

2023/



## DÉPARTEMENT DE L'ESSONNE VILLE DE RIS-ORANGIS

### EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

#### DÉLIBÉRATION N°2023/150

**Objet : Procédure de révision générale du RLP – Approbation du Règlement Local de Publicité de Ris-Orangis**

#### Séance du vendredi 9 juin 2023

L'an deux mille vingt-trois, le 9 juin, à l'issue de l'élection des délégués pour le scrutin sénatorial fixée à 18 h 30, les membres composant le Conseil municipal de Ris-Orangis, régulièrement convoqués par courrier en date du vendredi 2 juin 2023, se sont réunis au nombre de 24, dans la salle Emile Gagneux, 60 rue Albert-Rémy, sous la présidence de Monsieur Stéphane Raffalli, Maire, Conseiller départemental de l'Essonne.

Nombre de membres

En exercice : 34

Présents à la séance : 24

Excusés représentés : 10

**Étaient présents Mesdames et Messieurs les Conseillers Municipaux :**

Stéphane Raffalli, Grégory Gobron, Aurélie Monfils, Marcus M'Boudou, Gilles Melin, Souad Medani, Véronique Gauthier, Serge Mercieca, Annabelle Mallet, Siegfried Van Waerbeke, Sémitra Le Querec, Nicolas Fené, Denise Poezevara, Valérie Marion, Jean-Paul Monteiro Teixeira, Noureddine Siana, Fabrice Deraedt, Séverin Yapo, Jérémie Kawouk, Christian Amar Henni, José Peres, Christine Tisserand, Claude Stillen, Sandanakichenin Djanarthany

**Excusés représentés :**

Kykie Basseg à Annabelle Mallet, Sofiane Seridji à Séverin Yapo, Josiane Berrebi à Grégory Gobron, Claudine Cordes à Marcus M'Boudou, Sylvie Deforges à Aurélie Monfils, Omar Abbazi à Gil Melin, Sonia Schaeffer à Serge Mercieca, Dounia Lebik à Véronique Gauthier, Nejla Toptas à Souad Medani, Laurent Stillen à Claude Stillen

Lesquels forment la majorité des membres en exercice et peuvent délibérer valablement, en exécution de l'article L 2121-17 du Code Général des Collectivités Territoriales.

2023/

Ville de  
Ris-Orangis  
Conseil municipal du  
9 juin 2023  
DÉLIBÉRATION  
N°2023/150

**Objet : Procédure de révision générale du RLP –  
Approbation du projet de Règlement Local de  
Publicité de Ris-Orangis**

Urbanisme

**LE CONSEIL,**

**SUR** proposition de Monsieur Grégory GOBRON, 1<sup>er</sup> Adjoint au Maire chargé de l'aménagement durable, du développement économique, et de la sécurité,

**VU** le Code Général des Collectivités Territoriales,

**VU** le Code de l'environnement,

**VU** le Code de l'urbanisme,

**VU** la Loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (dite Grenelle II),

**VU** la Loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dite Climat résilience),

**VU** le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux-pré-enseignes,

**VU** le décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013 portant diverses modifications du Code de l'environnement relatives à la publicité extérieure, aux enseignes et pré-enseignes,

**VU** le Plan Local d'Urbanisme révisé le 21 février 2019,

**VU** la délibération du Conseil municipal n°2019/094 du 4 avril 2019 relative au lancement de la procédure de révision générale du Règlement Local de Publicité (RLP) et fixant les modalités de la concertation,

**VU** le porter à connaissance de l'Etat adressé au Maire en date du 2 octobre 2019,

**VU** le débat au sein du Conseil municipal du 30 juin 2021 sur les orientations du RLP,

**VU** la délibération du Conseil municipal n°2021/295 du 21 octobre 2021 tirant le bilan de la concertation,

**VU** la délibération du Conseil municipal n°2021/296 du 21 octobre 2021 arrêtant le projet de révision du RLP,

**VU** l'avis favorable de la Chambre du Commerce et de l'Industrie de l'Essonne en date du 18 février 2022,

**VU** les avis favorables tacites des Personnes Publiques Associées et de la CDNPS sur le projet arrêté,

2023/

**VU** l'arrêté municipal n° 93-097 du 8 juillet 1993 portant création de zones de règlementation spéciale de la publicité sur le territoire de Ris-Orangis,

**VU** l'arrêté municipal n°2022/139 du 4 mai 2022 soumettant le projet du RLP arrêté à enquête publique,

**VU** l'enquête publique qui s'est déroulée du lundi 30 mai 2022, 8h30 au vendredi 1<sup>er</sup> juillet 2022, à 17h30,

**VU** le rapport et les conclusions du Commissaire enquêteur du 29 juillet 2022 ainsi que le complément au rapport et aux conclusions du 19 août 2022 rendant un avis favorable au projet du RLP,

**VU** l'avis favorable du Tribunal administratif,

**VU** le dossier de Règlement Local de Publicité, comprenant le rapport de présentation avec diagnostic, le règlement et ses annexes,

**VU** l'avis favorable du Bureau municipal,

**VU** l'avis de la Commission Aménagement durable, Cadre de vie et Ecologie en date du 24 mai 2023,

**CONSIDERANT** les objectifs définis par la délibération du Conseil municipal n°2019/094 du 4 avril 2019, à savoir :

- Actualiser le Règlement Local de Publicité à la nouvelle réglementation nationale et encadrer la publicité, les enseignes et les pré-enseignes,
- Améliorer la qualité du cadre de vie et lutter contre les nuisances visuelles, notamment par l'homogénéisation de la signalétique, des devantures de commerces,
- Favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine, en portant notamment des réflexions sur les entrées de ville, les axes structurants traversant la ville,
- Participer aux efforts d'économies d'énergie.

**CONSIDERANT** qu'au vu des avis des Personnes Publiques Associées, de la *Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites* (CDNPS) et des conclusions du commissaire-enquêteur, le projet du RLP a été modifié pour permettre les adaptations suivantes :

- Autoriser le format de 8m<sup>2</sup> (d'affiche) pour la publicité apposée, à titre accessoire, sur le mobilier urbain en Zone Publicitaire 3 (ZP3 – RN7) afin de garantir une équité de traitement entre les supports publicitaires et de répondre aux demandes émises durant l'enquête publique,
- N'évoquer que les enjeux paysagers et environnementaux liés aux supports lumineux et de supprimer les enjeux de santé ou de sécurité afin d'être en parfaite cohérence avec le Code de l'environnement et de répondre aux demandes émises durant l'enquête publique,
- Revoir les règles applicables aux supports lumineux situés à l'intérieur des vitrines afin de simplifier les règles applicables à ces supports et de répondre aux demandes émises durant l'enquête publique.

2023/

**CONSIDERANT** que le rapport du commissaire-enquêteur détaille les modifications apportées suites aux différentes remarques ainsi que celles qui n'ont pas été retenues,

**CONSIDERANT** que les pièces du RLP ont été complétées et modifiées en conséquence,

**CONSIDERANT** que le projet du RLP présenté au conseil municipal est prêt à être approuvé,

**APRES DELIBERATION**

**DECIDE** d'approuver le Règlement Local de Publicité tel qu'il est annexé à la présente délibération.

**PRECISE** que conformément à l'article L153-22 du Code de l'urbanisme, le Règlement Local de Publicité est tenu à la disposition du public en mairie.

**PRECISE** que conformément à l'article R 153-20 et R 153-21 du Code de l'urbanisme, la présente délibération fera l'objet :

- d'un affichage en mairie pendant un mois,
- d'une mention dans un journal d'annonces légales diffusé dans le département,

**PRECISE** que le Règlement Local de Publicité sera rendu exécutoire dans un délai d'un mois à compter de la transmission du dossier au Préfet de l'Essonne.

**PRECISE** que la présente délibération, accompagnée de l'avis du commissaire enquêteur qui lui est annexé, sera exécutoire de plein droit.

**AUTORISE** Monsieur le Maire à signer tout document relatif à cette procédure.

Le Maire certifie sous sa responsabilité

Le caractère exécutoire de cet acte :

Transmis en Préfecture

le : **19 JUIN 2023**

Publié le : **19 JUIN 2023**

Notifié le :

La présente décision peut faire l'objet d'un recours

Devant le Tribunal

Administratif de Versailles

Dans un délai de deux mois à compter de sa publication et de sa notification.

ADOpte A L'UNANIMITE

Pour expédition conforme  
Stéphane Raffalli  
Maire de Ris-Orangis  
Conseiller départemental de l'Essonne



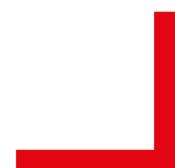
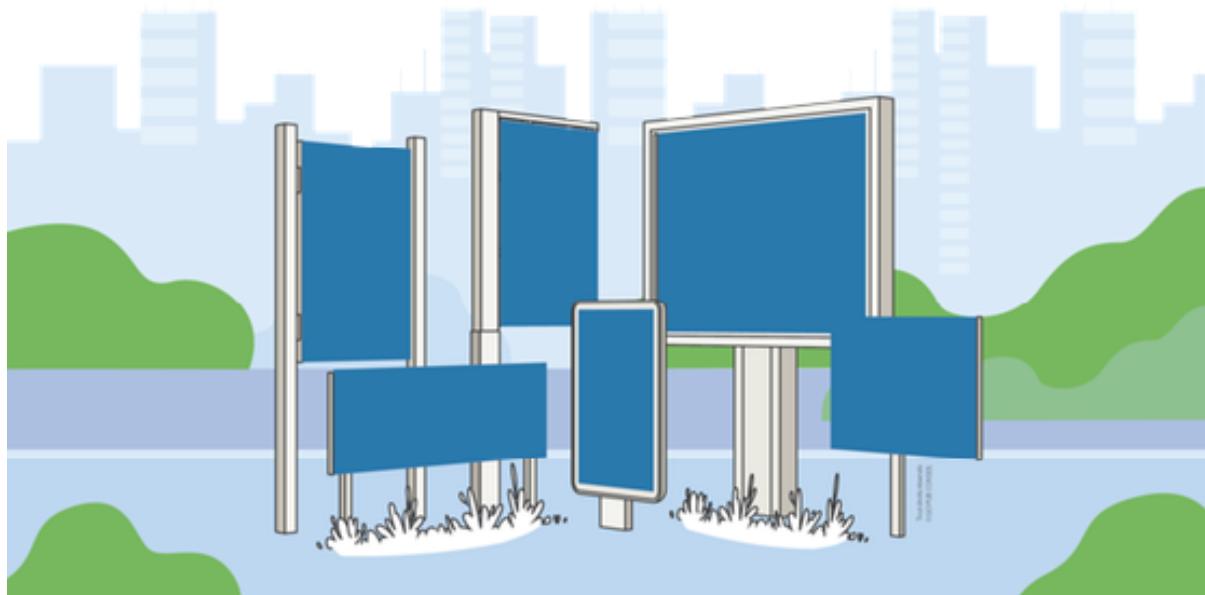


Département de L'Essonne

## Commune de Ris-Orangis

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

## Tome 1 : rapport de présentation



## Sommaire

Introduction .....	4
<b>I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>6</b>
1. Définitions .....	7
1.1. Le règlement local de publicité .....	7
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement .....	8
1.3 La notion d'agglomération .....	11
1.4 La notion d'unité urbaine .....	13
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire .....	14
2.1 Les interdictions absolues .....	14
2.2 Les interdictions relatives .....	16
3. Les règles applicables au territoire .....	18
3.1 Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes .....	18
4. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires .....	30
5. Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes .....	31
6. Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires .....	38
7. La règlementation locale .....	39
8. Régime des autorisations et déclarations préalables .....	42
9. Les compétences en matière de publicité extérieure .....	43
10. Les délais de mise en conformité .....	44
<b>II. Diagnostic du parc d'affichage .....</b>	<b>45</b>
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes .....	45
2. Les caractéristiques des enseignes .....	59
<b>III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>79</b>
1. Les objectifs .....	79
2. Les orientations .....	80

<b>IV. Justification des choix retenus.....</b>	<b>83</b>
1. Le zonage .....	83
2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	86
3. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	88
4. Tableau de synthèse des règles locales applicables en matière de publicités et préenseignes .....	90
5. Tableau de synthèse des règles locales applicables en matière d'enseignes	92
6. Tableau de synthèse des règles locales applicables aux publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial. .....	93

## Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression<sup>1</sup>, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « *loi ENE* » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1979 , afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP), de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLPi permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions réglementaires de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment, sans que cela soit exhaustif :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- La réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- La précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de tailles et de fonctionnement ;
- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

---

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

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 14 janvier 2021<sup>2</sup>.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du Code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU / PLUi qui est également compétente pour l'élaboration ou la révision du RLP / RLPI<sup>3</sup>.

En outre, l'article L 581-14 du Code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré en priorité à l'échelon intercommunal par rapport aux communes.

La commune de Ris-Orangis disposant de la compétence en matière de PLU, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient. Lorsque la compétence est intercommunale, le RLP devient donc intercommunal (RLPi).

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

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

Le présent document constitue le rapport de présentation, en élaborant en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

---

<sup>2</sup> Article L 581-14-3 du code de l'environnement (modifié par la loi du 17 juin 2020 relative à relative à diverses dispositions liées à la crise sanitaire, à d'autres mesures urgentes ainsi qu'au retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne).

<sup>3</sup> Article L 581-14 du Code de l'environnement

## I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

Le Code de l'Environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie ou privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du Code de l'Environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de covisibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

Depuis la loi dite « *Climat et Résilience* » du 22 août 2021, conformément à l'article L.581-14-4 du code de l'environnement, désormais, par dérogation à l'article L.581-2 du même code, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses. Ne demeurent donc exclues du champ de la publicité extérieure que les communications non lumineuses situées à l'intérieur de ces locaux.

En application du Code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation, mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc.

Le Code de l'environnement admet la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLP / RLPI, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des Communes concernées par le RLP / RLPI. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP / RLPI. C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU / PLUi<sup>4</sup>.

Enfin, le Code de l'environnement renvoie également aux dispositions du Code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'impératifs de sécurité routière. En effet, les articles R 418-1 à R 418-9 du Code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou, qui conduiraient à en réduire la

---

<sup>4</sup> Article L 621-30 du Code du patrimoine

visibilité ou leur efficacité. Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et, de sa situation dans une agglomération.

## ***1. Définitions***

### **1.1. Le règlement local de publicité**

Le RLP ou RLPI est un document réglementaire, opposable aux tiers, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

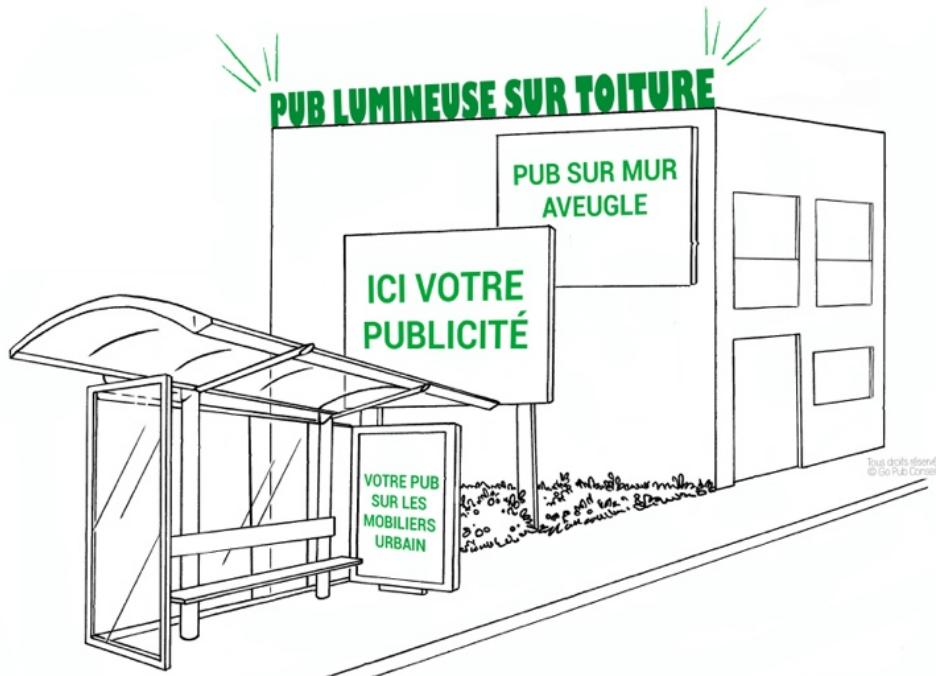
Le RLP / RLPI comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le Code de l'environnement et qui constitue la réglementation nationale (RNP).

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLP / RLPI i approuvé est annexé au PLU / PLUi.

## 1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

Constitue **une publicité**<sup>5</sup>, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

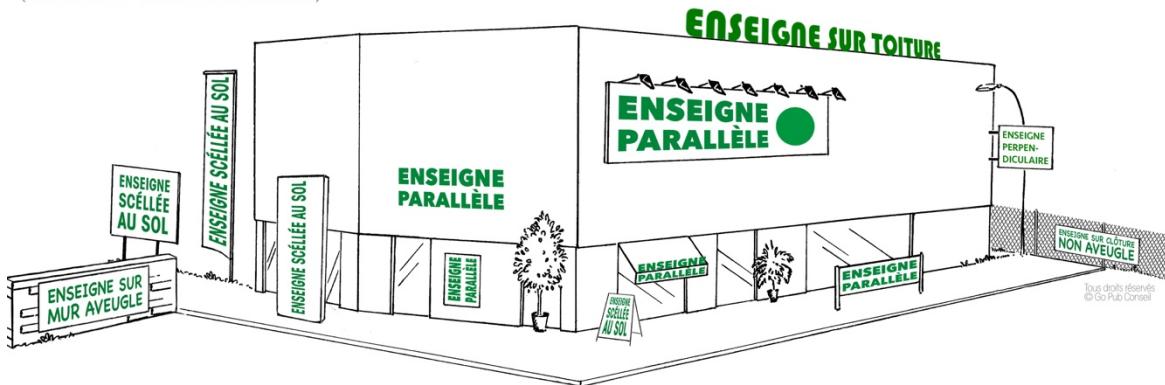


En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter des inscriptions, formes ou images publicitaires, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du Code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

---

<sup>5</sup> Article L581-3-1° du code de l'environnement

Constitue **une enseigne**<sup>6</sup> toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce.

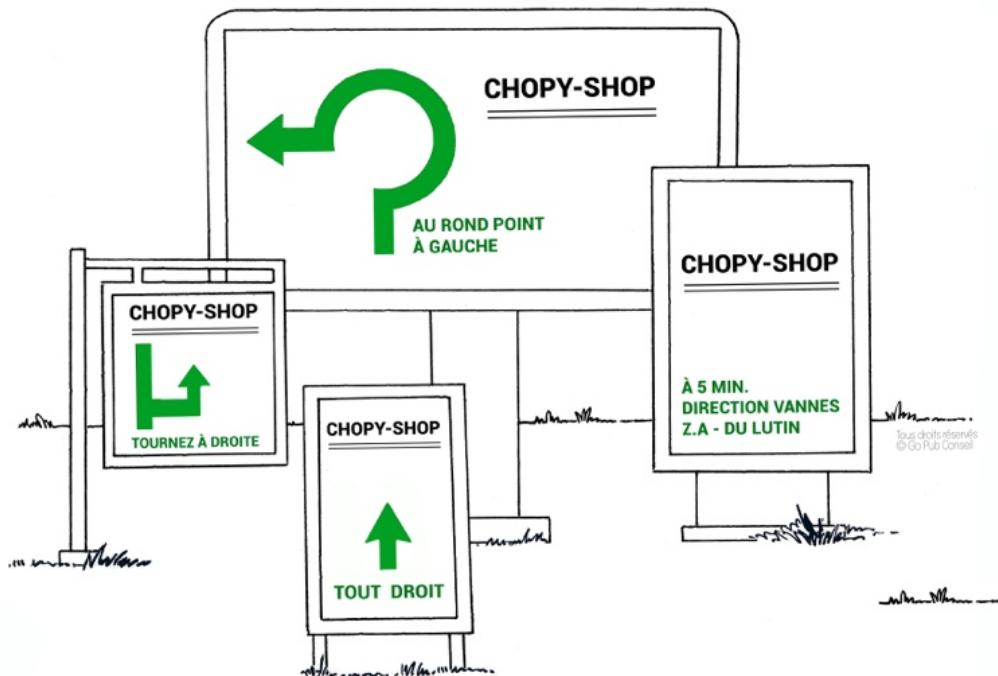
L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « *relatif à une activité* » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public.

Il est précisé que le RLP / RLPI régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

<sup>6</sup> Article L581-3-2° du code de l'environnement

Constitue une préenseigne<sup>7</sup> toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message de signalétique correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLPI n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

**La notion de surface unitaire du dispositif** mentionnée dans les articles du Code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse<sup>8</sup> ou non<sup>9</sup> apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

<sup>7</sup> Article L581-3-3° du code de l'environnement

<sup>8</sup> CE, 20 octobre 2016, cne de dijon, n°395494

<sup>9</sup> CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

### 1.3 La notion d'agglomération

« *La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les affiches, enseignes et préenseignes est définie par le Code de la route* »<sup>10</sup>.

Précisément, constitue une agglomération tout « *espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* », conformément à l'article R.110-2 du Code de la route.



Panneau d'entrée d'agglomération et panneau de sortie d'agglomération, Ris-Orangis, octobre 2019.

Ses limites sont fixées par arrêté du maire<sup>11</sup> et représentées sur un document graphique annexé au règlement local de publicité<sup>12</sup>.

La notion d'agglomération est donc définie par un critère « *géographique* » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « *réglementaires* » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

Aux termes de l'article L 581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière<sup>13</sup>, toute publicité est interdite, à l'exception des emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières et, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places<sup>14</sup>. Elles peuvent aussi être autorisées par le RLPi à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

<sup>10</sup> Article L581-7 du code de l'environnement

<sup>11</sup> Article R.411-2 du code de la route

<sup>12</sup> Article R581-78 al. 2 du code de l'environnement

<sup>13</sup> Article R 110-2 du code de la route

<sup>14</sup> Article L581-3-3° du code de l'environnement

Pour l'application de la réglementation des affiches et enseignes, le seuil de référence est de 10 000 habitants. En l'espèce, la commune de Ris-Orangis compte 29 225 habitants<sup>15</sup> et donc une agglomération de plus de 10 000 habitants.

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

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, etc.),
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

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



<sup>15</sup> Données démographiques - Insee 2017

## 1.4 La notion d'unité urbaine

La notion **d'unité urbaine** ne correspond pas à une structure juridique particulière, telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine.

La notion d'unité urbaine repose sur deux critères : la continuité du bâti et le nombre d'habitants.

L'INSEE définit l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Pour l'application de la réglementation des affiches et enseignes, le seuil de référence est de 100 000 habitants.

La commune de Ris-Orangis appartient à l'unité urbaine de Paris, plus grande unité urbaine de France qui regroupe plus de 400 communes et compte plus de 10 millions d'habitants. Dans cette unité urbaine, les obligations et modalités d'extinction des publicités et préenseignes lumineuses doivent être prévues par chaque RLP(I). Le RLP de Ris-Orangis devra donc prévoir ces obligations et modalités d'extinction.

## 2. *Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire*

### 2.1 Les interdictions absolues<sup>16</sup>

Aux termes du I de l'article L 581-4 du Code de l'environnement :

- I. - *Toute publicité est interdite :*
- 1° *Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*
  - 2° *Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
  - 3° *Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
  - 4° *Sur les arbres.*

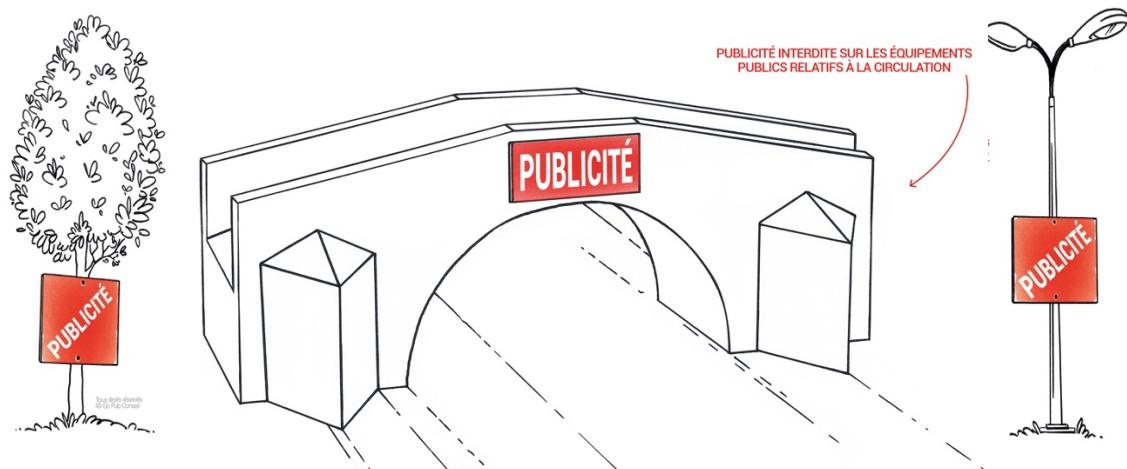
Ces interdictions absolues ne permettent aucune dérogation.

En l'espèce, la commune de Ris-Orangis est concernée par l'interdiction absolue de publicité sur les monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques. Cette interdiction s'applique au Château de Trousseau et du Domaine du Château de Lot.

L'interdiction de publicité s'applique également dans le site classé « *Cèdre (dans le Square de la mairie).* »

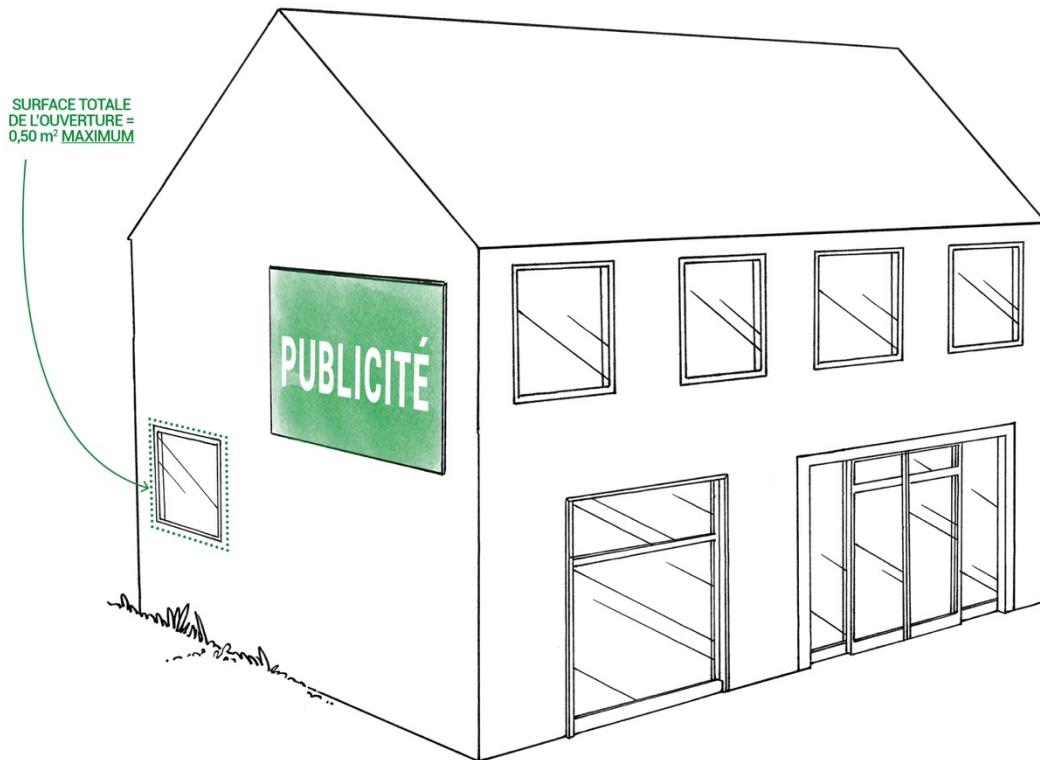
La publicité est également interdite :

1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



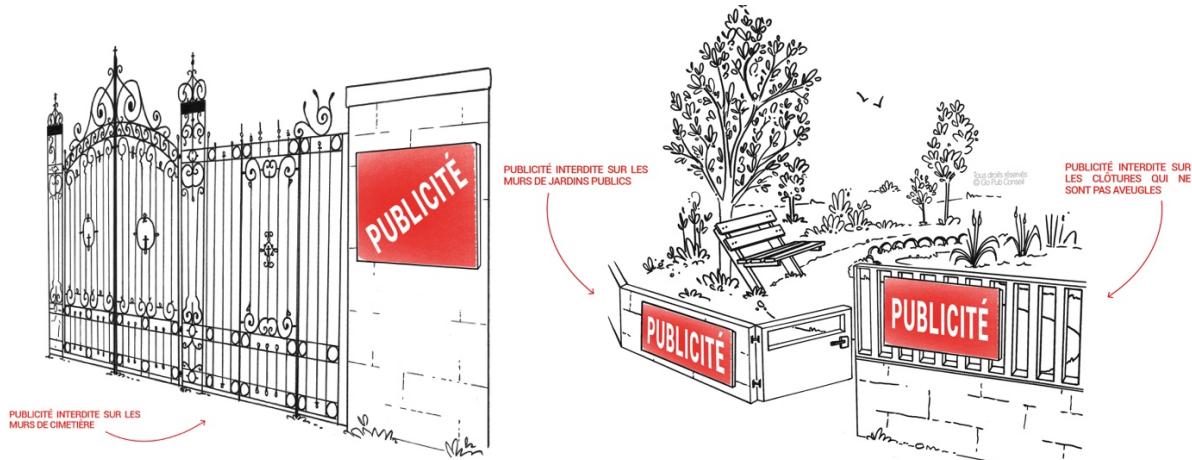
<sup>16</sup> Article L 581-4 du code de l'environnement

2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

4° Sur les murs de cimetière et de jardin public<sup>17</sup>.



<sup>17</sup> Article R581-22 du code de l'environnement

## 2.2 Les interdictions relatives<sup>18</sup>

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP(i).

Ces interdictions relatives concernent :

- 1° *Les abords des monuments historiques mentionnées à l'article L 621-30 du Code du patrimoine* ;
- 2° *Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L 631-1 du même Code* ;
- 3° *Les parcs naturels régionaux* ;
- 4° *Les sites inscrits* ;
- 5° *Les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 du Code de l'environnement* ;
- 6° (abrogé)
- 7° *L'aire d'adhésion des parcs nationaux* ;
- 8° *Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du Code de l'environnement*.

La commune de Ris-Orangis est concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016 il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci* <sup>19</sup>».

En l'espèce, cette protection s'applique au périmètre de protection du Château de Trousseau et à la Ferme d'Orangis (ou Ferme du LOT).

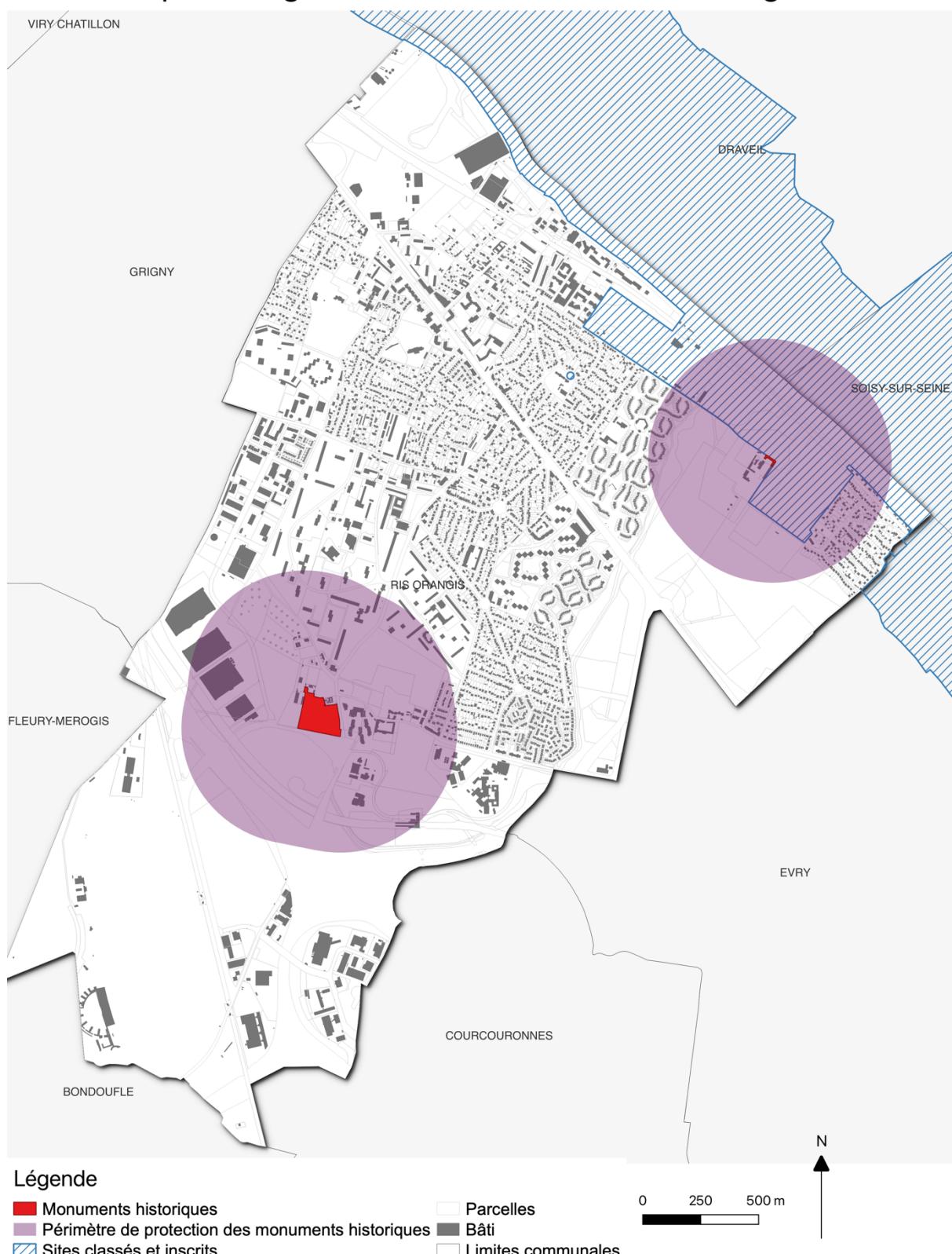
L'interdiction relative de publicité s'applique également dans le site inscrit des Rives de Seine.

---

<sup>18</sup> Article L581-8 du code de l'environnement

<sup>19</sup> Article L621-30 du code du patrimoine

## Interdictions absolues et relatives en matière de publicités et préenseignes sur la commune de Ris-Orangis



### **3. *Les règles applicables au territoire***

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

#### **3.1 *Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes***

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent<sup>20</sup>.

##### **Densité**

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>21</sup> applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

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

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.
- Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

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

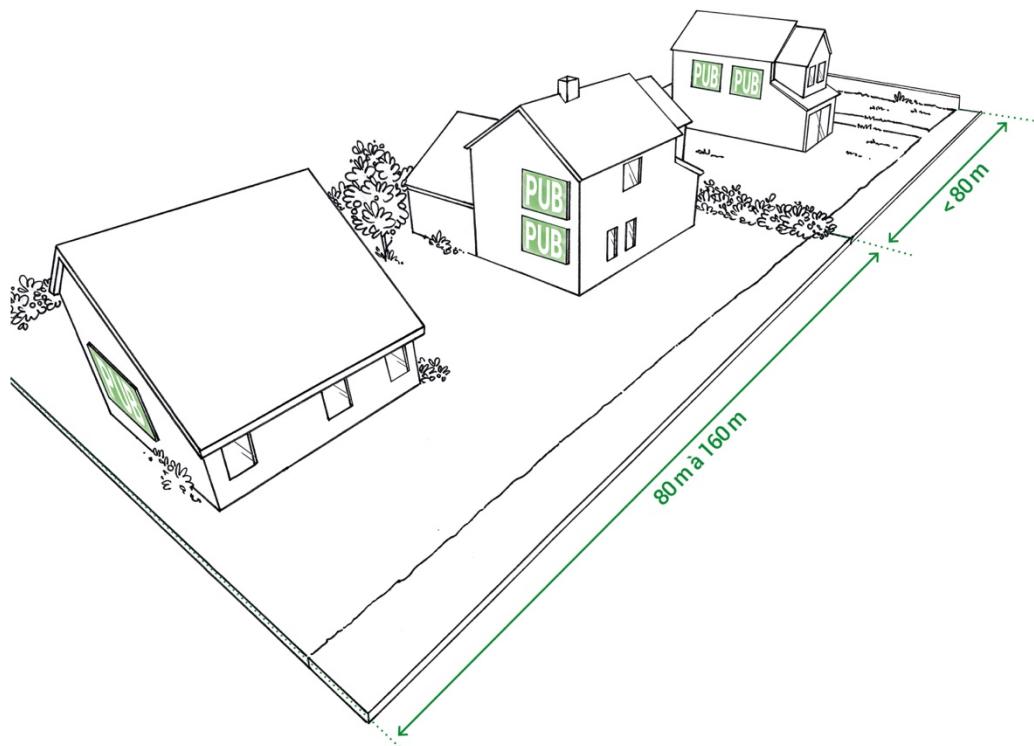
II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

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

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

<sup>20</sup> Article R581-24 du code de l'environnement

<sup>21</sup> Article R581-25 du code de l'environnement



### Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

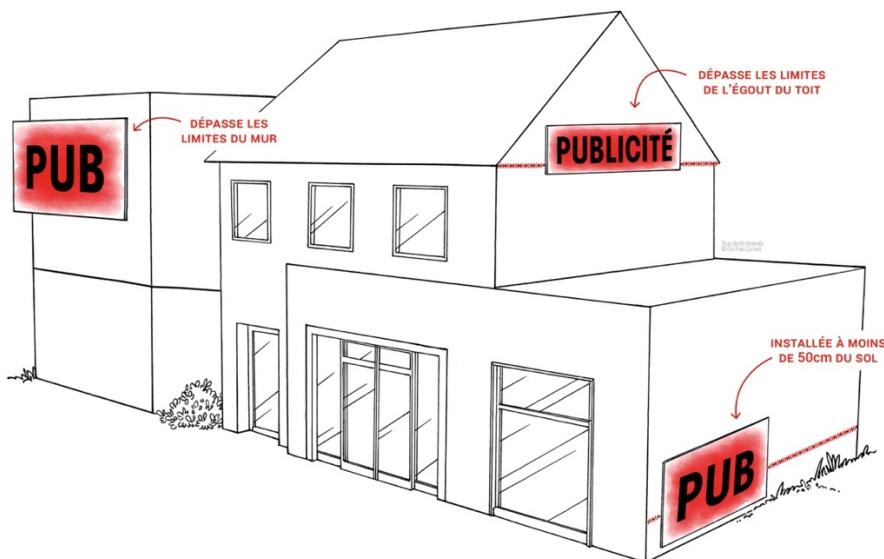
Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 7,5 \text{ m}$

### Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- dépasser les limites du mur qui la supporte,
- dépasser les limites de l'égout du toit,
- être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



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

### Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

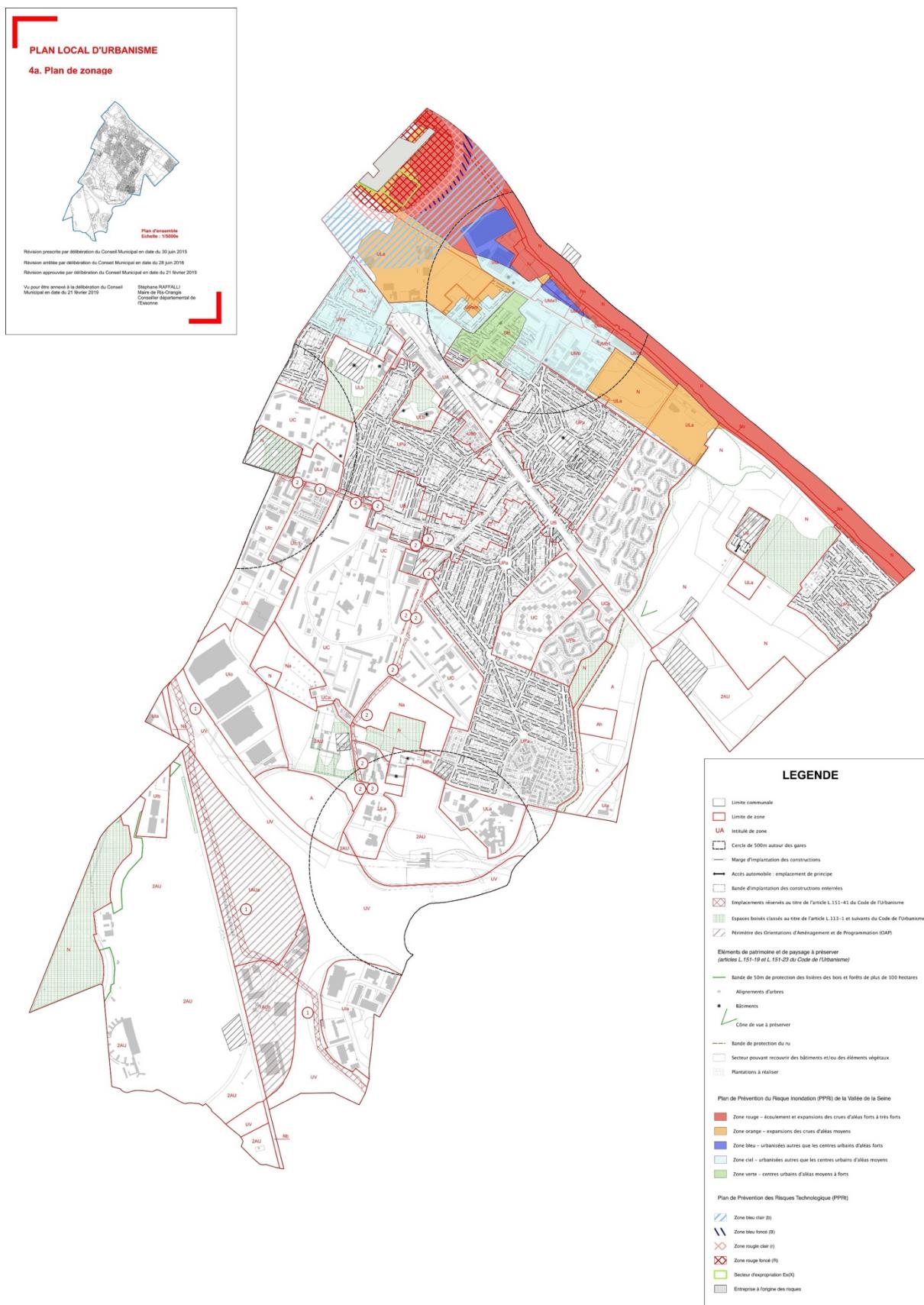
### Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

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

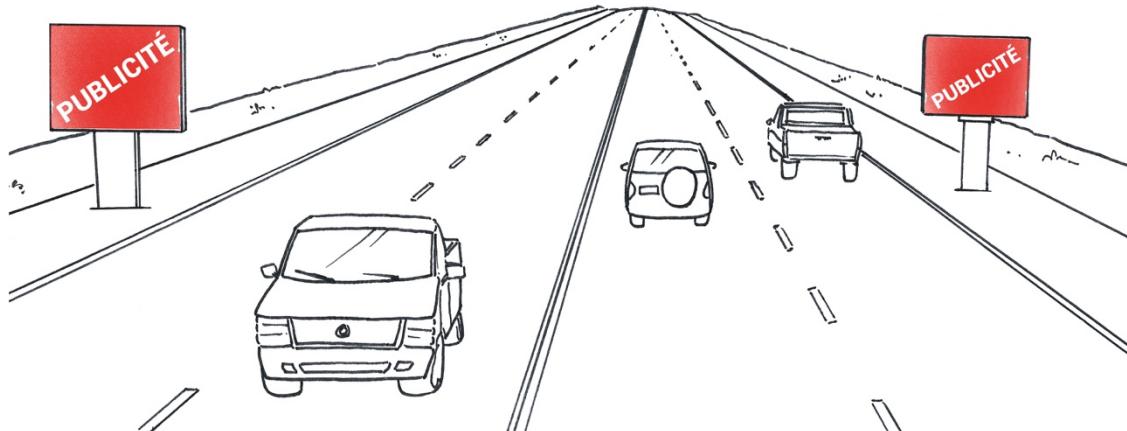
1° Dans les espaces boisés classés<sup>22</sup>,

2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

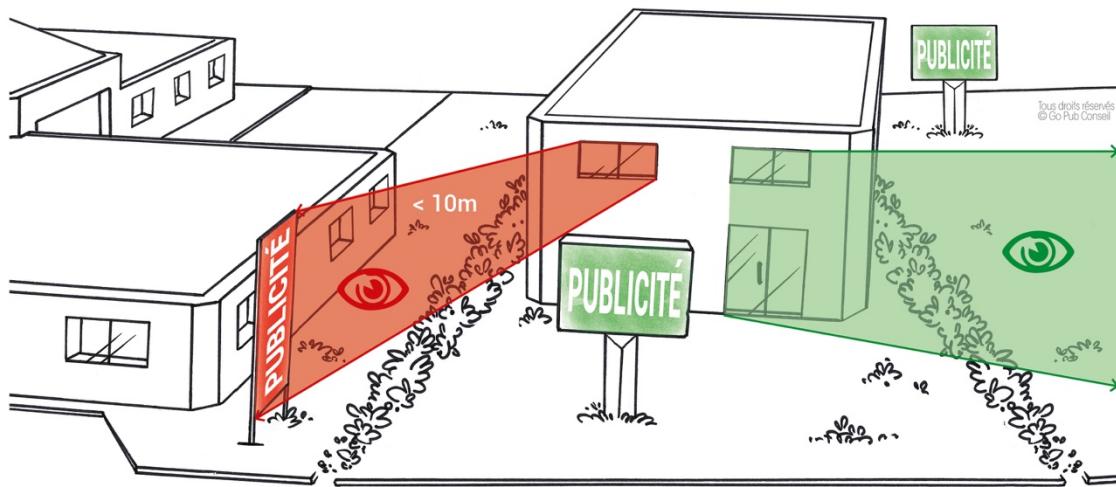
<sup>22</sup> Article L130-1 du code de l'urbanisme



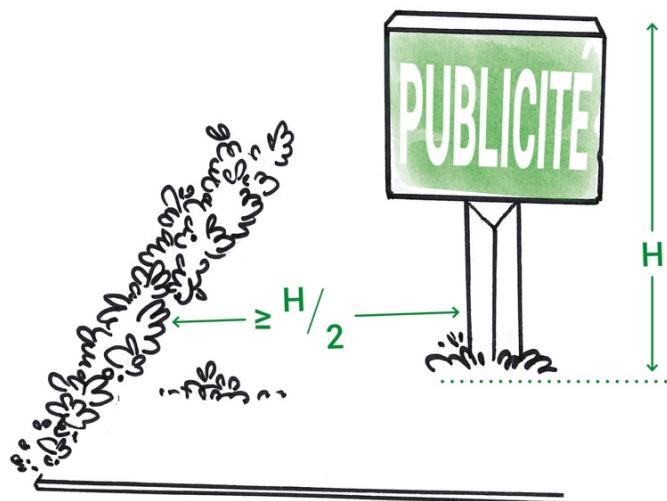
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



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



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



## La publicité lumineuse

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

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

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>23</sup>.

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

Surface unitaire maximale  $\leq 8 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

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

La publicité lumineuse ne peut :

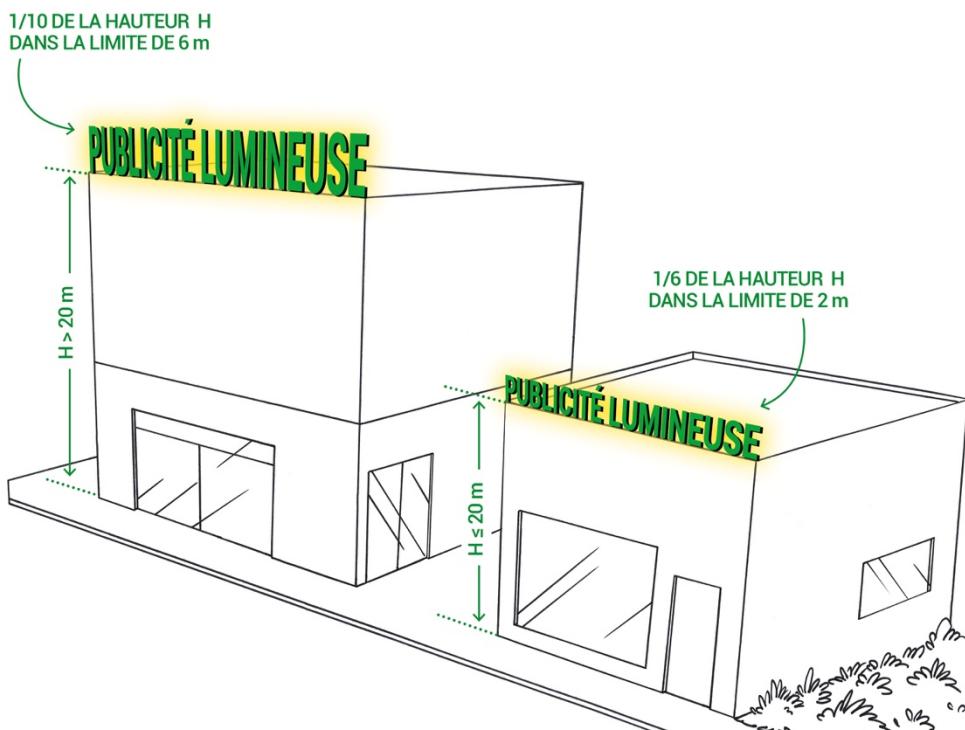
- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.



<sup>23</sup> arrêté ministériel non publié à ce jour

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

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



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

Surface unitaire maximale  $\leq 8$  m<sup>2</sup>

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6$  m

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>24</sup>, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m<sup>2</sup> ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

<sup>24</sup> arrêté ministériel non publié à ce jour

### Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

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

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

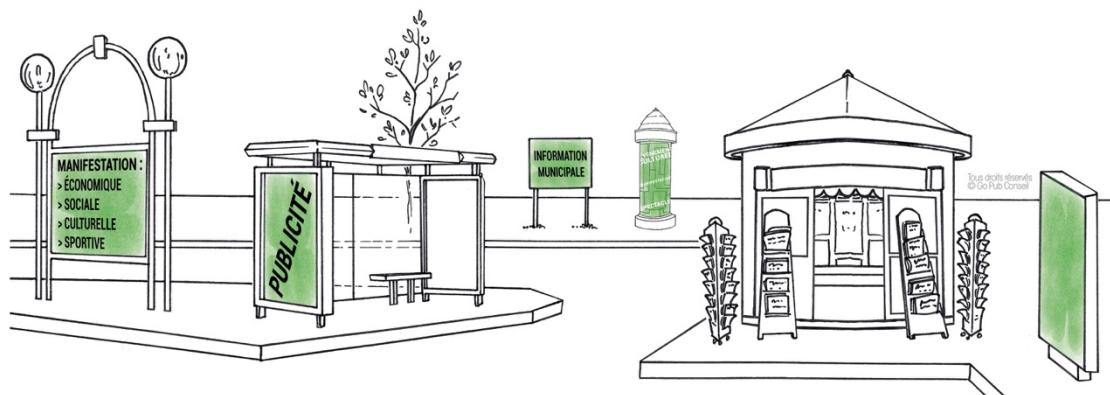
S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure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

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

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

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



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

## La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;

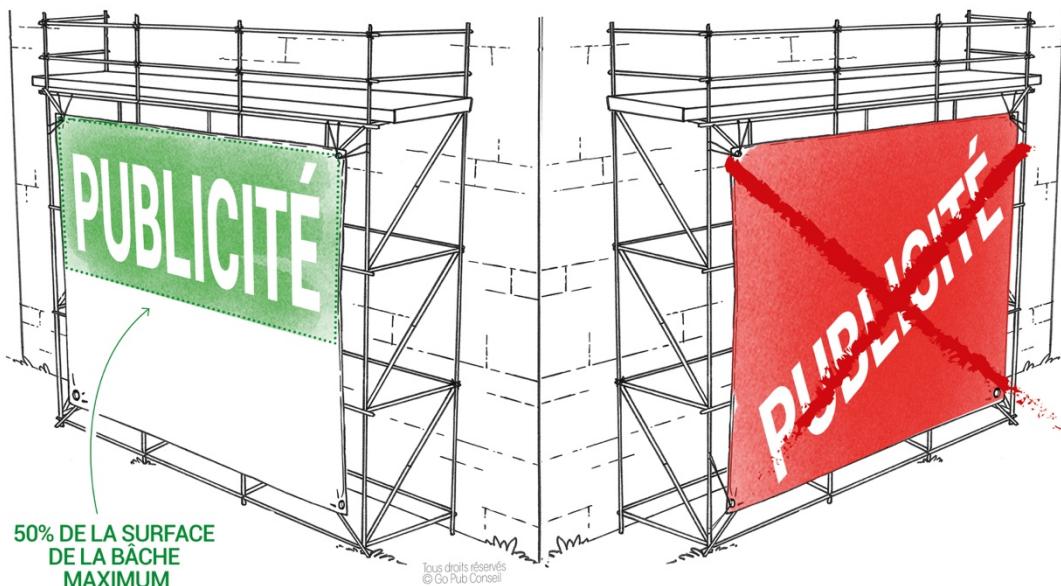
2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

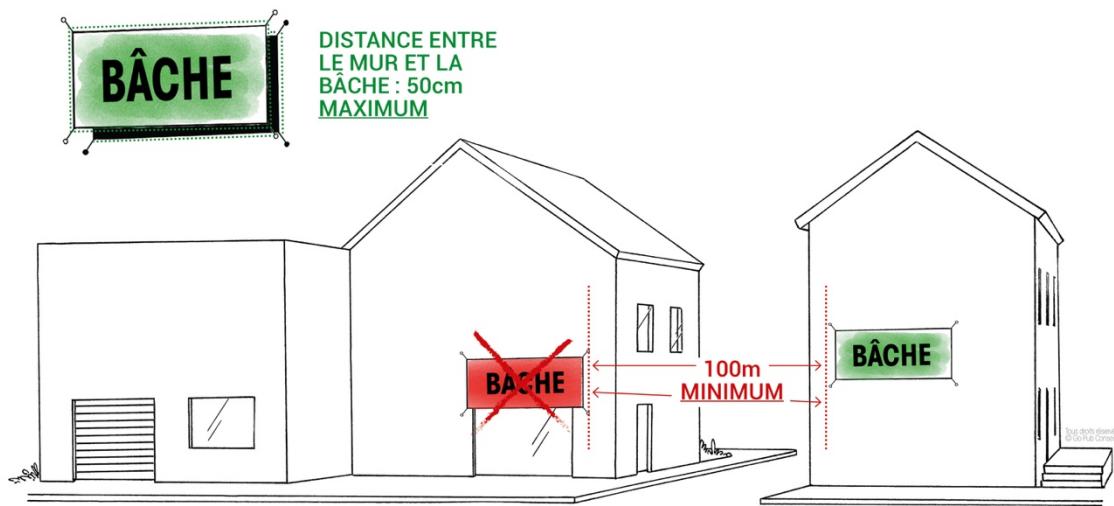
Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq 50\%$  de la surface de la bâche<sup>25</sup>



<sup>25</sup> L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci. La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



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

#### Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

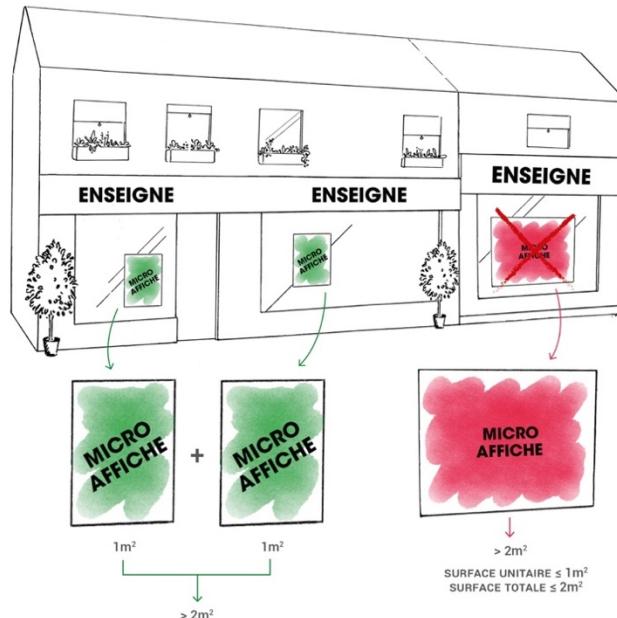
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

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

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

### Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

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



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

### Règles spécifiques applicables à l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération

Type	Caractéristiques	
Publicité non lumineuse sur mur ou clôture	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 7,5 m	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 6 m	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
Publicité lumineuse	Surface ≤ 8 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 6 m	

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports. Les publicités sur les véhicules terrestres<sup>26</sup> ainsi que sur les eaux intérieures<sup>27</sup> sont également réglementées par le code de l'environnement.

<sup>26</sup> Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

<sup>27</sup> Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

#### 4. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

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

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

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

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	Préenseignes temporaires
Type de dispositif	scellée au sol ou installée directement sur le sol panneaux plats de forme rectangulaire mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	hors agglomération uniquement			hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

## 5. Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

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

### Les enseignes lumineuses

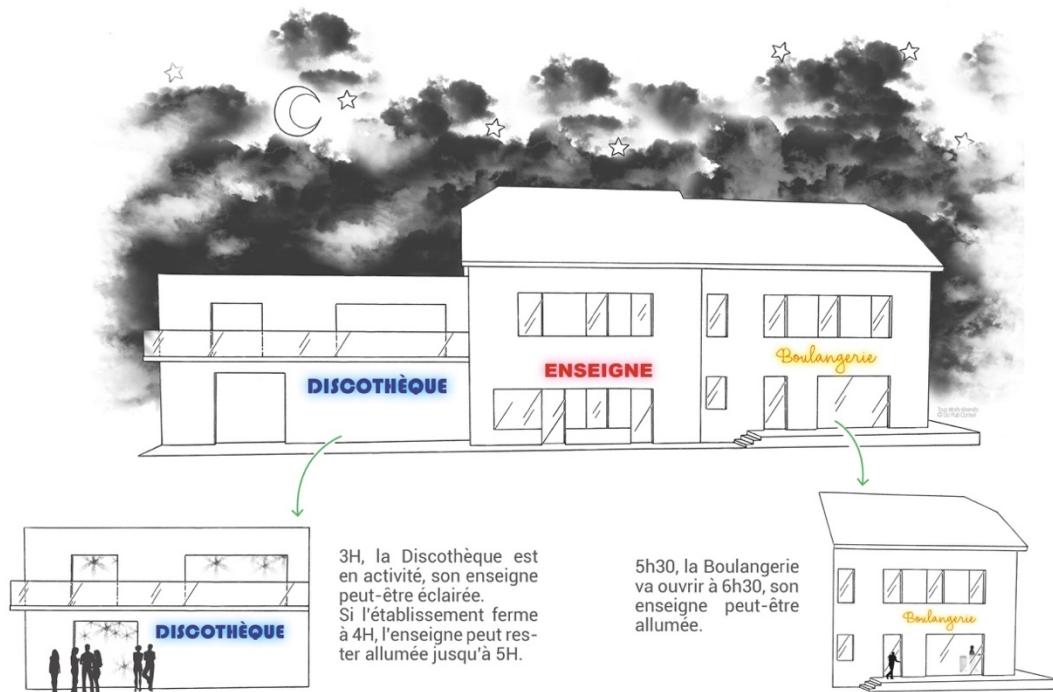
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>28</sup>.

Elles sont éteintes<sup>29</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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

ENTRE 1H ET 6H, LES ENSEIGNES SONT ÉTEINTES SAUF LES ACTIVITÉS NOCTURNES



<sup>28</sup> arrêté non publié à ce jour

<sup>29</sup> l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

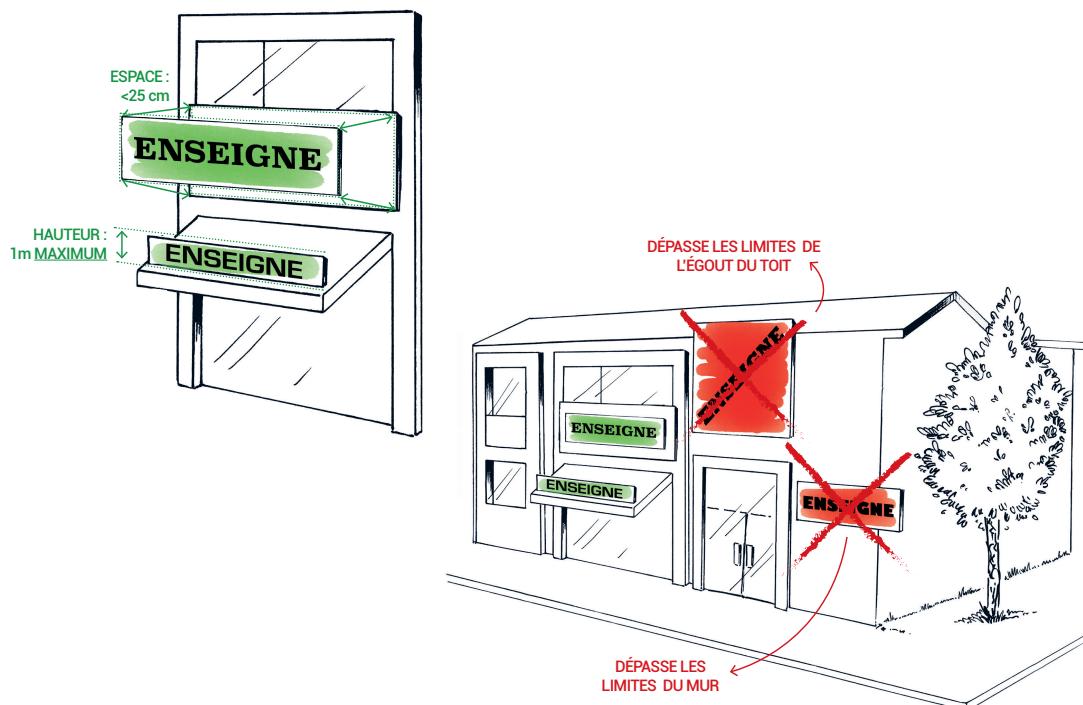
### Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

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

Des enseignes peuvent être installées :

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



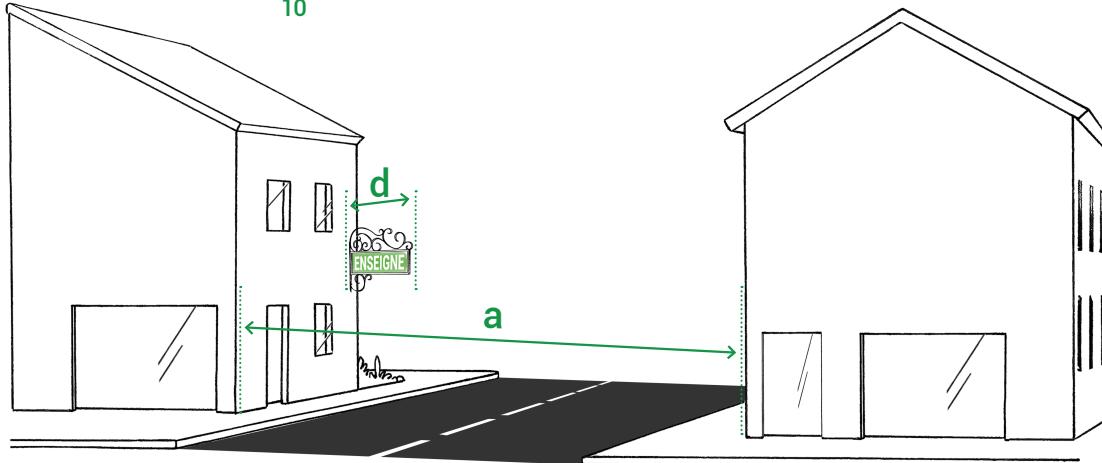
### Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

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

$a$  = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$

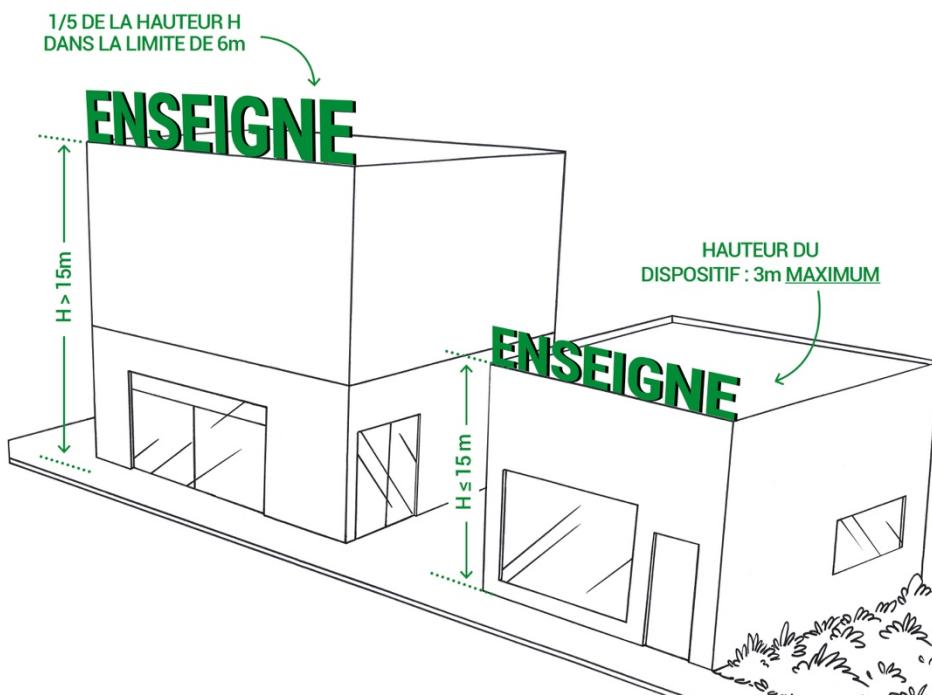


### Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

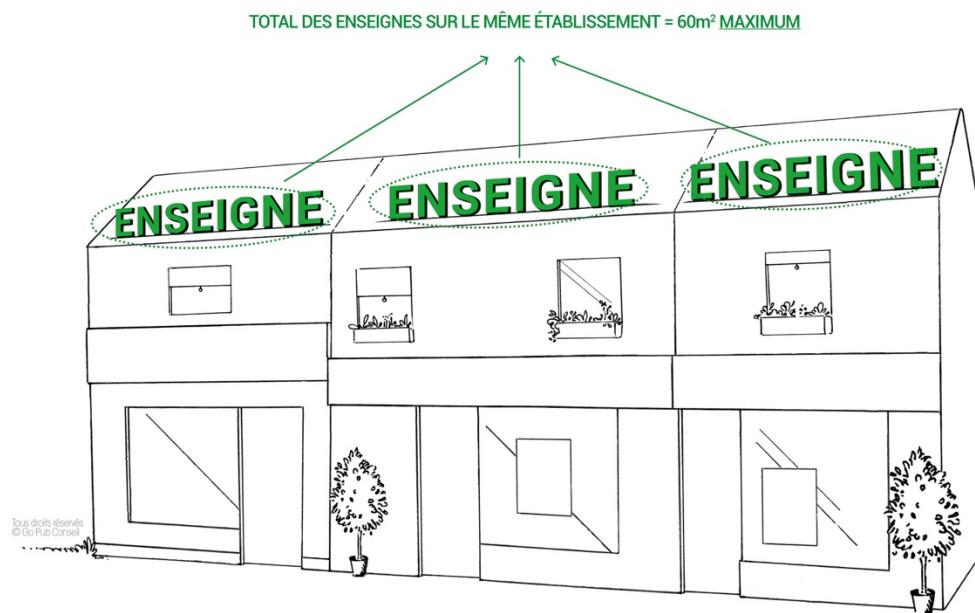
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade $\leq 15 \text{ m}$	3 m
Hauteur de la façade $> 15 \text{ m}$	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



Surface cumulée<sup>30</sup> des enseignes sur toiture d'un même établissement  $\leq 60 \text{ m}^2$

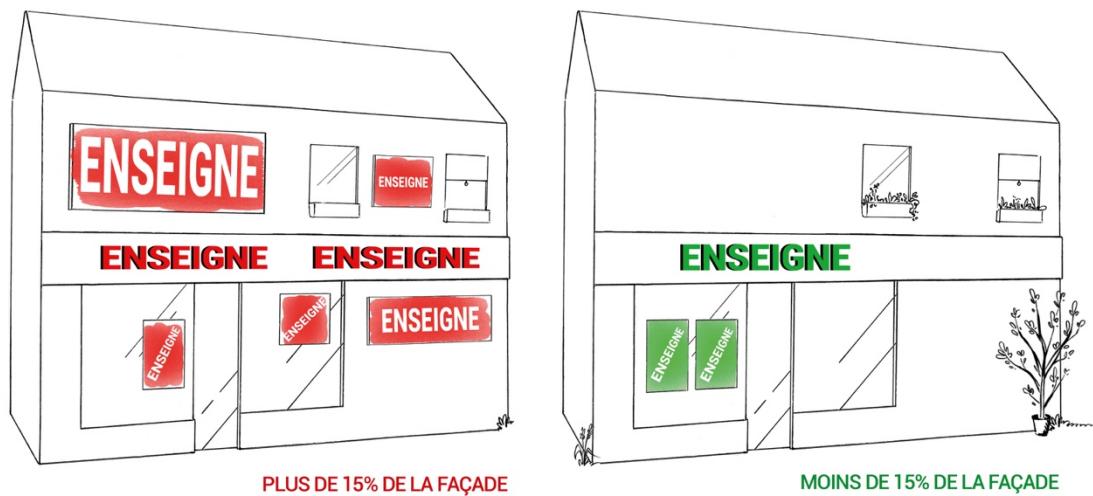


<sup>30</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

### Les enseignes apposées sur une façade commerciale

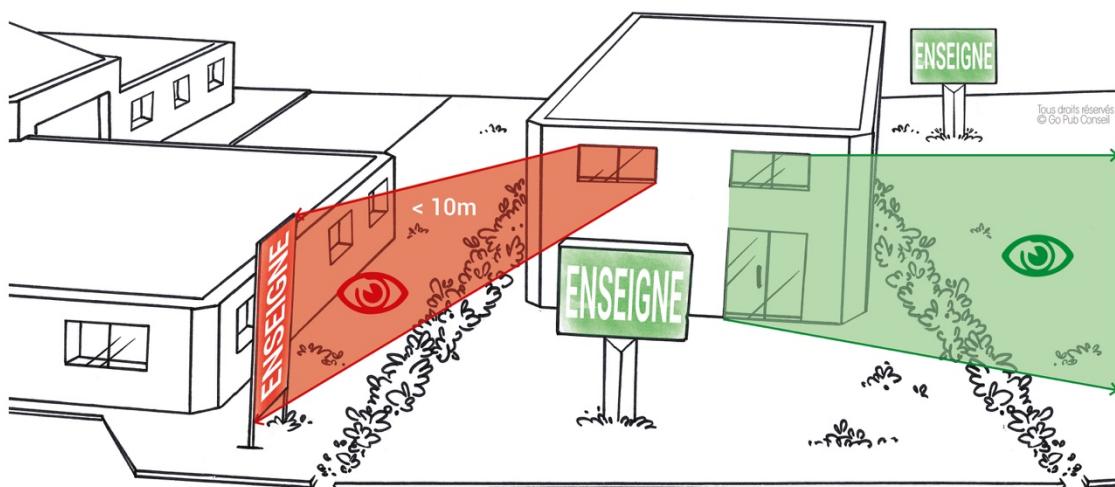
Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée<sup>31</sup> excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

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



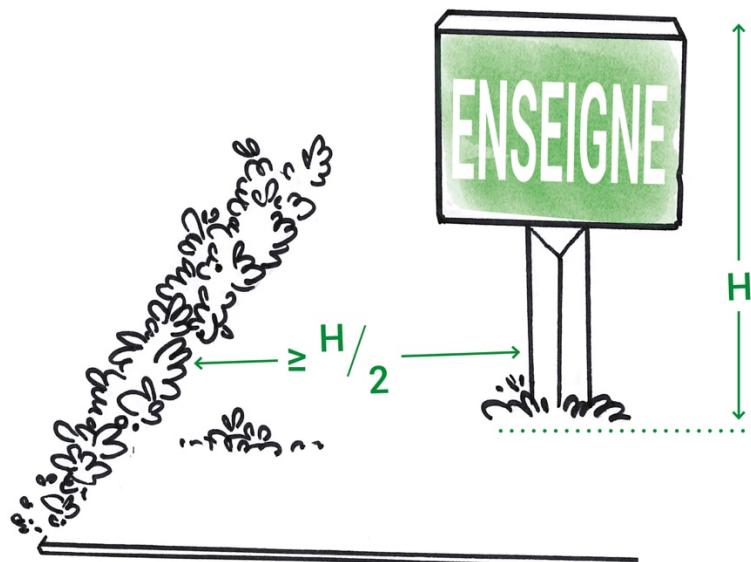
### Les enseignes, de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.

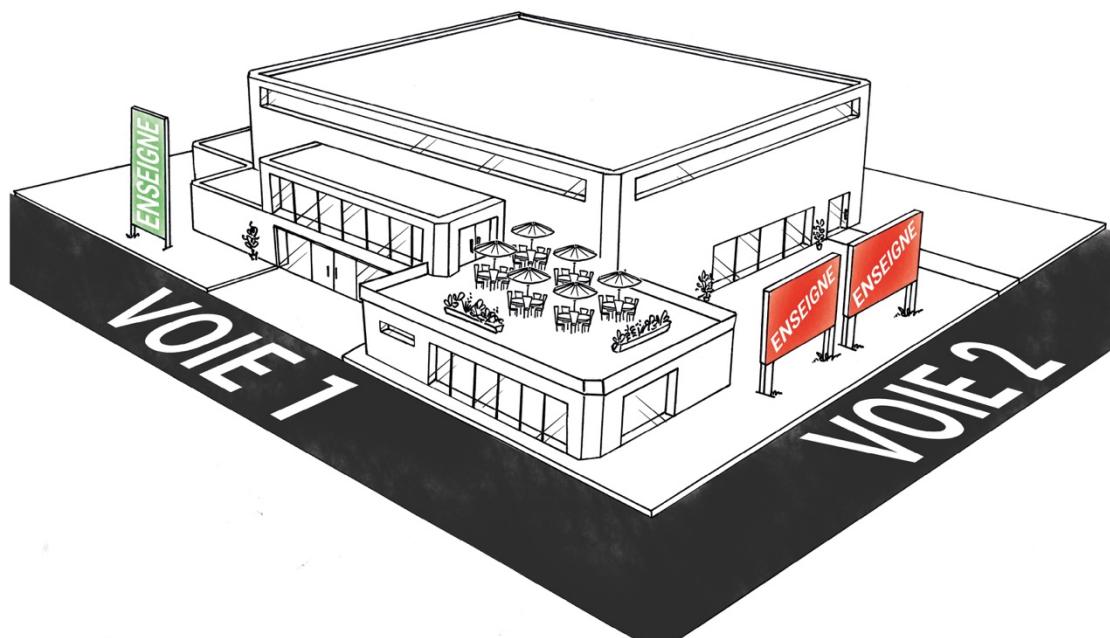


<sup>31</sup> Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

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



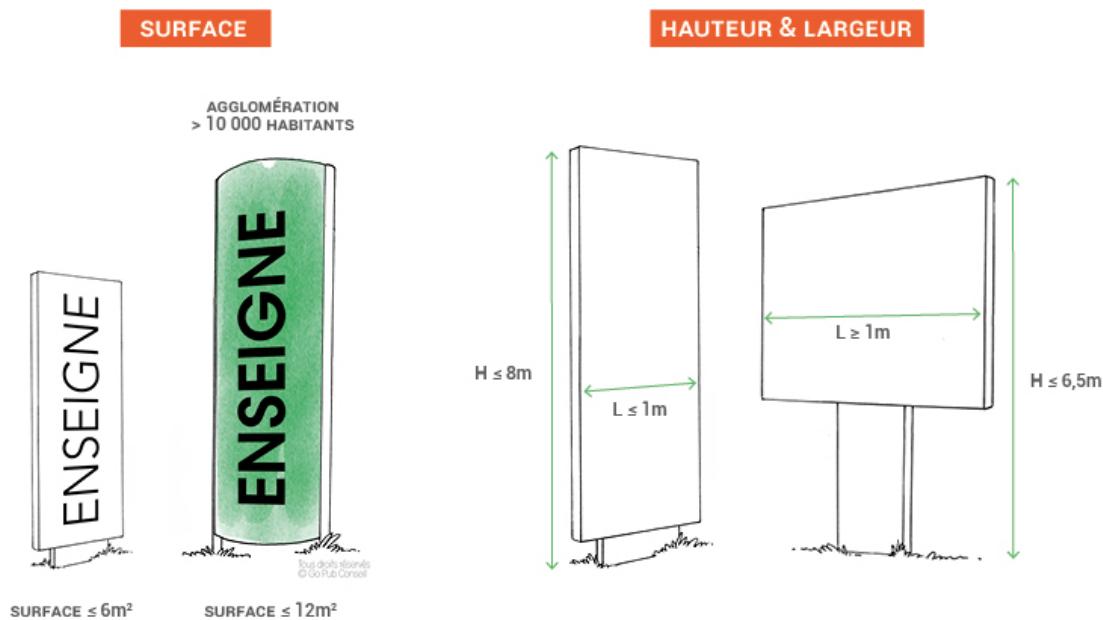
Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m<sup>2</sup>. Elle est portée à 12 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



## 6. Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

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

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes<sup>32</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>33</sup>.

### Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie  $\leq$  25 cm
- Ne doivent pas dépasser les limites du mur support
- Ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit

### Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

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

### Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale  $\leq$  60 m<sup>2</sup>

### Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

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

<sup>32</sup> il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

<sup>33</sup> arrêté non publié à ce jour

## 7. La règlementation locale

Il convient de rappeler qu'à ce jour, la commune de Ris-Orangis dispose d'un règlement local de publicité depuis le 4 juillet 1994. Il s'agit donc d'un RLP dit de « 1<sup>ère</sup> génération », adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1979. Les RLP dits de « 1<sup>ère</sup> génération » seront caducs en juillet 2020. A ce titre, les compétences d'instruction et de police, normalement dévolues à la commune lorsque celle-ci dispose d'un RLP, seront transférées au Préfet à la caducité de ce dernier.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application, ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national*<sup>34</sup> ».

Le RLP de 1994 institue 4 Zones de Publicités Restreintes (ZPR1 à ZPR4), sur le territoire de Ris-Orangis :

- La ZPR1 couvre le Site inscrit des « Rives de Seine » et toute publicité y est interdite.
- La ZPR2 couvre l'ensemble de la commune en dehors des ZPR1, 3 et 4. Dans cette zone, la publicité sur mur est autorisée dans la limite de 4m<sup>2</sup> et d'une seule par pignon aveugle. La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite dans cette zone.
- La ZPR3 couvre la RN7, la rue Albert Rémy et l'Avenue de la Libération. La publicité sur mur ou clôture et scellée au sol ou installée directement sur le sol y est autorisée dans la limite de 12m<sup>2</sup>, 6 mètres de hauteur au sol pour publicité scellée au sol et 7 mètres de hauteur au sol pour publicité apposée sur mur. Une règle de densité s'applique également aux dispositifs publicitaires (voir tableau de synthèse ci-après).
- La ZPR4 couvre l'Avenue Irène et Frédéric Joliot Curie jusqu'aux limites d'agglomération, la rue Pierre Brossolette, Route de Grigny, rue Edmond Bonte jusqu'au Quai de la Borde non compris, la Bretelle RN7, et la Route de Mennecy. La publicité sur mur ou clôture et scellée au sol ou installée directement sur le sol y est autorisée dans la limite de 12m<sup>2</sup>, et 6 mètres de hauteur au sol pour publicité scellée au sol. Une règle de densité s'applique également aux dispositifs publicitaires (voir tableau de synthèse ci-après).

Sur l'ensemble des zones (sauf ZPR1), la publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée dans la limite de 2m<sup>2</sup> (« sucette » et abris-bus).

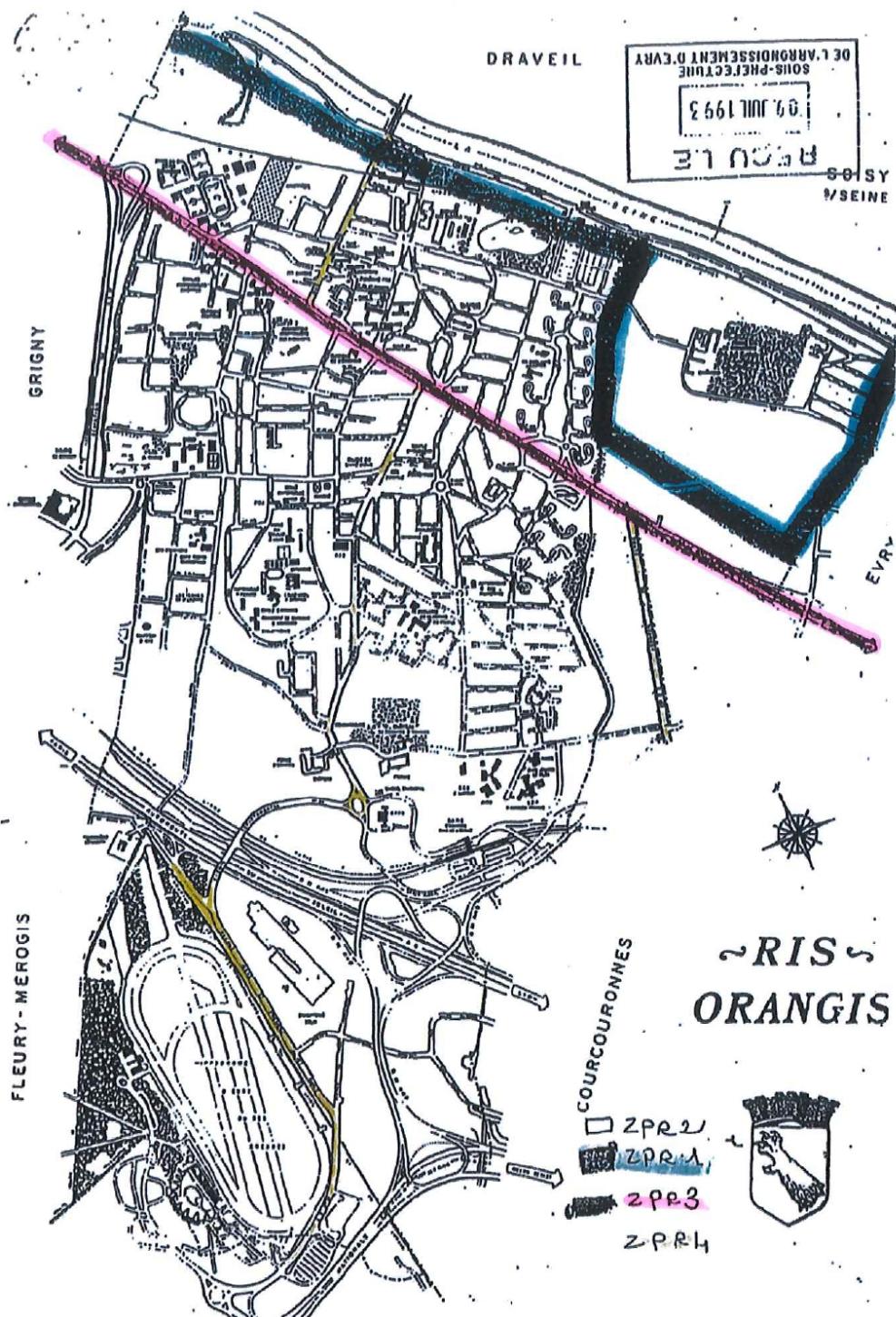
Il faut également noter qu'aucune règle locale sur les enseignes n'a été instituée par le RLP de 1994.

---

<sup>34</sup> Article L.581-14 du Code de l'environnement

**Tableau de synthèse de la réglementation locale :**

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	RNP = code de l'environnement Agglomération de plus de 10 000 habitants
Publicité sur un mur ou une clôture	INTERDIT	AUTORISÉ <b>Surface</b> : 4m <sup>2</sup> <b>Nombre</b> : 1 / pignon	AUTORISÉ <b>Surface</b> ≤ 12 m <sup>2</sup> <b>Hauteur</b> ≤ 7 m <b>Nombre</b> : 2 / pignon	AUTORISÉ <b>Surface</b> ≤ 12m <sup>2</sup> <b>Nombre</b> : 2 / pignon	<b>Surface</b> ≤ 12 m <sup>2</sup> <b>Hauteur</b> ≤ 7,5 m
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	INTERDIT	INTERDIT	AUTORISÉ <b>Surface</b> : 12 m <sup>2</sup> <b>Hauteur</b> ≤ 6 m <b>Densité</b> : 1 / UF linéaire façade compris entre 10 et 20 m – 2 / UF linéaire façade entre 20 et 50 m – 3 / UF linéaire de façade > 50 m	AUTORISÉ <b>Surface</b> ≤ 12 m <sup>2</sup> <b>Hauteur</b> ≤ 6 m <b>Densité</b> : 1 / UF linéaire façade entre 20 et 50 m – 1 dispo. Supplémentaire par tranche complémentaire de 100 m	<b>Surface</b> ≤ 12 m <sup>2</sup> <b>Hauteur</b> ≤ 6 m
Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles	INTERDIT	NON PRECISÉ – AUTORISÉ Cf. RNP	NON PRECISÉ – AUTORISÉ Cf. RNP	NON PRECISÉ – AUTORISÉ Cf. RNP	Mur aveugle <b>Saillie</b> ≤ 0,50 m
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	INTERDIT	NON PRECISÉ – AUTORISÉ Cf. RNP	NON PRECISÉ – AUTORISÉ Cf. RNP	NON PRECISÉ – AUTORISÉ Cf. RNP	Règles de la publicité non lumineuse Extinction entre 1h et 6h
Publicité numérique	INTERDIT	NON PRECISÉ - AUTORISÉ Cf. RNP	NON PRECISÉ – AUTORISÉ Cf. RNP	NON PRECISÉ – AUTORISÉ Cf. RNP	<b>Surface</b> ≤ 8 m <sup>2</sup> <b>Hauteur</b> ≤ 6 m Extinction entre 1h et 6h



## **8. Régime des autorisations et déclarations préalables**

### **1) l'autorisation préalable**

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

A ce jour, c'est le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable<sup>35</sup>.

### **2) la déclaration préalable**

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

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

A ce jour, c'est le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup> Pour accéder aux formulaires Cerfa, voir : <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F24301>

<sup>36</sup> Pour accéder aux formulaires Cerfa, voir : <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F24301>

## 9. *Les compétences en matière de publicité extérieure*

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

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

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

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

Depuis la loi Climat, y compris en l'absence d'un RLP(i), le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes. Néanmoins, la loi Climat a prévu des possibilités de transfert des compétences d'instruction et de police à l'EPCI lorsque celui-ci est compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i). Cette possibilité de transfert de compétence est également possible lorsque l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i) mais que la commune en question compte moins de 3 500 habitants. La loi Climat a prévu une entrée en vigueur de ces dispositions le 1<sup>er</sup> janvier 2024, sous réserve de l'adoption en loi de finance de disposition compensant les charges résultats, pour les collectivités concernées, des compétences transférées par la loi Climat.

## 10. *Les délais de mise en conformité*

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retracés dans le tableau ci-dessous :

	Infraction au Code de l'environnement	Infraction au RLP(i)
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLP(I) pour se mettre en conformité
Enseignes		Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP(I) pour se mettre en conformité

## II. Diagnostic du parc d'affichage

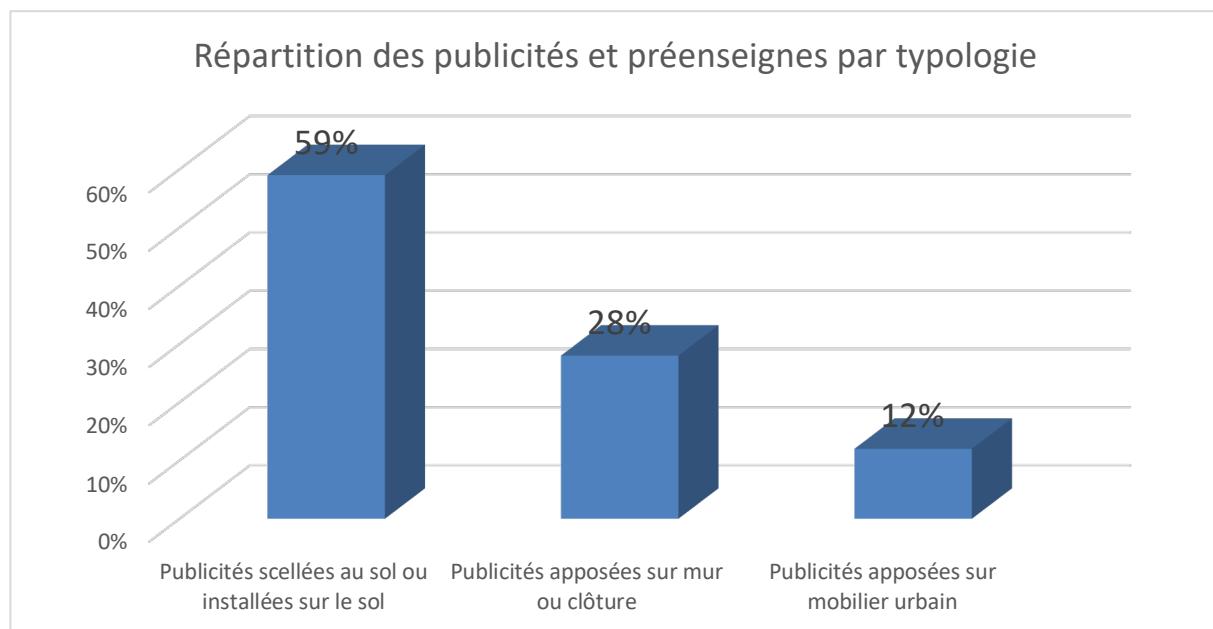
Un inventaire des publicités, préenseignes y compris apposées sur mobilier urbain et des enseignes situées sur le territoire de Ris-Orangis a été effectué en octobre 2019. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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

### 1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

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

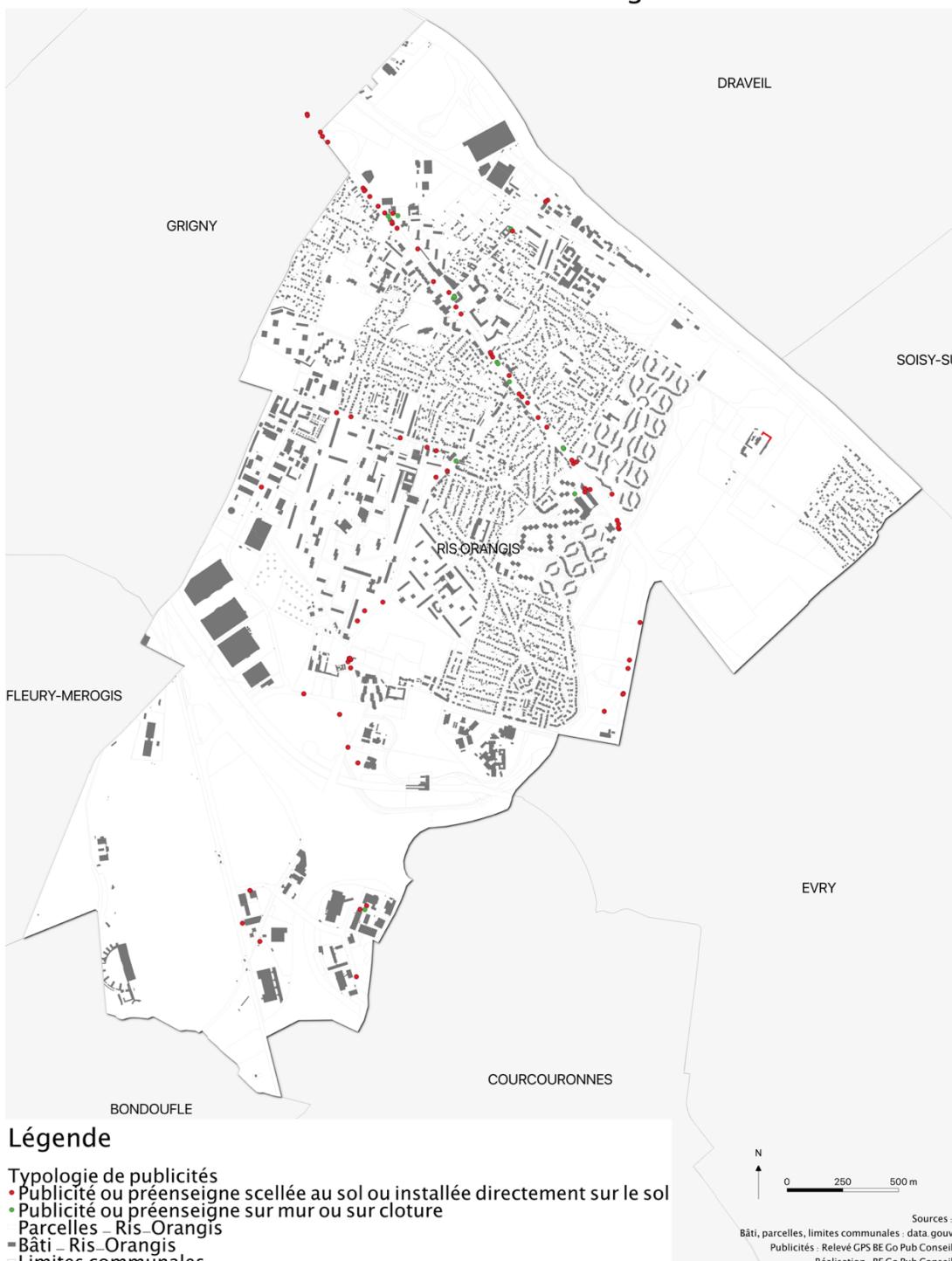
129 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total près de 800 m<sup>2</sup> de surface d'affichage.



Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes de Ris-Orangis en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (59% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (12%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage<sup>37</sup>.

<sup>37</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul de la surface des dispositifs publicitaires

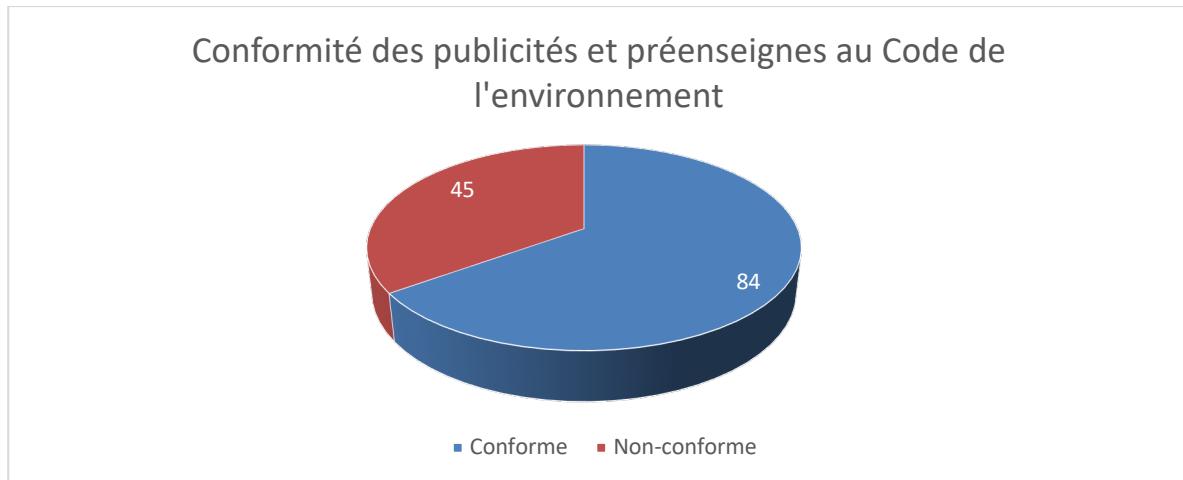
## Localisation des publicités et préenseignes (hors mobilier urbain) sur la commune de Ris-Orangis



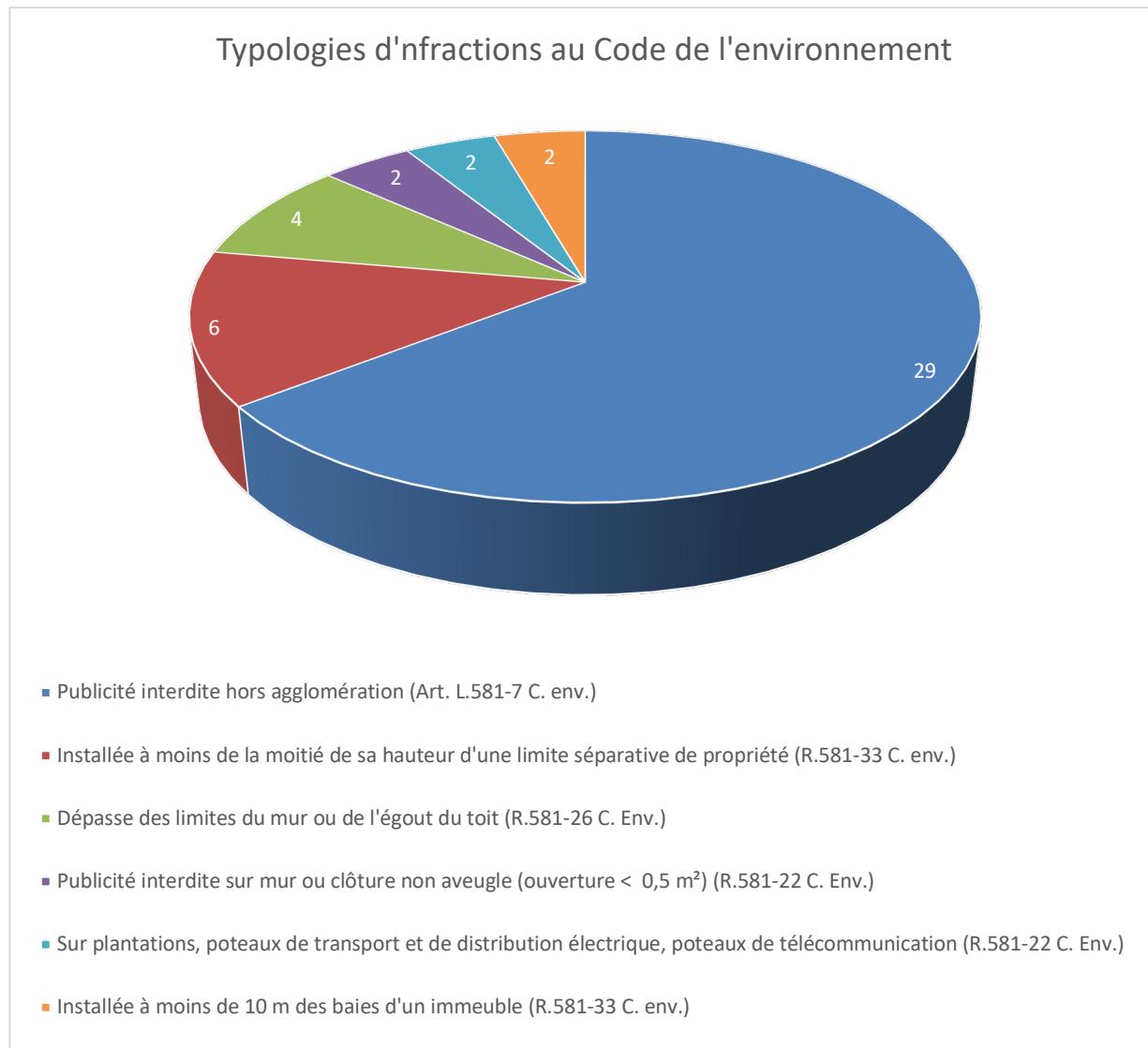
Conformément au RLP actuellement en vigueur, la majorité des dispositifs publicitaires et des préenseignes est installée sur la N7, l'Avenue Pierre Brossolette, Route de Grigny et Avenue

Irène et Frédéric Joliot Curie. Il s'agit des axes principaux et structurants du territoire.

Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 45 dispositifs non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 35% des publicités et préenseignes de Ris-Orangis. Les 45 infractions sont réparties de la manière suivante :



La principale cause d'infractions est la présence de publicités ou préenseignes en dehors de l'agglomération (29 dispositifs). Cette infraction représente 62% des infractions au Code de l'environnement sur le territoire communal.



Dispositifs publicitaires installés hors agglomération, Route de Mennecy, Ris-Orangis, octobre 2019.

Pour ces dispositifs situés hors agglomération, il convient de préciser que ces derniers sont bien en infraction avec la réglementation nationale mais qu'ils ne le sont pas au regard du RLP. En effet, le RLP autorise la publicité sur certains de ces espaces et notamment sur la Route de Mennecy. Néanmoins, ces dispositifs ont été retiré en fin d'année 2019 après la réalisation du diagnostic.

On relève également plusieurs publicités installées sur des éléments listés à l'article R.581-22 du Code de l'environnement<sup>38</sup> (8), des dispositifs ne respectant pas la règle dite « H/2 » (6), quelques dispositifs apposés sur mur dépassant des limites de l'égout du toit (4), ou encore une publicité installée à moins de 50 cm du sol (1).



Dispositifs installés sur éléments listés à l'article R.581-22 du Code de l'environnement, Ris-Orangis, octobre 2019.

<sup>38</sup> Voir « Interdictions absolues de publicité » du présent rapport.

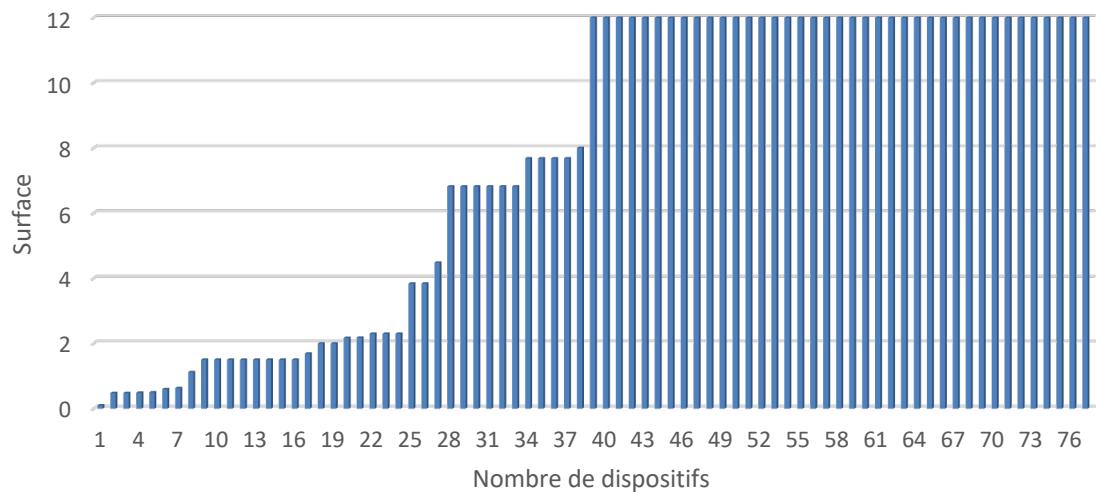
La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la seconde catégorie de publicité la plus recensée sur le territoire Ris-Orangis (59% des dispositifs de la commune).



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sur 2 pieds et mono-pieds, Ris-Orangis, octobre 2019.

Surface publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



Répartition des dispositifs par tranche

TOTAL	Dispositifs de plus de 12m <sup>2</sup>	Dispositifs de 12m <sup>2</sup>	Dispositifs entre 8 et 6m <sup>2</sup>	Dispositifs entre 5 et 2m <sup>2</sup>	Dispositifs de moins de 2m <sup>2</sup>
77	0	39	11	10	17



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol de formats variés (4m<sup>2</sup> et 1,5m<sup>2</sup>), Ris-Orangis, octobre 2019.

On remarque qu'aucun dispositif n'excède la surface de 12m<sup>2</sup>, format maximum autorisé par le RLP de 1994 de Ris-Orangis mais aussi le maximum autorisé par le Code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II ». La majorité des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ont une surface de 12m<sup>2</sup> (50% des publicités de ce type). A cela s'ajoute 14% de dispositifs dont la surface est comprise entre 8 et 6m<sup>2</sup>. Enfin, sur les dispositifs restants, 22% n'excèdent pas 2 m<sup>2</sup>.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, format 12m<sup>2</sup>, Ris-Orangis, octobre 2019.

Cependant, près de 38% des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont installées hors agglomération. Il s'agit de la totalité des dispositifs installés hors agglomération, toutes catégories de publicités et préenseignes confondues.



Dispositifs publicitaires installés hors agglomération, Route de Mennecy, Ris-Orangis, octobre 2019.  
Ces dispositifs ont été supprimés en fin d'année 2019 une fois le diagnostic réalisé.

On retrouve également des publicités ne respectant pas les prescriptions d'implantations fixées par le Code l'environnement ou avec un impact important du fait de leurs caractéristiques.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, installée à moins de 10m des baies du fond voisin, Ris-Orangis, octobre 2019.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, avec passerelle fixe, Ris-Orangis, octobre 2019.

Les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol sont donc principalement leur format et leur densité. Les règles de densité issues du RLP de ne sont plus adaptées à la réglementation nationale ni aux nouveaux enjeux du territoire, émergés durant la dernière décennie. En effet, il est impératif de mettre en place une règle de densité qui permette d'éviter la surenchère de dispositif publicitaire.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, avec une densité forte, Ris-Orangis, octobre 2019.

Il existe beaucoup de dispositifs publicitaires de très grand format (12m<sup>2</sup> ou plus) sur le territoire. Le RLP pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants. Beaucoup de collectivités instaurent une limitation de surface à 8m<sup>2</sup>.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, format (8m<sup>2</sup> et 12m<sup>2</sup>), Ris-Orangis, octobre 2019.

Le futur RLP pourra donc préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme dans l'agglomération secondaire, les quartiers et zones pavillonnaires, mais également les ZPR qui excluaient déjà ce type de dispositif (ZPR1 et ZPR2 du RLP de 1994).

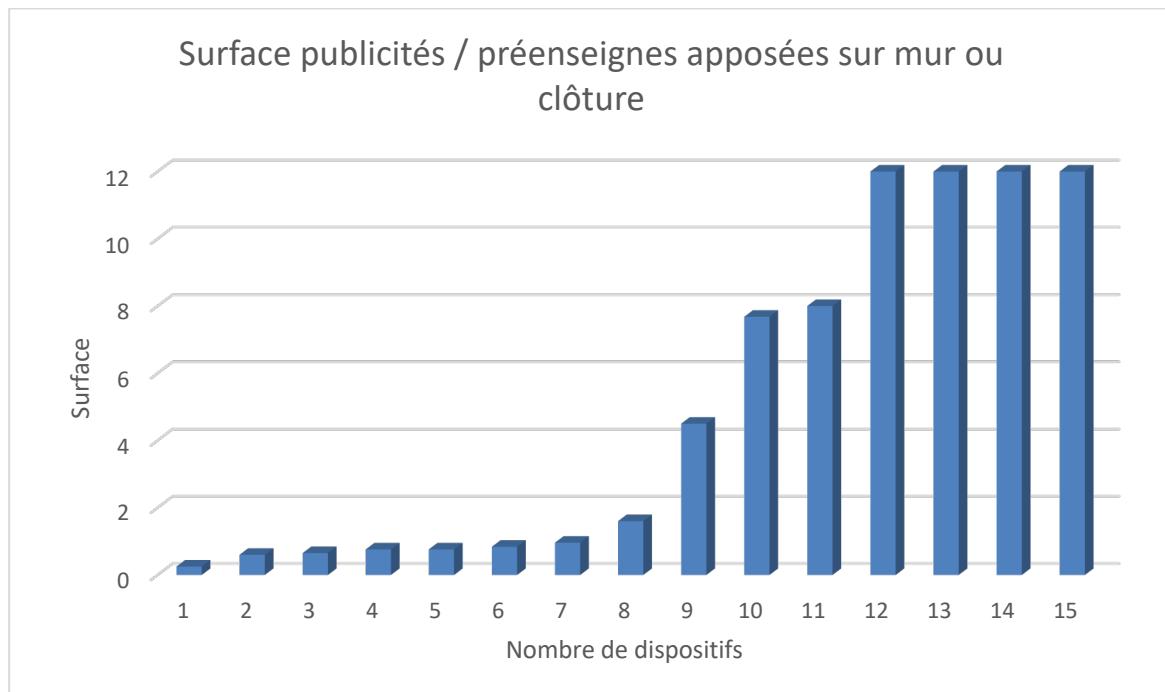
Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

### La publicité apposée sur un mur ou une clôture :

Les publicités apposées sur mur ou clôture ne représentent 28% des dispositifs publicitaires relevés sur Ris-Orangis. Pourtant, il s'agit des dispositifs qui s'intègrent mieux à l'environnement : « *leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein* »<sup>39</sup>.



Publicités apposées sur mur ou clôture, Ris-Orangis, octobre 2019.



### **Répartition des dispositifs par tranche**

<b>TOTAL</b>	Dispositifs de 12m <sup>2</sup>	Dispositifs entre 8 et 2m <sup>2</sup>	Dispositifs de moins de 2m <sup>2</sup>
<b>15</b>	4	3	8

<sup>39</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités.

On remarque que 50% des dispositifs ont une surface inférieure à 2m<sup>2</sup>. Un dispositif excède les 12m<sup>2</sup> fixé par le RLP de 1994 de Ris-Orangis et par le Code de l'environnement depuis la loi « *Grenelle II* ». Enfin, sur les dispositifs restants 25% ont une surface de 12m<sup>2</sup>.



Publicités apposées sur mur, format 12m<sup>2</sup> et 8m<sup>2</sup>, Ris-Orangis, octobre 2019.

Les publicités sur mur ou clôture sont principalement impactées par les infractions liées à des dispositifs dépassant des limites de l'égout du toit ou installés sur des clôtures ou mur non-aveugle. Ces dernières sont généralement des publicités « sauvages » posées sans autorisation, parfois temporairement, souvent oubliées, et servant principalement de préenseignes pour guider les usagers vers une activité déterminée.



Publicité apposée sur clôture non-aveugle, Ris-Orangis, octobre 2019.



Publicité dépassant des limites du mur ou de la clôture sur laquelle elle est apposée, Ris-Orangis, octobre 2019.

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont globalement identiques à ceux des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol. Il conviendra de porter une réflexion sur l'harmonisation, si possible, des règles de densité entre publicités scellées au sol et apposées sur mur pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces 2 catégories de dispositifs. Un encadrement similaire en matière de surface pourra être choisi. Enfin, cette catégorie étant, à ce jour la moins présente sur le territoire et pour 50% en infraction avec le code de l'environnement, la commune pourra choisir d'interdire ce type de publicité.

### La publicité apposée sur mobilier urbain :

La publicité apposée sur mobilier urbain représente plus de 12% du parc publicitaire relevé sur le territoire. Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories mais seulement trois sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain sont présentes sur Ris-Orangis, à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2m<sup>2</sup> (23 conformément à la convention signée avec le prestataire) ;
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés communément « *sucette* » (46 conformément à la convention signée avec le prestataire dont 23 à un format de 2 m<sup>2</sup> et 12 à un format de 8 m<sup>2</sup>).



Publicité apposée sur abris destiné au public (abris-bus), Ris-Orangis, octobre 2019.



Publicité mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (« *sucette* »), formats 2m<sup>2</sup>, Ris-Orangis, octobre 2019.



Publicité mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (« *sucette* »), formats 8m<sup>2</sup>, Ris-Orangis, octobre 2019.

Les publicités supportées par les mobiliers sont globalement de petit format (2 m<sup>2</sup>). Cependant, certaines publicités apposées sur mobiliers urbains de type « *sucette* » peuvent atteindre un format maximal de 8 m<sup>2</sup>.

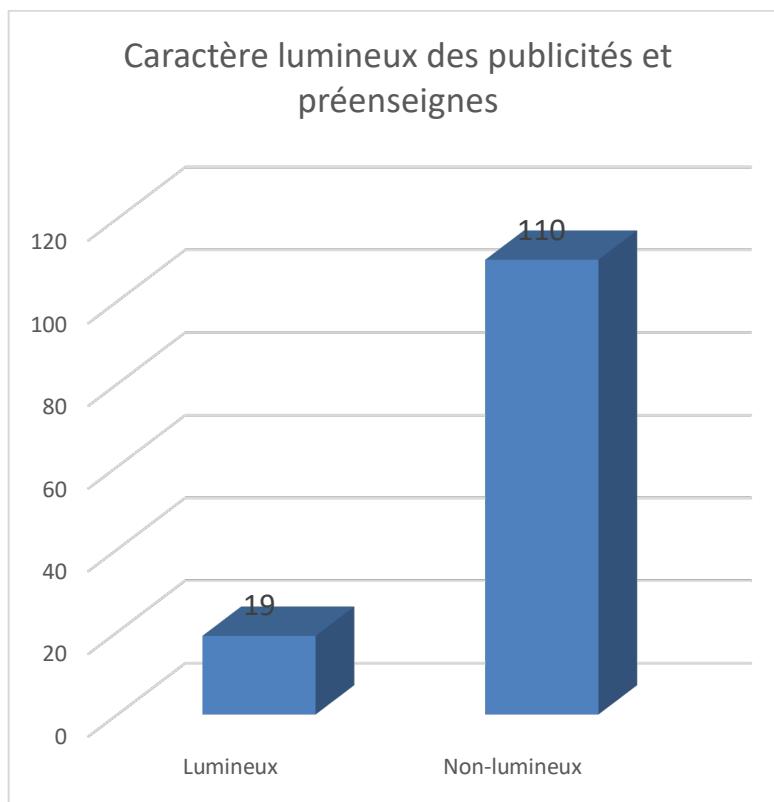


Publicité mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (« *sucette* »), formats 8m<sup>2</sup>, Ris-Orangis, octobre 2019.

Bien que le format de ces publicités soit généralement moins impactant pour les paysages, ce type de dispositifs occupe une place majeure dans le paysage urbain. Ainsi, la place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal devra être traitée de manière spécifique dans la future réglementation locale. Il conviendra de tenir compte du RLP actuel, qui n'autorise que de la publicité dans un format maximum de 2 m<sup>2</sup> sur le mobilier urbain. La commune devra donc tenir compte de la réalité de son parc d'affichage et/ou des acquis de son RLP de 1994.

### La publicité lumineuse :

La publicité lumineuse ne représente que 15% des dispositifs publicitaires sur la commune de Ris-Orangis.



La publicité lumineuse est présente sous la forme de dispositifs lumineux éclairés par projection ou par transparence. Ces publicités sont soumises aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.



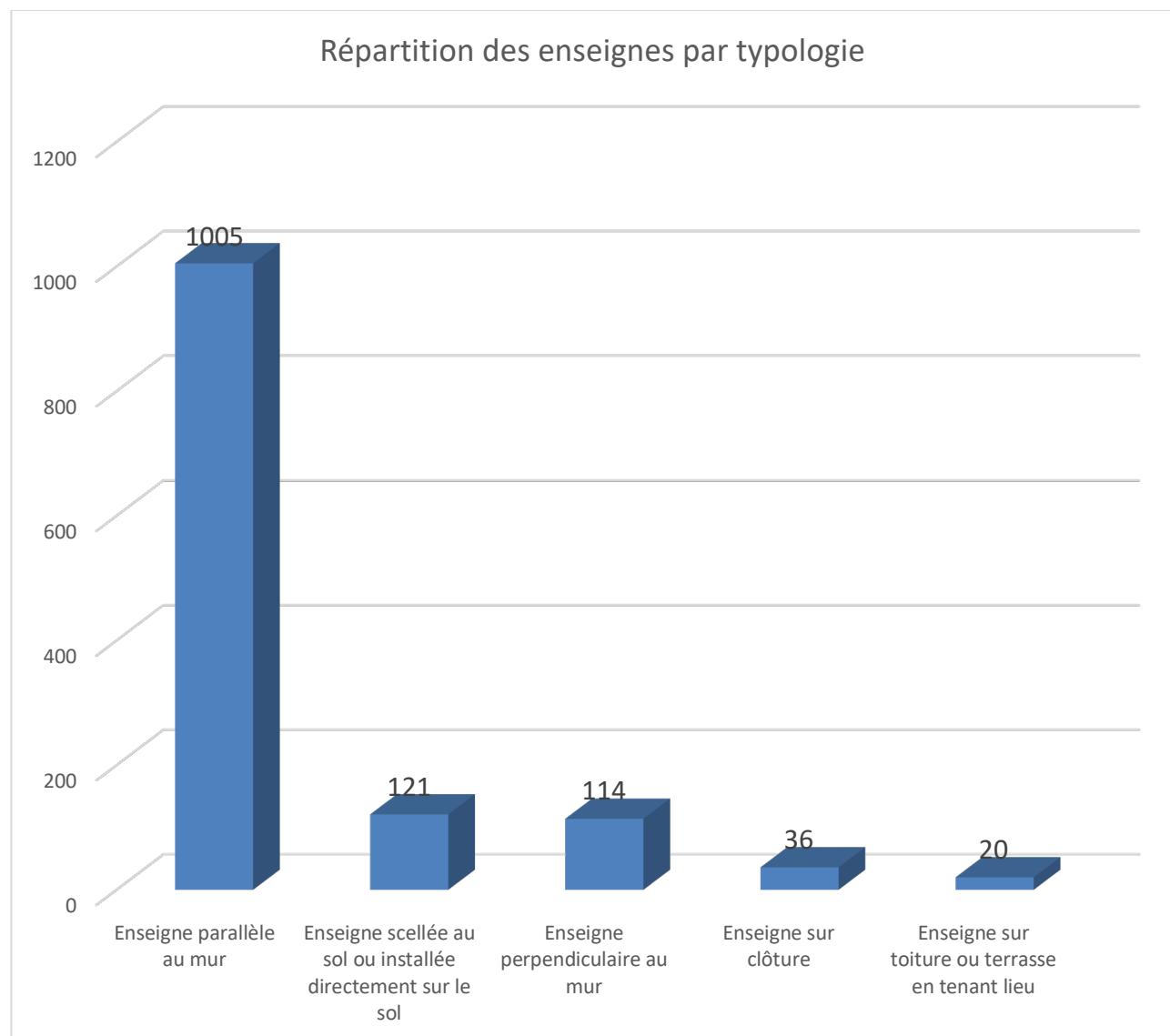
Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques (format 8m<sup>2</sup> – maximum prévu par la réglementation nationale). Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Le RLP de Ris-Orangis ne pose actuellement aucune règle concernant ces dispositifs particuliers, ils sont donc encadrés dans les conditions fixées par le Code de l'environnement.

## 2. *Les caractéristiques des enseignes*

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou en secteur où il y a peu d'enseignes.

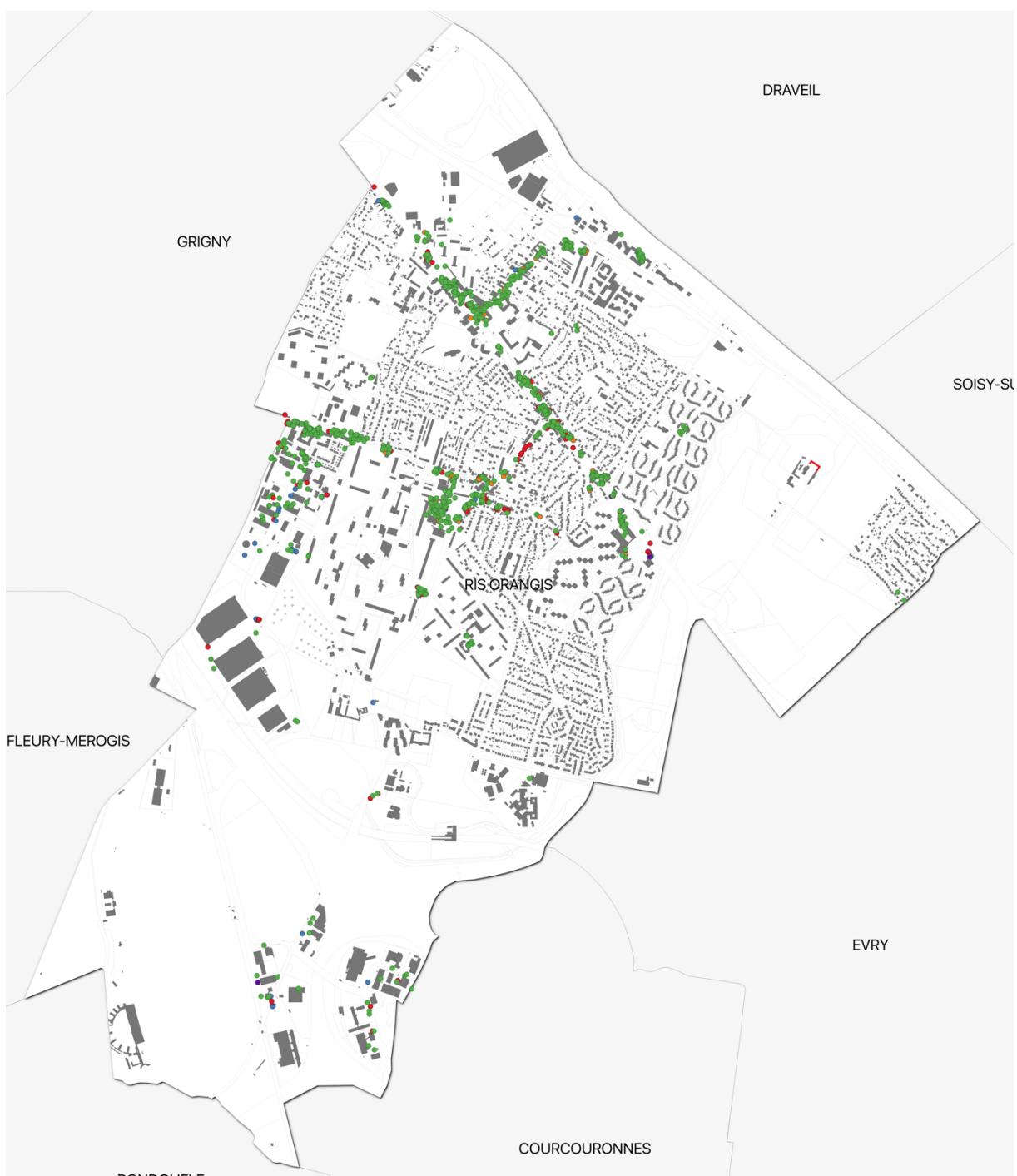
Dans un premier temps nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présente sur le territoire communal de Ris-Orangis. Puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

Quatre grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal (les enseignes parallèles, sur balcon et sur clôture seront traitées conjointement) réparties de la manière suivante :



Près de 1300 enseignes ont été relevées sur le territoire communal. Ce relevé a permis de mettre en évidence l'état des lieux des enseignes sur le territoire de Ris-Orangis.

## Localisation des enseignes sur la commune de Ris-Orangis



### Légende

#### Typologie d'enseigne

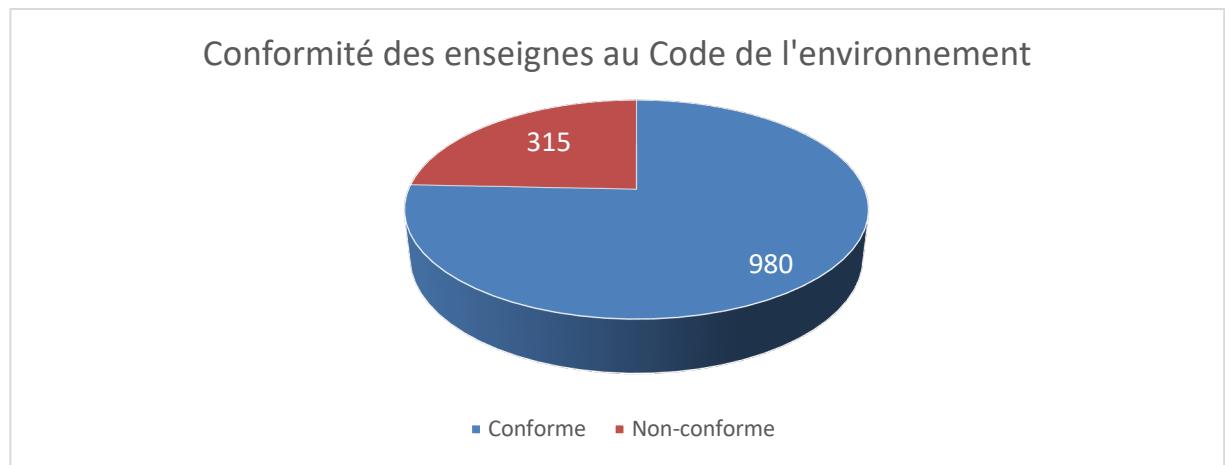
- Enseigne parallèle au mur
- Enseigne perpendiculaire au mur
- Enseigne sur clôture
- Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu

- Parcelles\_Ris-Orangis
- Bâti\_Ris-Orangis
- Limites communales

Sources :  
Bâti, parcelles, limites communales : data.gouv  
Enseignes : Relevé GPS BE Go Pub Conseil  
Réalisation : BE Go Pub Conseil

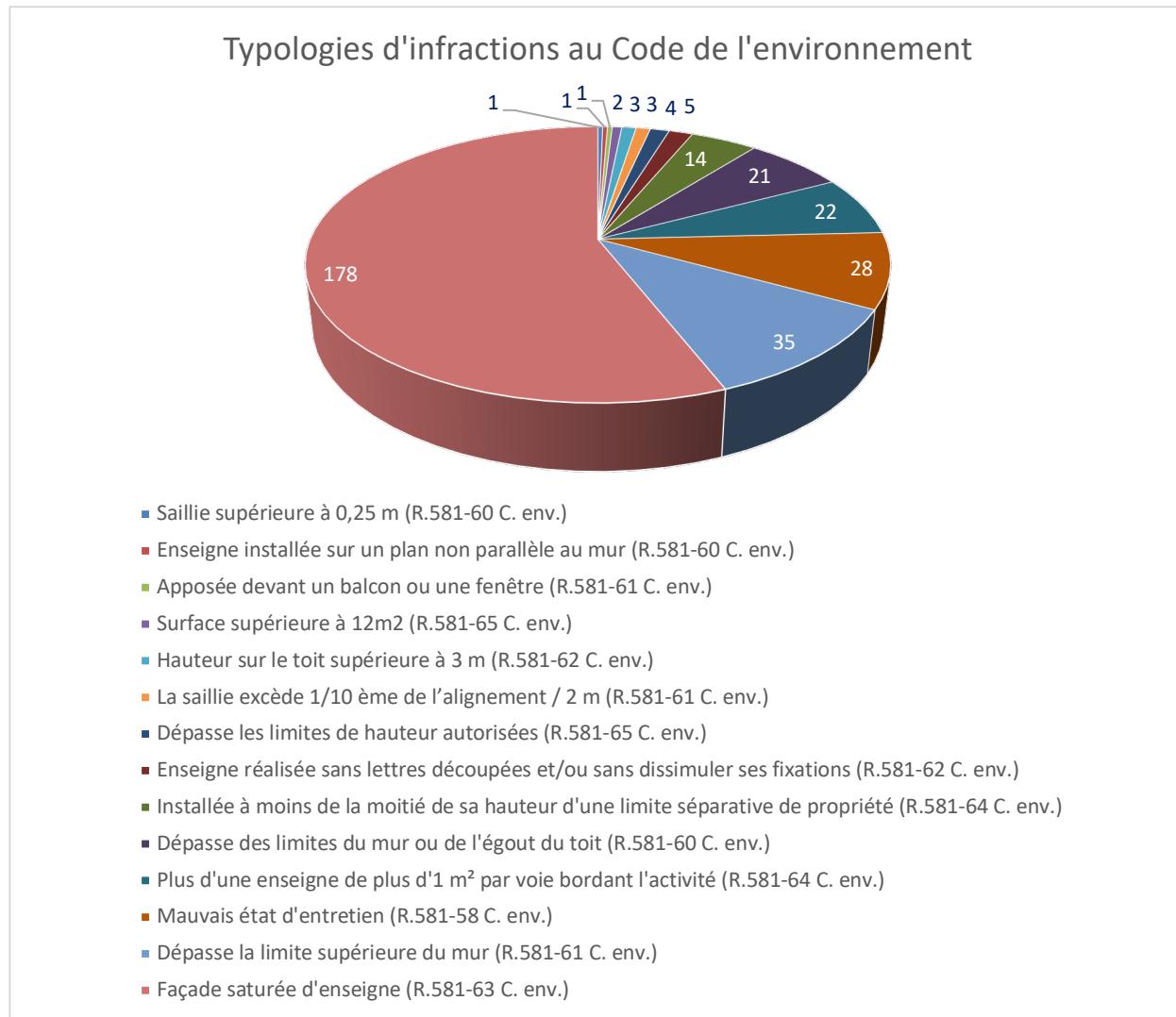
Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense (zones d'activités, centre-ville, etc.).

Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 315 dispositifs non conformes au Code de l'environnement ce qui représente

24% des enseignes de Ris-Orangis. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On relève donc 315 dispositifs non-conformes pour 318 infractions. Ces infractions sont réparties de la manière suivante :



L'enseigne parallèle au mur :

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ce type d'enseigne représente 77% des enseignes relevées à Ris-Orangis et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Enseignes réalisées en « bandeau », Ris-Orangis, octobre 2019



Enseignes parallèles de type « vitrophanie », bien intégrées à la vitrine commerciale, Ris-Orangis, octobre 2019



Enseigne parallèle de type « vitrophanie », occultant à la vitrine commerciale, Ris-Orangis, octobre 2019



Enseignes réalisées en lettres découpées, Ris-Orangis, octobre 2019.

Malgré l'absence totale de règles locales en matière d'enseignes dans le RLP de 1994, on relève des enseignes permettant de valoriser les activités et devantures commerciales. En effet, on relève plusieurs devantures ou les enseignes parallèles au mur sont particulièrement soignées.



Enseignes bien intégrées à la devanture commerciale, réalisées en lettres découpées, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes bien intégrées à la devanture commerciale, réalisées en lettres découpées, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes bien intégrées à la devanture commerciale, réalisées en lettres découpées, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseigne bien intégrée à la devanture commerciale, réalisée en lettres découpées et aux messages sobres, Ris-Orangis, octobre 2019.

Sont traitées dans le même temps que les enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Généralement peu présentent sur le territoire national et de petite taille, elles viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.



Exemple d'enseigne sur auvent ou marquise (non relevé sur Ris-Orangis).



Enseignes sur garde-corps de balcon, masquant l'architecture du bâtiment, Ris-Orangis, octobre 2019.

La faible présence des enseignes sur auvent ou marquise et des enseignes sur balcon pourra faire l'objet d'une interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règle locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation (ne pas dépasser les limites du mur ou de l'égout du toit) et sa surface (respect de la proportion par rapport à la surface de la façade).



Enseignes dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit, Ris-Orangis, octobre 2019.



Façades saturées d'enseignes, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes parallèles au mur installée en étage sur un bâtiment n'accueillant qu'une seule activité (redondance du message), Ris-Orangis, octobre 2019.

Les enseignes sur clôture représentent à peine 3% des enseignes de Ris-Orangis. Ce type d'enseigne est plus souvent présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau national. A ce titre, elles sont traitées dans la partie dédiée aux enseignes parallèles au mur. Pour autant leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface peut être particulièrement important. La faible présence de ce type d'enseigne sur le territoire pourra être entériner par la future réglementation locale en interdisant sur tout ou partie du territoire ce type d'enseigne.



Enseignes sur clôture non-aveugle, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes sur clôture aveugle, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes sur clôture aveugle dépassant des limites du mur, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes recouvrant la totalité de la clôture sur laquelle elle est apposée, Ris-Orangis, octobre 2019.

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue (9%). Elles sont particulièrement présente sur les zones d'activités économiques de la commune et participe à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de type « *totem* », Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « *mât* », et de type « *drapeau* », Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « *porte-menu* » (exemple non relevé sur Ris-Orangis), et de type « *panneau* », Ris-Orangis, octobre 2019.

On relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule. Une seule enseigne scellée au sol ne respecte pas l'implantation à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (H/2).



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en surnombre par voie bordant l'activité, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle « *H/2* », Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol supportant le message de plusieurs activités, Ris-Orangis, octobre 2019.

Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifiques en vue de réduire leur impact. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre. Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.



Enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, Ris-Orangis, octobre 2019. ATTENTION : Pour être qualifiées d'enseignes ces dispositifs doivent être installés sur l'unité foncière de l'activité, sinon, il s'agit de publicité ou préenseigne. Cette règle ne s'applique pas lorsque l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public, dans ce cas, on considère le dispositif comme étant une enseigne (ex : porte-menu sur une terrasse de restaurant).

L'enseigne perpendiculaire au mur :

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 9% des enseignes du territoire et disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.



Enseignes perpendiculaires au mur « carrées » et « rondes », Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes perpendiculaires au mur « allongées », Ris-Orangis, octobre 2019.

Quelques enseignes perpendiculaires au mur sont assez travaillées mais une majorité d'enseignes de ce type met peut en valeur les activités signalées. Le future RLP pourra donc entériner les bonnes pratiques en cours sur le territoire et mettre en place des règles privilégiant l'esthétique de ces enseignes perpendiculaires au mur.



Enseigne perpendiculaire au mur bien intégrée, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes perpendiculaires au mur avec un impact fort et mettant peu en valeur l'activité, Ris-Orangis, octobre 2019.

Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville. On relève également plusieurs devantures accueillant plusieurs enseignes perpendiculaires au mur. Cependant, cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité / lisibilité de l'activité.



Enseigne perpendiculaire dépassant des limites du mur, et cumul d'enseigne sur la façade d'une même activité, Ris-Orangis, octobre 2019.



Cumul d'enseignes perpendiculaires au mur, Ris-Orangis, octobre 2019.

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu :

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu est essentiellement présente en zone d'activités. Elle compte pour à peine 2% du total des enseignes relevées. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent. 50% de ces enseignes sont en infraction car installées avec un panneau de fond, soit 8 enseignes.



Enseignes sur toiture réalisées au moyen de panneaux de fond, Ris-Orangis, octobre 2019.



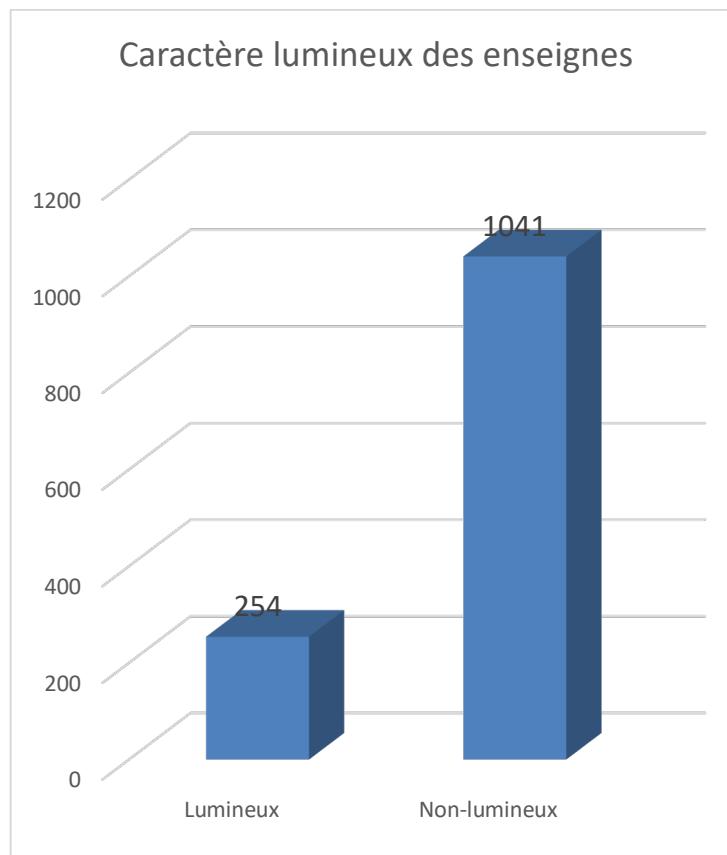
Enseigne sur toiture réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés, mais sans dissimuler ses fixations, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseigne sur toiture réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés, dissimulant ses fixations et sans panneaux de fond, format 40m<sup>2</sup>, Ris-Orangis, octobre 2019.

### L'enseigne lumineuse :

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « *toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet* ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc. Sur le territoire communal, 20% des enseignes sont lumineuses.



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



Enseignes éclairées par projection, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseigne lumineuse éclairée par transparence, Ris-Orangis, octobre 2019.

Quelques enseignes numériques ont été relevées sur le territoire communal signalant des services d'urgences, pharmacie, restaurants etc. Il s'agit donc d'enseigne avec un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



Enseignes numériques, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseigne numérique, Ris-Orangis, octobre 2019.

## Les enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

Les enseignes temporaires sont soumises « *partiellement*<sup>40</sup> » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentées précédemment. Elles se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes sur une clôture non aveugle ou parallèle au mur pour des opérations immobilières ou la promotion de locaux vacants. Elles peuvent posséder de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.



Enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol signalant des opérations immobilières et de format important, Ris-Orangis, octobre 2019.



Enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol signalant des opérations immobilières et de format important, Ris-Orangis, octobre 2019.

40 Cf. d. les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires (p.29) du I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure du présent rapport

### **III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure**

#### **1. *Les objectifs***

Dans une délibération n°1019/094 en date du 4 avril 2019, la commune de Ris-Orangis a prescrit la révision de son RLP de 1994 en fixant les objectifs suivants :

- Actualiser le Règlement Local de Publicité à la nouvelle réglementation nationale et encadrer la publicité, les enseignes et les pré-enseignes ;
- Améliorer la qualité du cadre de vie et lutter contre les nuisances visuelles, notamment par l'homogénéisation de la signalétique, des devantures de commerces ;
- Favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine, en portant notamment des réflexions sur les entrées de ville, les axes structurants traversant la ville ;
- Participer aux efforts d'économies d'énergie.

## **2. *Les orientations***

Afin de remplir les objectifs fixés dans sa délibération de prescription, la commune de Ris-Orangis s'appuie sur les orientations suivantes :

**Orientation 1 :** Préserver les secteurs peu touchés par la pression publicitaires, comme le centre-ville, les quartiers résidentielles et pavillonnaires (ancienne ZPR1 et 2) de Ris-Orangis ;

Le travail de diagnostic a permis de mettre en évidence que seuls certains axes accueillaient des supports publicitaires ou des préenseignes, dont la RN7 qui supporte la majorité des publicités actuellement installées sur la commune. Ainsi, une grande partie du territoire communal est actuellement préserver de toutes publicités ou préenseignes.

Par les règles mises en place dans son RLP, la ville de Ris-Orangis souhaite préserver cet état et même aller plus loin en mettant en place des règles permettant de restreindre le format des supports de publicitaires qui resteraient autorisés.

**Orientation 2 :** Encadrer les dispositifs publicitaires en maitrisant leur format et/ou en mettant en place une règle de densité plus adaptées au territoire de Ris-Orangis et notamment sur les axes en entrées de ville comme la N7, l'Avenue Pierre Brossolette, Route de Grigny et Avenue Irène et Frédéric Joliot Curie ;

Les publicités et préenseignes étant particulièrement présentes sur les axes majeurs du territoire (générant du passage, ces axes sont des secteurs privilégiés pour les annonceurs qui souhaitent être vus), la ville a décidé de faire un fort travail de réglementation en limitant le format de ces supports et leur densité.

A ce titre, la commune a également travaillé sur la règle de densité pour limiter le nombre de support notamment sur la RN7.

**Orientation 3 :** Règlementer les publicités apposées sur mobilier urbain notamment en proposant des formats d'affichage plus restreints que la réglementation nationale ;

Le RLP de 1994 n'avait pas limité le format des publicités apposées sur mobilier urbain néanmoins à peu 10 publicités apposées sur mobilier urbain ont un format excédant 2m<sup>2</sup> sur la quarantaine de supports relevés. La ville souhaite donc abaisser le format de ses supports à l'ensemble de son territoire pour gagner en qualité paysagère et en cadre de vie pour ces habitants. Cette règle tient compte de l'existant

**Orientation 4 :** Encadrer les dispositifs lumineux et notamment numérique en instituant une plage d'extinction nocturne et une réduction des formats pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le paysage urbain ;

Le RLP de 1994 ne permettait pas d'encadrer les publicités, enseignes et préenseignes lumineuses ou numériques. En effet, aucune plage d'extinction nocturne n'y était fixée et aucune règle spécifique ne s'appliquait à ces supports.

Le Code de l'environnement permet aujourd'hui à toutes collectivités de fixer une plage d'extinction nocturne. La ville souhaite aller plus loin en proposant un seuil de luminosité en cohérence avec les préconisations faites pour l'éclairage public.

Par ailleurs, la ville souhaite également mettre en place une réglementation spécifique dédiée aux supports numériques en développement sur le territoire national et pour le moment quasiment absent du paysage communal (exception des croix de pharmacie et services d'urgence). Cette orientation permettra de répondre aux besoins de la ville concernant les supports lumineux.

**Orientation 5 :** Interdire ou encadrer certaines implantations d'enseignes peu qualitatives en matière d'intégration paysagère comme les enseignes sur toiture, les enseignes sur les arbres ou encore les enseignes sur balcon ;

Le RLP de 1994 et le Code de l'environnement ne prévoient pas d'interdictions spécifiques liées aux enseignes. Pour autant, la ville de Ris-Orangis est confrontée à des problématiques d'enseignes peu qualitatives participant à la dégradation de son territoire.

La ville a donc souhaité interdire certains dispositifs d'enseignes peu ou pas présents sur son territoire comme les enseignes sur balcon.

**Orientation 6 :** Encadrer l'implantation des enseignes installées en façade d'activités pour privilégier une bonne lisibilité des activités et assurer une meilleure intégration de ces enseignes dans l'environnement ;

Le RLP de 1994 ne contenait aucune règle relative à l'implantation des enseignes en façade. Néanmoins, la révision du RLP est une réelle opportunité d'encadrer ces dispositifs pour permettre une bonne intégration de ces supports. La ville a donc souhaité mettre en place une réglementation dédiée à ces enseignes pour embellir l'image du territoire et lui créer une véritable identité visuelle.

**Orientation 7 :** Réduire le format et la densité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol impactant fortement le paysage, notamment celles de plus d'1m<sup>2</sup> ;

Aussi impactantes que les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, la ville souhaite les encadrer de manière spécifique en fonction des secteurs. En effet, les besoins et les caractéristiques du territoire ne permettent pas l'installation de ces enseignes sur l'ensemble du territoire communal.

La ville tient donc compte de ces particularités pour mettre en place une réglementation permettant aux entreprises et commerces de Ris-Orangis d'utiliser ce type de support sans toutefois dégrader la qualité du cadre de vie de la commune.

La règlementation locale pourra instituées des règles pour garantir une harmonisation et une cohérence de règles entre enseignes et publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.

**Orientation 8 :** Renforcer la règlementation applicable aux enseignes sur clôture et aux enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

Absente de la règlementation locale et nationale (au sens d'une règlementation dédiée), les enseignes sur clôture feront l'objet d'une règlementation spécifique dans le futur RLP. En effet, la règlementation locale permettra d'en maîtriser le nombre, les formats et la qualité. L'objectif étant de privilégier l'installation d'enseignes qualitatives sur le territoire.

Par ailleurs, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, peu présentes sur le territoire communal pourront faire l'objet d'une règlementation plus restrictive pour entériner les bonnes pratiques existantes.

Ces orientations ont été débattues en Conseil Municipal du 30 juin 2021.

## IV. Justification des choix retenus

### 1. Le zonage

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Ris-Orangis. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre l'agglomération à vocation principale d'habitat et d'équipements en dehors de la ZP2 et ZP3.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) est divisée en 2 sous-zones :
  - o La ZP2-A qui couvre la zone industrielle des Terres Saint Lazare, située en agglomération ;
  - o La ZP2-B qui couvre la zone d'activité du Bois de l'Épine, située hors agglomération.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre la Route Nationale 7 sur une bande de 70 mètres de part et d'autre de l'axe de la voie.

Les secteurs situés en dehors des 3 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception<sup>41</sup>.

#### La ZP1 : Agglomération à vocation principale d'habitat et d'équipements :

Suite au travail de terrain réalisé sur l'ensemble du territoire, il apparaît que la RN7 et la rue Pierre Brossolette concentre 90% des supports de publicité et des préenseignes. La RN7 concentre la majorité des supports publicitaires apposés sur mur ou clôture ainsi que les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol. On y retrouve dans une moindre mesure, les publicités apposées sur mobilier urbain. La rue Pierre Brossolette concentre, quant à elle, principalement les supports de publicités apposées sur mobilier urbain.

La commune, dans sa volonté de mettre en place une réglementation plus restrictive que la réglementation nationale a souhaité tenir compte de ces particularités d'implantation. La mise en place d'une zone spécifique couvrant la totalité de l'agglomération en dehors de la RN7 et des zones d'activités semblant donc tout à fait logique pour y proposer une réglementation n'autorisant que la publicité apposée sur mobilier urbain. La délimitation de cette zone permet donc de tenir compte d'un état de fait du territoire. Elle permet également d'être en cohérence avec la volonté de la ville et les besoins de visibilité des supports publicitaires actuellement implantés sur la commune.

---

<sup>41</sup> [La notion d'agglomération](#)

### La ZP2-A : La zone industrielle de Terre Saint Lazare :

Contrairement au reste du territoire, cette zone industrielle peut avoir des besoins spécifiques pour signaler ses entreprises. Un zonage dédié permettait donc de marquer cette particularité par rapport à la ZP1 et ZP3, notamment en matière d'enseignes. En matière de publicités et préenseignes, on relève peu de supports publicitaires sur cette zone, la réglementation locale s'approchera donc de celle applicable en ZP1 pour tenir compte de la réalité de l'implantation des supports.

### La ZP2-B : La zone d'activités du Bois de l'Épine :

La zone d'activités du Bois de l'Épine est située hors agglomération, elle ne peut donc pas accueillir de publicités ou de préenseignes conformément au Code de l'environnement<sup>42</sup>. Il était donc nécessaire de créer un zonage spécifique pour cette zone d'activités.

Par ailleurs, la zones d'activités du Bois de l'Épine et la zone industrielle de Terre Saint Lazare ont des besoins similaires en termes de réglementation des enseignes. En effet, la structure des bâtiments présents sur ces deux espaces sont comparables (bâtiments d'exploitation souvent de grandes tailles, avec une hauteur importante, etc.). Il était donc important pour la ville de créer une zone ZP2 divisée pour tenir compte du caractère aggloméré et non agglomérée de la zone industrielle de Terre Saint Lazare et de la zone d'activités du Bois de l'Épine.

### La ZP3 : La RN7 :

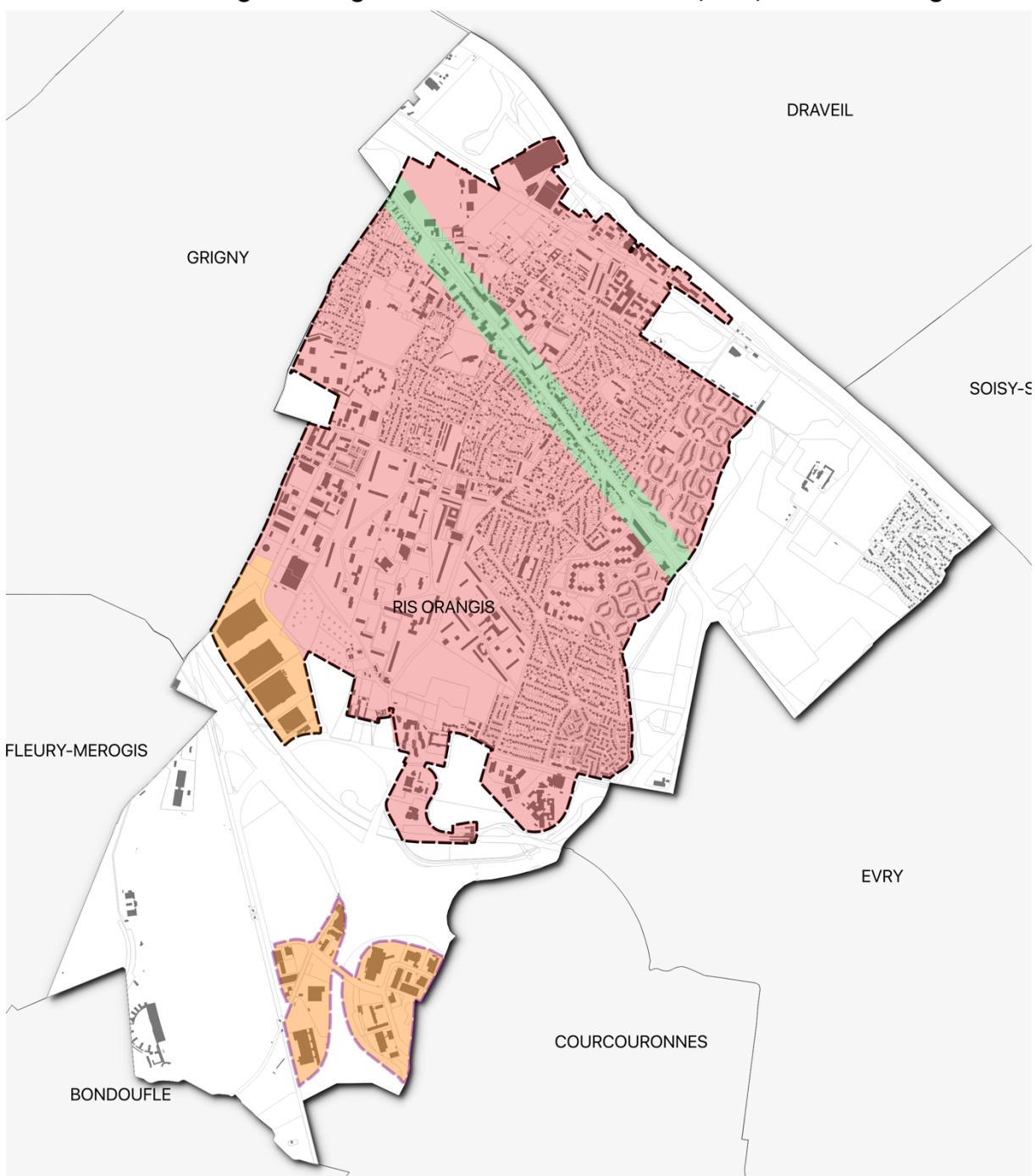
Conformément au diagnostic, la grande majorité des supports publicitaires apposés sur mur ou clôture ainsi que les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol est installée le long de la RN7. Cet axe majeur de la commune génère un flux important de voiture et donc une pression publicitaire importante. En tant qu'axe traversant (cet axe permet de faire le lien entre Paris et la 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> couronne), il est l'une des premières images du territoire. La commune souhaite donc cet axe qualitatif et avec une réglementation permettant de limiter le nombre de supports publicitaires de grands formats.

Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous :

---

<sup>42</sup> Art. L.581-7 du Code de l'environnement

## Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de Ris-Orangis



### Légende

- ZP1 : Espace à vocation principal d'habitat ou d'habitat mixte hors ZP2 et ZP3
- ZP2-A : Zone industrielle de Terre Saint Lazare
- ZP2-B : Zone d'activités du Bois de l'Epine (hors agglomération - publicités et préenseignes interdites sauf préenseignes dérogatoires)
- ZP3 : Route Nationale 7 en agglomération
- Espaces hors agglomération ou la publicité et les préenseignes sont interdites (sauf préenseignes dérogatoires)

## 2. *Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes*

Dans la zone de publicité n°1 (ZP1 - agglomération à vocation principale d'habitat et d'équipements) et dans la ZP2-A (ZP2-A - zone industrielle de Terre Saint Lazare), la ville a souhaité renforcer l'identité de cet espace en autorisant que la publicité apposée sur mobilier urbain ou sur bâches de chantier.

La ville a donc souhaité autoriser la publicité apposée sur mobilier urbain dans la limite de 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol pour la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. En effet, le mobilier étant « *un ensemble des équipements publics mis au service des usagers de la voie publiques répondant à un besoin des habitants de la commune*<sup>43</sup> », la commune a souhaité aller plus loin que la réglementation de son RLP de 1994 (qui autorisait la publicité sur mur (4m<sup>2</sup>), les bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles, la publicité numérique et la publicité sur mobilier urbain sur sa ZPR2 dont la délimitation est similaire à la ZP1). Sur l'ensemble de la ZP1, la publicité numérique apposée sur mobilier urbain est autorisée dans la limite de 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol.

Les publicités sur bâches de chantier sont, quant à elles, limitées à 20m<sup>2</sup> maximum.

Cette règle permet d'aller plus loin que le RLP de 1994 en prenant en compte l'absence de supports de publicité autre dans cet espace excepté des supports sauvages (installés hors agglomération, dans la zone d'activités du Bois l'Épine). Cette règle locale a également pour but de préserver les acquis du territoire.

Dans la zone de publicité n°2-B (ZP2-B - zone d'activités du Bois de l'Épine), conformément à la réglementation nationale, les publicités et préenseigne sont interdites<sup>44</sup>. En effet, l'ensemble de la zone d'activités est situé hors agglomération.

Dans la zone de publicité n°3 (ZP3 - RN7), la ville a souhaité mettre en place une réglementation plus souple pour tenir compte de la présence de supports publicitaires sur ce secteur. Néanmoins, dans l'optique de limiter l'impact des supports publicitaires dans cette espace, la ville a interdit :

- Les publicités ou préenseignes lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture.

Le format des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol est réduit à 6m de hauteur au sol et 10,5m<sup>2</sup> « *hors tout* », contre 12m<sup>2</sup> dans le Code de l'environnement et le RLP de 1994. Ces publicités doivent nécessairement être monopieds et disposer d'un bardage lorsque l'une des deux faces n'est pas exploitée. La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol n'est autorisée que sur les unités foncières dont le linéaire est supérieur ou égal à 25 mètres, dans la limite d'un seul dispositif publicitaire. L'objectif de cette règle est de tenir compte des caractéristiques des unités foncières de cette zone qui peuvent être importante du fait de la présence de grands ensembles.

<sup>43</sup> Réponse parlementaire du 20/03/2012 à la question parlementaire n°94211 de Mme Zimmermann du 23/11/2010.

<sup>44</sup> Art. L.58-7 du Code de l'environnement

Les publicités sur bâches de chantier sont encadrées dans les mêmes conditions qu'en ZP1 et ZP2-A. L'objectif est d'avoir une harmonisation de traitement pour ces supports spécifiques.

Les publicités apposées sur le mobilier urbain sont encadrées dans les mêmes conditions que les publicités scellées u sol ou installées directement sur le sol. Ainsi, la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est limité à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur au sol. Cette règle permet d'avoir une équité des formats sur la ZP3 quel que soit le type de support publicitaire autorisé. Par ailleurs, la ville a tenu compte de sa convention avec son prestataire et des supports existants sur son territoire. La convention prendra fin dans le délai de mise en conformité des publicités et préenseignes de 2 ans suite à l'approbation du RLP. Cette règle permettra donc de transformer environ la moitié des publicités sur mobilier urbain de grands formats en supports de 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol maximum.

Enfin, la publicité numérique est autorisée sur la ZP3 mais uniquement dans un format restreint de 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol y compris lorsqu'elle est apposée sur mobilier urbain. En effet, en tant que première image du territoire, la ville ne souhaite pas que la RN7 soit dégradée par la présence de support numérique avec un format trop important. Là encore, la réflexion de la commune a pris en compte l'absence de support numérique sur le territoire.

L'objectif de ces règles est donc de trouver un juste équilibre entre la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie et la protection des paysages.

L'ensemble des publicités et préenseignes sont soumises à la plage d'extinction nocturne. Les publicités lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 7 heures, excepté celles supportées par le mobilier urbain afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

Par ailleurs, aucune publicité lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement. Les publicités lumineuses ne doivent pas être éblouissantes. L'objectif de ces règles est de préserver le paysage nocturne et diurne de la pollution lumineuse générées par les dispositifs lumineux.

Les publicités préenseignes lumineuses devront veiller à l'installation de capteur permettant de graduer l'intensité de l'éclairage en fonction de la luminosité extérieure.

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la réglementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement.

### **3. *Les choix retenus en matière d'enseignes***

Le RLP de Ris-Orangis, interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est considérée comme peu qualitative soit en raison de leur format, soit de leur implantation.

A ce titre, et pour garantir à l'ensemble du territoire communal une égalité de traitement des enseignes et un cadre de vie protégé, la ville a décidé d'interdire :

- Les enseignes sur les arbres ou les plantations ;
- Les enseignes sur les gardes corps de balcon ou balconnet ;
- Les enseignes sur auvents ou marquises ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant (sauf en ZP2A et B – Zone industrielle de Terre Saint Lazare et zone d'activités du Bois de l'Épine).

Ces règles permettent de privilégier une meilleure intégration des enseignes et une protection du patrimoine bâti sur l'ensemble de la commune.

Sur l'ensemble du territoire, la collectivité a souhaité mettre en place une réglementation locale en matière d'enseigne. Il s'agit d'une réelle nouveauté vis-à-vis de la réglementation de 1994 qui n'encadrait que les publicités et préenseignes.

Ainsi, l'insertion des enseignes parallèles et perpendiculaires au bâtiment sur lequel elles sont installées a été une question primordiale permettant d'aboutir à une réglementation locale en accord avec les besoins des acteurs économiques locaux.

Les enseignes parallèles au mur doivent être implantées en-dessous des limites du 1<sup>er</sup> étage, pour les activités exercées en rez-de-chaussée. Les activités situées exclusivement en étage ne pourront se signaler qu'avec une seule enseigne parallèle au niveau de leur activité. Enfin, la réalisation de ces enseignes en lettres ou signes découpés est privilégiée. L'épaisseur des enseignes parallèle au mur est limitée à 0,15m.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par façade d'activité pour éviter toute saturation des façades, leur saillie sont limitées à 0,80 mètre. La hauteur des enseignes perpendiculaires ne peut excéder 0,80m, sauf pour les activités exercées dans la totalité du bâtiment. Dans ce dernier cas, la hauteur de l'enseigne perpendiculaire est limitée à 1,5 mètres. Enfin, ces enseignes doivent être alignées aux enseignes parallèles au mur pour respecter les lignes architecturales du bâti.

L'ensemble de ces règles permettront de garantir une meilleure intégration des enseignes sur leur bâtiment et d'éviter la surcharge d'enseigne pour signaler une même activité. Ces règles permettent de concilier les besoins de visibilités des acteurs locaux et la préservation du cadre de vie.

Les enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à une seule par voie bordant l'activité et 1,2 mètre de hauteur maximum. Enfin, un espace d'1,4m doit être respecté entre ces enseignes et le bord du trottoir pour permettre l'accessibilité des personnes à mobilité réduite. Le RLP pose donc un encadrement précis pour ce type d'enseigne ne bénéficiant pas actuellement de réglementation propre au sein du Code de l'environnement.

Les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 2 mètres carrés et 3 mètres de hauteur. En effet, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont un impact

similaire aux publicités et préenseignes du même type, et la commune a souhaité limiter leur impact.

Les enseignes sur clôture sont limitées en nombre à une seule enseigne par voie bordant l'activité, 2m<sup>2</sup> de surface maximum. Lorsque l'enseigne est installée sur clôture aveugle, elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés. Par ailleurs, les enseignes sur clôture ne peuvent se cumuler avec une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol. L'objectif est de limiter ce type d'enseigne souvent réalisée avec des bâches, de faible qualité, sur le territoire.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité et aux préenseignes, entre 22h00 et 07h00 pour harmoniser et préserver le paysage nocturne. Par ailleurs, le RLP précise qu'aucune enseigne lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement. Il interdit les enseignes lumineuses éblouissantes. Ces règles locales ont pour but de réaliser des économies d'énergie, de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs et leur impact sur le paysage diurne et nocturne.

Les enseignes lumineuses devront veiller à l'installation de capteur permettant de graduer l'intensité de l'éclairage en fonction de la luminosité extérieure.

Enfin, des règles spécifiques sont mises en place pour les enseignes numériques et les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies :

- Les enseignes numériques sont autorisées mais ne peuvent être cumulées avec une enseigne numérique situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui ne sont pas principalement utilisées comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.
- Les enseignes numériques sont limitées à 1 seule par activité et ne peuvent excéder 1 mètre carré.
- Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui ne sont pas principalement utilisées comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont soumises à la plage d'extinction nocturne précitée.
- Les enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui ne sont pas principalement utilisées comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont limitées à 1 seule par activité et ne peuvent excéder 1 mètre carré.

La commune a également règlementé les enseignes hors agglomération. En effet, les enseignes implantées hors agglomération sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes installées en ZP1 et ZP3.

L'ensemble de ces règles ont été établit de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

#### 4. Tableau de synthèse des règles locales applicables en matière de publicités et préenseignes

		ZP1 : Zone d'habitat et d'équipements et ZP2-A : Zone industrielle Terre Saint Lazare	ZP2-B : Zone d'activités Bois de l'Épine	ZP3 : RN7
Dérogation (à l'interdiction de publicité)				
Interdictions	Toute publicité sauf celle sur mobilier urbain ou sur bâche de chantier	Toute publicité et préenseignes sauf préenseignes dérogatoires conformément au Code de l'environnement (art. L.581-7)	Publicité sur mur et clôture Publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu	
Publicité apposée sur mur ou sur clôture			Interdite	
Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol	Interdite		Limiter à 8m <sup>2</sup> (affiche) et 10,5m <sup>2</sup> (« hors tout ») et 6 mètres de hauteur Monopieds obligatoire / Bardage obligatoire sur les faces non exploitées des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol si une seule face est exploitée	
Règle de densité			1 dispositif par unité foncière dont le linéaire est supérieur ou égal à 25 mètres	
Publicité apposée sur mobilier urbain	Maintien des règles nationales pour le mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (= sucettes) Limiter le mobilier urbain de type « sucette » à 2m <sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol		Maintien des règles nationales pour le mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (= sucettes) Limiter le mobilier urbain de type « sucette » à 8m <sup>2</sup> et 6m de hauteur au sol	

	ZP1 : Zone d'habitat et d'équipements et ZP2-A : Zone industrielle Terre Saint Lazare	ZP2-B : Zone d'activités Bois de l'Épine	ZP3 : RN7
<b>Publicité sur bâche</b>	Autorisée uniquement sur bâche de chantier dans la limite de 20m <sup>2</sup>	<del>22h-07h (sauf mobilier urbain).</del> Aucune publicité ou préenseigne ne doit par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement. Les publicités lumineuses ne doivent pas être éblouissantes.	Autorisée uniquement sur bâche de chantier dans la limite de 20m <sup>2</sup>
<b>Plage d'extinction nocturne</b>			
<b>Publicité numérique*</b>	Interdite sauf sur mobilier urbain, dans la limite de 2m <sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol.	<del>Autoriser dans la limite de 2m<sup>2</sup> et 3 et 3m de hauteur au sol.</del>	

## 5. Tableau de synthèse des règles locales applicables en matière d'enseignes

	ZP1 : Zone d'habitat et habitat mixte	ZP2-A et B : Zone d'activités en et hors agglomération	ZP3 : RN7
<b>Interdictions</b>	Enseigne sur arbres, plantations, garde-corps de balcon ou balconnet, sur auvents ou marquises.		
<b>Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu</b>	Interdite	Autorisée – Règles nationales	Interdite
<b>Enseigne parallèle au mur</b>	<p>Les enseignes ne doivent pas dépasser le niveau du plancher du 1<sup>er</sup> étage, pour une activité située en rez-de-chaussée.</p> <p>Les activités situées à l'étage se signaleront uniquement avec une 1 enseigne parallèle au niveau de leur activité ;</p> <p>L'enseigne parallèle réalisée en lettres ou signées découpés est privilégiée.</p> <p>L'épaisseur de l'enseigne parallèle au mur ne peut excéder 0,15 mètre.</p>		
<b>Enseigne perpendiculaire au mur</b>	<p>Limitées à 1 par façade d'activité</p> <p>La saillie ne peut excéder 0,80m ;</p> <p>La hauteur ne peut dépasser 0,80m, sauf si l'activité s'exerce dans la totalité du bâtiment, dans la limite de 1,5 mètre ;</p> <p>Alignement à l'enseigne parallèle au mur (sauf incompatibilité technique ou architecturale)</p>		
<b>Enseigne de plus d'1m<sup>2</sup> scellée au sol ou installée directement sur le sol</b>	2m <sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol		
<b>Enseigne inférieure ou égale à 1m<sup>2</sup> scellée au sol ou installée directement sur le sol</b>	<p>1 par voie bordant l'activité</p> <p>1,2m de hauteur au sol</p> <p>Entre l'enseigne et le bord du trottoir, le passage doit être de 1,40 m minimum.</p>		
<b>Enseigne sur clôture</b>	<p>1 par voie bordant l'activité ;</p> <p>Lettres ou signes découpés sur clôture aveugle ;</p> <p>2 mètres carrés maximum ;</p> <p>Non-cumulables avec une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol (en ZP1 et ZP3 uniquement ?)</p>		
<b>Enseigne numérique</b>	<p>Ne peuvent être cumulées avec un support numérique situé à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.</p> <p>Les enseignes numériques sont limitées à 1 seule par activité et ne peuvent excéder 1 mètre carré.</p>		
<b>Plage d'extinction nocturne</b>	<p>22h-07h (allumage et extinction 1h avant l'ouverture et 1h après fermeture maintenue – cf. règles nationales).</p> <p>Les enseignes lumineuses devront veiller à l'installation de capteur permettant de graduer l'intensité de l'éclairage en fonction de la luminosité extérieure.</p> <p>Aucune enseigne ne doit par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement. Les enseignes lumineuses ne doivent pas être éblouissantes.</p>		

**6. Tableau de synthèse des règles locales applicables aux publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.**

	ZP1 : Zone d'habitat et habitat mixte	ZP2-A et B : Zone d'activités en et hors agglomération	ZP3 : RN7
<b>Publicités et enseignes lumineuse situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial</b>	<p>Soumises à la plage d'extinction nocturne des enseignes Elles sont limitées à un seule par activité et ne peuvent excéder 1 mètres carrés de surface cumulée par activité. Ne peuvent être cumulées avec une enseignes numériques.</p>		

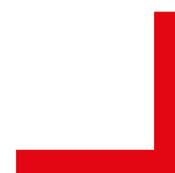
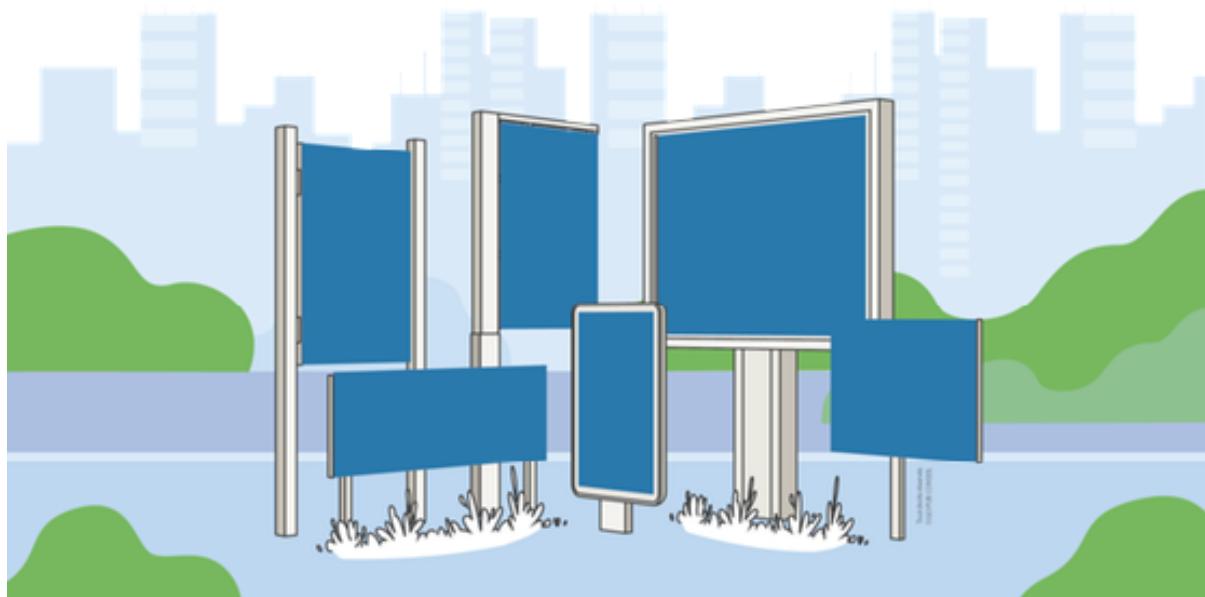


Département de L'Essonne

## Commune de Ris-Orangis

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

## Tome 2 : partie réglementaire



## Sommaire

Titre 1 : Champ d'application et zonage .....	3
Article 1.1 Champ d'application territorial.....	3
Article 1.2 Portée du règlement .....	3
Article 1.3 Zonage.....	3
Article 1.4 Dispositions générales applicables aux enseignes.....	5
Article 1.5 Dispositions générales applicables aux publicités et préenseignes .....	5
Article 1.6 Publicités ou préenseignes apposées sur mobilier urbain.....	5
Article 1.7 Dispositifs de petits formats (micro-affichage publicitaire).....	5
 Titre 2 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1 et ZP2.....	 6
Article 2.1 Interdiction.....	6
Article 2.2 Bâche publicitaire .....	6
Article 2.3 Publicité apposée sur mobilier urbain .....	6
Article 2.4 Plage d'extinction nocturne.....	6
 Titre 3 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP3 .....	 7
Article 3.1 Interdiction.....	7
Article 3.2 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol	7
Article 3.3 Publicité numérique .....	7
Article 3.4 Densité.....	7
Article 3.5 Bâche publicitaire .....	7
Article 3.6 Publicité apposée sur mobilier urbain .....	8
Article 3.7 Plage d'extinction nocturne.....	8
 Titre 4 : Dispositions applicables aux enseignes .....	 9
Article 4.1 Interdiction.....	9
Article 4.2 Enseigne parallèle au mur .....	9
Article 4.3 Enseigne perpendiculaire au mur .....	9
Article 4.4 Enseigne de plus d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol .....	10
Article 4.5 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol .....	10
Article 4.6 Enseigne sur clôture .....	10
Article 4.7 Enseigne lumineuse .....	10

Titre 5 : Dispositions relatives aux publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.....	12
Article 5.1 Publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.....	12
Titre 6 : Dispositions applicables aux enseignes temporaires .....	13
Article 6.1 Enseignes temporaires.....	13

## **Titre 1 : Champ d'application et zonage**

### **Article 1.1 Champ d'application territorial**

Le présent règlement s'applique au territoire de la commune de Ris-Orangis.

### **Article 1.2 Portée du règlement**

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent règlement vient restreindre les dispositions nationales applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

A ce titre, les publicités et préenseignes qui seraient non-conformes au RLP disposent d'un délai de 2 ans, à compter de l'approbation du présent RLP pour se mettre en conformité avec la nouvelle réglementation locale. Ce délai est porté à 6 ans pour les enseignes<sup>1</sup>. L'absence de mise en conformité est constitutive d'une infraction.

Les dispositions du présent règlement ne s'appliquent pas aux dispositifs réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Les dispositions nationales non restreintes par le présent règlement restent applicables dans leur totalité.

Conformément au Code de l'environnement, toute demande d'installation, de remplacement ou de modification de publicité, enseigne ou préenseigne (sauf exception<sup>2</sup>) doit faire l'objet d'une déclaration préalable ou d'une autorisation préalable<sup>3</sup>. L'absence de déclaration ou d'autorisation préalable dans les cas précités est constitutive d'une infraction.

### **Article 1.3 Zonage**

3 zones de publicité sont instituées sur le territoire communal.

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre l'agglomération à vocation principale d'habitat et d'équipements en dehors de la ZP2 et ZP3.

La zone de publicité n°2 (ZP2) est divisée en 2 sous-zones :

- La ZP2-A qui couvre la zone industrielle des Terres Saint Lazare, située en agglomération ;
- La ZP2-B qui couvre la zone d'activité du Bois de l'Épine, située hors agglomération.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre la Route Nationale 7 sur une bande de 70 mètres de part et d'autre de l'axe de la voie.

---

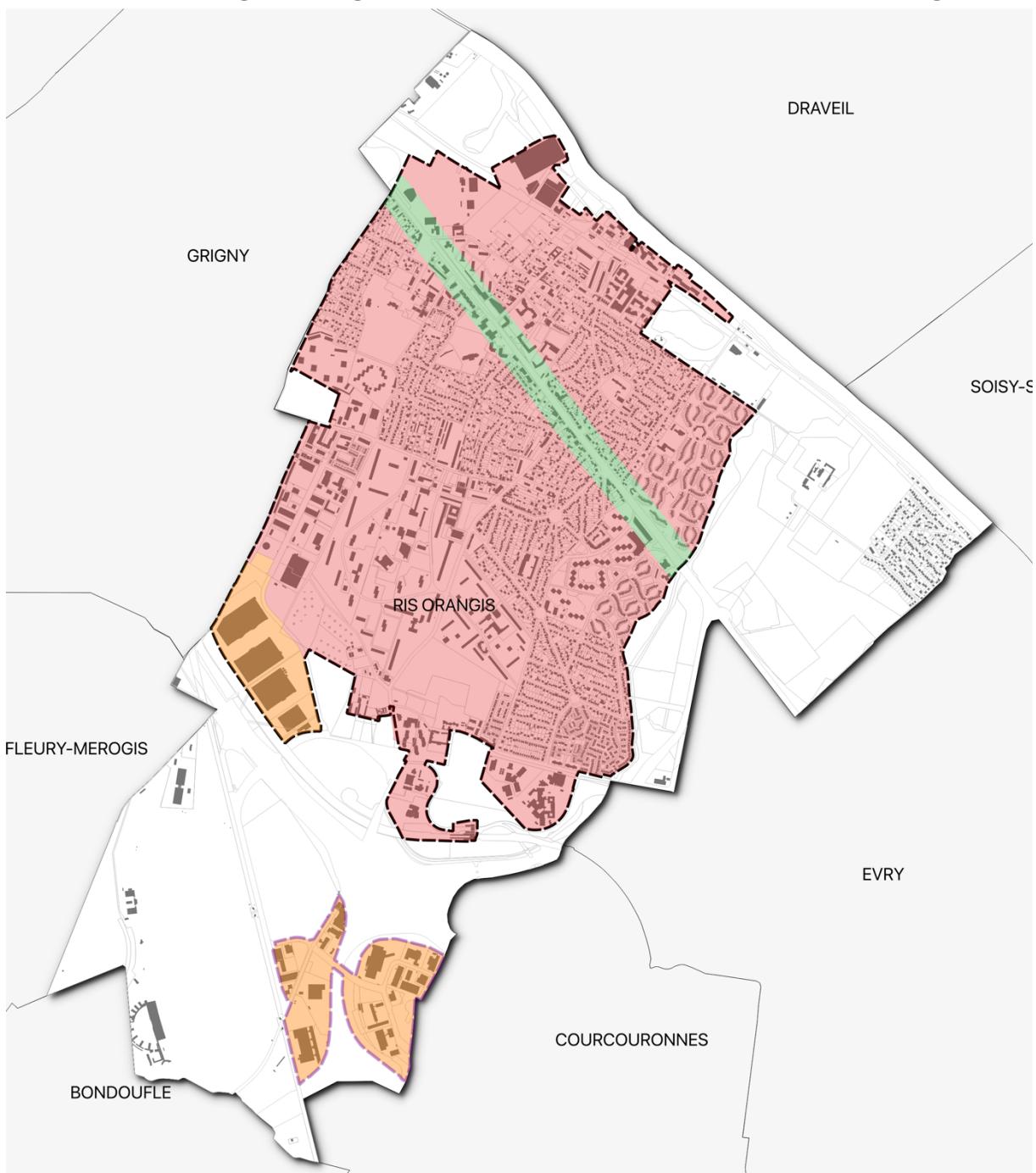
<sup>1</sup> Articles L.581-43 et R.581-88 du Code de l'environnement.

<sup>2</sup> Les préenseignes n'excédant pas 1 mètre de hauteur ou 1,5 mètre en largeur ne sont pas soumises ni à déclaration préalable ni à autorisation préalable, conformément à l'article R.581-6 du code de l'environnement.

<sup>3</sup> Articles L.581-21 et R.581-6 à R.581-21-1 du Code de l'environnement.

Ces zones sont délimitées sur les documents graphiques.

### Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de Ris-Orangis



#### Légende

- ZP1 : Espace à vocation principal d'habitat ou d'habitat mixte hors ZP2 et ZP3
- ZP2-A : Zone industrielle de Terre Saint Lazare
- ZP2-B : Zone d'activités du Bois de l'Epine (hors agglomération - publicités et préenseignes interdites sauf préenseignes dérogatoires)
- ZP3 : Route Nationale 7 en agglomération
- Espaces hors agglomération ou la publicité et les préenseignes sont interdites (sauf préenseignes dérogatoires)



## **Article 1.4 Dispositions générales applicables aux enseignes**

Les enseignes ne doivent pas recouvrir ou masquer les éléments architecturaux (modénatures, éléments décoratifs de façade etc.) des bâtiments sur lesquelles elles sont apposées.

Les coloris et matériaux utilisés pour la réalisation des enseignes doivent être en coordonnées avec la couleur de la façade, des huisseries, des stores et de l'ensemble des éléments de façade.

## **Article 1.5 Dispositions générales applicables aux publicités et préenseignes**

Les publicités et préenseignes doivent avoir une intégration paysagère respectueuse de l'environnement :

- Les encadrements des dispositifs publicitaires et préenseignes doivent être réalisées en couleurs neutres et teintes discrètes. Les teintes de vert (RAL 6000), de gris (RAL 7000), de marron (RAL 8000), le blanc ainsi que l'utilisation de version métallisée ou d'inox chromé seront privilégiées
- Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement amovibles ou repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser. Les passerelles, échelles, jambes de force, gouttières à colle ou tous autres dispositifs annexes fixes demeurent proscrits.

## **Article 1.6 Publicités ou préenseignes apposées sur mobilier urbain**

Les publicités et préenseignes apposées à titre accessoire sur mobilier urbain sont traitées dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP.

## **Article 1.7 Dispositifs de petits formats (micro-affichage publicitaire)**

Les dispositifs de petits formats lumineux sont interdits sur l'ensemble du territoire. Seuls les dispositifs de petits formats non lumineux est autorisé.

Les dispositifs de petits formats doivent nécessairement être implantés sur un plan parallèle à la baie qui le supporte.

Les dispositifs de petits formats sont limités à 1 par activité.

Les dispositifs de petits formats ont une surface unitaire limitée à 0,5m<sup>2</sup> dans la limite de 0,40m par 0,80m.

## **Titre 2 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1 et ZP2**

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°1 et zone de publicité n°2-A. En zone de publicité n°2-B, seule la réglementation nationale s'applique, c'est-à-dire que la publicité et les préenseignes sont interdites.

### **Article 2.1 Interdiction**

La publicité est interdite excepté celle installée à titre accessoire sur le mobilier urbain, celle installée sur bâche de chantier ou apposée sur des palissades de chantier.

### **Article 2.2 Bâche publicitaire**

Les bâches publicitaires ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 20 mètres carrés.

### **Article 2.3 Publicité apposée sur mobilier urbain**

La publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 2 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain peut être numérique. Dans ce cas, elle respecte les prescriptions de format énoncées ci-avant.

La publicité apposée sur le mobilier urbain est soumise à une plage d'extinction nocturne conformément à l'article 2.4 du présent règlement.

### **Article 2.4 Plage d'extinction nocturne**

Les publicités préenseignes lumineuses devront veiller à l'installation de capteur permettant de graduer l'intensité de l'éclairage en fonction de la luminosité extérieure.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 7 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Aucune publicité ou préenseigne ne doit par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère porter atteinte à l'environnement.

Les publicités lumineuses ne doivent pas être éblouissantes.

## **Titre 3 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP3**

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°3.

### **Article 3.1 Interdiction**

Sont interdites :

- Les publicités ou préenseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture.

### **Article 3.2 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol**

Les dispositifs publicitaires ou préenseignes lumineuses éclairées par projection ou transparence ou non lumineux scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés d'affiche et 10,5 mètres carrés « *hors tout* », ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol comportant une seule face d'affichage doivent recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée.

Les dispositifs publicitaires et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent être mono-pieds.

### **Article 3.3 Publicité numérique**

Une publicité numérique scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2 mètres carrés, ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol

La publicité numérique apposée sur un mur aveugle est interdite.

### **Article 3.4 Densité**

La règle de densité concerne les dispositifs publicitaires ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, lumineux ou non lumineux.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique dont le linéaire est supérieur ou égal à 25 mètres, il ne peut être installé qu'un support publicitaire ou une préenseigne scellée au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non lumineux.

### **Article 3.5 Bâche publicitaire**

Les bâches publicitaires ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 20 mètres carrés.

### **Article 3.6 Publicité apposée sur mobilier urbain**

La publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 8 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain peut être numérique. Dans ce cas, la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 2 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité apposée sur le mobilier urbain est soumise à une plage d'extinction nocturne conformément à l'article 3.7 du présent règlement.

### **Article 3.7 Plage d'extinction nocturne**

Les publicités préenseignes lumineuses devront veiller à l'installation de capteur permettant de graduer l'intensité de l'éclairage en fonction de la luminosité extérieure.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 7 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Aucune publicité ou préenseigne ne doit par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère porter atteinte à l'environnement.

Les publicités lumineuses ne doivent pas être éblouissantes.

## **Titre 4 : Dispositions applicables aux enseignes**

Ces dispositions sont applicables sur l'intégralité du territoire communal, y compris hors agglomération.

### **Article 4.1 Interdiction**

Les enseignes sont interdites sur :

- les arbres et plantations ;
- les auvents ou marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu excepté en ZP2-A et B.

### **Article 4.2 Enseigne parallèle au mur**

Les enseignes parallèles au mur ne doivent pas être implantée au-dessus des limites du plancher du 1er étage pour les activités situées en rez-de-chaussée.

Les activités situées à l'étage pourront se signaler qu'avec une 1 enseigne parallèle installée au niveau de leur activité.

L'enseigne parallèle réalisée en lettres ou signes découpé sont privilégiées.

L'épaisseur de l'enseigne parallèle au mur ne peut excéder 0,15 mètre.

### **Article 4.3 Enseigne perpendiculaire au mur**

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade d'une même activité.

L'enseigne perpendiculaire ne doit pas constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 0,80 mètre.

La hauteur de l'enseigne perpendiculaire ne peut excéder 0,80 mètre, sauf si l'activité s'exerce dans la totalité du bâtiment. Dans ce cas, la hauteur de l'enseigne perpendiculaire ne peut excéder 1,50mètre de hauteur.

L'enseigne perpendiculaire doit être implantée au même niveau que l'enseigne parallèle au mur (sauf incompatibilité technique ou architecturale).

#### **Article 4.4 Enseigne de plus d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol**

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 2 mètres carrés.

Elles ne peuvent s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

#### **Article 4.5 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol**

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

Elles ne peuvent s'élever à plus de 1,20 mètre au-dessus du niveau du sol.

Entre l'enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol et le bord du trottoir, le passage doit être de 1,40 m minimum.

#### **Article 4.6 Enseigne sur clôture**

Les enseignes sur clôture sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

La surface unitaire maximale d'une enseigne sur clôture est de 2 mètres carrés.

Lorsqu'elle est installée sur une clôture aveugle, l'enseigne doit être réalisée en lettres ou signes découpés.

Une enseigne sur clôture ne peut être cumulée avec une enseigne de plus d'un mètre carré scellée au sol ou installée directement sur le sol.

#### **Article 4.7 Enseigne lumineuse**

Les enseignes lumineuses devront veiller à l'installation de capteur permettant de graduer l'intensité de l'éclairage en fonction de la luminosité extérieure.

Aucune enseigne ne doit par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère porter atteinte à l'environnement.

Les enseignes lumineuses ne doivent pas être éblouissantes.

Les enseignes numériques sont autorisées mais ne peuvent être cumulées avec une publicité ou enseigne numérique située à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui ne sont pas principalement utilisées comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Les enseignes numériques sont limitées à 1 seule par activité et ne peuvent excéder 1 mètre carré.

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 7 heures lorsque l'activité signalée a cessé.

Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 21h00 et 08h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

## **Titre 5 : Dispositions relatives aux publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial**

Ces dispositions sont applicables sur l'intégralité du territoire communal, y compris hors agglomération.

### **Article 5.1 Publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial**

Les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent la plage d'extinction nocturne fixée à l'article 4.7 du présent règlement.

Les publicités numériques et les enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, sont limitées à un seule par activité et ne peuvent excéder 1 mètres carrés de surface cumulée par activité.

Ces supports ne peuvent être cumulés avec une enseigne numérique.

## **Titre 6 : Dispositions applicables aux enseignes temporaires**

Ces dispositions sont applicables sur l'intégralité du territoire communal, y compris hors agglomération.

### **Article 6.1 Enseignes temporaires**

Les enseignes temporaires sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes permanentes.

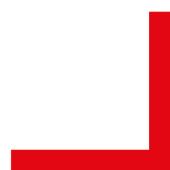
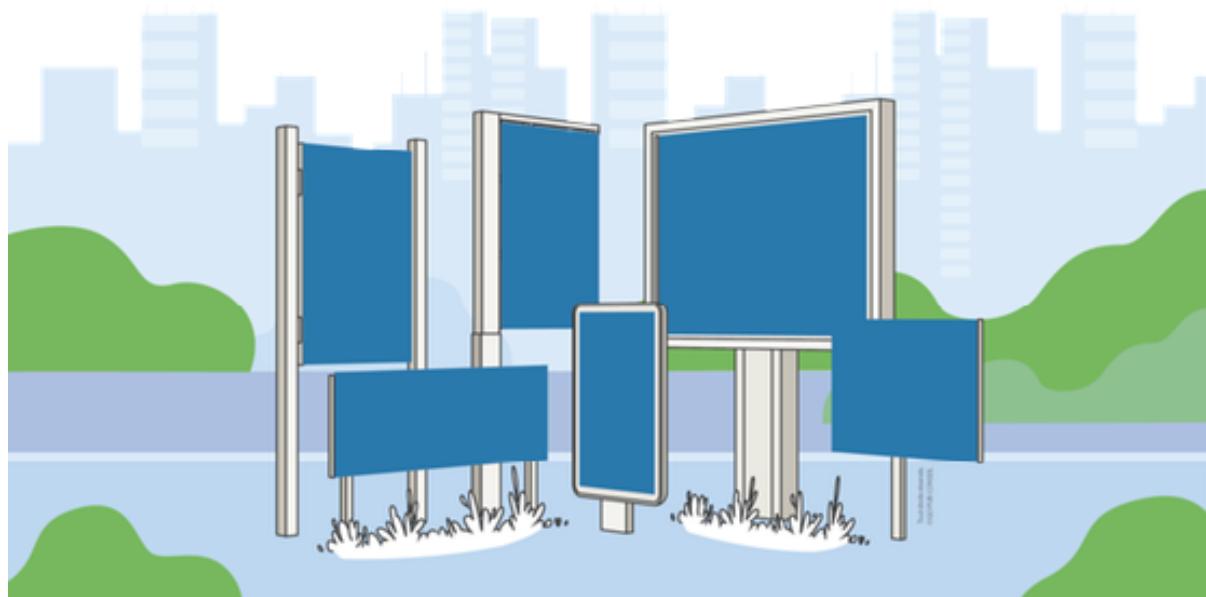


Département de L'Essonne

## Commune de Ris-Orangis

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

## Tome 3 : annexes



## Sommaire

Lexique .....	2
Arrêté fixant les limites de l'agglomération .....	4
Plan des limites d'agglomération.....	7
Plan de zonage du Règlement Local de Publicité .....	8

## Lexique

Une **agglomération** est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâties rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. (Art. R.110-2 du code de la route). Cependant, le Conseil d'État, dans un arrêt du 2 mars 1990, fait prévaloir, en cas de litige, la « *réalité physique* » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie de leur positionnement par rapport au bâti.

Un **auvent** est une avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture.

Une **bâche de chantier** est une bâche comportant de la publicité, installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

Une **bâche publicitaire** est une bâche comportant de la publicité, autre qu'une bâche de chantier.

Une **clôture** désigne toute construction destinée à séparer deux propriétés ou deux parties d'une même propriété quels que soient les matériaux dont elle est constituée. Le terme clôture désigne donc également les murs de clôture.

Une **clôture aveugle** est une clôture pleine, ne comportant pas de parties ajourées. Cependant, il faut préciser que « tout percement, dont les portes pleines, doit être considéré comme une ouverture. La jurisprudence a, en revanche, exclut les ouvertures obturées par les briques de verre qui ne constituent pas une ouverture ». (Guide pratique, la réglementation de la publicité extérieure, ministère de l'Écologie du Développement Durable et de l'Énergie).

Une **clôture non aveugle** est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

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

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

Une **enseigne numérique** est une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Une **enseigne temporaire** est une enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme enseignes temporaires, les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Une **marquise** est un auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Le **mobilier urbain** comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité en agglomération. Il s'agit des abris destinés au public, des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Un **mur aveugle** est un mur plein, ne comportant pas de parties ajourées. Lorsqu'un mur comporte une ou plusieurs ouvertures de moins de 0,50 mètre carré, la publicité murale est autorisée conformément à l'article R-581-22 du code de l'environnement.

Une **palissade de chantier** est une clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier. Elle peut également être composée d'éléments pleins en partie basse surmontées d'un élément grillagé.

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

Une **préenseigne temporaire** est une préenseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme préenseignes temporaires, les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.

Une **publicité** est une inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Ce terme désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Une **publicité lumineuse** est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Une **publicité numérique** est une sous-catégorie de la publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes :

- Images animées : il existe une animation sur l'image (apparition d'un slogan, ou d'un prix, forme en évolution, tremblement d'un pictogramme etc.) ;
- Images fixes : défilement d'images fixes, également appelé déroulant numérique ;
- Vidéos.

La **saillie** est la distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

Une **unité foncière** est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

## Arrêté fixant les limites de l'agglomération

AR CONTROLE DE LEGALITE : 091-219105210-20210705-2622021-AR  
en date du 12/07/2021 ; REFERENCE ACTE : 2622021



### DÉPARTEMENT DE L'ESSONNE VILLE DE RIS-ORANGIS

#### ARRETÉ PERMANENT N° 2021/262

du lundi 05 juillet 2021

#### Fixant les limites d'Agglomération de la commune de Ris-Orangis

Le Maire de Ris-Orangis, Conseiller départemental de l'Essonne,

**VU** Le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment les articles L.2213-1 à L.2213-6,

**VU** l'article R 110-1, R110 2, R 411-2, R 411-8 et R 411-25 du Code de la Route,

**VU** le code de la voirie routière, notamment les articles R110-1, R110-2, R411-2, R441-8 et R411-25 à 28,

**VU** le Décret n° 86-475 du 14 mars 1986 relatif à l'exercice du pouvoir de police en matière de circulation routière,

**VU** le Décret n° 86-476 du 14 mars 1986 portant modification de l'article R26 du Code Pénal,

**VU** la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

**VU** l'instruction interministérielle sur la signalisation routière (livre 1 - cinquième partie sur la signalisation d'indication) approuvée par l'arrêté interministériel en date du 31 juillet 2002,

**CONSIDERANT** que le Maire exerce la police de la circulation sur les routes nationales, les routes départementales et les voies de communication à l'intérieur des agglomérations, sous réserve des pouvoirs dévolus au représentant de l'Etat dans le département sur les routes à grande circulation,

**CONSIDERANT** que les limites d'agglomération sont fixées par arrêtés du Maire,

**SUR** proposition du Centre Technique Municipal,

---

#### ARRÈTE

**ARTICLE 1<sup>er</sup>** : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs fixant les limites de l'agglomération de Ris-Orangis sont abrogées.

**Hôtel de ville**

Place du Général-de-Gaulle  
91130 Ris-Orangis  
T. 01 69 02 52 52  
F. 01 69 02 52 53  
Contact@ville-ris-orangis.fr

 Ville de Ris-Orangis |  ville-ris-orangis.fr

AR CONTROLE DE LEGALITE : 091-219105210-20210705-2622021-AR  
en date du 12/07/2021 ; REFERENCE ACTE : 2622021

**ARTICLE 2** : Les limites de l'agglomération de Ris-Orangis, au sens de l'article R 110-2 du code de la route, sont fixées dans le tableau suivant :

Nom de voie	Coordonnées GPS de la position des panneaux EB 10 et EB20		SENS
	Latitude Y	Longitude X	
RN7 – Province-Paris – Avenue de la Libération	48.6469698	2.419734077	ENTREE EB10
RN7 – Paris-Province – Avenue de la Libération	48.6465194	2.419747317	SORTIE EB 20
Evry-Courcouronnes - Chemin de l'écorne-Bœuf	48.643982	2.430797	ENTREE EB10
Evry-Courcouronnes – Avenue de l'Aunette	48.638259	2.419114	ENTREE EB 10
Evry-Courcouronnes - Rue du Plessis Briard	48.634727	2.408235	ENTREE EB 10
Evry-Courcouronnes - Rue du Plessis Briard	48.634707	2.408085	SORTIE EB 20
Ris-Orangis - Avenue Irène et Frédéric Joliot Curie	48.62822659	2.396279584	SORTIE EB 20
Bondoufle - Avenue Irène et Frédéric Joliot Curie	48.6275933	2.395983056	ENTREE EB 10
Ris-Orangis - Rue Jules Guesde	48.628306	2.404139	ENTREE EB 10
Ris-Orangis - Rue Jules Guesde	48.6280513	2.40431466	SORTIE EB 20
D31 - Rue Pierre Brossolette	48.63964	2.403537999	ENTREE EB 10
D31 – Rue Pierre Brossolette	48.6397977	2.403271316	EB20
Rond-Point Route de Corbeil – Route de Grigny	48.6521753	2.3982223463	SORTIE EB 20
Grigny D310 – Bretelle sortante vers Ris-Orangis – Rue Albert Rémy	48.6610268	2.402329693	ENTREE EB 10
Rue Albert Rémy - Grigny RN7 - Paris-Province	48.6610984	2.2682867	ENTREE EB 10
Sortant de Draveil - RD31 – Rue Edmond Bonté	48.6605683	2.415212183	ENTREE EB 10
Rue Edmond Bonté - RD31	48.6604455	2.415334182	ENTREE EB 10

AR CONTROLE DE LEGALITE : 091-219105210-20210705-2622021-AR  
en date du 12/07/2021 ; REFERENCE ACTE : 2622021

**ARTICLE 3 :** La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

**ARTICLE 4 :** Ampliation du présent arrêté sera transmise :

Le Maire certifie sous sa responsabilité  
Le caractère exécutoire de cet acte :  
Publié le : **12 JUIL. 2021**  
Notifié le :  
Le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours  
Devant le Tribunal Administratif de Versailles  
Dans un délai de deux mois à compter de sa publication et de sa notification.

- Service Départemental d'Incendie et de Secours,  
- Monsieur le Directeur Départemental des Polices Urbaines,  
- Madame la Commissaire de la Police d'Evry,  
- Monsieur le Directeur de la Police Municipale,  
- Madame la Directrice des Services Techniques et de l'Urbanisme.

Et toute autorité administrative et agents de la force publique sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

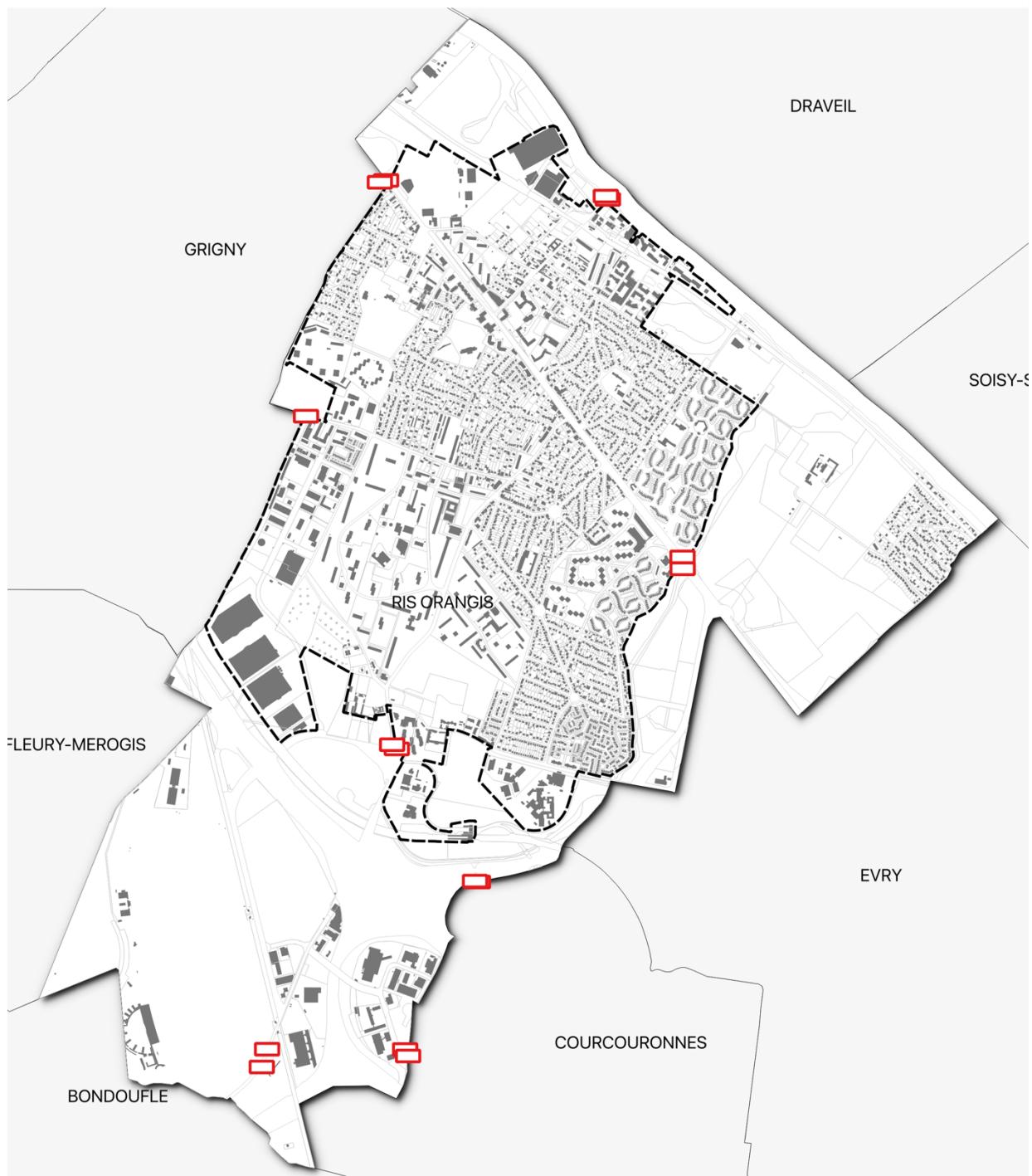
Fait à Ris-Orangis, le 5 juillet 2021.

**Stéphane Raffalli**  
Maire de Ris-Orangis,  
Conseiller départemental de l'Essonne

A blue ink signature of Stéphane Raffalli, followed by a circular blue official seal of the town of Ris-Orangis. The seal contains the text 'Mairie de Ris-Orangis' and 'RIS-ORANGIS' around a central emblem.

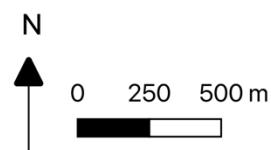
## Plan des limites d'agglomération

### Limites d'agglomération de Ris-Orangis



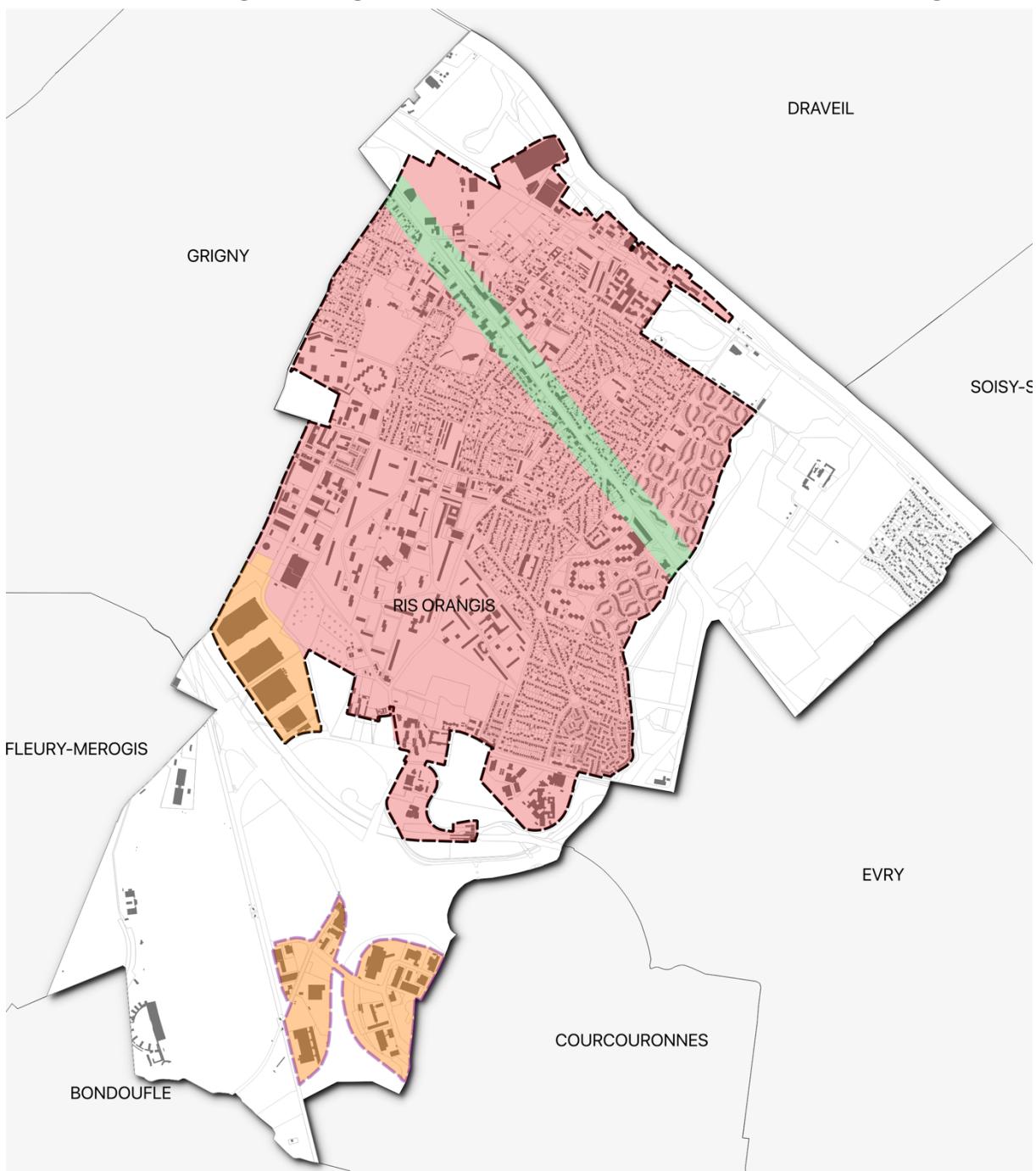
#### Légende

- Panneaux d'entrée et sortie d'agglomération
- Espaces agglomérés
- Parcelles
- Bâti
- Limites communales



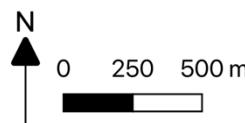
## Plan de zonage du Règlement Local de Publicité

### Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de Ris-Orangis



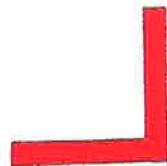
#### Légende

- ZP1 : Espace à vocation principal d'habitat ou d'habitat mixte hors ZP2 et ZP3
- ZP2-A : Zone industrielle de Terre Saint Lazare
- ZP2-B : Zone d'activités du Bois de l'Epine (hors agglomération - publicités et préenseignes interdites sauf préenseignes dérogatoires)
- ZP3 : Route Nationale 7 en agglomération
- Espaces hors agglomération ou la publicité et les préenseignes sont interdites (sauf préenseignes dérogatoires)



Préfecture de l'Essonne

## **ENQUETE PUBLIQUE RELATIVE AU PROJET DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE RIS ORANGIS**



### **Rapport et conclusions du commissaire enquêteur**

**Enquête publique du 30 mai au 1<sup>er</sup> juillet 2022  
Arrêté municipal n° 2022/139  
Dossier E2200018/78**

**Commissaire enquêteur :  
Jean LEVILLY**

## SOMMAIRE

### PREMIERE PARTIE : RAPPORT

#### 1 – Généralités

- 1.1 – Préambule
- 1.2 – Objet de l'enquête
- 1.3 – Cadre juridique et réglementaire
- 1.4 – Composition du dossier
- 1.5 – Présentation du projet
- 1.6 – Présentation de la commune
- 1.7 – Zonage retenu
- 1.8 – Les choix retenus en matière de publicité et pré-enseignes
- 1.9 – Avis des personnes publiques consultées
- 1.10 – Concertation préalable

#### 2 – Organisation et déroulement de l'enquête

- 2.1 – Désignation du commissaire enquêteur
- 2.2 – Modalités de l'enquête
- 2.3 – Contact préalable et visite des lieux
- 2.4 – Information du public
- 2.5 – Permanences du commissaire enquêteur
- 2.6 – Clôture de l'enquête publique
- 2.7 – Procès-verbal d'enquête
- 2.8 – Mémoire en réponse

### **3 - Analyse des observations**

- 3.1 - Observations du public**
- 3.2 - Observations des professionnels de la publicité**
- 3.3 - Observations du commissaire enquêteur**

## **DEUXIEME PARTIE : CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVE**

### **4 - Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur sur le projet de révision du RLP**

- 4.1 Rappel de l'objet de l'enquête**
- 4.2 Organisation et déroulement de l'enquête**
- 4.3 Conclusions et avis**

## ANNEXES

1. Délibération N°2019/094 – Lancement de la procédure de Règlement Local de Publicité
2. Délibération N°2021/189 – RLP Débat sur les orientations
3. Délibération N°2021/295 – RLP Bilan de la concertation
4. Délibération N°2021/296 – RLP Arrêt du projet
5. Arrêté N°2022/139 portant ouverture de l'enquête publique
6. Décision du TA désignant le commissaire enquêteur
7. Annonces légales du journal Le Parisien
8. Annonces légales du journal Le Républicain
9. Affiche réglementaire d'avis au public
10. Photo de l'affiche sur panneau d'affichage administratif
11. Photo de l'affiche sur porte d'entrée mairie
12. Annonce journal municipal « La Gazette »
13. PV de synthèse
14. Mémoire en réponse au PV de synthèse
15. Porter à connaissance
16. Registre d'enquête

## PREMIERE PARTIE : RAPPORT

### 1 – Généralités

#### 1.1 – Préambule

Le Règlement Local de Publicité (RLP) ou RLP/ est un document réglementaire, opposable aux tiers, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain.

Ce sont les zones de publicité (ZP).

Le RLP/RLP/ comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le code de l'environnement et qui constitue la réglementation nationale (RNP).

Le RLP/RLP/ approuvé est annexé au PLU/PLUi.

#### 1.2 –Objet de l'enquête

Par délibération en date du 4 avril 2019, la commune de Ris Orangis a prescrit la révision de son RLP de 1993.

Le Conseil Municipal a fixé les objectifs suivants.

- Actualiser le Règlement Local de Publicité à la nouvelle réglementation nationale et encadrer la publicité, les enseignes et les pré-enseignes ;
- Améliorer la qualité du cadre de vie et lutter contre les nuisances visuelles, notamment par l'homogénéisation de la signalétique, des devantures de commerces ;
- Favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine, en portant notamment des réflexions sur les entrées de ville, les axes structurants traversant la ville ;
- Participer aux efforts d'économie d'énergie.

Afin de remplir les objectifs fixés dans sa délibération de prescription, la commune de Ris Orangis s'appuie sur les orientations suivantes :

- Orientation 1 : Préserver les secteurs peu touchés par la pression publicitaire, comme le centre-ville, les quartiers résidentiels et pavillonnaires.
- Orientation 2 : Encadrer les dispositifs publicitaires en maîtrisant leur format et/ou en mettant en place une règle de densité plus adaptée au territoire et notamment sur les axes d'entrée de ville comme la N7.
- Orientation 3 : Réglementer les publicités apposées sur mobilier urbain, notamment en proposant des formats d'affichage plus restreints que la réglementation nationale.

- Orientation 4 : Encadrer les dispositifs lumineux et notamment numérique en instituant une plage d'extinction nocturne et une réduction des formats pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le paysage urbain.
- Orientation 5 : Interdire ou encadrer certaines implantations d'enseignes peu qualitatives en matière d'intégration paysagère comme les enseignes sur toiture, enseignes sur les arbres ou encore enseignes sur balcon.
- Orientation 6 : Encadrer l'implantation des enseignes installées en façade d'activités pour privilégier une bonne lisibilité des activités et assurer une meilleure intégration de ces enseignes dans l'environnement.
- Orientation 7 : Réduire le format et la densité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol impactant fortement le paysage, notamment celles de plus de 1m<sup>2</sup>.
- Orientation 8 : Renforcer la réglementation applicable aux enseignes sur clôture et aux enseignes sur toitures ou terrasses en tenant lieu.

### 1.3 - Cadre juridique et réglementaire

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement ainsi que le décret d'application n°2012-118 du 30 janvier 2012 ont induit une réforme importante de la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et pré-enseignes. Elle est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2012 et prévoit une mise en conformité des RLP existants avec la nouvelle réglementation avant le 13 juillet 2020.

Le règlement local de publicité modifie, complète et précise la réglementation nationale qui résulte du Chapitre 1<sup>er</sup> Titre VIII du Livre v du code de l'environnement (articles L 581-14 à L 581-14-3 du code de l'environnement). Son élaboration est encadrée conjointement par le code de l'environnement et le code de la route.

Les procédures d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP sont identiques à celles relatives au PLU.

En pratique, le principe d'élaborer un RLP est soumis à la délibération du Conseil Municipal en application de l'article L 123-6 du code de l'urbanisme (procédure identique à celle des PLU).

L'enquête publique à laquelle est soumise le RLP, est régie par le Code de l'Environnement Chapitre III du Titre II du Livre 1<sup>er</sup>, parties législatives et réglementaires (art. L121.1 et suivants et R123-1 et suivants), et par le Code de l'Urbanisme (art.L153-19 et 153-8 à 153-10).

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

## 1.4 -Composition du dossier

Le dossier mis à la disposition du public était composé de :

\*Un dossier du projet de règlement local de publicité comprenant

- Tome 1 : Rapport de présentation
- Tome 2 : Partie réglementaire
- Tome 3 : Annexes, se composant
  - d'un arrêté fixant les limites de l'agglomération,
  - d'un plan des limites de l'agglomération
  - d'un plan de zonage

\*Un bilan de concertation (de 29 pages)

Le dossier comprend également des pièces communes relatives à l'enquête publique et complémentaires à la constitution du dossier.

- Délibération N° 2019/094 prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité Jointe en annexe 1
- Délibération N° 2021/189 actant de la présentation et de la tenue d'un débat en séance sur les orientations générales du RLP
  - Jointe en annexe 2
  - Délibération N° 2021/295 actant du bilan de la concertation
  - Jointe en annexe 3
  - Délibération N° 2021/296 arrêtant le projet de RLP
  - Jointe en annexe 4
  - Décision N°E22000018/78, en date du 3 mars 2022, du TA de Versailles désignant le commissaire enquêteur
    - Jointe en annexe 6
    - Le porter à connaissance (article L.581-14 du code de l'environnement)
    - Joint en annexe 15
    - Arrêté N° 2022/139 portant ouverture de l'enquête publique
    - Joint en annexe 5
    - Des avis d'enquête publique (1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> insertions dans Le Parisien et le Républicain)
      - Joint en annexes 7 et 8
      - Avis d'enquête publique dans La Gazette de Ris Orangis
      - Joint en annexe 12
      - Avis des Personnes Publiques Associées
      - Affichage sur les lieux publics
      - Joint en annexe 9, 10 et 11
      - Le registre d'enquête.
      - Joint en annexe 16

A la lecture de l'ensemble des pièces qui le composent, le commissaire enquêteur constate que le dossier présenté est complet, explicite et semble conforme aux exigences réglementaires.

## 1.5 -Présentation du Projet

Par délibération du 4 avril 2019 (N° 2019/094), le conseil municipal de Ris Orangis a procédé au lancement de la procédure du Règlement Local de Publicité.

La mise en œuvre du RLP a pour objectif de prendre en compte le nouveau contexte législatif et réglementaire encadrant la réglementation nationale applicable à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes.

Un diagnostic des publicités et pré-enseignes a auparavant été effectué et a permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'Environnement.

Ce diagnostic a également permis de constater que la majorité des dispositifs publicitaires et des pré-enseignes est installée sur la RN 7, la Route de Grigny, et Avenue Irène et Frédéric Joliot Curie. Il s'agit là des axes principaux et structurants du territoire.

Les 4 objectifs et les 8 orientations définis par le conseil municipal de Ris Orangis sont précisés et détaillés au chapitre 1.2 (objet de l'enquête) du rapport.

Conformément à la loi et selon l'article R581-72 du code de l'environnement, le projet de RLP est composé d'un rapport de présentation, d'une partie réglementaire et d'annexes. C'est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur le territoire concerné.

Lorsqu'une commune se dote d'un RLP, ce dernier se substitue au régime général, sachant que pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLP, ce sont les dispositions du RNP qui s'appliquent.

La commune a prévu dans sa délibération du 4 avril 2019, les modalités de concertation avec la population, les associations, les professionnels qui ont été mises en place pour recueillir les éventuelles remarques sur le projet.

- Mise à disposition en mairie d'un dossier présentant le projet de révision ;
- Mise à disposition en mairie d'un registre ou d'un cahier de concertation permettant de consigner les observations ;
- Organisation d'une réunion publique ;
- Parution d'un article dans la gazette communale ;
- Parution d'un article sur le site internet de la commune.

Ont également été mis en place afin d'assurer une information la plus large possible :

- Une adresse mail permettant de consulter le projet en ligne et d'émettre des remarques ou observations tout au long du projet : [urbanisme@ville-ris-orangis.fr](mailto:urbanisme@ville-ris-orangis.fr)
- Une réunion dédiée aux Personnes Publiques Associées le 26 mai 2021 à 10h00 ;
- Une réunion publique à laquelle ont été conviés notamment les commerçants, le 26 mai 2021 à 12h00 ;
- Deux réunions dédiées aux personnes publiques associées, aux professionnels de l'affichage et associations de protection de l'environnement, le 26 mai 2021 à 15h00 et le 30 septembre 2021 à 10h00.

Ces modalités ont été mises en place jusqu'en octobre 2021.

## 1.6 -Présentation de la commune

Ris Orangis est située dans le département de l'Essonne en région Ile de France, à la frontière nord-est de la région du Hurepoix

La Seine constitue une frontière naturelle avec Draveil au nord et au nord-est et avec Soisy sur Seine à l'est. Au sud-est le ru de l'Ecoute-s'il-Pleut marque la limite avec Evry. Ce même cours d'eau sépare aussi la commune avec Courcouronnes au sud.

Site habité depuis la Préhistoire, le lieu fut successivement une commanderie templière, une composition de domaines nobles, un village viticole avant d'être la première commune française à élire un maire en 1790.

Aujourd'hui, Ris Orangis est une commune urbaine de 29 745 habitants qui s'étend sur 8,71 km<sup>2</sup>.

Fortement urbanisée dans les années 1960, portée par l'arrivée sur son territoire d'une autoroute (A6) d'une ligne de RER (D), la commune est également traversée par la route nationale 7.

Plusieurs quartiers composent l'ensemble urbain, dont les grands ensembles du Plateau et du Moulin à Vent et les secteurs pavillonnaires de Ris-Select ou la zone d'activités du Bois de l'Epine.

Laissée à l'écart du projet de ville nouvelle d'Evry, la commune a depuis intégré l'intercommunalité mais conserve ses propres équipements, disposant d'un panel complet d'établissements scolaires, sportifs et cultuels.



## 1.7 Zonage retenu

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Ris Orangis. Ainsi les zones de publicité sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre l'agglomération à vocation principale d'habitat et d'équipements en dehors de la ZP2 et ZP3.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) est divisée en deux sous-zones :
  - La ZP2-A qui couvre la zone industrielle des Terres Saint Lazare, située en agglomération ;
  - La ZP2-B qui couvre la zone d'activité du Bois de l'Epine, située hors agglomération.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre la Route Nationale 7 sur une bande de 70 mètres de part et d'autres de l'axe de la voie.

Les secteurs situés en dehors des 3 zones de publicité définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les pré-enseignes y sont interdites, sauf exception.

### La ZP1 : agglomération à vocation principale d'habitat et d'équipements :

Suite au travail de terrain réalisé sur l'ensemble du territoire, il apparaît que la RN7 et la rue Pierre Brossolette concentrent 90% des supports de publicité et des pré-enseignes. La RN7 concentre la majorité des supports publicitaires apposés sur mur ou clôture ainsi que les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol. On y retrouve dans une moindre mesure, les publicités apposées sur mobilier urbain. La rue Pierre Brossolette concentre, quant à elle, principalement les supports de publicités apposées sur mobilier urbain.

La commune, dans sa volonté de mettre en place une réglementation plus restrictive que la réglementation nationale a souhaité tenir compte de ces particularités d'implantation. La mise en place d'une zone spécifique couvrant la totalité de l'agglomération en dehors de la RN7 et des zones d'activités semblant donc tout à fait logique pour y proposer une réglementation n'autorisant que la publicité apposée sur mobilier urbain. La délimitation de cette zone permet donc de tenir compte d'un état de fait du territoire. Elle permet également d'être en cohérence avec la volonté de la ville et les besoins de visibilité des supports publicitaires actuellement implantés sur la commune.

### La ZP2-A : La zone industrielle de Terre Saint Lazare :

Contrairement au reste du territoire, cette zone industrielle peut avoir des besoins spécifiques pour signaler ses entreprises. Un zonage dédié permettait donc de marquer cette particularité par rapport à la ZP1 et ZP3, notamment en matière d'enseignes. En matière de publicités et pré-enseignes, on relève peu de supports publicitaires sur cette zone, la réglementation locale

s'approchera donc de celle applicable en ZP1 pour tenir compte de la réalité de l'implantation des supports.

#### La ZP2-B : La zone d'activités du Bois de l'Epine :

La zone d'activités du Bois de l'Epine est située hors agglomération, elle ne peut donc pas accueillir de publicités ou de pré-enseignes conformément au code de l'Environnement. Il était donc nécessaire de créer un zonage spécifique pour cette zone d'activités.

Par ailleurs, la zone d'activités du Bois de l'Epine et la zone industrielle de Terre Saint Lazare ont des besoins similaires en termes de réglementation des enseignes. En effet, la structure des bâtiments présents sur ces deux espaces sont comparables (bâtiments d'exploitation souvent de grande taille, avec une hauteur importante...). Il était donc important pour la ville de créer une zone ZP2 divisée pour tenir compte du caractère aggloméré et non agglomérée de la zone industrielle de Terre Saint Lazare et de la zone d'activités du Bois de l'Epine.

#### La ZP3 : La RN7

Conformément au diagnostic, la grande majorité des supports publicitaires apposés sur mur ou clôture ainsi que les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol est installée le long de la RN7. Cet axe majeur de la commune génère un flux important de voitures et donc une pression publicitaire importante. En tant qu'axe traversant (cet axe permet de faire le lien entre Paris et la 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> couronne), il est l'une des premières images du territoire. La commune souhaite donc cet axe qualitatif et avec une réglementation permettant de limiter le nombre de supports publicitaires de grands formats.

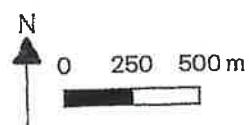
Les différentes zones sont délimitées sur la carte de la page 12.

## Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de Ris-Orangis



### Légende

- ZP1 : Espace à vocation principal d'habitat ou d'habitat mixte hors ZP2 et ZP3
- ZP2-A : Zone industrielle de Terre Saint Lazare
- ZP2-B : Zone d'activités du Bois de l'Epine (hors agglomération - publicités et préenseignes interdites sauf préenseignes dérogatoires)
- ZP3 : Route Nationale 7 en agglomération
- Espaces hors agglomération où la publicité et les préenseignes sont interdites (sauf préenseignes dérogatoires)



## 1.8 Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes

Dans les zones ZP1 et ZP2-A, la ville a souhaité renforcer l'identité de ces espaces en n'autorisant que la publicité apposée sur le mobilier urbain ou sur bâches de chantier. La publicité apposée sur mobilier urbain dans la limite de 4m<sup>2</sup> et 4m de hauteur au sol. Les publicités sur bâches de chantier sont, quant à elles, limitées à 20m<sup>2</sup> maximum. Cette règle permet d'aller plus loin que le RLP de 1993 en prenant en compte l'absence de supports de publicité autres dans cet espace excepté des supports sauvages (installés hors agglomération, dans la zone d'activités du Bois de l'Epine). Cette règle locale a également pour but de préserver les acquis du territoire.

Dans la zone ZP2-B, conformément à la réglementation nationale, les publicités et pré-enseignes sont interdites (article L.58-7 du Code de l'Environnement). En effet, l'ensemble de la zone d'activités est situé hors agglomération.

Dans la zone ZP3, la ville a souhaité mettre en place une réglementation plus souple pour tenir compte de la présence de supports publicitaires sur ce secteur. Néanmoins, dans l'optique de limiter l'impact des supports publicitaires dans cet espace, la ville a interdit :

- Les publicités ou pré-enseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les publicités ou pré-enseignes apposées sur mur ou clôture.

Le format des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol est réduit à 6m de hauteur au sol et 10,5m<sup>2</sup> « hors tout », contre 12m<sup>2</sup> dans le code de l'Environnement et le RLP de 1994.

Les publicités sur bâches de chantier et les publicités apposées sur le mobilier urbain sont encadrées dans les mêmes conditions qu'en ZP1 et ZP2-A. L'objectif est d'avoir une harmonisation de traitement pour ces supports spécifiques.

Concernant la mobilier urbain, la ville a tenu compte de sa convention avec son prestataire. Celle-ci prendra fin dans le délai de mise en conformité des publicités et pré-enseignes de 2 ans suite à l'approbation du RLP. Cette règle permettra de transformer la dizaine de publicités sur mobilier urbain de grands formats en supports de 4m<sup>2</sup> et 4m de hauteur au sol maximum. Enfin, la publicité numérique est autorisée sur la ZP3 mais uniquement dans un format restreint de 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol y compris lorsqu'elle est apposée sur mobilier urbain.

L'objectif de ces règles est donc de trouver un juste équilibre entre la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie et la protection des paysages.

L'ensemble des publicités et pré-enseignes sont soumises à la plage d'extinction nocturne, Les publicités lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 7 heures, excepté celles supportées par le mobilier urbain afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse. Les publicités et pré-enseignes lumineuses devront veiller à l'installation de capteur permettant de graduer l'intensité de l'éclairage en fonction de la luminosité extérieure.

## 1.9 Avis des personnes publiques consultées

Dans le dossier d'enquête publique figure l'avis favorables émis par la Chambre de commerce et d'industrie de l'Essonne, qui par un courrier en date du 18 février 2022, émet un avis favorable à ce nouveau projet de Règlement Local de Publicité.

## 1.10 Concertation préalable

La commune a prévu dans sa délibération du 4 avril 2019, les modalités de concertation avec la population, les associations, les professionnels qui ont été mises en place pour recueillir les éventuelles remarques sur le projet.

- Mise à disposition en mairie d'un dossier présentant le projet de révision ;
- Mise à disposition en mairie d'un registre ou d'un cahier de concertation permettant de consigner les observations ;
- Organisation d'une réunion publique ;
- Parution d'un article dans la gazette communale ;
- Parution d'un article sur le site internet de la commune.

Ont également été mis en place afin d'assurer une information la plus large possible :

- Une adresse mail permettant de consulter le projet en ligne et d'émettre des remarques ou observations tout au long du projet : urbanisme@ville-ris-orangis.fr
- Une réunion dédiée aux Personnes Publiques Associées le 26 mai 2021 à 10h00 ;
- Une réunion publique à laquelle ont été conviés notamment les commerçants, le 26 mai 2021 à 12h00 ;
- Deux réunions dédiées aux personnes publiques associées, aux professionnels de l'affichage et associations de protection de l'environnement, le 26 mai 2021 à 15h00 et le 30 septembre 2021 à 10h00.

Ces modalités ont été mises en place jusqu'en octobre 2021.

La délibération N° 2021/295 du jeudi 21 octobre 2021 clôture cette concertation.

# 2 - Organisation et déroulement de l'enquête

## 2.1 Désignation du commissaire enquêteur

Le Président du Tribunal Administratif de Versailles, a désigné en date du 3 mars 2022, décision N° E22000018/78, Monsieur Jean LEVILLY, en qualité de commissaire enquêteur.

## 2.2 Modalités de l'enquête

Un arrêté municipal N° 2022/139, prescrivant l'ouverture d'une enquête publique, a été pris le 4 mai 2022.

Cet arrêté fixe la durée du déroulement de l'enquête sur une période de 33 jours consécutifs, du lundi 30 mai 2022, 8h30 au vendredi 01 juillet 2022, à 17h30 inclus.

Dans cet arrêté figure également un certain nombre d'articles, précisant notamment les lieux, jours et heures où le public pourra consulter le dossier mis à sa disposition ainsi qu'avoir accès au registre d'enquête publique.

Egalement les lieux, jours et heures où le commissaire enquêteur se tiendra à la disposition du public.

Sont également indiqués les modalités selon lesquelles le public pourra présenter ses observations et propositions (registre dématérialisé, registre papier, voie postale, courrier électronique).

## 2.3 Contact préalable et visite des lieux

Une réunion préalable s'est tenue à la mairie de Ris Orangis le mardi 24 mai 2022.

A cette réunion participaient le commissaire enquêteur, Madame ZAPLOTNY, Responsable du Pôle Ressources, Madame Yang, Responsable du service Urbanisme et Madame Guirao, Assistante administrative en charge des Enseignes et de la publicité.

Cette réunion s'est déroulée dans un très bon climat, sans attitude d'évitement, le commissaire enquêteur ayant obtenu des réponses claires aux différentes questions posées.

Le commissaire enquêteur s'est ensuite rendu sur différents points du territoire, afin de mieux visualiser les plus stratégiques ou sensibles (RN 7, entrées de ville, Bois de l'Epine, Terres Saint Lazare...).

## 2.4 Information du public

L'information du public a été réalisée de plusieurs façons :

- Par voie d'affichage  
L'avis d'enquête publique a été affiché quinze jours avant l'ouverture de l'enquête publique sur les différents panneaux de la commune, réservés à cet effet. Un avis a également été affiché sur la porte d'entrée principale de la mairie.
- Par voie de presse  
Dans le journal Le Parisien (samedi 14 mai 2022 et samedi 4 juin 2022)  
Dans le journal Le Républicain (jeudi 12 mai 2022 et jeudi 2 juin 2022)
- Dans le journal municipal de Ris Orangis, La Gazette de juin 2022, à la rubrique « des Brèves ».
- Par voie informatique sur le site internet de la collectivité :  
<http://www.mairie-ris-orangis.fr>;

## 2.5 Permanences du commissaire enquêteur

Conformément à l'arrêté municipal, le dossier d'enquête ainsi que le registre ont été mis à la disposition du public pendant toute la durée de la procédure.

A l'ouverture de l'enquête, le commissaire enquêteur a paraphé toutes les pages du registre d'enquête,

Le commissaire enquêteur s'est tenu à la disposition du public :

- Le lundi 30 mai 2022 de 08h30 à 12h00
- Le samedi 11 juin 2022 de 09h00 à 12h00
- Le mercredi 15 juin 2022 de 14h00 à 17h00
- Le vendredi 1<sup>er</sup> juillet 2022 de 14h00 à 17h30

Le commissaire enquêteur n'a reçu aucune visite lors de ces quatre permanences.

## 2.6 Clôture de l'enquête publique

L'enquête s'est terminée le vendredi 1<sup>er</sup> juillet 2022. Le commissaire enquêteur a tenu sa dernière permanence ce même jour et a donc clos le registre à 17h30. Il a emporté avec lui ce registre et les courriers et courriels reçus.

Les habitants de Ris Orangis ne se sont pas mobilisés pour cette enquête malgré la concertation préalable organisée par la commune et les efforts déployés en amont et pendant toute la durée de l'enquête par celle-ci.

Lors de cette dernière permanence, le commissaire enquêteur a reçu la visite de Monsieur GOBRON, 1<sup>er</sup> Maire-adjoint en charge du dossier. Le commissaire enquêteur a ainsi pu dialoguer avec celui-ci et demander quelques précisions.

## 2.7 Procès-verbal d'enquête

Un procès-verbal de synthèse a été envoyé par recommandé avec A/R, le jeudi 7 juillet 2022 à Monsieur le Maire de Ris Orangis.

Le procès-verbal de synthèse regroupe l'ensemble des points soulevés par UPE et JC.DECAX. L'autorité organisatrice dispose à compter de cette date d'un délai de 15 jours, pour produire ses commentaires éventuels.

Le procès-verbal de synthèse est joint au rapport établi par le commissaire enquêteur, en annexe 13.

## 2.8 Mémoire en réponse

Une réponse est parvenue au commissaire enquêteur, par voie électronique le mercredi 13 juin 2022.

Le mémoire en réponse de la ville de Ris Orangis, en date du 15 juillet 2022, est parvenu au commissaire enquêteur par courrier postal en recommandé avec accusé de réception le 21 juillet 2022.

Ce mémoire en réponse est joint au rapport établi par le commissaire enquêteur en annexe 14.

# 3 – Analyse des observations

## 3.1 Observations du public

Le commissaire enquêteur n'a reçu aucune visite lors de ses quatre permanences. Il n'y a, de plus, aucune observation sur le registre mis à la disposition du public. Les efforts déployés par la ville de Ris Orangis n'ont pas suffi à motiver les habitants de la commune.

Seuls les professionnels de la publicité ont adressé des observations et suggestions par courrier ou courriel, lesquels sont décrits ci-après, complétés par les avis et commentaires de la commune et du commissaire enquêteur.

## 3.2 Observations des professionnels de la publicité

Les différentes observations reçues sont le fait de l'Union de la Publicité Extérieure et de JC.DECAUW.

Pour l'UPE, les observations concernent différents points tels la couleur des dispositifs publicitaires, la surface des bâches publicitaires, intensité des publicités lumineuses, la densité des implantations, la publicité dans le domaine ferroviaire et l'encadrement des dispositifs lumineux et numériques.

Pour JC.DECAUW, observations sur la limitation concernant le mobilier urbain et l'implantation de celui-ci aux abords des monuments historiques et sites inscrits.

### 3.2.1 UPE union de la Publicité Extérieure

#### 1→ Couleur des dispositifs publicitaires

L'UPE remarque que l'article 1.5 « *Dispositions générales applicables aux publicités et pré-enseignes* » du projet de règlement dispose que :

« Les publicités et pré-enseignes doivent avoir une intégration paysagère respectueuse de l'environnement :

- *Les encadrements des dispositifs publicitaires et pré-enseignes doivent être réalisées en couleurs neutres et teintes discrètes. Les teintes de vert (RAL 6000), de gris (RAL 7000), de Marron (RAL 8000), le blanc ainsi que l'utilisation de version métallisée ou d'inox chromé seront privilégiées* ».

L'UPE préconise de supprimer ces dispositions, estimant que ces obligations impliquent une appréciation subjective et ne reposent pas sur des éléments précis. Elles peuvent de plus entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP ainsi que pour les autorités de police administrative. De plus, l'obligation de couleurs neutres et de teintes discrètes est contraire à l'identité visuelle des sociétés d'affichage, lesquelles utilisent leurs propres standards.

**Avis de la commune :** La règle visant à encadrer les encadrements des dispositifs publicitaires correspondait à d'anciennes demandes d'UPE.

**Réglementer les encadrements des dispositifs publicitaires contribue à garantir un cadre de vie homogène d'une part et une instruction objective, reposant sur des RAL, d'autre part.**

Avis du CE : Le CE prend acte de la réponse de la commune, le choix des teintes des supports et accessoires des dispositifs publicitaires est un choix politique de la ville qu'il ne lui appartient pas de commenter. Les couleurs des supports des dispositifs publicitaires peuvent être imposées par un RLP.

#### 2→ Bâches publicitaires

L'UPE estime que le projet visant à limiter la surface des bâches publicitaires à 20 m<sup>2</sup> en toutes zones est un non-sens économique et commercial, dans la mesure où ces dispositifs, de très grand format, nécessitent une visibilité et une lisibilité adaptées.

Cette disposition s'apparente alors à une interdiction déguisée. De plus, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités.

Par ailleurs, un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des évènements sportifs ou culturels qui peuvent être organisés.

**En conséquence, l'UPE suggère de soumettre ces types de support à la seule réglementation nationale afin que le maire puisse exercer un contrôle discrétionnaire sur chaque demande d'autorisation préalable.**

**Avis de la commune :** Cette règle permet d'aller plus loin que le RLP de 1993 et permet de préserver le territoire et de trouver un juste équilibre entre la liberté d'expression et le liberté du commerce et de l'industrie et la protection des paysages.

Avis du CE : Le CE note la réponse de la commune et sa volonté d'aller plus loin que l'ancien RLP dans la préservation du territoire. Concernant les bâches publicitaires, l'autorisation est délivrée par le maire au cas par cas et ne peut revêtir la forme d'une autorisation générale ou permanente. Le remplacement ou la modification des bâches comportant de la publicité font l'objet d'une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police, le maire s'il y a un RLP, le préfet s'il n'y a pas de RLP.

### 3→ Publicités lumineuses

S'agissant des publicités lumineuses, les articles 2.4 et 3.7 « Plage d'extinction nocturne » énoncent que :

*« Aucune publicité ou pré-enseigne ne doit par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement. Les publicités lumineuses ne doivent pas être éblouissantes ».*

Ces dispositions sont de nature à créer une véritable insécurité juridique tant pour les opérateurs économiques que pour les services chargés de la police administrative dans la mesure où les termes employés sont flous et ne sont pas définis par le projet de règlement.

De plus, le code de la route contient déjà des dispositions relatives à la luminosité et à la sécurité routière. Enfin, l'UPE précise que le PLP se doit d'adapter les dispositions générales du règlement national de publicité (RNP) et non celles du code de la route.

**Pour ces raisons, l'UPE demande la suppression de ces dispositions.**

**Avis de la commune : Cette règle est issue de la loi Climat résilience. La ville souhaite encadrer l'intensité des dispositifs lumineux pour limiter l'impact sur le paysage urbain d'une part et l'environnement d'autre part.**

Avis du CE : Le CE prend bonne note de la réponse de la commune et de sa volonté d'encadrer l'intensité des dispositifs lumineux.

### 4→ Règle de densité (ZP3)

L'article 3.4 « Densité » du projet de règlement énonce que :

*« La règle de densité concerne les dispositifs publicitaires ou pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, lumineux ou non lumineux.*

*Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique dont le linéaire est supérieur ou égal à 25 mètres, il ne peut être installé qu'un support publicitaire ou une pré-enseigne scellée au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non lumineux ».*

*La zone ZP3 couvre la RN 7 sur une bande de 70 mètres de part et d'autre de l'axe.*

L'UPE suggère eu égard à l'environnement urbain constaté et à la réalité « terrain », de supprimer le linéaire minimal de 25 mètres. Il convient alors de conserver uniquement la limitation d'un dispositif publicitaire ou une pré-enseigne scellée au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non lumineux **par unité foncière**.

**Avis de la commune :** L'implantation d'un dispositif de publicité tous les 25 mètres correspond à l'orientation n°2 portée au débat lors du Conseil Municipal du 30 juin 2021, visant à mettre en place une règle de publicité plus adaptée au territoire et notamment sur la RN 7 et les entrées de ville.

Avis du CE : Le CE prend bonne note de la réponse de la commune, notamment en ce qui concerne la RN 7 et les entrées de ville.

#### 5→ Domaine ferroviaire en gare, y compris parvis

L'UPE suggère pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis, que les règles pourraient être les suivantes :

- Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée ;
- Autorisation des dispositifs publicitaires numériques scellés au sol et muraux dans un format d'affiche de 2m<sup>2</sup>.

**Avis de la commune :** Les règles d'un RLP sont de nature à être plus restrictives que les règles générales.

Avis du CE : Le CE enregistre la réponse de la commune concernant le domaine ferroviaire.

#### 6→ Enseignes lumineuses

L'article 4.7 « *Enseigne lumineuse* » du projet de règlement contient les dispositions suivantes :

En premier lieu :

*« Les enseignes numériques sont autorisées mais ne peuvent être cumulées avec une enseigne numérique située à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui ne sont pas principalement utilisées comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ».*

L'UPE préconise de supprimer la règle de non-cumul prévue à cet article.

En second lieu :

*« Les enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui ne sont pas principalement utilisées comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont limitées à 1 seule par activité et ne peuvent excéder 1m<sup>2</sup>. Ces enseignes ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.*

*Toutefois, cette surface peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure ou égale à 50 mètres carrés ».*

L'UPE estime que les RLP ne doivent pas fragiliser davantage l'activité commerciale des villes. L'article 581-14-4 implique que les RLP puissent établir, le cas échéant, des prescriptions mesurées et adaptées à l'univers particulier que représentent les vitrines des commerces.

Cet univers spécifique est composé de dispositifs lumineux dont les formats sont particulièrement diversifiés. Une réglementation trop contraignante ne fera qu'accroître,

pour les commerçants, un sentiment de contraintes administratives alors que la crise sanitaire a considérablement impacté l'activité des commerces, notamment pendant les périodes de confinement. Impacter les commerces des centres-villes entraînera un report de consommation vers les plateformes numériques.

**Pour ces différentes raisons, l'UPE préconise de fixer la surface des enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies à 2m<sup>2</sup> afin de prendre en compte la diversité de ces dispositifs.**

L'article 5.1 « *Enseignes temporaires* » du projet de règlement vise à soumettre les enseignes temporaires au même régime que celui des enseignes permanentes.

Le code de l'environnement prévoyant un régime particulier pour les enseignes temporaires (article R581-7) l'UPE préconise l'application du RNP quant au régime des enseignes temporaires.

**Avis de la commune : La ville souhaite encadrer les dispositifs lumineux et numériques pour limiter leur impact sur le paysage urbain d'une part et participer aux efforts d'économie d'énergie d'autre part.**

Afin de prendre en compte cette observation, un article sera ajouté qui réglementera les dispositifs lumineux intérieurs.

**Le principe d'un RLP est de pouvoir contraindre localement les règles nationales pour une meilleure protection des paysages et du cadre de vie.**

**Avis du CE : Le CE note la réponse de la commune qui prend en compte cette observation, souligne sa volonté de participer aux économies d'énergie, et qui ajoutera un article afin de réglementer les dispositifs lumineux intérieurs.**

### 3.2.2 JC.DECAX

1→ JC.DECAX remarque que le projet du RLP prévoit de limiter la surface d'affiche autorisée sur le mobilier d'informations à 4m<sup>2</sup> et 4m de hauteur en toute zone.

JC.DECAX alerte la ville de Ris Orangis sur le fait que la règle est contraire à la convention actuelle et conduirait à la dépose de 12 mobiliers urbains d'information. De ce fait, la société demande de supprimer toute contrainte de format d'affiche et de hauteur autorisés sur mobilier urbain d'information, ou à défaut de prévoir un format d'affiche jusqu'à 8m<sup>2</sup> et une hauteur de 6 mètres.

La société souligne également que l'implantation du mobilier urbain sur domaine public, présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de supports publicitaires, d'être entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité via contrat public.

**Avis de la commune : En réponse à ces observations, la commune indique qu'il sera précisé dans le Tome 1 que les dispositifs existants seront maintenus jusqu'à l'échéance de la convention avec l'annonceur.**

**La règle des 4 m<sup>2</sup> est maintenue et sera appliquée pour toute nouvelle souscription de contrat à compter de l'approbation du RLP.**

Avis du CE : Le CE prend acte de la réponse de la commune pour les anciens dispositifs et du maintien des 4m<sup>2</sup> pour les nouveaux.

2→ JC.DECAX alerte la commune sur la nécessité d'autoriser le mobilier urbain publicitaire y compris dans les abords de monuments historiques et sites inscrits présents sur le territoire.

**Avis de la commune : La commune souligne que l'objectif du RLP est de pouvoir préserver le cadre de vie et protéger les paysages en limitant l'impact visuel des dispositifs de publicités. Cet objectif est encore plus sensible dans les quartiers situés aux abords de monuments historiques.**

Avis du CE : Le CE prend bonne note de la réponse de la commune. Il souhaite malgré tout que cela ne se fasse pas au détriment du service délivré aux usagers, certains emplacements étant liés aux tracés des transports urbains.

### 3.3 Observations du commissaire enquêteur

Le dossier d'enquête qui m'a été communiqué et qui a été mis à la disposition du public est complet et bien structuré. Il permet une bonne compréhension des enjeux et des objectifs que la ville de Ris Orangis s'est fixée pour son projet de révision du RLP.

Il est à noter également que l'ensemble des pièces nécessaires à l'enquête sont présentes dans le dossier.

Les objectifs et orientations définis dans le projet visent à satisfaire la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement et donc à réduire la pollution visuelle et améliorer le cadre de vie.

## DEUXIEME PARTIE : CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVE

### 4 Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur

#### 4.1 -Rappel de l'objet de l'enquête

Par délibération en date du jeudi 4 avril 2019, le conseil municipal de la commune de Ris Orangis a prescrit la révision du règlement local de publicité (RLP) afin de mettre en œuvre une nouvelle politique environnementale en matière de publicité extérieure.

La réglementation nationale de publicité (RNP) a en effet sensiblement changé avec la loi du 21 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement. Cette loi encadre plus strictement le régime de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes, dans l'objectif d'une réduction de la pollution visuelle et d'une amélioration du cadre de vie.

Cette loi prévoit que les RLP de 1<sup>re</sup> génération (avant le 13 juillet 2010), seront caducs au 13 juillet 2020 s'ils n'ont fait l'objet d'aucune révision avant cette date. Ce délai a été repoussé au 13 janvier 2021 compte tenu de la crise sanitaire.

Lors de sa délibération du 4 avril 2019, le conseil municipal a également fixé les modalités de la concertation. Ainsi, le 26 mai 2021, ont eu lieu, une réunion dédiée aux PPA, suivie d'une réunion publique à laquelle étaient notamment conviés les commerçants.

Ce même jour, s'est déroulée l'après-midi, une réunion dédiée aux PPA, aux professionnels de l'affichage et aux associations de protection de l'environnement. Pour ces dernières personnes, une seconde réunion s'est déroulée le 30 septembre 2021.

Le conseil municipal a, par délibération du jeudi 21 octobre 2021, tiré le bilan de concertation et arrêté le projet de règlement local de publicité.

Monsieur le Maire de Ris Orangis a ensuite demandé l'ouverture d'une enquête publique par arrêté municipal du mercredi 4 mai 2022. Il a également sollicité le Président du Tribunal Administratif de Versailles afin qu'il désigne un commissaire enquêteur en vue de procéder à l'enquête publique nécessaire à l'approbation du règlement local de publicité. Par décision en date du 3 mars 2022, le Président du TA de Versailles a désigné Monsieur Jean LEVILLY en tant que commissaire enquêteur pour conduire cette enquête.

#### 4.2 Organisation et déroulement de l'enquête

Par arrêté municipal du 4 mai 2022, Monsieur le Maire de Ris Orangis a organisé une enquête publique portant sur la révision du règlement local de publicité.

L'enquête publique s'est déroulée sur une période de 33 jours consécutifs, du lundi 30 mai 2022 au vendredi 1<sup>er</sup> juillet 2022.

Le commissaire enquêteur a effectué une pré-visite le mardi 24 mai 2022. Il a rencontré mesdames ZAPLOTNY, Responsable du Pôle Ressources, YANG, Responsable du service Urbanisme et GUIRAO, Assistante administrative en charge des Enseignes et de la Publicité. Ces trois personnes ont répondu à ses questions. Le commissaire enquêteur s'est ensuite rendu sur le territoire afin de reconnaître les lieux et constater l'affichage.

Des affiches annonçant l'enquête publique ont été mises en place à la mairie de Ris Orangis et aux différents points d'affichages de la commune 15 jours avant le début et jusqu'à la fin de l'enquête.

L'enquête publique a été annoncée 15 jours avant l'ouverture dans deux journaux du département (Le Parisien et Le Républicain), et rappelée huit jours après son ouverture.

Quatre permanences ont été tenues, les 30 mai, 11 juin, 15 juin et 1<sup>er</sup> juillet 2022. Le dossier d'enquête et le registre sont restés à la disposition du public tout au long de l'enquête et au cours des quatre permanences.

Le procès-verbal de synthèse a été adressé à Monsieur le Maire de Ris Orangis le jeudi 6 juillet 2020 en courrier recommandé avec A/R.

J'ai reçu le mercredi 12 juillet 2022, par courrier électronique une réponse du service urbanisme de la ville de Ris Orangis, en attendant le document signé par Monsieur le Maire. Le mémoire en réponse m'est parvenu par courrier recommandé le 21 juillet 2022.

L'enquête s'est déroulée dans de très bonnes conditions et sans incidents. J'ai reçu une collaboration pleine et entière de l'ensemble du personnel du service urbanisme de la ville. Malgré une importante communication, le public ne s'est pas manifesté en présentiel lors des quatre permanences et seuls deux professionnels se sont manifestés par courrier et courriel.

#### 4.3 Conclusions motivées et avis

- *Considérant que l'enquête publique s'est déroulée dans le respect de la législation et de la réglementation en vigueur,*
- *Considérant que l'enquête publique s'est déroulée dans de bonnes conditions et sans incident,*
- *Considérant que le dossier d'enquête, mis à la disposition du public, était de qualité et constitué de toutes les pièces obligatoires,*
- *Considérant que par délibération, la commune a prévu et mis en place des modalités de concertation avec la population, les associations, les professionnels,*

- **Considérant que le public a été régulièrement informé de la tenue de l'enquête et a pu consulter le dossier dans des conditions normales d'accessibilité,**
- **Considérant que les insertions réglementaires de l'avis d'enquête publique ont été publiées dans la presse locale, que l'affichage a été effectif sur l'ensemble de la commune ainsi que sur le site internet de la commune,**
- **Considérant que quatre permanences se sont tenues régulièrement, réparties sur différents jours de la semaine, y compris un samedi matin, pour permettre aux personnes désireuses de participer, de le faire plus facilement,**
- **Considérant que le procès-verbal de synthèse regroupant l'ensemble des observations reçues a été adressé à Monsieur le Maire de Ris Orangis par courrier recommandé avec A/R, le jeudi 7 juillet 2022,**
- **Considérant qu'aucune observation n'a été portée sur le registre d'enquête ouvert au public mais que des deux courriers/courriels ont été adressés par des professionnels de la publicité au commissaire enquêteur,**
- **Considérant que le mémoire en réponse aux observations formulées dans le procès-verbal de synthèse a été reçu dans les délais le 21 juillet 2022,**
- **Considérant que le nouveau règlement local de publicité correspond aux objectifs et orientations définies par le conseil municipal en juin 2021,**
- **Considérant qu'un diagnostic des publicités et pré-enseignes a été effectué en amont. Qu'il a permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'Environnement. Qu'il a également démontré que la majorité des dispositifs publicitaires et des pré-enseignes était installée sur les axes principaux et structurants du territoire (RN 7, route de Grigny, avenue I et F Joliot Curie).**
- **Considérant que le projet présenté semble bien construit et réfléchi, de nature à améliorer et protéger l'image de la ville et le cadre de vie de ses habitants,**
- **Considérant qu'il convient de retenir dans le projet arrêté :**
- La volonté d'améliorer le cadre de vie, de lutter contre les nuisances visuelles, notamment par l'homogénéisation de la signalétique, des devantures de commerces ;
  - La volonté de favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine, notamment sur les entrées de ville et les axes structurants traversant celle-ci ;
  - La volonté de participer aux efforts d'économie d'énergie.
- **Considérant qu'afin de remplir les objectifs fixés dans sa délibération de prescription, la commune a décidé de s'appuyer sur huit orientations clairement formulées,**
- **Considérant que le zonage prévu a été fait simplement, en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire (pavillonnaire, zones industrielles, RN7),**

- **Considérant que les réponses de la commune aux observations et demandes formulées sont argumentées et fondées et que plusieurs ont été prises en compte,**
- **Considérant que les règles d'un RLP sont de nature à être plus restrictives que celles d'un RNP,**
- **Considérant que la commune dans son mémoire en réponse s'est engagée à prendre en compte l'observation concernant les enseignes lumineuses-numériques (point 6 - UPE) par l'ajout d'un article,**
- **Considérant que la commune dans son mémoire en réponse s'est engagée a apporté précisions sur les dispositifs existants,**

Le commissaire enquêteur regrette qu'un seul avis de PPA ait été émis (CCI, avis favorable). Aucune observation du public n'a été déposée lors de l'enquête publique. Seules deux sociétés (UPE et JC.DECAU) liées à la publicité ont émis des observations, demandant quelques modifications du RLP.

Ces demandes ont été transmises à la commune dans le cadre du procès-verbal. Toutes les observations et propositions ont reçu une réponse de la part de la commune (observations jointes au registre d'enquête).

En conséquence, et pour toutes les raisons détaillées précédemment, je donne :

**Un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Ris Orangis.**

Fait à Ris Orangis le 29 juillet 2022

Le commissaire enquêteur

Jean LEVILLY



## Nathalie Guirao

---

**De:** levilly jean <jeanlevilly@yahoo.fr>  
**Envoyé:** lundi 12 septembre 2022 15:45  
**À:** Julie Yang; Nathalie Guirao  
**Objet:** Enquête publique RLP  
**Pièces jointes:** Conclusions et avis motivé.pdf

Bonjour Mesdames,

Après l'enquête du mois de juin, concernant le RLP de la commune de Ris Orangis, le TA de Versailles m'avait demandé de compléter le chapitre "conclusions et avis motivé".

Je vous adresse donc ce complément validé par le TA afin de l'ajouter au rapport.

Vous en souhaitant bonne réception.

Cordialement.

Jean Levilly

## DEUXIEME PARTIE : CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVE

### 4 Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur

#### 4.1 -Rappel de l'objet de l'enquête

Par délibération en date du jeudi 4 avril 2019, le conseil municipal de la commune de Ris Orangis a prescrit la révision du règlement local de publicité (RLP) afin de mettre en œuvre une nouvelle politique environnementale en matière de publicité extérieure.

La réglementation nationale de publicité (RNP) a en effet sensiblement changé avec la loi du 21 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement. Cette loi encadre plus strictement le régime de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes, dans l'objectif d'une réduction de la pollution visuelle et d'une amélioration du cadre de vie. Cette loi prévoit que les RLP de 1<sup>ère</sup> génération (avant le 13 juillet 2010), seront caducs au 13 juillet 2020 s'ils n'ont fait l'objet d'aucune révision avant cette date. Ce délai a été repoussé au 13 janvier 2021 compte tenu de la crise sanitaire.

Lors de sa délibération du 4 avril 2019, le conseil municipal a également fixé les modalités de la concertation. Ainsi, le 26 mai 2021, ont eu lieu, une réunion dédiée aux PPA, suivie d'une réunion publique à laquelle étaient notamment conviés les commerçants. Ce même jour, s'est déroulée l'après-midi, une réunion dédiée aux PPA, aux professionnels de l'affichage et aux associations de protection de l'environnement. Pour ces dernières personnes, une seconde réunion s'est déroulée le 30 septembre 2021.

Le conseil municipal a, par délibération du jeudi 21 octobre 2021, tiré le bilan de concertation et arrêté le projet de règlement local de publicité.

Monsieur le Maire de Ris Orangis a ensuite demandé l'ouverture d'une enquête publique par arrêté municipal du mercredi 4 mai 2022. Il a également sollicité le Président du Tribunal Administratif de Versailles afin qu'il désigne un commissaire enquêteur en vue de procéder à l'enquête publique nécessaire à l'approbation du règlement local de publicité. Par décision en date du 3 mars 2022, le Président du TA de Versailles a désigné Monsieur Jean LEVILLY en tant que commissaire enquêteur pour conduire cette enquête.

#### 4.2 -Organisation et déroulement de l'enquête

Par arrêté municipal du 4 mai 2022, Monsieur le Maire de Ris Orangis a organisé une enquête publique portant sur la révision du règlement local de publicité.

L'enquête publique s'est déroulée sur une période de 33 jours consécutifs, du lundi 30 mai 2022 au vendredi 1<sup>er</sup> juillet 2022.

Le commissaire enquêteur a effectué une pré-visite le mardi 24 mai 2022. Il a rencontré mesdames ZAPOTNY, Responsable du Pôle Ressources, YANG, Responsable du service Urbanisme et GUIRAO, Assistante administrative en charge des Enseignes et de la Publicité. Ces trois personnes ont répondu à ses questions. Le commissaire enquêteur s'est ensuite rendu sur le territoire afin de reconnaître les lieux et constater l'affichage.

Des affiches annonçant l'enquête publique ont été mises en place à la mairie de Ris Orangis et aux différents points d'affichages de la commune 15 jours avant le début et jusqu'à la fin de l'enquête.

L'enquête publique a été annoncée 15 jours avant l'ouverture dans deux journaux du département (Le Parisien et Le Républicain), et rappelée huit jours après son ouverture.

Quatre permanences ont été tenues, les 30 mai, 11 juin, 15 juin et 1<sup>er</sup> juillet 2022. Le dossier d'enquête et le registre sont restés à la disposition du public tout au long de l'enquête et au cours des quatre permanences.

Le procès-verbal de synthèse a été adressé à Monsieur le Maire de Ris Orangis le jeudi 6 juillet 2020 en courrier recommandé avec A/R.

Le commissaire enquêteur a reçu le mercredi 12 juillet 2022, par courrier électronique une réponse du service urbanisme de la ville de Ris Orangis, en attendant le document signé par Monsieur le Maire.

Le mémoire en réponse lui est parvenu par courrier recommandé le 21 juillet 2022.

L'enquête s'est déroulée dans de très bonnes conditions et sans incidents. Le commissaire enquêteur a reçu une collaboration pleine et entière de l'ensemble du personnel du service urbanisme de la ville.

Malgré une importante communication, le public ne s'est pas manifesté en présentiel lors des quatre permanences et seuls deux professionnels se sont manifestés par courrier et courriel.

#### **4.3 -Conclusions motivées et avis (Chapitre complété le 21/08/2022 à la demande du TA)**

- Considérant que l'enquête publique s'est déroulée dans le respect de la législation et de la réglementation en vigueur,
- Considérant que l'enquête publique s'est déroulée dans de bonnes conditions et sans incident,
- Considérant que le dossier d'enquête, mis à la disposition du public, était de qualité et constitué de toutes les pièces obligatoires,
- Considérant que par délibération, la commune a prévu et mis en place des modalités de concertation avec la population, les associations, les professionnels,

- Considérant que le public a été régulièrement informé de la tenue de l'enquête et a pu consulter le dossier dans des conditions normales d'accessibilité,
- Considérant que les insertions réglementaires de l'avis d'enquête publique ont été publiées dans la presse locale, que l'affichage a été effectif sur l'ensemble de la commune ainsi que sur le site internet de la commune,
- Considérant que quatre permanences se sont tenues régulièrement, réparties sur différents jours de la semaine, y compris un samedi matin, pour permettre aux personnes désireuses de participer, de le faire plus facilement,
- Considérant que le procès-verbal de synthèse regroupant l'ensemble des observations reçues a été adressé à Monsieur le Maire de Ris Orangis par courrier recommandé avec A/R, le jeudi 7 juillet 2022,
- Considérant qu'aucune observation n'a été portée sur le registre d'enquête ouvert au public mais que des deux courriers/courriels ont été adressés par des professionnels de la publicité au commissaire enquêteur,
- Considérant que le mémoire en réponse aux observations formulées dans le procès-verbal de synthèse a été reçu dans les délais le 21 juillet 2022,
- Considérant que le nouveau règlement local de publicité correspond aux objectifs fixés dans la délibération de prescription et s'appuie sur les orientations définies par le conseil municipal en juin 2021, avec notamment :
- La volonté de mettre en place un meilleur encadrement de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes,
  - La volonté d'améliorer le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles par l'homogénéisation de la signalétique et des devantures de commerces,
  - La volonté de favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine, en portant notamment réflexion sur les entrées de ville et les axes structurants traversant cette dernière,
  - La volonté de participer aux efforts d'économie d'énergie en instituant une plage d'extinction nocturne (22h00 à 07h00).
- Considérant qu'un diagnostic des publicités et pré-enseignes a été effectué en amont. Qu'il a permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'Environnement. Qu'il a également démontré que la majorité des dispositifs publicitaires et des pré-enseignes était installée sur les axes principaux et structurants du territoire (RN 7, route de Grigny, avenue I et F Joliot Curie).
- Considérant que le projet présenté semble bien construit et réfléchi, s'appuyant sur les orientations définies par le Conseil Municipal. Que le projet est également de nature à améliorer et protéger l'image de la ville, son patrimoine ainsi que le cadre de vie de ses habitants :

- En préservant les secteurs peu touchés par la pression publicitaire tels le centre-ville, les quartiers résidentiels et pavillonnaires,
- En encadrant et maîtrisant le format des dispositifs publicitaires et en mettant en place une règle de densité plus adaptée au territoire, principalement sur les axes d'entrée de ville, comme notamment la RN7,
- En réglementant les publicités apposées sur mobilier urbain, proposant notamment des formats d'affichage plus restreints que la réglementation nationale,
- En encadrant les dispositifs lumineux et notamment numériques, en instituant une réduction des formats pour limiter l'impact de ceux-ci sur le paysage urbain,
- En encadrant ou interdisant certaines implantations d'enseignes peu qualitatives en matière d'intégration paysagère comme les enseignes sur toiture, sur les arbres ou sur balcon,
- En encadrant l'implantation des enseignes installées en façade d'activités afin d'assurer une meilleure intégration de ces enseignes dans l'environnement,
- En réduisant le format et la densité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol et impactant fortement le paysage,
- En renforçant la réglementation applicable aux enseignes sur clôture et aux enseignes sur toitures ou terrasses.

→ **Considérant qu'afin de remplir les objectifs fixés dans sa délibération de prescription, la commune a décidé de s'appuyer sur huit orientations clairement formulées.**

→ **Considérant que le zonage prévu a été fait simplement (trois zones), en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire et avec la volonté de bien prendre en compte :**

- La préservation des secteurs peu touchés par la pression publicitaire (ZP1)  
La commune dans sa volonté de mettre en place une réglementation plus restrictive que la réglementation nationale, a souhaité tenir compte de ces particularités d'implantation. Ainsi, la mise en place d'une zone spécifique (ZP1) couvrant la totalité de la commune en dehors de la RN7 et des deux zones d'activités semble tout à fait logique pour y proposer une réglementation.
- La présence des deux zones industrielles de Terre Saint Lazare (ZP2-A) et du Bois de l'Epine (ZP2-B)  
La zone industrielle de Terre Saint Lazare (ZP2-A), contrairement au reste du territoire peut avoir des besoins spécifiques pour signaler ses entreprises. Un zonage dédié permet donc de marquer cette particularité par rapport à ZP1 et ZP3, notamment en matière d'enseignes. En matière de publicités et pré-enseignes, on relève peu de supports publicitaires sur cette zone, la réglementation locale s'approchera donc de celle applicable en ZP1 pour tenir compte de la réalité de l'implantation des supports.  
La zone industrielle du Bois de l'Epine (ZP2-B) est située hors agglomération, elle ne peut donc pas accueillir de publicités ou de pré-enseignes conformément au code de

l'Environnement. Il était donc nécessaire de créer un zonage spécifique pour cette zone.

- La problématique des entrées de ville et notamment de la RN7 (ZP3) Conformément au diagnostic effectué, la grande majorité des supports publicitaires est installée le long de la RN7. Cet axe majeur génère un flux considérable de véhicules et donc une pression publicitaire très importante. Il est l'une des premières images du territoire et la commune souhaite donc cet axe qualitatif avec une réglementation permettant de limiter notamment, le nombre de supports publicitaires de grands formats.

→ **Considérant que les réponses de la commune aux observations et demandes formulées sont argumentées et fondées et que plusieurs ont été prises en compte,**

→ **Considérant que les règles d'un RLP sont de nature à être plus restrictives que celles d'un RNP,**

→ **Considérant que la commune dans son mémoire en réponse s'est engagée à prendre en compte l'observation concernant les enseignes lumineuses-numériques (point 6 – UPE) par l'ajout d'un article,**

→ **Considérant que la commune dans son mémoire en réponse s'est engagée à fournir des précisions sur les dispositifs existants,**

Le commissaire enquêteur regrette qu'un seul avis de PPA ait été émis (CCI, avis favorable).

Aucune observation du public n'a été déposée lors de l'enquête publique. Seules deux sociétés (UPE et JC.DECAU) liées à la publicité ont émis des observations, demandant quelques modifications du RLP.

Ces demandes ont été transmises à la commune dans le cadre du procès-verbal. Toutes les observations et propositions ont reçu une réponse de la part de la commune (observations jointes au registre d'enquête).

En conséquence, et pour toutes les raisons détaillées précédemment, je donne :

**Un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Ris Orangis.**

Fait à Ris Orangis le 19 août 2022

Le commissaire enquêteur  
Jean LEVILLY

