

# **RLPI** RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

## **PIÈCE N°1 RAPPORT DE PRESENTATION**

Dossier d'approbation – Conseil de territoire du 11 Avril 2023





# SOMMAIRE

<b>0</b>	<b>PREAMBULE.....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>DIAGNOSTIC.....</b>	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>ORIENTATIONS ET OBJECTIFS .....</b>	<b>65</b>
<b>4</b>	<b>JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS .....</b>	<b>71</b>

# RLPI

RÈGLEMENT LOCAL  
DE PUBLICITÉ  
INTERCOMMUNAL

## 0 PREAMBULE

## 1.1 Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'environnement, le chapitre premier du titre VIII «Protection du cadre de vie» (art.L581-1 à L581-45) au sein du livre V «Prévention des pollutions, des risques et des nuisances».



Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement, dite loi ENE, et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, le décret n°2012-948 du 1er août 2012 et le décret n°2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2012.

Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions de la Réglementation Nationale de Publicité (RNP). Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

La réglementation de l'affichage extérieur vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. La loi Grenelle II et son décret d'application réduisent les formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations, instituent une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique, ... la publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâche.



Plus récemment, la loi n°2021-1104, dite loi Climat et Résilience du 22 août 2021, a apporté de nouvelles modifications à la réglementation de l'affichage publicitaire, portant notamment sur la possibilité de réglementer les dispositifs lumineux ou numériques installés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et destinés à être visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique.

Plaine Commune, à travers l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) affiche sa volonté de développer une stratégie d'amélioration du cadre de vie et de lutte contre la pollution visuelle. Par ce moyen, le territoire cherche également à accroître son attractivité commerciale, en conciliant les besoins des acteurs économiques aux nécessités de sauvegarde du paysage, du patrimoine et de l'environnement.

Le RLPi permet de lutter contre la pollution et les nuisances, en maîtrisant les dispositifs commerciaux en nombre et en aspect, et en appliquant une réglementation adaptée aux différents secteurs à enjeux délimités par les zones de publicité.. Le RLPi est se substitue ou complète la réglementation nationale de la publicité extérieure. En l'absence de disposition spécifique dans le RLPi, les dispositions du Code de l'environnement demeurent applicables de plein droit.

Mise en conformité des dispositifs avec la Réglementation Nationale de Publicité (décret du 30.01.2012, applicable depuis le premier juillet 2012) :

<b>2015</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Suppression des pré-enseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (<i>activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique</i>)</li><li>➤ Mise en conformité des publicités et pré-enseignes installées avant le 01/07/2012</li></ul>
<b>2018</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012</li><li>➤ Application des règles d'extinction nocturne dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.</li></ul>

**A partir de l'entrée en vigueur du RLPi, les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité de :**

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

## **1.2 Élaborer un Règlement Local de Publicité intercommunal sur le territoire de Plaine Commune.**

Il existe aujourd'hui plusieurs règlements locaux de publicité sur le territoire de Plaine Commune, dont un seul est un RLP dit de deuxième génération (élaboré postérieurement à l'entrée en vigueur de la loi Grenelle II : le RLP d'Epinay-sur-Seine, approuvé en 2017).

Les RLP ante-grenelle arrivent à caducité le 13 juillet 2022. Cette date, initialement prévue en juillet 2020 a été reportée par la loi dite « Engagement et proximité » du 27 décembre 2019, à condition qu'un Règlement Local intercommunal soit en cours d'élaboration ou prescrit avant l'échéance du 13 juillet 2020. La pandémie de Coronavirus ayant perturbé l'ensemble des procédures de planification urbaine, un délai supplémentaire a été accordé par ordonnance n°2020-306 du 25 mars 2020, créant une nouvelle échéance au 14 janvier 2021 pour la prescription de l'élaboration d'un RLPi par les EPCI compétent, permettant le report de l'échéance de caducité au 13 juillet 2022.

**Le RLPi de Plaine Commune ayant été prescrit le 15 décembre 2020, les RLP communaux dit de première génération existant sur le territoire de l'EPT sont donc en vigueur jusqu'au 13 juillet 2022.**

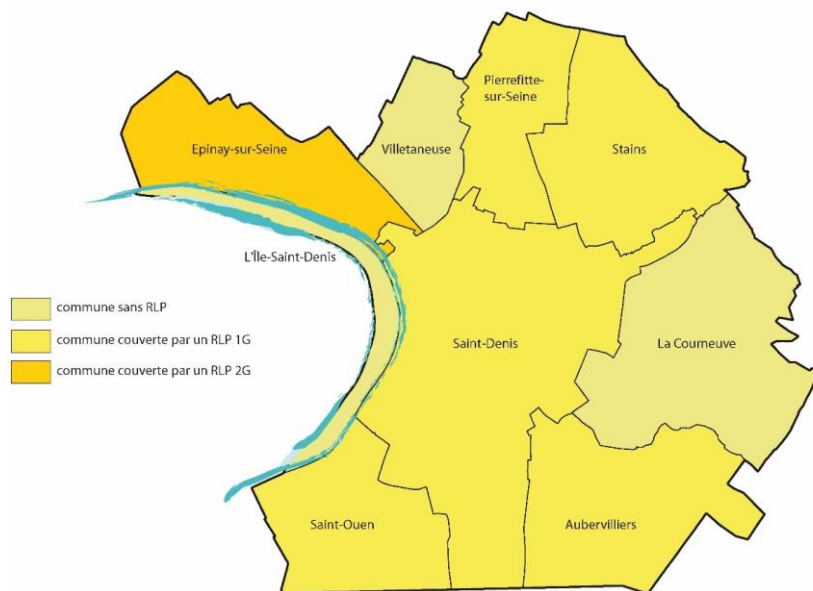
Cinq communes de Plaine Commune sont concernées par cette échéance :

<b>Aubervilliers</b>	<b>1987</b>
<b>Pierrefitte-sur-Seine</b>	<b>1991</b>
<b>Saint-Denis</b>	<b>1987</b>
<b>Saint-Ouen-sur-Seine</b>	<b>1998</b>
<b>Stains</b>	<b>2003</b>

Trois communes du territoire sont soumises à la réglementation nationale, puisqu'elles ne sont pas

couvertes par un RLP : L'Île-Saint-Denis, La Courneuve et Villetaneuse.

Par ailleurs, comme vu précédemment, Epinay-sur-Seine disposant d'un RLP de deuxième génération, la ville n'est pas non plus soumise à cette échéance de caducité.



Cartographie de la réglementation applicable sur le territoire avant approbation du RLPi

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal à l'échelle de Plaine Commune permettra de couvrir l'ensemble du territoire intercommunal par une réglementation locale uniforme adaptée aux enjeux locaux des différentes communes.

#### La délibération de prescription fixe les objectifs suivants pour l'élaboration du RLPi :

- S'inscrire dans la politique de planification et développement intercommunal cohérent, conduite par Plaine Commune ;
- Prendre en compte les évolutions législatives récentes en matière de protection de l'environnement et des paysages (loi Grenelle II, loi ENE) ;
- Lutter contre la pollution visuelle et favoriser l'amélioration du cadre de vie et du paysage urbain ;
- Apporter une réponse adaptée aux différents quartiers en fonction des typologies urbaines et des qualités patrimoniales, paysagères et environnementales de chaque secteur : centre-ville patrimoniaux et polarités commerciales, zones d'activités, grands axes routiers et autoroutiers, abords de la Seine et du canal, zone naturelle, ... ;
- Renforcer l'attractivité économique des centres-villes et des pôles commerciaux en harmonisant les enseignes et en améliorant leur qualité ;
- Porter une attention particulière à l'intégration de la publicité et des enseignes dans les projets urbains futurs ;
- Encadrer l'usage des nouvelles technologies, notamment la publicité numérique et lumineuse, en limitant la pollution visuelle ;
- Harmoniser la réglementation et la gestion de la publicité et des enseignes à l'échelle du territoire ;
- Se doter d'une réglementation sur les dispositifs publicitaires et les enseignes qui soient la plus équitable possible pour l'ensemble des acteurs économiques du territoire.

### 1.3 Le contenu d'un RLPI

Le Règlement Local de Publicité intercommunal se compose de trois pièces principales :

- **Un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic qui définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- **Un règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- **Des annexes** : constituées du ou des documents graphiques qui délimitent les différentes zones ainsi que les arrêtés municipaux de limites d'agglomération. Le Règlement Local de Publicité intercommunal de Plaine Commune compte également parmi ses annexes le plan des éléments patrimoniaux protégés au PLUi, ainsi que la charte intercommunale des devantures et des enseignes commerciales.

### 1.4 Les principaux dispositifs concernés



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



**PRE-ENSEIGNE** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée et installée en dehors de l'unité foncière de l'activité.

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

\*

**Pré-enseigne dérogatoire** : Certaines activités peuvent bénéficier de pré-enseignes dites « dérogatoires ». Il s'agit des entreprises locales de fabrication ou vente de produits du terroir, des activités culturelles, ainsi que des Monuments Historiques ouverts à la visite. **Seules les pré-enseignes dérogatoires sont autorisées hors agglomération.** L'arrêté du 23 mars 2015 fixe des règles d'implantation et de format pour les pré-enseignes dérogatoires.



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

**! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont considérés comme des enseignes.**



## 1.5 Précisions sur la définition et la réglementation de l'affichage libre

Le RLPi n'a pas pour objet de déterminer l'emplacement et l'aménagement des espaces d'affichage libre qui relèvent de la compétence du Maire. Néanmoins, le RLPi doit veiller à ne pas mettre en cause les emplacements d'affichage libre déterminés par le Maire.

**Affichage libre** : le terme d'affichage libre désigne un mode d'expression par affiche utilisé pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations à but non lucratif, sur des panneaux prévus à cet effet et mis en place par la collectivité.

Il est régi par les articles L.581-13, R.581-2 et R.581-3 du code de l'environnement. Toutes les communes françaises doivent disposer d'au moins :

- 4 mètres carrés d'affichage libre pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 mètres carrés plus deux mètres carrés par tranche de 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 mètres carrés plus cinq mètres carrés par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.

Les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations à but non lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.

Le tableau ci-dessous indique les formats applicables sur le territoire de l'EPT Plaine Commune\* :

<b>Commune</b>	<b>Nombre d'habitants</b>	<b>Surface minimale d'affichage libre</b>
<i>Aubervilliers</i>	86 375	47 m <sup>2</sup>
<i>La Courneuve</i>	43 054	27 m <sup>2</sup>
<i>Epinay-sur-Seine</i>	55 084	32 m <sup>2</sup>
<i>L'île-Saint-Denis</i>	7 981	10 m <sup>2</sup>
<i>Pierrefitte-sur-Seine</i>	30 306	22 m <sup>2</sup>
<i>Saint-Denis</i>	111 353	62 m <sup>2</sup>
<i>Saint-Ouen-sur-Seine</i>	51 108	32 m <sup>2</sup>
<i>Stains</i>	38 720	22 m <sup>2</sup>
<i>Villetaneuse</i>	13 646	12 m <sup>2</sup>

\*résultats arrondis

# **RLPI** RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

## **2 DIAGNOSTIC**

## 2.1 Contexte territorial

### 2.1.1 Données générales

L'Etablissement Public Territorial Plaine Commune est situé au nord de Paris, dans le département de la Seine-Saint-Denis.

Il compte neuf communes membres : Aubervilliers, Epinay-sur-Seine, La Courneuve, L'île Saint-Denis, Pierrefitte-sur-Seine, Saint-Denis, Saint-Ouen-sur-Seine, Stains et Villetaneuse, regroupant un total de 432 000 habitants en 2018, sur un territoire de près de 5 000 hectares.

Le territoire de Plaine Commune représente un peu plus de 6% de la population métropolitaine.



*Plaine Commune au sein de la Métropole du Grand Paris - Source : PLUi Plaine Commune*

### 2.1.2 Démographie

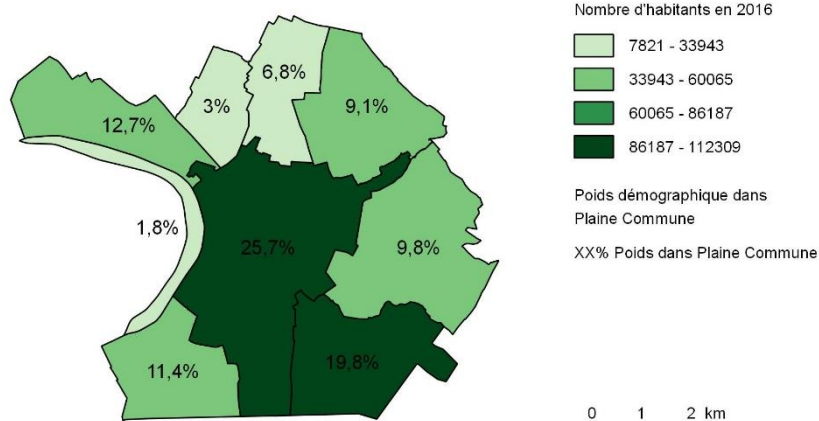
Plaine Commune est le 5<sup>ème</sup> Territoire le plus peuplé de la Métropole du Grand Paris par la population (hors Paris). Il connaît une forte croissance démographique, sans égale en Île-de-France (+23,5% entre 1 999 et 2015).

Les spécificités démographiques du territoire sont les suivantes : une population jeune, de grands ménages familiaux, de nombreux ménages vivant sous le seuil de pauvreté, une forte présence de personnes étrangères et immigrées et une problématique persistante d'éloignement à l'emploi.

La forte croissance démographique observée depuis le début des années 2000 est due au taux de natalité de la population et au rythme soutenu des constructions neuves. Les villes du sud du territoire – dont l'effort de construction est le plus élevé - sont de plus en plus attractives pour les Parisiens, modifiant la sociologie de ces communes.

Globalement, la composition sociale du territoire reste toutefois populaire, avec une forte présence de populations modestes et défavorisées.

Le diagnostic du PLUi tire ainsi la conclusion suivante : «Plaine commune doit faire face à la fois à la pression résidentielle métropolitaine et aux besoins spécifiques de ses populations, tout en garantissant les conditions de maintien des populations actuelles et d'un vivre-ensemble, dans un contexte sociologique en mutation».

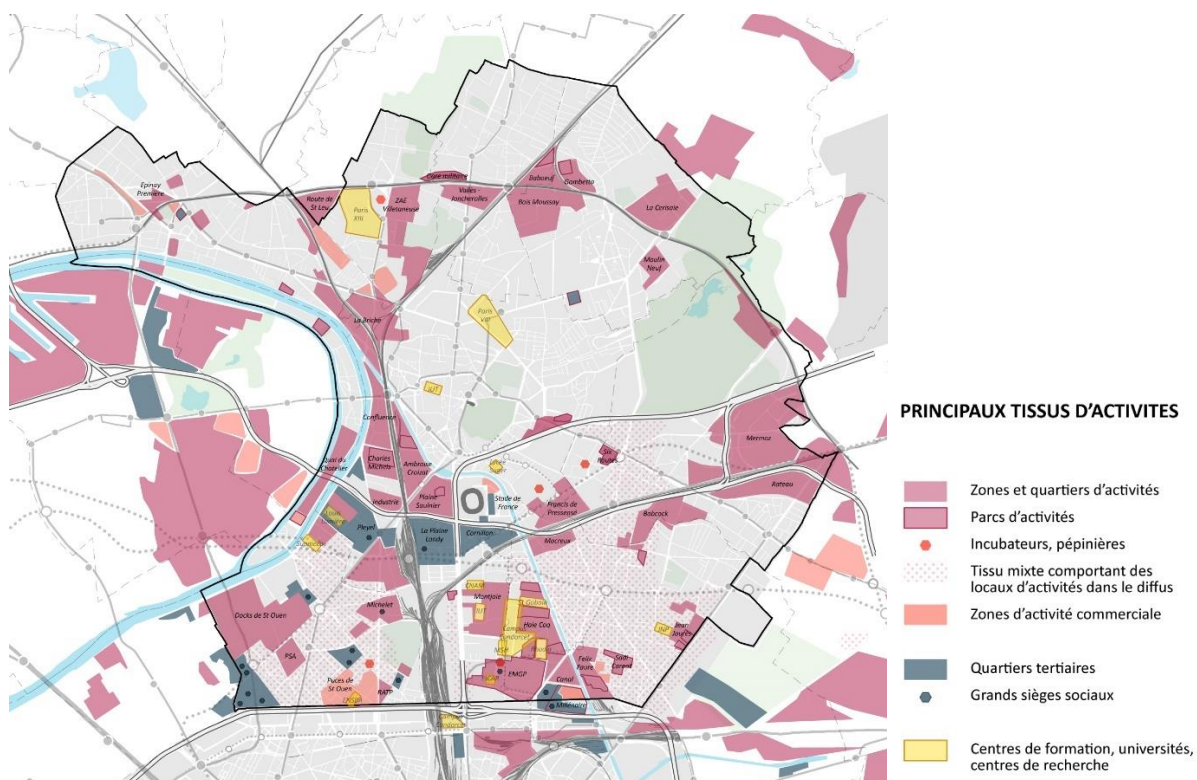


*Démographie et répartition de la population sur le territoire de Plaine Commune - Source : Insee*

### 2.1.3 Economie

Le tissu économique de Plaine Commune a profondément changé en 25 ans : après avoir été marqué par une longue période de désindustrialisation, le territoire constitue aujourd'hui le troisième pôle tertiaire d'Île-de-France avec environ 34 000 établissements d'entreprises et 191 000 emplois en 2014. Tout en conservant une certaine diversité économique En 2012, le tertiaire représentait 81% des emplois salariés, essentiellement concentrés dans le sud du territoire.

Si le tertiaire occupe une place importante dans l'économie du territoire, les métiers de l'industrie, de la logistique, de la construction conservent un poids non négligeable, davantage qu'au sein des territoires voisins de la métropole.



*La diversité économique sur le territoire de Plaine Commune - Source : PLUi Plaine Commune*

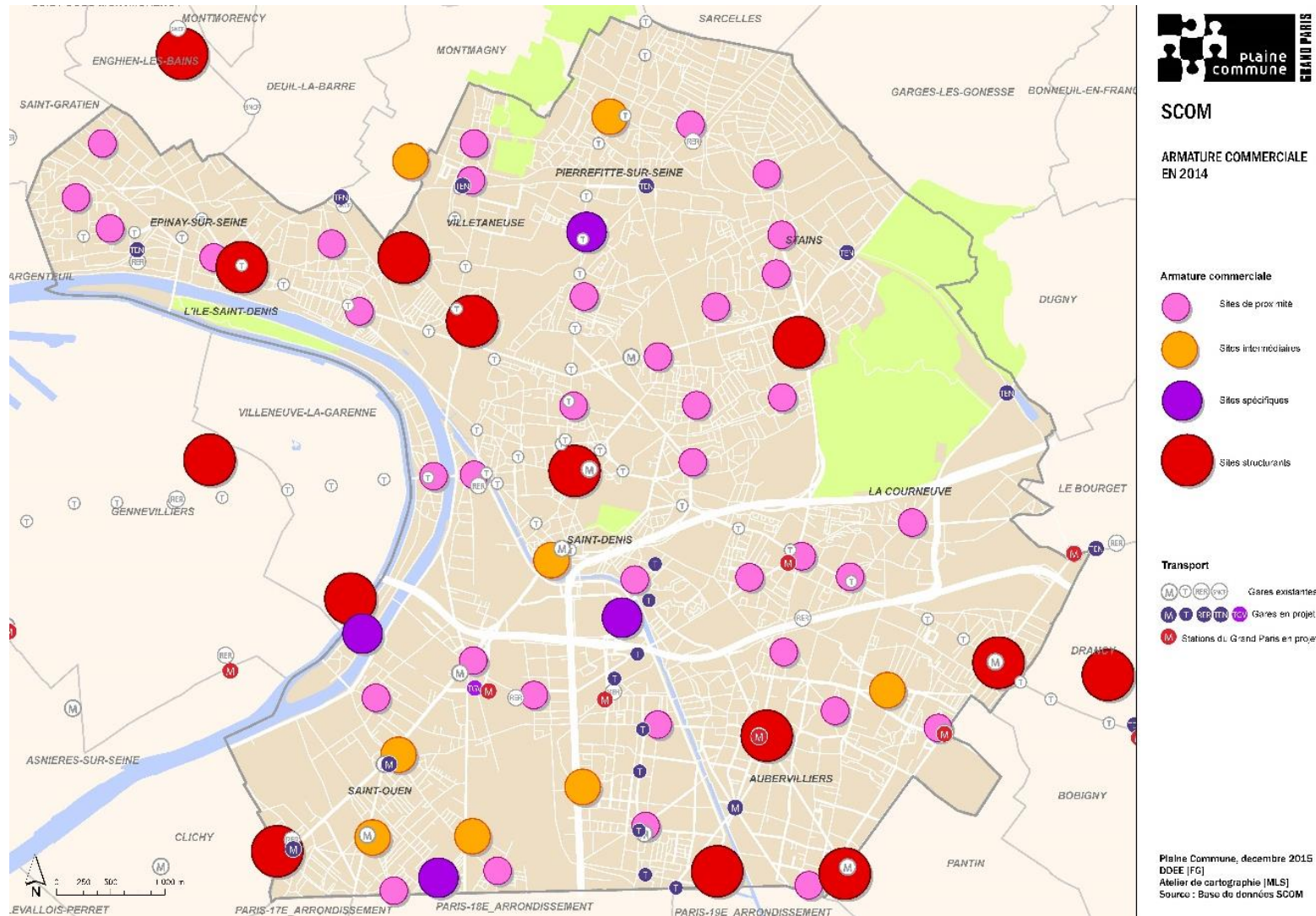
Cette diversité économique du territoire se voit pourtant menacée par le développement urbain : durant la dernière décennie, le rythme élevé de construction de locaux d'activités mixtes n'est pas parvenu à compenser les destructions dans le cadre de projets urbains (intégration complexe des locaux d'activités dans les projets, moindre valorisation foncière par rapport à des bureaux ou des logements).

Un des objectifs de Plaine Commune est donc de préserver la diversité économique du territoire et de favoriser le développement d'activités économiques, notamment pour répondre à l'enjeu de l'accès à l'emploi des habitants : le taux d'emploi de la population est de 55% et le taux de chômage de 23%. Le commerce représente une part importante de l'activité économique du territoire : avec les services à la personne, il regroupe près de 20 000 emplois en 2016. C'est le secteur où l'on enregistre le plus de créations d'entreprises.

Plaine Commune est ainsi couverte par un maillage dense de commerces et compte cinq centres commerciaux :

- Basilique à Saint-Denis
- L'Îlot à Epinay-sur-Seine
- Bienvenu à Villetaneuse
- Le Millénaire à Aubervilliers

- Marques Avenue à L'Île-Saint-Denis



Etat des lieux de l'armature commerciale du territoire – Source : SCOM, Plaine Commune, 2016.



Une dégradation globale de l'offre est constatée sur l'ensemble du territoire depuis 20 ans environ qui touche plus particulièrement certains centres-villes et l'ensemble des commerces de proximité.

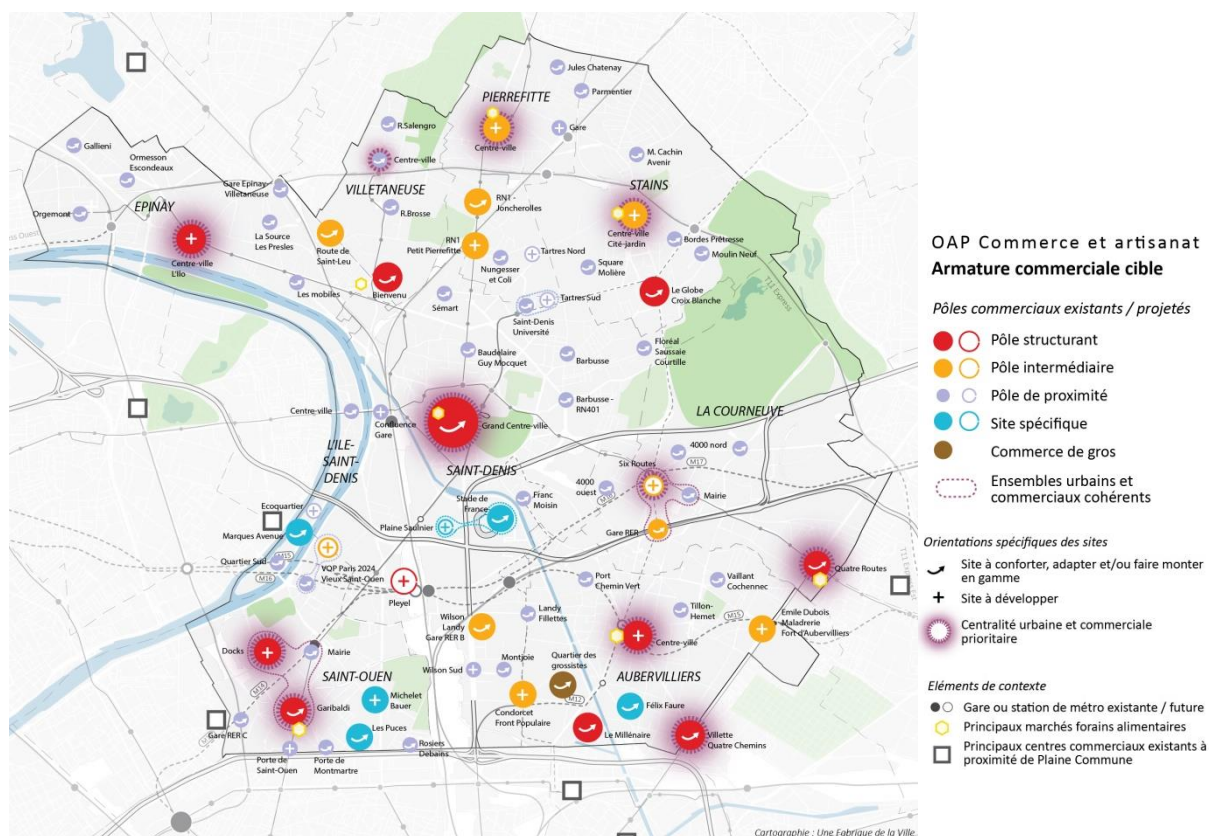
Ce déclin est lié à plusieurs facteurs : faiblesse du pouvoir d'achat local, forte concurrence, dégradation du cadre urbain (habitat et espaces publics), développement du commerce en ligne et augmentation des valeurs locatives.

D'une manière générale, les locaux commerciaux sont peu qualitatifs : plus de 40% des locaux sont à rénover ; moins de 20% sont en parfait état

Le projet d'aménagement et de développement durables (PADD) du PLUi de Plaine Commune soulève l'enjeu de la complémentarité des surfaces commerciales, de leur localisation, de leur fonctionnement et de la nécessité de relever leur qualité. Les orientations portées par le PADD sont les suivantes :

- Requalifier et diversifier l'offre commerciale, en particulier en centre-ville et dans les centralités urbaines ;
- Veiller à la complémentarité des sites commerciaux dans l'armature territoriale ;
- Maîtriser la production de locaux neufs et renforcer les conditions l'accueil de nouvelles surfaces commerciales ;
- Renforcer l'attractivité commerciale du territoire ;
- Pérenniser le maillage de proximité ;
- Améliorer l'intégration urbaine du commerce et réduire son impact environnemental

Ainsi les orientations en termes d'implantation préférentielle du commerce sur le territoire ont été définies dans une orientation d'aménagement et de programmation thématique Commerce et Artisanat. Celle-ci identifie des polarités commerciales et les hiérarchise pour construire une armature commerciale lisible et de qualité.





#### 2.1.4 Déplacements

Le territoire de Plaine commune est marqué par une forte présence d'infrastructures de transports majeurs, qui ont participé par le passé à son essor économique et continue d'y contribuer, lui assurant une bonne accessibilité à l'échelle métropolitaine.

Le réseau routier est composé d'infrastructures majeures assurant la liaison avec Paris, l'aéroport de Roissy – Charles de Gaulle et les autres pôles de la métropole ; et au-delà avec les réseaux nationaux et européens (notamment l'A1 et la A86)

D'un autre côté, le maillage de la trame viaire locale s'avère insuffisant et les axes structurants globalement faiblement dimensionnés (avec des séquences de largeur variable quel que soit leur statut).

Reflète des caractéristiques socio-économiques de la population, le taux de motorisation de la population du territoire est globalement nettement inférieur au taux moyen de motorisation des ménages de la métropole : 43% des ménages de Plaine Commune n'ont pas de voiture ; et la proportion de population abonnée aux transports collectifs est bien plus élevée qu'à l'échelle régionale : elle concerne 46% de la population.

Les habitants du territoire ont davantage recours à la marche et au réseau de transports en commun, dense mais qui nécessite encore d'être conforté.

Plaine Commune est desservi par trois des lignes RER d'Ile-de-France (B, C, D), la ligne H et le T11 Express du réseau Transilien, trois lignes de tramway (1, 5, 8), ainsi que quatre lignes de métro (7, 12, 13 et 14), qui seront complétées à l'avenir par quatre lignes du Grand Paris Express (15, 16 et 17). Un réseau de bus affine la desserte du territoire en transports en commun.

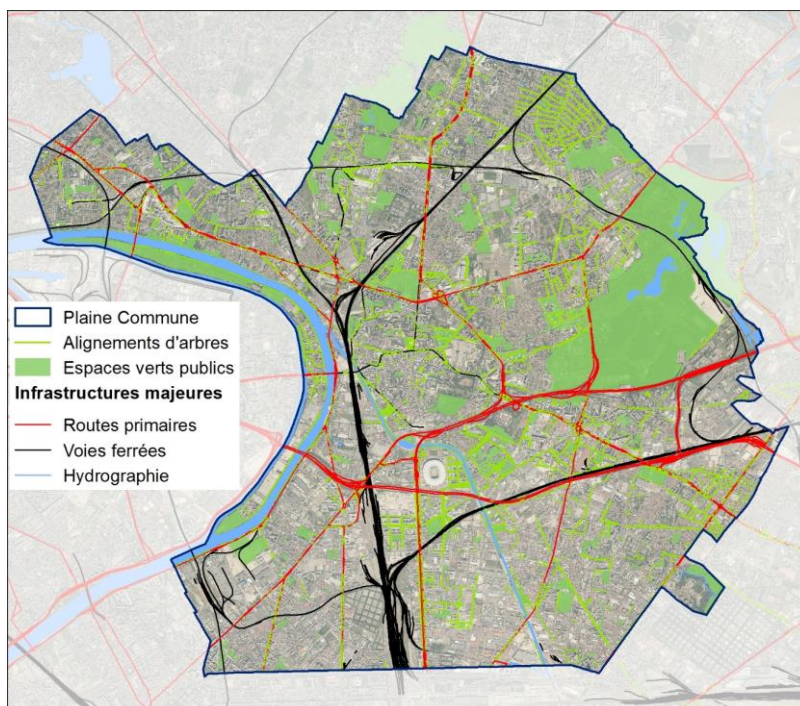
Par ailleurs, le territoire est longé par la Seine et traversé par le canal Saint-Denis. Cet important maillage soumet le territoire à des flux de personnes et de véhicules considérables

Cette caractéristique du territoire a de fortes conséquences sur son paysage, sur l'environnement et sur le cadre de vie offerts à la population.

Si l'objet des infrastructures de transport est de tisser des liens sociaux et économiques, certaines d'entre-elles constituent des fractures urbaines, paysagères et environnementales. En morcelant l'espace, elles accroissent les distances et contribuent à l'enclavement de certains secteurs. Par ailleurs, les infrastructures lourdes de transport ont un impact sanitaire (pollution sonore et de l'air).

Divers aménagements ont permis d'ores et déjà d'atténuer certaines coupures urbaines, telles que la couverture de l'autoroute A1 dans les années 1990 et plus récemment la passerelle piétonne entre Aubervilliers et Paris Nord-Est. D'autres projets en cours et futurs permettront de répondre à certains de ces dysfonctionnements.

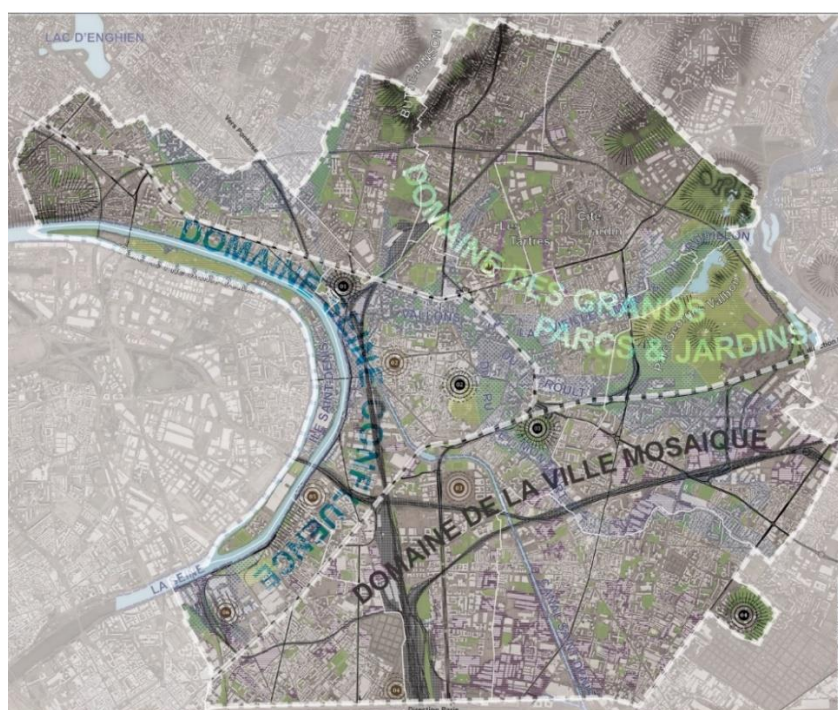
C'est depuis ces infrastructures de transport que se fait la découverte du territoire, la compréhension de son organisation et la perception de son grand paysage. Le traitement de ces axes représente ainsi un enjeu majeur du RLPi.



Les infrastructures routières, ferrées et navigables - Source : PLUi de Plaine Commune

### 2.1.5 Paysage et patrimoine

Plaine Commune se caractérise d'un point de vue paysager par une mosaïque de paysages diversifiés entre Seine et grands parcs, nouveaux quartiers et grands ensembles, équipements et usines. Le PLUi définit ainsi trois domaines paysagers : le domaine de la Seine Confluence, en frange ouest et centre du territoire, le domaine des grands parcs et jardins, au nord de l'autoroute A1 et le domaine de la ville mosaïque au sud du territoire.



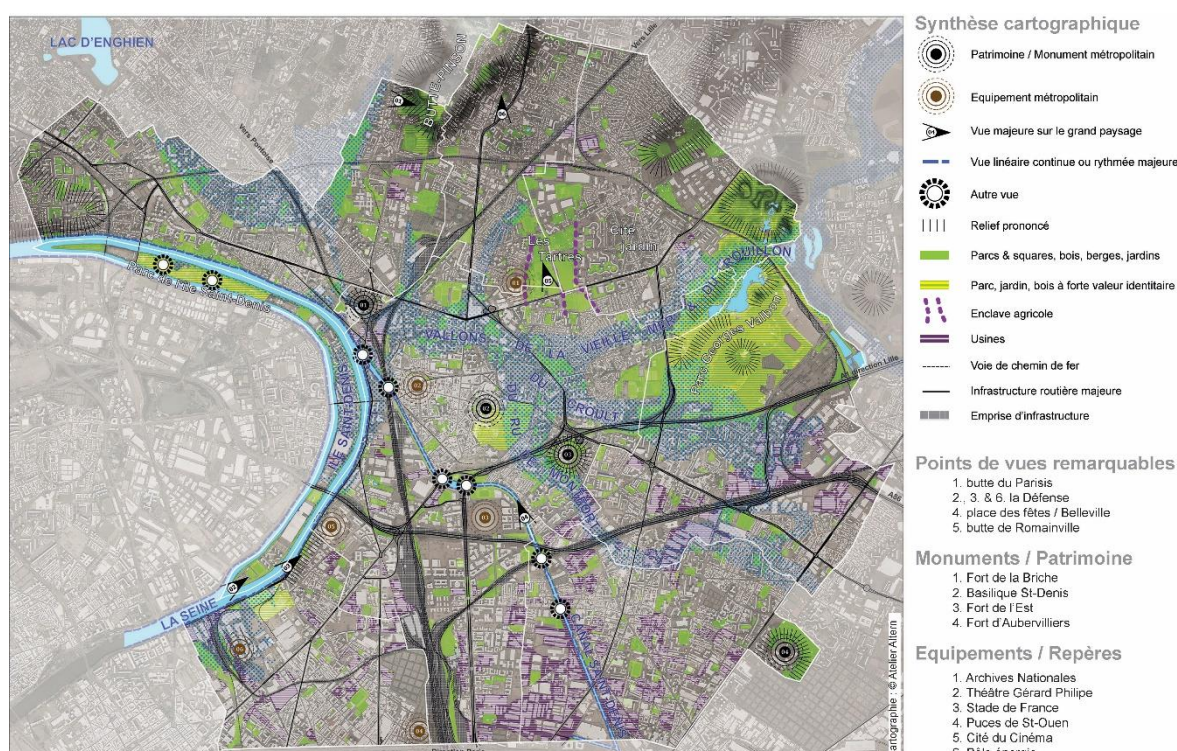
Dans le territoire très urbanisé de Plaine Commune, les figures paysagères sont peu visibles et peu lisibles. Les infrastructures dominent au détriment de la figure géographique et paysagère du territoire.

Néanmoins, malgré l'artificialisation du territoire, Plaine Commune dispose de remarquables atouts géographiques et paysagers, avec :

- Des espaces paysagers naturels d'échelle métropolitaine : la Seine, le Canal Saint-Denis, les parcs départementaux Georges Valbon et de l'Île-Saint-Denis, la Butte Pinson, ...mais qui sont souvent peu valorisés, peu visibles et accessibles, avec de rares points culminants
- Des espaces paysagers urbains particulièrement variés façonnant des ambiances particulières : centres-villes anciens, faubourgs, tissus pavillonnaires, grands ensembles – avec parfois une présence végétale qui participe fortement au paysage local
- Des équipements faisant figure de « repère » dans le paysage, tels que les anciens forts militaires, la basilique Saint-Denis, les archives départementales, le théâtre Gérard Philippe, le Stade de France, les Puces de Saint-Ouen-sur-Seine, la Cité du Cinéma, ...

Ces éléments de paysage constituent une trame discontinue.

Des perspectives et panoramas remarquables, participant à la perception paysagère du territoire, ont été identifiés dans le cadre du PLUi.



### Structure et singularités du paysage de Plaine Commune- Source : PLUi de Plaine Commune

L'EPT dispose par ailleurs d'un patrimoine riche mais disséminé et fragile (identifié dans le diagnostic du PLUi) : patrimoine religieux et civil, patrimoine industriel, ensemble urbain, patrimoine paysager, patrimoine agricole et végétal

Plaine Commune est identifiée comme « territoire de la culture et de la création » dans le projet du Grand Paris et dans son Contrat de Développement Territorial (CDT), et labellisée « Villes et Pays d'art et d'histoire » par le ministère de la Culture. Le territoire dispose d'un patrimoine bâti, constitué de monuments religieux de premier plan, de bâtiments industriels, d'immeubles d'habitation, de cités-jardins ou même d'ouvrages d'infrastructure remarquables, mais aussi d'un patrimoine immatériel

vivant. La Basilique-cathédrale de Saint-Denis, le Stade de France et les Puces de Saint-Ouen-sur-Seine ont fait la renommée du patrimoine architectural et culturel du territoire, ce sont des repères identitaires pour les habitants autant que les locomotives d'une destination touristique (8 millions de visiteurs par an).

### **Les éléments et périmètres bâtis patrimoniaux identifiés au PLUi (règlement du PLUi)**

Le règlement du PLUi comprend de très nombreuses fiches « patrimoine bâti » sur chaque commune du territoire.

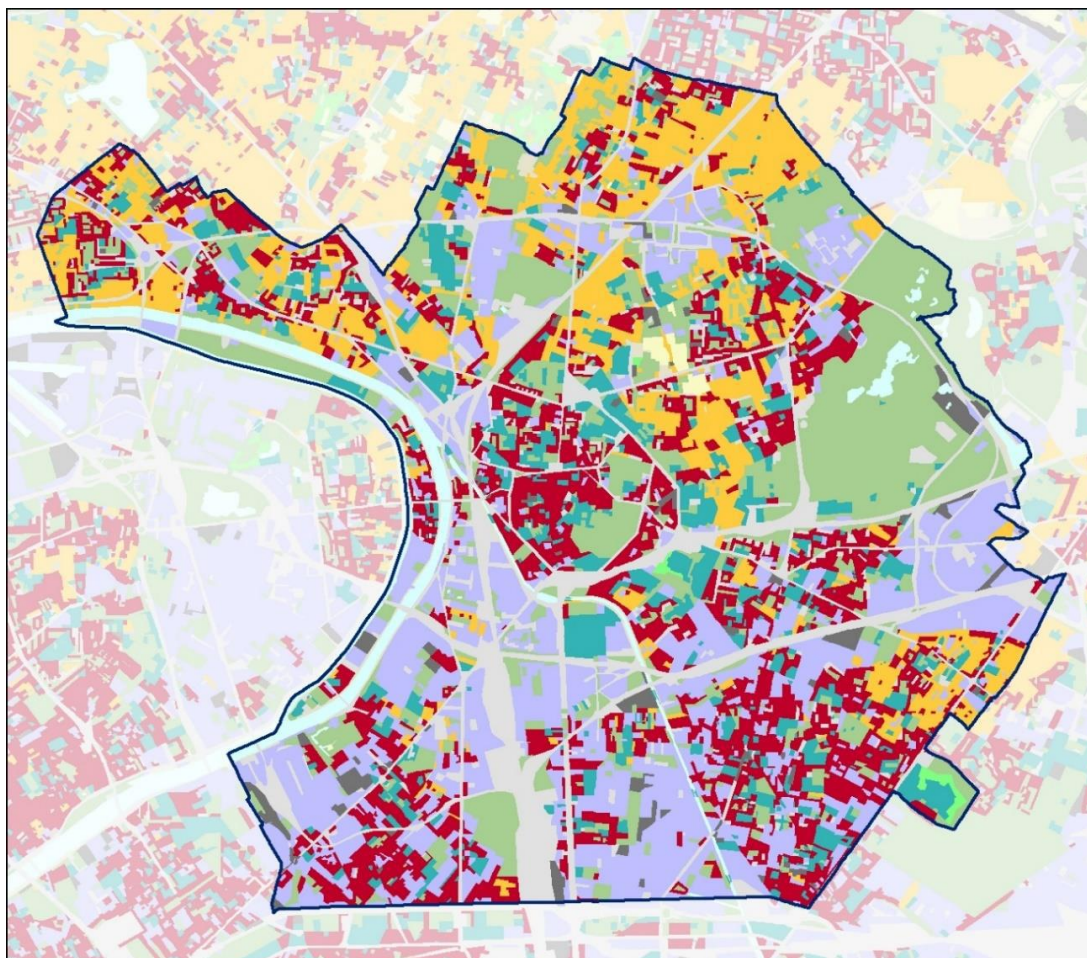
Pourtant, ces atouts patrimoniaux sont encore méconnus. Le territoire compte 31 monuments classés, de grands sites d'intérêt historique et géographique majeurs (Seine, canaux, parcs départementaux et régionaux). Une seule ZPPAUP existe sur le territoire. Les mesures de protection locales sont inégales selon les PLU communaux. Le PLUi a permis de recenser ces éléments patrimoniaux et d'en assurer une meilleure protection (cf. partie sur les tissus urbains). Plaine Commune présente également un grand nombre d'équipements culturels, de rayonnement national et / ou de proximité, comme cela a déjà été évoqué. Ils proposent des créations, des saisons culturelles denses et multiplient les actions de médiation pour aller au-devant de publics nouveaux, y compris via une offre culturelle hors-les-murs et dans l'espace.

### **Rareté du patrimoine naturel, à préserver**

Plaine Commune dispose également de **remarquables qualités géographiques et paysagères** : la Seine, le Canal Saint-Denis, les parcs départementaux Georges Valbon et de L'Île-Saint-Denis, la Butte Pinson... Ces grands espaces paysagers d'échelle métropolitaine constituent des espaces de biodiversité contribuant à la soutenabilité du territoire autant que des lieux de respiration pour les habitants et usagers du territoire, contribuant à offrir une haute qualité de vie au sein de la métropole. Ils sont aujourd'hui insuffisamment mis en valeur.

En termes de patrimoine végétal, deux grands parcs du territoire sont labellisés Natura 2000, au titre de la directive Oiseaux 54 ; il s'agit des parcs de la Courneuve et de L'Île Saint-Denis. Les parcs offrent des moments de respiration. Ce sont des espaces de transition, constituant également des repères. Une partie des jardins de la Maison d'éducation de la Légion d'honneur a été transformée en parc public. Les parcs départementaux de L'Île-Saint-Denis et de La Courneuve, mais aussi la Butte Pinson, sont de grandes réserves « vertes » aux limites du territoire.

- ✦ **Enjeux de préservation et de mise en valeur du patrimoine bâti qui participe de l'attractivité et du positionnement touristique du territoire**



**Espaces agricoles, forestiers et naturels**

- Forêts
- Milieux semi-naturels
- Espaces agricoles
- Eau

**Espaces ouverts artificialisés**

- Espaces ouverts artificialisés

**Espaces construits artificialisés**

- Habitat individuel
- Habitat collectif
- Activités
- Equipements
- Transports
- Carrières, décharges et chantiers

*Carte d'occupation des sols – Source : État Initial de l'Environnement, PLUi Plaine Commune.*

## 2.2 Cadre réglementaire

### 2.2.1 Les périmètres urbains et environnementaux

#### 2.2.1.1 *Le périmètre d'agglomération*

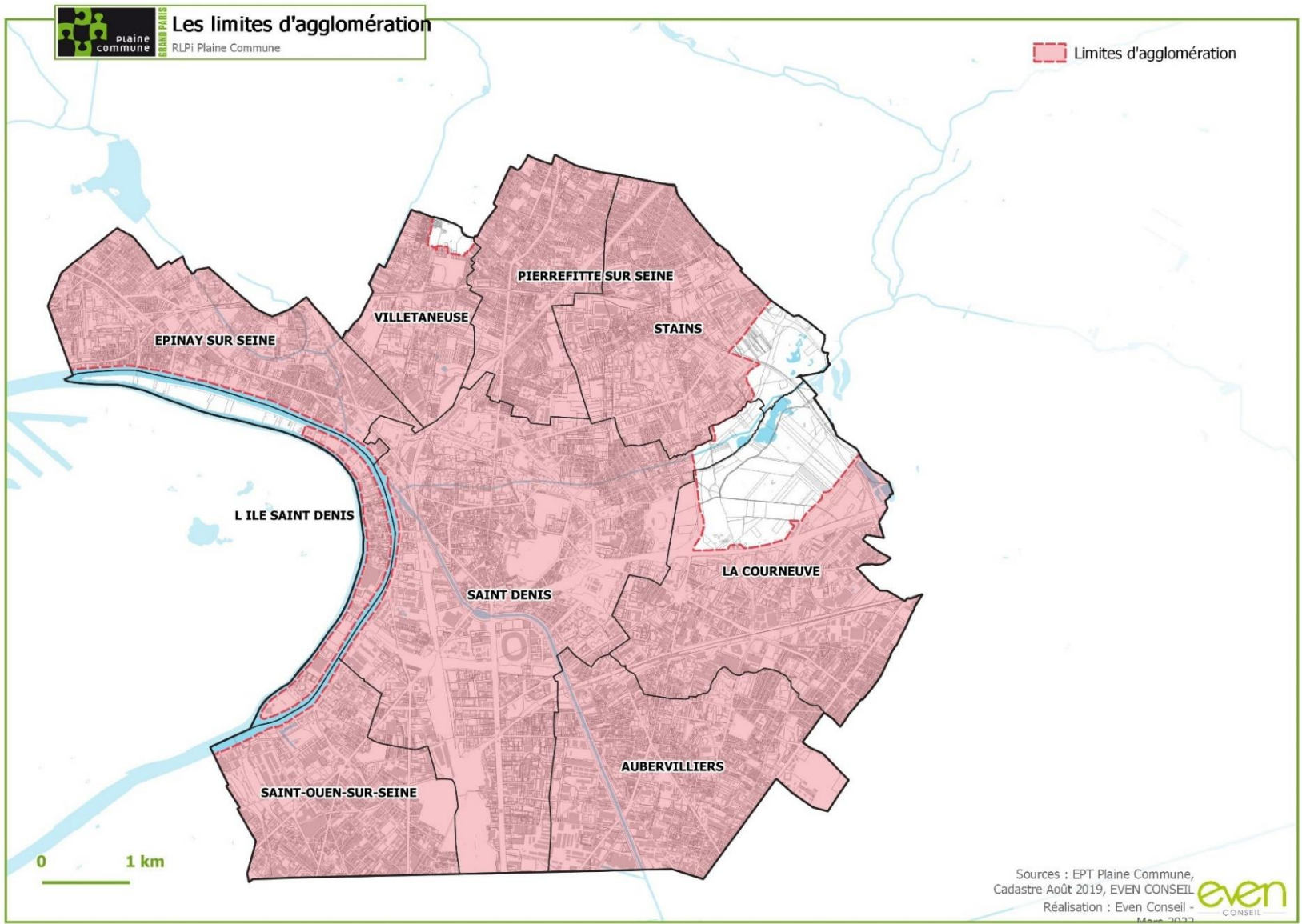
La notion d'agglomération, au sens du Code de la route, constitue *« l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse ou qui le borde »*.

Dans les cas où l'implantation des panneaux d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'Etat fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

L'adoption d'un RLPi impose la détermination des limites d'agglomération. Parmi les annexes que doit comporter un RLPi, l'article R.581-78 du Code de l'environnement exige la présence d'un document graphique où les limites de l'agglomération sont représentées, ainsi que l'ensemble des arrêtés municipaux fixant la localisation des limites d'agglomération.

En dehors des périmètres agglomérés, l'implantation de publicités ou pré-enseignes autres que dérogatoires est interdite.

- **Un atlas des limites d'agglomération est annexé au RLPi**
- **L'ensemble des arrêtés communaux de limites d'agglomération est annexé au RLPi**



## 2.2.1.2 Les périmètres de protection du patrimoine et du paysage

### Interdictions absolues

L'article L.581-4 du Code de l'environnement interdit toute publicité :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des **Monuments Historiques** ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- Sur les **arbres**.

Il est également interdit de procéder à l'abattage ou à l'élagage des arbres ou arbustes dans le but d'installer ou de rendre plus visible une publicité, une enseigne ou une pré-enseigne (Conseil d'État n°209103 du 14 février 2001 publié au Rec. CE).



Manufacture d'allumettes – Aubervilliers

### Interdictions relatives

L'article L.581-8 du code de l'Environnement interdit, de façon relative (*il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLPi*), toute publicité dans les périmètres suivants :

- **Aux abords des Monuments Historiques**, mentionnés à l'article L.621-30 du code du Patrimoine ;
- Dans le périmètre des **sites patrimoniaux remarquables** (SPR), mentionnés à l'article L.631-1 du Code du Patrimoine (anciennes ZPPAUP, AVAP, secteurs sauvegardés) ;
- Dans les Parcs Naturels Régionaux ;
- Dans les sites inscrits ;
- Dans l'aire d'adhésion des Parcs Nationaux ;
- Dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (**Natura 2000**).



MONUMENTS HISTORIQUES SUR LE TERRITOIRE DE PLAINE COMMUNE		
Dénomination	Protection	Commune
<b>Église Notre-Dame-des-Vertus</b>	Classé	Aubervilliers
<b>Cheminée de l'ancienne manufacture des allumettes (siège de la documentation française)</b>	Inscrit	
<b>Hôtel de ville</b>	Partiellement inscrit	Épinay-sur-Seine
<b>Église Notre-Dame-des-Missions</b>	Classé	
<b>Pavillon de musique du 18<sup>ème</sup> siècle</b>	Inscrit	
<b>Église-Saint-Yves-des-Quatre-Routes</b>	Inscrit	La Courneuve
<b>Centre sportif municipal de Saint-Ouen sur l'Île-des-Vannes</b>	Partiellement inscrit	L'Île-Saint-Denis
<b>Usine Christofle</b>	Partiellement inscrit	Saint-Denis
<b>Basilique Saint-Denis</b>	Classé	
<b>Maison d'éducation de la Légion d'honneur</b>	Classé	
<b>Couvent des Ursulines (ancien)</b>	Partiellement Classé	
<b>Dépôt de la Plaine</b>	Partiellement inscrit	
<b>Ancienne église abbatiale</b>	Classé	
<b>Ancien Carmel (ancienne chapelle « Justice de Paix</b>	Classé	
<b>Carmel (ancien)</b>	Partiellement Inscrit	
<b>Restes de l'ancienne Église des Trois Patrons et vestiges du cimetière mérovingien</b>	Inscrit	
<b>Pharmacie Centrale (ancienne)</b>	Inscrit	
<b>Église Saint-Denis de l'Estrée</b>	Inscrit Partiellement Classé	
<b>Ancien siège du journal l'Humanité</b>	Partiellement inscrit	
<b>Usine Coignet (ancienne)   Immeuble d'habitation des ouvriers (ancien)</b>	Partiellement inscrit	
<b>Usine Coignet (ancienne)   Maison du directeur</b>	Inscrit	
<b>Usine Coignet (ancienne)   Pavillon à toit carène</b>	Partiellement inscrit	

Maison des Arbalétriers	Partiellement inscrit	
Maison dite « des Masques »	Inscrit	
Immeuble 15 rue des Ursulines	Partiellement inscrit	
Caves 10 rue de Strasbourg	Inscrit	
Château	Classé	Saint-Ouen-sur-Seine
Église du Vieux Saint-Ouen	Inscrit	
Église Notre-Dame-de-l'Assomption	Inscrit	Stains
Mairie (ancien Château)	Partiellement inscrit	
Château de la Motte (ancien)	Partiellement inscrit	

👉 **27 Monuments Historiques**



Église Notre-Dame-des-Vertus  
(aubervilliers.fr)



Église Notre-Dame-des-Missions  
(patrimoine-seinesaintdenis.fr)



Basilique de Saint-Denis (saint-denis-basilique.fr)

**SITES PATRIMONIAUX REMARQUABLES**

**SPR des Marchés aux Puces**

Saint-Ouen-sur-Seine

👉 **1 Site Patrimonial Remarquable**



Marché aux puces de Saint-Ouen-sur-Seine - source : <https://www.pucesdeparissaintouen.com>

## SITES INSCRITS

**Cité-jardin et groupe scolaire du Globe**

Stains

👉 **1 site inscrit**



Cité jardin de Stains - source : [tourisme-plainecommune-paris.com](http://tourisme-plainecommune-paris.com)



Groupe scolaire du Globe - source : [Stains.fr](http://Stains.fr)

## NATURA 2000

**FR1112013 – Sites de Seine-Saint-Denis**

Sur Plaine Commune : L'île-Saint-Denis et La Courneuve  
(Parc départemental Georges-Valbon et parc départemental de L'Île-Saint-Denis)

👉 **2 secteurs d'un même site NATURA 2000**



*Parc Départemental Georges-Valbon La Courneuve. Site NATURA 2000 - Source : saint-denis-tourisme.mobi* *Parc de L'Île-Saint-Denis. Site Natura 2000 - Source : SeineSaintDenis.fr*

### 2.2.1.3 Les règles aux abords des routes et des autoroutes

**Article R.418-7 du Code de la route** : « la publicité et les enseignes publicitaires et pré enseignes visibles depuis les voies express, déviations et autoroutes » sont interdites dans une largeur de :

- En agglomération : 40 m
- Hors agglomération : 200 m

La distance est mesurée à partir du bord de la route.

**Article R.581-31 du Code de l'environnement** : « Dans les autres agglomérations (de plus de 10 000 habitants), ces dispositifs (publicités scellées au sol) sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. »

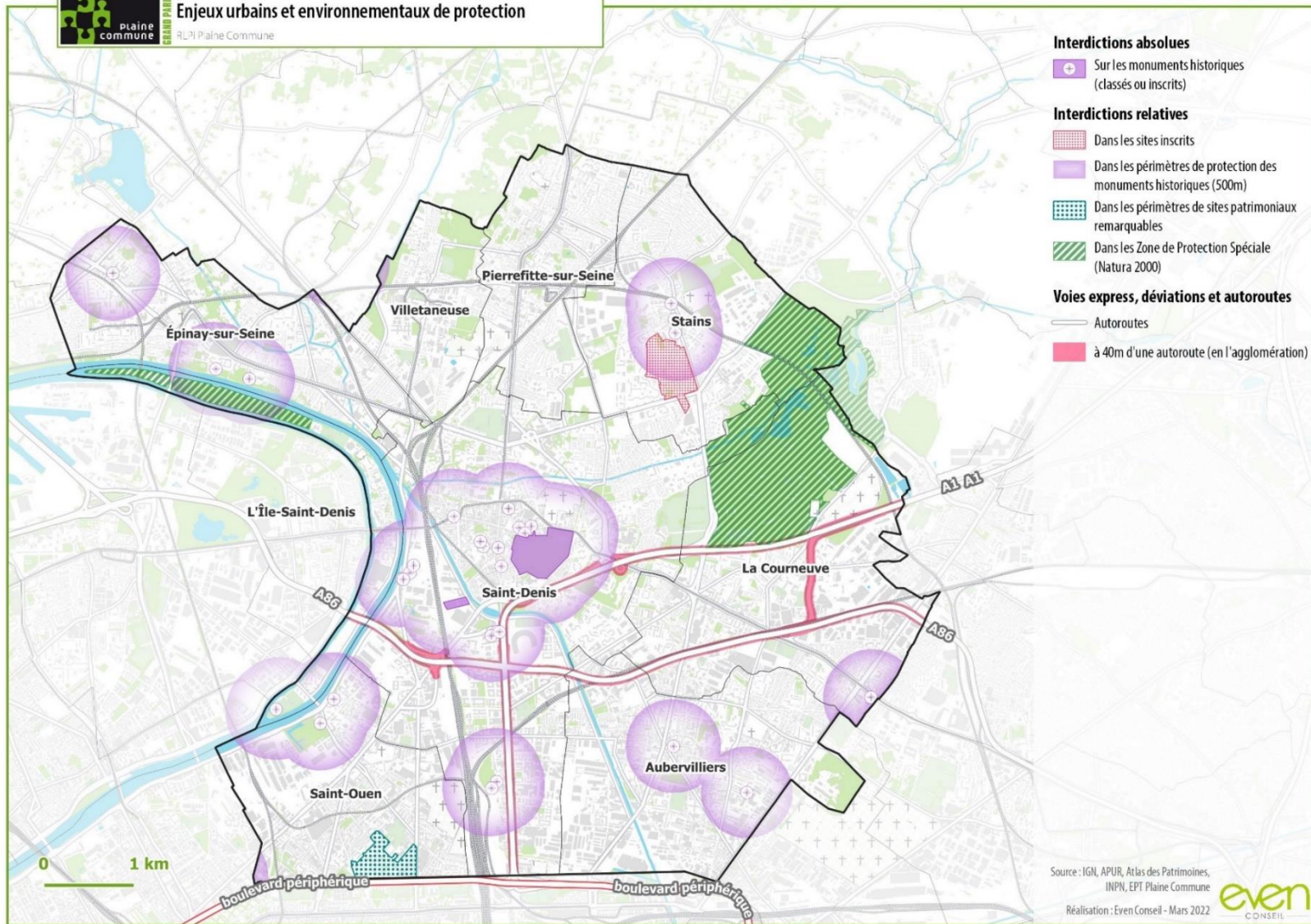
### 2.2.1.4 Les règles dans les EBC et zones agricoles ou naturelles

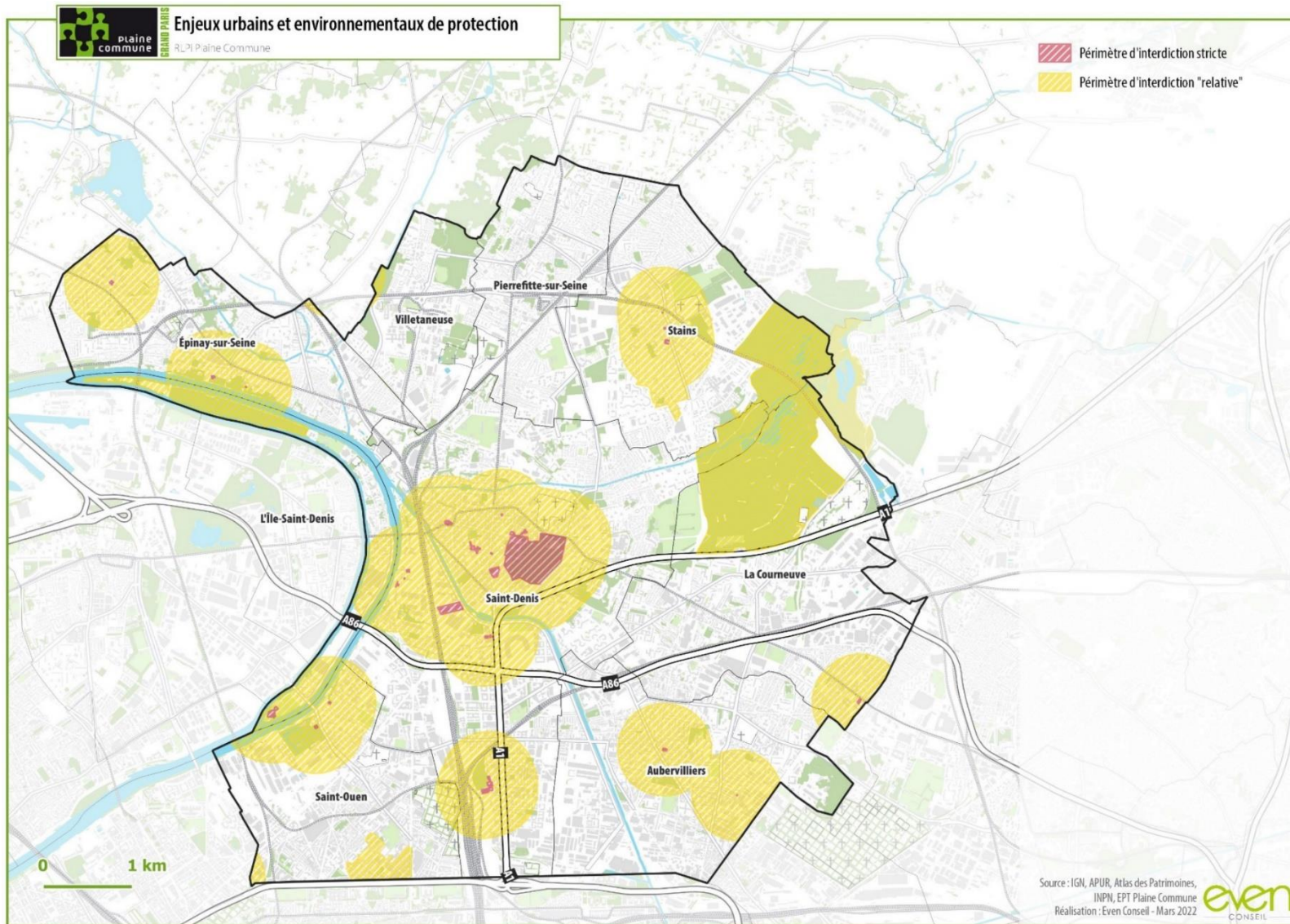
**L'article R.581-30 du Code de l'environnement** prévoit l'interdiction des dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol en agglomération dans les Espaces Boisés Classés (EBC) et dans les zones « à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ». En l'occurrence, les dispositifs publicitaires sont interdits dans les zones naturelles (N) et agricoles (A) du Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) de Plaine commune.



## Enjeux urbains et environnementaux de protection

RL<sup>PL</sup> Plaine Commune





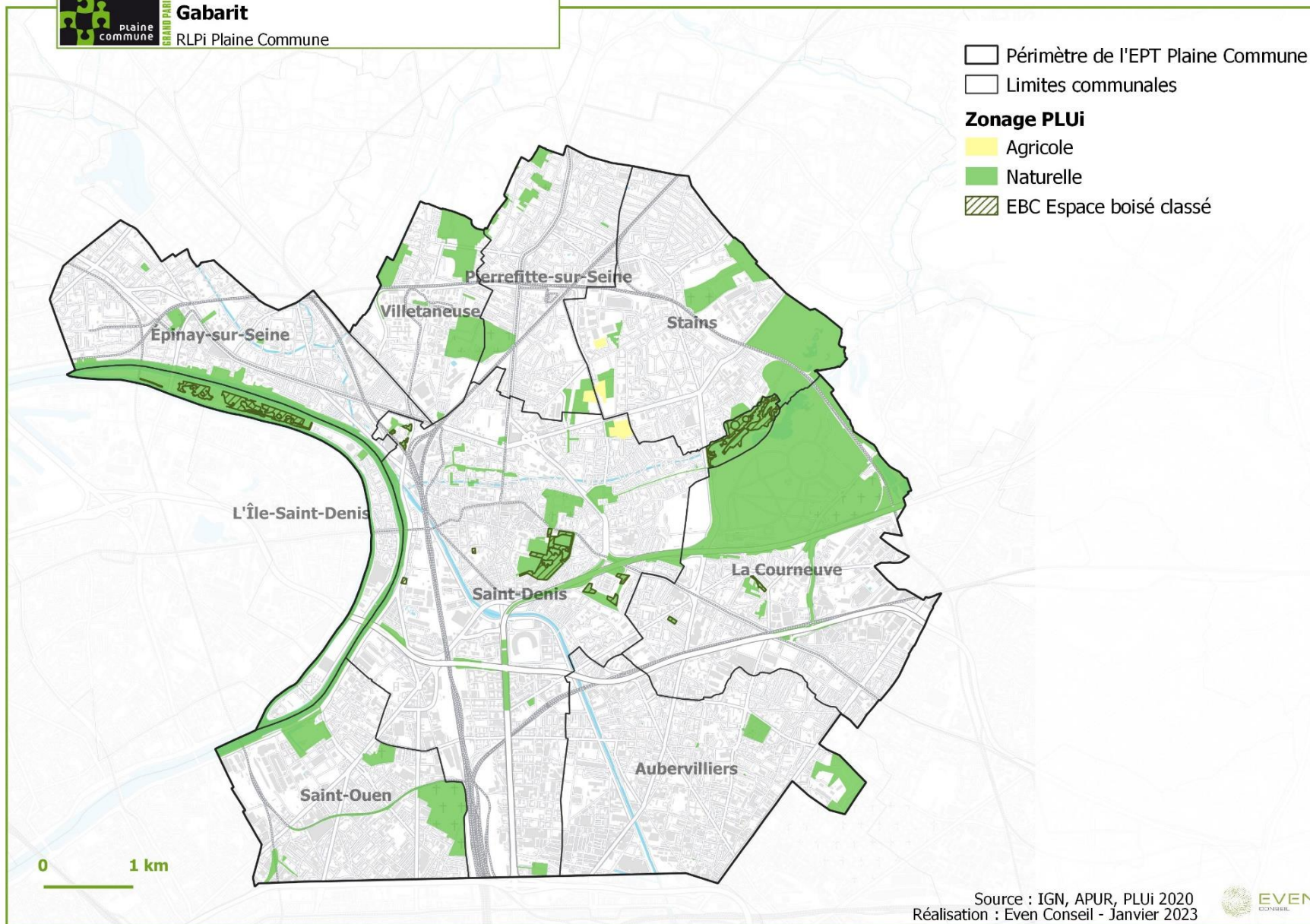


**Gabarit**  
RLPi Plaine Commune

- Périmètre de l'EPT Plaine Commune
- Limites communales

**Zonage PLUi**

- Agricole
- Naturelle
- ▨ EBC Espace boisé classé



Source : IGN, APUR, PLUi 2020  
Réalisation : Even Conseil - Janvier 2023





### 2.2.2 Les principales règles nationales s'appliquant sur le territoire intercommunal (Code de l'environnement)

La RNP définit le seuil démographique de 10 000 habitants, qui détermine les règles applicables sur les différentes zones agglomérées du territoire. Les agglomérations en dessous du seuil doivent suivre une réglementation plus restrictive que les agglomérations comptant plus de 10 000 habitants.

Sur le territoire de Plaine Commune, seule L'Île-Saint-Denis constitue une agglomération de moins de 10 000 habitants. Du fait de l'appartenance de l'ensemble des communes de l'EPT à l'unité urbaine de Paris, les différences de réglementation entre L'Île-Saint-Denis et les autres communes restent minimales. Il en résulte une grande homogénéité de la réglementation nationale sur l'ensemble du territoire intercommunal.

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

### 2.2.3 Les règlements locaux existants sur le territoire

Actuellement, six RLP sont en vigueur sur le territoire de Plaine Commune, dont seul celui d'Epinay-sur-Seine est postérieur à la loi Grenelle II et aux modifications apportées dans la Réglementation Nationale de Publicité.

Aubervilliers	1987
Epinay-sur-Seine	2017
Pierrefitte-sur-Seine	1991
Saint-Denis	1987
Saint-Ouen-sur-Seine	1998
Stains	2003

## 2.3 Etat des lieux de l'affichage publicitaire extérieur sur le territoire

### 2.3.1 Méthodologie de recensement

Un recensement détaillé et précis des publicités et pré-enseignes présentes sur le territoire intercommunal a été réalisé en janvier 2020, photographié et géoréférencé. Le recensement s'est concentré sur les principales voies du territoire, l'inventaire n'est pas exhaustif

Cet inventaire a été complété par un échantillon d'enseignes sur des secteurs stratégiques

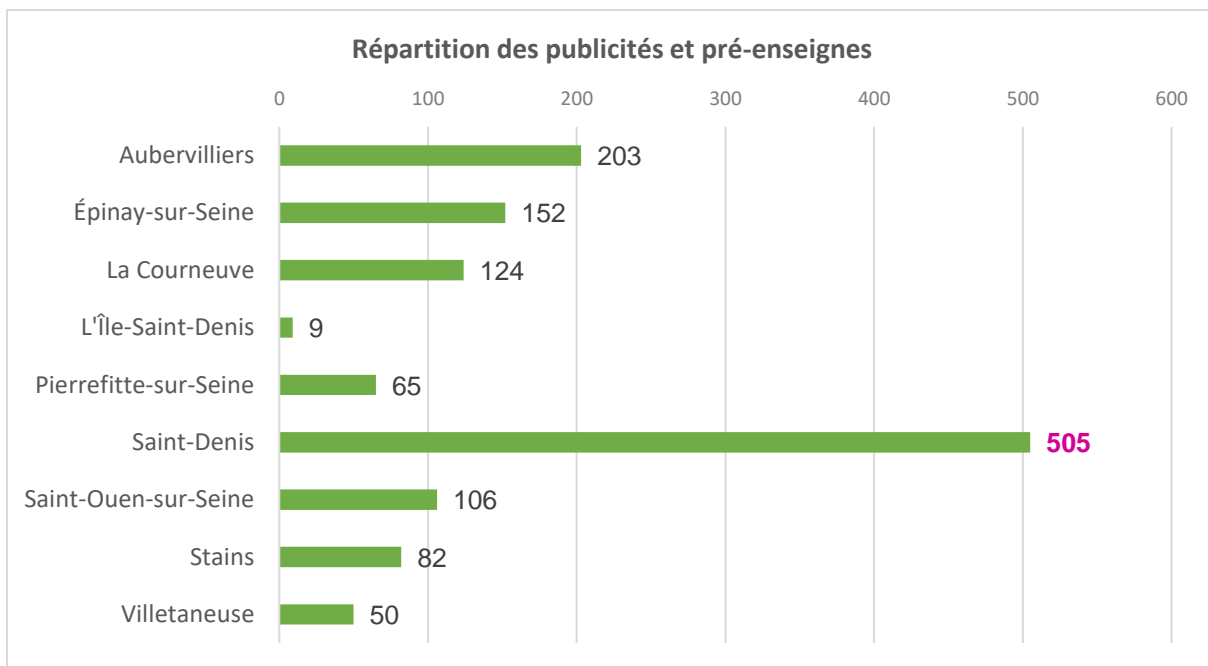
Ce travail de recensement permettant d'avoir des données quantitatives et d'effectuer des analyses statistiques, a été complété par des visites de terrain. L'analyse paysagère et urbaine des dispositifs publicitaires, des pré-enseignes et des enseignes permet de mesurer leur impact sur l'environnement urbain.

### 2.3.2 Synthèse cartographique et statistique – Données générales

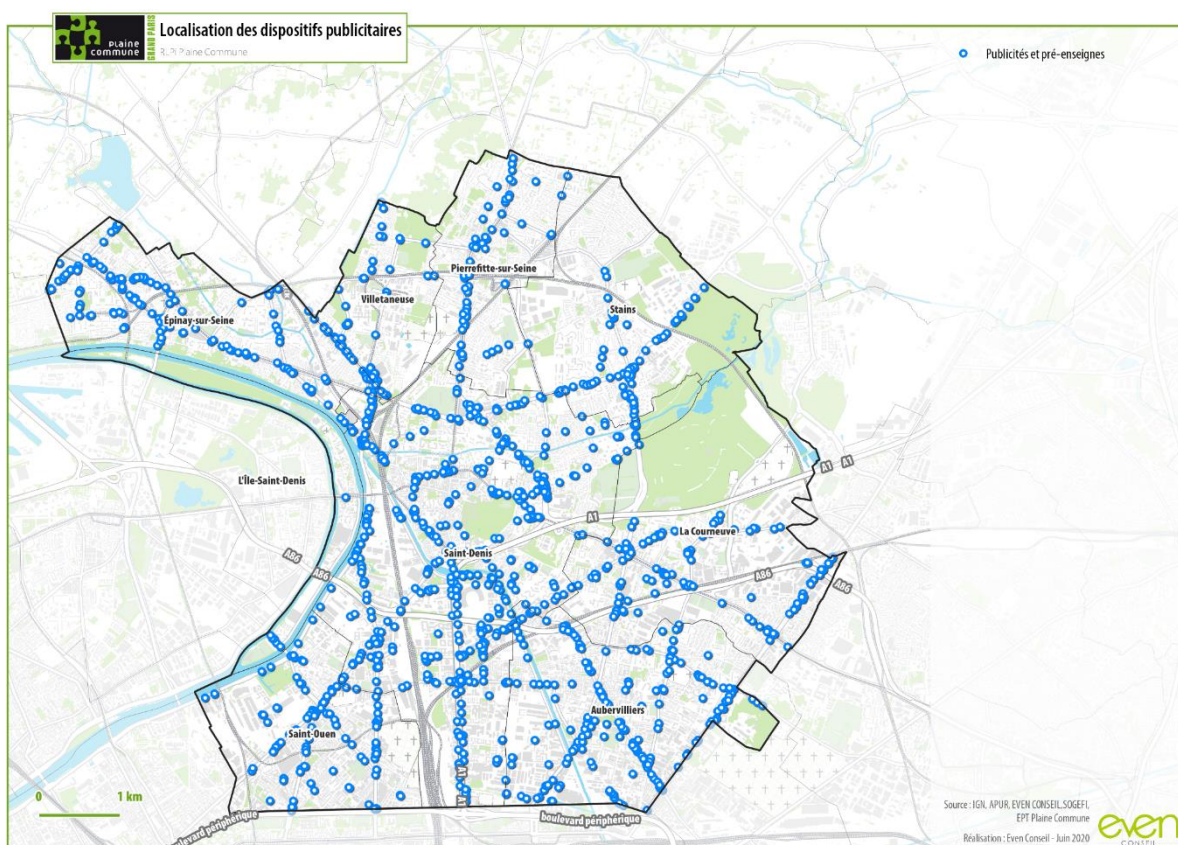
L'objectif de ce recensement est d'identifier dans un premier temps, les dispositifs actuellement non conformes avec la réglementation nationale (Code de l'environnement) afin de définir dans un second temps les enjeux du territoire à partir des dispositifs conformes uniquement. Le recensement servira alors de base pour identifier les critères actuels de conformité sur lesquels l'EPT souhaite mener une réflexion et une politique d'action (encadrement potentiellement plus restrictif des modalités d'implantations de certains dispositifs sur certains secteurs).

### 2.3.3 Publicités et pré-enseignes

Sur l'ensemble du territoire de Plaine Commune, **1 296 publicités et pré-enseignes** ont été recensées et analysées. La commune de Saint-Denis compte le plus grand nombre de dispositifs publicitaires, avec un total de 505 publicités et pré-enseignes.



La carte de la page ci-dessous présente la répartition géographique des dispositifs publicitaires sur le territoire de Plaine Commune.



Ces dispositifs ont un impact visuel plus ou moins important, notamment en fonction de leur taille et de leur implantation.

### 2.3.3.1 Typologies d'implantations

**Les publicités et pré-enseignes du territoire sont principalement installées sur du mobilier urbain** – 932 dispositifs, soit plus de 70% des éléments identifiés. Il s'agit de l'affichage sur les abris voyageurs de transport en commun, sur les kiosques, sur les panneaux double face de petit format ou tout autre panneau implanté sur le domaine public et diffusant, en plus de la publicité, de l'information communale, intercommunale ou départementale.



*Saint-Ouen-sur-Seine*



*Villetaneuse*



*Stains*

La publicité scellée au sol sur le domaine privé occupe une place importante sur le territoire. C'est en effet la deuxième typologie d'implantation en nombre – 280 dispositifs, soit 20% de l'ensemble des dispositifs. Elle reste néanmoins loin derrière la publicité sur mobilier urbain, largement majoritaire.

La publicité murale, c'est-à-dire affichée sur des éléments bâtis existants : mur et clôture, regroupe 84 dispositifs.



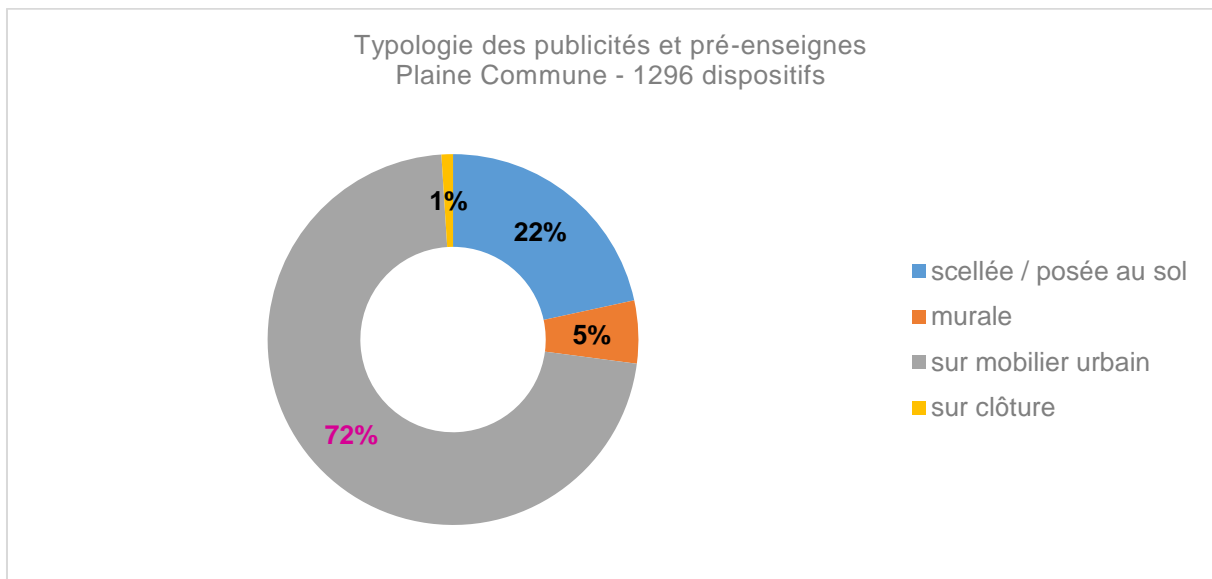
*Aubervilliers*



*Saint-Denis*



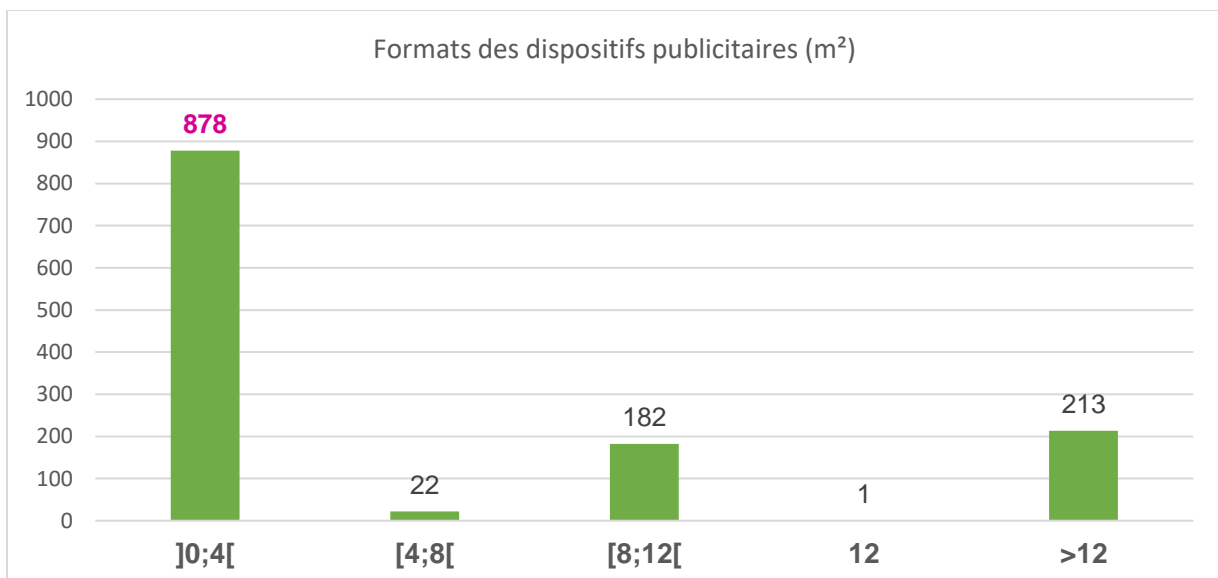
*Pierrefitte-sur-Seine*



➤ Une grande majorité de publicités et pré-enseignes installées sur mobilier urbain

### 2.3.3.2 Formats et densité d'implantation

La réglementation nationale de la publicité fixe une surface maximale pour tous les dispositifs – autres que numériques – à 12m<sup>2</sup>, encadrement inclus.



➤ Des dispositifs principalement de petits formats.



Une grande partie des dispositifs publicitaires présente des formats inférieurs à 4m<sup>2</sup>, ce qui correspond au nombre important de publicités sur abris bus et sucettes.

On peut noter cependant un nombre non négligeable de dispositifs dont la surface est supérieure aux 12m<sup>2</sup> réglementaires (213 dispositifs, soit 16% du parc publicitaire présent sur le territoire). Cette infraction fréquente est liée au renforcement de la réglementation par la loi Grenelle II : auparavant, la surface d'affiche seulement était limitée à 12m<sup>2</sup>. Depuis 2010, l'encadrement doit être inclus dans le seuil de surface maximale de 12m<sup>2</sup>. De nombreux dispositifs comprenant une affiche de 12 m<sup>2</sup> ne sont plus conformes à la réglementation nationale (Code de l'environnement).

Depuis 2015, toutes les publicités et pré-enseignes doivent être conformes à la réglementation nationale de 2010.

Le présente RLPi ne peut pas permettre de formats supérieurs à la limite de 12 m<sup>2</sup> prévus dans la réglementation nationale.

Malgré des implantations majoritairement sur mobilier urbain et de petits formats, l'impact publicitaire sur le territoire est relativement important. Le nombre de dispositifs publicitaires scellés au sol, de grands formats, reste élevé.

Tableau de relation entre format et typologie

	]0;4 m <sup>2</sup> [	[4;8 m <sup>2</sup> [	[8;12 m <sup>2</sup> [	12 m <sup>2</sup>	> 12 m <sup>2</sup>	Total
Affichage sur mobilier urbain	850		76		6	932
Affichage mural	10	10	22	1	28	71
Dispositifs scellé ou posé au sol	12	12	84		172	280
Affichage sur clôture	6				7	13
TOTAL	878	22	182	1	213	1296

↘ **91% des publicités sur mobilier urbain font moins de 4 m<sup>2</sup>.**

↘ **91% des publicités scellées au sol font 8m<sup>2</sup>; dont 62% font plus de 12m<sup>2</sup>.**

Aussi, les publicités sur mobilier de grand format installées sur le domaine public ont un impact visuel non négligeable. En effet, leur installation sur les trottoirs ou les bords de route les place sur le « devant de la scène » alors que les dispositifs scellés au sol sur les parcelles privées sont généralement plus en retrait.

Ainsi, en prenant en compte les deux catégories, plus d'un quart des publicités et pré-enseignes du territoire sont des dispositifs scellés au sol de grand format (supérieur à 8m<sup>2</sup>).

La densité joue également un rôle important sur la pollution visuelle liée à l'affichage publicitaire. La carte de la page suivante indique les secteurs du territoire les plus impactés par la publicité, en combinant densité et formats des dispositifs.

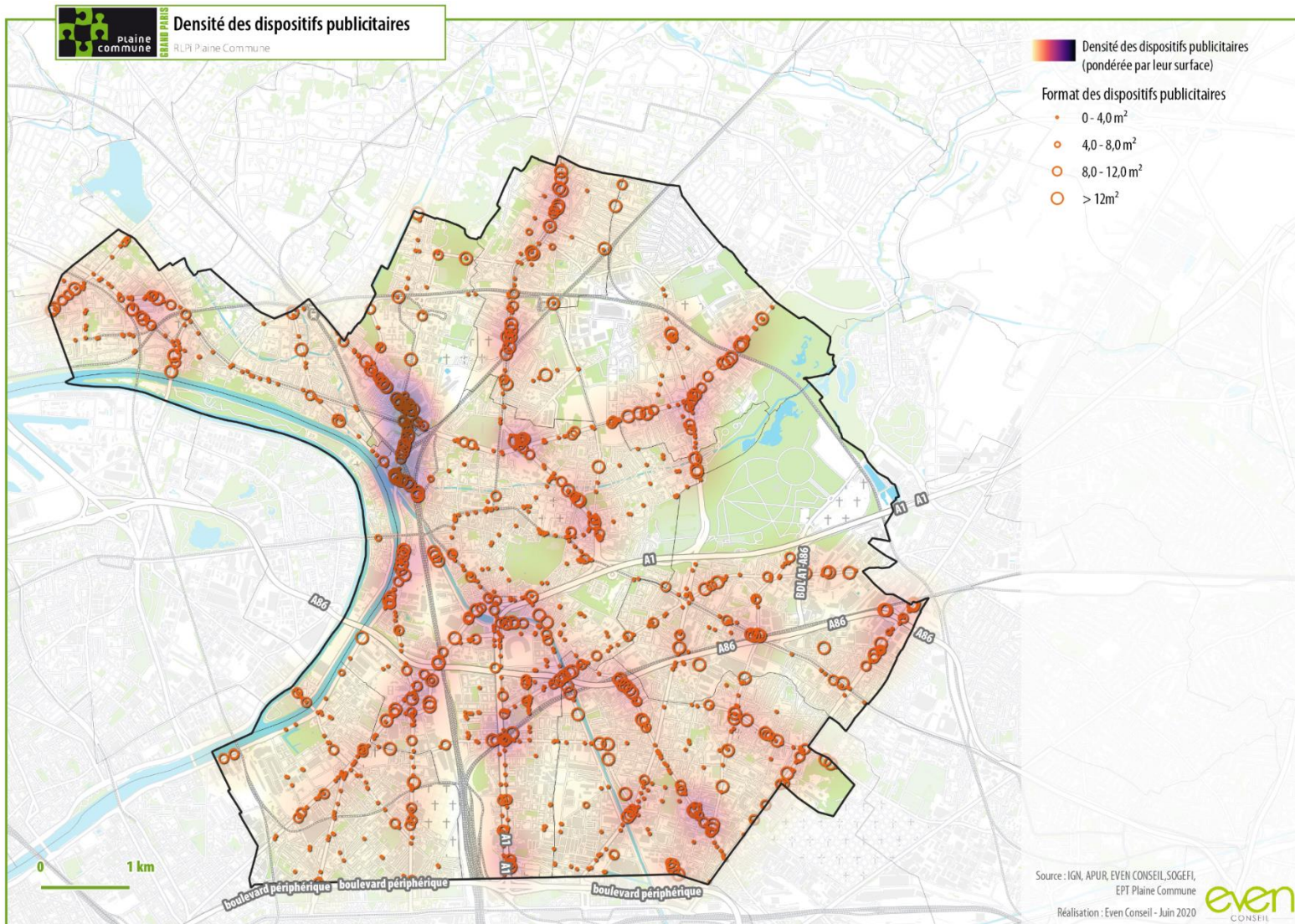


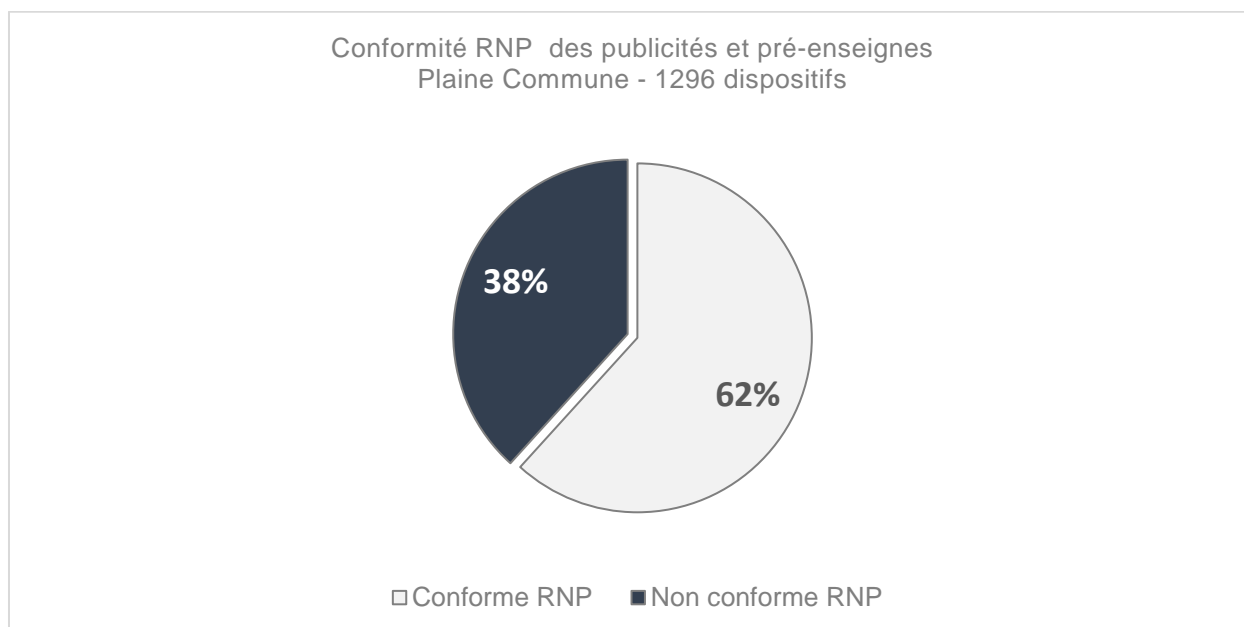


Illustration de la densité publicitaire sur le territoire



### 2.3.3.3 Conformité des publicités et pré-enseignes à la réglementation nationale

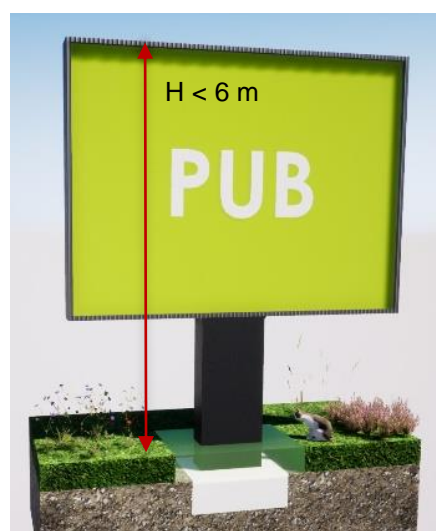
Une première analyse de la conformité des publicités et pré-enseignes du territoire, fondée sur les dispositions strictes de la réglementation nationale (Code de l'environnement), donne un taux de conformité de 62%. Ce taux de conformité relativement faible est notamment du aux périmètres d'interdiction relative, induisant 300 non-conformités sur le territoire de Plaine Commune.



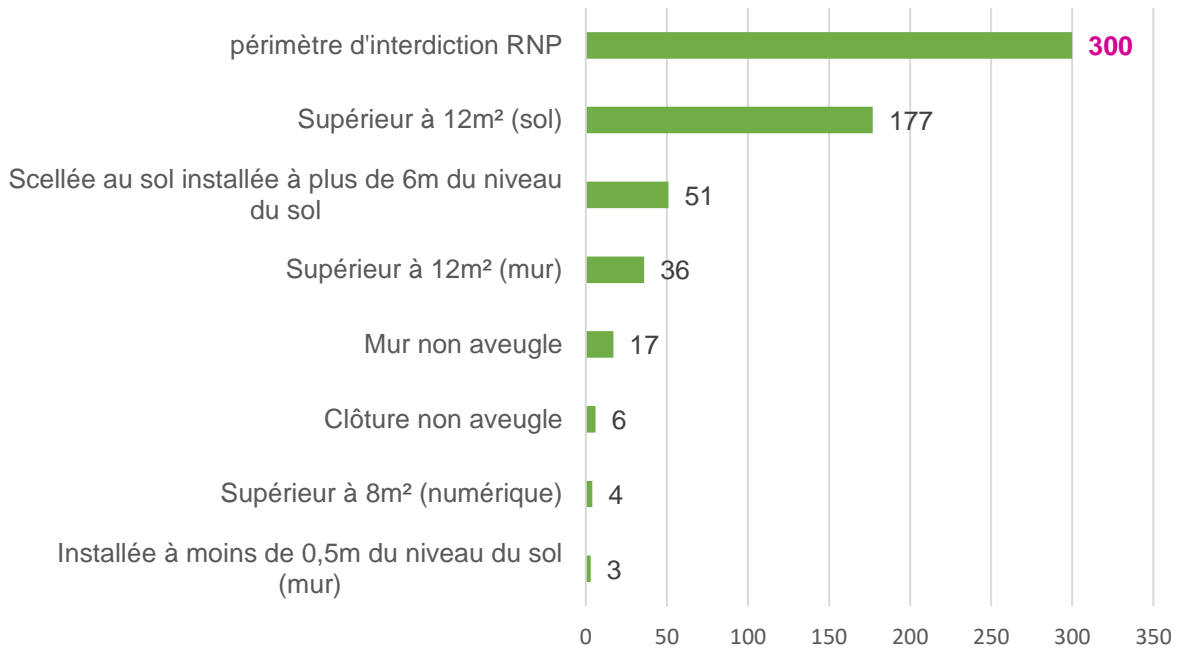
Ce taux de non-conformité 'strict' est cependant à nuancer : les RLP ayant la possibilité de réintroduire la publicité de façon encadrée au sein des périmètres d'interdiction relative, certains des supports aujourd'hui existants dans ces secteurs sont en réalité en conformité puisque réintroduits. Par ailleurs, le RLPi conservera cette logique de réintroduction maîtrisée de la publicité au sein des périmètres d'interdiction relative.

Mise à part les infractions liées aux périmètres d'interdiction définis par la RNP, les non-conformités du territoire sont principalement dues à :

- des formats supérieurs au seuil de 12m<sup>2</sup> fixé par la réglementation nationale (213 dispositifs) – **Art.R.581-32**
- une hauteur d'implantation trop élevée par rapport au niveau du sol (51 dispositifs) – **Art.R.581-32** : la réglementation nationale impose que le panneau scellé au sol soit dans sa totalité implanté à moins de 6 mètres du niveau du sol.
- une installation sur mur ou sur clôture non aveugle (23 dispositifs) – **Art.R.581-22**



## Raisons de non conformité RNP



### Illustrations des principales raisons de non-conformité à la réglementation nationale

Code de l'environnement	Illustration de l'infraction	Description de l'infraction
R.581-32		Publicité scellée au sol d'une surface supérieure à 12m <sup>2</sup> .
		Publicité scellée au sol s'élevant à plus de 6 mètres du niveau du sol.

R.581-22



Publicité murale installée sur un mur non aveugle (présentant des ouvertures supérieures à 0,50m<sup>2</sup>).

R.581-41

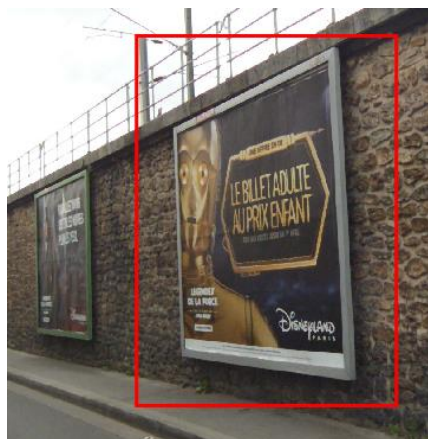


Publicité numérique d'une surface totale supérieure à 8m<sup>2</sup>.

+ La densité des publicités murales est limitée à 2 par mur. **Art.R.581-25**

NB : pour des raisons techniques les critères de densité n'ont pas été pris en compte dans les calculs de conformité.

R.581-27



Publicité murale implantée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol.

### 2.3.4 Affichage publicitaire numérique

L'affichage publicitaire numérique est encore très peu présent sur le territoire intercommunal. Il prend la forme de petit affichage sur mobilier urbain ou bien d'un affichage mural, avec des formats plus importants.



*Affichage numérique sur mobilier urbain et affichage mural – Aubervilliers*

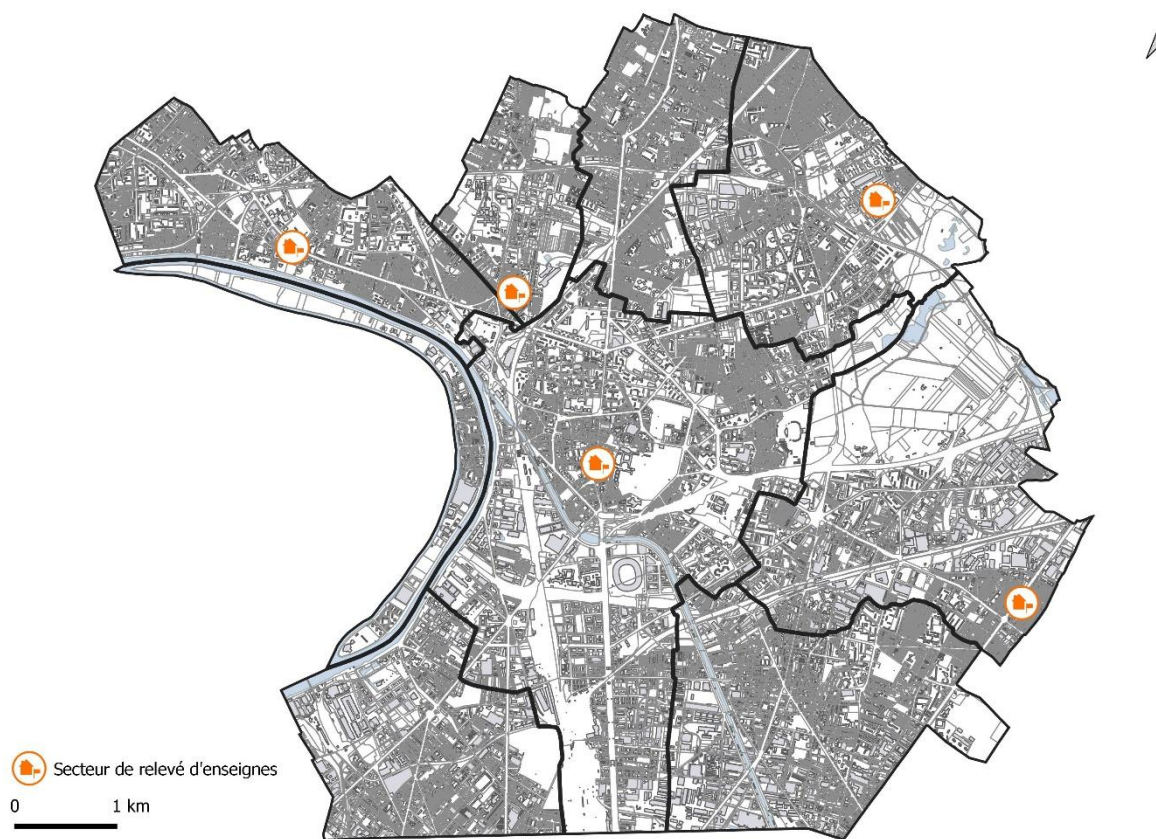
Les dispositifs numériques sont aujourd'hui en plein développement. Il est nécessaire de prendre en compte cette dynamique et de prévoir un encadrement spécifique à l'affichage numérique dans le RLPi. Plaine Commune souhaite faire de ce sujet une priorité au vu de l'impact visuel de ces dispositifs sur le paysage urbain.

Par ailleurs, cette technologie se développe également à l'intérieur des vitrines commerciales. Jusque récemment ces dispositifs sortaient du champ d'action du Code de l'environnement en termes de réglementation de l'affichage publicitaire. La loi climat du 22 août 2021 a introduit la possibilité de réglementer leur extinction nocturne et leur surface via les règlements locaux de publicité. Plaine Commune a saisi cette opportunité d'améliorer à la fois la qualité de traitement des vitrines et devantures commerciales et d'encadrer cette pratique en croissance à l'échelle nationale.

En effet, bien que localisé à l'intérieur des vitrines, les dispositifs lumineux et numériques conservent un impact important sur le paysage de la rue. Par ailleurs, leurs dimensions sont souvent disproportionnées par rapport à la taille de la vitrine. Plaine Commune entend donc limiter leur surface et soumettre ces dispositifs à la règle d'extinction nocturne établie sur son territoire.

### 2.3.5 Enseignes

Les enseignes du territoire n'ont pas fait l'objet d'un relevé aussi précis que les publicités, en raison de leur nombre important. Cependant un échantillonnage sur des endroits stratégiques et représentatifs a été effectué, pour pouvoir extrapoler les données à l'échelle de l'ensemble du territoire intercommunal. Un total de 435 enseignes sur cinq secteurs ont ainsi fait l'objet d'un recensement dans le cadre de l'élaboration du RLPi.



Les secteurs recensés sont :

- la rue commerçante Gabriel Péri dans le centre-ville de Saint-Denis
- l'avenue Jean Moulin à Stains, qui traverse une zone d'activités artisanales et industrielles
- le centre commercial à Villetaneuse
- le tronçon de la RN14 à Epinay-sur-Seine compris entre la rue Lacépède et l'impasse Pierre Lihou, axe commerçant en limite de centre-ville bordant un centre commercial.
- Du tronçon commerçant de la RN2 à La Courneuve entre le rond-point du 8 mai 1945 et la rue Jean Vernet

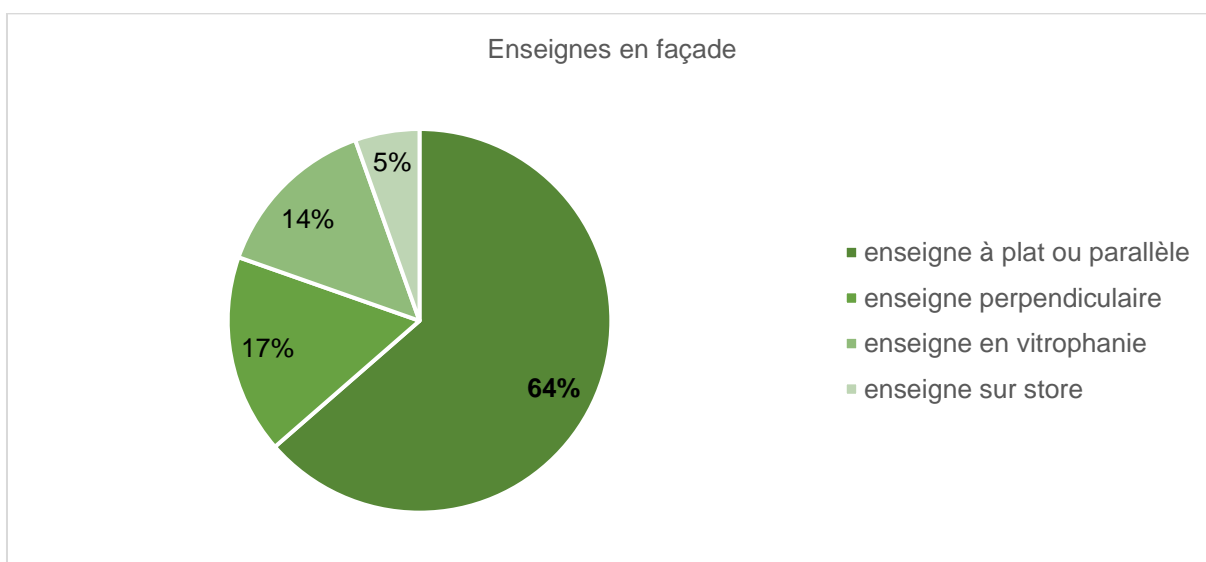
### 2.3.5.1 Typologies d'implantations

Sur cet échantillon, l'analyse des typologies d'enseignes montre que les enseignes en façade sont largement majoritaires : 423 des 435 enseignes recensées sont des enseignes en façade (soit 97% des dispositifs échantillonnés).

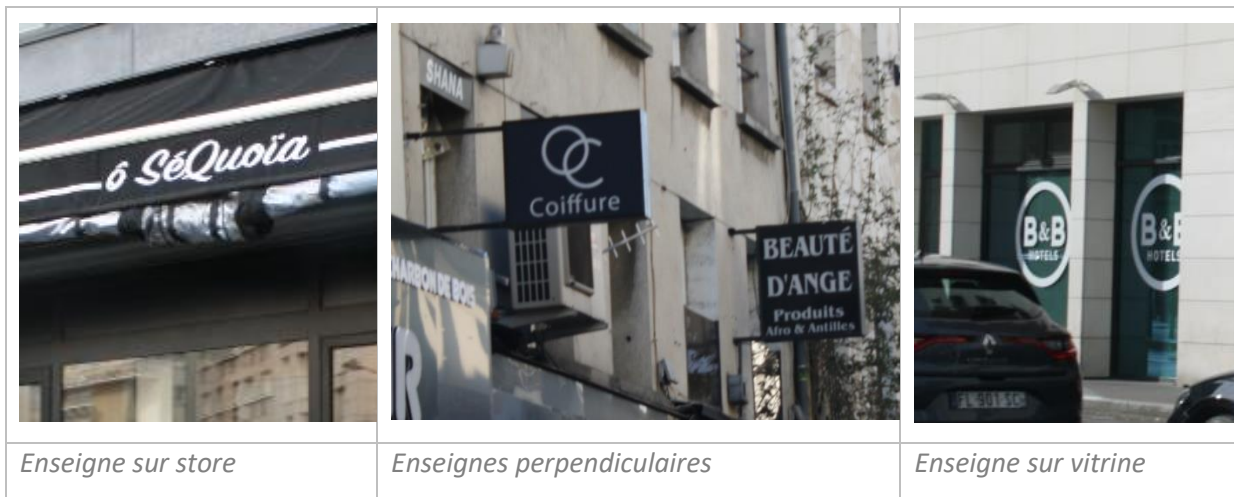
Cette donnée correspond bien au schéma classique des installations d'enseignes : quasiment toutes les activités disposent d'une enseigne en façade. Certaines la complètent parfois par d'autres formes (enseigne au sol, sur clôture, en toiture,...)

Le terme d'enseigne en façade regroupe plusieurs catégories d'enseignes :

- les enseignes installées à plat ou parallèlement à la façade (dont font partie les enseignes en bandeau).
- les enseignes perpendiculaires
- les enseignes sur store
- les enseignes sur vitrine (peinture, autocollant, gravure, vitre dépolie,...)



<p>Enseigne à plat/parallèle (en bandeau)</p>	<p>Enseignes à plat / parallèles</p>	



La deuxième typologie la plus présente est l'enseigne au sol. Ces enseignes sont soit scellées au sol, sous forme de panneaux, totems, drapeaux,... soit directement posées sur le sol pour les plus petits formats (chevalets, oriflammes,...).



La définition d'une enseigne repose sur la localisation du dispositif : tout l'affichage relatif à une activité et installé sur son unité foncière est considéré comme une enseigne. A l'inverse, les dispositifs relatifs à l'activité et installés sur le domaine public sont des pré-enseignes (petit affichage posé au sol).

Sur les secteurs choisis, les enseignes en toiture sont peu représentées. Elles sont cependant en nombre important sur le territoire, notamment aux abords du boulevard périphérique. Il existe deux types d'enseignes en toiture : celles qui sont installées en toiture terrasse et celles qui sont sur des toitures en pente. Dans les deux cas, les enseignes en toiture doivent être réalisées en lettres ou



signes découpés.



*Toiture terrasse*



*Toiture en pente*

Les enseignes en toiture peuvent avoir un impact visuel important. Leur intégration dans l'architecture de l'immeuble est particulièrement importante.

L'installation d'enseigne sur clôture est peu courante, on en retrouve quelques unes cependant sur le territoire. Ces enseignes sont rarement qualitatives : elles prennent la plupart du temps la forme de panneaux installés sur des grilles ou grillages, parfois même sous forme de bâche. Leur densité importante nuit encore davantage à l'aspect extérieur de l'activité.

Pour autant, c'est l'enseigne en clôture peut être nécessaire lorsqu'il est impossible de se signaler autrement.. Le RLPi a donc un rôle à jouer pour améliorer l'intégration paysagère de ces dispositifs dans leur environnement urbain.



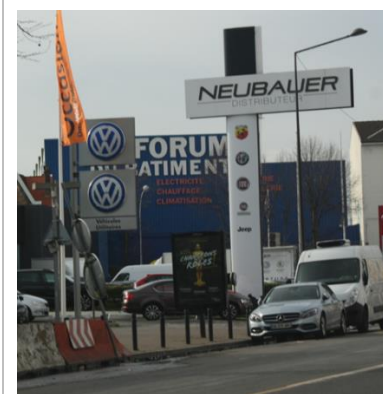
*Enseignes sur clôture – Epinay-sur-Seine*

### **2.3.5.2 Conformité des publicités et pré-enseignes à la réglementation nationale**

Les principales infractions au Code de l'environnement ont pu être identifiées, par analyse de photographies.

Illustrations des principales infractions au Code de l'environnement

R.581-64



Lorsque les enseignes scellées au sol font plus d'un mètre carré, elles sont limitées à un seul dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée.

R.581-65



La surface maximale des enseignes scellées au sol est de 12 mètres carrés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Les enseignes scellées au sol de plus d'un mètre de large ne peuvent dépasser 6,50 mètres de haut.

R .581-62

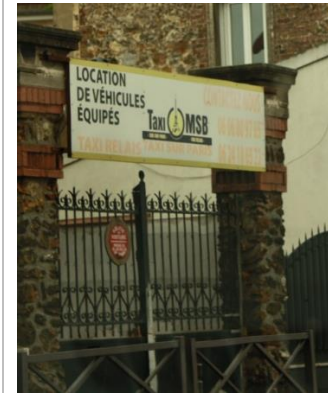


Les enseignes en toiture doivent être réalisées en lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut. La hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres et le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.

R.581-36



Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade. La surface cumulée des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.



R.581-60

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur.



Les enseignes ne peuvent pas dépasser les limites de l'égout du toit.

## 2.4 Les enjeux

L'état des lieux a pour objectif de définir quels sont les enjeux du territoire relatifs à l'affichage publicitaire. La combinaison des informations recueillies permet de distinguer différents secteurs, soumis à des pressions d'affichage plus ou moins importantes. Chacun de ces secteurs correspond à des enjeux spécifiques auquel le RLPi doit répondre.

### 2.4.1 Un traitement qualitatif à rechercher pour les abords des principaux axes traversant le territoire, qui en font une vitrine privilégiée.

Les grands axes qui traversent le territoire donnent à voir des paysages variés (commercial, résidentiel, naturel,...) auxquels les règles du RLPi doivent être adaptées.

Les grands axes de circulation et les voies de transport en commun sont des secteurs stratégiques pour les afficheurs : l'important flux de personnes leur garantit une visibilité maximale. C'est donc les secteurs qui concentrent le plus de dispositifs. D'autre part la vitesse de déplacement le long de ces axes engendre des formats imposants, afin de garantir la lecture du message depuis une voiture ou un train.

Paradoxalement cette recherche d'une visibilité toujours accrue fini par nuire aux activités présentes sur le territoire, la multiplication des informations conduit à une surdensité qui brouille le message ou fait perdre en qualité visuelle donc en attractivité.



*La concurrence entre enseignes et publicités le long des axes structurants – ici une pré-enseigne masque en partie l'enseigne de l'activité installée derrière.*

La forte pression publicitaire subie par ces secteurs a également un autre revers : celui de la **pollution visuelle** des traversantes du territoire, alors que ce sont aussi des secteurs stratégiques en termes d'attractivité pour la commune. En effet, c'est par ces axes que se fait la découverte des villes, ils sont donc vecteurs de leur identité.

Le RLPi a pour but d'établir un équilibre entre expression des acteurs économiques locaux et préservation du cadre de vie aux abords de ces voies structurantes, tout en laissant une place à l'affichage publicitaire, pour lequel ces axes constituent des enjeux importants.

Au sud du territoire, la proximité du boulevard périphérique parisien exacerbe les modes d'affichage extérieur.



*Affichages de grand format aux abords du boulevard périphérique parisien*

Le long de ces axes traversants, certains secteurs présentent des sensibilités paysagères particulières, c'est notamment le cas des entrées de ville, qui constituent la première image visuelle des communes. Une attention particulière doit être portée sur ces secteurs, avec potentiellement renforcement de la réglementation en cas de besoin. Certains axes structurants traversent également des espaces de centre-ville ou des secteurs patrimoniaux, il conviendra donc d'appliquer une réglementation adaptée aux enjeux, qui peuvent varier le long d'un même axe.

La thématique des axes recoupe également les enjeux liés aux transports en commun et notamment le transport ferroviaire. Les gares et leurs abords sont des espaces à forte fréquentation, potentiellement soumis à une pression publicitaire importante. Par ailleurs ces espaces constituent des points d'accès au territoire et forment ainsi en quelque sorte des secteurs « d'entrée de ville ».

Il convient néanmoins de tenir compte des enjeux économiques liés à la fréquentation des gares et ajuster la réglementation aux usages au niveau de ces secteurs particuliers.

L'arrivée de nouveaux transport en commun sur le territoire (notamment Grand Paris Express) est à anticiper afin de prendre en compte les différents enjeux de l'affichage publicitaire aux abords des gares.

## ENJEUX

- ✓ Qualité paysagère des séquences de traversées du territoire
- ✓ Visibilité des acteurs économiques locaux



↘ L'affichage publicitaire le long des axes structurants du territoire – une

**multiplication d'informations qui nuit à leur qualité visuelle.**

## 2.4.2 Un dynamisme économique à accompagner et valoriser en fonction des contextes urbains

Cette thématique centrale du RLPi concerne plusieurs secteurs avec des enjeux différents. Ces secteurs concentrent la plupart des activités du territoire et des enseignes. Parmi ces secteurs à enjeux, on retrouve :

### Les centres-villes



Les secteurs de centre-ville se caractérisent par une importante densité de commerces et de services de proximité, dans des quartiers plus ou moins anciens, souvent patrimoniaux. Ce sont des espaces de vie et d'échanges où la qualité du cadre de vie est primordiale. Ces cœurs de ville portent un fort enjeu d'attractivité, à la fois pour la commune et pour les entreprises qui y sont installées. Le RLPi s'attache à concilier l'enjeu patrimonial lorsqu'il existe et le besoin de communication des acteurs économiques locaux. Les règles d'enseignes devront garantir leur intégration dans l'environnement bâti, assurant ainsi un paysage urbain qualitatif. Ces règles doivent aussi permettre de s'adapter aux différents contextes architecturaux des centres-villes du territoire.

La place de la publicité doit y être questionnée, ainsi que sa forme. Les centres-villes sont des espaces où l'on se déplace à pied, à vélo ou en voiture à faible vitesse : les petits formats y sont généralement favorisés.



*Cité Jardin – Stains*



*Centre-ville Pierrefitte*





### Les pôles de proximité

Les pôles de proximité portent les mêmes enjeux que les centres-villes dans un contexte différent : ils ne regroupent que quelques commerces, dans des quartiers à dominante résidentielle.



*La Courneuve*

### Les axes commerçants

Les axes commerçants sont des secteurs le long desquels on retrouve des commerces de façon plus ou moins diffuse. Ils correspondent fréquemment à des axes structurants qui donnent à voir le territoire. Le traitement des enseignes et des devantures y est, presque par définition, très hétérogène du fait des différentes séquences urbaines traversées, impliquant une diversité architecturale. Les activités ont un besoin accru de visibilité le long de ces axes, car ceux-ci sont dédiés à la voiture et circulés à vitesse importante.



*Aubervilliers*

## ENJEUX

- ✓ Protection du cadre de vie
- ✓ Valorisation du commerce de proximité
- ✓ Préservation des secteurs patrimoniaux

## Les zones d'activités

Les zones d'activités se répartissent en deux grandes catégories : les zones d'activités commerciales – qui sont essentiellement des espaces de vente et les zones d'activités artisanales, industrielle et logistiques, qui abritent les différents processus de la fabrication des produits.. Le marché des grossistes sur la commune d'Aubervilliers constitue encore une autre forme de zone d'activité sur le territoire. Du fait de son contexte urbain et architectural particulier, ce marché est un cas à part, traité spécifiquement par le RLPi.

Toutes les activités installées en zones d'activité n'ont pas forcément les mêmes besoins d'affichage et de visibilité ; ainsi les zones commerciales présentent généralement une plus forte densité et variété d'enseignes, tandis que les autres zones sont généralement plus sobres.



*L'Île-Saint-Denis*



*Saint-Denis*

Au sein des zones d'activités commerciales, le cumul d'informations dû à la surenchère des dispositifs d'affichage nuit au paysage commercial du secteur et à la lisibilité de l'appareil commercial.

Le RLPi aura pour objet d'organiser l'affichage au sein de ces zones, afin d'aboutir à une harmonisation de traitement à l'échelle de chaque zone d'activité, éventuellement déclinée en fonction de la nature des secteurs d'activités.

## ENJEUX

- ✓ Qualité paysagère et lisibilité des zones d'activités économiques
- ✓ Visibilité des acteurs économiques locaux
- ✓ Homogénéisation du traitement des zones d'activité du territoire

### 2.4.3 Les grands équipements sportifs



*Le Stade de France - source : Google Street View 2022*

Le Stade de France constitue un élément structurel majeur pour le territoire de Plaine Commune, aussi bien en termes de paysage que d'économie. Il bénéficie de dérogation dans le Code de l'Environnement (au titre des équipements sportifs et culturels), lui permettant un affichage plus conséquent que les autres activités du territoire.

Inauguré en 1909, le stade Bauer, situé à Saint-Ouen-sur-Seine, fait l'objet d'un projet de rénovation pour répondre aux exigences du monde sportif professionnel. Livré en 2024, le nouveau stade Bauer pourra accueillir 10 000 personnes.

La commune de Saint-Denis accueillera le futur Centre aquatique olympique (CAO) destiné aux Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Quant à l'affichage spécifique aux jeux olympiques, il fait l'objet d'une réglementation particulière : la publicité installée dans le cadre des jeux olympique est en effet régie par la loi Olympique, sur laquelle le RLPi n'interférera pas.

#### ENJEUX

- ✓ Grands équipements sportifs existants et projetés à prendre en compte dans le règlement du RLPi

## 2.4.4 Des sensibilités paysagères et patrimoniales à préserver

Bien que densément urbanisé, le territoire compte d'importants espaces de nature que le RLPi doit protéger de la pollution visuelle potentiellement engendrée par les dispositifs d'affichage extérieur.

Parmi ces espaces, les plus exposés à l'affichage publicitaire sont les bords de Seine et du canal Saint-Denis, car longés d'axes de circulation ouverts sur le reste de la ville.



Les parcs et jardins sont généralement plus épargnés par la publicité. Le RLPi peut garantir leur préservation en appliquant un zonage protecteur sur ces secteurs, comme sur l'ensemble des espaces de nature.

De même, les points de vue remarquables et les perspectives d'intérêt offerts par le relief du territoire et repérés au PLUi doivent être protégés par le RLPi.

Par ailleurs, les éléments et ensembles bâtis patrimoniaux repérés dans PLUi méritent une attention particulière, afin de les préserver d'un affichage qui viendrait dégrader leur qualité architecturale, urbaine et patrimoniale. Le RLPi contribue donc à la préservation de ce patrimoine.

### ENJEUX

- ✓ Préservation des espaces de nature
- ✓ Préservation des perspectives et des points de vue
- ✓ Préservation des secteurs patrimoniaux et des éléments du patrimoine repérés au PLUi

## 2.4.5 Un paysage du quotidien à protéger des pollutions visuelles

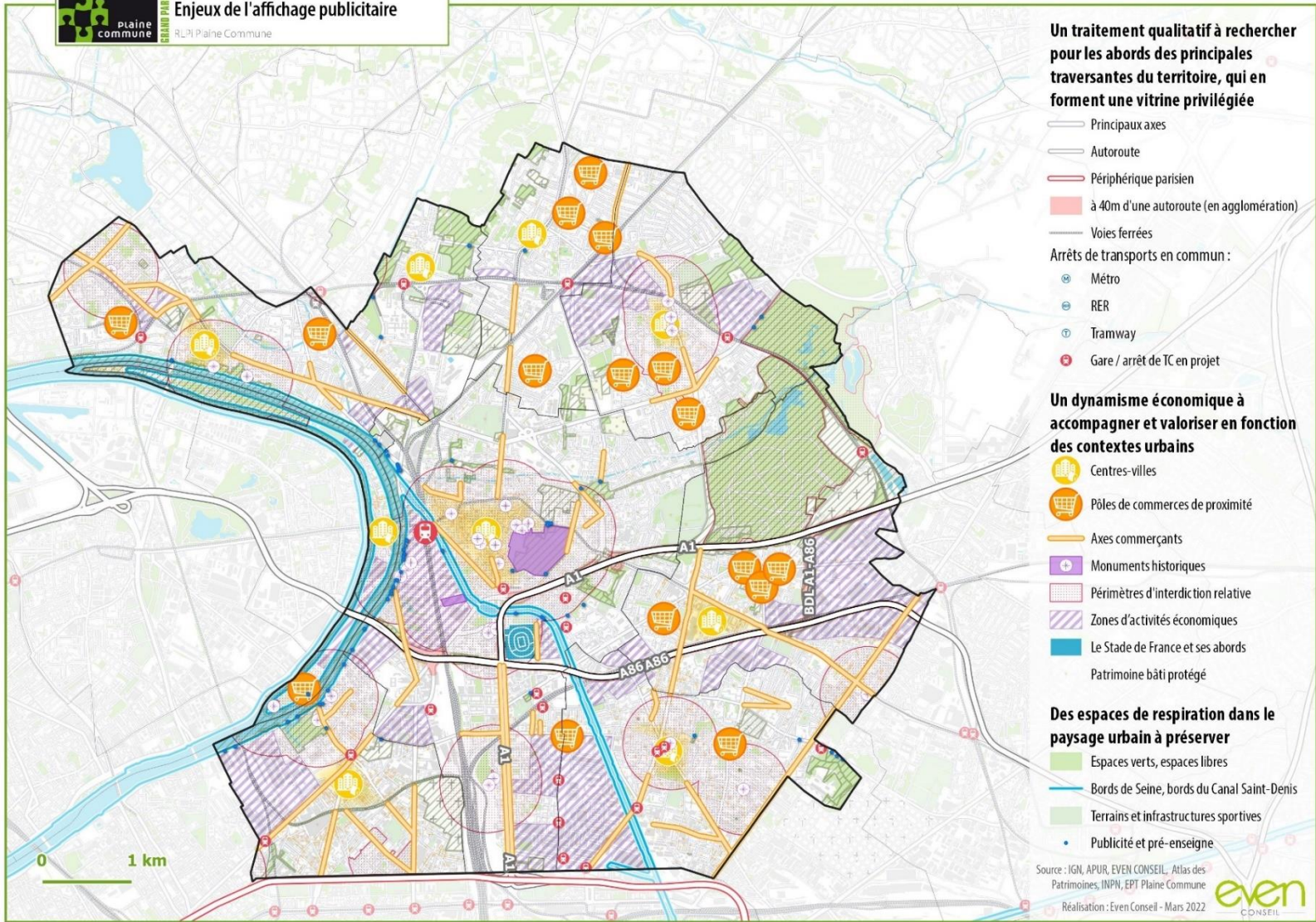
Les quartiers à dominante résidentielle présentent des enjeux moindres en termes d'attractivité économique et donc en besoin d'affichage. Il s'agit avant tout de préserver le cadre de vie. Si les dispositifs publicitaires y sont moins nombreux, leur impact visuel en est considérable car ils s'insèrent mal dans ce paysage urbain.



Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ont une empreinte sur le territoire intercommunal : ils entraînent des modifications urbaines importantes, qui ont potentiellement pour conséquence des changements de sensibilité paysagère ou la création de nouveaux besoins d'affichage. Cette évolution du territoire est à prendre en compte dans l'élaboration du RLPi, tout comme de façon plus générale, les mutations urbaines anticipables à ce jour.

### ENJEUX

- ✓ Protection du cadre de vie et du paysage urbain
- ✓ Anticiper les évolutions urbaines
- ✓ Lutte contre la pollution visuelle
- ✓ Extinction nocturne des dispositifs lumineux







# **RLPI** RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

## **3 ORIENTATIONS ET OBJECTIFS**

### 3.1 Axe I – Encourager le renouvellement des enseignes pour viser une plus grande harmonie

- **Définir un cadre réglementaire simple et lisible** permettant aux enseignes de centre-ville mais également des zones commerciales de gagner en qualité
  - *Définir des règles de format et d'implantation permettant aux enseignes de gagner en lisibilité globale le long des linéaires commerçants*
  - *Adapter les règles de format et d'implantation aux spécificités de chaque secteur d'activité en cohérence avec les différentes formes bâties*
  
- **Encourager la recherche de qualité dans le traitement des enseignes**
  - *Prévoir une réglementation qui valorise les devantures commerciales et les architectures*
  - *Accompagner les acteurs économiques dans la réalisation de leur projet d enseigne*



Saint-Ouen-sur-Seine



Aubervilliers



Epinay-sur-Seine

## Axe II – Améliorer la qualité de l’affichage aux abords des espaces patrimoniaux et de nature

- ✚ **Protéger les abords des espaces patrimoniaux** en limitant la publicité à de petits formats, en encadrant enseignes et en limitant les dispositifs numériques
  - *Limiter la publicité à de petits formats dans les centres-villes historiques, et les secteurs patrimoniaux*
  - *Favoriser des enseignes de qualité aux abords des monuments historiques et des sites patrimoniaux*
  - *Limiter les dispositifs numériques en nombre et en format dans les secteurs patrimoniaux*
  
- ✚ **Préserver les quais de Seine et du canal Saint-Denis** en encadrant la publicité, en définissant des formats d’enseignes et en interdisant le numérique
  - *Protéger les quais en limitant les formats de publicité*
  - *Interdire les dispositifs numériques le long des quais de Seine et du canal Saint Denis*
  - *Encourager des enseignes plus qualitatives le long de la Seine et du canal*
  - *Limiter la pollution lumineuse aux abords de la Seine et du canal*
  
- ✚ **Valoriser les abords des grands parcs tels que le parc Georges-Valbon ou la Butte Pinson** en limitant l’affichage publicitaire et en agissant sur leur luminosité
  - *Limiter les formats de l’affichage publicitaire aux abords des parcs, voire en interdisant totalement la publicité dans les secteurs les plus préservés (notamment sur L’île-Saint Denis)*
  - *Préserver le cadre paysager des secteurs pavillonnaires patrimoniaux et des futurs secteurs d’urbanisation*
  - *Prévoir une plage d’extinction nocturne des dispositifs lumineux et interdire les dispositifs numériques*



Stains



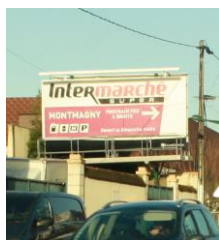
Epinay-sur-Seine



L’île-Saint-Denis

### 3.2 Axe III – Définir un cadre à l’affichage publicitaire dans les secteurs à haute visibilité

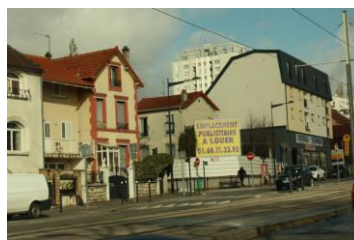
- ✦ **Améliorer la qualité des supports publicitaires** par la définition de règles techniques liées à l’encadrement, aux accessoires de pose ou encore aux systèmes d’éclairage
  - Favoriser des dispositifs publicitaires durables et qualitatifs
  - Encourager la mise en place de systèmes d’éclairages intégrés aux dispositifs publicitaires
  - Interdire le maintien des accessoires de pose hors des périodes de maintenance des dispositifs publicitaires
  
- ✦ **Prendre en compte la forte fréquentation du boulevard périphérique et des autoroutes A1 et A86** pour définir une réglementation adaptée aux enjeux de visibilité
  - Veiller à proposer une réglementation adaptée aux immeubles de bureaux implantés le long de ces axes à fort trafic
  - Veiller à encadrer la publicité murale et en toiture aux abords de ces axes
  
- ✦ **Préserver les secteurs résidentiels proches des axes fortement circulés par un encadrement de la luminosité des dispositifs**
  - Prévoir l’extinction nocturne des publicités lumineuses afin de préserver le cadre de vie et de lutter contre la pollution visuelle
  - Interdire les dispositifs numériques dans les secteurs résidentiels, y compris à proximité des axes fortement circulés.
  
- ✦ **Améliorer la lisibilité du paysage commercial**
  - Limiter la densité des dispositifs publicitaires afin d’améliorer la visibilité des commerces



Villetaneuse



Saint-Ouen-sur-Seine



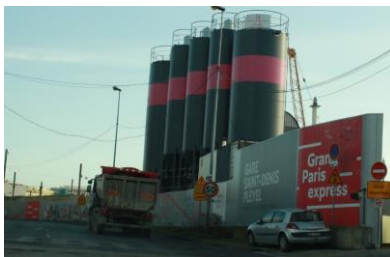
Pierrefitte-sur-Seine



Pierrefitte-sur-Seine

### 3.3 Axe IV – Accompagner les évolutions urbaines et les grands projets de territoire

- ✚ **Anticiper les besoins d'affichage temporaire liés aux chantiers d'envergure, notamment liés aux grands projets du territoire et au réseau du Grand Paris Express**
  - *Veiller à ce que la publicité de chantier soit en cohérence avec les enjeux des différents secteurs urbains*
- ✚ **Anticiper la mutation de certains quartiers, tels que le quartier des Tartres ou le projet Babcock, par la définition de règles adaptées aux les futurs besoins**
  - *Définir des règles d'enseignes qualitatives en cohérence avec la qualité urbaine recherchée et les besoins d'affichage*
  - *Limiter la publicité à de petits formats*
- ✚ **Anticiper les besoins générés par les nouveaux réseaux de transports (futurs lignes 15, 16 et 17, prolongement des métros 12 et 14, prolongement du tramway T8)**
  - *Adapter la plage d'extinction nocturne aux horaires d'usages des espaces de gare*
  - *Permettre l'installation de dispositifs numériques autour de certaines gares du territoire*



*Chantier du Grand Paris Express – Saint-Denis*



*Communication de chantier*



*Perspective du village Olympique – Ile Saint-Denis*

### 3.4 Les orientations transversales

En complément de ces orientations et objectifs adaptés aux différents secteurs du territoire, répondant aux enjeux identifiés, des orientations transversales sont définies. Elles concernent plusieurs sujets et plusieurs secteurs. Ces orientations visent à :

- ✚ **Une meilleure maîtrise de l'impact paysager de la publicité et des enseignes** par la réglementation des formats et de la densité des dispositifs
  
- ✚ **L'encadrement des dispositifs publicitaires et des enseignes numériques**, sources de consommation énergétique, de pollution lumineuse et de dangerosité pour la circulation
  
- ✚ **L'extinction nocturne des publicités et enseignes** pour faire des économies d'énergie et lutter contre la pollution lumineuse

Au-delà des impacts paysagers majeurs de ces dispositifs lumineux et numériques qui justifient ces objectifs, Plaine Commune souhaite s'engager en faveur de la biodiversité et de la santé publique en encadrant l'affichage lumineux et numérique. L'éclairage nocturne a en effet des effets néfastes sur les espèces animales et végétales, du fait des perturbations de cycles, mais aussi des contraintes créés pour le déplacement des espèces nocturnes, ce qui peut avoir des conséquences sur les fonctions d'alimentation et de reproduction. Tout comme les animaux et les végétaux, l'homme subit les impacts d'un éclairage nocturne trop intense, notamment par perturbation des cycles de sommeil.

# **RLPI** RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

## **4 JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS**

## 4.1 Justification des choix retenus en matière de zonage

### 4.1.1 La délimitation des zones de publicité

L'état des lieux du territoire et la mise en évidence des enjeux dans le cadre du diagnostic ont permis de faire émerger plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux spécifiques. Ces zones répondent à des enjeux paysagers distincts et hiérarchisés en fonction de l'impact de l'affichage extérieur sur l'environnement urbain.

Ces secteurs font l'objet de zones de publicité, pour lesquelles des règles spécifiques ont été définies afin de répondre aux enjeux identifiés localement. Le plan de zonage du RLPI s'appuie en partie sur celui du PLUi. En effet, celui-ci est représentatif des différents tissus urbains, des modes d'occupation des sols, et donc des ambiances urbaines et paysagères spécifiques. Il apporte également des informations sur la dynamique territoriale et les projets de la collectivité à prendre en compte dans le RLPI, afin d'appliquer une réglementation adaptée aux futurs usages des secteurs en cours d'urbanisation.

Par ailleurs, les éléments patrimoniaux repérés au PLUi font l'objet d'une interdiction de toute publicité et d'un encadrement strict des enseignes.

Quatre zones de publicité sont instituées sur le territoire de l'EPT Plaine Commune. Certaines de ces zones de publicité sont divisées en sous-zones afin d'ajuster la réglementation aux variations de contexte qui peuvent exister au sein d'une même zone de publicité.

Zone de publicité	Sous-zonage	Définition
<b>ZP0</b>	ZP0	Secteurs naturels
<b>ZP1</b>	ZP1a	Centres-villes historiques, secteurs pavillonnaires patrimoniaux ou présentant un tissu urbain dense et homogène, certains grands équipements repères du territoire, secteurs de développement présentant un intérêt architectural, urbain et paysager
	ZP1b	Polarités secondaires, secteurs résidentiels, secteurs mixtes
<b>ZP2</b>	ZP2a	Axes structurants
	ZP2b	Abords du boulevard périphérique et des autoroutes
	ZP2c	Axes structurants en entrées de ville et traversées de centres-villes
<b>ZP3</b>	ZP3a	Zones d'activités industrielles et grands quartiers de bureaux
	ZP3b	Zones d'activités commerciales, grands équipements sportifs
	ZP3c	Secteurs des grossistes à Aubervilliers



#### 4.1.2 Définition de la ZP0 – secteurs naturels

Les espaces couverts par la ZP0 sont des secteurs à dominante naturelle, avec une dimension paysagère forte : grands parcs, bord de Seine et du Canal Saint-Denis, espaces naturels insérés dans le tissu urbain. Il convient d'y appliquer une réglementation stricte visant à protéger ces secteurs de la pollution visuelle et lumineuse engendrée par l'affichage extérieur.

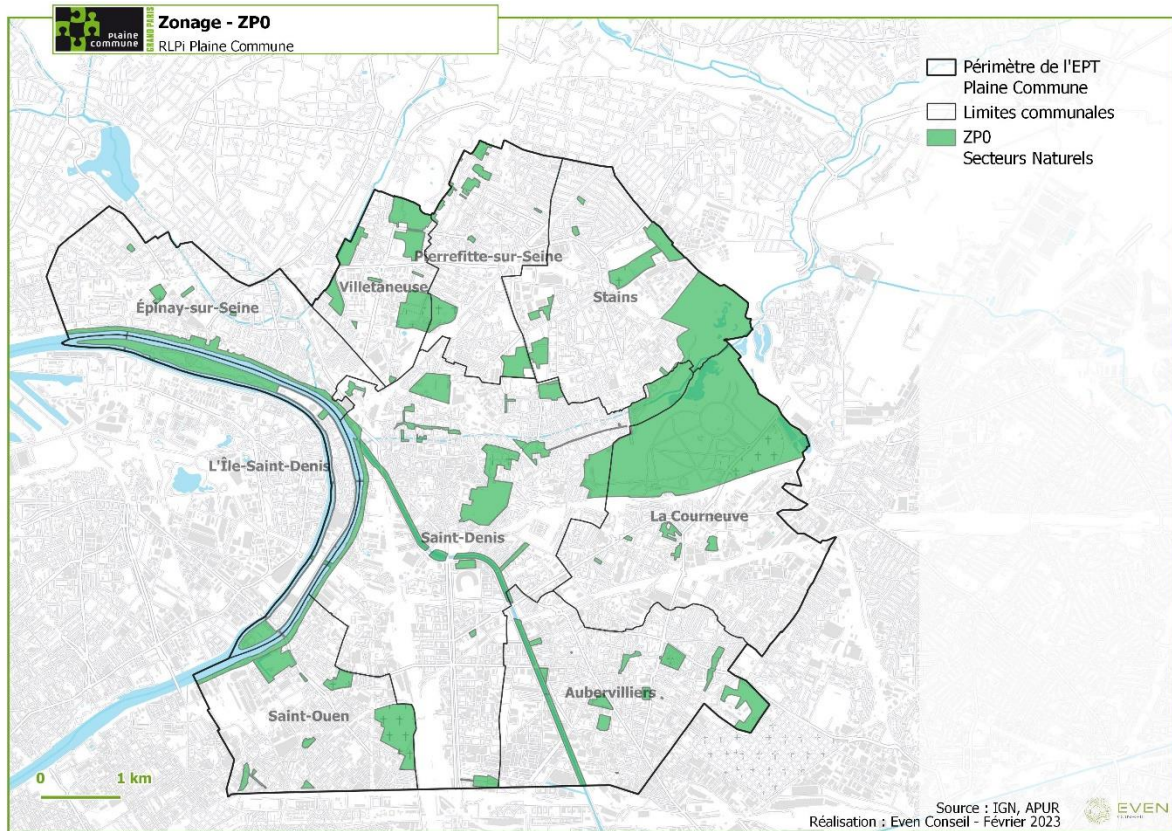
Dans le contexte très urbain de l'EPT, il est important de s'attacher à la préservation de ces espaces, qui ne bénéficient pas de protection automatique dans le Code de l'environnement (à l'exception du parc départemental George Valbon, de la butte Pinson et du parc de L'Ile-Saint-Denis, qui sont couverts par des périmètres d'interdiction relative et/ou situés en dehors des limites d'agglomération).

D'autres parcs et espaces verts peuvent toutefois être concernés ou partiellement concernés par des périmètres d'interdiction relative liés à une protection patrimoniale, mais ce n'est pas le cas de l'ensemble des espaces à dominante naturelle. **Ainsi, pour s'assurer de la protection uniforme et générale des secteurs naturels, une zone de publicité spécifique ZP0 leur est dédiée.** Au-delà de l'interdiction de publicité, il s'agit également d'encadrer l'implantation des enseignes, qui est tout aussi impactante.

Ces espaces de respiration au sein du tissu urbain doivent être protégés par le RLPi, notamment pour les différents bienfaits qui leur sont reconnus : qualité du tissu urbain, adaptation au dérèglement climatique, préservation et augmentation de la biodiversité, espaces de promenade, de sport, de détente,...).

Son périmètre concerne ainsi :

- les grands parcs du territoire (parc Georges Valbon, Butte Pinson, parc de L'Ile-Saint-Denis) ;
- les squares et jardins insérés dans le tissu urbain ;
- les abords du canal Saint-Denis ;
- les bords de Seine ;
- les cimetières ;
- les espaces agricoles maraîchers.



### 4.1.3 Définition de la ZP1 – secteurs urbains mixtes

Le secteur ZP1 correspond aux secteurs urbains mixtes et couvre la majorité du territoire intercommunal. Cette zone est divisée en deux sous-zones afin de couvrir :

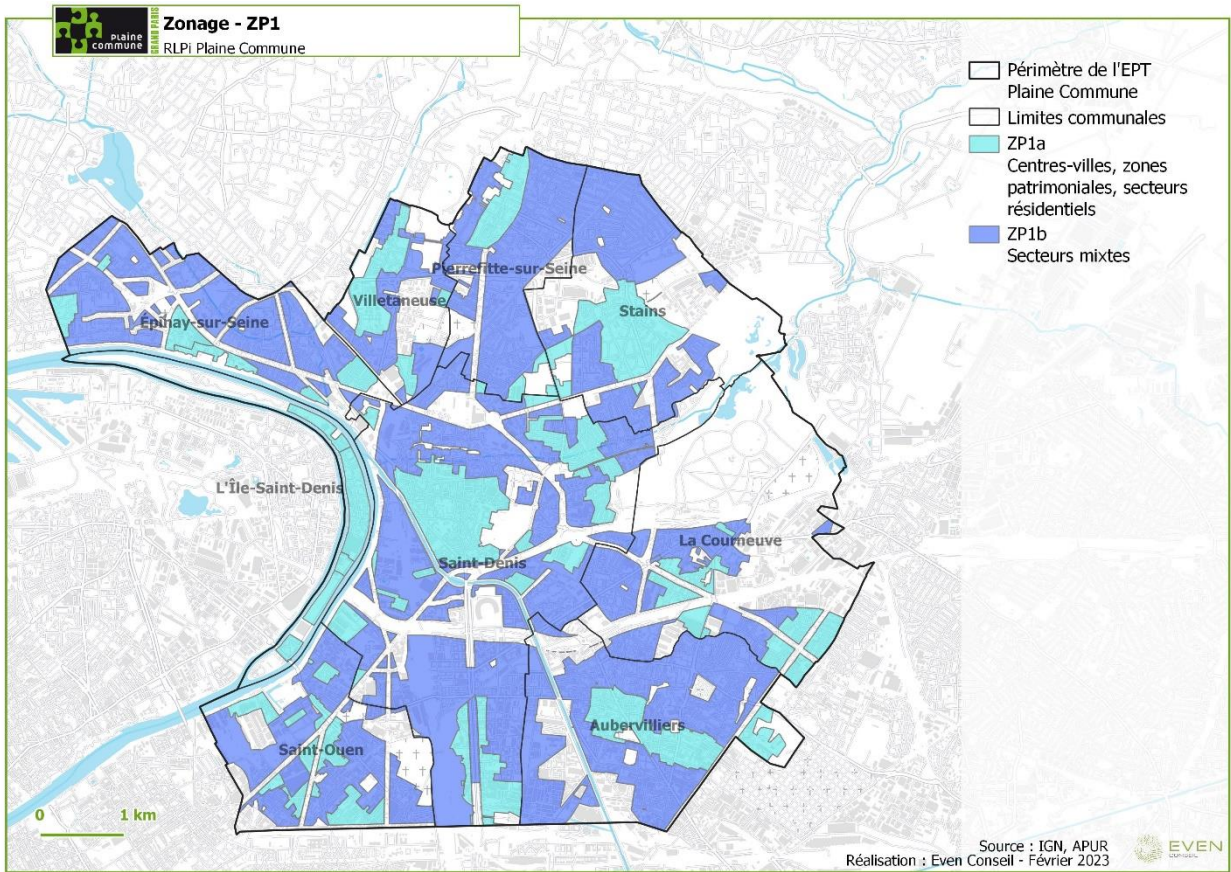
- **La ZP1a qui correspond aux secteurs de centres-villes, secteurs patrimoniaux, ainsi que certains grands équipements repères du territoire.** Ce sont des zones qui doivent concilier deux grandes catégories d'enjeux : la visibilité des acteurs locaux qui y sont installés et la prise en compte de leur caractère patrimonial ou de leur grande valeur paysagère.
- **La ZP1b qui constitue la toile de fond du zonage, elle couvre des secteurs à dominante résidentielle mais qui peuvent accueillir des activités économiques ayant des besoins de visibilité.** Ce secteur porte un enjeu majeur de préservation du cadre de vie quotidien des habitants de Plaine Commune, sans présenter la même dimension paysagère/patrimoniale qui définit la ZP1a.

ZP1a et ZP1b couvrent des secteurs denses, au paysage urbain chargé des différentes composantes de la ville. La maîtrise de l'affichage publicitaire, et notamment des densités et des formats doit permettre d'apaiser ces zones et d'améliorer leur qualité visuelle. Ce faisant, le RLPi cherche à améliorer le cadre de vie d'une part mais participe également à l'augmentation de l'attractivité visuelle des secteurs commerçants qui y sont implantés. Sur les secteurs ZP1a plus particulièrement, la réglementation de l'affichage extérieur doit participer à la mise en valeur de l'architecture et des éléments patrimoniaux remarquables qui y sont installés et qui ont servi de base d'étude à la délimitation de la sous-zone.

Certains secteurs de projet sont classés en ZP1a sans forcément présenter de valeur patrimoniale, afin de valoriser les choix de conception urbaine et s'inscrire en cohérence avec la philosophie de ces futurs quartiers, qui font la part belle aux circulations douces, à la nature en ville et à la qualité du paysage urbain.

Le caractère résidentiel dominant sur les secteurs ZP1b fait primer l'enjeu de qualité du cadre de vie sur l'enjeu économique qui est beaucoup moins fort sur ces quartiers du fait de leur vocation. Le RLPi vise donc avant tout sur ces secteurs à limiter la pollution visuelle engendrée par les dispositifs d'affichage, tout en offrant la possibilité de se signaler aux activités qui y sont implantées.

<b>ZP1a</b>	La ZP1a concerne les espaces suivants : <ul style="list-style-type: none"><li>- les centres-villes,</li><li>- les secteurs présentant des enjeux patrimoniaux</li><li>- les secteurs pavillonnaires et résidentiels identifiés comme à préserver dans le PLUi, ainsi que ceux présentant des qualités paysagères particulières nécessitant une préservation</li><li>- des espaces de nature dans le tissu urbain nécessitant une protection paysagère particulière.</li></ul>
<b>ZP1b</b>	La ZP1b couvre les secteurs résidentiels mixtes ainsi que certaines polarités secondaires



#### 4.1.4 Définition de la ZP2 – axes structurants

La zone de publicité ZP2 est dédiée au traitement des axes structurants qui traversent le territoire de Plaine Commune. Les secteurs d'axes structurants portent des problématiques particulières, liées à leur fréquentation importante, faisant de leurs abords des espaces à très haute visibilité et donc, soumis à une forte pression publicitaire. Pour autant, ces axes constituent aussi une vitrine du territoire, portant des enjeux paysagers spécifiques.

La ZP2 a pour objectif de revaloriser les axes structurants du territoire. Il s'agit d'assurer un cadre paysager qualitatif tout en permettant l'expression visuelle des acteurs locaux.

Par une réglementation visant à dédensifier l'affichage (publicités et enseignes) le RLPi a pour objectif de donner une meilleure lisibilité aux activités implantées aux abords des axes structurants.

Le long des autoroutes et du boulevard périphérique des règles spécifiques sont établies, offrant notamment la possibilité d'installer des publicités en toiture ou encore des bâches publicitaires, dans le respect des interdictions établies par le Code de l'environnement et le Code de la route aux abords des autoroutes.

Ces axes ne présentent que très peu de lien avec les zones urbaines environnantes et portent de forts enjeux de visibilité économique. Cette configuration offre des possibilités d'affichage, qui ne sont pas adaptées ailleurs sur le territoire de Plaine Commune, et répond aux enjeux économiques de ces axes, tout en ayant que très peu (voire aucun) d'impacts sur le cadre de vie à l'intérieur du territoire.

La ZP2 couvre ainsi plusieurs types d'axes du territoire. Elle est découpée en 3 sous-secteurs :

<b>ZP2a</b>	La ZP2a est dédiée aux axes structurants de Plaine Commune. Elle couvre les <b>principales routes nationales et grandes départementales</b> du territoire dont les largeurs sont importantes et la vitesse de circulation élevée.  La ZP2a est définie par une zone tampon appliquée sur une largeur de 30 mètres de part et d'autre de l'axe de la voie.
<b>ZP2b</b>	La ZP2b concerne les <b>abords du périphérique, de l'A1 et de l'A86</b> qui sont des axes particulièrement empruntés présentant des enjeux économiques majeurs à l'échelle du territoire. La ZP2b est définie par une zone tampon de 40 mètres à partir du bord extérieur de la voirie.
<b>ZP2c</b>	La ZP2c est appliquée sur certains tronçons d'axes structurants, qui recoupent des <b>secteurs à grands enjeux paysagers ou patrimoniaux</b> : entrée de ville, traversée de centre-ville ou de périmètre de protection patrimoniale (SPR, site inscrit). La ZP2c offre un compromis entre la réglementation qui doit s'adapter au gabarit des axes concernés et leur contexte urbain/paysager à préserver.  La ZP2c couvre une largeur de 30 mètres de part et d'autre de l'axe de la voie.

Tous ces axes très circulés sont particulièrement larges. Le bâti y est situé à distance de la voie (derrière des trottoirs et voies cyclables ou avec une implantation en milieu de parcelle).

Leur dimension est compatible avec la mise en place d'un affichage publicitaire de plus grand format. La vitesse de circulation et la densité du trafic rendent en effet relativement peu lisibles les petits supports.

Les deux autoroutes, en tant que voies express n'ont pas la possibilité de voir s'implanter de publicité à leurs abords (article R.418-7 du Code de la route et article R.581-31 du Code de l'environnement). La ZP2b a ainsi pour but premier de bien souligner cette obligation légale pour les afficheurs et les

instructeurs afin de faciliter l'utilisation du règlement.

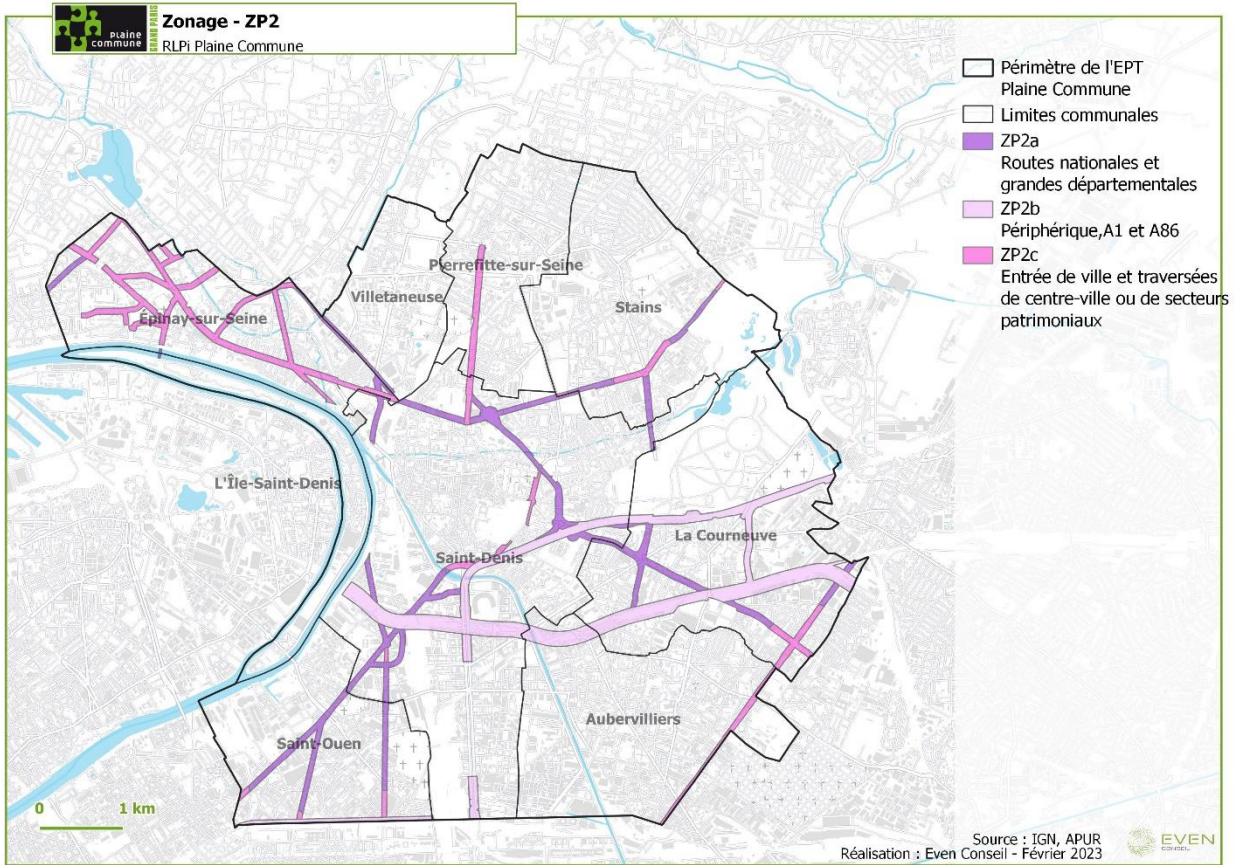
La ZP2b couvre également les abords du boulevard périphérique sur 40m de part et d'autre de l'axe de la voie. Si le boulevard périphérique n'est pas considéré comme une voie express en tant que tel, ses caractéristiques sont très similaires à celles des deux autoroutes couvertes par le zonage ZP2b. Dans une logique de cohérence de zonage, il a été classé en ZP2b.

Ces trois axes présentent des enjeux de visibilité économique particulièrement importants du fait du trafic automobile élevé.. Les façades des bâtiments supportant les publicités sont tournées vers ces trois axes et ne sont que peu visibles du reste du territoire. Par conséquent, le choix a été fait d'autoriser certaines typologies d'affichage qui offrent une visibilité sur une grande distance (bâches publicitaires, publicités en toitures) et s'adaptent parfaitement aux gabarits urbains de ces axes.

La ZP2c concerne des tronçons d'entrées de ville et des axes longeant des centres-villes ou des secteurs patrimoniaux, ou encore des boulevards faisant l'objet de projet de requalification urbaine. L'objectif y est d'adapter la réglementation appliquée sur les secteurs d'axes pour prendre en compte les enjeux paysagers spécifiques sur ces tronçons.

Les règles de la zone ZP2c sont celles se rapprochant le plus des règles actuelles portées par le RLP d'Epinay. Ce dernier dispose de règles très protectrices, conformément aux lois Grenelle I et II portant Engagement National pour l'Environnement.

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| à Aubervilliers         | - La N2   |
| à Epinay-sur-Seine      | - la N14<br>- la N214<br>- l'avenue de la Marne<br>- l'avenue Jean Jaurès<br>- la N310<br>- la D234<br>- l'avenue Gabriel Péri<br>- la Rue Felix Merlin<br>- la rue du 8 mai 1945<br>- la D23<br>- l'avenue Léon Blum<br>- la rue d'Ormesson<br>- le chemin des soupirs |
| à La Courneuve          | - La N186 et la N2 à l'intérieur du périmètre de protection Monument Historique établi autour de l'église-Saint-Yves-des-Quatre-Routes  |
| à Pierrefitte-sur-Seine | - La N1 jusqu'au croisement avec l'avenue Gabriel Péri  |
| à Saint Denis           | - le boulevard Ornano<br>- l'avenue Roger Semat   |
| à Stains                | - la D29 dans ses parties en lien avec le site inscrit, le centre-ville et la zone d'agriculture urbaine à l'Ouest de la commune<br>- la D29 au nord de la commune en entrée de ville   |
| à Saint Ouen            | - le boulevard Victor Hugo jusqu'à la gare de Saint Ouen RER C<br>- l'avenue Michelet le long du SPR Les Puces<br>- l'avenue Gabriel Péri jusqu'à l'avenue du Capitaine Glarner   |



#### 4.1.5 Définition de la ZP3 – Zones d'activités

Les zones d'activités du territoire sont couvertes par la zone ZP3 qui permet d'adapter la réglementation à leur vocation économique.. Un sous-zonage est appliqué afin de prendre en compte la diversité des zones d'activités économiques sur le territoire intercommunal. En effet, les besoins d'affichage et les contextes paysagers diffèrent selon les types de zones. Ainsi la ZP3 est divisée en :

<b>ZP3a</b>	La ZP3a est appliquée sur les zones d'activité à dominante artisanale ou industrielle, ainsi que sur les grands quartiers de bureaux. Ce sont plutôt des zones de production avec une fréquentation professionnelle d'un public averti. Les besoins en affichage sont plus faibles que sur les autres types de zones d'activités, néanmoins les formes d'affichage doivent être adaptées aux gabarits urbains.
<b>ZP3b</b>	La ZP3b concerne les zones d'activités à dominante commerciale et les grands équipements sportifs. Dans ces zones l'affichage s'adresse aux particuliers. Actuellement plutôt qualitatif, s'il n'était pas encadré l'affichage pourrait y devenir particulièrement démonstratifs en vue, pour chaque commerce, de se rendre plus visible que son voisin.
<b>ZP3c</b>	La ZP3c couvre le secteur des grossistes à Aubervilliers, qui présente une typologie intermédiaire entre zone d'activités industrielles et commerciales.

Les zones d'activités économiques et commerciales ne présentent pas les mêmes caractéristiques, certaines étant plutôt industrielles ou artisanales, d'autres étant majoritairement voire exclusivement commerciales.

Au sein des zones industrielles et artisanales, l'affichage est peu démonstratif, mais présente une diversité de types d'enseignes plus importante qu'en centre-ville. Cette diversité s'explique par une organisation urbaine différente (bâtiments en retrait du domaine public, grands espaces ouverts dédiés au stationnement et bâtiments de grande dimension). La ZP3a couvre ainsi des zones qui nécessitent des supports particuliers et plus diversifiés pour leur permettre un affichage adapté à leurs besoins. Le règlement y autorise des supports divers, mais des formats relativement modérés, en accord avec les pratiques actuelles de ces zones et à leurs besoins d'affichage.

La ZP3b couvre les centres commerciaux, les grands équipements sportifs et la future gare Saint-Denis Pleyel qui a vocation à accueillir des commerces.. Dans centres commerciaux, les enseignes sont souvent organisées de manières harmonisées, voire sur des supports communs. Cette zone permet ainsi de pérenniser et renforcer l'harmonisation dans ces secteurs en permettant une diversité de typologies d'affichage et des formats adaptés.

Les grands équipements sportifs inclus dans ce zonage présentent des enjeux d'affichage similaires à ceux des centres commerciaux.. Par conséquent ces deux types de secteurs ont été regroupés dans cette même zone.

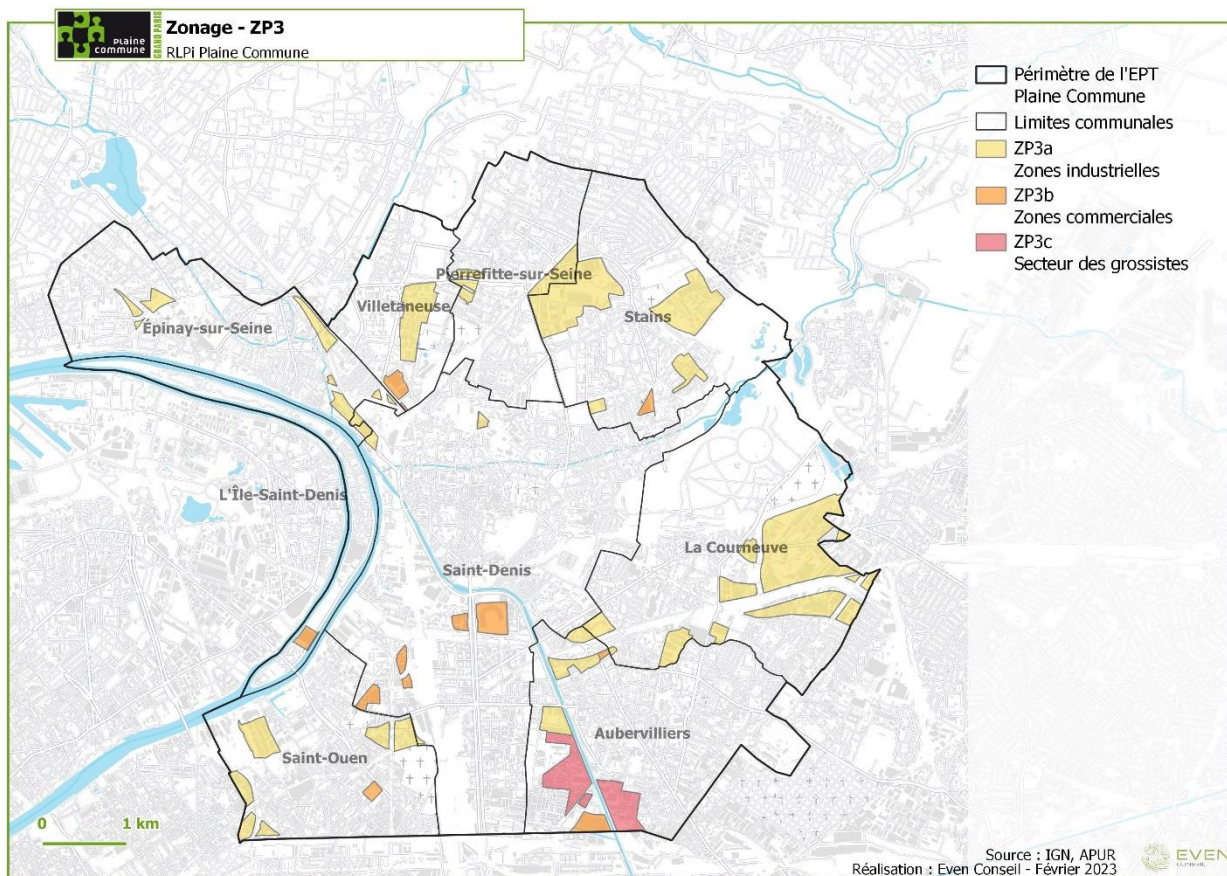
La ZP3b couvre les zones commerciales et grands équipements suivants :

- à Aubervilliers
  - le centre commercial le Millénaire
  - centre commercial autour du Lidl
- A L'Ile-Saint-Denis
  - Centre commercial Marques Avenue
- à Saint Denis
  - le Stade de France et le futur centre aquatique olympique
  - la future gare Saint-Denis Pleyel
  - la zone commerciale au Sud du Boulevard Anatole France



- A Saint-Ouen-sur-Seine - Le stade Bauer
- à Stains - la zone commerciale du Globe
- A Villetaneuse - Le centre commercial Bienvenu

La ZP3c couvre le secteur des grossistes d'Aubervilliers. Ce secteur commercial est destiné aux professionnels et présente des enjeux d'affichage spécifiques. Les activités qui y prennent place sont organisées d'une manière intermédiaire entre les zones d'activités économiques et les commerces de détails. La densité commerciale et les formats d'enseignes y sont beaucoup plus importants que dans les autres polarités commerciales et dans les centres-villes. Cette zone a donc vocation à proposer des règles d'enseignes intermédiaires entre zones d'activités et secteurs mixtes.



## **4.2 Justification des choix retenus en matière de réglementation des publicités et pré-enseignes**

### **4.2.1 Intégration des dispositifs dans leur environnement, maîtrise de la pollution visuelle et lumineuse**

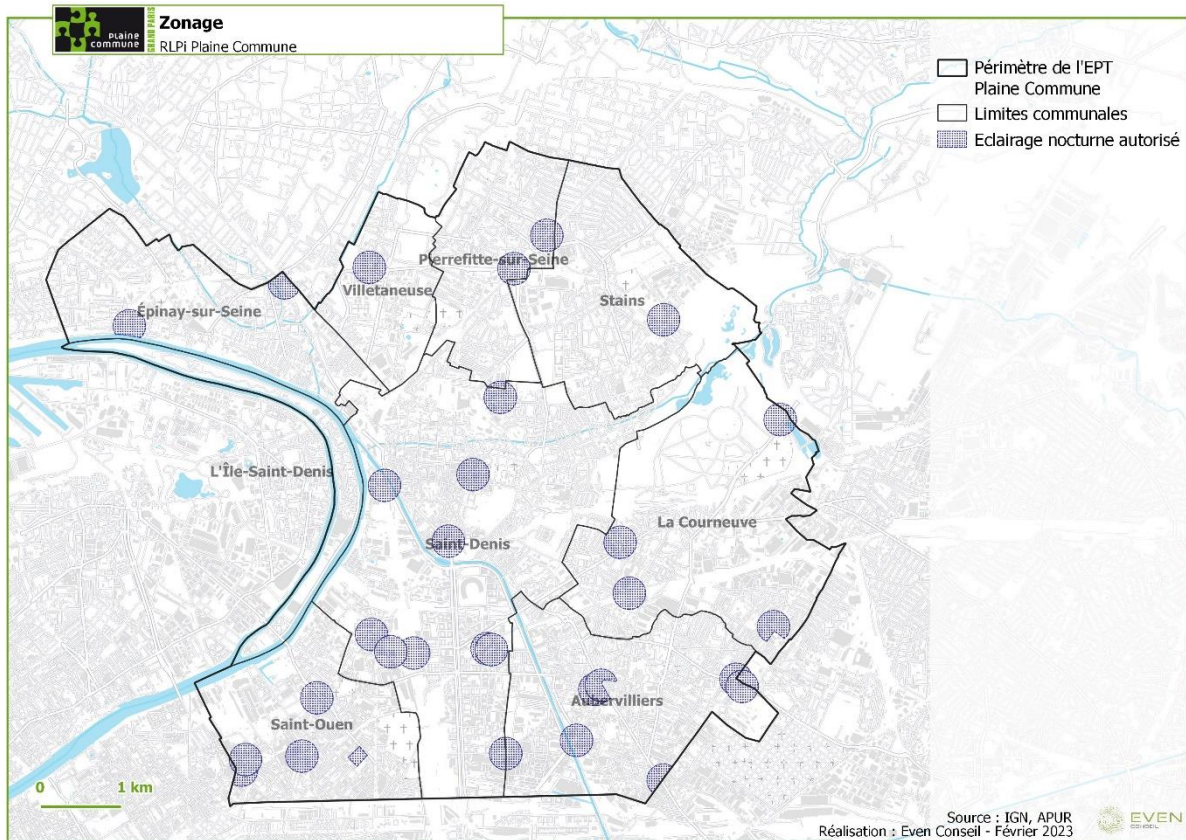
Les dispositions générales règlementent l'affichage publicitaire, afin d'améliorer sa qualité sur le territoire intercommunal, d'assurer une intégration optimale des dispositifs dans leur environnement urbain et de minimiser leur impact visuel. Ces dispositions sont une première base de réponse à l'orientation transversale : « Une meilleure maîtrise de l'impact paysager de la publicité et des enseignes ».

Pour ce faire, des prescriptions d'esthétisme et d'intégration des dispositifs publicitaires sont déclinées par l'article 1.2.4. sur les formes (encadrement, épaisseur des dispositifs) et matériaux (qualité, tonalités). Ces prescriptions sont complétées par des interdictions de certains modes d'implantation des publicités et pré-enseignes. Cette liste d'interdictions est complémentaire à celles du Code de l'environnement et vise à supprimer des typologies qui ne garantissent pas l'intégration des dispositifs publicitaires dans l'environnement urbain de Plaine Commune, parce qu'ils engendrent une dégradation du cadre architectural et/ou parce que le mode d'implantation induit un impact visuel trop important.

En ce qui concerne la publicité lumineuse, les systèmes d'éclairage par projection sont interdits pour leur préférer l'éclairage par transparence, qui assure à la fois une meilleure lisibilité du dispositif mais aussi une meilleure qualité esthétique par suppression des rampes d'éclairage. Le règlement précise par ailleurs que l'éclairage ne doit pas porter atteinte au paysage environnant ni à la biodiversité.

Conformément aux objectifs fixés de lutte contre la pollution lumineuse et limitation des consommations énergétiques, la plage horaire d'extinction nocturne de l'ensemble de dispositifs lumineux (dont numériques) est définie entre minuit et 7 heures.

Toutefois, dans un périmètre de 200 mètres aux abords des gares et des stations de métro existantes et en projet, cette plage horaire est réduite de 1 heure à 6 heures, pour prendre en compte la fréquentation et les usages spécifiques de ces secteurs urbains.



Cartographie de la plage horaire d'extinction nocturne, les cercles bleu indiquent les zones de réduction de la plage horaire d'extinction nocturne : **La majorité du territoire reste concernée par la plage horaire étendue d'extinction nocturne entre minuit et 7 heures.**

Par ailleurs, l'affichage publicitaire extérieur numérique est fortement contraint. Il n'est autorisé que ponctuellement sur des secteurs délimités au plan de zonage, où existent d'importants enjeux de visibilité économique et faisant l'objet d'une fréquentation et d'usages intenses. Il s'agit des abords des équipements sportifs structurants (Stade de France, Stade Bauer, Centre Aquatique Olympique), du centre commercial du Millénaire à Aubervilliers et des grandes gares et stations de métro de la Plaine-Saint-Denis et d'Aubervilliers.

Au sein de ces secteurs, la publicité numérique ne peut être admise que sur mobilier urbain de petits formats (2 m<sup>2</sup>), adaptés à la fréquentation piétonne et qui s'intègrent facilement dans le paysage urbain.

#### 4.2.2 Réglementation des différentes typologies d'implantation des publicités et préenseignes

La publicité murale est un mode d'affichage présentant un impact visuel moindre que la publicité scellée au sol dans la mesure où elle est apposée sur un bâtiment existant. Toutefois, les publicités murales de grand format induisent un certain impact visuel dans le paysage urbain. En outre, la publicité murale est susceptible de dégrader les qualités architecturales du bâtiment qui la supporte.

Le RLPi définit des règles d'implantation de la publicité murale sur son mur support, applicables dans l'ensemble des zones de publicité autorisant cette typologie. Elles prévoient notamment qu'une publicité murale ne puisse pas masquer les éléments de composition architecturale, ni les décors ornementaux d'architecture. La règle de recul de 0,5 mètre par rapport aux arêtes du mur support et par rapport à la limite de l'égout du toit vise ainsi à garantir que les éléments de décors architecturaux

(chainages, moulures, corniches, etc ...) fréquemment présents à ces endroits de mur ne soient pas couverts par de l'affichage publicitaire.

Une autre règle prévoit que le dispositif soit implanté entre une hauteur minimale de 3 mètres et une hauteur maximale de 6 mètres. Cette disposition assure à la fois la bonne visibilité du dispositif publicitaire tout en limitant son impact visuel dans l'espace urbain.

Enfin, la règle de densité vient protéger les petites unités foncières (présentant un linéaire sur voirie inférieur à 20m) de l'affichage publicitaire, qui peut y être particulièrement impactant car disproportionné par rapport au contexte architectural. De plus pour éviter les effets de cumul menant à la surcharge visuelle du paysage urbain, un seul dispositif publicitaire est autorisé pour les unités foncières présentant un linéaire sur voirie supérieur à 20 mètres qu'il soit mural ou scellé au sol.

- En ZP0, qui est constituée par des espaces à dominante naturelle, avec une forte valeur paysagère, la publicité murale est interdite.
- En ZP1a, qui couvre des secteurs de centre-ville ou des secteurs patrimoniaux, la publicité murale est interdite, afin de ne pas dégrader le cadre bâti de ces secteurs à forts enjeux urbains, architecturaux et paysagers.
- En ZP2b, elle est également interdite pour éviter les surcharges liées à la haute visibilité de ces axes.

Elle est donc autorisée :

- En ZP1b, qui couvre des secteurs mixtes, c'est-à-dire des quartiers à dominante résidentielle, qui peuvent néanmoins accueillir ponctuellement des activités économiques et où l'affichage publicitaire mural peut être utile au jalonnement de ces activités. Pour maintenir la qualité du cadre de vie et du paysage urbain de ces quartiers mixtes, une surface maximale de 2m<sup>2</sup> est fixée pour l'affichage mural.
- En ZP2a, qui concerne les axes structurants du territoire. La publicité murale de grand format (10,5 m<sup>2</sup>) est autorisée pour répondre aux forts enjeux de visibilité économiques de ces axes à grand gabarit. Les règles d'implantation et de densité de la publicité murale veillent à limiter les surcharges visuelles et les impacts négatifs sur l'architecture des bâtiments.
- En ZP3, la publicité murale est autorisée au sein des différents types de zones d'activités sur le territoire. Sur les secteurs ZP3a et ZP3c, au sein desquels les besoins d'affichage sont moins importants, le format est limité à 2m<sup>2</sup>. Il permet ainsi un jalonnement discret des activités implantées au sein de ces secteurs. Ce petit format a aussi pour but de limiter la prolifération de dispositifs publicitaires, qui nuirait à la qualité du paysage des zones d'activités et rentrer en concurrence avec les enseignes des activités implantées sur la zone. Au sein de la ZP3b, les grands formats sont autorisés, en cohérence avec la vocation commerciale de ces secteurs.

### **Règlementation de l'affichage publicitaire scellé ou posé au sol**

L'affichage publicitaire scellé au sol a un impact important sur le paysage urbain parce qu'il s'impose comme un élément supplémentaire dans la lecture du paysage, uniquement dédié à la communication publicitaire. Ces dispositifs sont par ailleurs généralement de grands formats (91% des dispositifs scellés au sol sur le territoire présentent une surface totale supérieure ou égale à 8m<sup>2</sup> d'après le diagnostic).

Afin de protéger les secteurs présentant le plus de sensibilité paysagère et / ou patrimoniale, cette typologie d'affichage est proscrite en ZP0 et en ZP1. L'affichage publicitaire scellé au sol est également interdit en ZP2b dans le respect des dispositions du Code de la route et du Code de l'environnement (article R.418-7 du Code de la route et article R.581-31 du Code de l'environnement).

L'affichage publicitaire scellé au sol est autorisé le long des axes structurants (ZP2a), dont le contexte urbain et les proportions paysagères facilitent l'intégration de tels dispositifs. Afin de garantir leur

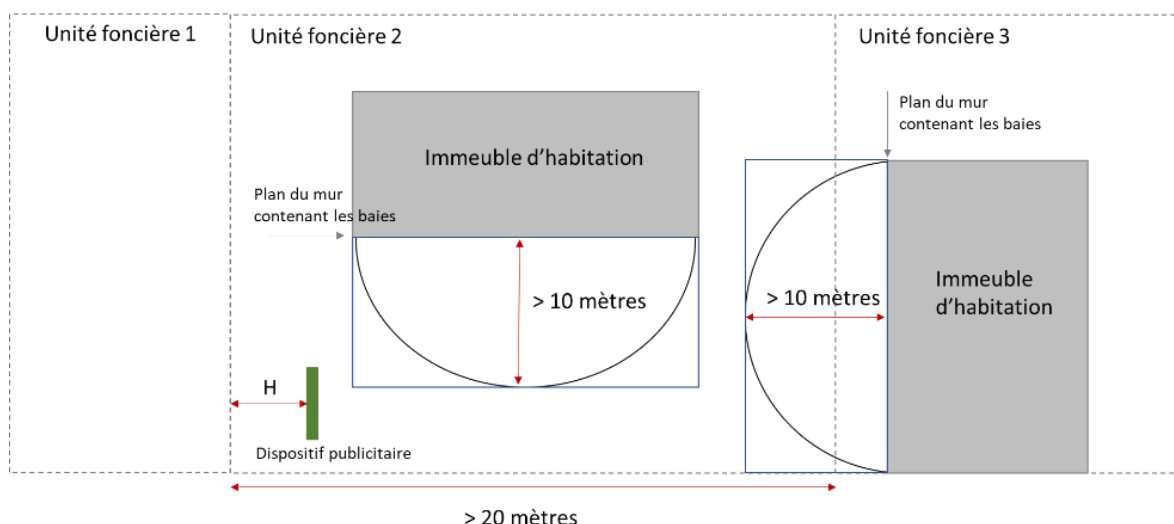
visibilité et lisibilité depuis ces axes circulés, les formats d'affichage sont augmentés (10,5m<sup>2</sup>).

Les dispositions générales encadrent les dispositifs publicitaires scellés au sol afin d'interdire les formes d'affichage les moins qualitatives (dispositifs simple face au dos non couvert, dispositifs en V ou en trièdre,...). Les accessoires de pose doivent être amovibles afin de ne pas accentuer l'impact visuel des dispositifs.

Le RLPi encadre l'implantation et la densité de l'affichage scellé au sol. Ces règles amènent une diminution du nombre de dispositifs présents le long des axes et donc une amélioration de leur qualité et de leur intégration paysagère et ce notamment sur les secteurs pavillonnaires denses :

- Les règles d'implantation par rapport aux limites séparatives de propriété et par rapport aux baies d'immeubles d'habitation sont renforcées de manière à préserver les habitations de l'impact visuel de l'affichage publicitaire.
- La règle de densité interdit l'implantation de la publicité scellée au sol sur les plus petites unités foncières de façon à ne pas créer d'effet de cumul et de surcharge visuelle.

L'addition de ces règles d'implantation permet de limiter indirectement les densités à l'échelle du paysage de la rue, les possibilités d'installation de l'affichage publicitaire étant réduites du fait des différentes conditions à remplir :



- ✓ Distance d'implantation au minimum équivalente à la hauteur du dispositif par rapport à la limite séparative de l'unité foncière avec une autre unité foncière privée.
- ✓ Règle de recul par rapport aux immeubles d'habitation présents sur l'unité foncière et sur les unités foncières voisines (implantation au minimum 10 mètres en avant du plan d'un mur d'un immeuble d'habitation comportant des baies).
- ✓ Règle de densité : un dispositif autorisé sur les unités foncières présentant un linéaire sur voirie supérieur à 20 mètres.

L'affichage publicitaire scellé ou posé au sol est autorisé dans les zones d'activités économiques, selon la même logique que la publicité murale : des petits formats dans les zones artisanales industrielles (ZP3a) et dans le secteur des grossistes (ZP3c) ; des grands formats dans les zones d'activités commerciales (ZP3b).

La possibilité d'installer un chevalet posé au sol sur le domaine public est offerte au sein de l'ensemble des zones de publicité. Afin de limiter l'encombrement de l'espace public, le règlement fixe des règles de densité et de format.

## **Règlementation de l'affichage publicitaire sur mobilier urbain**

En raison du caractère d'intérêt général du mobilier urbain et de la maîtrise des communes sur l'implantation de publicité sur ces dispositifs, le RLPi ne contraint pas davantage leur implantation que ce qui est prévu par le Code de l'environnement, à l'exception des mobiliers d'information définis par l'article R.581-47 du Code de l'environnement. Ces éléments peuvent en effet avoir des formats importants (jusqu'à 12m<sup>2</sup>), sont uniquement dédiés à la communication (contrairement aux abris-bus ou aux kiosques par exemple) et prennent une place importante dans l'espace public intercommunal (72% de l'affichage publicitaire est installé sur mobilier urbain, parmi lesquels 60% est supporté par des mobiliers d'information définis par l'article R.581-47 du Code de l'environnement).

L'implantation sur le domaine public en fait des dispositifs publicitaires de premier plan, particulièrement visibles, bien que généralement intégrés de façon qualitative et uniforme à l'échelle d'une commune. Il convient de réglementer ces dispositifs notamment en termes de format et de densité. Comme pour les autres typologies d'affichage, le format d'affichage sur les mobiliers d'information varie donc en fonction des zones de publicité, avec une surface maximale de 2m<sup>2</sup> dans les secteurs les plus sensibles (ZP1) et dans les zones d'activités avec des besoins en affichage publicitaire modérés (ZP3a, ZP3c).

Au sein des zones d'activités commerciales et le long des axes structurants la surface d'affiche est portée à 8m<sup>2</sup> afin de prendre en compte un contexte urbain différent, intégrant plus facilement les grands formats. La zone ZP2b a un contexte différent : les abords des autoroutes et du périphérique ne permettent pas l'implantation de publicité sur mobilier urbain et celle-ci n'y a pas sa place. En revanche, l'imbrication des voies de circulation crée des espaces où du mobilier est installé et n'est pas visible depuis les autoroutes ou le périphérique (par exemple le cas d'une voie qui passe sous ces axes). Pour maintenir les dispositifs existants à ces endroits spécifiques, le RLPi autorise l'implantation de publicité sur mobilier urbain au sein de la ZP2b.

Afin de réguler la présence de ces dispositifs sur l'espace public, une règle d'interdistance est fixée à 25 mètres entre chaque mobilier d'information.

La zone de publicité ZP0 n'autorise pas l'affichage publicitaire sur mobiliers urbains au même titre que les formes de publicité privées (murales, scellée au sol), à l'exception de la publicité installée sur les abris-voyageur. Certains périmètres ZP0 débordant sur les voies bordant les espaces verts, des abris-bus peuvent se trouver à l'intérieur de cette zone de publicité. L'abri étant un élément existant, l'impact de la publicité sur celui-ci est moindre par rapport aux autres formes d'affichage, c'est pourquoi une souplesse est accordée sur ce point. On rappellera par ailleurs que l'installation de publicité sur mobilier urbain est contrôlée par les communes dans le cadre des conventions de mobilier urbain et qu'un abris-bus ne saurait être installés en dehors des circuits desservis par les transports en commun.

Par ailleurs, l'affichage publicitaire sur mobilier doit répondre aux exigences générales de qualité et d'intégration paysagère, il est donc soumis aux dispositions générales du RLPi au même titre que l'ensemble des formes de publicité sur le territoire.

Sur ces deux derniers points, L'EPT de Plaine Commune cherche en à appliquer un principe d'équité de traitement et d'exemplarité nécessaire sur des dispositifs directement liés à l'image publique des communes et de l'intercommunalité.

## **Règlementation de l'affichage publicitaire en toiture**

Les publicités lumineuses en toiture sont autorisées en ZP2b afin de prendre en compte les enjeux spécifiques de visibilité économique aux abords des autoroutes et du boulevard périphérique. Cette typologie d'affichage est adaptée à ces secteurs où une visibilité de longue distance est recherchée. L'autorisation des publicités en toiture sur ces secteurs a par ailleurs peu d'impact sur le cadre de vie du territoire, puisqu'elles sont essentiellement visibles depuis les autoroutes ou le boulevard périphérique. En revanche, en dehors de la ZP2b, la publicité en toiture est interdite parce qu'elle est peu adaptée à l'échelle du piéton et aux différents contextes urbains et ne garantit pas une intégration

optimale du dispositif dans son environnement.

### **Règlementation du micro-affichage**

L'affichage publicitaire de petit format (micro-affichage) est soumis aux dispositions prévues par le Code de l'environnement.

### **Règlementation de la publicité sur palissade de chantier**

La publicité sur palissade de chantier est par définition temporaire, puisque liée à la durée du chantier. Pour autant, elle n'en a pas moins des impacts sur le cadre de vie, d'autant plus que certains chantiers peuvent durer plusieurs années. En outre, le dynamisme urbain du territoire de Plaine Commune engendre un grand nombre de chantiers. Il est donc important d'encadrer l'implantation de la publicité sur palissade de chantier. Le RLPi limite notamment la densité de l'affichage publicitaire sur les palissades de chantier qui n'est pas encadrée par le Code de l'environnement. Pour être cohérent aux pratiques d'affichage, prendre en compte les intérêts financiers de ces panneaux et compte-tenu de leur caractère malgré tout temporaire, une grande surface est autorisée pour ces dispositifs (10,5m<sup>2</sup>). En lien avec les pratiques sur le terrain, le terme d'emplacement publicitaire est introduit dans la réglementation de l'affichage publicitaire sur palissade de chantier, qui désigne un couple de panneau de même format et alignés verticalement et horizontalement avec une séparation de 50 cm entre les deux.

En cohérence avec les enjeux paysagers et patrimoniaux de ces secteurs, les publicités sur palissade de chantier voient leur format limité en ZP0 et ZP1a à 5m<sup>2</sup> et une règle de densité plus stricte est appliquée au sein de chacune de ces zones.

### **Règlementation de la publicité sur bâche de chantier**

L'installation de publicité sur bâche de chantier est soumise à autorisation du Maire. Outre les règles par prévues par le Code de l'environnement, le RLPi interdit les publicités lumineuses installées sur les bâches de chantier, du fait de l'impact paysager et de la pollution visuelle engendrée par l'éclairage de tels dispositifs.

### **Règlementation des bâches publicitaires**

Les bâches publicitaires sont des dispositifs particulièrement impactants, du fait de leurs formats imposants. Pour cela et parce que le contexte des ZP2a et ZP2b se prête particulièrement aux affichages grands formats pour une visibilité longue distance, l'implantation de bâche publicitaire n'est autorisée qu'au sein de ces zones de publicité. En ZP2b, l'interdiction d'implantation de bâches aux abords des autoroutes par le Code de la route et le Code de l'environnement réduit les possibilités d'implantation de bâche publicitaire aux seuls abords du périphérique :

L'éclairage par projection de ces dispositifs paraissant préférable, car moins impactant qu'un éventuel éclairage par transparence, une dérogation est prévue aux dispositions générales permettant l'éclairage par projection des bâches publicitaires.

### **Règlementation des dispositifs de dimensions exceptionnelles**

L'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles étant soumise à avis du Maire après consultation de la Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites (CDNPS), le RLPi n'impose pas de règles supplémentaires à celles prévues par le Code de l'environnement.

L'éclairage par projection de ces dispositifs paraissant préférable, car moins impactant qu'un éventuel éclairage par transparence, une dérogation est prévue aux dispositions générales permettant l'éclairage par projection des dispositifs de dimensions exceptionnelles.

### **Pré-enseignes temporaires**

Le Code de l'environnement n'offrant pas la possibilité aux règlements locaux de réglementer les pré-enseignes temporaires, celles-ci sont soumises aux dispositions du Code de l'environnement.



### **Protection des éléments patrimoniaux identifiés au PLUi**

Afin de conforter la protection des éléments bâtis et les ensembles bâtis patrimoniaux repérés au PLUi, une réglementation spécifique leur est appliquée, interdisant toute forme de publicité sur ces éléments ou au sein des ensembles bâtis qu'ils composent. Une exception est faite cependant pour les dispositifs posés au sol (et non scellées au sol), pour offrir une possibilité d'affichage aux activités installées au sein de ces secteurs et en retrait du domaine public. L'objectif étant ici de garantir la visibilité de ces activités, au moyen d'un dispositif discret et amovible.

### **Publicités peintes à la main**

Le RLPi prévoit une catégorie spécifique « publicité peinte à la main », pour sortir ce cas particulier de la réglementation locale et ne le soumettre qu'aux dispositions du Code de l'environnement. Plaine Commune souhaite en ce sens ne pas entraver les initiatives artistiques qui pourraient entrer dans la catégorie des publicités. Cette logique entre dans le cadre de la politique générale de l'EPT. En effet, Plaine Commune est défini en tant que Territoire de la Culture et de la Création et porte une candidature dans le programme européen de capitale européenne de la culture pour 2028. Ce sujet porte donc une importance particulière pour les élus de, qui entendent le traduire dans le projet de règlement local de publicité intercommunal.

## 4.3 Règlements des enseignes

### 4.3.1 Intégration des enseignes dans leur environnement, maîtrise de la pollution visuelle et lumineuse

Les dispositions générales du RLPi veillent à la bonne intégration des enseignes dans leur environnement, notamment par des règles de composition générale et d'implantation, qui ne doivent pas porter atteinte à l'environnement urbain et paysager dans lequel l'enseigne s'implante. De la même façon que pour les publicités et pré-enseignes, certains modes d'implantation d'enseignes sont interdits, car ils ne répondent pas à l'objectif d'intégration du dispositif d'affichage dans son environnement et ne permettent donc pas une valorisation de l'activité.

Des règles d'encadrement de l'éclairage des enseignes sont prévues pour limiter la pollution lumineuse potentiellement engendrée : il s'agit ici de dispositions sur l'orientation et le mode d'éclairage : tonalités chaudes de lumières blanches, éclairage indirect, orientation vers l'enseigne, etc ... De plus les règles d'extinction nocturne s'appliquent sur l'ensemble des enseignes lumineuses dès lors que l'activité signalée a cessé. L'extinction nocturne des enseignes lumineuses permet d'éviter une source de pollution lumineuse inutile pendant la période de fermeture du commerce.

Les enseignes numériques ne sont quant à elles autorisées que sur des secteurs spécifiques, correspondant aux zones commerciales et aux équipements sportifs structurants (ZP3b), où cette technologie d'affichage s'intègre plus facilement dans le contexte urbain de ces secteurs à dominante économique ou culturelle et où les besoins en communication sont très importants. Cependant, des règles spécifiques viennent cadrer l'implantation de ces enseignes particulières dont l'impact paysager est conséquent. Ainsi pour éviter les cumuls, une seule enseigne numérique est autorisée par façade et sa superficie est limitée, selon la logique d'encadrement des surfaces des enseignes en façade, mais de façon plus contrainte : entre 6% et 10% de la façade commerciale. Elles doivent de plus répondre aux différentes réglementations qui encadrent l'implantation des enseignes en façade, ce qui contribue à la diminution des formats. Enfin, pour prendre en compte la pollution visuelle et lumineuse particulièrement importante engendrée par ces dispositifs, leur extinction est imposée dès lors que l'activité signalée a cessé.

### 4.3.2 Réglementation des différentes typologies d'implantation des enseignes

#### Réglementation des enseignes en façades

L'ensemble des enseignes en façade doit répondre à des règles de respect de l'architecture, que ce soit dans ses rythmes ou dans ses motifs. A ce principe général d'intégration à la façade, s'ajoutent des dispositions spécifiques au type d'enseigne en façade : enseigne en bandeau, enseigne sur pilastres, enseignes sur stores, enseignes en vitrine, enseignes perpendiculaires.

- > Les enseignes en bandeau sont la forme la plus répandue d'enseignes en façade. Leur implantation est encadrée afin d'assurer le bon respect des rythmes architecturaux. Sa hauteur est réglementée de façon proportionnelle à la hauteur de la devanture commerciale pour assurer un rendu visuel harmonieux de la devanture. De plus, une hauteur minimale d'implantation de l'enseigne en bandeau est fixée de façon à assurer un positionnement cohérent et sans danger pour la circulation piétonne ou automobile. Enfin, la saillie des enseignes en bandeau est limitée pour éviter un surplomb trop important et limiter le volume de l'enseigne.
- > Les enseignes sur les piles latérales sont généralement utilisées en complément d'information à l'enseigne principale, qui est souvent l'enseigne en bandeau. Le RLPi autorise l'implantation de ce type d'enseigne, de façon limitée et encadrée afin de ne pas créer de surcharge visuelle de la devanture commerciale et à en assurer le respect et l'équilibre.
- > Les enseignes sur store ne sont autorisées que sur le lambrequin du store, celui-ci étant la partie permettant l'intégration la plus qualitative et la meilleure visibilité.
- > En termes d'inscription sur les vitrines et les baies, celles-ci sont encadrées dans l'objectif de

préserver au maximum la transparence de la vitrine. Les inscriptions sur baies doivent être un moyen de valorisation de la vitrine et ne doivent pas conduire à son opacification. Au-delà des problématiques de transparence, un usage abusif des inscriptions sur vitrine peut mener à une surcharge visuelle de la devanture. C'est pourquoi le règlement n'autorise que les inscriptions réalisées en lettres ou signes découpés sur fond transparent ou dépoli et limite la surface de ces enseignes à un maximum de 10% de la surface vitrée sur laquelle elles sont installées.

Les zones de publicités présentant le plus de sensibilités paysagères ou patrimoniales (ZP0, ZP1) se voient appliquer des dispositions supplémentaires pour l'implantation des enseignes en façade, afin de garantir une qualité élevée de traitement des devantures commerciales : les densités, les formats, les implantations sont donc précisés et renforcés sur ces secteurs.

- > L'implantation des enseignes perpendiculaires est réfléchi de façon à ce qu'elles s'intègrent de manière harmonieuse à la devanture et composent un paysage commercial cohérent à l'échelle de la rue. Les règles d'alignement horizontal et vertical veillent en effet à appuyer les rythmes architecturaux et les perspectives urbaines. La règle de recul par rapport aux portes d'entrées d'immeuble vise à bien distinguer visuellement la devanture commerciale du reste de l'immeuble.

Le format des enseignes perpendiculaires est uniforme sur l'ensemble des zones de publicité, à l'exception des zones d'activité, où un format plus important est permis compte tenu de la vocation économique de ces secteurs mais aussi d'un contexte urbain différent (les constructions sont généralement installées en retrait du domaine public).

En ZP0 et ZP1, des exigences sur la cohérence de traitement entre enseignes perpendiculaires et enseignes parallèles sont ajoutées.

Les règles d'implantation des enseignes en façade étant basées sur un principe de respect de la limite du rez-de-chaussée, des dispositions spécifiques sont prévues pour les activités en étage. Ces activités présentent généralement des problématiques de visibilité différentes des activités installées en rez-de-chaussée. Les besoins de visibilité diffèrent également en fonction de la place de l'activité au sein de l'immeuble, deux cas sont ainsi prévus par le RLPi :

- > Le cas des activités occupant la totalité d'un immeuble : il est autorisé l'installation d'une enseigne parallèle au-delà des limites du rez-de-chaussée, avec une hauteur maximale proportionnelle à la hauteur d'un étage (maximum H/2).
- > Dans le cas où plusieurs activités sont installées aux étages d'un même immeuble, la réglementation est plus stricte, afin d'éviter les cumuls : une enseigne à plat par activité et par voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble. Cette enseigne doit être réalisée en lettres ou signes découpés, de plus la hauteur de l'enseigne est limitée à 1/5<sup>ème</sup> de la hauteur d'un étage courant.
- > Les IGH se voient appliquer une réglementation particulière, qui prend en compte leurs caractères exceptionnels, au vu de leurs dimensions et de leur faible nombre à l'échelle du territoire..
- > Pour limiter la pollution lumineuse et l'impact notamment sur la faune nocturne (repérage à longue distance), les enseignes lumineuses sont interdites en étage, excepté pour les activités nocturnes qui conservent un besoin de visibilité la nuit.
- > De façon à s'adapter à la configuration particulière des centres commerciaux, des dispositions spécifiques sont prévues, l'objectif étant de permettre à chaque activité de s'afficher tout en respectant le principe général de parcimonie et d'harmonie de traitement. Ainsi, les enseignes sont limitées en nombre et doivent être préférentiellement rassemblées en un même endroit.

## **La réglementation des enseignes scellées au sol**

Les enseignes scellées au sol sont des dispositifs qui peuvent être relativement impactants dans le paysage, elles constituent un élément de lecture supplémentaire, qui vient s'implanter dans des contextes paysagers déjà souvent chargés. Elles permettent en revanche d'améliorer la visibilité de certaines activités qui peuvent être installées en retrait ou dont la façade est masquée. Il importe donc de laisser ouverte cette possibilité d'implantation en toute zone. Le règlement vient cependant encadrer les formats et les densités pour garantir la bonne intégration de ces dispositifs dans les différents milieux urbains.

La règle de densité est commune à l'ensemble des zones de publicité : elle limite l'implantation des enseignes au sol à un dispositif par voie bordant l'activité, quelle que soit la taille de l'enseigne, c'est-à-dire que les enseignes présentant une surface inférieure ou égale à 1m<sup>2</sup> sont également concernées.

Ce choix de soumettre les petites enseignes au sol à la règle de densité s'explique par une volonté d'éviter les surcharges visuelles, qui sont générées par une accumulation de dispositifs. Par ailleurs, les typologies d'enseigne drapeau, oriflamme et kakemonos sont interdits par le RLPi. Ce sont souvent en effet ces typologies qui sont accumulées le long des voies.

En ZP0, ZP1 et ZP2, l'installation d'une enseigne au sol est permise uniquement pour les activités installées en retrait et ne présentant pas de façade visible depuis la voie ouverte à la circulation publique la plus proche : c'est-à-dire que l'implantation d'une enseigne au sol ne peut être qu'une alternative à l'impossibilité d'implantation d'enseignes en façade visible depuis le domaine public.

Ce choix s'explique :

- par la volonté de préserver les paysages en ZP0 ;
- par un contexte urbain peu favorable à l'implantation d'enseignes scellées au sol en ZP1 (constructions à l'alignement, encombrement du paysage urbain) ;
- par la volonté de clarifier les abords des axes structurants couverts par la ZP2 en limitant les cumuls de dispositifs d'affichage.

Le format des enseignes au sol est encadré en surface et en hauteur pour limiter l'impact visuel de ces dispositifs et garantir leur intégration dans leur tissu urbain. Des formats plus importants sont autorisés dans les zones d'activités, notamment au sein de la ZP3b et en ZP3c, en raison de la vocation commerciale de ces secteurs.

## **La réglementation des enseignes sur clôture**

Le choix de Plaine Commune a été de contraindre fortement l'implantation des enseignes sur clôture, souvent peu qualitatives, en limitant les possibilités d'implantation uniquement au cas où aucune autre forme d'enseigne n'est utilisable (enseignes en façade, enseignes au sol) du fait de la configuration de l'unité foncière ou de problématiques architecturales. De plus, cette possibilité n'est offerte que dans certaines zones de publicité (ZP2a et c, ZP3a et b). Leur format est ajusté en fonction du contexte urbain. Le long des axes structurants, le format des enseignes sur clôture est limité à 2m<sup>2</sup>. Le même format est appliqué en ZP3a, les activités installées au sein des zones commerciales ayant principalement recours aux enseignes en façade et enseignes au sol. En revanche, au sein des zones d'activité à vocation artisanale ou industrielle, qui utilisent de façon plus fréquente ce type de dispositifs, le format des enseignes en clôture est porté à 4m<sup>2</sup>.

En cohérence avec les interdictions d'implantation d'enseignes, le règlement rappelle que l'implantation d'enseignes sur les clôtures végétales n'est pas permise.

### **La réglementation des enseignes en toiture**

Les enseignes en toiture sont interdites dans l'ensemble des zones de publicité à l'exception de la ZP2b, de la ZP3a et de la ZP3b. En effet, les enseignes en toiture sont plus adaptées aux enjeux de visibilité économique de ces zones et portent moins d'impact sur le cadre de vie dans ces secteurs. En ZP2b elles permettent une visibilité de longue portée pour les activités implantées à leurs abords et sont principalement visibles depuis les axes, elles ne concernent que peu le cadre de vie sur le territoire.

En dehors de ces zones, soit l'impact de ce type d'enseigne est trop important sur le paysage urbain (ZP0, ZP1, ZP2) soit aucun besoin d'implantation d'enseigne en toiture n'a été relevé (ZP3c).

### **La protection des éléments de patrimoine identifiés au PLUi**

Une exigence accrue est attendue pour les enseignes installées dans ou sur des éléments patrimoniaux, qui doivent être réalisés en harmonie avec la qualité architecturale, urbaine et paysagère du bâtiment ou du site. Pour cela, le RLPi encadre la réalisation des enseignes bandeau sur la façade en lettres découpées ou peintes.

### **Enseignes à caractère artistique**

Selon la même logique que pour les « publicités peintes à la main », Le RLPi prévoit une dérogation aux dispositions qu'il définit pour les enseignes à caractère artistique ou créatif et ne les soumet qu'à la réglementation nationale. Cette dérogation ne peut toutefois être accordée qu'en cas de réelle plus-value visuelle démontrée par le porteur de projet et sans dégradation architecturale et paysagère.

### **Enseignes temporaires**

Au regard du caractère provisoire de ces dispositifs, des difficultés de contrôle et en cohérence avec le traitement des pré-enseignes temporaires, le choix a été fait de ne pas introduire de règle supplémentaire pour l'encadrement des enseignes temporaires. Celles-ci sont donc uniquement soumises aux dispositions nationales.

#### 4.4 Règlementation des dispositifs lumineux et numériques en vitrine

La nécessité d'encadrement des dispositifs lumineux et numériques s'est exprimée de nombreuses fois au cours de l'élaboration du projet de RLPi, y compris en amont de l'entrée en vigueur de la loi Climat et Résilience le 22 août 2021.

L'EPT de Plaine Commune a donc choisi de s'emparer de la possibilité nouvelle de réglementer les dispositifs d'affichage lumineux et numériques installés en vitrine ou à l'intérieur des baies d'un local à usage commercial. La promulgation de la loi Climat et Résilience au mois d'août 2021 a laissé en effet suffisamment de marge pour inclure cette dimension au projet de RLPi, notamment en permettant d'inclure la présentation de cette réglementation lors des réunions de concertation avec les acteurs concernés (entreprises de publicité, services commerces des villes et représentants des commerçants et associations environnementales), organisées au mois de décembre 2021 et lors des réunions publiques des mois de février et mars 2022.

Le territoire ayant une ambition forte d'encadrer la montée en puissance des dispositifs numériques, la volonté d'un encadrement strict de cette technologie se retrouve traduite à la fois dans la délibération de prescription d'élaboration du RLPi, ainsi que dans les orientations transversales. La réglementation des dispositifs lumineux ou numériques en vitrine commerciale peut se rattacher facilement à ces objectifs :

- **L'objectif de la délibération** de prescription de l'élaboration du RLPi : « *Encadrer l'usage des nouvelles technologies, notamment la publicité numérique et lumineuse, en limitant la pollution visuelle* » ;
- **L'orientation transversale** « *L'encadrement des dispositifs publicitaires et des enseignes numériques sources de consommation énergétique, de pollution lumineuse et de dangerosité pour la circulation* »

Le RLPi encadre l'extinction nocturne de l'affichage lumineux et numérique en vitrine, en la soumettant à la réglementation prévue pour l'ensemble des autres dispositifs lumineux et numériques. L'extinction nocturne des dispositifs lumineux et numériques à l'intérieur des vitrines commerciales permet d'éviter une source de pollution lumineuse inutile pendant la période de fermeture du commerce.

En termes de format, le règlement encadre la surface cumulée de l'affichage lumineux et numérique en vitrine de manière mesurée et adaptée, en fonction des zones de publicité. L'objectif étant d'éviter une surcharge de la devanture commerciale par une occupation prépondérante d'un affichage potentiellement publicitaire, en défaveur de la qualité de traitement de la devanture et donc de l'attractivité du commerce.

