



REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

RAPPORT DE PRÉSENTATION

Cadre&Cité

Palaiseau 

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
CHAPITRE 1 LES OBJECTIFS DU RLP DE PALAISEAU	4
CHAPITRE 2 LE CONTEXTE	6
2.1. Localisation et topographie de la commune	7
CHAPITRE 3 LES SECTEURS A ENJEUX	10
CHAPITRE 4 PROCEDURE DE REVISION DU REGLEMENT DE PUBLICITE.....	19
4.1. Les principales étapes de la procédure	20
4.2. Les éléments constitutifs du RLP	22
4.3. Les dispositifs visés	23
4.4. Les limites d'agglomération	29
CHAPITRE 5 : LE DIAGNOSTIC	31
5.1. Méthode de recensement	32
5.1.1. Publicité (hors mobilier urbain)	33
5.1.2. Enseignes	34
5.2. Les chiffres clef de la publicité	35
5.3. Règles du RNP applicables sur le territoire de Palaiseau	41
5.3.1. La situation de la publicité au regard du RNP	43
5.3.2. La situation des enseignes au regard du RNP	44
5.4 Les dispositions du règlement local de publicité du 13 juillet 2000	45
5.4.1. La situation de la publicité au regard du RLP du 13 juillet 2000	49
5.4.2. La situation des enseignes au regard de RLP du 13 juillet 2000	51
5.5. Les autres constats en matière de publicité	53
5.6. Les autres constats en matière d'enseignes	54
CHAPITRE 6 PRECONISATIONS	56
CHAPITRE 7 EXPLICATION DES CHOIX	58

INTRODUCTION

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a procédé à une refonte du droit de la publicité extérieure dont la portée se mesure notamment à l'occasion de l'institution par les communes ou leurs groupements d'un règlement local de publicité (RLP).

Ce document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, lorsqu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, a pour but, dans un objectif de protection du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale de la publicité (RNP) aux caractéristiques des territoires en permettant l'institution de règles plus restrictives que celles issues du RNP.

Aujourd'hui, ce sont les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) qui disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLPi). A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document. La ville de Palaiseau est compétente pour élaborer un RLP puisqu'elle appartient à la communauté d'agglomération de Paris-Saclay ne détenant pas la compétence en matière de PLU.

L'obsolescence du règlement datant de juin 2000 ainsi que les évolutions tant législatives et réglementaires, qu'urbanistiques, commerciales et démographiques de la commune, ont conduit son conseil municipal à prescrire, par délibération en date du 21 septembre 2015, la révision de sa réglementation.

Le décret d'application de la loi 12 juillet 2010, en date du 30 janvier 2012, prévoit qu'un RLP est constitué au moins par :

- un rapport de présentation ;
- un règlement et ses documents graphiques ;
- des annexes (arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération, document graphique portant sur les limites d'agglomération).

Il est précisé que le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic qui définit les orientations et objectifs de la commune. Prenant en compte les secteurs à forts enjeux environnementaux, architecturaux ou paysagers et l'harmonisation sur le territoire, il explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.





PARTIE 1
LES OBJECTIFS
DU RLP DE
PALAISEAU

Par délibération en date du 21 septembre 2015, la commune a donc prescrit la révision de son règlement local de publicité (RLP) de juin 2000 afin de l'actualiser.

Au cours de cette délibération, les objectifs suivants ont été fixés :

- Intégrer le contexte réglementaire qui a profondément évolué depuis la loi ENE de 2010 et ses décrets d'application, et l'adapter au contexte local ;
- Définir un cadre réglementaire adapté aux différentes configurations locales qui prennent en compte à la fois le besoin de visibilité des activités économiques – notamment pour le tissu commercial du centre-ville – tout en préservant les logiques paysagères et patrimoniales à l'échelle du territoire ;
- Favoriser dans les opérations neuves des dispositifs qui s'intègrent parfaitement dans l'architecture.

PARTIE 2

LE CONTEXTE

2.1. Localisation et topographie de la commune

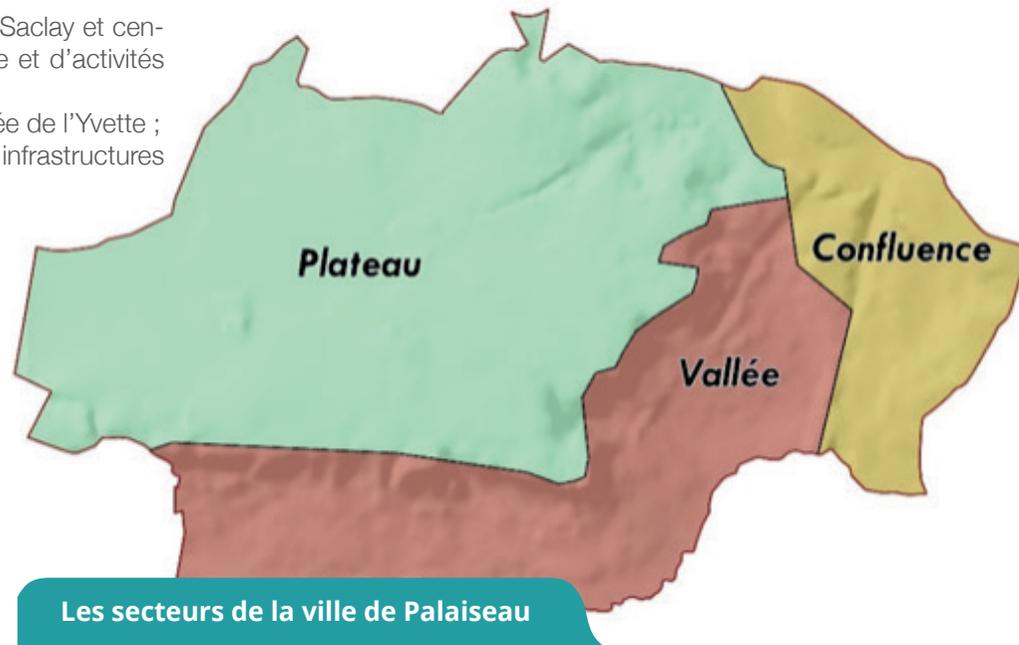
Située à 18 kilomètres au sud-ouest de Paris, la commune de Palaiseau est la sous-préfecture du département de l'Essonne.

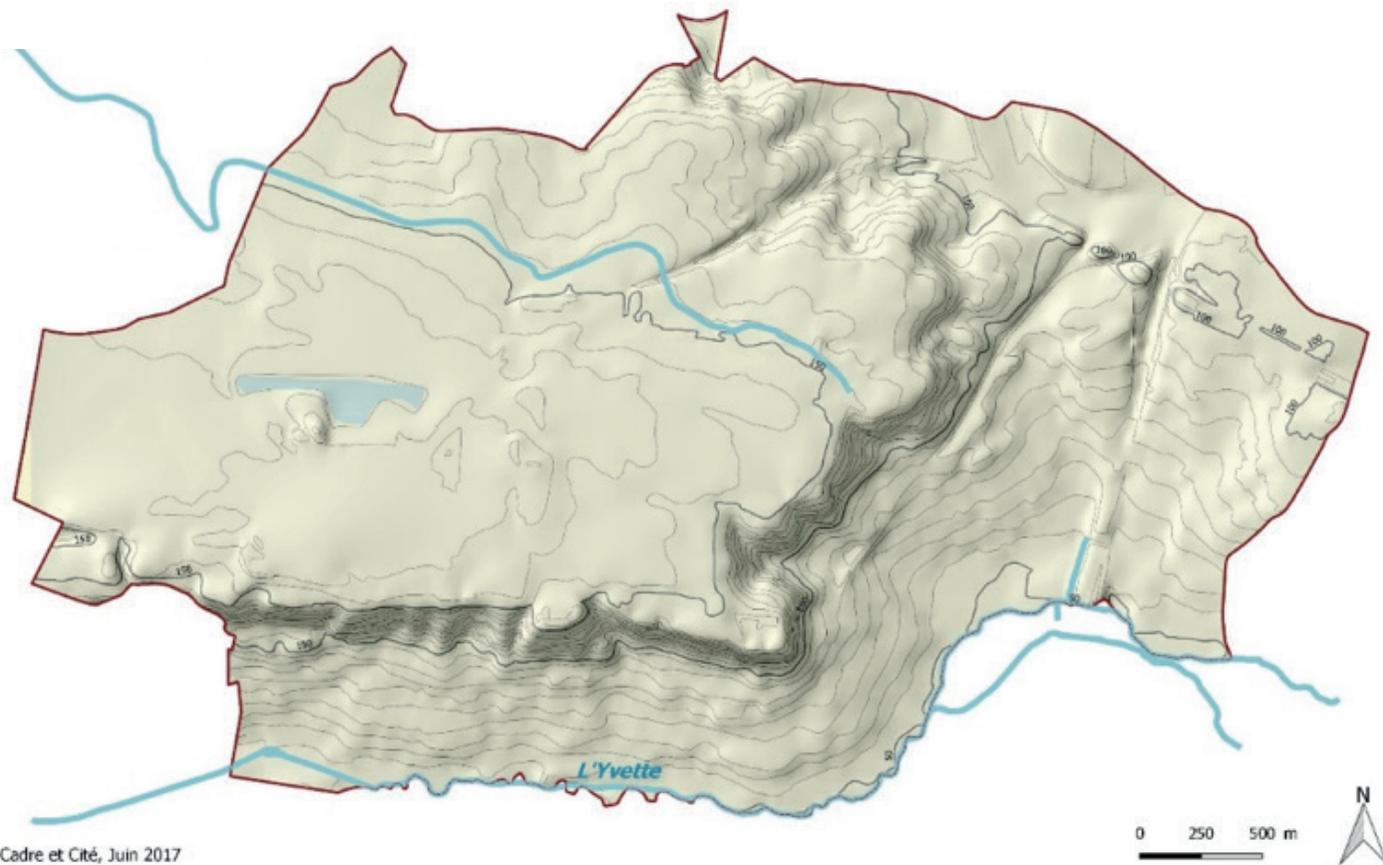


Le territoire bénéficie d'une occupation du sol très diversifiée menant à des unités paysagères marquées. On peut y distinguer trois grands ensembles appelés « secteurs » qui possèdent leurs propres caractéristiques :

- Le secteur Plateau se trouve sur le plateau de Saclay et centralise le développement d'un pôle de recherche et d'activités scientifiques ;
- Le secteur Vallée englobe les coteaux et la vallée de l'Yvette ;
- Le secteur Confluence accueille les grandes infrastructures autoroutières et ferrées.

De plus, la commune s'est développée sur un site au relief important dont l'altitude varie de 157 m sur le plateau à 49 m sur les bords de l'Yvette au sud du territoire.





Cadre et Cité, Juin 2017

Carte de la topographie de la commune de Palaiseau

PARTIE 3 LES SECTEURS A ENJEUX

Le porter-à-connaissance de l'État du 22 décembre 2015 informe la commune de l'ensemble des dispositions particulières liées au territoire concerné et qui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement.

Une analyse du territoire doit prendre en compte l'impact des dispositifs sur les paysages.

Le diagnostic doit repérer les points où la concentration des dispositifs est dommageable à la qualité de l'environnement bâti.

Les entrées de ville

Plusieurs grands axes routiers parcourent le territoire et permettent d'entrer dans la commune :

- L'autoroute A10 à l'est ;
- L'autoroute A126 au nord-est ;
- La départementale 36 (D36) traverse la commune d'est en ouest ;
- La D117 à l'est ;
- La D988 au sud
- La D444 au nord.

La ville de Palaiseau est aussi desservie par le RER reliant directement la capitale et dispose de 3 gares :

- La gare de Palaiseau située dans le centre ancien ;
- La gare de Lozère située dans le quartier de Lozère ;
- La gare de Palaiseau Villebon située à l'extrémité sud du centre-ville.

Ces secteurs présentent un intérêt particulier pour les problématiques de protection du paysage des entrées de villes.

L'enjeu : L'abord des autoroutes est interdit à la publicité. En revanche, les entrées routières de la commune, où la circulation automobile est intense, représentent des cibles de choix pour l'installation de dispositifs publicitaires. Sur ces lieux majoritairement résidentiels et qui constituent la première image de la ville, la publicité doit être maîtrisée.



Gare de Lozère



Avenue de Stalingrad

Le centre ancien

Au 19^{ème} siècle, la ville de Palaiseau, dont l'activité principale était la culture maraîchère, s'est construite autour d'une rue principale ; on parle alors de village rue. Cette organisation persiste aujourd'hui le long de la rue de Paris, donnant un ensemble de bâtiments en alignement qui forme un front bâti ponctué par des rues, passages, porches ou des cours accessibles directement depuis la rue. Outre le bâti typiquement rural, la rue de Paris abrite aussi quelques bâtiments plus singuliers. Il s'agit notamment du Pavillon Bontemps (17^{ème} siècle), de la maison dite d'Amable Tastu (18^{ème} siècle), ou encore de l'ancien Hôtel Tronchet, actuelle mairie qui date de la fin du 18^{ème} siècle.

L'enjeu : A quelques kilomètres de la capitale, Palaiseau jouit de l'immense chance de présenter un vaste centre-ville au bâti homogène, paisible, animé par le commerce de proximité. La publicité doit s'y exprimer sous une forme très discrète et les enseignes doivent contribuer à la mise en valeur de l'architecture et les perspectives.



Vues de la rue de Paris

Les quartiers récents

Trois sites sont spécifiquement dédiés aux activités économiques sur le plateau, mais ils accueillent également des logements familiaux et étudiants, des équipements publics, des services et commerces :

- La ZAC Polytechnique ;
- La grande école d'ingénieurs généraliste, l'ENTSA ParisTech ;
- Le centre de recherches aérospatiales, l'ONERA.

Le Plateau a fait l'objet d'une importante opération d'aménagement dans le cadre du développement du pôle technologique Paris-Saclay

Les quartiers récents (Camille Claudel, Mesure, gare militaire, Allende) marquent le renouveau de Palaiseau.



L'enjeu : les quartiers nouveaux, exemple d'architecture contemporaine réussie, doivent conserver leur unité et être rigoureusement préservés des excès de la publicité ; les enseignes doivent contribuer à la mise en valeur de cette architecture contemporaine.

Les grandes zones d'activités économiques

Deux zones d'activités sont situées au niveau de la Confluence :

- La zone d'activité Emile Baudot, en continuité sur la commune de Massy ;
- L'ensemble composé de la zone d'activités Glaises et du Parc Gutenberg, au sud-est du territoire, au contact direct de Champplan et Villebon 2.



L'enjeu : Bordées de bâtiments de type industriel, les larges voies des zones d'activités peuvent accueillir les dispositifs publicitaires de grand format, sous réserve de leur espacement.

Les Monuments historiques

L'église Saint-Martin est le seul monument historique de la ville de Palaiseau. Le bâtiment fût classé en 1930. Au 12ème siècle, il représentait le cœur du centre bourg avec le château de Palaiseau, qui a aujourd'hui disparu.



L'enjeu : les perspectives sur l'église et son périmètre, témoignages de l'histoire de la ville, ne doivent pas être altérées par les publicités et les enseignes.

Protections naturelles

L'Inventaire National du Patrimoine Naturel (INPN) ne fait état d'aucune protection particulière (pas de zone Natura 2000, pas de ZNIEFF, pas d'espèces protégées).

Cependant, d'autres titres de protections existent :

- La zone de protection naturelle et forestière (ZPNAF) du plateau de Saclay (ZPNAF) : dans le cadre de l'OIN (Opération d'Intérêt National), la ZPNAF a été mise en place dans le but de rendre non urbanisables les espaces naturels et agricoles qui y sont intégrés.
- L'Espace Naturelle Sensible (ENS) : mis en place par le Conseil départemental de l'Essonne dans l'objectif de « préserver la qualité des sites, des paysages, des milieux naturels et d'assurer la sauvegarde des habitats naturels, des champs naturels d'expansion des crues ».

Les autres quartiers résidentiels

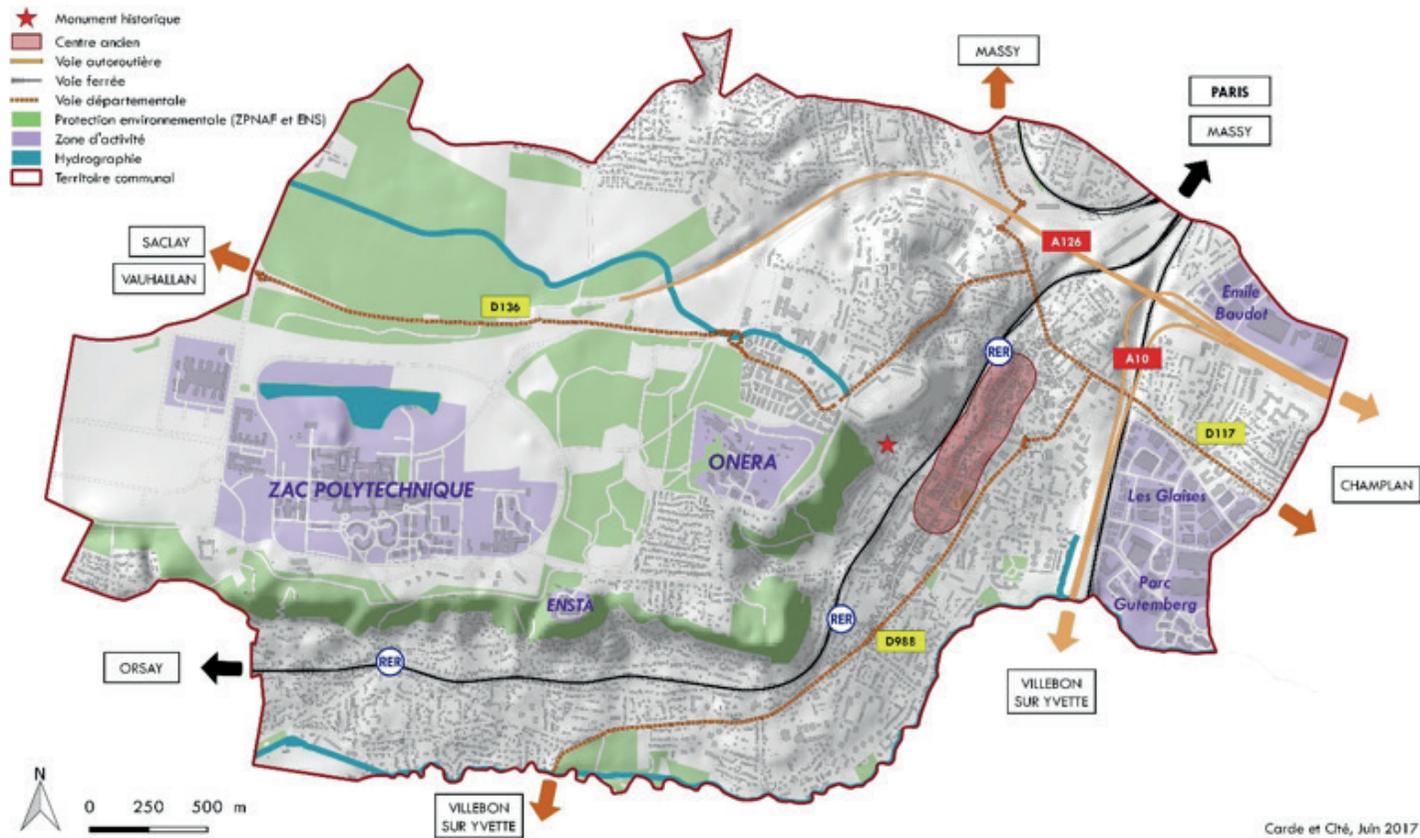
Dès la première moitié du 20^{ème} siècle, d'importants lotissements pavillonnaires se développent (Pileu, Lozère, années 1920-1930). Ils accueillent des ouvriers qui construisent d'abord des cabanons, puis des résidences fixes. La ville se développe de manière plus accentuée après la seconde guerre : l'habitat pavillonnaire et surtout collectif (Parc d'Ardenay, domaine de la Butte de la Reine, Fourcherolles...) modernise la ville, qui s'affirme comme le pôle principal du nord-ouest essonnien.

De nos jours, une partie importante des espaces urbanisés de la commune est occupée par l'habitat individuel et les quartiers présentent une densité moyenne, et une valeur paysagère certaine, qui contribue au bien-être palaisien.

L'enjeu : l'agréable caractère résidentiel de ces quartiers doit être préservé, en limitant fortement l'implantation des dispositifs de publicité extérieure.



ZONES D'ENJEU POUR LA PUBLICITE EXTERIEURE



Carte des zones d'enjeu pour la réglementation de la publicité

PARTIE 4
PROCEDURE DE
REVISION DU
REGLEMENT DE
PUBLICITE

4.1. Les principales étapes de la procédure

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur celle du PLU. Comme il a été indiqué, la commune de Palaiseau étant compétente en matière de PLU, elle l'est donc en matière de RLP. La procédure de révision de son règlement de publicité est placée sous l'autorité du maire.

La délibération prescrivant la révision du règlement de publicité du 21 septembre 2015 a défini les modalités de la concertation qui aura lieu pendant toutes les étapes de la révision du RLP (Art. L.123-6 du code de l'urbanisme). Celles-ci devront revêtir la forme suivante :

- Mise à disposition d'un registre en mairie ainsi que d'un dossier alimenté régulièrement pendant la procédure ;
- Information régulière dans le journal municipal et sur le site internet de la ville ;
- Organisation d'au moins une réunion publique.

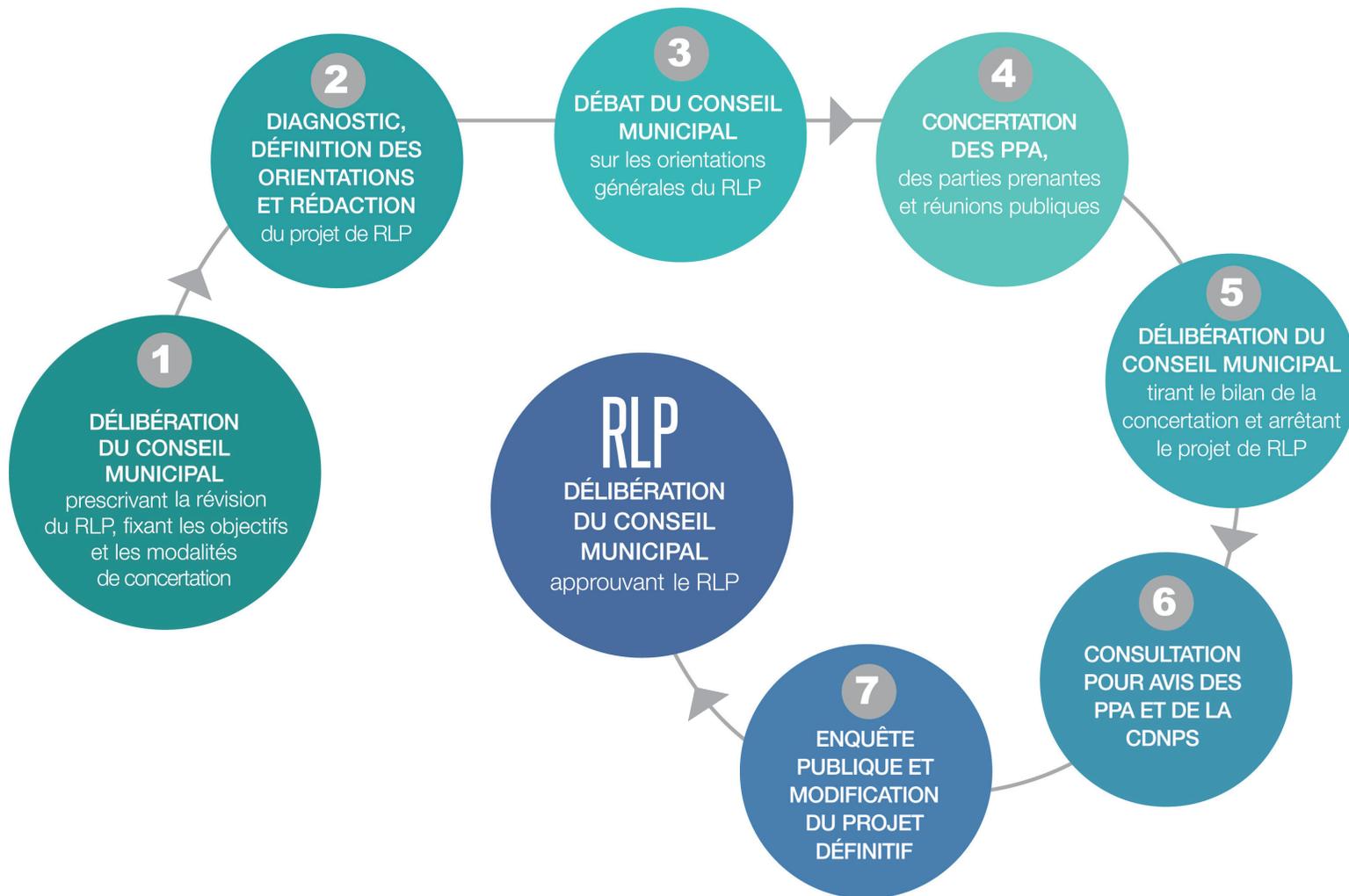
Cette délibération est notifiée aux personnes publiques associées (PPA). Le préfet transmet à la collectivité le porter-à-connaissance qui synthétise les recommandations de l'état pour le projet.

Durant la procédure de révision du règlement, un débat sur les orientations devra être organisé deux mois au moins avant son arrêt. Lors de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation sera établi. Le projet sera ensuite soumis pour avis aux PPA ainsi qu'à la commission départementale nature, paysage et site (CDNPS). A la suite de quoi, le projet, objet d'une enquête publique et éventuellement de modifications mineures pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, sera définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, il entrera en vigueur. Le RLP sera d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront, ou qui seront modifiées, postérieurement à cette entrée en vigueur. Cependant, il ne sera exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son entrée en vigueur que deux ans plus tard (art. R.581-88 du code de l'environnement) et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du code de l'environnement).

Les dispositifs non-conformes au RNP ou au RLP actuel ne disposent d'aucun délai.

La procédure de révision du RLP - identique à la procédure d'élaboration -est résumée dans le schéma ci-dessous :



4.2. Les éléments constitutifs du RLP

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que des schémas explicatifs, un lexique, etc.

1 Le rapport de présentation

s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure, à savoir la publicité, les préenseignes et les enseignes sur le territoire, en mesurant son impact sur le cadre de vie et en analysant sa conformité au RNP et au RLP. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport définit les orientations et objectifs en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il présente les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié.

2 La partie réglementaire

comprend les prescriptions applicables sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables à la commune.

3 Les annexes

sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres (secteurs hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation, art. L.581-7 du code de l'environnement) identifiés dans le rapport de présentation et le règlement. A ceci s'ajoute l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le document graphique les matérialisant.

4.3. Les dispositifs visés

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, la structure en elle-même constitue une publicité.

Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut donc générale. Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, sur bâches, publicité apposée sur du mobilier urbain) ;
- leur taille ;
- leur caractère lumineux ou non.





Affichage sauvage



Publicité de petit format



Publicité scellée au sol



Affichage libre

Ces différents types de publicité font l'objet de régimes spécifiques fixés par le RNP.



Publicité sur mobilier urbain (planimètre)



Publicité sur mobilier urbain (abri-voyageur)



Publicité sur mobilier urbain (kiosque)



Publicité numérique (illustration prise sur une autre commune que Palaiseau)



Publicité sur bâche (illustration prise sur une autre commune que Palaiseau)

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581 -3 du code de l'environnement).



Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 du code de l'environnement). Préenseignes et enseignes présentent de grandes similitudes en ce qu'elles ont pour objet de signaler une activité. Mais elles se distinguent par le fait que l'enseigne est implantée sur le lieu même de l'activité signalée, alors que la préenseigne est localisée plus loin, sur une autre unité foncière, et informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19 du code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier.

Toutefois, parmi les préenseignes, existent des préenseignes dites « dérogatoires » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération. Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent indiquer que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.

Toutes les préenseignes situées hors agglomération signalant d'autres activités sont illégales depuis le 13 juillet 2015.



Préenseignes



Les dispositifs ne relevant pas du RNP

D'autres formes de publicité extérieure ne sont pas visées par le RNP et ne peuvent donc être réglementées par un RLP.

La publicité apposée sur les véhicules de transport en commun, les taxis, à l'intérieur des galeries marchandes n'entre pas dans le champ du code de l'environnement.

La signalisation d'intérêt local (SIL), même si son aspect peut l'assimiler à certaines préenseignes, relève du code de la route.



La micro-signalétique



Le journal électronique d'information

4.4. Les limites d'agglomération

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'importance de ce point est renforcée par l'obligation d'annexer au futur RLP, l'arrêté municipal fixant les dites limites ainsi que le document graphique afférent.

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du code de la route qui prévoit qu'il s'agit du secteur où sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et signalés par des panneaux d'entrée et de sortie (EB-10/EB-20).

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, il convient de vérifier que les panneaux sont correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce, afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

-  Territoire aggloméré
-  Territoire communal



Cadre et Cité, Septembre 2017

Cartographie du territoire aggloméré de Palaiseau

PARTIE 5

LE DIAGNOSTIC

Le diagnostic a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Cette analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP et du RLP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

5.1. Méthode de recensement

5.1.1. Publicité

Pour définir la réglementation la plus appropriée à son territoire, l'ensemble de l'agglomération a été analysé. Un recensement exhaustif de la publicité de surface supérieure à 1,5 m², hors mobilier urbain a été réalisé en février 2017, recueillant sur le terrain toutes les caractéristiques de l'affichage publicitaire. Une base de données SIG a été constituée sur la base des relevés terrain, permettant d'établir une cartographie de répartition des dispositifs recensés. Pour chaque dispositif, les données sont présentées sous forme d'une fiche détaillée reprenant tous les éléments nécessaires à son suivi :

- nature du dispositif ;
- nom de l'exploitant ou du bénéficiaire ;
- adresse du dispositif et adresse de facturation ;
- photo(s) ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- situation légale (ou non) au regard du RLP et/ou du RNP.

15/06/2017



PALAISEAU

 91120

Numéro du panneau : <input type="text" value="1"/>	Date de déclaration préalable : <input type="text"/>
	Date d'installation : <input type="text"/>
	Date de retrait : <input type="text"/>
Adresse : <input type="text"/>	
Code postal : <input type="text"/>	Ville : <input type="text" value="PALAISEAU"/>
Société : <input type="text" value="AVENIR"/>	
Adresse locale de la société : <input type="text"/>	
Propriété : <input type="text" value="Privée"/>	Format : <input type="text" value="12"/>
Support : <input type="text"/>	Autre format : <input type="text" value="0.00"/>
Soellé : <input type="text" value="Simple face"/>	Mécanique du panneau : <input type="text" value="Fixe"/>
Pied : <input type="text" value="Bipied"/>	Eclairage : <input type="text" value="Non"/>
Mobilier Urbain : <input type="text"/>	
Autre mobilier : <input type="text"/>	
Légalité : <input type="text" value="0"/>	
Illégalité : <input type="text" value="Activité non autorisée"/>	
Autre infraction : <input type="text"/>	
Commentaire : <input type="text"/>	
Code attribué par la société exploitante : <input type="text"/>	
Latitude : <input type="text" value="0"/>	Longitude : <input type="text" value="0"/>



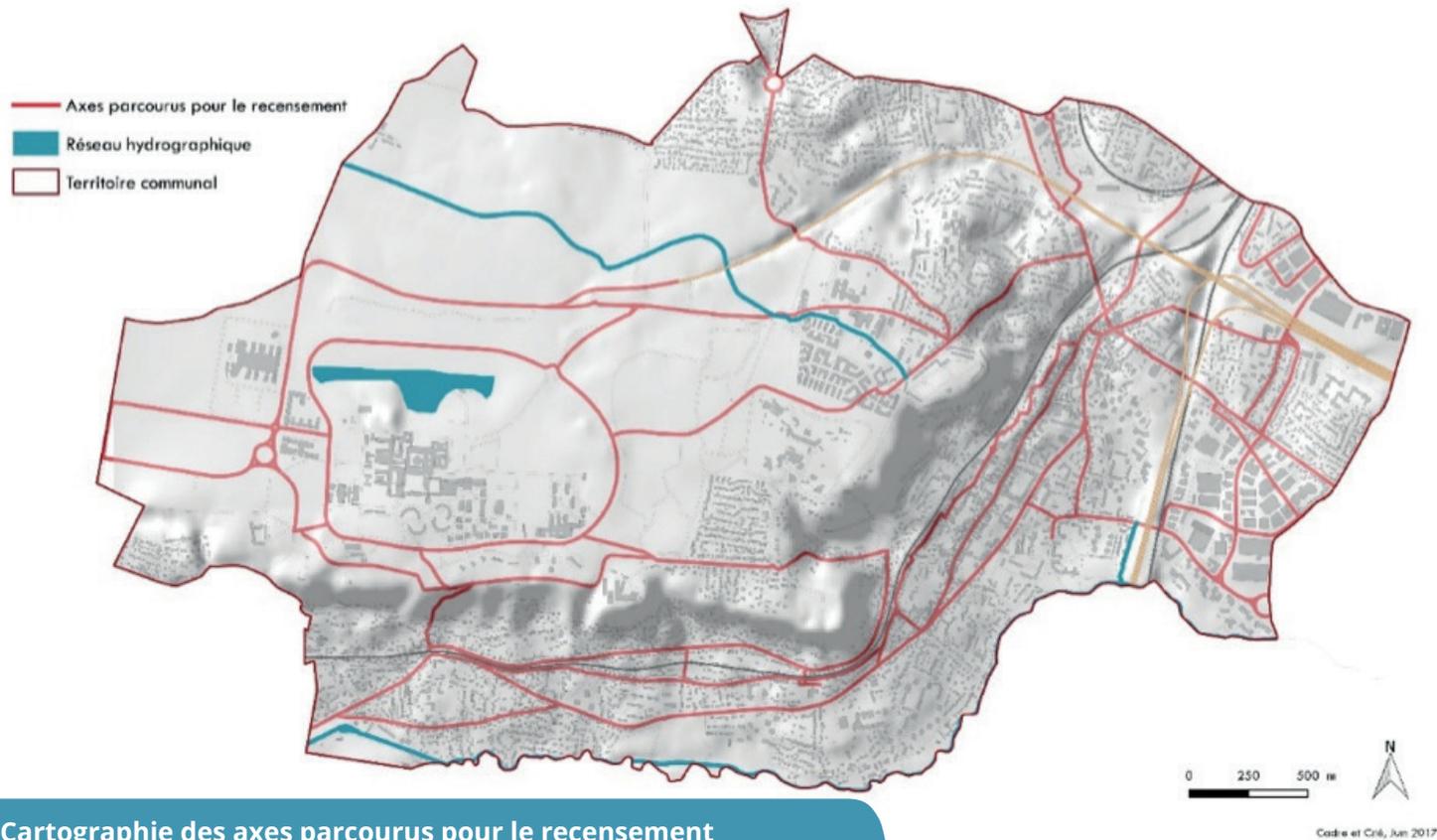
Date de création de la fiche panneau :
Date de modification de la fiche panneau :

Nombre de fiches : 1 / 11

Exemple de fiche publicité

La carte ci-dessous présente les axes qui ont été parcourus pour le recensement de la publicité.

AXES PARCOURUS POUR LE RECENSEMENT



Cartographie des axes parcourus pour le recensement

5.1.2. Enseignes

A la demande de la ville, un relevé exhaustif de l'ensemble des enseignes du territoire a été réalisé. Un total de 1719 enseignes appartenant à 332 entreprises a été recensé. Il est noter que certaines entreprises ne possèdent pas d enseigne. L'ensemble des données obtenues a été centralisé sur des fiches reprenant plusieurs caractéristiques telles que :

- le nom de l'entreprise ;
- l'adresse ;
- le nombre d'enseignes ;
- la surface totale des enseignes ;
- la nature de l'enseigne (à plat, perpendiculaire, en toiture, scellée au sol, chevalet) ;
- la présence d'éclairage ;
- la légalité.

Gépano
PALAISEAU
91120

14/06/2017

Numéro de l'enseigne : Date d'installation : Date de retrait :

Adresse locale :
Code postal : Ville :
Entreprise exploitante :

Nom entreprise facturée :
Adresse de facturation :
Adresse 2 de facturation :
Code postal : Ville :

Nature : Exonération :
Hauteur : Largeur :
Surface en M² :
Eclairage :

Légalité :
Illégalité :
Autre infraction :

Commentaire :
Latitude : Longitude :



Date de création de la fiche enseigne : Date de modification de la fiche enseigne :

Nombre de fiches : 1

1/1

Exemple de fiche enseignes

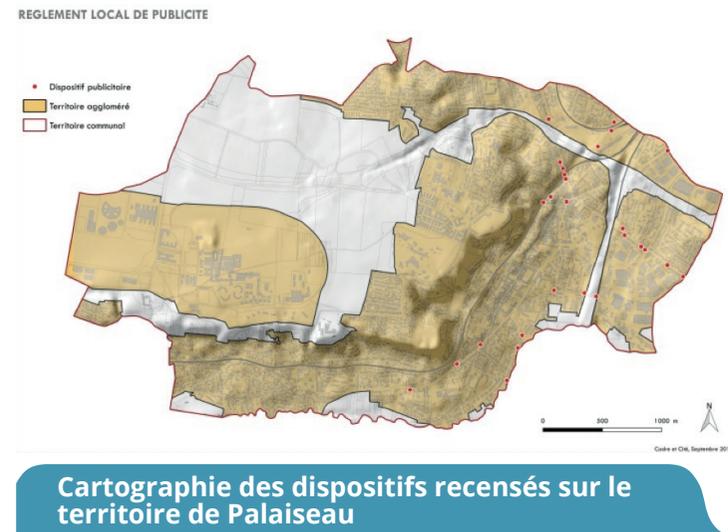
5.2. Les chiffres clef de la publicité

La totalité du mobilier urbain recensé s'élève à 52 dispositifs. On y différencie les abris voyageurs au nombre de 30 et les planimètres (mobilier de 2 m²) au nombre de 22.

Le recensement des publicités et préenseignes de plus de 1,5 m² (hors mobilier urbain) a été réalisé le 28 février 2017 et le mobilier urbain publicitaire n'a pas été pris en compte.

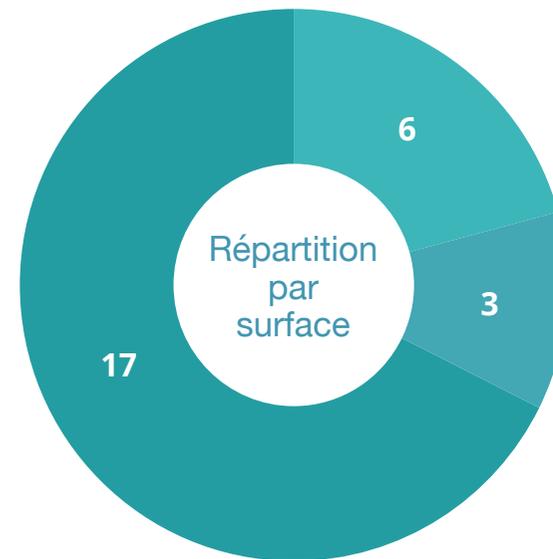
Le nombre de dispositifs relevés s'élève à **26**.

Nota : Certains dispositifs présentent deux faces dos à dos.



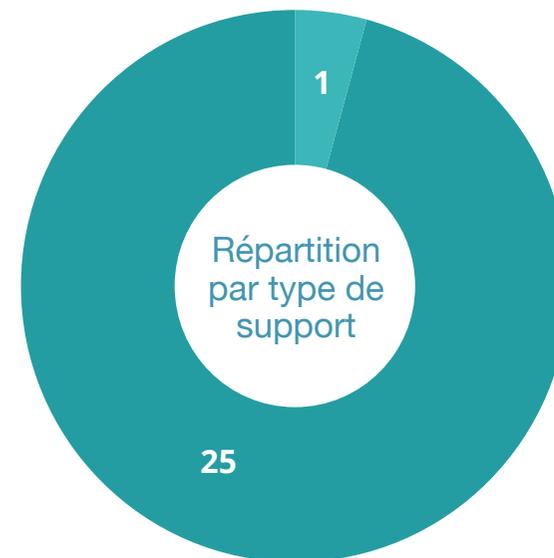
La répartition selon la surface des dispositifs est la suivante

Format	< 8 m ²	8 m ²	12 m ²
Nombre	6	3	17
Pourcentage	23 %	12 %	65 %



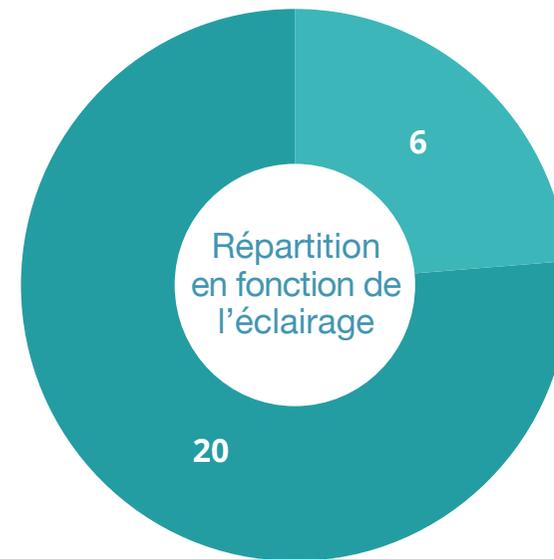
La répartition par type de support est la suivante

Support	Mural	Scellé au sol
Nombre	1	25
Pourcentage	4 %	96 %



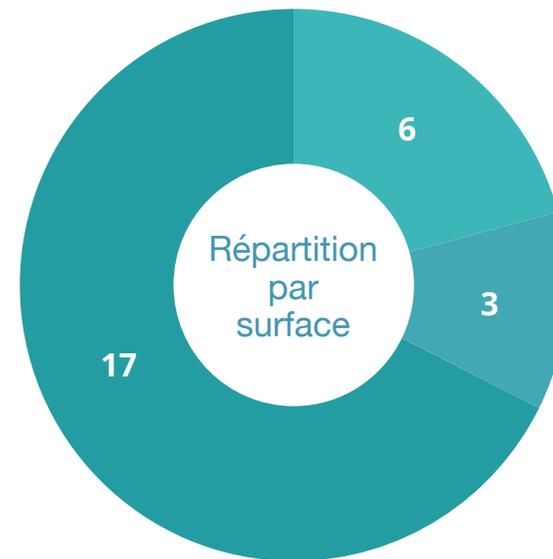
La répartition en fonction de l'éclairage

Eclairage	Oui	Non
Nombre	6	20
Pourcentage	20 %	80 %



La répartition selon la surface des dispositifs est la suivante

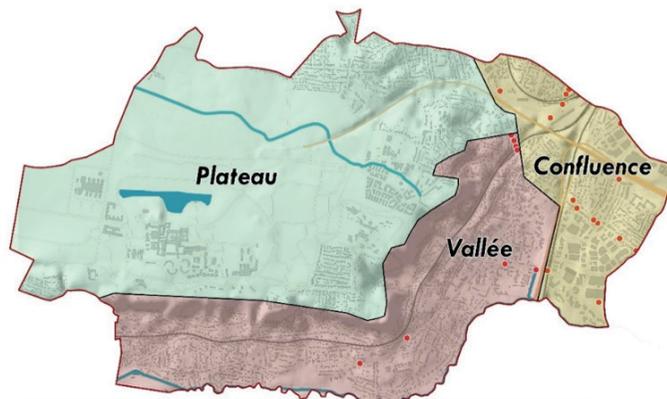
Format	< 8 m ²	8 m ²	12 m ²
Nombre	6	3	17
Pourcentage	23 %	12 %	65 %



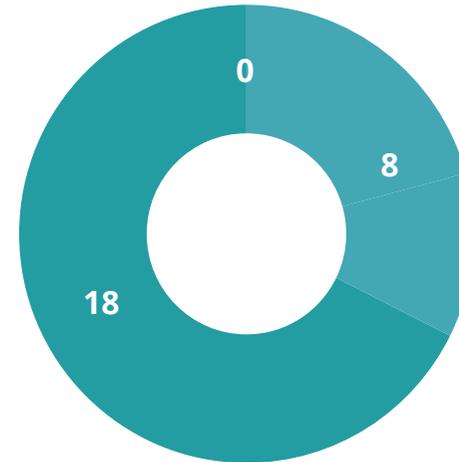
La répartition selon la localisation

Après l'analyse de la localisation de l'ensemble des dispositifs publicitaires recensés, une certaine concentration de ces derniers a pu être observée. En effet, la quasi-totalité des panneaux se trouvent dans le secteur de la « confluence » à l'est de la commune. Celui-ci est marqué par la présence de plusieurs grandes zones d'activités (Emile Baudot, les Glaises, le Parc Gutenberg) et aussi par un trafic routier important.

D'autre part, la présence de dispositifs publicitaires dans cette zone est avant tout conditionnée par le RLP actuel.



Localisation des dispositifs publicitaires en fonction des grands secteurs



Répartition des dispositifs publicitaires en fonction des secteurs

Secteur	Le Plateau	La Vallée	La Confluence
Nombre	0	8	18
Pourcentage	0 %	31 %	69 %

En synthèse, le nombre de dispositifs publicitaires est relativement faible. Le règlement local de 2000 (voir plus loin) et l'absence de grand centre commercial expliquent cette situation. Les panneaux publicitaires existants sont concentrés sur certains axes. Leur surface, encore majoritairement de 12 m², et leur implantation (scellés au sol) ne favorisent pas leur intégration dans le paysage.

5.3. Règles du RNP applicables sur le territoire de Palaiseau

La population de Palaiseau est de 33 318 habitants (source INSEE 2014 en vigueur au 01/01/2017).

La ville de Palaiseau fait partie de l'unité urbaine du Grand Paris dont la population s'élève à plus de 800 000 habitants (INSEE).

En matière de publicité

La population étant supérieure à 10 000 habitants, la publicité est, de fait, admise dans les conditions les plus permissives de la réglementation nationale :

- surface limitée à 12 m² ;
- dispositifs scellés au sol admis ;
- publicité sur bâches publicitaires ou de chantier admise ;
- publicité numérique autorisée.

De plus, l'appartenance à l'unité urbaine du Grand Paris donne au RLP le droit de fixer les horaires d'extinction des publicités lumineuses.

En matière d'enseignes

Tous les types d'enseigne peuvent être installés sous réserve de respecter les limites fixées par le RNP.

Ainsi, les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées, ne pas dépasser 3 m de haut ni une superficie maximale de 60 m².

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires à la façade qui les supportent ne doivent pas dépasser une superficie cumulée supérieure à 15 % de la superficie de ladite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50 m² ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m².

Les enseignes scellées au sol ont une surface limitée à 12 m². Une seule est autorisée par voie bordant l'établissement.

Tableau synthétique des règles du RNP

Publicité	Support	Mural ou scellé au sol
	Surface	≤ à 12 m²
	Densité	Fonction du linéaire de l'unité foncière
	Numérique	≤ à 8 m²
	Bâches publicitaires ou de chantier	Admise
Enseigne	Support	Scellées au sol ≤ à 12 m²
	Surface sur façade	% de la surface de façade commerciale
	En toiture	Autorisées
	Numérique	Autorisées

5.3.1. La situation de la publicité au regard du RNP

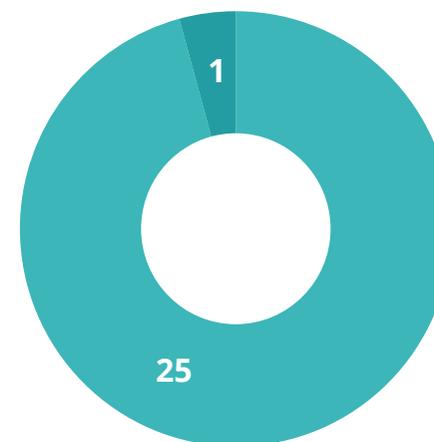
Les 26 dispositifs installés sont analysés au regard des prescriptions du RNP. Une seule infraction a été relevée. Il s'agit d'un panneau publicitaire installé sur les équipements publics de la circulation routière.



Le dispositif est illégal car il est apposé sur un équipement public concernant la circulation routière (Art. R. 581-22-1°).

Répartition de la légalité des dispositifs au regard du RNP

Support	Mural	Scellé au sol
Nombre	25	1
Pourcentage	96 %	4 %



5.3.2. La situation des enseignes au regard du RNP

De nombreuses enseignes sont en infraction avec le RNP : les motifs sont nombreux : dépassement du mur-support ou enseignes en toiture sur bandeau plein sont fréquents sur tout le territoire national. A Palaiseau, les anomalies constatées sont surtout liées à des enseignes en place depuis de nombreuses années.

Le décret du 30 janvier 2012 a considérablement durci les règles relatives aux enseignes : la limitation à 15 % ou 25 % de la façade (art. R-581-63 du code de l'environnement) touche de très nombreuses entreprises, habituées précédemment à utiliser une grande partie de leur façade pour y installer leurs enseignes. Pour ces nouvelles règles, le délai de mise en conformité est le 1^{er} juillet 2018.



Surface occupée supérieure à la règle de 25% pour les façades < à 50 m² (règle dont l'application doit être terminée le 1er juillet 2018)



Enseignes en toiture réalisées en lettres non découpées



Enseigne en façade dépassant les limites du mur

5.4. Les dispositions du règlement local de publicité du 13 juillet 2000

Disposition générale

Les supports devront présenter un aspect convenable et ne pas porter atteinte au paysage, ni nuire à l'environnement.

La publicité devra être tenue en parfait état d'entretien de manière à assurer la sécurité des personnes et à maintenir un environnement propre et esthétique.

Les zones de publicité restreinte

Le RLP a institué quatre zones de publicité restreinte (ZPR).

ZPR 1

La ZPR 1 comprend

- l'avenue des Alliés (de l'avenue de Stalingrad à la rue Paul Doumer comprise, de la rue Paul Doumer à la limite de la commune côté impair) ;
- l'avenue de Stalingrad ;
- l'avenue des Cosmonautes ;
- la rue Gutenberg ;
- la rue George Sand ;
- l'avenue du Général Leclerc (de la rue de Paris à la rue des Chandeliers).

ZPR 2

La ZPR 2 comprend :

- l'avenue des Alliés côté pair (de la rue Paul Doumer non comprise à la limite de la commune) ;
- le boulevard de la Grande Ceinture (du pont RER à la limite de la commune vers Massy).

ZPR 3

La ZPR 3 comprend :

- la rue Henri Barbusse ;
- la rue Emile Baudot ;
- la rue de la Croix Martre ;
- l'avenue Jean Jaurès ;
- l'avenue du Premier Mai ;
- la rue Benoît Frachon ;
- la rue Léon Blum ;
- la rue Ambroise Croizat ;
- L'allée des Garays ;
- La rue de la Fromenterie ;
- La rue Salvador Allende.

ZPR 4

La ZPR 4 comprend tous les autres secteurs.

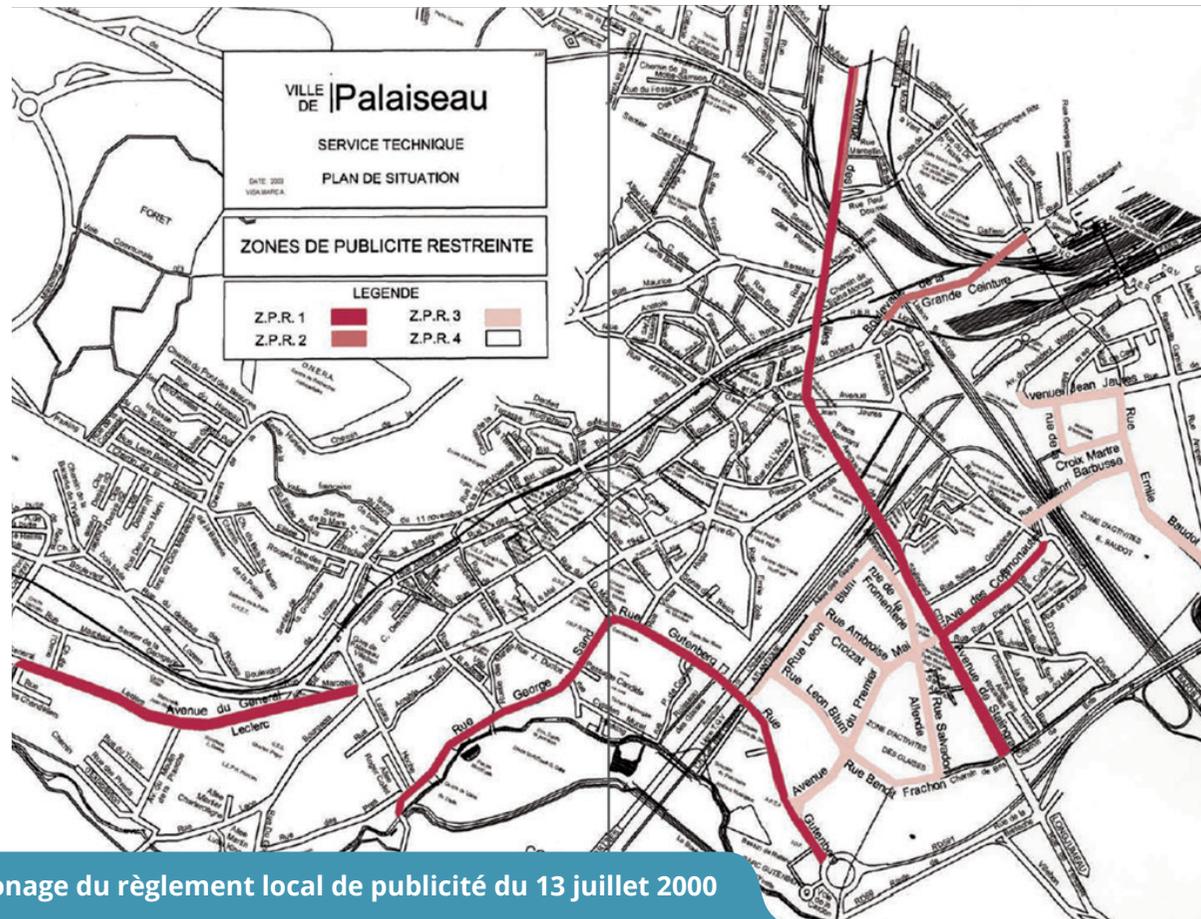
En matière de publicité, les règles sont les suivantes

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	
Sur clôtures pleines et aveugles (autres que murs)	Interdite	Interdite	12m ²	Interdite	
Mural	12m ²		Plusieurs		
Densité	1				Oui
Positionnement sur le mur	Oui				
Scellée au sol (si simple face dos habillé)	12m ²	12m ²	12m ²		
Densité	1 si linéaire > à 20 m	70 m entre deux	RNP		
Lumineuse	Interdite		12m ²		

En matière d'enseigne les règles sont les suivantes

	ZPR 1	ZPR 1	ZPR 1	ZPR 1
à plat	1 par devanture			
	Graphisme classique			
	Positionnement sur façade			
Perpendiculaire	1 par devanture			
	Saillie < à 0,80 m			
	Positionnement sur façade			
	Caissons lumineux et rampes incandescentes interdits			
	éclairage de préférence fixe			
En toiture ou terrasse	Interdite			
Scellée eu sol (si simple face dos habillé)	12 m ² , hauteur < à 6 m			Interdite
Densité	1 si linéaire > à 20m	70 m entre 2	RNP	

Le RLP de 2000 est extrêmement contraignant. En matière de publicité, seuls quelques axes autorisent leurs installations. En matière d'enseignes, le RLP impose des exigences très fortes. Pour exemple, seules une enseigne à plat et perpendiculaire sont autorisées par activité sur tout le territoire ou encore, les enseignes en toiture ou terrasse sont totalement interdites.



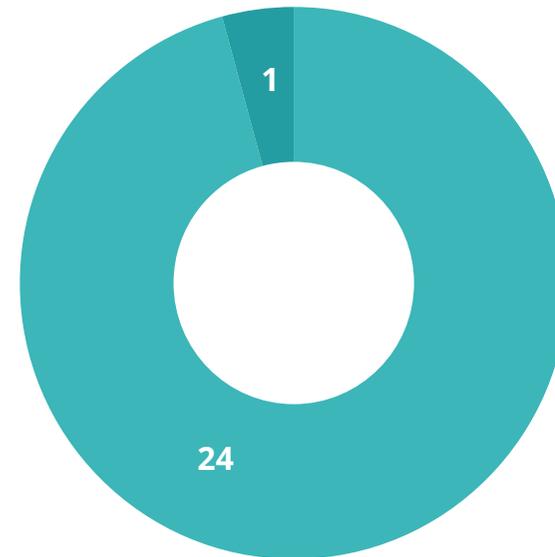
5.4.1. La situation de la publicité au regard du RLP du 13 juillet 2000

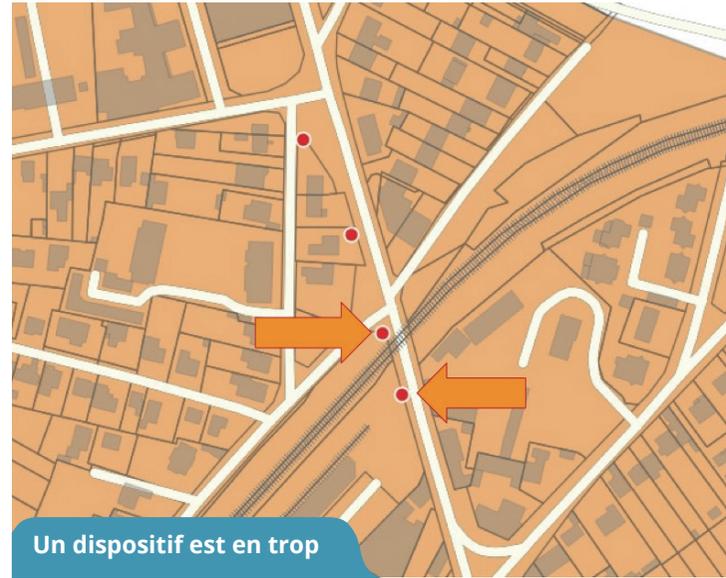
Sur 26 dispositifs, 1 est en infraction avec le RNP.

Les 25 dispositifs restant sont maintenant analysés au regard des prescriptions du RLP. Un dispositif est en infraction. Le linéaire étant supérieur à 20 mètres, un seul dispositif est autorisé.

Répartition de la légalité des dispositifs au regard du RLP

Légalité RNP	Légal	Illégal
Nombre	24	1
Pourcentage	96 %	4 %





5.4.2. La situation des enseignes au regard de RLP du 13 juillet 2000

Un grand nombre d'illégalités en matière d'enseignes a été relevé. L'intégralité des enseignes a fait l'objet de fiches détaillées (cf. article 5.1.2).

Exemples d'infraction :

- Présence de deux enseignes à plat, une seule est autorisée ;



- Les enseignes scellées au sol sont interdites en ZPR4 ;



- Présence de deux enseignes perpendiculaires, une seule est autorisée ;



- Les enseignes en toiture sont interdites.



5.5. Les autres constats en matière de publicité

Au-delà des infractions, peu nombreuses, au regard du RNP et du RLP, un certain nombre de dispositifs corrompent le paysage :

- dégradation des perspectives paysagères due à la présence d'un panneau de grand format dans l'alignement de platanes.



Avenue du Général Leclerc

- surfaces publicitaires trop importantes, disproportionnées vis-à-vis de l'environnement proche (arbres, habitat bas de type pavillonnaire)



D 117

- dispositifs trop proches des habitations, masquant leur visibilité et l'architecture du bâti



- matériel peu esthétique : panneau d'entrée de gamme, accessoires métalliques renvoyant un aspect peu qualitatif du secteur.



L'absence de panneaux numériques et de bâches publicitaires est à noter.

5.6. Les autres constats en matière d'enseignes

Sur un plan esthétique, la vision du paysage urbain se trouve considérablement améliorée lorsque les enseignes s'intègrent dans l'architecture. Une bonne intégration passe par le respect des lignes directrices du bâtiment (ligne horizontale, les étages; lignes verticales, les ouvertures) le dégagement des baies et éléments décoratifs : corniches, balcons, sculptures, volets, linteaux, jambages, chainages etc.

La limitation du nombre des informations contribue à la bonne lisibilité des façades.

- Nombre excessif de caissons, dissimulant les étages.



- Etage masqué par une enseigne perpendiculaire en excédent



- Non-respect des lignes directrices du bâtiment, en l'occurrence les percements verticaux.



De très nombreux bons exemples d'enseignes sont à noter :
Les lettres découpées laissant apparaître l'enduit ou la pierre,
les enseignes alignées sur la largeur des percements (vitrines,
baies, fenêtres), les enseignes perpendiculaires installées en li-
mite de bâti, les enseignes figuratives qui apportent une trans-
parence comparées aux caissons pleins, les coloris accordés à
la façade sont autant d'exemples d'enseignes respectueuses
des lieux où elles sont installées. De plus, leur excellente lisibilité
renforce leur efficacité.

- usage de lettres découpées



- enseigne unique en lettres découpées



- recherche esthétique



PARTIE 6

PRECONISATIONS

Au vue des objectifs fixés par la commune et des éléments du diagnostic, en matière de publicité, les orientations suivantes ont été préconisées :

- Protéger les entrées de ville ;
- Etablir des mesures propres aux quartiers récents ;
- Abaisser à 8 m² la surface maximum des dispositifs publicitaires
- Préserver les axes arborés ;
- Protéger les habitations (recul de x mètres) ;
- Améliorer la qualité du matériel ;
- Anticiper le développement du numérique (lieux, surface) ;
- Permettre l'exploitation du mobilier urbain publicitaire ;
- Fixer des horaires d'extinction au regard de la réduction de la facture nationale.

En matière d'enseignes, une distinction entre le centre-ville et les autres quartiers a été proposée. En effet, le tissu urbain du centre-ville caractérisé entre-autres par l'étroitesse des rues, et son architecture singulière (aspect villageois avec un bâti bas et dense) nécessitent un traitement spécifique. De même, la singularité des quartiers récents est à prendre en compte.

Dans un premier temps, des orientations générales, communes à toutes les zones préconisent :

- Harmoniser les enseignes (surface, hauteur) ;
- Limiter leur nombre ;
- Interdire l'utilisation de matériaux médiocres (bâches) ;
- Accompagner le développement du numérique ;
- Modifier les horaires d'extinction.

Les orientations pour le quartier du centre-ville :

- Inscrire les enseignes dans l'architecture (règles esthétiques : lettres découpées, enseigne unique, hauteur maxi, surface maxi,...)
- Limiter l'occultation des vitrines ;
- Interdire les enseignes scellées au sol ;
- Interdire le numérique ou le limiter ;
- Interdire les enseignes en toiture.

Les orientations pour les quartiers récents et autres quartiers :

- Limiter le nombre d'enseignes ;
- Adapter les règles au type d'architecture ;
- Limiter la surface des enseignes scellées au sol (4 m²) et leur donner un gabarit (totem) ;
- Interdire les enseignes en toiture

PARTIE 7
EXPLICATION
DES CHOIX

Après l'analyse des enjeux, en regard des objectifs fixés par le conseil municipal et orientations qui ont été débattues, le règlement de la commune de Palaiseau prescrit un certain nombre de règles, applicables aux publicités, enseignes et préenseignes.

Ces règles sont adaptées à la typologie de lieux qui a été déterminée :

- d'une part les grands axes et zones d'activités de la commune ;
- d'autre part les secteurs résidentiels et secteurs agglomérés qui ne sont compris ni en zone 1 ni en zone 3 ;
- enfin, les quartiers récents (Camille Claudel, Mesure, gare militaire, ZAC de l'école Polytechnique, Allende).

Hors agglomération, où la publicité est interdite, les éventuelles enseignes suivent le régime national.

Explication des prescriptions de la zone 1, correspondant aux grands axes et zones d'activités.

Régime des publicités

Le règlement de 2000 avait permis un premier aménagement des publicités, qui reste à améliorer : le diagnostic montre des entrées de ville dégradées, des maisons d'habitation masquées, des surfaces de panneaux trop importantes et l'emploi de matériel peu qualitatif. L'ensemble de ces constats, même peu nombreux, porte atteinte à l'image de la ville et à la qualité de vie des Palaisiens.

Aussi le règlement local n'admet-il la publicité sur propriété privée en grand format que sur les sections d'axes et les secteurs dénués d'habitations, ou comportant très peu de résidences. Elle est interdite sur l'avenue du général Leclerc (orientation « préserver les axes arborés ») et sur l'avenue des Alliés qui représente l'entrée principale du centre-ville.

Afin de limiter l'impact des publicités sur les perspectives, et comme indiqué dans les orientations, le règlement leur impose une surface maximum de 8 m², en l'appliquant aux publicités murales comme aux publicités scellées ou sol. Cette exigence quantitative est complétée de prescriptions qualitatives (orientation « améliorer la qualité du matériel ») : par exemple, les dispositifs doivent reposer sur un pied unique, dont la forme et la largeur maximum sont fixées. Le règlement prescrit d'autres règles qualitatives : habillage du dos des panneaux, interdiction des passe-

relles, bloc de béton qui alourdissent l'aspect visuel du matériel (art. 1.3.1). Cette réduction de la surface et cette recherche de qualité visent à améliorer l'intégration des dispositifs dans l'environnement urbain.

Par principe, le règlement local n'a pas à rappeler les règles nationales. Toutefois, compte-tenu de l'importance des autoroutes et voies expressives sur la commune, il est rappelé que la publicité ne peut être visible de l'une d'elles (art. 1.3.1).

Après les constats du diagnostic et comme prévu dans les orientations, une règle de recul des publicités scellées au sol vis-à-vis des maisons d'habitation est instaurée : 5 mètres minimum doivent séparer le panneau du bâtiment afin de laisser libre la visibilité de ce dernier (art.1.3.1).

Aucune forme de clôture n'est propre à accueillir la publicité. Les murs anciens ou les clôtures végétales contribuent grandement à la structuration du paysage de la rue. Elles doivent rester visibles en intégralité.

La publicité y est donc proscrite (art. 1-3-2).

Les publicités, limitées en surface, soumises à des règles quantitatives propres au matériel ou à la façon de l'installer, doivent être soumises à une règle de densité. Afin d'éviter que les panneaux ne se succèdent sur un rythme excessif, aucun dispositif ne peut être implanté dans les unités foncières qui présentent un linéaire de façade inférieur à 20 mètres. Au-delà, une seule publicité est admise par unité foncière. Sur le domaine ferroviaire, plusieurs dispositifs sont admis, respectant une distance de 50 mètres entre eux (art. 1.3.3).

Les publicités lumineuses, dont les publicités numériques, peuvent être autorisées mais uniquement dans les zones d'activités. Afin de préserver la quiétude des habitants, elles sont totalement exclues des voies bordées de résidences. Pour des raisons liées à la sécurité routière, elles sont interdites à moins de 50 mètres des feux tricolores, dont elles pourraient rendre confuse la perception (art. 1.4).

Les bâches publicitaires peuvent être autorisées, prenant en compte le caractère éphémère des bâches liées à des chantiers. Les emplacements pour des bâches purement publicitaires sont quasi-inexistants et pourront être étudiés ponctuellement (art. 1.5).

Régime des enseignes

Les règles applicables aux enseignes ont essentiellement pour but de protéger la qualité architecturale des immeubles. Les enseignes doivent dès lors s'harmoniser avec les façades et ménager les perspectives. La réduction des nombres et des surfaces a pour objectif corollaire une amélioration de la visibilité de chaque commerce ou activité.

En l'absence de grand centre commercial, la ville de Palaiseau souhaite voir appliquer sur l'ensemble du territoire des prescriptions extrêmement qualitatives, habituellement appliquées aux centres-villes. Aussi, en zone d'activités comme dans la partie la plus ancienne de la commune les mêmes règles sont-elles pratiquement imposées.

Pour les mêmes raisons que pour les publicités, les enseignes sont interdites sur les murs de clôture et clôture de tout type (art. 1.6).

Comme pour les publicités lumineuses, en raison de leur impact trop important et de la gêne qu'elles sont susceptibles d'occasionner, les enseignes numériques sont interdites dans les lieux résidentiels. Là où elles peuvent être autorisées, leur surface est limitée à 8 m² (art. 1.6).

Sur les façades, et conformément aux orientations relatives aux enseignes débattues par le conseil municipal (harmoniser les enseignes, limiter leur nombre...), les prescriptions du règlement ont toutes pour objet de dégager la vision des immeubles. L'enseigne reste dans la limite du rez-de-chaussée. Une exception est admise dans les zones d'activités en fonction de la configuration de l'immeuble (bâtiment type industriel).

Limitée à une par façade (ou à une par baie), l'enseigne est composée de lettres découpées. Elle peut aussi être apposée sur un bandeau transparent ou dont le fond est de la couleur de la façade.

Les enseignes scellées au sol doivent respecter un gabarit destiné à les harmoniser, et leurs dimensions sont très réduites (hauteur maximum 4 mètres). Ces dimensions adaptées pourront pour autant permettre à ce type d'enseigne de jouer pleinement son rôle de signal au bord de la voie pour annoncer une activité en retrait de celle-ci (art. 1.6.2). S'il existe plusieurs activités sur une même unité foncière, les enseignes devront se concentrer sur un dispositif unique. L'objectif étant d'éviter une multiplication des dispositifs diminuant la visibilité des enseignes.

Les enseignes en toiture, qui provoquent un effet d'écrasement, sont interdites (art.1.6.3).

Explication des prescriptions de la zone 2, recouvrant les secteurs résidentiels et plus généralement aux secteurs qui ne sont pas compris en zone 1 ou en zone 3.

Régime des publicités

Dans la partie historique de la ville comme dans les zones résidentielles, la municipalité souhaite une forte protection du cadre de vie des Palaisiens et interdit en conséquence la publicité dans ces lieux dont elle peut troubler la tranquillité et où elle risque de contrarier les efforts d'aménagement (équipements, espaces verts..) déployés par la ville.

Néanmoins :

La publicité pourra être admise sur le mobilier urbain. La ville doit pouvoir diffuser des informations à caractère civique, non commercial ou culturel, telles que le code de l'environnement les prévoit. La face publicitaire permettra la signalisation des activités locales. Ce type d'information doit pouvoir être visible de tous et en tout lieu. C'est pourquoi elle est admise dans le périmètre de l'église Saint-Martin. La ville ayant la complète maîtrise des formats et des sites d'installation, elle est prémunie contre tout dispositif pouvant porter atteinte à la perspective sur l'église.

Les chevalets posés sur le domaine public offrent aux commerçants la possibilité de promouvoir leurs services ou produits. Ils sont donc admis, sous réserve de l'octroi au cas par cas d'une autorisation d'occupation du domaine public, que la ville pourra refuser, par exemple en cas de gêne à la circulation piétonne et des personnes à mobilité réduite (PMR).

Sur les palissades de chantier, les publicités sont admises, ainsi que sur les quais de la gare, ceux-ci n'étant pas visibles de l'extérieur et contribuant à l'animation des lieux.

Toute autre forme de publicité est interdite.

Régime des enseignes

L'activité commerciale est indispensable à la ville. Il ne s'agit donc pas d'interdire, mais d'encadrer, d'ordonner publicités et enseignes, de les faire participer aux efforts de restauration, amélioration, requalification entrepris par la commune.

Comme en zone 1, les enseignes sur les murs de clôture et les clôtures sont interdites, avec une possibilité toutefois d'installer une enseigne de petite dimension (moins de 1 m²). En effet dans ces secteurs, des artisans, professions libérales ou services à domicile peuvent éprouver un besoin de signalisation (art. 2.5)

Dans l'objectif de protéger le voisinage de toute nuisance visuelle, les enseignes numériques sont proscrites, une exception étant tolérée pour les cinémas en l'absence de voisinage immédiat et compte-tenu de l'adéquation de l'activité avec cette technique.

Les principes de réglementation des enseignes sur les bâtiments sont les mêmes qu'en zone 1. Ils visent à mettre en valeur le bâti, en interdisant les enseignes recouvrant plusieurs bâtiments, en respectant l'emprise commerciale sans empiéter sur les étages etc.

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires sont limitées en nombre, à une par voie ou une par baie. Après échanges avec les commerçants de la ville, le principe d'une enseigne « secondaire » a été admis sur le lambrequin d'un store ou sur les piédroits de part et d'autre d'une vitrine. Dans ce cas le dispositif est consacré à l'affichage d'informations pratiques, telle que les horaires d'ouverture, moyens de paiement etc. (art.2.5.1).

Sur un plan qualitatif, les caissons en plastique à fond blanc sont proscrits, offrant un éclairage trop cru et ne pouvant s'harmoniser avec les couleurs variées des autres enseignes. Les typographies simples, les couleurs non agressives sont recommandées.

Afin d'obtenir l'harmonie des vues en perspective, autant que pour des raisons de sécurité, aucune dimension d'une enseigne perpendiculaire n'excède 0,80 mètre, auquel s'ajoute un retrait de 0,50 mètre minimum de l'aplomb du bord du trottoir avec une obligation de s'implanter en continuité de l'enseigne parallèle à la façade.

L'occultation des vitrines par des autocollants produit des effets négatifs, attriste le commerce de proximité, pouvant donner une impression de désertification. Il est donc limité à un tiers de la vitrine avec une exception pour les cas de nécessité, par exemple les espaces de confidentialité des banques ou des professions médicales ou paramédicales d'accroître la surface occultée.

Les enseignes scellées au sol ne sont pas interdites, afin que certains établissements situés en retrait de l'alignement puissent se signaler. Elles sont limitées à 1 m².

D'autre part, des dispositions réglementaires rendent obligatoire l'affichage des prix ; c'est le cas de stations-services pour lesquelles la surface de l'enseigne est portée à 5 m² par face (art. 2.5.2).

Comme en zone 1, les enseignes en toiture sont interdites, incompatibles avec le bâti de cette zone.

Dans le cadre de sa politique de protection de l'environnement, la ville contribue à la réduction de la facture énergétique. Une durée d'extinction supérieure de 3 heures à la norme nationale (23h / 7h contre 1h / 6h) générera des économies d'énergie très significatives (art. 2.5.6)

Les enseignes temporaires sont utilisées pour tout type d'événement. Dans les faits, la majorité sert surtout à l'annonce des promotions commerciales. Soucieuse du dynamisme de l'activité commerciale, la commune admet un dispositif par établissement, de 2 m² maximum. La durée d'apposition est réduite à 10 jours avant l'événement qu'elles signalent.

Les enseignes temporaires liées à l'immobilier (construction d'un programme etc.) sont indispensables à sa vente. Leur efficacité sera renforcée par la maîtrise de leur nombre et de leur surface : une enseigne de 8 m² maximum, murale ou scellée au sol, est admise par voie bordant l'établissement.

Explication des prescriptions de la zone 3, recouvrant les quartiers récents.

Dans ces quartiers où l'architecture a été particulièrement travaillée, la place de la publicité et de l'enseigne est strictement encadrée.

Régime des publicités

Seule la publicité sur mobilier urbain peut être admise, en raison du service que le mobilier apporte à l'utilisateur de la voie publique. Aucune autre forme de publicité n'est admise, à l'exception, le temps de travaux, des publicités sur palissades de chantier (art. 3.2 à 3.4).

Régime des enseignes

Le principe général d'intégration à l'architecture est à l'évidence repris dans cette zone. Les règles sont les mêmes qu'en zone 2, avec quelques restrictions supplémentaires :

- Les enseignes « secondaires » ne sont pas admises au regard de la configuration des bâtiments (large et haute vitrine) ;
- Les enseignes sont obligatoirement composées de lettres ou signes découpés afin de garantir une parfaite intégration de l'enseigne dans le style architectural des quartiers (contemporain) ;
- Compte tenu de l'urbanisme très particulier, les enseignes scellées au sol sont interdites, ne pouvant être justifiées par des activités en retrait de la voie (art.3.5.2) ;