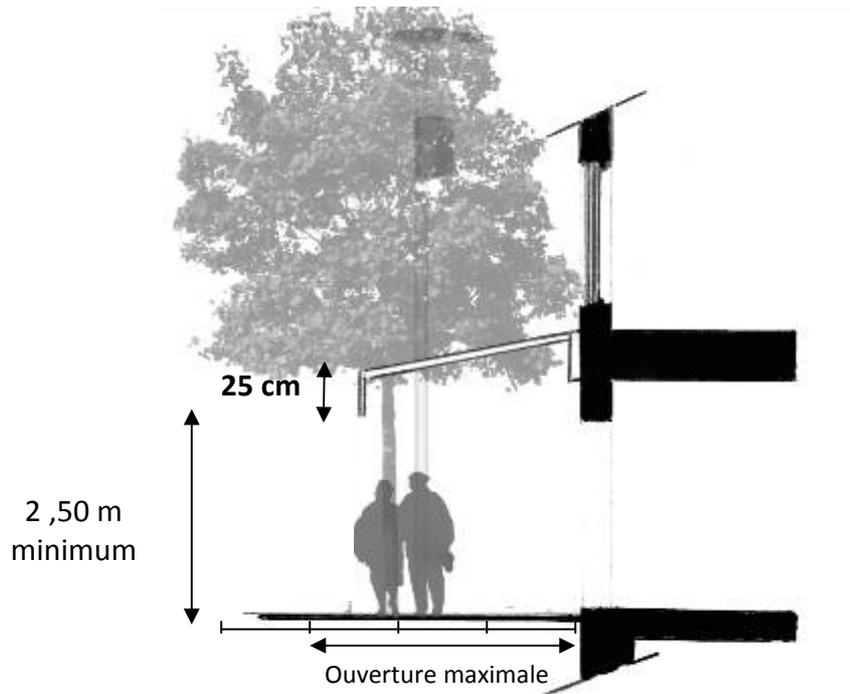
Par établissement, une seule enseigne est admise, le long de chaque voie bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

2° Positionnement

La profondeur du store supportant le dispositif ne peut excéder les trois quarts de la largeur du trottoir utilisable.

3° Hauteur libre sous l'enseigne

La hauteur libre sous lambrequin est de 2,50 mètres minimum. Dans le cas de situations particulières préexistantes, une hauteur libre sous l'enseigne de 2,20 m est admise.



15-5-3 Activité s'exerçant en étage

Il est autorisé une enseigne sur lambrequin, avec ou sans store, par baie.

15-6 ENSEIGNE SCHELLEE AU SOL

Une enseigne scellée au sol est un dispositif ancré par des fixations au sol.

Seules les activités situées en retrait du domaine public peuvent bénéficier d'enseignes scellées au sol.

1° Nombre par établissement

Les enseignes scellées au sol sont limitées à deux dispositifs par raison sociale

2° Dimension

Les enseignes scellées au sol ne doivent pas dépasser une surface de 2 m² par raison sociale et une hauteur de 3 mètres, sauf dérogation municipale.

3° Positionnement

Les enseignes scellées au sol sont placées sur le domaine privé en bordure du domaine public sans constituer de surplomb sur ce dernier. En cas de présence de plusieurs activités sur la même unité foncière, les enseignes doivent être regroupées sur un support unique et être composées harmonieusement.

15-7 ENSEIGNE POSEE AU SOL DITE CHEVALET

Une enseigne posée directement sur le sol dite « chevalet » est un dispositif posé sur le sol et dépourvu de fixation dont la surface est inférieure à 1 m².

Lorsqu'elle est implantée sur le domaine public, l'enseigne posée directement sur le sol est soumise à une autorisation d'occupation du domaine public d'une part et est assujettie à une redevance d'occupation du domaine public d'autre part.

Le pétitionnaire s'assurera de la préservation d'un cheminement libre d'une largeur minimale de 1,40 mètre sur la voie ouverte à la circulation publique où sera implanté le dispositif.

1° Nombre par établissement

Les enseignes posées au sol sont limitées à un dispositif par voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

2° Dimension

Les enseignes posées directement sur le sol ne doivent pas dépasser une hauteur de 1,20 mètre et une emprise au sol de 80 centimètres par 80 centimètres.

3° Positionnement

En dehors des horaires d'ouverture au public, les enseignes posées directement au sol devront être remises à l'intérieur de l'établissement.

15-8 PLAQUE PROFESSIONNELLE

Une plaque professionnelle est un dispositif utilisé comme enseigne de petite taille signalant généralement un local où est implantée une activité du secteur libéral, public, associatif, etc.

15-8-1 Dispositions générales

Les dimensions des plaques professionnelles sont limitées à 30 centimètres de hauteur et 30 centimètres de largeur au maximum.

Par professionnel, une seule plaque est admise.

15-8-2 Activité s'exerçant en rez-de-chaussée

Les plaques professionnelles doivent être regroupées de part et d'autre de la porte d'accès aux activités lorsqu'il existe plusieurs activités dans un même bâtiment.

Les plaques professionnelles doivent être positionnées dans une surface comprise entre 1 mètre et 2,5 mètres à partir du niveau inférieur de la façade sur laquelle elles doivent être implantées.

Par dérogation à l'article 15-8-1 et dans le cas où la porte d'accès à l'établissement ne serait pas visible d'une voie ouverte à la circulation publique, il est admis un report des plaques professionnelles sur un mur visible de chaque rue desservant directement l'établissement, dans la limite de 2 plaques par professionnel.

15-8-3 Activité s'exerçant en étage

Les plaques destinées à signaler des activités à l'étage sont autorisées en rez-de-chaussée à proximité de la porte d'accès.

Par dérogation à l'article 15-8-1 et dans le cas où la porte d'accès à l'établissement ne serait pas visible d'une voie ouverte à la circulation publique, il est admis un report des plaques

professionnelles sur un mur visible de chaque rue desservant directement l'établissement, dans la limite de 2 plaques par professionnel.

15-9 ENSEIGNE SUR CLOTURE PLEINE

Est considéré comme enseigne sur clôture pleine, une enseigne située sur un mur d'enceinte non ajouré.

1° Nombre par établissement

Les enseignes sur clôture sont limitées à un dispositif par unité foncière.

2° Dimension

Les enseignes sur clôture ne doivent pas dépasser une surface de 1 m².

ARTICLE 16 – ENSEIGNE TEMPORAIRE

Sont considérées comme enseignes temporaires :

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

1° Période d'implantation

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

Elles sont limitées à 6 manifestations ou opérations par an par personne morale ou raison sociale.

2° Nombre par établissement

Le nombre des enseignes temporaires est limité à une par façade dans la limite de deux par raison sociale, SAUF dérogation municipale.

3° Dimension

Les enseignes temporaires ne doivent pas dépasser une surface de 1,5 m² sauf dérogation municipale.

ARTICLE 17 – DISPOSITIONS RELATIVES AUX DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ET AUX PREENSEIGNES

Conformément à l'article L 581-4 du Code de l'Environnement, toute publicité est interdite en ZPR 1A correspondant au site classé du domaine de Launay.

En ZPR 1B et ZPR 1C, l'affichage publicitaire est autorisé uniquement sur le mobilier urbain.

Le mobilier urbain installé sur le domaine public peut supporter de la publicité dans les conditions définies par les articles R 581-42 à R 581-47 du Code de l'Environnement ainsi que celles du contrat liant la collectivité au prestataire de mobilier urbain.

ARTICLE 18 – DISPOSITIONS RELATIVES AUX DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ET AUX PREENSEIGNES

Sur les quais à ciel ouvert, l’affichage publicitaire est autorisé, sans préjudice aux dispositions du Code de l'Environnement, au format maximal de 8 m² par face et uniquement orientés vers les voies ferrées, parallèlement à ces dernières.

L'arrière des panneaux simple face sera neutralisé uniformément au moyen d'un bardage.

ARTICLE 19 – DISPOSITIONS RELATIVES AUX DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ET AUX PREENSEIGNES

19-1 EMBLEMES AUTORISES

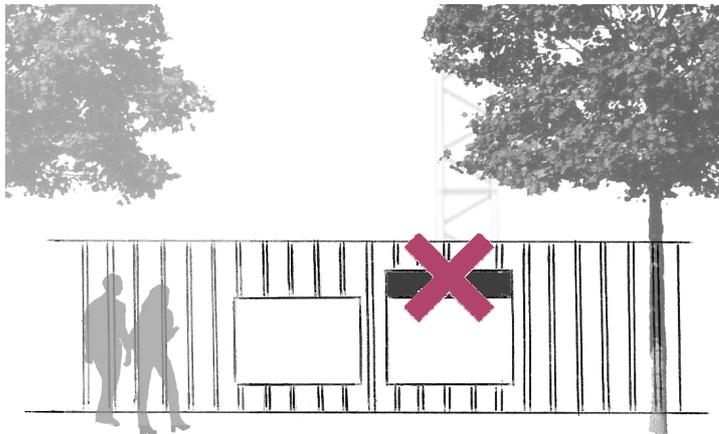
- 1° sur le mobilier urbain ;
- 2° sur les palissades de chantier ;
- 3° sur les échafaudages ;
- 4° sur les murs aveugles des bâtiments.
- 5° sur les bâches publicitaires permanentes dont l'emplacement aura été préalablement autorisé

19-1-1 Publicité sur le mobilier urbain

Le mobilier urbain installé sur le domaine public peut supporter de la publicité dans les conditions définies par les articles R 581-42 à R 581-47 du Code de l'Environnement ainsi que celles du contrat liant la collectivité au prestataire de mobilier urbain.

19-1-2 Publicité sur les palissades de chantier

Les dispositifs situés sur la palissade doivent être de hauteur identique. Ils doivent être disposés l'un à côté de l'autre et alignés horizontalement. Ils ne pourront s'élever à plus de 2,50 m au dessus du niveau du trottoir.



La publicité ne peut être apposée sur les palissades de chantier qu'à compter de l'autorisation administrative requise par les travaux à l'origine du chantier. A l'achèvement des travaux, le pétitionnaire disposera d'un délai de quinze (15) jours pour procéder à la dépose du dispositif publicitaire.

19-1-3 Publicité sur les échafaudages

La publicité doit être réalisée sur une toile masquant entièrement l'échafaudage, tendue sur un châssis fixé à celui-ci. La toile ne pourra être opaque si l'échafaudage est situé devant un immeuble occupé comportant des ouvertures.

La surface de la publicité ne pourra pas excéder 50 % de la surface de la bâche.

La publicité ne pourra constituer par rapport à l'échafaudage une saillie supérieure à 0,10 mètre sans surplomb des voies de circulation routière.

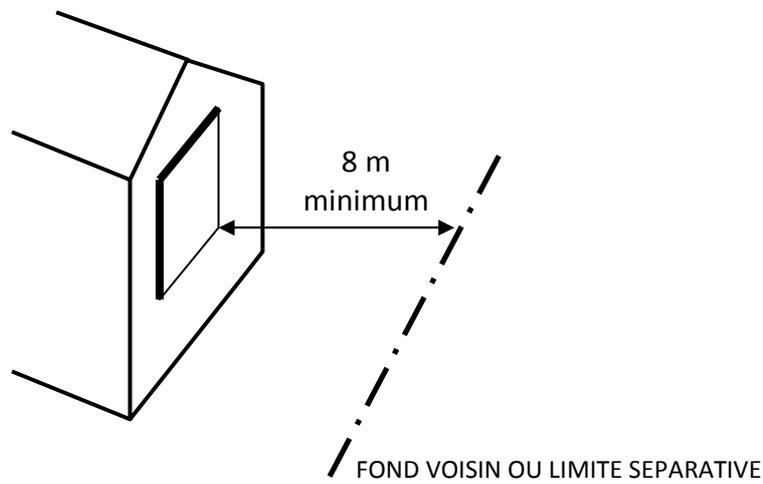
La publicité ne peut être apposée sur l'échafaudage qu'à compter de l'autorisation administrative requise par les travaux à l'origine du chantier. A l'achèvement du ravalement et/ou des travaux, le pétitionnaire disposera d'un délai de quinze (15) jours pour procéder à la dépose du dispositif publicitaire.

19-1-4 Publicité sur les murs aveugles des bâtiments

Il est autorisé un seul dispositif par unité foncière d'une surface maximale de 8 m².

La publicité doit être située sur un plan parallèle au mur qui la supporte en laissant un débord autour de l'installation au moins égal à 0,50 mètre. Elle ne peut constituer une saillie supérieure à 0,25 mètre par rapport au mur support.

La distance entre la publicité et le fond voisin doit être au moins égale à 8 mètres.



19-1-5 Publicité sur bâche publicitaire

Conformément à l'article L 581-9 du Code de l'Environnement, l'emplacement de bâches publicitaires permanentes devra faire l'objet d'une demande d'autorisation qui sera étudiée au cas par cas.

19-2 PUBLICITE SCHELLEE AU SOL

Il est autorisé un seul dispositif par unité foncière de type monopied d'une surface maximale de 8 m². En aucun cas, ce dispositif ne pourra être double face.

La distance entre la publicité et le fond voisin doit être au moins égale à 8 mètres.

Une publicité scellée au sol ne peut être placée à moins de 10 mètres d'une baie.

Les dispositifs scellés au sol ne peuvent s'élever à plus de 6 mètres au dessus du niveau du sol.

19-3 PUBLICITE NUMERIQUE

Conformément à l'article L 581-9 du Code de l'Environnement, l'emplacement de publicités numériques devra faire l'objet d'une demande d'autorisation qui sera étudiée au cas par cas.

19-4 MICRO AFFICHAGE

Il est autorisé un seul dispositif par unité foncière d'une surface maximale de 0.99 m². La saillie maximum autorisée est de 0.10 mètre par rapport au nu de la façade.

19-5 PRE ENSEIGNE PERMANENTE

Les préenseignes signalant les activités présentes dans la ville sont autorisées sur un type de mobilier urbain les regroupant à des emplacements déterminés par le Maire.

Le nombre de préenseignes permanentes est limité à deux (2) par raison sociale.

19-6 PRE-ENSEIGNE TEMPORAIRE

L'implantation de préenseignes temporaires installées pour plus de trois (3) mois signalant des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente, ou la location ou la vente de fonds de commerce est limité à un (1) dispositif par opération ou fond de commerce. Leur surface unitaire maximale est limitée à 1,5 m² sauf dérogation municipale.

Les préenseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnels ou a caractère culturel sont soumises à autorisation du Maire et limitées à 4 par manifestation ou opération. Leur surface unitaire maximale est limitée à 1,5 m².

19-7 AFFICHAGE A BUT NON LUCRATIF

L'affichage d'opinion, la publicité relative aux associations sans but lucratif et l'affichage municipal sont autorisées uniquement sur le mobilier urbain et aux emplacements dédiés à cet effet.

ARTICLE 20 – DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES

Les règles applicables aux enseignes sont celles qui ont été définies pour l'ensemble du territoire communal.

ARTICLE 21 – DISPOSITIONS RELATIVES AUX DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ET AUX PREENSEIGNES**21-1 EMBLEMES AUTORISES**

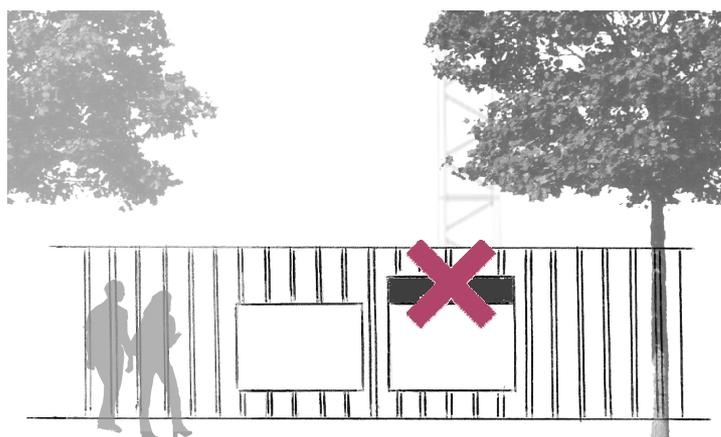
- 1° sur le mobilier urbain ;
- 2° sur les palissades de chantier ;
- 3° sur les murs aveugles des bâtiments.
- 4 ° sur les bâches publicitaires permanentes dont l'emplacement aura été préalablement autorisé

21-1-1 Publicité sur le mobilier urbain

Le mobilier urbain installé sur le domaine public peut supporter de la publicité dans les conditions définies par les articles R 581-42 à R 581-47 du Code de l'Environnement ainsi que celles du contrat liant la collectivité au prestataire de mobilier urbain.

21-1-2 Publicité sur les palissades de chantier

Les dispositifs situés sur la palissade doivent être de hauteur identique. Ils doivent être disposés l'un à côté de l'autre et alignés horizontalement. Ils ne pourront s'élever à plus de 2,50 m au dessus du niveau du trottoir.



La publicité ne peut être apposée sur les palissades de chantier qu'à compter de l'autorisation administrative requise par les travaux à l'origine du chantier. A l'achèvement des travaux, le pétitionnaire disposera d'un délai de quinze (15) jours pour procéder à la dépose du dispositif publicitaire.

21-1-3 Publicité sur les murs aveugles des bâtiments

Il est autorisé un seul dispositif par unité foncière d'une surface unitaire maximale de 8 m².

La publicité doit être située sur un plan parallèle au mur qui la supporte en laissant un débord autour de l'installation au moins égal à 0,50 mètre. Elle ne peut constituer une saillie supérieure à 0,25 mètres par rapport au mur support.

21-1-5 Publicité sur bâche publicitaire

Conformément à l'article L 581-9 du Code de l'Environnement, l'emplacement de bâches publicitaires permanentes devra faire l'objet d'une demande d'autorisation qui sera étudiée au cas par cas.

21-2 PUBLICITE NUMERIQUE

Conformément à l'article L 581-9 du Code de l'Environnement, l'emplacement de publicités numériques devra faire l'objet d'une demande d'autorisation qui sera étudiée au cas par cas.

21-3 MICRO AFFICHAGE

Il est autorisé un seul dispositif par unité foncière d'une surface maximale de 0.99 m². La saillie maximum autorisée est de 0.10 mètre par rapport au nu de la façade.

21-4 PRE ENSEIGNE PERMANENTE

Les préenseignes signalant les activités présentes dans la ville sont autorisées sur un type de mobilier urbain les regroupant à des emplacements déterminés par le Maire.

Le nombre de préenseignes permanentes est limité à deux par raison sociale.

21-5 PRE-ENSEIGNE TEMPORAIRE

L'implantation de préenseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente, ou la location ou la vente de fonds de commerce est limité à un (1) dispositif par opération ou fond de commerce. Leur surface unitaire maximale est limitée à 1,5 m² sauf dérogation municipale.

Les préenseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnels ou a caractère culturel sont soumises à autorisation du maire et limitées à 4 par manifestation ou opération. Leur surface unitaire maximale est limitée à 1,5 m².

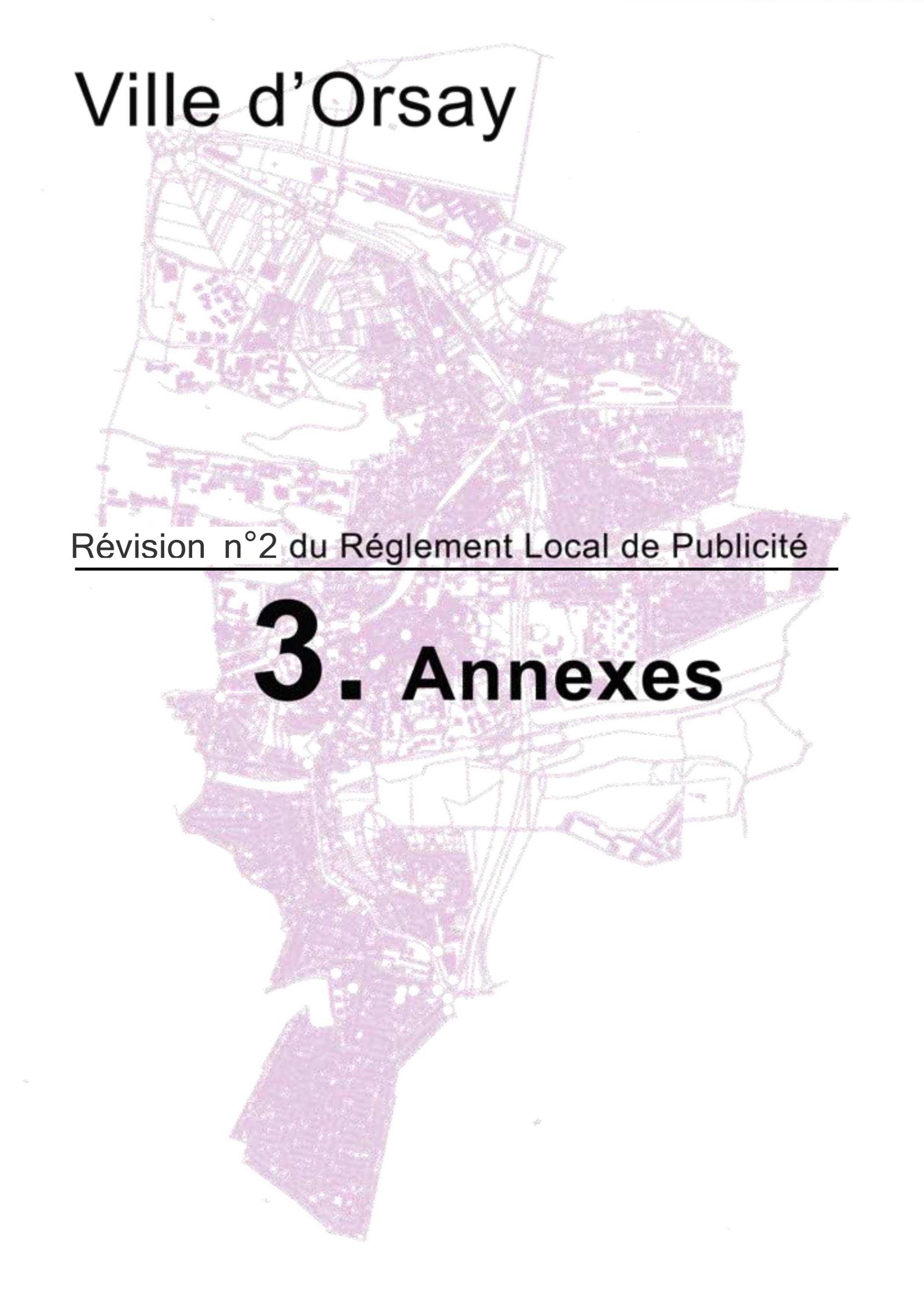
21-6 AFFICHAGE A BUT NON LUCRATIF

L'affichage d'opinion, la publicité relative aux associations sans but lucratif et l'affichage municipal sont autorisées uniquement sur le mobilier urbain et aux emplacements dédiés à cet effet.

ARTICLE 22 – DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES

Les règles applicables aux enseignes sont celles qui ont été définies pour l'ensemble du territoire communal.

Ville d'Orsay

A faint, purple-tinted map of the town of Orsay, France, serves as a background for the document. The map shows the town's layout, including streets, buildings, and the Seine river. The map is centered on the town and extends to the edges of the page.

Révision n°2 du Règlement Local de Publicité

3. Annexes

SOMMAIRE

Définitions	3
Carte du zonage	5
Arrêté de limites d'agglomération	6

ACROTERE : élément de façade situé au-dessus d'une toiture terrasse et formant rebord pour assurer les relevés d'étanchéité

AUVENT : petite toiture, en général à un seul pan, établie en saillie sur un mur.

BAIE : Toute ouverture pratiquée dans un mur ayant pour objet le passage ou l'éclairage des locaux.

BUTEAU : marquage de l'entreprise responsable d'une publicité ou préenseigne.

STORE BANNE : store de toile disposé en auvent au-dessus des baies.

COFFRAGE : Habillage rigide définitif. Il est ici compris comme recouvrant entièrement la façade commerciale de l'activité.

CORNICHE : moulure en saillie qui couronne et protège une façade.

ENSEIGNE BANDEAU OU ENSEIGNE PARALLELE : enseigne horizontale, destinée à la lecture de face. Elle a pour but d'indiquer la raison sociale du commerce ou de l'entreprise, le produit vendu ou l'activité principale.

ENSEIGNE DRAPEAU OU ENSEIGNE PERPENDICULAIRE : enseigne posée perpendiculairement à la façade.

FAÇADE COMMERCIALE : au titre du présent règlement, sont considérées comme façades commerciales, les façades disposant de baies ouvertes sur des espaces régulièrement ouverts à la clientèle.

FEUILLURE : en maçonnerie, désigne l'angle rentrant ménagé pour encastrier une huisserie, un cadre, un volet etc.

IMMEUBLE : au sens juridique, sont considérés comme immeubles les terrains construits ou non construits, et les édifices avec ou sans étage.

LAMBREQUIN : bandeau d'ornement disposé devant un enrouleur.

LINTEAU : élément monolithe horizontal fermant le haut d'une baie et soutenant la maçonnerie.

MICRO-AFFICHAGE : dispositif publicitaire de petit format (inférieur à 1 m²) intégré à une façade commerciale.

MITOYENNETE : copropriété d'un élément séparatif entre deux biens immobiliers voisins.

MODENATURE : proportions et disposition de l'ensemble des vides et des pleins ainsi que des moulures et éléments d'architecture qui caractérisent une façade.

PUBLICITE NUMERIQUE : la publicité numérique désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, leds etc. qui peuvent présenter des images fixes ou animées.

SAILLIE : Débord par rapport au nu de la façade.

UNITE FONCIERE : Ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire.

VITROPHANIE OU ENSEIGNE SUR BAIE : lettrage, forme ou logo apposé sur une ouverture pratiquée dans un mur du bâtiment (porte, fenêtre, vitrine...)

VITRINE MURALE : Armoire vitrée fixée sur un mur.

COMMUNE D'ORSAY

ARRETE N°14-203

Délimitation du périmètre d'agglomération de la commune

Le Maire de la Commune d'Orsay,

Vu la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales, complétée et modifiée par la loi n°82-623 du 22 juillet 1982 et par la loi n°83-8 du 7 janvier 1983,

Vu le Code général des collectivités territoriales, notamment ses articles L.2213-1 à L.2213-4,

Vu le Code de la route, notamment ses articles R.110-1 et suivants, R.411-2, R.411-8 et R.411-25,

Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière – livre I – 5^{ème} partie – signalisation d'indication,

Considérant qu'il convient de déterminer le périmètre d'agglomération de la commune d'Orsay,

Arrête :

Article 1 - Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les limites de l'agglomération sont abrogées.

Article 2 - Les limites de l'agglomération de la commune d'Orsay, au sens de l'article R.110-2 du Code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

DESIGNATION DE LA VOIE	POINT DE REPERE
RN 446	Entrée PR 4+300 Sortie PR 8+230
Rue de la Corniche	Angle de la rue de la Corniche et de la rue Fernand Couturier (commune de Palaiseau) à la limite du territoire communal de Palaiseau
Rue de la Corniche	Angle de la rue de la Corniche et de la rue de la Vauve (commune de Palaiseau) à la limite du territoire communal de Palaiseau
Rue de la Corniche	Angle de la rue de la Corniche et de la rue de la Martinière (commune de Palaiseau) à la limite du territoire communal de Palaiseau
Rue Charles Gounod	Angle de la rue Charles Gounod et de la rue du Rocher (commune de Palaiseau) à la limite du territoire communal de Palaiseau
Rue Charles Gounod	Angle de la rue Charles Gounod et du chemin du Rocher de la Vauve (commune de Palaiseau) à la limite du territoire communal de Palaiseau
Rue Charles Gounod	Au n°91 de la rue Charles Gounod (parcelle AH 602) à la limite du territoire communal de Palaiseau
Rue Aristide Briand	Au n°98 de la rue Aristide Briand (parcelle AH 253) à la limite du territoire communal de Palaiseau

Rue de Lozère	Entrée : Au n°81 de la rue de Lozère (parcelle AH 255) à la limite du territoire communal de Palaiseau Sortie : Au n°102 de la rue de Lozère (parcelle AI 157) à la limite du territoire communal de Palaiseau
Rue Alfred de Musset	Au n°60 de la rue Alfred de Musset (parcelle AI 589) à la limite du territoire communal de Palaiseau
	Au croisement des rues Mademoiselle, de Savoie et de Provence (commune de Villebon-sur-Yvette) et Henri Poincaré (commune de Palaiseau) à la limite des territoires communaux de Palaiseau et de Villebon-sur-Yvette
	Au croisement des rues Mademoiselle, de Paris et de la Butte Sainte Catherine (commune de Villebon-sur-Yvette) à la limite du territoire communal de Villebon-sur-Yvette
Rue de la Cyprenne	Au n°16 rue de la Cyprenne (parcelle AO 306)
	Au croisement des rues de la Ferme et de Montjay à la limite du territoire communal des Ulis
Rue de Chartres	Entrée : Au n°79 rue de Chartres (parcelle BA 1). Sortie : Au n°42 de la rue de Chartres (parcelle BA 194)
Boulevard Dubreuil	Entrée : Au n°59 boulevard Dubreuil (parcelle BA 195). Sortie : Au n°30 boulevard Dubreuil prolongé (parcelle BD 7)
Rue Georges Clemenceau	A la limite du domaine de l'Université
Avenue de Lattre de Tassigny	Au croisement des rues Georges Clemenceau et de Launay
Avenue de Lattre de Tassigny	Angle de l'Avenue du Doyen Joseph Peres et de l'avenue de Lattre de Tassigny
Rue de Chevreuse	Entrée : Au n° 9 de la rue de Chevreuse (parcelle BE 323). Sortie : Au n°14 de la rue de Chevreuse (parcelle AD 564)
Rue du Bois des Rames	Au n°36 de la rue du Bois des Rames (parcelle AB 497)
Chemin de la Gouttière	Entrée : Au n°16 du chemin de la Gouttière (parcelle AB 352) Sortie : Au n° 17 du chemin de la Gouttière (parcelle AB 21)

Résidence du Bois Persan	Au croisement des avenues du Bois Persan et du Canada (commune des Ulis) à la limite du territoire communal des Ulis
--------------------------	--

Plateau de Corbeville

Rue Nicolas Appert	Entrée : Au Parc Club d'Orsay (parcelle ZR 97) Sortie : Au n°2 de la rue Nicolas Appert (parcelle AB 534)
--------------------	--

un plan est annexé au présent arrêté.

Article 3 - La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle – livre I – 5^{ème} partie – signalisation d'indication, sera mise en place à la charge de la commune.

Article 4 - Les dispositions définies par l'article 2 du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 3 ci-dessus.

Article 5 - Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune d'Orsay.

Article 6 - Le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir auprès du tribunal administratif de Versailles dans un délai de deux mois, à compter de sa publication et de sa transmission en Préfecture.

Article 7 - Les personnes chargées de l'exécution du présent arrêté sont :

- le Maire de la commune d'Orsay,
- le Directeur général des services
- la Directrice des services techniques de la mairie,
- le Commissaire de police de Palaiseau,
- la police municipale.

Article 8 - Une copie est adressée à la Direction Départementale des Territoires.

Fait à Orsay, le - 3 JUIL. 2014

David ROS
Maire d'Orsay
Vice-Président du Conseil Général de l'Essonne



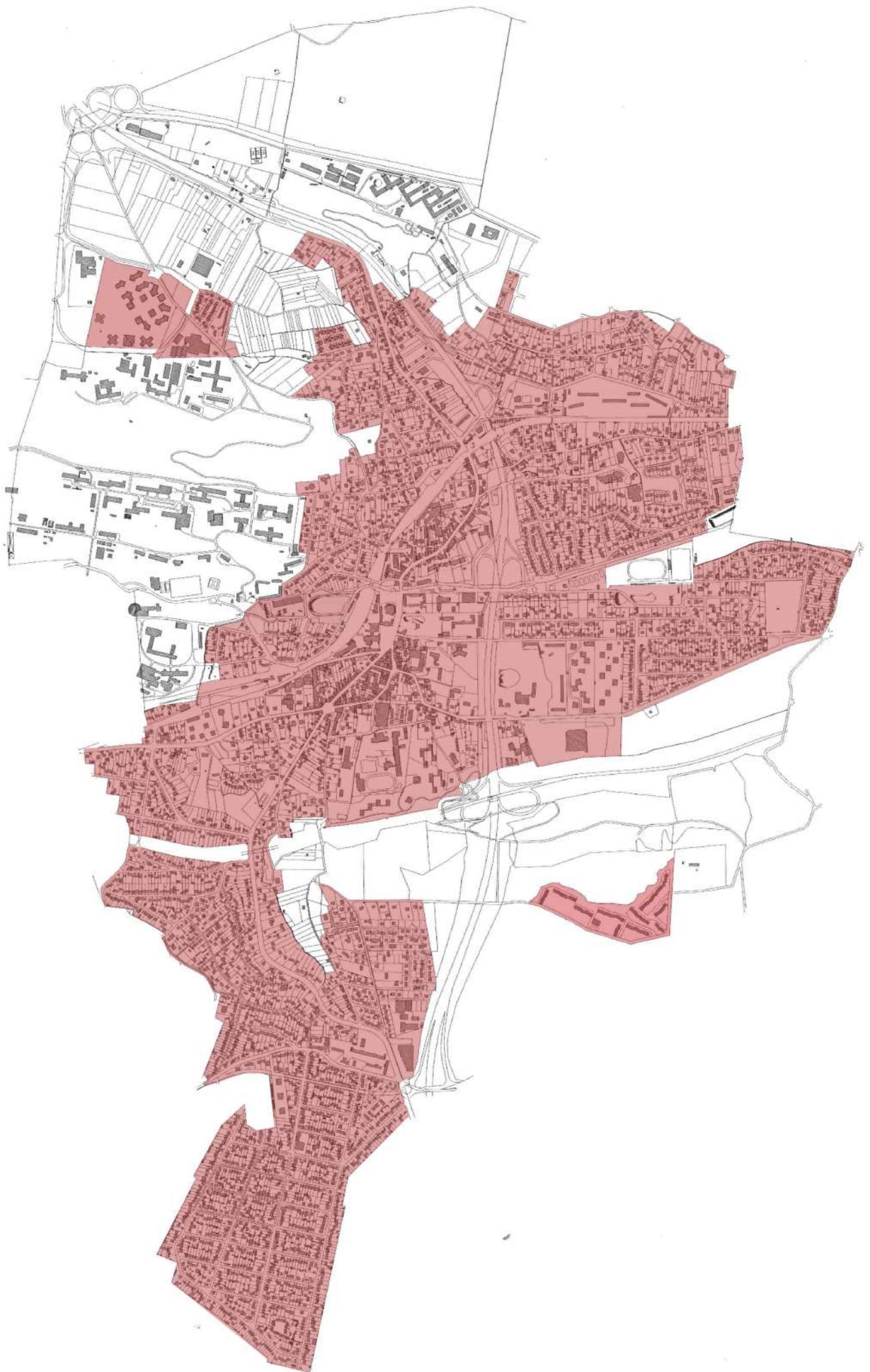
Certifié exécutoire, compte tenu

De sa transmission en Préfecture le : - 3 JUIL. 2014

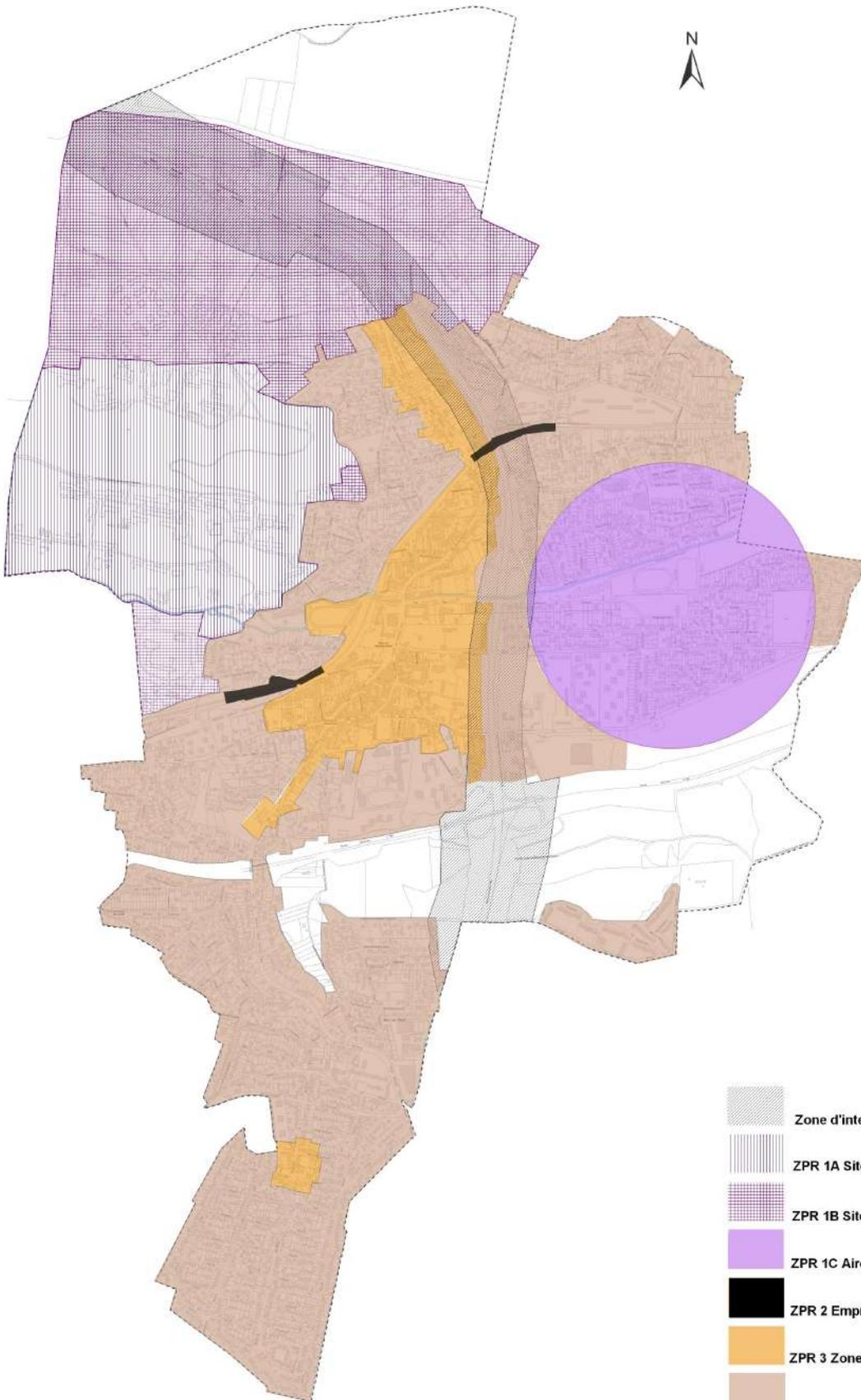
de la publication le : - 3 JUIL. 2014



Agglomération de la commune d'Orsay



ZONAGE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE



-  Zone d'interdiction autour de la RN 118
-  ZPR 1A Site classé du Domaine de Launay
-  ZPR 1B Site inscrit de la Haute Vallée de Chevreuse
-  ZPR 1C Aire de protection du monument classé Temple de la Gloire
-  ZPR 2 Emprise des gares RER
-  ZPR 3 Zones commerçantes
-  ZPR 4 Zone pavillonnaire
-  Hors agglomération