



**Paris Ouest  
La Défense**



**Ville de Levallois-Perret**  
Département des Hauts-de-Seine

Plan local d'urbanisme

# PLU



**P.L.U. Levallois-Perret**  
**Dossier de mise à jour :**  
**Pièce n°6.3.1**  
**Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)**  
**Rapport de présentation**



Règlement Local de Publicité intercommunal

# RLPi

Paris Ouest la Défense

## 1 – Rapport de présentation

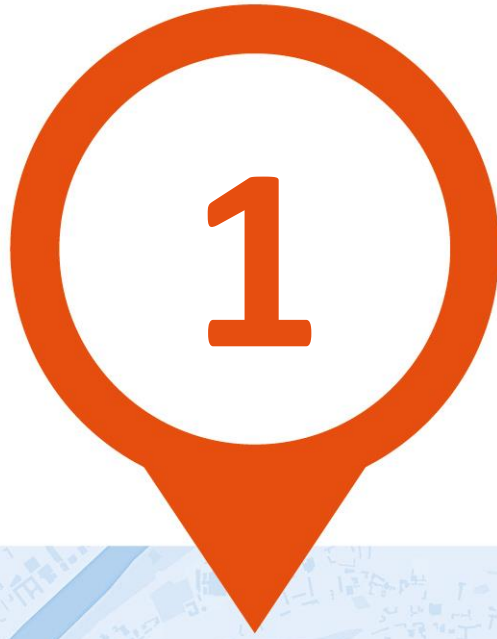
Date d'approbation : 8 février 2021



## Table des matières

<b>DIAGNOSTIC.....</b>	<b>3</b>
Chapitre 1 : Préambule.....	4
I. Cadre et définitions .....	4
Chapitre 2 : Contexte territorial .....	10
I. Démographie.....	10
II. Paysage et patrimoine.....	10
III. Economie .....	13
IV. Réseau viaire .....	15
Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de Paris Ouest La Défense .....	16
I. Les seuils démographiques .....	16
II. Les périmètres environnementaux et urbains.....	16
Chapitre 4 : Diagnostic publicitaire du territoire.....	22
I. Méthodologie pour le recensement .....	22
II. Synthèse cartographique et statistique .....	23
III. Secteurs à enjeux.....	31
<b>ORIENTATIONS.....</b>	<b>43</b>
<b>JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS .....</b>	<b>49</b>
IV. Motifs de délimitation du zonage .....	50
V. Dispositions réglementaires retenues pour les publicités et pré-enseignes .....	54
VI. Dispositions réglementaires retenues pour les enseignes.....	60





# DIAGNOSTIC

# Chapitre 1 : Préambule

## I. Cadre et définitions

### 1. Contexte législatif et réglementaire

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

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

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions. Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Type de dispositif et date d'installation	opposabilité du RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 <sup>er</sup> juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 <sup>er</sup> juillet 2012*	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 <sup>er</sup> juillet 2012*	1 <sup>er</sup> juillet 2018
Préenseigne dérogatoire	13 juillet 2015

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité intercommunal, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue de s'appliquer.

*Mise en conformité des dispositifs avec la RNP (décret du 30/01/2012 applicable depuis le 01/07/2012)*



- Suppression des préenseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012



- Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012
- Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

**A partir de l'entrée de vigueur du RLPi (approbation prévue pour juillet 2020), les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité avec le nouveau document en :**

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

## ***2. Le zonage du RLPi***

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement** et le **Code de la Route**. Selon le secteur géographique (hors agglomération, ou « agglomération » au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

## ***3. Pourquoi réaliser un RLPi sur le territoire Paris Ouest La Défense ?***

Il existe à l'heure actuelle neuf RLP sur le territoire, dont deux Post Grenelle (Suresnes et Vaucresson). Seules deux communes ne sont pas dotées d'un RLP (La Garenne-Colombes et Levallois-Perret).



Sept RLP sont donc antérieurs à la loi Grenelle II et deviendront caducs à l'horizon 2020.

Afin de faire perdurer les réglementations locales sur ces communes, et par la même occasion, de doter l'ensemble du territoire d'un document règlementant la publicité extérieure, l'élaboration d'un RLPi a été décidée par délibération du conseil communautaire le 27 mars 2018.

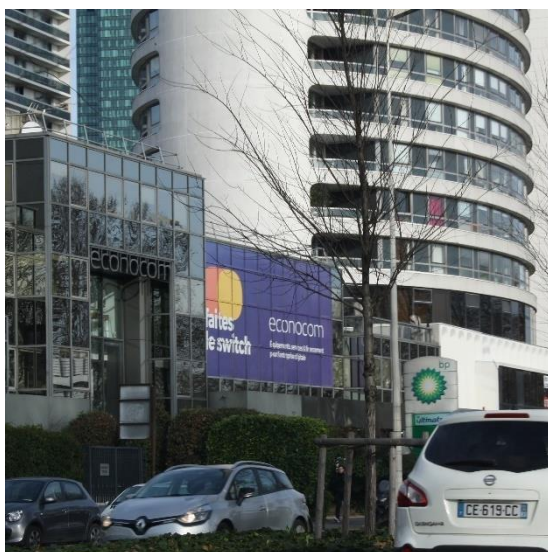
#### 4. Contenu du RLPi

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

- un **rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- un **règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- des **annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

#### 5. Les principales définitions

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



### Enseignes sur l'agglomération

! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes

**Pré-enseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée.



### Pré-enseignes sur l'agglomération

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

#### Préenseigne dérogatoire :

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à



la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

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



*Publicités sur l'agglomération*

### Dispositifs temporaires (enseignes ou pré-enseignes)

- signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.



Publicités temporaires sur l'agglomération

## Chapitre 2 : Contexte territorial

Le RLPI a été élaboré sur le périmètre de Paris Ouest La Défense, tel qu'il était lors de la prescription de son élaboration le 27 mars 2018, c'est-à-dire sur 11 communes.

### I. Démographie

L'agglomération est composée de 11 communes faisant partie de l'unité urbaine de Paris. Toutes sont des communes de plus de 10 000 habitants, en dehors de la commune de Vaucresson (8 954 habitants en 2016 – source INSEE)

Le territoire est donc assez homogène, bien que la polarité forte soit située autour de La Défense. Le fait que l'ensemble des communes de Paris Ouest La Défense fassent partie de l'unité urbaine de Paris (regroupant plus de 800 000 habitants), les soumet à une réglementation moins stricte que d'autres communes de plus petite dimension (dont la population est inférieure à 10 000 habitants).

**Définition INSEE :** La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. On appelle unité urbaine 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.

### II. Paysage et patrimoine

Le territoire de Paris Ouest La Défense, situé dans les Hauts-de-Seine, en première couronne Ouest de Paris est ambivalent par ses typologies paysagères. Entre ville et bois, l'Ouest parisien est à la fois extrêmement urbain par la présence du cœur économique de Paris qu'est La Défense, mais également très boisé principalement au niveau des communes construites sur les coteaux bordant la Seine.

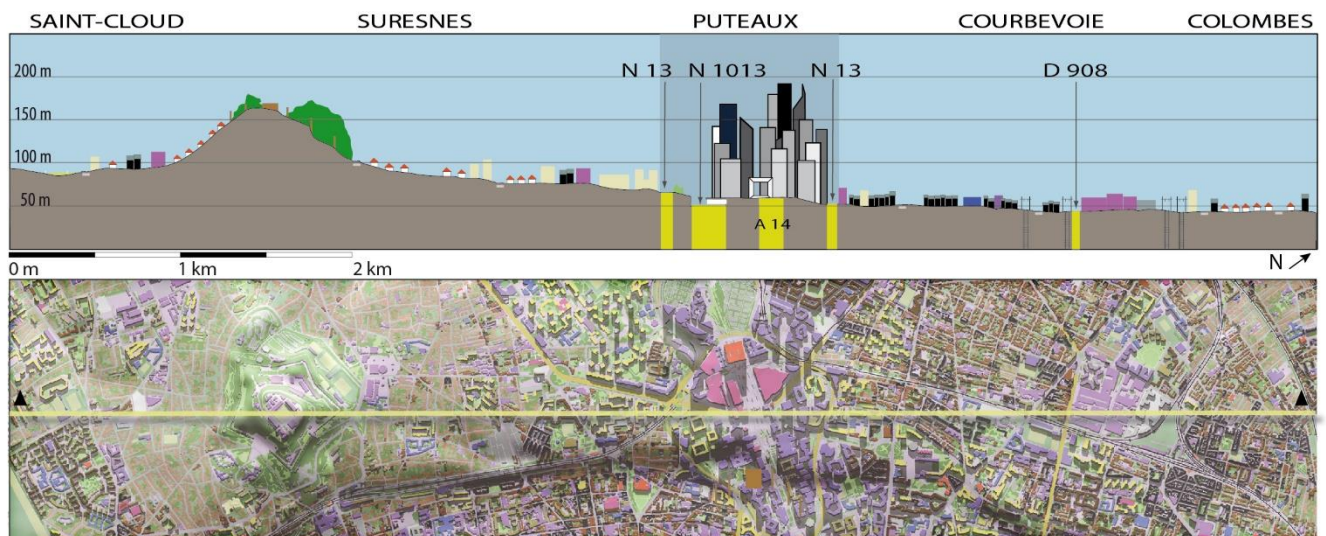
Le paysage de Paris Ouest La Défense est bien sûr, fortement marqué par la présence du fleuve. Plusieurs communes sont situées en bord de Seine et comptent donc ponts et îles qui offrent des vues dégagées et structurent le territoire.

Le Nord du territoire, occupé par les communes de La Garenne-Colombes, Puteaux, Courbevoie, Nanterre et Levallois Perret est relativement plat. Cette disposition permet, depuis l'ensemble des axes rectilignes dirigés vers La Défense, d'offrir des points de vue sur les tours. Ces points de vue, sont intéressants par les faibles différences d'altitude qui troublent les perspectives et semblent rapprocher les tours de l'ensemble des communes limitrophes.





A l'inverse, les communes plus au Sud, (Saint Cloud et Suresnes), plus éloignées de La Défense, ont été construites sur des coteaux boisés le long de la Seine. A ce titre elles bénéficient de vues plongeantes sur la Défense et Paris.



Atlas des paysages des Hauts de Seine

Le patrimoine de l'ensemble de Paris Ouest La Défense est riche autant en termes d'époques que de types de monuments. Il est marqué par de nombreux monuments historiques (43 sur le territoire), mais également par ses différents sites classés et inscrits.

Pour n'en citer que quelques-uns permettant d'illustrer le caractère patrimonial de certaines communes, nous pourrions évoquer les monuments suivants :

**Le Mont Valérien** construit dans la première moitié du 19<sup>ème</sup> siècle, est l'un des seize forts prévus dans le programme de fortifications de Paris. La construction du fort à cet endroit précis permet de mettre en évidence la topographie particulière de Suresnes offrant des vues sur tout Paris. Ce fort a joué un rôle plus ou moins important dans des conflits locaux et mondiaux (dans le siège de Paris en 1870, la Commune, ou encore durant la seconde guerre mondiale. Aujourd'hui le fort est occupé par un mémorial retraçant l'histoire du lieu.



Mémorial du Mont Valérien – Source Wikipédia

**Le domaine national de Saint Cloud**, dont l'histoire débute lorsque Catherine de Médicis en fait l'acquisition ; est le monument historique dont la surface est la plus grande sur le territoire. Il sera notamment le théâtre de l'assassinat d'Henri III. Philippe d'Orléans y fera bâtir le premier château de Saint Cloud et fera passer le parc d'une quinzaine d'hectares à 460 qu'il fera aménager par Le Nôtre. Le château sera malheureusement détruit par les flammes sous Napoléon III.



Aujourd'hui le domaine de Saint Cloud est un parc à destination des riverains, qui accueille certaines manifestations de grande ampleur, telles que Rock en Seine.



Parc du domaine National de Saint Cloud – Source Wikimedia

A ces éléments majeurs de patrimoine remarquable s'ajoutent nombre d'autres monuments historiques tels que le château de Rueil Malmaison, la cathédrale Saint Geneviève de Nanterre, ou encore le temple de la réserve de Neuilly. Tous ces monuments bénéficient de secteurs protégés où l'installation de publicité dans leur périmètre de protection n'est possible qu'à titre dérogatoire.

Du patrimoine plus commun, participe également fortement à la qualité patrimoniale et à l'identité visuelle du territoire. Maisons de bourg, églises, éléments architecturaux typiques du 21<sup>ème</sup> siècle, viennent enrichir le patrimoine et le paysage de l'agglomération.

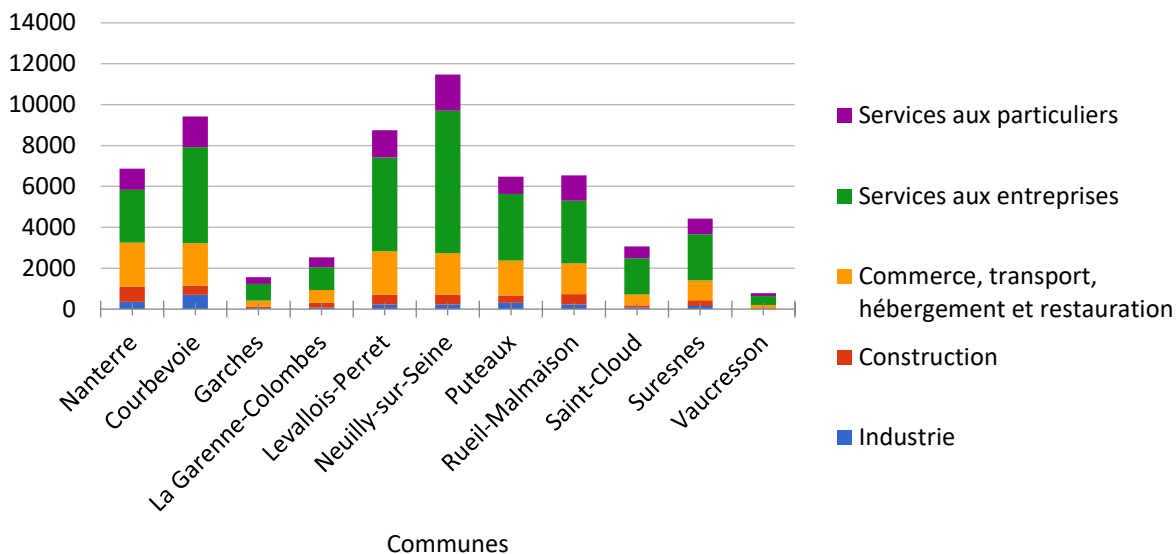
Ce patrimoine fragile doit être préservé, du fait de son importance historique, culturelle et son lien fort avec l'identité paysagère du territoire.

### III. Economie

L'agglomération dispose d'un tissu économique très dense et varié, avec un total de **61 907 établissements sur l'ensemble du territoire de Paris Ouest La Défense** en Décembre 2015. Parmi ces entreprises, on retrouve de nombreux sièges sociaux et centres décisionnels de grands groupes d'horizons divers : Total, Areva, EDF, Société Générale, HSBC, CapGemini ....

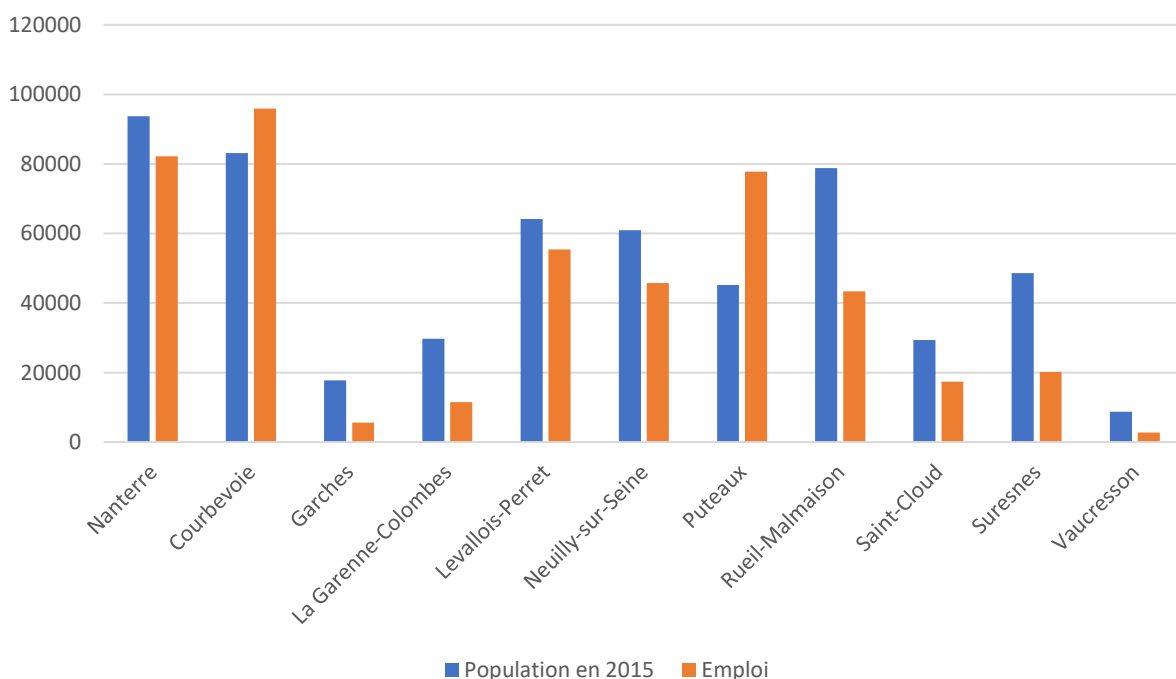


### Répartition des établissements selon leur secteur d'activité au 31 décembre 2015



L'activité économique du territoire offre des emplois à 457 741 personnes. Plusieurs communes offrent même plus d'emplois qu'elles n'ont de résidents. C'est notamment le cas des communes de Courbevoie et Puteaux sur lesquelles est implantée le quartier d'affaire de La Défense. Ces communes sont de réels bassins d'emploi pour les alentours, au sein de Paris Ouest La Défense et plus largement pour toute l'île de France.

### Comparatif de la population et du nombre de personnes employées dans chaque commune en 2015



## IV. Réseau viaire

Le territoire de Paris Ouest La Défense a la particularité de disposer d'un réseau viaire très dense et relativement complexe (notamment autour du secteur de La Défense)

Les quais de Seine, les axes traversant la Seine (faisant donc le lien vers Paris) ou bien encore les départementales faisant la connexion entre les communes sont autant d'axes à enjeux du point de vue de la réglementation publicitaire. En effet, ces axes, du fait du haut niveau de circulation regroupent la plupart de dispositifs d'affichage (notamment ceux de grand format).

L'affichage publicitaire non maîtrisé constitue un facteur de dégradation de la qualité paysagère des axes de traversée du territoire.



Différents types d'affichages grand format sur des axes à enjeux du territoire

# Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de Paris Ouest La Défense

Au regard de la nouvelle réglementation, l'agglomération est soumise à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération.
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques
- Aux dispositions relatives aux seuils démographiques fixés par la réglementation nationale.

## I. Les seuils démographiques

Sur l'agglomération, seule la commune de Vaucresson compte moins de 10 000 habitants (8688 habitants en 2015 – source INSEE). Cependant, étant rattachée à l'unité urbaine de Paris, les règles de publicité qui s'y appliquent sont quasiment équivalentes à celles du reste du territoire. En résulte une grande homogénéité de la réglementation nationale sur l'ensemble de l'agglomération.

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

## II. Les périmètres environnementaux et urbains.

La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :

### 1. Le périmètre d'agglomération

#### 1.1. Définition de la notion d'agglomération

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

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



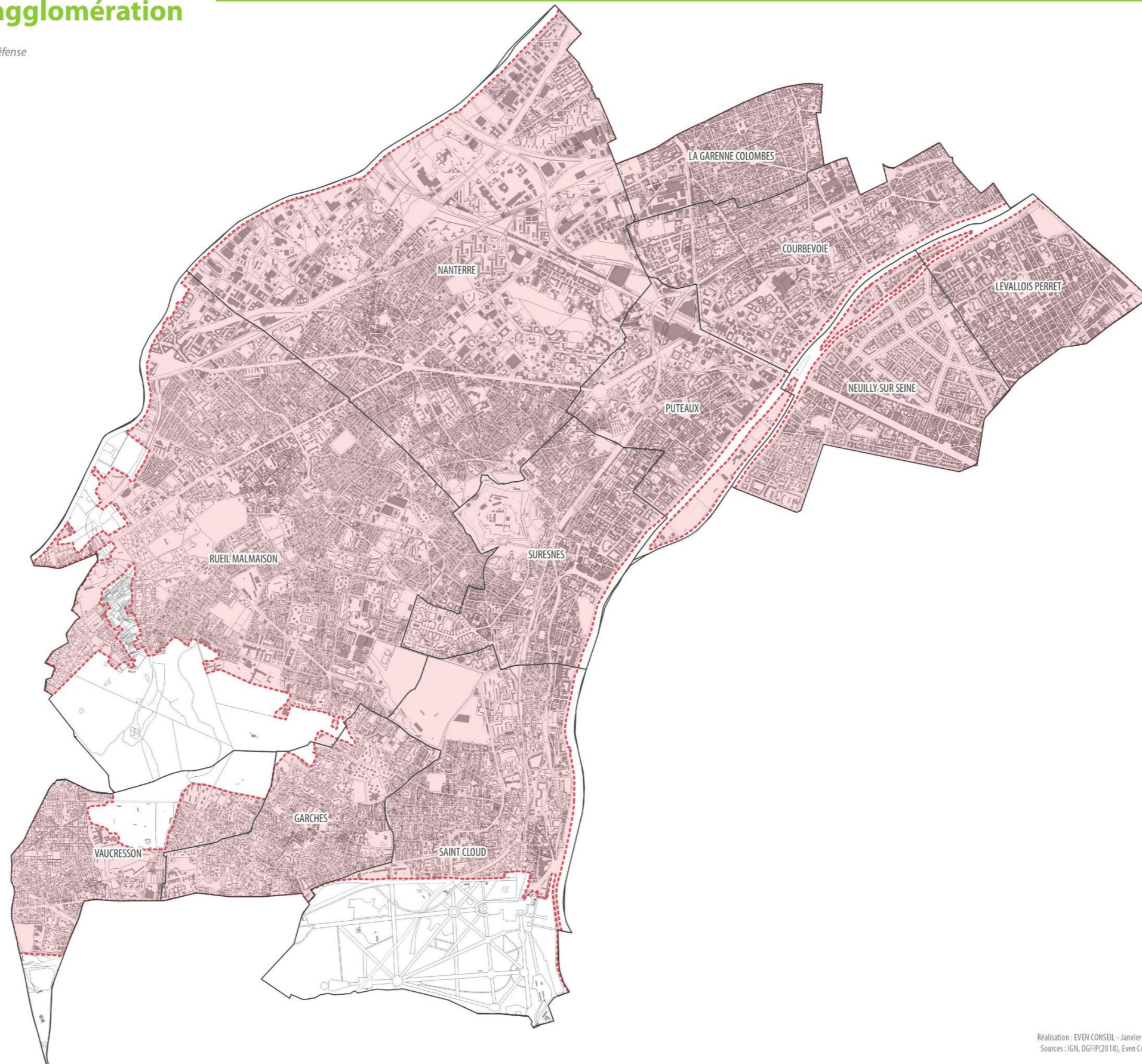
Extrait du guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure





## Limites d'agglomération

RPLi de l'EPT Paris Ouest la Défense



## 2. Les périmètres environnementaux réglementaires

- ❖ **Toute publicité (et pré-enseigne) est interdite en dehors des agglomérations (sauf dispositifs dérogatoires)**
  
- ❖ **Interdictions absolues**
  - sur les MH (classés et inscrits)
  - sur les monuments naturels et dans les sites classés
  - sur un immeuble protégé par arrêté du maire compte tenu de son caractère esthétique, historique ou pittoresque
  - dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles
  - sur les arbres
  
- ❖ **Interdictions relatives** (il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLPi, cette dérogation restant exceptionnelle et argumentée)
  - A moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des monuments historiques
  - dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé)
  - dans les PNR
  - dans les sites inscrits
  - A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles protégés sur arrêté du Maire après avis du conseil municipal et de la CDNPS
  - dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
  - dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (= Natura 2000)

Il est à noter que la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible depuis le monument historique ou visible en même temps que lui et situé dans le périmètre de protection. Il convient de distinguer le critère de visibilité directe : vue depuis la publicité vers le Monument Historique et réciproquement de celui de co-visibilité qui induit l'observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le Monument et le dispositif publicitaire. Ces critères de visibilité et co-visibilité sont examinés par l'Architecte des Bâtiments de France.

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national.



## *2. Les abords des autoroutes, voies express, déviation*

Les abords des autoroutes A13, A14 et A86, les bretelles de raccordement à ces autoroutes, la route express D914, ainsi que les déviations et voies publiques situées hors agglomération sont protégées de la publicité. En effet, le code de l'environnement indique :

Les publicités scellées au sol sont interdites « si les affiches qu'elles 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 » (Art. R.581-31, alinéa 2).

Le Code de la Route précise :

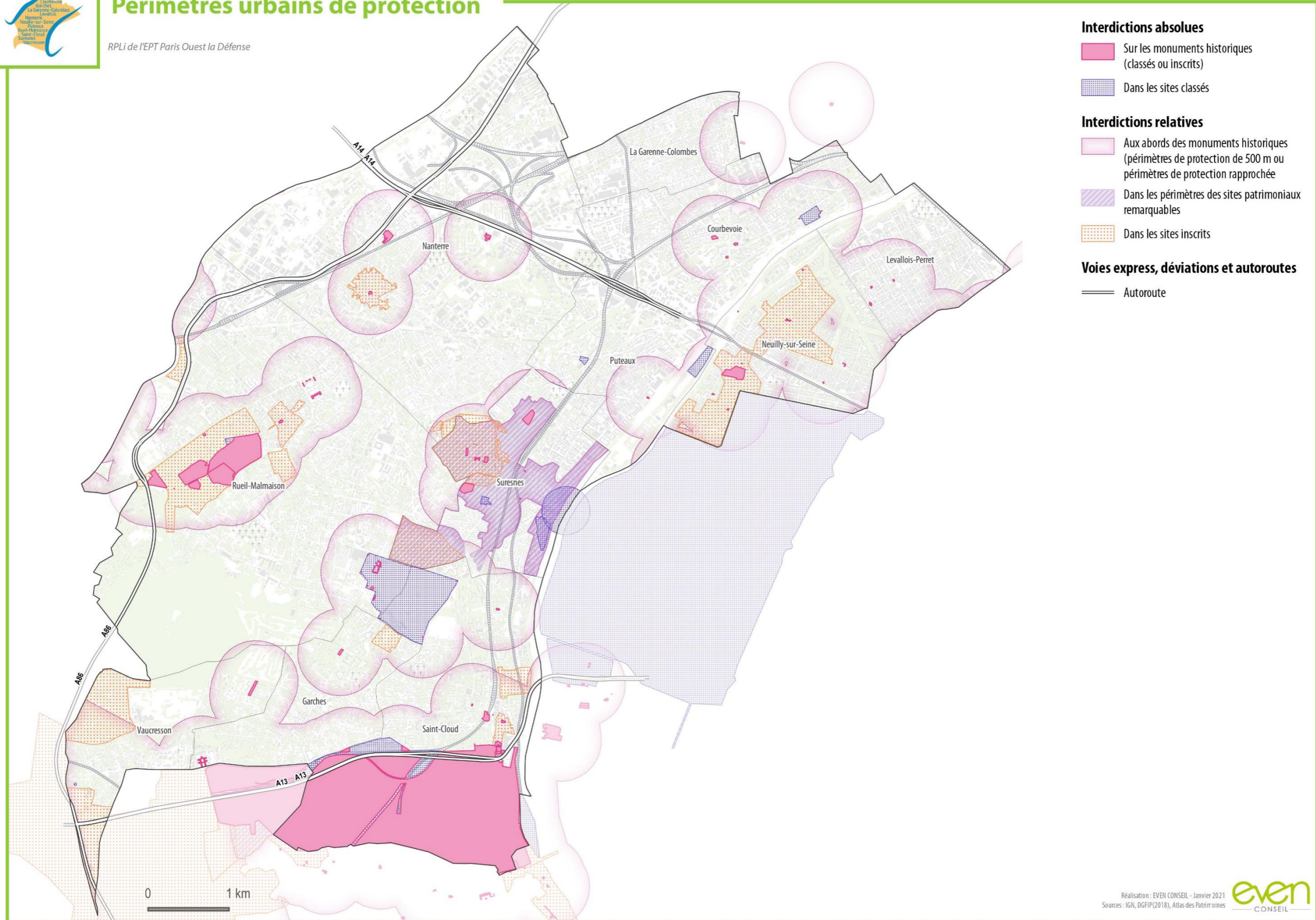
« En agglomération, la publicité, les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d'une autoroute ou route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Hors agglomération [...] sur une largeur de 200m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée » (Art.R.418-7).





## Périmètres urbains de protection

RPLi de l'EPT Paris Ouest la Défense



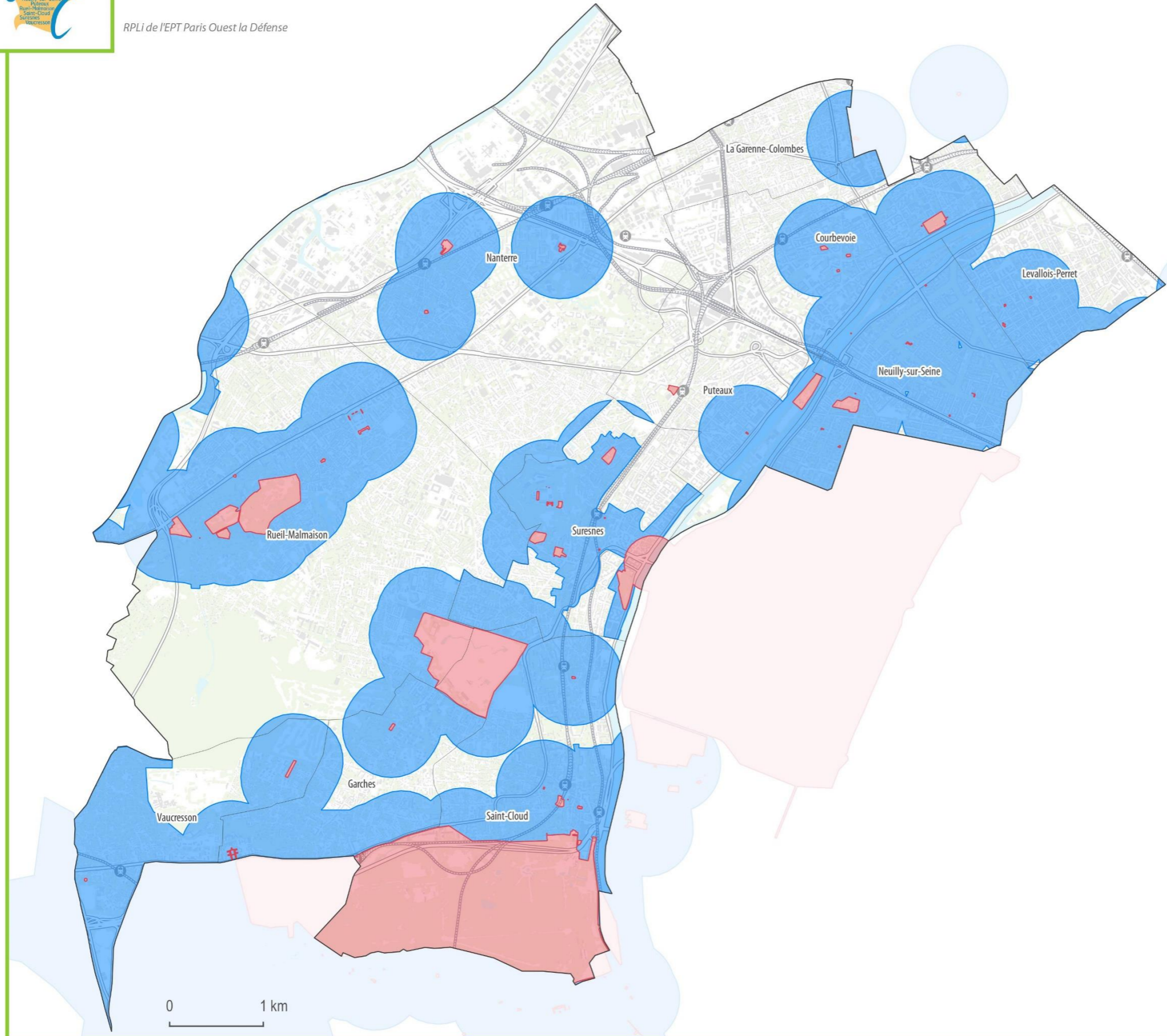




## Périmètres urbaines de protection

RPLi de l'EPT Paris Ouest la Défense

- Interdiction absolue
- Interdiction relative



Réalisation : EVEN CONSEIL - Janvier 2021  
Sources : IGN, DGFIP(2018), Atlas des Patrimoines



# Chapitre 4 : Diagnostic publicitaire du territoire

## I. Méthodologie pour le recensement

Un recensement détaillé et précis de l'ensemble des publicités et pré-enseignes présentes sur le territoire intercommunal a été réalisé sur le terrain en janvier 2019, photographié et géoréférencé. Cet inventaire n'est pas exhaustif.

Chaque objet relevé a été qualifié à l'aide d'une boîte de dialogue sous le logiciel Quantum Gis, pour réaliser l'analyse des conformités au regard de la RNP.

Les données ressources utilisées

- Relevé géomètre
- Visites de terrain (2 jours)

### 1.1. Le contenu de la base de données

La base de données est constituée d'une couche pour les publicités et pré-enseignes. Pour chaque dispositif est renseigné :

- La nature du dispositif (publicité, pré-enseigne, dispositif temporaire)
- La commune où le dispositif est implanté
- Son mode d'implantation
- Sa surface
- S'il est numérique, lumineux, sur bâche (nature particulière)
- Sa conformité ou non à la réglementation nationale et la ou les raison(s) de non-conformité
- Sa conformité ou non aux règlements locaux et la ou les raison(s) de non-conformité.
- La photographie du dispositif

### 1.2. Les rendus

- La base SIG
- L'accès à une plateforme internet durant l'étude
- Un atlas à l'échelle communale et synthèse statistique
- Des diagnostics photographiques par commune



## II. Synthèse cartographique et statistique

### 1. Données générales

Le recensement des différents dispositifs publicitaires a été réalisé début 2019 sur l'ensemble du territoire. Deux types de dispositifs ont fait l'objet du recensement : pré-enseignes, publicités.

L'objectif de ce recensement est d'identifier :

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

Sur l'ensemble de la communauté de communes, un total de **1655 dispositifs** a été analysé.

### 1. Publicités et pré-enseignes

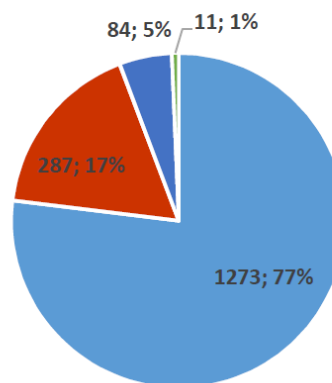
#### 1.1. Nature et implantation

Publicités et pré-enseignes sont soumises à la même réglementation.

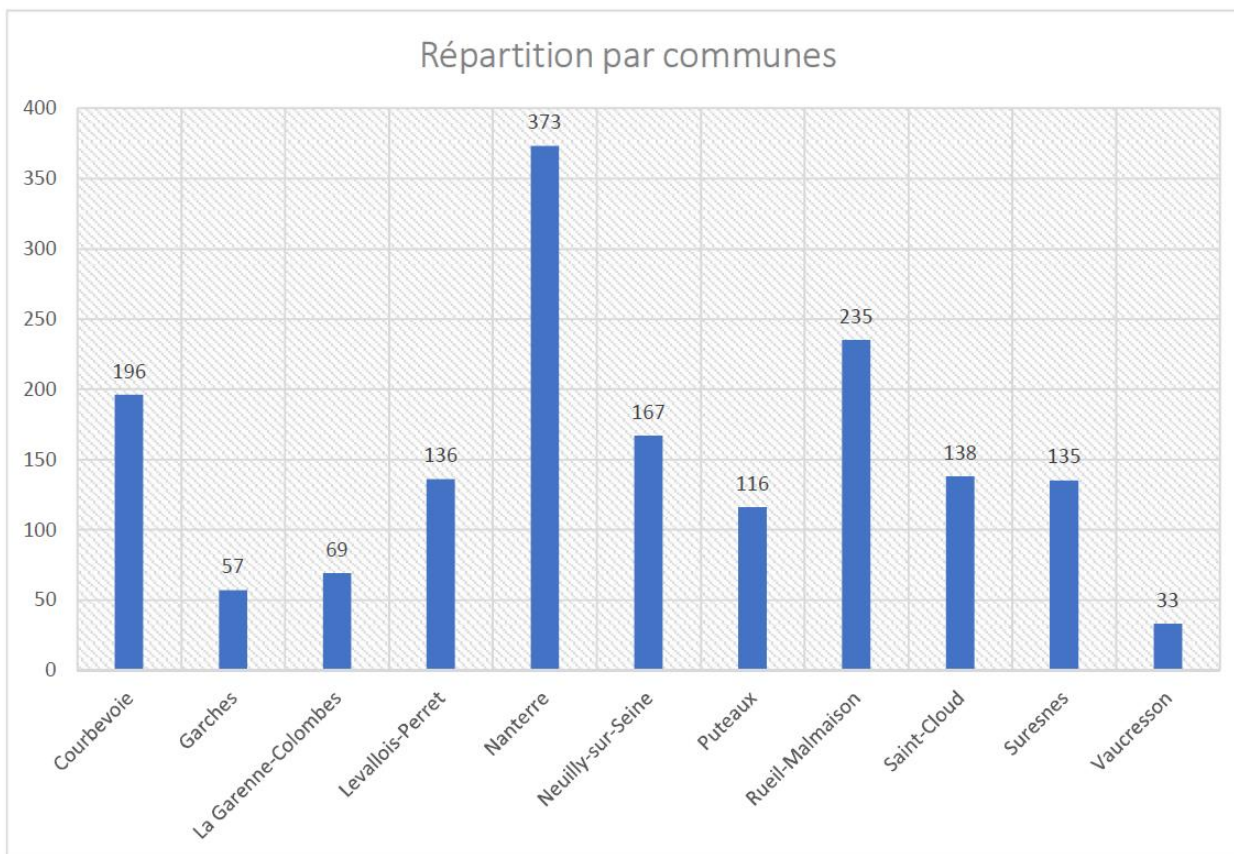
Les publicités et pré-enseignes sont, d'une manière générale, présentes le long des principaux axes du territoire et au niveau des carrefours majeurs, sous la forme de publicités scellées au sol. Elles sont également présentes dans les centres-villes sous la forme de mobilier urbain.

C'est sur la commune de Nanterre qu'a été recensé le plus grand nombre de dispositifs.

Typologie d'implantation



■ Sur mobilier urbain ■ Au sol ■ Au mur ■ Sur clôture

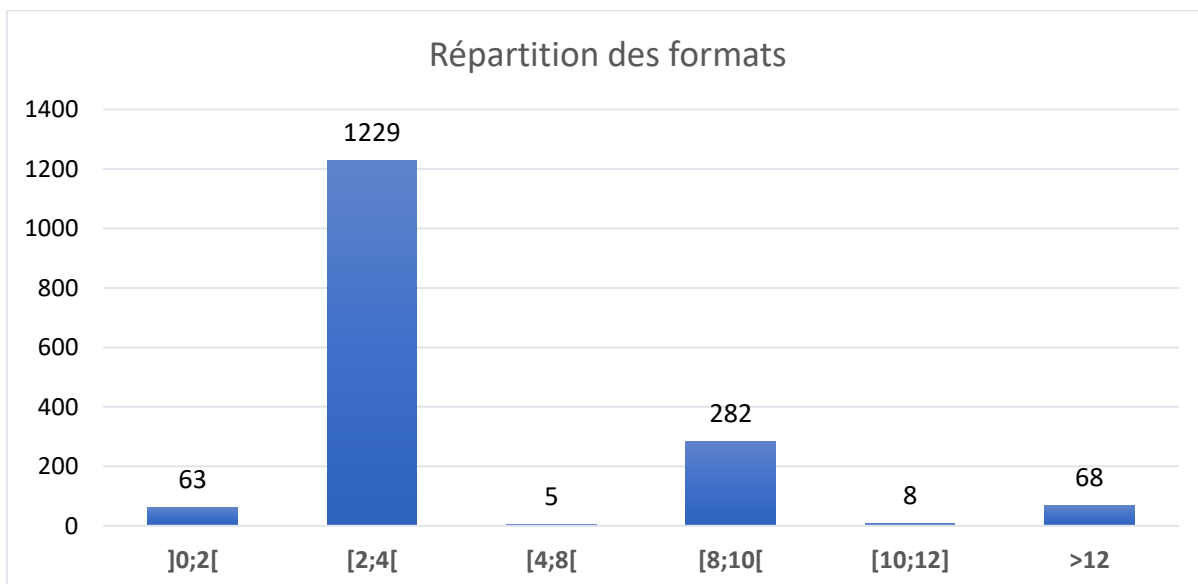


Le principal mode d'implantation des publicités et pré-enseignes est l'affichage sur mobilier urbain (77%), ce qui permet aux communes d'avoir une certaine maîtrise de ces dispositifs.

Seuls certains types de mobilier urbain peuvent supporter des affiches publicitaires : il s'agit des abris destinés au public (type abris-bus), des kiosques et du mobilier urbain d'information, pouvant se présenter sous divers formats : de la « sucette » de 2m<sup>2</sup> au panneau de 12m<sup>2</sup>.



Après le mobilier urbain, la typologie dominante est l'implantation au sol des publicités et pré-enseignes, dans une proportion bien moindre (17%).



La publicité sur le territoire est majoritairement de petit format. En effet 78% de la publicité sur le territoire mesure moins de 4m<sup>2</sup>.

D'un autre côté 4% des supports publicitaires dépassent des surfaces de 12m<sup>2</sup> et sont aujourd'hui non conformes au Code de l'Environnement.





typologie\_implantation

- au mur
- au sol
- mobilier urbain
- sur clôture

format

- <math><4\text{m}^2</math>
- <math><8\text{m}^2</math>
- <math><12\text{m}^2</math>
- <math>>12\text{m}^2</math>

densité

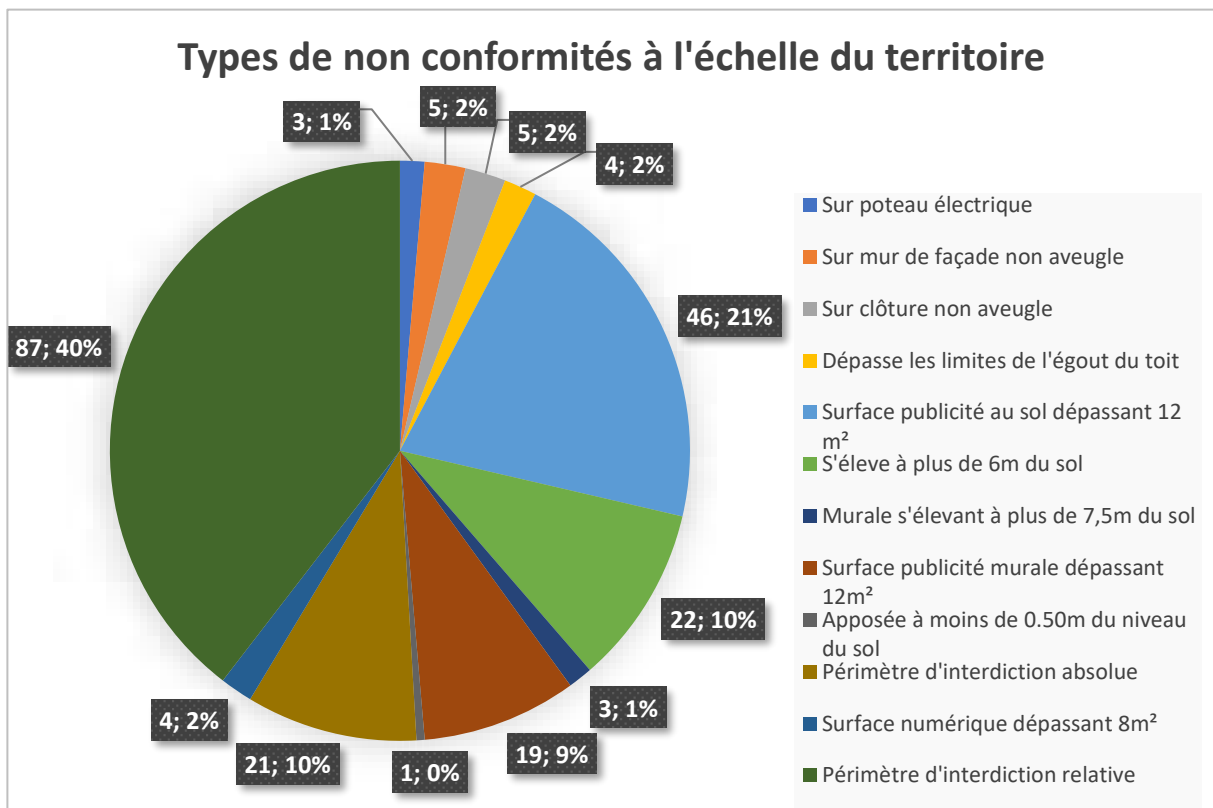
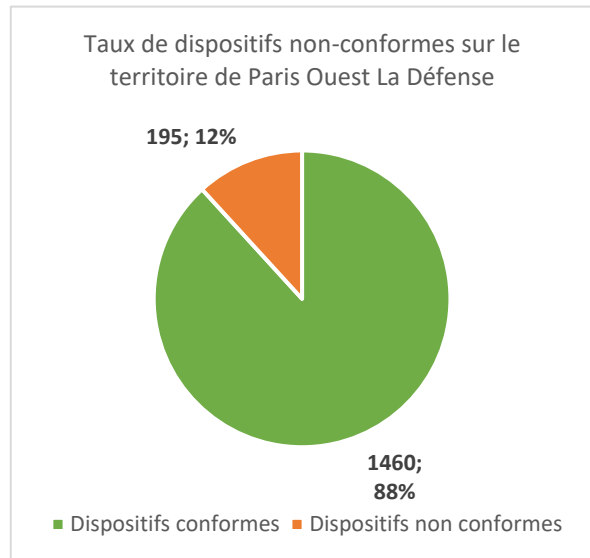


Tendance à la densité  
des publicités et pré-  
enseignes pondérée par  
la surface d'affichage

## 1.2. Principales infractions à la réglementation nationale de publicité

Les principales raisons de non-conformité des publicités et pré-enseignes sur le territoire de Paris Ouest La Défense, sont les suivantes :

- La position **dans un secteur d'interdiction relative** de publicités et pré-enseignes non-dérogatoires – 87 dispositifs
- **La surface de dispositif au sol dépassant 12m<sup>2</sup>**– 46 dispositifs
- Le support scellé au sol **s'élevant à plus de 6m du niveau du sol** - 22 dispositifs
- La position **dans un secteur d'interdiction absolue** de publicités et pré-enseignes– 21 dispositifs
- **La surface de dispositif mural dépassant 12m<sup>2</sup>**– 19 dispositifs



Depuis le 13 juillet 2015, toutes les publicités et pré-enseignes installées avant le 1<sup>er</sup> juillet 2012, doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale.

Les deux principales raisons de non-conformité des publicités et pré-enseignes s'expliquent par différentes raisons :

Concernant la présence de publicité au sein des périmètres d'interdiction relative, d'une part la visibilité entraînant la non-conformité n'a pas été prise en compte dans les calculs de taux de conformité (celle-ci ne pouvant être jugée que par un Architecte des Bâtiments de France, le choix a été fait de prendre large, en comptant tous les dispositifs présents au sein des périmètres d'interdiction relative). De plus, les abords des Monuments Historiques sont considérés dans leur totalité comme étant des périmètres d'interdiction relative depuis la loi LCAP de 2016, cette mesure n'est applicable, pour les communes dotées d'un RLP qu'à partir de 2020.

Concernant les surfaces des dispositifs publicitaires, la surface totale dépasse les 12m<sup>2</sup> réglementaires du fait de la modification des seuils par la loi Grenelle II, qui a fait passer les 12m<sup>2</sup> de surface maximale de l'affiche à 12m<sup>2</sup> de surface totale, encadrement compris. Ainsi, de nombreux dispositifs antérieurs à la loi et à son décret d'application sont non conformes à cette disposition du Code de l'Environnement.

## 2. Les enseignes

### 2.1. Localisation et implantation des enseignes du territoire

Les enseignes sont principalement situées dans les centres villes, le long des axes traversants, ainsi que dans les secteurs de bureaux.

Sur le territoire de Paris Ouest La Défense elles sont installées de deux grandes manières différentes : en **façade** pour les enseignes des petits commerces et les sièges sociaux d'entreprises. L'enseigne en façade englobe différents types d'enseignes : enseigne en bandeau, enseigne perpendiculaire, enseigne sur auvent, enseigne en adhésif sur vitrine.

*NB : les enseignes en adhésif sur vitrine ne sont considérées en tant que tel, uniquement si elles sont situées à l'extérieur de la vitrine.* Les **enseignes au sol** sont la deuxième catégorie d'implantation. Elles



sont limitées à une surface maximale de 12m<sup>2</sup> pour les communes de plus de 10 000 habitants (le format maximum pour Vaucresson, dont l'agglomération compte moins de 10 000 habitants, est de 6m<sup>2</sup>).



Les enseignes au sol sont de diverses formes : totem, panneaux, drapeau, ...

NB : Un chevalet est considéré comme une enseigne soit :

- > S'il est installé sur l'unité foncière où s'exerce l'activité,
- > S'il a reçu une autorisation d'occupation du domaine public.

A défaut, il est à considérer comme étant une pré-enseigne



On retrouve d'autres implantations d'enseignes, moins fréquentes. Il s'agit notamment des enseignes sur clôture ou en toiture.



Les enseignes en toiture doivent (selon la réglementation nationale), être en lettres découpées et ont des dimensions fixées par la réglementation nationale en fonction de la hauteur du bâtiment où s'exerce l'activité et de la surface qu'occupe l'activité en son sein (voir tableau page suivante).

Enseignes en toiture	
Activité occupant > 50 % du bâtiment	Activité occupant ≤ 50% du bâtiment
Régime spécifique : enseignes en toiture	Régime des publicités lumineuses en toiture
Si hauteur façade ≤ 15 m : 3 m max	Si hauteur façade ≤ 20 m : 1/6ème de la hauteur et 2 m max

Si hauteur façade > 15 m : 1/5ème de la façade et 6 m max	Si hauteur façade > 20 m : 1/10ème de la hauteur et 6 m max
Surface cumulée limitée à 60 m <sup>2</sup>	Surface cumulée limitée à 60 m <sup>2</sup>

*Dispositions prévues par la réglementation nationale pour l'encadrement des enseignes en toiture*

## 2.2. Infractions à la réglementation nationale de publicité

Les raisons de non-conformité rencontrées au niveau des enseignes sont :

La **densité des enseignes au sol** : les enseignes au sol sont limitées par la réglementation nationale à un dispositif par voie ouverte à la circulation bordant l'activité.

**Une surface de l'enseigne trop importante par rapport à celle de la façade**, la réglementation nationale autorise les enseignes en façade dans une limite de 15% de la façade commerciale si celle-ci est supérieure à 50m<sup>2</sup>, 25% si inférieure à 50m<sup>2</sup> (surface cumulée de toutes les formes d'enseignes sur la façade). Or les enseignes en adhésif sur vitrines notamment recouvrent parfois les baies des devantures commerciales en proportions bien supérieures.

**Depuis le 1 juillet 2018, toutes les enseignes installées avant le 1<sup>er</sup> juillet 2012, doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale.**

- **Cas particulier des enseignes temporaires**

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

Le RLP peut adapter ces règles (nombre/format/durée).

- **Cas particulier des enseignes immobilières**

La surface maximum pour les enseignes scellées au sol pour les opérations immobilières de plus de 3 mois est de 12m<sup>2</sup>.



### III. Secteurs à enjeux

#### 1. Centralités historiques et commerçantes

Les zones de centre-ville concentrent à la fois richesse patrimoniale, ainsi qu'une partie importante de dynamisme commercial, composé des commerces de proximité et d'artisans locaux.

C'est pourquoi ils forment un secteur d'enjeux importants, concernant la valorisation du cadre de vie.

Une grande partie des communes ont leur centre-ville couvert par un secteur de protection du patrimoine (abords de monuments historiques, Sites Patrimoniaux Remarquables -SPR- (anciennes AVAP (Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine) et ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager), site inscrit).

Deux typologies de centre-ville existent sur le territoire, associées à des typologies bâties particulières :

- Les communes dont le cœur de ville est fortement occupé par des quartiers d'affaires dont le bâti est haut
- Les communes au cœur de ville renvoyant une image de village, au bâti plus bas (maximum R+1 ou R+2)

Pour adapter la réglementation aux spécificités de chaque type de centre-ville, deux sous-zones seront créées.

#### Enjeux :

- ❖ Protection du patrimoine urbain
- ❖ Valorisation des centres-villes/centres-bourgs
- ❖ Mise en avant du commerce de proximité.



### Photos illustrant les enseignes de divers centres-villes du territoire

#### Dispositifs dominants : enseignes en façade



Courbevoie

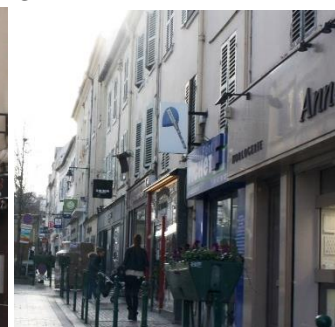
Garches



La Garenne-Colombes

Levallois-Perret

Nanterre



Neuilly-sur-Seine

Puteaux

Rueil-Malmaison



Saint-Cloud

Suresnes

Vauclouson

## 2. Les zones d'activités

Le territoire de Paris Ouest La Défense regroupe peu de zones d'activités commerciales. Celles-ci étant pour la plupart situées au-delà du territoire.

Cependant Nanterre accueille la zone des Guillaeraies, dans laquelle on trouve plusieurs typologies d'enseigne spécifiques (enseigne sur clôture, au sol de grand format)

Ces enseignes très expressives, de grand format en façade comme au sol, associées à des enseignes temporaires ne respectent pas toujours la réglementation.



Aux enseignes s'ajoutent publicités et pré-enseignes, de grandes dimensions.

## 3. Les quartiers d'affaires

La Défense et les nombreux quartiers d'affaires limitrophes, présentent, du fait de leur hauteur bâti et des acteurs économiques, des typologies très particulières. Des sièges sociaux de grands groupes sont installés dans des immeubles ou tours dépassant la plupart du temps les 20 mètres de hauteur.

La réglementation nationale fixe un certain nombre de règles de hauteur et de surface pour les enseignes en toiture selon la hauteur de la façade.

Enseignes en toiture si l'activité d ans + de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si l'activité dans - de 50 % du bâtiment
Enseignes en toiture	Publicité lumineuse en toiture
Hauteur de façade ≤ à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade ≤ à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi
Hauteur de façade > 15 m : 1/5 de la hauteur et 6 m maxi	Hauteur de façade > 20 m : 1/10 de la hauteur et 6 m maxi
Surface cumulée limitée à 60 m <sup>2</sup>	surface cumulée limitée à 60 m <sup>2</sup>

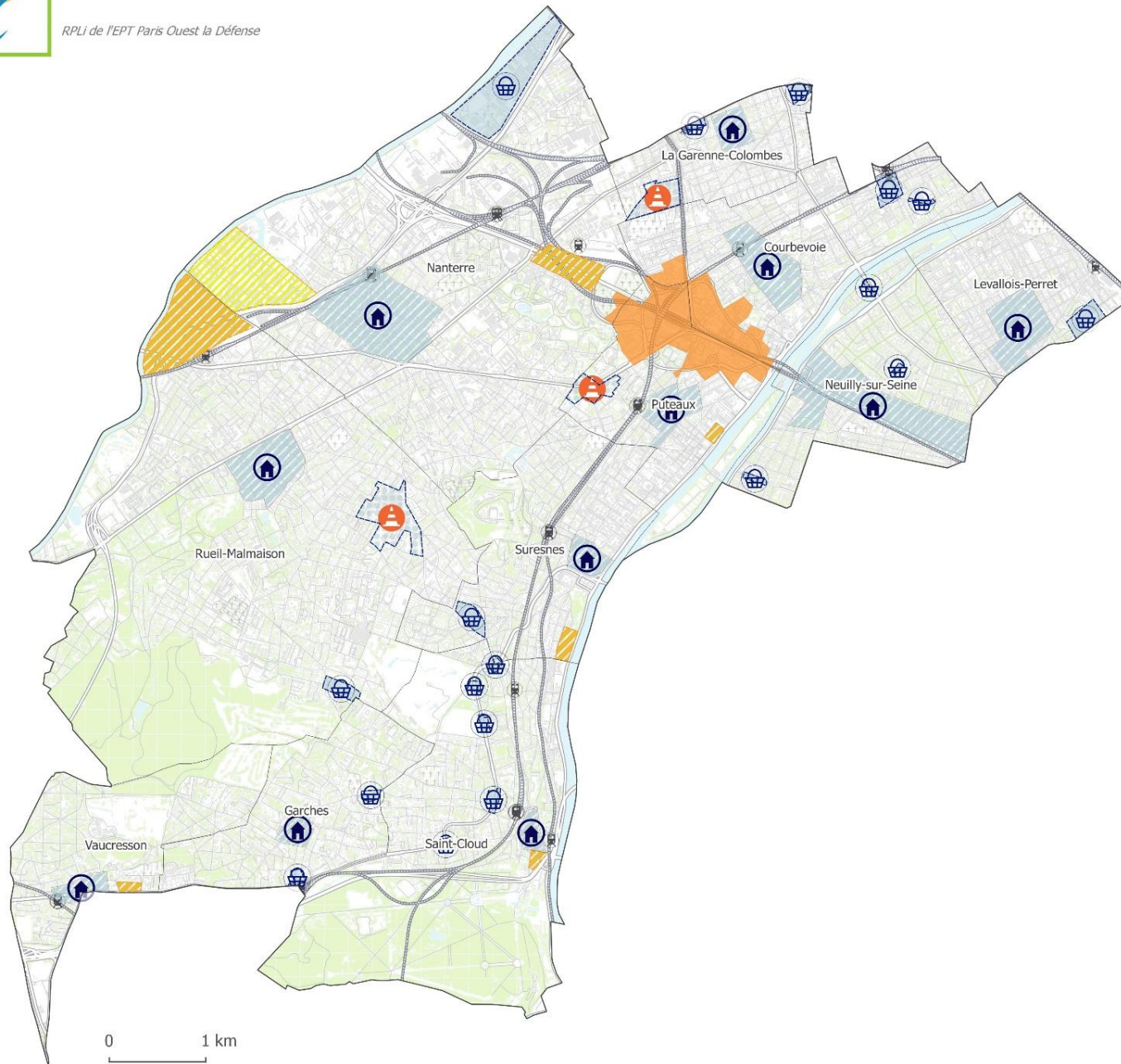
Concernant les enseignes en façade, il n'est pas fixé de règles spécifiques aux immeubles. Il convient donc dans le RLPI d'apporter des précisions à ce sujet.





## Carte des enjeux à l'échelle de l'agglomération

RPLI de l'EPT Paris Ouest la Défense



### La visibilité des acteurs économiques locaux

- Secteur Centre-ville
- Polarité commerciale secondaire
- Secteur en mutation ayant vocation à devenir une polarité commerciale secondaire
- Quartier d'affaires
- Zone d'activité économique
- Secteur de La Défense



## 4. Les quartiers d'habitation

Les espaces résidentiels sont aujourd'hui peu impactés par les dispositifs de publicité extérieure.

Au sein de communes les moins denses, les quartiers résidentiels ne sont pas traversés par des axes majeurs de circulation. Ainsi la pression publicitaire y est faible.

Pour préserver ces quartiers d'éventuelles pressions publicitaires liées à des modifications de circulation, un zonage particulier viendra y réglementer la publicité afin de l'adapter au contexte résidentiel.



Vaucresson



Garches



Neuilly

## 5. Le patrimoine remarquable : paysages naturels et urbains

Le territoire de Paris Ouest La Défense est concerné par un grand nombre de protections, liées aux monuments historiques, sites classés et inscrits, recensés ci-dessous :

<b>Monuments historiques</b>	<p><b>43 monuments historiques au sein du territoire de Paris Ouest La Défense</b></p> <p><b>Courbevoie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pavillon de la Suède et de la Norvège</li> <li>• Hôtel de Guines</li> <li>• Eglise Saint-Pierre-Saint-Paul</li> <li>• Pavillon Indien</li> <li>• Hôtel de Ville</li> <li>• Ancienne caserne Charras</li> </ul> <p><b>Garches</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hospice Brézin</li> <li>• Propriété de Nubar Bey</li> </ul> <p><b>Levallois-Perret</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eglise réformée de La Petite Etoile</li> <li>• Villa mauresque</li> <li>• Hôpital anglais « Hertford British Hospital Coporation »</li> </ul>
------------------------------	--

	<p><b>Nanterre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancienne usine du Docteur Pierre, actuellement usine Natalys</li> <li>• Préfecture du département (espaces intérieurs)</li> <li>• Cathédrale Sainte-Geneviève Saint-Maurice</li> </ul> <p><b>Neuilly-sur-Seine</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancien hôtel Thouret</li> <li>• Temple de la Réserve du Roi</li> <li>• Ancien hôtel Lambiotte</li> <li>• Maison Jaoul</li> <li>• Maison Saint-Anne</li> <li>• Ancienne folie Saint-James</li> <li>• Immeuble du 60bis Avenue Charles de Gaulle</li> <li>• Maison du commandant Charcot</li> </ul> <p><b>Puteaux</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eglise Notre-Dame de la Pitié</li> </ul> <p><b>Rueil-Malmaison</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eglise Saint-Pierre-Saint-Paul</li> <li>• Château dit « La Petite Malmaison »</li> <li>• Temple de l'Amour</li> <li>• Hippodrome de Saint-Cloud</li> <li>• Domaine de Fouilleuse</li> <li>• Ancienne caserne des Gardes Suisses</li> <li>• Domaine national de la Malmaison</li> <li>• Domaine de Vert Mont</li> <li>• Domaine national de la Malmaison / Mausolée du prince impérial</li> </ul> <p><b>Saint-Cloud</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Domaine national de Saint-Cloud</li> <li>• Cité de la céramique</li> <li>• Hippodrome de Saint-Cloud</li> <li>• Ancienne école nationale de la céramique</li> <li>• Hôtel du 7 Rue d'Orléans</li> <li>• Jardin Stern</li> <li>• Villa Mirande</li> <li>• Eglise Saint-Clodoald</li> <li>• Ancien hôpital de la Reine</li> </ul> <p><b>Suresnes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecole de plein air</li> <li>• Ruines des Tuileries et de l'hôtel de Ville de Paris</li> <li>• Lycée Paul Langevin</li> <li>• Mont Valérien</li> </ul> <p><b>Vaucresson</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Villa Stein</li> </ul>
<p><b>Sites classés / inscrits</b></p>	<p><b>22site classés ou inscrits</b></p> <p><b>Courbevoie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parc du château de Bécon (Classé)</li> </ul> <p><b>Garches</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jardins et laboratoire du docteur Debat (Inscrit)</li> </ul> <p><b>Nanterre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terrasse du Mont Valérien ou de Fécheray(Inscrit)</li> <li>• Forteresse du Mont Valérien et abords (Inscrit)</li> <li>• Centre ancien de Nanterre (Inscrit)</li> </ul> <p><b>Neuilly</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensemble de quartiers de la commune de Neuilly (Inscrits)</li> </ul> <p><b>Puteaux</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partie de l'île de Puteaux (Classée)</li> <li>• Moulin de Chantecoq et ses abords (Classé)</li> </ul> <p><b>Rueil-Malmaison</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Domaine National de Malmaison comprenant le domaine des Œillets, du Bois-Préau, l'allée Sophie, le Mausolée du Prince Impérial et le jardin qui l'entoure (Classé)</li> <li>• Ancien domaine de Richelieu (Inscrit)</li> <li>• Propriétés riveraines du Boulevard de Belle-Rive (Inscrits)</li> <li>• Quartiers anciens de Rueil-Malmaison (Inscrits)</li> <li>• Anciens domaines de Malmaison (Inscrits)</li> </ul> <p><b>Saint-Cloud</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensemble du bois de Saint-Cloud et du parc de Villeuneuve-l'Etang (Classé)</li> <li>• Hippodrome de Saint-Cloud (Classé)</li> <li>• Restes du château de Béarn et parc qui les entoure (Inscrits)</li> <li>• Quartiers anciens de Saint-Cloud (Inscrits)</li> </ul> <p><b>Suresnes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigne Municipale au 24 rue du Pas Saint-Maurice (Classé)</li> <li>• Parc du château de Suresnes (Classé)</li> <li>• Entrée du bois de Boulogne aux abords du Pont de Suresnes (en cours de déclassement)</li> <li>• Terrasse du Mont Valérien ou de Fécheray(Inscrit)</li> </ul> <p><b>Vaucresson</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cèdre du Liban dans la propriété de M. Deveaud, avenue des Hubies (Classé)</li> </ul>
<b>Sites de nature</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZNIEFF de Saint-Cucufa</li> </ul>

La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine élargit le périmètre d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d'un rayon initial de 100m à la totalité du périmètre délimité des abords, qu'il s'agisse d'un périmètre de protection de monument historique de 500m classique, d'un périmètre de protection modifié.

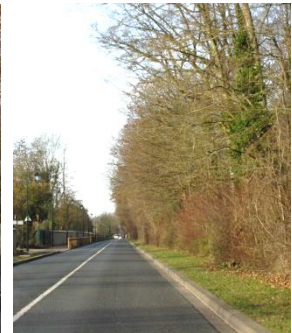
Aussi par cette même loi les AVAP, ZPPAUP, secteurs sauvegardés deviennent des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), soumis à une interdiction relative de la publicité.

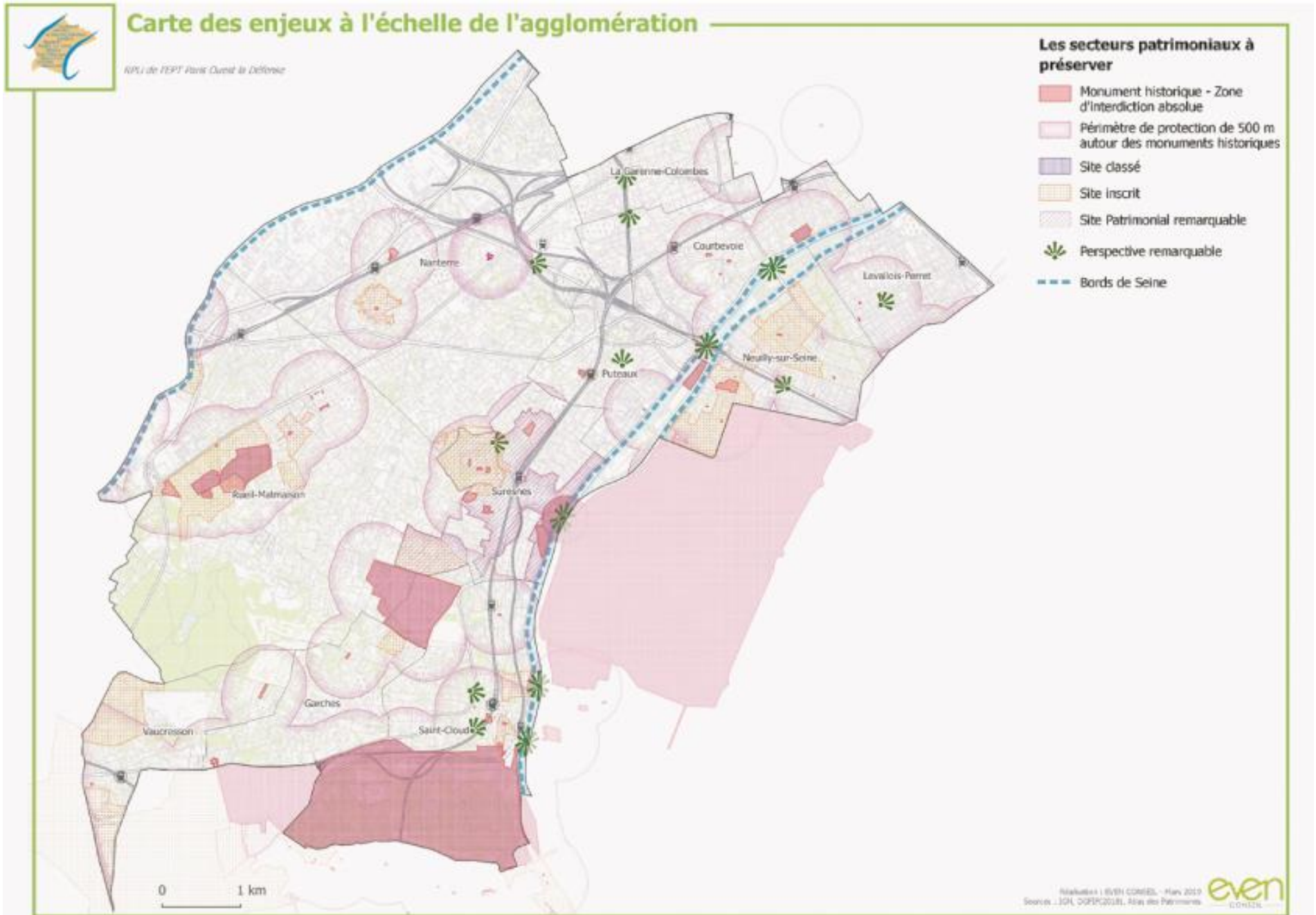




Les espaces de nature en ville, les parcs, jardins, bords de rivière, mais aussi cônes de vue et panoramas, ne bénéficient pas de protections particulières au titre du code de l'environnement. Pour autant, ils n'en sont pas moins à protéger des dispositifs publicitaires. Pour de multiples raisons ils doivent bénéficier d'un statut particulier : protection du paysage, protection de l'environnement, préservation des lieux de promenade, ...

S'ils ne sont pas particulièrement touchés aujourd'hui, une protection du RLPi éviterait une éventuelle pollution visuelle de ces espaces sensibles : Bords de Seine, espaces boisés, coupures vertes.





## 6. Principaux axes et entrées de ville

Les axes traversants les plus fréquentés sont des secteurs privilégiés pour l'implantation à la fois de publicités et d'enseignes, qui cherchent à avoir la meilleure visibilité possible.

C'est le long de ces axes, que le développement du numérique y est le plus important. Que ce soit pour l'affichage publicitaire ou pour les enseignes la demande croit, notamment aux abords de La Défense.

On y retrouve les principaux panneaux grands formats. Les carrefours structurants permettant de relier les communes entre elles sont encore plus soumis à ce risque de surdensité et de formats importants.

Les publicités de chantier y présentent également des formats très importants, du fait du fort trafic que ces secteurs subissent.

### Dispositifs dominants : Panneaux grand format



#### Enjeux :

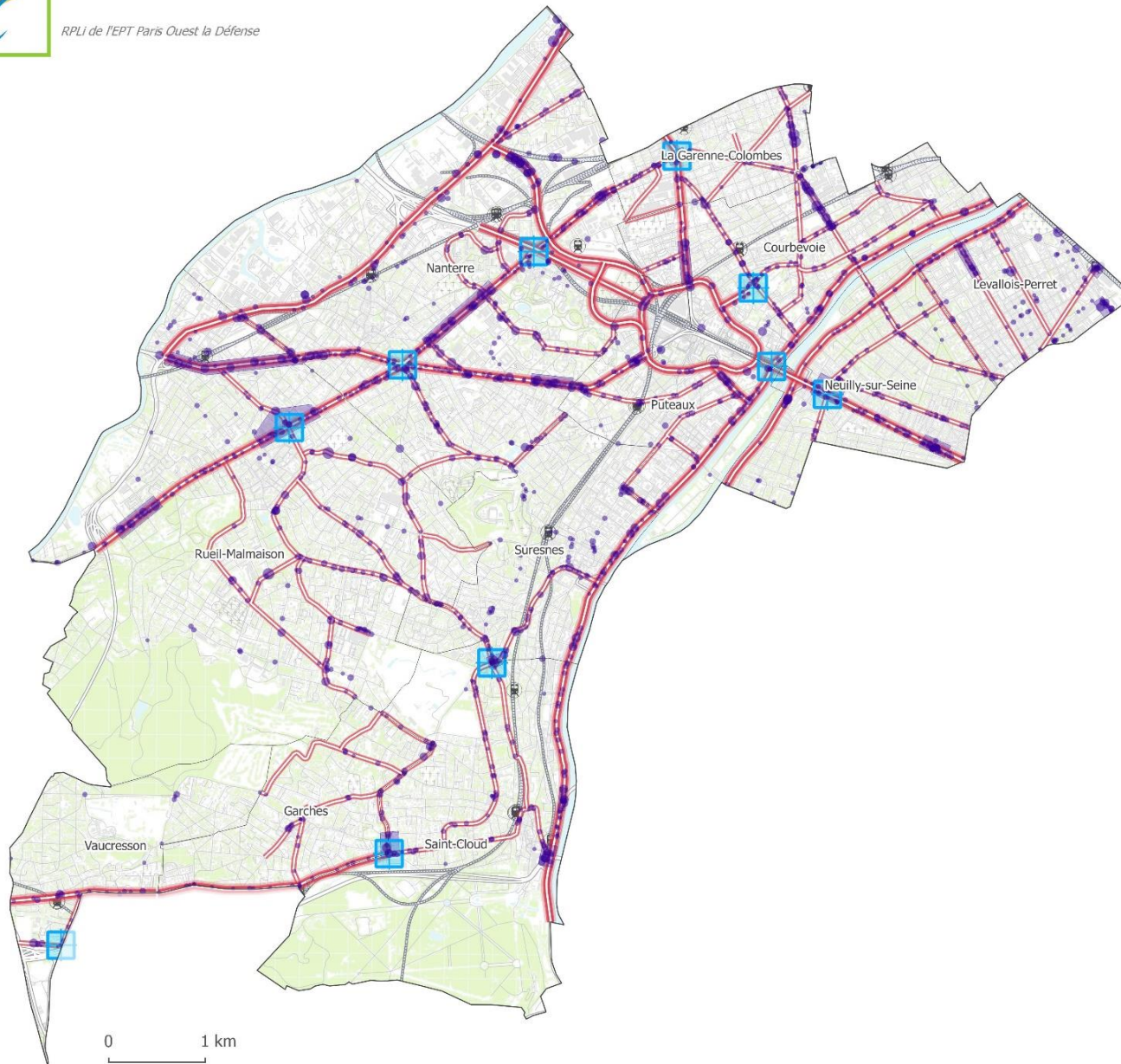
- ❖ Expression des acteurs économiques
- ❖ Identité visuelle du territoire





## Carte des enjeux à l'échelle de l'agglomération

RPLi de l'EPT Paris Ouest la Défense



### L'attractivité de la commune par la qualité de ses axes et de ses carrefours

Axe de circulation majeur représentant un enjeu d'attractivité sur la commune

Dispositif publicitaire

Zone de densité publicitaire

Carrefour structurant particulièrement sensible à l'affichage publicitaire

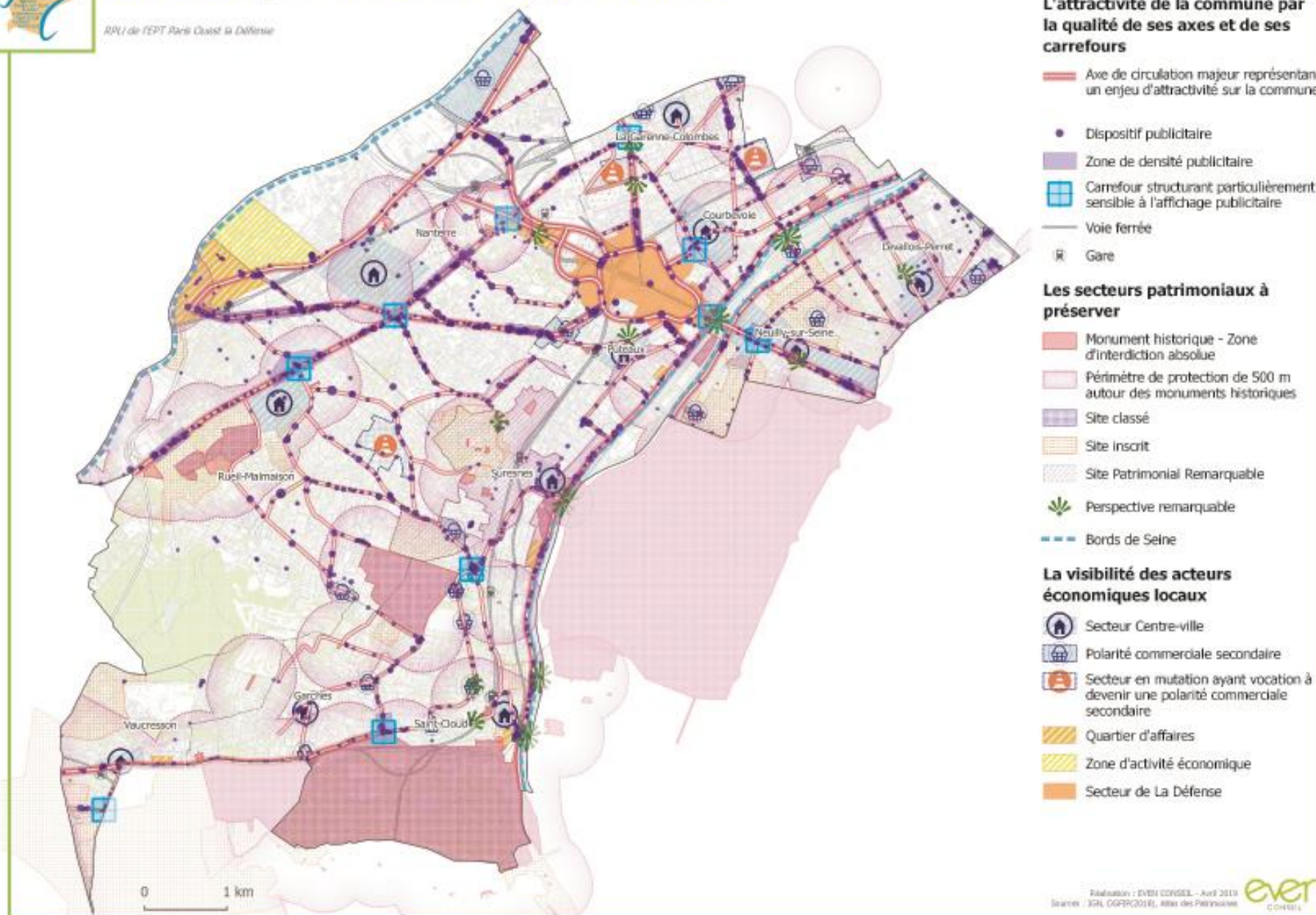
Voie ferrée

Gare

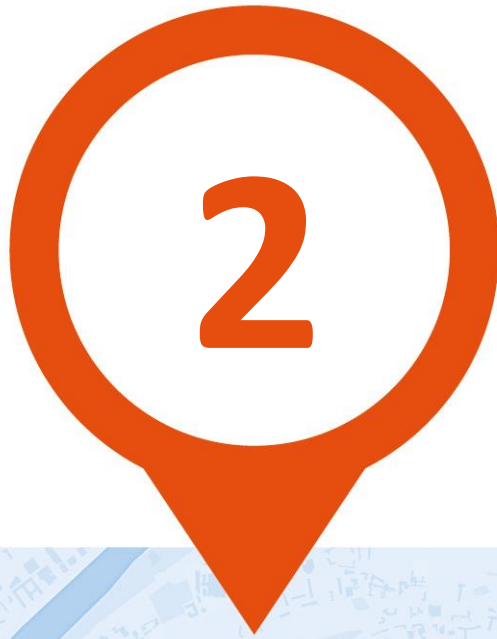


## Carte des enjeux à l'échelle de l'agglomération

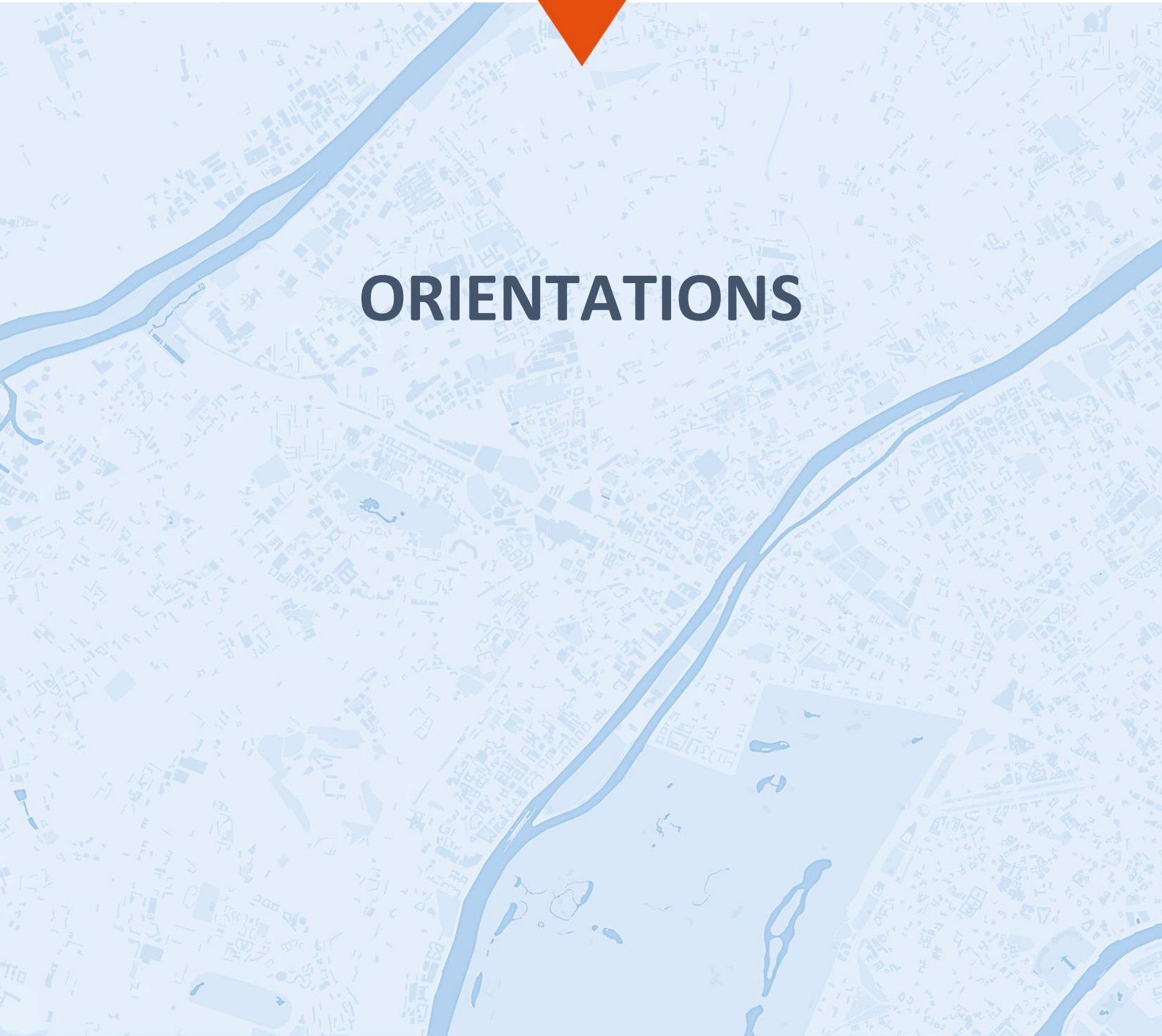
RLPI de l'EPT Paris Ouest La Défense







# ORIENTATIONS





## Valoriser les paysages et le patrimoine porteur des identités locales

- Préserver les abords du patrimoine remarquable (Monuments Historiques, Sites inscrits, Sites classés, ...)

### Abords des Monuments Historique

- ✓ Limiter l’affichage publicitaire (quelle que soit sa typologie) aux abords immédiats et particulièrement dans les zones de co-visibilité des monuments historiques.
- ✓ Définir un périmètre de protection aux abords de ces monuments où seules les publicités sur mobilier urbain peuvent être réintroduites. A noter : pour de nombreuses commune, ce secteur se superpose à celui du centre-ville.

### Bâti remarquable en cœur de ville

- ✓ Limiter l’affichage publicitaire (quelle que soit sa typologie) pour valoriser le bâti et l’attractivité du centre-ville
- ✓ Contrôler l’affichage temporaire
- ✓ Homogénéiser les enseignes des commerces de centre-ville

### Œuvres et patrimoine identitaire

- ✓ Limiter l’affichage publicitaire, dans un périmètre à définir, de manière à améliorer la visibilité des œuvres et des éléments de patrimoine et ne pas détériorer la qualité de leurs abords.



Rueil-Malmaison



Levallois-Perret

➤ Protéger les cônes de vue et panoramas remarquables

Assurer la préservation du paysage urbain en maintenant un affichage très discret voir inexistant afin de ne pas gêner les perceptions visuelles du territoire, notamment au niveau des perspectives remarquables.



➤ Valoriser les espaces de nature en ville

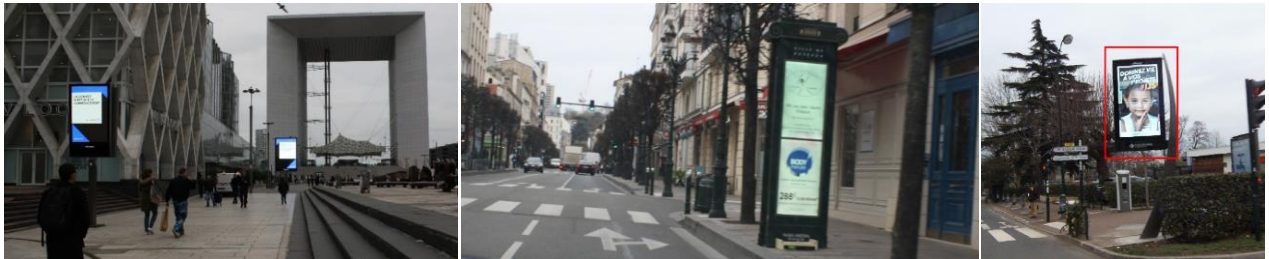
Limiter au maximum l’affichage publicitaire au sein des secteur de nature en ville, de détente et de promenade (Bords de Seine, espaces boisés, grands parcs, ...).



## Contrôler le développement des nouveaux types d'affichage

- Anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique

Réglementer dans le RLPI les formats et densité d'affichage numérique, que ce soit pour les publicités et pré-enseignes, comme pour les enseignes, qui se développent fortement sur le territoire de Paris Ouest La Défense, en particulier au niveau de La Défense et de ses environs.



- Maîtriser l'implantation des dispositifs type bâches ou autres covering grands formats (adhésifs).





## Préserver le cadre de vie sur l'ensemble du territoire de Paris Ouest la Défense

- Adapter la réglementation des enseignes au contexte urbain dans lequel elles s'inscrivent

Trouver le bon compromis entre dynamisme commercial et préservation du cadre de vie.

Valoriser le commerce de proximité par la mise en valeur des commerces via leurs enseignes et l'agencement de leur devanture.



Neuilly



Rueil-Malmaison



La Défense

- Adapter les formats publicitaires, les densités et typologies au contexte urbain

Diminuer le format maximum de la réglementation nationale pour passer de 12m<sup>2</sup> de surface totale à 10,5m<sup>2</sup>, pour les plus grands dispositifs.

Limiter la densité des dispositifs de grands formats.



- Adapter les horaires d'extinction nocturne aux réalités de chaque commune et de chaque quartier.

## Conforter l'attractivité économique et commerciale du territoire

- Organiser l'expression publicitaire en zone d'activité

Gagner en lisibilité en limitant les formats, les densités, les typologies, afin de réduire l'effet de surdensité d'information souvent rencontré au sein des zones d'activité.



- Assurer la visibilité des acteurs locaux, entreprises et commerces

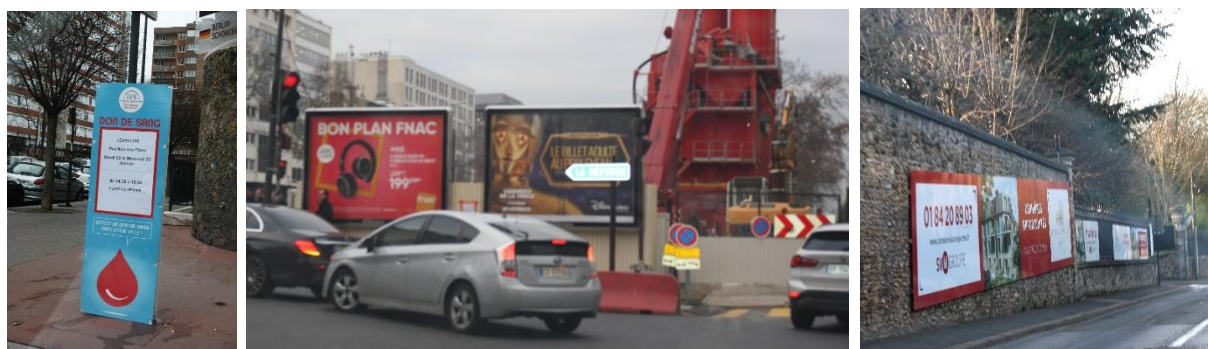
Pérenniser l'installation de grands acteurs économiques en gagnant en lisibilité

Etablir des règles spécifiques au secteur de la Défense.

Assurer un jalonnement suffisant vers les commerces, notamment par la mise en place d'une SIL appropriée (non réglementée par le RLPI).

- Encadrer l'implantation des dispositifs temporaires

Assurer la visibilité des opérations de communication autour des manifestations et opérations exceptionnelles tout en offrant un cadre réglementaire à leur implantation. En effet, bien que temporaires, ces dispositifs peuvent néanmoins avoir un fort impact visuel sur leur environnement.

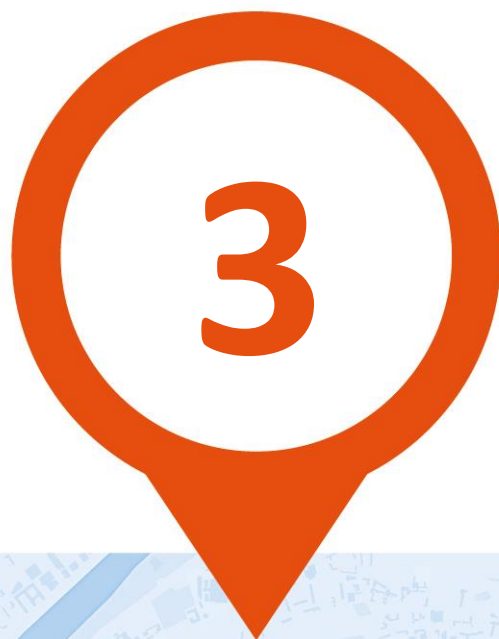


Pré-enseigne temporaire

Publicité de chantier

Enseignes temporaires





# **JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS**



## IV. Motifs de délimitation du zonage

### 1. ZP0 – Secteur patrimoniaux et paysagers

La ZP0 concerne l'ensemble des secteurs patrimoniaux et/ou paysagers où l'attention sur l'impact des dispositifs d'affichage extérieur doit être maximale. Ainsi c'est la zone du RLPi qui comporte les règles les plus strictes.

➤ **ZP0 : Parcs, bords de Seine, îles, sites patrimoniaux**

La ZP0 propose la réglementation la plus protectrice. Elle concerne les grands parcs, les îles et les squares du territoire, les sites classés et certains sites inscrits (d'autres sont zonés en ZP1a afin de répondre à des besoins de communication plus importants liés à leur localisation). Le but de cette zone est d'offrir une protection maximale à ces secteurs sensibles, vis-à-vis des dispositifs d'affichage extérieur, ainsi l'unique support publicitaire permanent admis dans cette zone sont les abribus.

Dans ces secteurs les règles d'extinction nocturne sont plus étendues qu'ailleurs et s'appliquent également au mobilier urbain. Les règles d'enseignes sont plus strictes et interdisent les enseignes au sol, numériques et sur clôture afin de préserver l'ambiance paysagère des lieux.

Les enseignes des activités situées hors agglomération, donc localisées dans des secteurs moins urbains, suivent les dispositions de la ZP0.

### 2. ZP1 – Centralités commerçantes et quartiers résidentiels mixtes

La ZP1 est la zone de publicité majoritairement présente sur le territoire. De ce fait, elle concerne différents secteurs, avec des besoins en termes d'affichage varié, mais présente un enjeu paysager commun, celui d'une préservation optimale de la qualité du cadre de vie sur ces secteurs de Paris Ouest la Défense. Il s'agit ici essentiellement de quartiers résidentiels ou mixtes ou encore de centralités commerciales, souvent patrimoniales, nécessitant un encadrement strict de l'affichage extérieur, tout en répondant aux besoins de communication des acteurs locaux. Il s'agit donc ici avant tout d'un enjeu d'attractivité pour les communes, autant sur le plan de leur qualité paysagère et que sur l'accueil des commerçants et entreprises sur lesquels reposent la vitalité et le dynamisme des communes du territoire.

➤ **ZP1a : Secteurs de protection aux règles d'enseignes strictes autorisant le petit mobilier urbain**

La ZP1a encadre l'ensemble des secteurs nécessitant une limitation forte de la publicité et une protection en termes d'enseignes (notamment lumineuses et numériques). Elle inclue les secteurs à dominante résidentielle du territoire, les voies ferrées aériennes et les voies des quais de Seine côté berge, jusqu'à la Seine. Dans tous ces secteurs les petits mobiliers urbains permettent d'offrir des

espaces de communication pour les différents évènements des communes, tout en limitant l'impact paysager de la publicité. Il s'agit de secteurs où les enseignes numériques sont interdites de manière à promouvoir un commerce « traditionnel » et encourager la sobriété des enseignes.

➤ **ZP1b : Secteurs de protection, autorisation uniquement de petits mobiliers urbains**

La ZP1b encadre les secteurs mixtes, très denses où les largeurs de voies sont relativement limitées. Dans ces secteurs l'objectif de maintien du commerce traditionnel est prégnant mais la proximité du secteur de La Défense ou les modalités de déplacements induisent un besoin de modularité des enseignes afin d'être visibles dans des secteurs en perpétuel mouvement. Dans ces zones, les enseignes numériques de petit format sont autorisées afin de permettre cette modularité des enseignes.

Les formats de publicité autorisés sont en adéquation avec la typologie urbaine associée limitant les dispositifs publicitaires à un format de 2m<sup>2</sup>. Dans ces secteurs la volonté politique est de développer des commerces et activités innovantes, ayant donc la possibilité d'utiliser un média de communication en développement. Dans tous ces secteurs, les enseignes numériques sont autorisées pour que les entreprises puissent communiquer de manière instantanée sur leur activité.

➤ **ZP1c : Secteurs d'autorisation de grands mobiliers urbains**

La ZP1c couvre les axes majeurs du territoire ayant une distance de façade à façade importante. L'implantation de grands mobiliers urbains y est alors plus adaptée car les déplacements principaux s'y font en voiture et la largeur de la voie permet d'implanter de plus grands dispositifs sans que l'impact paysager soit supérieur à celui d'un petit mobilier dans une voie de centre-ville.

Les formats autorisés sont donc en adéquation avec la typologie urbaine associée limitant les dispositifs publicitaires à un format de 8m<sup>2</sup> (surface utile). Dans ces secteurs, la volonté politique est de préserver un commerce traditionnel en valorisant une vitrine et des enseignes de qualité plutôt que des médias innovants. Ainsi, au sein de la ZP1c, les enseignes numériques sont interdites.

➤ **ZP1d : Avenue Charles de Gaulle à Neuilly**

La ZP1d encadre l'Avenue Charles de Gaulle à Neuilly. Cette avenue n'ayant pas d'équivalent sur le territoire autant en termes d'image (lien entre La Défense et l'Arc de Triomphe), que de dimensions (plus de 60 mètres de large de façade à façade), elle bénéficie d'une zone spécifique.

Sur cette avenue ayant vocation à devenir un nouveau centre-ville innovant, la publicité est autorisée sur de petits formats afin de valoriser un objectif de déplacement majoritairement piétons ou en modes doux. Les dispositifs numériques y sont autorisés afin de développer une communication de la ville et de maintenir une bonne attractivité pour de grandes entreprises novatrices, ayant d'importants besoins en termes de communication visuelle.

### 3. ZP2 - Zones d'activités et axes structurants du territoire

La ZP2 concerne les zones d'activités, centres-commerciaux et parcs tertiaires présents sur les villes de Nanterre, La Garenne-Colombes et Levallois-Perret, ainsi que les axes structurants du territoire sur les communes de :

- Courbevoie (RD992, RD908)
- Garches (RD907, RD180 et RD180A),
- La Garenne-Colombes (RD160, RD131, RD992)
- Levallois-Perret (RD1)
- Puteaux (RD913, RD21)
- Saint-Cloud (RD7, RD985, RD907 et RD180A)
- Suresnes (abords de la RD985)

En ZP2 ; en plus de la publicité sur mobiliers urbains, sont autorisées les publicités et pré-enseignes murales, particulièrement adaptées aux caractéristiques urbaines et architecturales des zones d'activités et des grands axes. En effet, le format des dispositifs muraux s'intègre correctement à ces secteurs urbains : ce sont des espaces soient entièrement dédiés à l'activité économique, soit dédiés à la circulation routière, ce qui nécessite des formats d'expression plus importants que dans les espaces uniquement ou principalement dédiés aux piétons. De plus l'installation murale limite l'impact visuel de ces dispositifs, puisqu'ils viennent s'installer sur un élément bâti existant : ainsi le paysage des axes structurants reste relativement préservé et la lisibilité des zones d'activités économiques est conservée ou améliorée puisque l'on ne vient pas ajouter un nouvel élément, comme ce serait le cas avec des dispositifs scellés au sol.

Afin de prendre en compte les enjeux liés à l'affichage numérique, la ZP2 est divisée en sous-zones :

- **ZP2a** : La ZP2a couvre les zones d'activités de Nanterre et la RD7 le long de la Seine sur la ville de Saint-Cloud, côté bâti et la RD992 et la RD908 sur la commune de Courbevoie. Au sein de cette zone, les enseignes numériques sont interdites.

Cette interdiction du numérique s'inscrit en lien avec le besoin de protection de chacune de ces zones, notamment à Courbevoie : la RD992 et la RD908 sont en effet deux axes sur lesquels la ville poursuit depuis plusieurs années des objectifs de valorisation et requalification urbaine, en vue notamment d'accompagner le trajet du tramway le long de la RD992.

La RD7 en bord de Seine à Saint Cloud porte quant à elle des enjeux paysagers et de protection de la biodiversité importants. Le numérique doit donc y être limité.

A Nanterre, les différentes zones d'activités sont les seuls espaces du territoire conservant réellement une fonction d'activité. Dans ces secteurs, l'affichage est de format plus important qu'en centre-ville du fait des dimensions bâties et des parcelles. Ainsi le numérique aurait tendance à surcharger l'affichage, sans apporter de réel gain de lisibilité, tout en nuisant potentiellement aux secteurs de bord de Seine limitrophes. L'affichage numérique y est donc interdit.



- **ZP2b** : En ZP2b, l’affichage numérique est permis pour les enseignes. Il s’agit en effet d’importants secteurs de passage, les dispositifs qui y sont implantés y bénéficient d’une visibilité optimale. D’autre part, les axes visés par ce zonage portent des enjeux paysagers moindres. La ZP2b concerne également des secteurs d’activités modernes ou en évolution où la demande d’affichage numérique est importante et se justifie par le contexte urbain et architectural moderne.



*Centre commercial So-Ouest*

*Levallois-Perret*

#### **4. ZP3 : Quais de gare et zones d’habitat**

Ce zonage regroupe différents secteurs présentant un même besoin élevé d’affichage publicitaire. Il s’agit d’une part :

En ZP3a : des quais de gare à ciel ouvert sur les communes de Courbevoie, Garches, Saint-Cloud et Suresnes.

En ZP3b : de secteurs résidentiels sur la commune de Suresnes. Ces secteurs sont plus ou moins densément bâtis, mais présentent la caractéristique d’avoir des implantations bâties en retrait de l’espace public, ce qui permet l’implantation des dispositifs scellés au sol. Ce sont aussi des secteurs mixtes, avec l’implantation d’activités économiques le long des principales voies qui les traversent mais également la présence de sièges sociaux de grandes entreprises. La ZP3c concerne quant à elle une séquence précise du boulevard Henri Sellier, autour et entre les deux voies ferrées qui la traverse.

#### **5. ZP4 – La Défense et ses alentours**

##### **ZP4a : Esplanade de la Défense**

La ZP4a correspond à l’esplanade de la Défense et ses abords immédiats. L’architecture atypique du lieu implique des dispositions exceptionnelles notamment en ce qui concerne les enseignes, afin de s’adapter aux typologies des tours. Ce secteur exclut les quartiers d’habitations de la Défense qui n’ont pas les mêmes besoins en termes de publicité et d’enseignes que les secteurs de bureaux.

Est inclus en revanche le boulevard circulaire du côté de Courbevoie étant donné la présence de nombreux bureaux à l’extérieur du Boulevard Circulaire sur la commune, ce qui engendre d’importants besoins d’affichage.

##### **ZP4b : Immeubles de bureaux de Courbevoie en lien avec La Défense**

A l’extérieur du boulevard circulaire, au pied de la dalle de La Défense, plusieurs tours sont liées au secteur Défense mais dans un contexte urbain plus fermé que l’esplanade. S’y mêlent des immeubles d’habitation. L’ambiance paysagère est, de fait, différente de celle de la ZP4a, d’où la nécessité du

découpage en sous zones. Les possibilités d’affichage sont ainsi restreintes au sein de la ZP4b, dans l’objectif de limiter l’impact de la publicité sur le paysage urbain.

## ***6. Zonage numérique***

Un plan séparé précise les secteurs où il est possible d’implanter de la publicité numérique. *Les enseignes numériques ne sont pas concernées par ce plan de zonage, mais uniquement par la réglementation prévue au sein de chacune des zones de publicité.*

Cet affichage est notamment possible sur le secteur de La Défense jusqu’à un format de 8m<sup>2</sup> (limité en nombre). Ce grand format doit permettre de répondre à la dimension hors norme de l’architecture du secteur. Au sein de l’ensemble des zones où elle est autorisée, la publicité numérique ne peut être supportée que par du mobilier urbain, ce qui permet à la fois de mieux contrôler le développement de ces nouveaux dispositifs, mais également de bénéficier des avantages du numérique pour la communication des collectivités.

L’affichage numérique est rendu possible par le RLPi dans les communes situées à proximité de la Défense (Puteaux, Suresnes, Neuilly, Levallois-Perret). Cette autorisation à proximité du quartier d’affaire a pour objectif d’inscrire le territoire environnant La Défense dans une même dynamique urbaine. De même que des éléments d’architecture accompagnent ponctuellement le quartier d’affaire dans les villes qui l’entourent, le mobilier urbain numérique permettra une communication aussi adaptable et évolutive.

Au sein des autres communes du territoire, le mobilier urbain numérique est autorisé ponctuellement le long d’axes présentant des enjeux d’attractivité et de dynamise particuliers nécessitant un affichage adapté à ces enjeux (notamment RD992 et RD908, RD985, RD907). Le format y est limité à 2m<sup>2</sup> afin que cet affichage numérique s’intègre le plus possible dans les formats de mobilier urbain existant et ne constitue pas une atteinte pour l’environnement.

Le zonage ZPO est quant à lui complètement protégé de l’affichage numérique.

## **V. Dispositions réglementaires retenues pour les publicités et pré-enseignes**

### ***1. Dispositions générales appliquée à l’ensemble des zones***

Afin de limiter l’impact visuel des dispositifs publicitaires dans le paysage urbain, tout ajout, extension ou découpage du panneau publicitaire est interdit : la publicité doit s’inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière. Pour cette même raison de sobriété des dispositifs, l’éclairage par projection, qui nécessite l’installation d’une rampe surplombant le panneau, est interdit. Les seules publicités lumineuses autorisées sont les publicités éclairées par projection ou les publicités numériques sur mobilier urbain à certains endroits précis du territoire.

Plus largement concernant les nuisances potentiellement engendrées par la publicité, son accompagnement sonore est interdit.

La plage horaire d'extinction nocturne varie en fonction des zones, de façon à s'adapter aux différents usages du territoire. En effet, le territoire est extrêmement hétérogène, tant dans ses formes urbaines, ses activités économiques, que son patrimoine naturel. Adopter une plage d'extinction commune entre les secteurs de La Défense et ceux des abords du parc de Saint Cloud par exemple ne semblait pas adapté à la réalité du territoire. Par conséquent trois plages d'extinction ont été définies selon les zonages établis.

Ainsi sur la majorité du territoire la plage d'extinction s'étend de 23 heures à 6 heures. Cette plage horaire est étendue de 22 heures à 6h en ZPO, où les enjeux de préservation de l'environnement et de la biodiversité sont les plus prégnants. La réglementation de l'éclairage de l'affichage extérieur diffère également en ZPO du fait de l'obligation d'extinction nocturne du mobilier urbain localisé au sein de cette zone, dans ce même objectif de préservation environnementale.

A l'inverse pour se caler sur le rythme de vie du quartier d'affaires de la Défense, la plage d'extinction nocturne n'est pas étendue et est limitée à celle de la réglementation nationale : de 1 heure à 6 heures au sein de la ZP4a.

Enfin, certaines implantations de publicité ou pré-enseignes (en toiture, sur terrasse, sur marquise ou auvent, volet, sur clôture ou mur de clôture), ne permettant pas une bonne intégration des dispositifs publicitaires dans le cadre urbain de Paris Ouest la Défense sont interdites.

Des dispositions spécifiques pour le micro-affichage et les dispositifs temporaires ont été prévues dans le règlement afin de garantir la bonne insertion dans le paysage urbain de ces dispositifs particuliers :

#### Micro-affichage

Le micro-affichage est autorisé en toute zone, excepté en ZPO. Ces dispositifs ont peu d'impact sur le paysage urbain, du fait de leur implantation sur les devantures commerciales avec un format réduit. Cependant, ils peuvent vite dégrader l'image du commerce, c'est pourquoi le RLP vient restreindre l'implantation de ce type de dispositifs davantage que ce qu'impose déjà la réglementation nationale. Ainsi il doit être obligatoirement installé à plat ou parallèlement à la façade, il est interdit sur les retours de murs des commerces et sur les murs aveugles et son format est réduit à une surface cumulée de 1m<sup>2</sup> pour un nombre total de dispositifs fixé à deux par établissement.

#### Pré-enseignes temporaires

En toute zone, les pré-enseignes temporaires sont autorisées selon les dispositions de la Réglementation Nationale dès lors qu'elles relèvent de l'intérêt général. Est entendu par ce terme, par exemple les dispositifs de communication des collectivités ou encore l'annonce d'évènement culturels ou sociaux. Cette disposition a pour objectif de ne pas freiner la communication culturelle ou la communication de toute autre information intéressant la majorité des citoyens du territoire. En sont exclues les pré-enseignes temporaires à caractère commercial et immobilier.

Les autres types de pré-enseignes temporaires doivent obligatoirement être posées au sol, dans la limite d'une surface maximale de 2m<sup>2</sup>.



### Publicité sur bâche de chantier, Bâches publicitaires, Dispositifs de dimensions exceptionnelles

Ces dispositifs nécessitant une autorisation du Maire, voire consultation de la CDNPS pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles, le choix a été fait de rester sur les dispositions du Code de l'Environnement.

### Publicité sur palissade de chantier

La publicité sur palissade de chantier est limitée à deux dispositifs de 10,5 m<sup>2</sup> de surface totale par voie ouverte à la circulation publique bordant le chantier dans l'ensemble des zones, excepté en ZP4 et ZP1d. Ces deux zones présentent en effet des caractéristiques particulières : il s'agit d'une part de la Défense et d'autre part de l'avenue Charles de Gaulle à Neuilly-sur-Seine. Ce sont des secteurs actuellement et régulièrement soumis à d'importants travaux et qui à la fois présentent un urbanisme qui permet une certaine souplesse pour l'affichage publicitaire : l'avenue Charles de Gaulle, dont la largeur est très importante, est principalement dédiée à la circulation routière. Le quartier de la Défense est un secteur économique, aux dimensions architecturales hors normes, ce qui autorise des formats publicitaires plus importants.

Dans ces deux secteurs les enjeux de renouvellement urbains sont importants et associés à des budgets de travaux particulièrement conséquents. Afin de faciliter les travaux et permettre ainsi un appui au financement de certains chantiers, les dispositions sur la publicité de chantier sont ponctuellement assouplies. L'objectif est une préservation environnementale à long terme permise par des requalifications urbaines. Elle implique, pour être possible, un impact temporaire lié à l'affichage de chantier.

## ***2. Dispositions spécifiques à la ZP0***

En ZP0, la publicité installée de façon permanente n'est autorisée que sur abris-bus. Sont également admises, du fait de leur caractère provisoire les pré-enseignes temporaires et les publicités sur palissade de chantier.

## ***3. Dispositions spécifiques à la ZP1***

En dehors des dispositifs temporaires, les deux typologies de dispositifs publicitaires autorisées en ZP1, sont le micro-affichage et les publicités et pré-enseignes sur mobilier urbain. Ces typologies présentent en effet des formats adaptés aux contextes de centre-ville, de polarité commerciale ou encore de zone résidentielle qui sont concernés par le zonage ZP1.

La ZP1 couvre également des axes qui traversent les secteurs précédemment décrits, c'est pourquoi elle est divisée en sous-zones, afin d'adapter les formats de publicité sur mobilier urbain aux différents enjeux des secteurs de la ZP1.

Les ZP1a et ZP1b concernent essentiellement des espaces de centres-villes ou des zones résidentielles, c'est pourquoi le format de la publicité sur mobilier urbain y est réduit à 2m<sup>2</sup> de surface utile maximum. D'une part, le petit format limite l'impact de la publicité sur l'environnement de ces secteurs dont le RLPI cherche à préserver au maximum le cadre de vie. D'autre part, c'est un format parfaitement adapté aux usages de ces secteurs : le message est principalement adressé au piéton.

La ZP1c concerne quant à elle les axes qui traversent ces secteurs résidentiels ou commerçants. Le format des publicités sur mobilier urbain y est adapté au contexte davantage tourné vers la circulation routière, puisqu'augmenté à 8m<sup>2</sup> de surface utile.

La ZP1d couvre le cas particulier de l'avenue Charles de Gaulle de Neuilly-sur-Seine. La publicité y est autorisée sur mobilier urbain avec un format de 2m<sup>2</sup> de surface utile, afin de ne pas détériorer la qualité paysagère de l'axe offrant des perspectives d'un côté sur l'Arc de Triomphe, de l'autre sur le quartier d'affaire de la Défense. Par ailleurs cet axe fait l'objet de travaux de requalification, la limitation du format de la publicité sur ce secteur va ainsi dans le sens de l'amélioration du cadre de vie le long de cet axe structurant qu'est l'avenue Charles de Gaulle.

La réglementation des enseignes numériques au sein de la ZP1 les interdit majoritairement. Elles sont néanmoins autorisées en ZP1b, qui concerne principalement les communes de Suresnes, Neuilly-sur-Seine et Levallois-Perret et en ZP1d sur l'axe Charles de Gaulle à Neuilly. En réponse à la dimension de cet axe et aux enjeux économiques qui lui sont liés, les enseignes numériques sont autorisées en ZP1d jusqu'à une surface de 8m<sup>2</sup> en façade pour les activités occupant la totalité d'un immeuble (ou totalité à l'exception du rez-de-chaussée).

#### *4. Dispositions spécifiques à la ZP2*

La ZP2 offre, par rapport au zonage ZP1, la possibilité d'installer de la publicité murale. Pour garantir une insertion optimale de ces dispositifs, ils sont limités à un par unité foncière et doivent respecter des règles d'implantation par rapport au mur support. La surface des publicités et pré-enseignes est fixée à un maximum de 10,5 m<sup>2</sup> de surface totale.

La ZP2 concerne des secteurs d'axes structurants du territoire ou des espaces d'activité économique. Elle permet ainsi une communication publicitaire accrue dans ces secteurs de forte fréquentation ou à vocation économique, tout en limitant l'impact, puisque le dispositif vient s'implanter sur un élément bâti existant.

Le format de 10,5m<sup>2</sup> permet à la fois de respecter les standards de production des afficheurs (format d'affiche fixé au maximum à 8m<sup>2</sup>) tout en proposant une surface inférieure à la réglementation nationale et donc présentant un impact visuel moindre. Il est tout à fait adapté aux modes de déplacements pratiqués au sein des zones concernées par le zonage ZP2.

Le format de la publicité sur mobilier urbain est également adapté et passe à une surface utile maximale de 8m<sup>2</sup>.

La ZP2b couvrant des secteurs d'axes structurants ou des zones d'activités économiques offre la possibilité d'installer des enseignes numériques en façade, afin de répondre aux enjeux des acteurs locaux installés au sein de ces secteurs.

## ***5. Dispositions spécifiques à la ZP3***

Seule la ZP3 autorise l'implantation de publicités et pré-enseignes scellées au sol sur domaine privé. Des dispositions esthétiques viennent encadrer leur installation, ainsi le dos d'un dispositif simple face doit être habillé afin de dissimuler la structure de fixation.

L'impact visuel des dispositifs est limité par l'interdiction des installations en doublon (excepté sur les quais de gare – ZP3a) et des dispositifs en V ou en trièdre.

Des règles de densité en ZP3b et ZP3c viennent contraindre l'installation de ces dispositifs scellés au sol, limitant le nombre de parcelles éligibles par une interdiction sur les unités foncières présentant un linéaire de moins de 30 mètres en ZP3b, de moins de 20 mètres en ZP3c. Cette règle de densité est particulièrement importante pour la sauvegarde du cadre de vie des secteurs résidentiels visés par les zonages ZP3b et ZP3c.

Sur les quais de gare, c'est-à-dire en ZP3a, la réglementation est adaptée à l'évolution des pratiques d'affichage sur le domaine de la SNCF. La réglementation prévoit ainsi la possibilité d'une installation en doublon des dispositifs, en contrepartie, les formats sont diminués à 2,5m<sup>2</sup> de surface totale.

La réglementation des publicités sur mobilier urbain et publicités murales s'alignent sur la réglementation de la ZP2. A l'exception des quais de gare, les enseignes numériques sont autorisées en ZP3, uniquement en façade et avec une limitation de format à 2m<sup>2</sup>

## ***6. Dispositions spécifiques à la ZP4***

La ZP4 est dédiée au quartier d'affaire de la Défense. Elle se divise en deux sous-zones pour traiter d'une part le cœur de la Défense : l'esplanade et ses abords immédiats, principalement composés d'immeubles de bureaux (ZP4a) et d'autres parts ses environs (ZP4b), où l'habitat devient majoritaire, mais reste sur les mêmes formes architecturales. Certaines sociétés y sont également présentes, ce qui explique que certaines règles sur les enseignes de la ZP4a y soient étendues.

Au contraire, afin de préserver le cadre de vie des habitants sur ces secteurs davantage résidentiels, les règles sur les publicités sont plus strictes qu'en ZP4a : le format de la publicité sur mobilier urbain est limité à 2m<sup>2</sup> en ZP4b (contre 8m<sup>2</sup> en ZP4A) et la publicité numérique est interdite.

La publicité numérique sur mobilier urbain, particulièrement adaptée au contexte moderne, urbain et en mouvement de la Défense est autorisée dans une limite de nombre définie à cinquante écrans de 2m<sup>2</sup> de surface utile 2m<sup>2</sup> et cinq de 8m<sup>2</sup>. Les formats définis ont vocation à répondre à l'architecture hors norme du quartier. Ainsi sur l'esplanade où le regard est entouré d'immeubles de grande hauteur, un affichage de grand format apparaît toujours limité par rapport à la dimension des tours étant donné que le regard se trouve naturellement orienté vers le haut des tours.



A l'inverse au pied des tours, le piéton se retrouve plutôt dominé d'un côté ce qui conduit plutôt à un sentiment d'écrasement n'orientant pas le regard de manière similaire. Le format autorisé de 2m<sup>2</sup> a ainsi pour but de limiter l'effet d'oppression que pourrait renforcer l'affichage.

Concernant les supports numériques ceux-ci peuvent ne pas être à flancs fermés sur l'esplanade. Cette spécificité doit permettre là aussi de répondre à l'orientation naturelle du regard vers le ciel. Un affichage purement vertical s'y trouve en contradiction avec l'orientation naturelle du regard. La forme du mobilier bénéficie donc d'une adaptation.

Pour correspondre aux dimensions hors normes du quartier d'affaire, mais aussi en prenant en compte le fait que ce soit un secteur en constante évolution, les règles sur les publicités de chantier sont alignées sur celles de la réglementation nationale en ZP4a, contrairement à la majorité des autres zones où la règles sur les palissades de chantier est plus stricte que la base nationale.

## VI. Dispositions réglementaires retenues pour les enseignes

### 1. Dispositions générales appliquées à l'ensemble des zones et hors agglomération

#### ■ Eclairage des enseignes

L'éclairage des enseignes doit être intégré à la devanture commerciale et doit être le moins agressif possible, c'est pourquoi le règlement prévoit un éclairage indirect des enseignes, par rétro-éclairage ou par projection. Les dispositifs type lettres éclairantes sur caisson opaque, lettres boîtiers, barre d'éclairage ou spots intégrés à la devanture sont ainsi conseillés.

L'ensemble des dispositifs dont la lisibilité est limitée en journée (type néons, LED point à point) sont proscrits, ainsi que les dispositifs peu intégrés à la façade (type spots pelles).

Les enseignes suivent la même plage horaire d'extinction nocturne que les publicités, selon les mêmes logiques de zones.

#### ■ Activités en étages

Dans le cadre d'activités exercées uniquement en étage, les possibilités d'implantations sont limitées afin d'éviter une démultiplication d'enseignes sur un même immeuble. Ainsi pour ne pas subir cet effet de densité, il sera privilégié une implantation regroupée de toutes les enseignes au rez-de-chaussée. Un objectif d'uniformisation de format entre les enseignes est fixé afin d'obtenir un traitement homogène sur un même immeuble.

Dans le cas où l'implantation au rez-de-chaussée n'est pas possible et afin de ne pas nuire au droit d'enseigne, une autre option d'uniformisation est laissée aux activités en étage : elles peuvent s'implanter de manière discrète à l'aide d'adhésif monochrome. Leur format et leur nombre est limité pour éviter tout effet d'accumulation.

Dans le cadre d'activités occupant l'intégralité d'un bâtiment, il est considéré que la majorité des enseignes doivent respecter les règles des activités de rez-de-chaussée. Seules les enseignes à plat sur la façade disposent d'une règle d'implantation plus souple avec une dérogation possible à la règle de respect du rez-de-chaussée dans la mesure où ces enseignes sont bien intégrées (c'est-à-dire, sans bandeau de fond, sans caisson et avec une dimension proportionnée). Cela doit leur permettre une meilleure visibilité, sans créer d'effet de surdensité, dans la mesure où les autres typologies d'enseignes restent soumises à une limite au rez-de-chaussée.

#### ■ Enseignes temporaires

La dimension, le nombre et le mode d'implantation des enseignes temporaires sont réglementés en fonction du message qu'elles portent. Les enseignes temporaires à caractère commercial sont limitées à une par évènement signalé, ayant chacune une surface maximale de 1m<sup>2</sup>. Cette

disposition a pour objectif de limiter la démultiplication de l’affichage temporaire qui s’ajoute à l’affichage permanent avec un contrôle plus complexe.

Concernant les enseignes temporaires immobilières installées en façade, quelques dispositions sur leur nombre, leur format, leur implantation, permettent de maîtriser leur installation, évitant ainsi de dévisager les façades.

Mis à part les enseignes temporaires immobilières, qui ne doivent être installées que pendant la période effective où le bien est à vendre ou à louer, les enseignes temporaires peuvent être installées au plus tôt deux semaines avant le début de l’évènement signalé et doivent être retirées au plus tard une semaine après afin de limiter l’impact de ces dispositifs dans la durée.

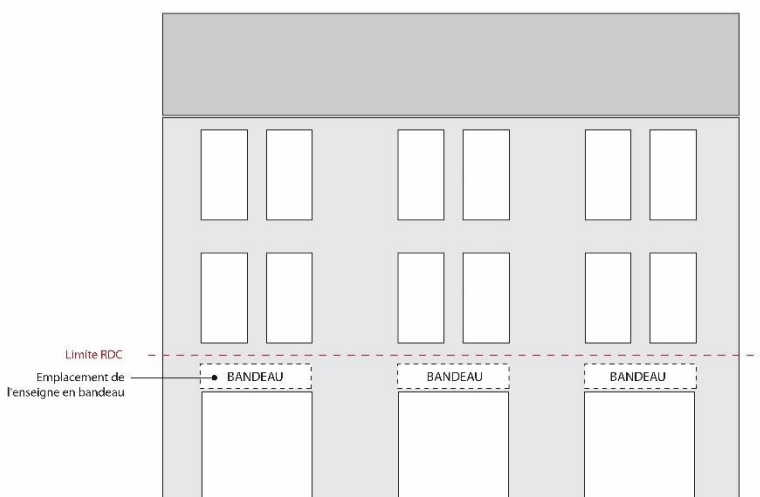
### Réglementation des différentes typologies communes à toutes les zones

#### ■ Enseignes en façade (des activités localisées en Rez-De-Chaussée)

Afin d’optimiser l’intégration des différentes enseignes aux façades et d’améliorer la lecture globale du paysage de la rue, plusieurs règles d’intégration ont été définies par rapport notamment aux rythmes de façade, aux couleurs de l’enseigne et aux matériaux employés.

#### Enseignes en bandeau

Le positionnement de l’enseigne bandeau se fait obligatoirement au-dessus de la vitrine et sous la limite du rez-de-chaussée). Ce positionnement imposé permet de limiter le nombre d’enseignes, tout laissant la possibilité aux commerces ayant un très long linéaire sur rue d’installer plus d’une enseigne dans cet espace dédié.



La hauteur du bandeau est limitée en proportion à une hauteur de 1/5 de la hauteur du rez-de-chaussée. Cette proportion doit limiter l’impact de l’enseigne sur la façade tout en s’adaptant à plusieurs contextes bâtis.

Le message inscrit sur l’enseigne en bandeau est limité à la raison sociale, activité exercée ou au logo dans un objectif de lisibilité du commerce et pour limiter l’effet de surdensité de message au sein même du bandeau.



### ***Enseignes perpendiculaires***

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec un format maximal fixé à 0.80m<sup>2</sup> (excepté ZP1d, dont la réglementation des enseignes est ajustée sur la charte des commerces de l'avenue Charles de Gaulle). Une saillie de 0.80m fixations comprises est définie afin d'éviter qu'un commerce ne s'implante très en surplomb de la rue, au détriment des commerces limitrophes. Cette dimension ne rentre cependant pas en compétition avec les dimensions du règlement de voirie de la commune, si celui-ci est plus restrictif à ce sujet.

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, toutes les enseignes perpendiculaires doivent être alignées au bandeau (ce qui revient à les positionner au-dessus de la vitrine et sous la limite du rez-de-chaussée). Cela afin d'éviter qu'une enseigne s'implante beaucoup plus haut, au détriment des enseignes de part et d'autre et de l'harmonie du paysage commercial à l'échelle de la rue.

Un positionnement en limite latérale du commerce est imposé afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle. Ceci permet également de créer une cadence régulière.

#### ■ Enseignes sur store

L'inscription sur store est encadrée. Afin de limiter l'effet de surdensité elle n'est possible que sur le lambrequin. Les doublons de message avec l'enseigne bandeau doivent être évités afin de limiter l'accumulation de messages lorsque le store est replié et les effets de surdensité qui lui sont liés et qui nuisent à la lisibilité et l'attractivité visuelle du commerce.

#### ■ Enseignes en adhésifs sur vitrine

Les enseignes en adhésifs sur vitrine sont limitées en termes de format et de message afin d'éviter l'effet de masque de la vitrine par la vitrophanie. Ainsi les adhésifs doivent être en lettres ou signes découpés pour maintenir une transparence de la vitrine.

Le message est contraint aux seules annonces secondaires, dès lors qu'une enseigne bandeau existe, afin d'éviter la répétition du même message sur la devanture commerciale.

#### ■ Enseignes sur auvent ou marquise

Au sein de certaines typologies bâties des cellules commerciales sont implantées sous un auvent ou une marquise. Ces éléments de l'architecture peuvent parfois nuire à la visibilité du commerce, ainsi, afin de préserver une certaine visibilité, l'implantation de l'enseigne y est possible mais encadrée strictement.

Il est bien précisé que cette possibilité s'applique sur les éléments faisant partie intégrante de l'architecture du bâtiment. Tout caisson ajouté (pour l'installation d'un store par exemple) n'est pas considéré comme un auvent ou une marquise.

#### ■ Enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont interdites en toutes zones.

Ces dispositifs sont particulièrement impactant dans le paysage urbain et notamment la nuit depuis le périphérique. Dans un souci de préservation de vues lointaines, ces dispositifs ont donc été proscrits.

## *2. Dispositions spécifiques à la ZP0*

### ■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont interdites, car non adaptées au contexte des espaces patrimoniaux et de nature.

### ■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont interdites, car non adaptées au contexte des espaces patrimoniaux et de nature.

### ■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites, car non adaptées au contexte des espaces patrimoniaux et de nature.

## *3. Dispositions spécifiques à la ZP1a*

### ■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP1a, mais sont fortement encadrées afin de limiter leur implantation aux seules activités en retrait de l'axe de la rue (celles qui de fait ont la nécessité de se signaler par une enseigne pour être visibles).

Leur format maximal est fixé à 2m<sup>2</sup> avec une hauteur de 2 mètres, correspondant à un format dédié aux piétons, concordant avec la typologie urbaine rencontrée.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

Toutes ces dispositions ont vocation à permettre l'affichage d'activités ayant un besoin particulier, tout en adaptant les formats au contexte et en limitant l'effet de densité.

### ■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP1a mais encadrées de manière à ce qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal est défini correspondant aux standards des affichettes des artisans qui traditionnellement utilisent l'implantation en clôture pour se signaler.

#### ■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites car non adaptées au contexte des secteurs à dominante résidentielle, naturel ou commerçant traditionnel sur lesquels la ZP1a s'applique.

### ***4. Dispositions spécifiques à la ZP1b***

#### ■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP1b, mais sont fortement encadrées afin de limiter leur implantation aux seules activités en retrait de l'axe de la rue (ceux qui de fait ont la nécessité de se signaler par une enseigne pour être visibles).

Leur format est limité à 2m<sup>2</sup> avec une hauteur de 2 mètres maximum, correspondant à un format dédié aux piétons, concordant avec la typologie urbaine rencontrée.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

Toutes ces dispositions ont vocation à permettre l'affichage d'activités ayant un besoin particulier, tout en adaptant les formats au contexte et en limitant l'effet de densité.

#### ■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP1b mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal est défini correspondant aux standards des affichettes des artisans qui traditionnellement utilisent l'implantation en clôture pour se signaler.

#### ■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées en ZP1b. Dans ces secteurs mixtes la volonté politique est de développer des commerces innovants, ayant donc la possibilité d'utiliser un média de communication en développement.

Dans ces secteurs les enseignes numériques sont limitées à un format maximal de 2m<sup>2</sup> de manière qu'elles ciblent plutôt les piétons présents dans ces secteurs.



## 5. Dispositions spécifiques à la ZP1c

### ■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP1c, mais sont fortement encadrées afin de limiter leur implantation aux seules activités en retrait de l'axe de la rue (ceux qui de fait ont la nécessité de se signaler par une enseigne pour être visibles).

Leur format est limité à 2m<sup>2</sup> avec une hauteur de 2 mètres maximum, correspondant à un format dédié aux piétons, concordant avec la typologie urbaine rencontrée.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

Toutes ces dispositions ont vocation à permettre l'affichage d'activités ayant un besoin particulier, tout en adaptant les formats au contexte et en limitant l'effet de densité.

### ■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP1c mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal est défini correspondant aux standards des affichettes des artisans qui traditionnellement utilisent l'implantation en clôture pour se signaler.

### ■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites en ZP1c. Dans ces secteurs mixtes la volonté politique est de préserver un commerce traditionnel en valorisant une vitrine et des enseignes de qualité plutôt que des médias innovants.

## 6. Dispositions spécifiques à la ZP1d

La réglementation des enseignes en ZP1d est issue de la charte des commerces de l'avenue Charles de Gaulle. Dans le cadre des travaux d'aménagement de l'axe, la ville de Neuilly a mené ce projet de charte en concertation avec les commerçants et souhaitait rendre opposable les dispositions de ce document.

### Enseigne bandeau

La ZP1d étant appliquée sur un périmètre aux typologies bâties très similaires, un format d'enseigne bandeau est spécifié. Ce format à vocation à uniformiser les enseignes à l'échelle de l'avenue Charles de Gaulle de Neuilly, sans devoir s'adapter à des bâtiments très variés.

### Enseigne perpendiculaire

La ZP1d étant appliquée sur un périmètre aux typologies bâties très similaires, un format d'enseigne perpendiculaire est spécifié. Ce format à vocation à uniformiser les enseignes à l'échelle de l'Avenue Charles de Gaulle de Neuilly, sans devoir s'adapter à des bâtiments très variés.

#### ■ Enseignes au sol

En ZP1d les immeubles sont majoritairement à l'alignement de la rue, les implantations d'enseignes scellées au sol possibles n'offriraient pas de visibilité supplémentaire aux commerces, mais ajouterai seulement un effet de densité supplémentaire, non souhaitable. Les enseignes scellées au sol sont donc interdites. Les enseignes posées au sol sous forme de chevalet sont cependant autorisées pour accompagner la communication ponctuelle des commerçants.

#### ■ Enseignes en clôture

En ZP1d les immeubles sont majoritairement à l'alignement de la rue, les implantations d'enseignes sur clôture possibles n'offriraient pas de visibilité supplémentaire aux commerces, mais ajouterai seulement un effet de densité supplémentaire, non souhaitable. Les enseignes sur clôture sont donc interdites.

#### ■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées dans ce secteur où la volonté politique est de développer des commerces innovants, ayant donc la possibilité d'utiliser un média de communication en développement. Les enseignes numériques sont autorisées jusqu'à un format de 2m<sup>2</sup> adapté au contexte piéton développé le long des contre-allées de l'avenue.

Les activités occupant l'intégralité d'un immeuble peuvent, de la même façon que pour les enseignes bandeau, déroger à la règle du rez-de-chaussée. Afin d'avoir un format cohérent avec cette implantation en hauteur, donc à destination des automobilistes ou de piétons à distance, le format est étendu à 8m<sup>2</sup>.

## 7. Dispositions spécifiques à la ZP2a

#### ■ Enseignes au sol

Les enseignes scellées au sol sont autorisées en ZP2a, qui correspond à des secteurs d'axes ou de zones d'activités ayant des besoins de visibilité particuliers plutôt à vocation des automobilistes.

Leur format est limité à 4m<sup>2</sup> avec une hauteur de 3 mètres maximum, correspondant à un format plus important qu'en ZP1 du fait du changement de cible et donc d'une vitesse accrue.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP2a mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal de 2m<sup>2</sup> est défini correspondant aux formats d'enseignes utilisés dans les zones d'activités du territoire.

■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites en ZP2a. Dans ces secteurs de zones d'activités et d'axes la volonté politique est de valoriser un travail sur la dédensification des enseignes plutôt que sur la valorisation de dispositifs supplémentaires.

## ***8. Dispositions spécifiques à la ZP2b***

■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP2b, qui correspond à des secteurs d'axes ou de zones d'activités ayant des besoins de visibilité particuliers plutôt à vocation des automobilistes.

Leur format est limité à 4m<sup>2</sup> avec une hauteur de 3 mètres maximum, correspondant à un format plus important qu'en ZP1 du fait du changement de cible et donc d'une vitesse accrue.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP2b mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.



Un format maximal de 2m<sup>2</sup> est défini correspondant aux formats d'enseignes utilisés dans les zones d'activités du territoire.

#### ■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées en ZP2b. Dans ces secteurs d'axes mixtes la volonté politique est de développer des commerces innovants, ayant donc la possibilité d'utiliser un média de communication en développement.

Les enseignes numériques sont limitées à un format maximal de 2m<sup>2</sup> de manière qu'elles ciblent plutôt les piétons présents dans ces secteurs.

## 9. Dispositions spécifiques à la ZP3a

#### ■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP3a, qui correspond à des secteurs de gare ayant des besoins de visibilité lointaine afin d'orienter les voyageurs. Leur format est limité à 8m<sup>2</sup> avec une hauteur de 6,50 mètres maximum.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

#### ■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP3a mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal de 2m<sup>2</sup> est défini afin de permettre un affichage tout en limitant l'impact de celui-ci sur le paysage de la rue.

#### ■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites en ZP3a. Dans ces secteurs de gares l'affichage numérique est souvent très présent à l'intérieur des gares elles-mêmes. L'objectif est donc de limiter l'affichage en n'autorisant pas les enseignes numériques. L'affichage en façade et au sol doit répondre aux besoins de visibilité spécifiques des gares.

## 10. Dispositions spécifiques à la ZP3b

### ■ Enseignes au sol

Les enseignes scellées au sol sont autorisées en ZP3b, qui correspond à des secteurs résidentiels et de grands sièges sociaux. Ces derniers ont des besoins de visibilité lointaine.

Le format des enseignes au sol est donc limité à 8m<sup>2</sup> avec une hauteur de 6,50 mètres maximum.

Leur nombre est limité à une enseigne scellée au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

### ■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP3b mais encadrées de manière à ce qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal de 2m<sup>2</sup> est défini afin de permettre un affichage tout en limitant l'impact de celui-ci sur le paysage de la rue.

### ■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées en ZP3b. Dans ces secteurs où prennent place des sièges sociaux, la volonté politique est de laisser la possibilité d'utiliser un média de communication en développement.

Elles sont limitées à un format maximal de 2m<sup>2</sup> de manière à ce qu'elles ciblent plutôt les piétons présents dans ces secteurs.

## 11. Dispositions spécifiques à la ZP3c

### ■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP3c, qui correspond à des secteurs résidentiels et de grands sièges sociaux. Ces derniers ont des besoins de visibilité lointaine. Le format des enseignes au sol est donc limité à 8m<sup>2</sup> avec une hauteur de 6,50 mètres maximum.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par unité foncière, imposant de fait un regroupement d'enseignes dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur la même parcelle.

### ■ Enseignes en clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP3c mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture n'est autorisée qu'en l'absence d'enseigne en façade et au sol afin que ces implantations soient privilégiées à celle en clôture.

Un format maximal de 2m<sup>2</sup> est défini afin de permettre un affichage tout en limitant l'impact de celui-ci sur le paysage de la rue.

### ■ Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées sur ce secteur de ZP3c pour s'adapter aux besoins de communication des acteurs économiques installés sur ce secteur. Elles sont limitées à un format maximal de 2m<sup>2</sup> de manière à ce qu'elles ciblent plutôt les piétons présents dans ces secteurs.

## 12. *Dispositions spécifiques à la ZP4a*

### ■ Enseignes de tours

La typologie particulière du secteur de la Défense impose des dispositions particulières sur les tours.

Afin de préserver cet affichage qui se fait de manière qualitative actuellement, les dispositions de des RLP de Courbevoie et Puteaux en vigueur lors de l'élaboration du RLPi, ont été reprises, autant pour la hauteur des enseignes, que leur nombre par rapport au nombre de façades.

### ■ Enseignes au sol

Les enseignes au sol sont autorisées en ZP4a, qui correspond à l'esplanade de La Défense. Du fait des dimensions de l'architecture environnante, les formats d'enseignes doivent être étudiés afin de conserver une certaine visibilité de celles-ci malgré le contexte. De plus l'objectif d'affichage est de limiter les enseignes apposées directement sur les tours. Ainsi le format maximal des enseignes au sol autorisées est de 9m<sup>2</sup> avec une hauteur de 6,50 mètres afin de permettre l'affichage de multiples enseignes sur un même support.

Leur nombre étant en effet limité à une enseigne scellée au sol par unité foncière, la nécessité d'un regroupement des enseignes sur un même support dans le cas d'activités implantées sur une même unité foncière s'impose.

### ■ Enseignes en clôture



Afin d'éviter un effet de surdensité sur l'esplanade, les enseignes sur clôture, plus difficilement mutualisables et impactant fortement le paysage urbain sont interdites.

#### ■ Enseignes numériques

En ZP4a les enseignes numériques sont, de manière générale, interdites afin d'éviter d'ajouter des médias supplémentaires perturbant la lecture globale du paysage de la dalle.

Afin de laisser davantage de liberté aux centres commerciaux d'envergure que sont le CNIT et les 4 temps et pour s'adapter à leur architecture particulière, la réglementation de leurs enseignes est cantonnée aux dispositions générales compatibles avec leurs structure architecturale, ainsi qu'aux dispositions de la réglementation nationale.

### 13. *Dispositions spécifiques à la ZP4b*

#### ■ Enseignes de tours

La typologie particulière du secteur de la Défense impose des dispositions particulières sur les tours.

Afin de préserver cet affichage qui se fait de manière qualitative actuellement, les dispositions de des RLP de Courbevoie et Puteaux en vigueur lors de l'élaboration du RLPi, ont été reprises, autant pour la hauteur des enseignes, que leur nombre par rapport au nombre de façades.

#### ■ Enseignes au sol

Cette zone étant un secteur hybride de transition entre la Défense et la ville de Courbevoie, la réglementation qui s'y applique résulte d'un mélange entre ZP1 et ZP4 qui permet une adaptation des règles. Pour limiter leur impact dans le paysage de ce quartier, les enseignes au sol sont donc limitées à un format de 2m<sup>2</sup>.

#### ■ Enseignes en clôture

Afin d'éviter un effet de surdensité au niveau des tours, les enseignes sur clôture, plus difficilement mutualisables et impactant fortement le paysage urbain sont interdites.

#### ■ Enseignes numériques

En ZP4b les enseignes numériques sont interdites afin d'éviter d'ajouter des médias supplémentaires perturbant la lecture globale du paysage des tours et la paisibilité de ces espaces plus résidentiels