



RÈGLEMENT LOCAL  
DE PUBLICITÉ COMMUNAL

**RLP**

ville de  
**Gonesse**

# Règlement Local de Publicité ( RLP )

## Pièce n°1 : Rapport de présentation

*Dossier d'approbation*

Délibération de prescription du RLP : 26/03/2018

Délibération sur le débat des orientations : 29/03/2021

Délibération d'arrêt du RLP : 15/11/2021

Enquête publique : 11/04/2022 au 13/05/2022

Délibération d'approbation : -

## Table des matières

Chapitre 1 : Préambule.....	4
I. Contexte législatif et réglementaire.....	4
II. Le zonage du RLP.....	5
III. Pourquoi réviser le RLP sur la commune de Gonesse.....	5
IV. Contenu du RLP.....	5
V. Les principales définitions.....	6
1. Enseigne.....	6
2. Pré-enseigne.....	6
3. Pré-enseigne dérogatoire.....	6
4. Publicité.....	7
5. Dispositifs temporaires.....	7
6. Autres dispositifs ne relevant pas du RLP.....	7
Chapitre 2 : Contexte territorial.....	8
I. Démographie.....	8
II. Paysage et patrimoine.....	8
1. Centre historique et éléments de patrimoine.....	8
2. Espaces naturels.....	8
3. Espaces agricoles.....	10
III. Réseau viaire.....	12
IV. Voies ferrées.....	13
Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de la commune de Gonesse.....	15
I. Le seuil démographique d’agglomération.....	15
II. Les périmètres environnementaux et urbains.....	16
1. Le périmètre d’agglomération.....	16
2. Les périmètres environnementaux réglementaires.....	18
3. Les abords des autoroutes, voies express, déviation.....	19
Chapitre 4 : Le RLP de 2010.....	21
I. Dispositions relatives aux publicités et pré-enseignes.....	22
II. Dispositions relatives aux enseignes.....	23
Chapitre 5 : Diagnostic publicitaire du territoire.....	25
I. Secteur à enjeux.....	25
1. Secteur du cœur historique.....	25
2. Zones résidentielles et polarités commerciales.....	27

3.	Zones d'activités .....	29
4.	Entrées de ville et routes départementales .....	32
II.	Synthèse cartographique et statistique .....	33
1.	Méthodologie pour le recensement .....	33
2.	Cartographique et éléments d'analyse statistique .....	34
III.	Analyse de la conformité des dispositifs .....	43
1.	Publicités et pré-enseignes.....	43
2.	Enseignes .....	49
Chapitre 6 : Orientations .....		52
Chapitre 7 : Justification des choix retenus.....		57
I.	Motifs de délimitation du zonage .....	57
1.	ZP1 : Centre historique.....	57
2.	ZP2 : Secteurs résidentiels et commerces de détail.....	57
3.	ZP3 : Zones industrielles.....	57
4.	ZP4 : Zones commerciales .....	58
II.	Choix retenus pour la partie réglementaire .....	59
Réglementation des publicités et pré-enseignes .....		59
1.	Dispositions communes à toutes les zones.....	59
2.	Dispositions spécifiques aux différentes zones.....	62
Réglementation des enseignes.....		65
1.	Dispositions communes à toutes les zones.....	65
2.	Dispositions spécifiques aux différentes zones.....	67
III.	Analyse de la conformité des dispositifs vis-a-vis du RLP .....	71
Analyse vis-à-vis de la réglementation nationale.....		71
Analyse vis-à-vis des règles du RLP .....		72

# Chapitre 1 : Préambule

## I. CONTEXTE LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE

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.

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 entrée 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'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, 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 à s'appliquer.

Un RLP entre en vigueur dès sa publication. La mise en conformité des dispositifs existants avec le RLP doit se faire dans un délai de 6 ans pour les enseignes préexistantes, et de 2 ans pour les publicités et pré-enseignes préexistantes.

## II. LE ZONAGE DU RLP

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.

## III. POURQUOI REVISER LE RLP SUR LA COMMUNE DE GONESSE

La commune de Gonesse possède un RLP approuvé en 2010. Ce RLP transitoire n'a pas été frappé de caducité au 13 janvier 2021. Pour autant, plusieurs éléments doivent y être mis à jour. En effet, depuis cette date, la planification communale a évolué et le RLP doit être mis en phase :

- La Zone de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager (ZPPAUP) créée en 2004, s'est convertie en Site Patrimonial Remarquable en 2017, suite à la Loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP)
- Le PLU révisé en 2017 a été restitué le 17 décembre 2020 par la Cour d'Appel de Versailles suite à une annulation en première instance par le Tribunal Administratif de Cergy Pontoise.

La révision du RLP vise plusieurs objectifs (énoncés dans la délibération de prescription du 26 mars 2018) :

- Mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire, actualiser le document pour le mettre en adéquation avec la réalité locale ;
- Maitriser l'implantation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes sur le territoire communal ;
- Participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale, industrielle de la commune tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire ;
- Réduire la pollution visuelle.

## IV. CONTENU DU RLP

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.

## V. LES PRINCIPALES DEFINITIONS

### 1. Enseigne

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



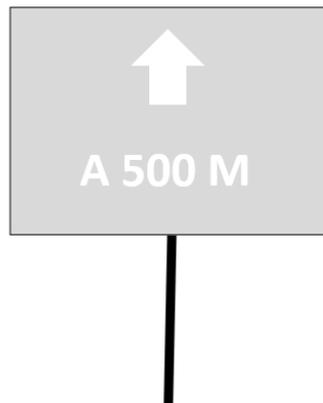
*Enseignes présentes sur la commune*

### 2. Pré-enseigne

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.



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



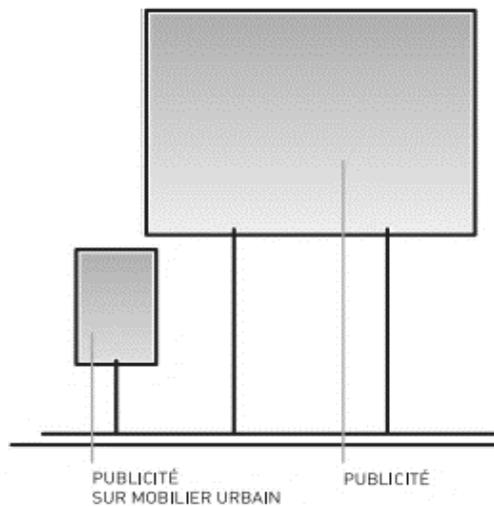
*Pré-enseigne présente sur la commune*

### 3. Pré-enseigne 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 de terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

#### 4. 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 présentes sur la commune

#### 5. Dispositifs temporaires

Deux types de dispositifs temporaires sont distingués par le Code de l'Environnement :

-ceux signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.

- ceux installés pour plus de 3 mois lorsqu'ils 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.



Dispositif temporaire sur la commune

#### 6. Autres dispositifs ne relevant pas du RLP

D'autres dispositifs peuvent être en lien avec les problématiques d'affichage, mais ne sont pas réglementés par le RLP :

- Les panneaux d'informations communaux
- Les panneaux d'affichage libre pour les associations à but non lucratif
- La Signalétique d'information locale (SIL)

## Chapitre 2 : Contexte territorial

### I. DEMOGRAPHIE

La commune de Gonesse est située dans le Val d’Oise, à environ 12 kilomètres au Nord-Est de Paris. Elle fait partie de la communauté d’agglomération Roissy Pays de France. Gonesse s’étend sur 2027 hectares. La population communale est relativement stable depuis les années 1970, elle a faiblement augmenté pour atteindre 25 999 habitants (INSEE, 2017). La commune de Gonesse fait également partie de l’aire urbaine de Paris, qui compte 12 628 000 personnes (INSEE, 2017).

### II. PAYSAGE ET PATRIMOINE

#### 1. *Centre historique et éléments de patrimoine*

Ancien village à vocation agricole, Gonesse a connu un développement de son centre-ville dès le Moyen-Age. La période industrielle marque la commune par la création d’une voie ferrée à l’ouest de son territoire. Il s’agissait à l’origine de la ligne Paris-Creil. La gare SNCF d’Arnouville-Villiers le Bel-Gonesse ouvre en 1897 à proximité du territoire communal, ce qui a entraîné la création d’un deuxième pôle urbain à Gonesse, après celui du centre-ville.

A partir des années 1950, une urbanisation importante commence notamment avec la construction de nouveaux quartiers comme la Fauconnière, la Madeleine, Le Clos du Temple et le Clos Olivet. A partir de 1971, deux grandes zones d’activités se développent à l’Est de la ville, au plus proche du nœud routier entre l’A1 et l’A3. Dans les années 1990, l’aménagement de la ZAC de la Grande Vallée réunit ces deux pôles en créant un nombre important de nouveaux logements.

Un Site Patrimonial Remarquable – anciennement ZPPAUP créée en 2004 et intégrée au PLU en vigueur - protège le centre-ville historique. Il regroupe des éléments de patrimoine différents tels que les alignements de maisons de la rue Galande, la ferme de la Malmaison, le moulin de la ville, la ferme de Coulanges, la villa Saint-Pierre, la mairie de Gonesse ou encore l’ancien manoir d’Orgemont. Par ailleurs, la commune comprend plusieurs sites protégés prouvant la présence d’activités humaines depuis la préhistoire.

En centre-ville se trouvent quatre édifices protégés au titre des monuments historiques. L’Eglise Saint-Pierre Saint-Paul est classée, tandis que l’ancien prieuré, le Pigeonnier d’Orgemont et le Pigeonnier de Garlande sont inscrits à l’inventaire des monuments historiques.

#### 2. *Espaces naturels*

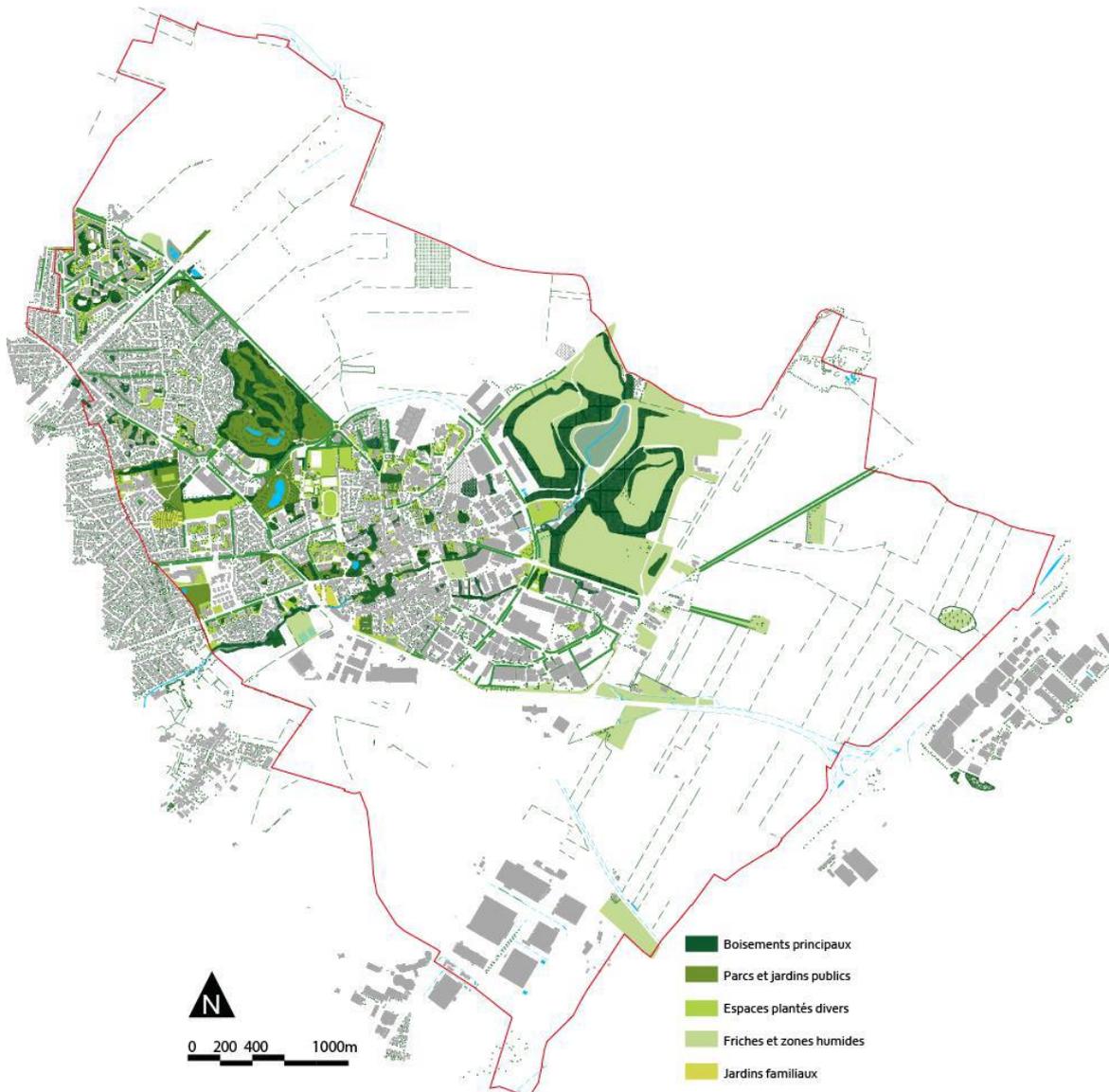
Gonesse est une ville qui, malgré la proximité des aéroports du Bourget et de Roissy, préserve son cadre naturel.

La trame verte y est ainsi très développée. De grands espaces agricoles entourent la commune, tandis que de grands parcs et espaces paysagers s’immiscent au cœur du contexte urbain. Que ce soit le Parc de la Patte d’Oie, le Golf de Gonesse, les berges du Croult, les alignements arborés ou les jardins de résidences, tous concourent à offrir une trame verte relativement riche et diversifiée.

Une trame bleue, organisée essentiellement autour du Croult, mais également de plans d'eau tels que celui du parc de l'églantier contribuent également à enrichir le cadre de vie.



Exemples d'éléments des trames vertes et bleues de la commune (alignement arboré rue Bernard Février et berges du Croult)

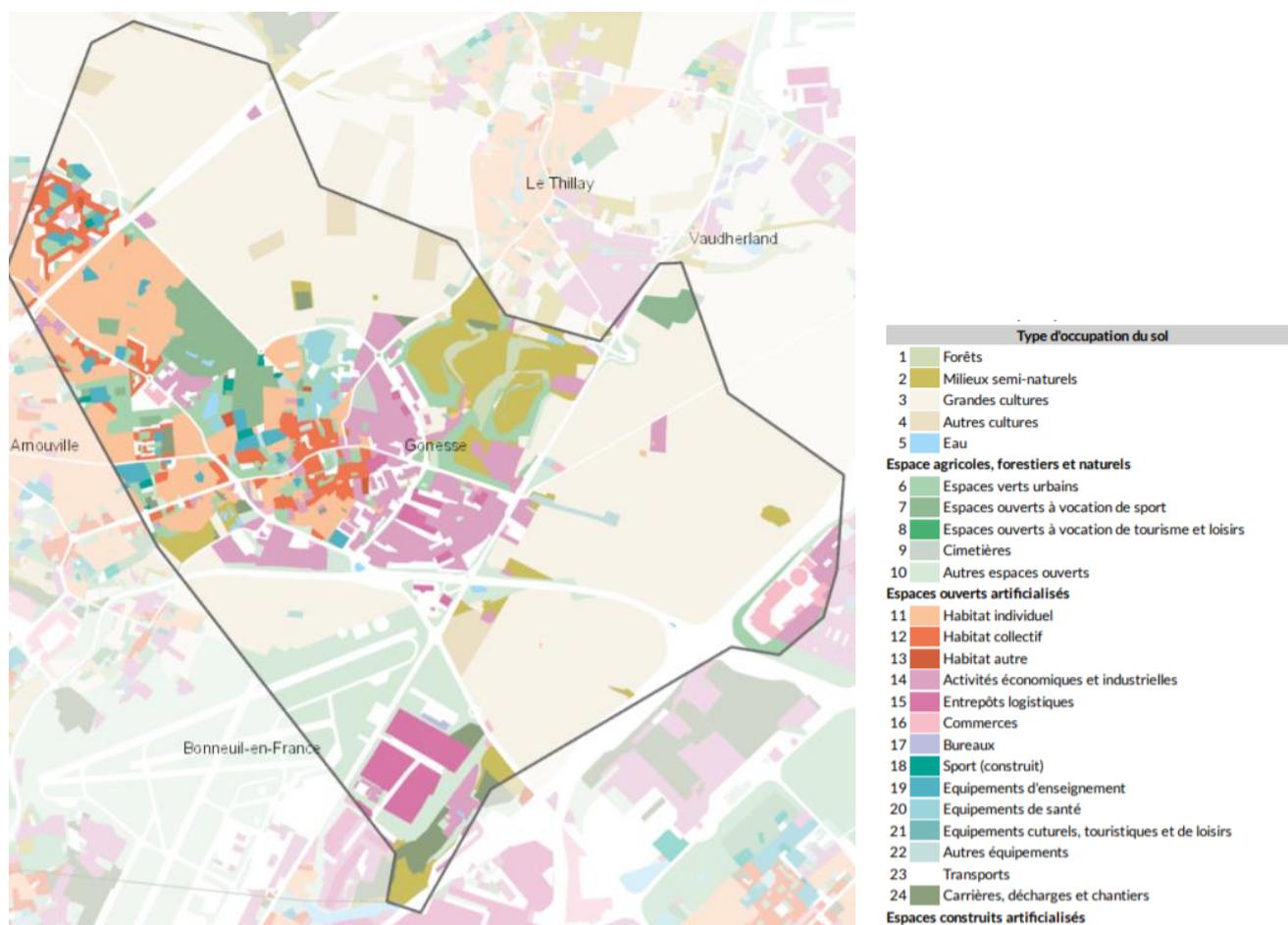


Trame Verte et Bleue de Gonesse. Source : Rapport de présentation du PLU de Gonesse

L'ensemble de ces espaces, qu'ils soient liés à la trame verte ou bleue concourent au cadre de vie de la commune et doivent être préservés. L'affichage publicitaire doit ainsi être de petit format à leurs abords et leur luminosité doit y être limitée.

### 3. Espaces agricoles

Aujourd'hui, les espaces agricoles, naturels et forestiers, situés essentiellement au Nord et à l'Est de la commune, représentent environ 50% de la superficie de la commune selon le Mode d'Occupation des Sols réalisé par l'Institut Paris Région en 2017. L'ouest et le centre de la commune sont occupés par des fonctions urbaines telles que l'habitat, les activités économiques diverses et les réseaux de transports, qui représentent 35% de la commune (toujours selon le MOS 2017). Enfin, les espaces ouverts artificialisés représentent 14% de la commune (espaces verts urbains, terrains sportifs, cimetière, etc.). Le territoire fait par ailleurs la jonction entre les communes de la petite couronne très urbanisées au sud, et les communes de la grande couronne davantage rurales au nord ; ce qui explique en partie la présence importante d'espaces naturels sur la commune.



Mode d'occupation du sol en 2017. Source : Institut Paris Région

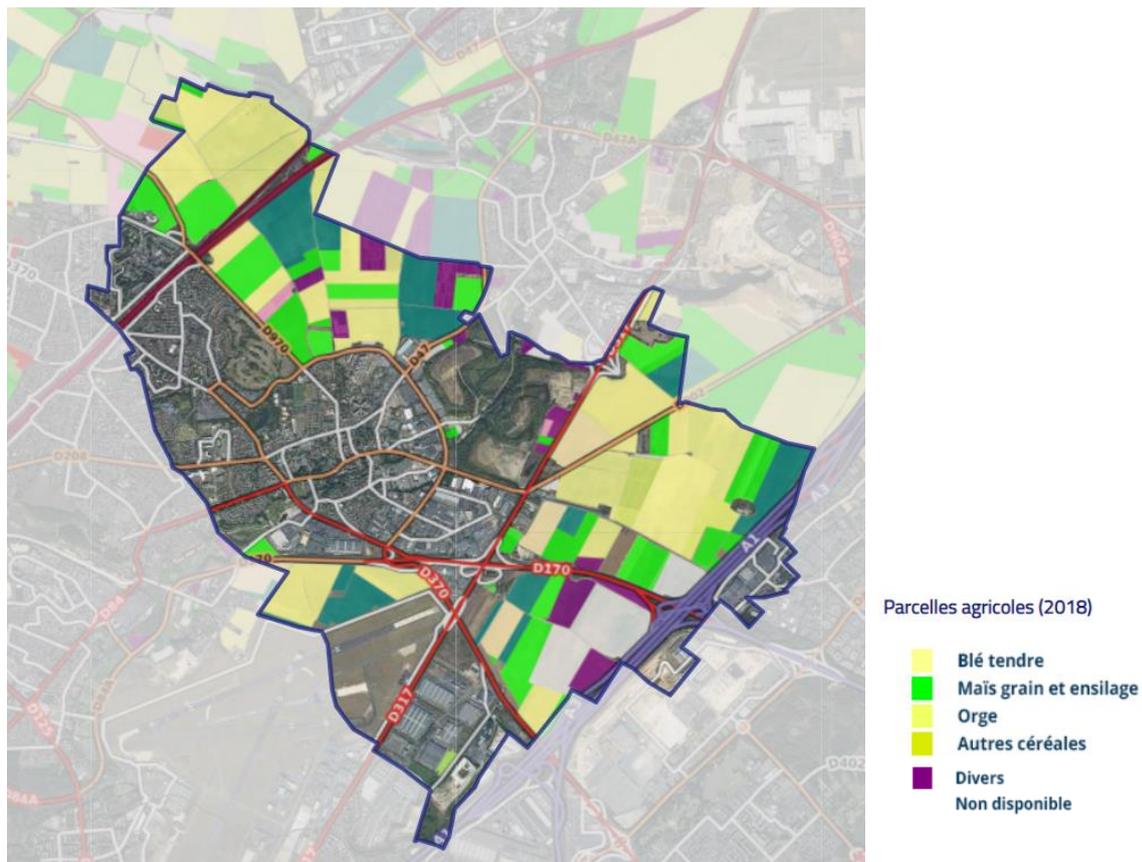
D'un point de vue paysager, Gonesse est située sur le territoire de la Plaine de France, large plaine ouverte en faible pente en direction de la Seine. Les parcelles agricoles ont une vocation économique ainsi qu'une valeur patrimoniale. En 2009, la surface agricole utile représentait 43% du territoire communal.

Ces activités agricoles sont situées à proximité directe des espaces urbains de la commune. Ces derniers sont toutefois séparés des espaces agricoles par des grands réseaux d'infrastructures tels que les routes départementales RD370, RD170, RD970, ou encore la ligne D du RER au nord-ouest. Les vues depuis ces axes sont souvent très ouvertes et binaires, avec d'un côté les espaces urbanisés, et de l'autre les espaces agricoles productifs.

Ces axes présentent plusieurs caractéristiques les rendant particulièrement sensibles à des problématiques d'affichage : ils sont rectilignes et très peu perturbés par la topographie. Un seul panneau peut ainsi avoir un rayon de visibilité très important.



Vues depuis le chemin de la Coudray à gauche, et depuis la RD317 à droite. Source : Google Street View



Parcelles agricoles et réseau routier et ferré de Gonesse (données 2018). Source : Citaviz - Citadia Conseil

### III. RESEAU VIAIRE

Parmi les voies principales qui traversent la commune, se trouvent les autoroutes A1 et A3 au Sud-Est, qui supportent des trafics de transit et des échanges entre Paris et la banlieue. Le code de l'Environnement indique que 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 (non pris en compte dans la rédaction du RLP) impose de son côté des zones tampons d'interdiction de publicité aux abords des autoroutes et voies express (40m en agglomération et 200m hors agglomération). Ces axes, qui sont des lieux de fort trafic sont ainsi protégés de l'affichage publicitaire, mais peuvent offrir une grande visibilité à certaines enseignes. Au Sud Est de l'A3 c'est notamment le cas de la zone d'activités Paris Nord 2 accueillant actuellement IKEA et Castorama. Leurs enseignes en façade y sont de grandes dimensions de manière à être visibles de l'autoroute. Cet affichage, bien que démonstratif, n'en reste pas moins bien intégré aux dimensions du bâti sur lequel elles s'implantent.

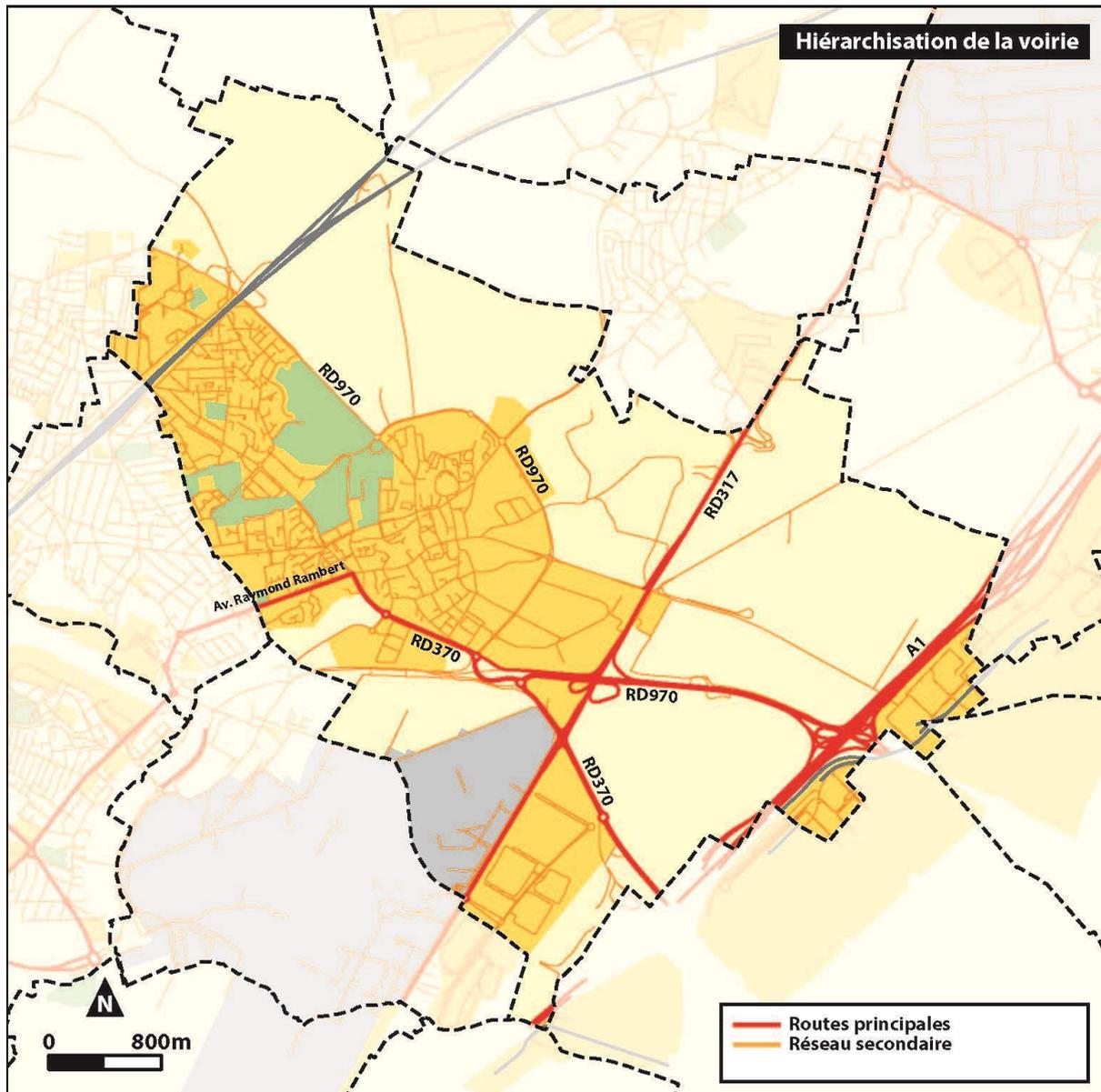


D'un autre côté, l'autoroute, tout comme certains tronçons de routes départementales telles que les RD 902, 170, 317 et 370, borde des zones agricoles. Cette traversée des terres agricoles par les réseaux viaires peut favoriser l'implantation de supports publicitaires. Ces espaces ouverts sont en effet propices à une bonne visibilité des dispositifs et cela peut offrir un complément de revenu aux propriétaires des parcelles. Pour autant, dans ces espaces ouverts, l'impact paysager des dispositifs publicitaires est très important et doit être limité au maximum.

Au cœur de la commune, ces mêmes départementales sont insérées dans le tissu urbain. Le fort trafic associé à ces axes, offre des espaces de visibilité pour les afficheurs qui doivent être contrôlés de manière à ne pas nuire à la qualité des espaces urbains traversés. Ainsi, les départementales entourant le centre historique (la RD 370 et la RD 84) sont des secteurs aujourd'hui particulièrement affichés, d'autant plus qu'ils mènent à des zones commerciales.

Dans le cœur historique, la rue de Paris est le siège de l'activité commerciale. Elle est au cœur du SPR de la commune et par conséquent nécessite un encadrement particulier des enseignes et des dispositifs publicitaires.

Les autres axes de la commune présentent des enjeux plus faibles par rapport aux publicités. Faute de visibilité, les axes au trafic limité sont traditionnellement moins affichés. En revanche, ils peuvent ponctuellement être le théâtre de dispositifs d'enseignes très démonstratifs afin de capter le regard des automobilistes moins nombreux.



Réseau routier de Gonesse. Source : Rapport de présentation du PLU de Gonesse

#### IV. VOIES FERREES

A l'ouest, les voies du RER D parcourent la commune sur une partie des parcelles agricoles ainsi qu'au niveau de secteurs résidentiels.

Les voies au cœur des secteurs résidentiels sont relativement encaissées des deux côtés, elles donnent directement sur des habitations individuelles, offrant peu de perspectives possibles. L'un des rares endroits qui offre une vue dégagée sur les voies se situe au croisement entre l'avenue des Jasmins et l'avenue Maurice Meyer.

Les ponts de l'avenue Gabriel Péri et de l'avenue Georges Kerdavid traversent les voies offrant ainsi des vues dégagées. Ces espaces constituent ainsi des secteurs de visibilité souvent affichés. Sur le territoire communal, ces espaces sont actuellement préservés. L'objectif du RLP sera ainsi de maintenir un niveau de protection permettant de limiter l'affichage aux abords de la voie ferrée.



*Vue depuis l'avenue des Jasmins et l'avenue Maurice Meyer. Source Google Street View*

Il faut noter qu'aucune gare ne se trouve sur le territoire communal. La voie ferrée ne constitue donc pas à l'heure actuelle une entrée de ville. Cela pourra être amené à changer avec le projet du Grand Paris Express.

## Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de la commune de Gonesse

### I. LE SEUIL DEMOGRAPHIQUE D'AGGLOMERATION

Gonesse est une ville de plus de 10 000 habitants, intégrée à l'unité urbaine de Paris qui compte plus de 800 000 habitants. La réglementation nationale s'appliquant sur la commune, du fait des dimensions de l'agglomération, sont relativement souples.

**Rappel de la notion d'unité urbaine définie par l'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.

Le tableau ci-après présente les principales règles nationales selon les tailles de communes.

		En agglo		Hors agglo
		-10 000 hab.	+ 10 000 hab.	
Publicité & Pré-enseignes	Publicité au sol	<b>interdite</b>	12m <sup>2</sup> max	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publicité interdite</li> <li>▪ Pré-enseignes interdites</li> <li>▪ Pré-enseigne dérogatoire autorisées (1,5 x 1 m)</li> </ul>
	Publicité en toiture	<b>interdite</b>	<b>interdite</b>	
	Publicité numérique	<b>interdite</b>	8m <sup>2</sup> max	
	Publicité murale <i>Uniquement sur murs aveugles</i>	4m <sup>2</sup> max	12m <sup>2</sup> max	
	Publicité éclairée par transparence	4m <sup>2</sup> max	12m <sup>2</sup> max	
Enseignes	Enseignes en façade	15% ou 25% de la surface	15% ou 25% de la surface	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enseignes autorisées hors agglomération</li> </ul>
	Enseigne au sol <b>1 par voie ouverte à la circulation</b>	6m <sup>2</sup> max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m )	12m <sup>2</sup> max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m )	
	Enseignes en toiture <b>en lettres découpées</b>	3m de haut max si façade < 15m	3m de haut max si façade < 15m	

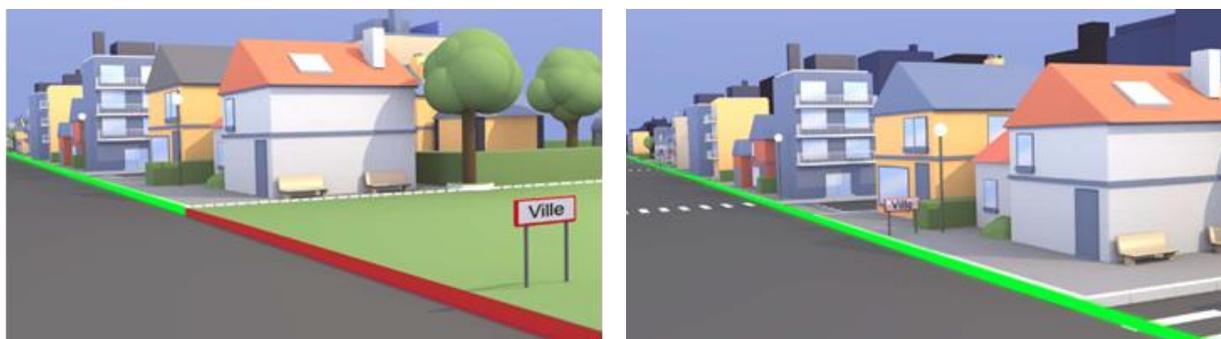
## II. LES PERIMETRES ENVIRONNEMENTAUX ET URBAINS

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

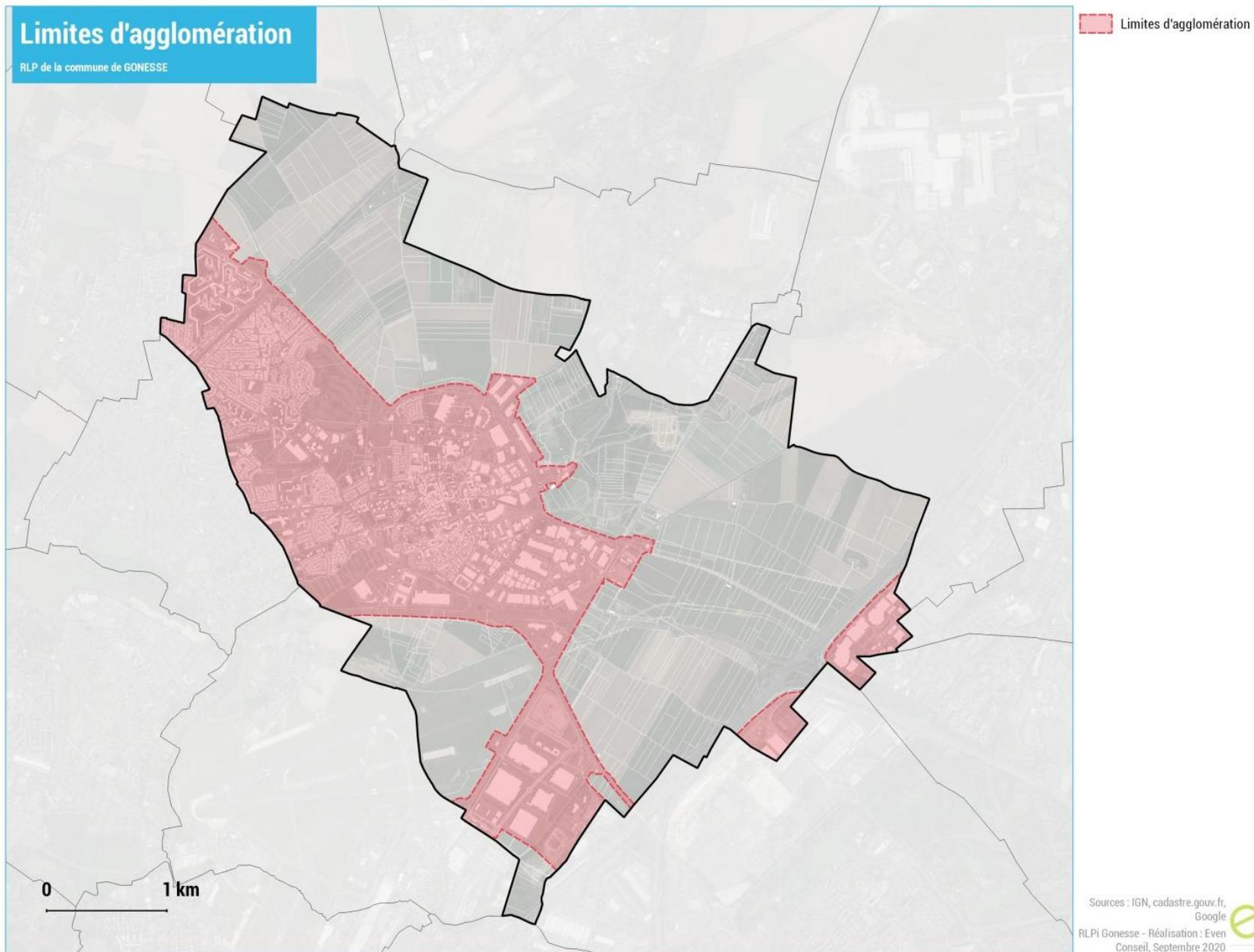
### 1. *Le périmètre d'agglomération*

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



*La notion de réalité physique d'agglomération explicitée. L'ensemble du secteur identifié en rouge est considéré comme hors agglomération - Extrait du guide de la réglementation de la publicité extérieure*



## 2. Les périmètres environnementaux réglementaires

Toute publicité (et préenseignes) est interdite en dehors des agglomérations (sauf dispositifs dérogatoires).

### ❖ Interdictions absolues

- Sur les monuments historiques (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 RLP, cette dérogation restant exceptionnelle et argumentée)

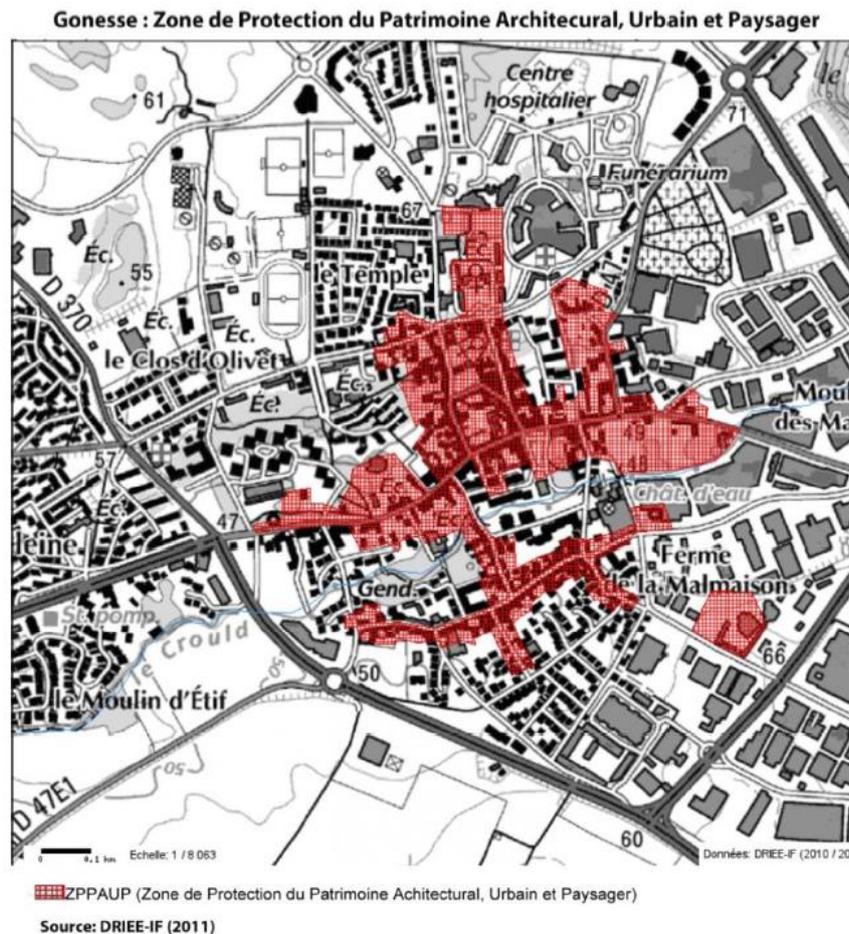
- Aux abords des monuments historiques ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé) ;
- Dans les Parcs Naturels Régionaux ;
- Dans les sites inscrits ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du code de l'environnement ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation ( Natura 2000).

Gonesse est concerné par ces interdictions pour plusieurs édifices/zones :

- les édifices protégés au titre des monuments historiques :

- L'Église Saint-Pierre Saint-Paul (classée)
- L'ancien Prieuré (inscrit),
- Le Pigeonnier d'Orgemont (inscrit)
- Le Pigeonnier de Garlande (inscrit),

- les zones qui constituent le SPR (ex-ZPPAUP) (cf. carte ci-dessous).



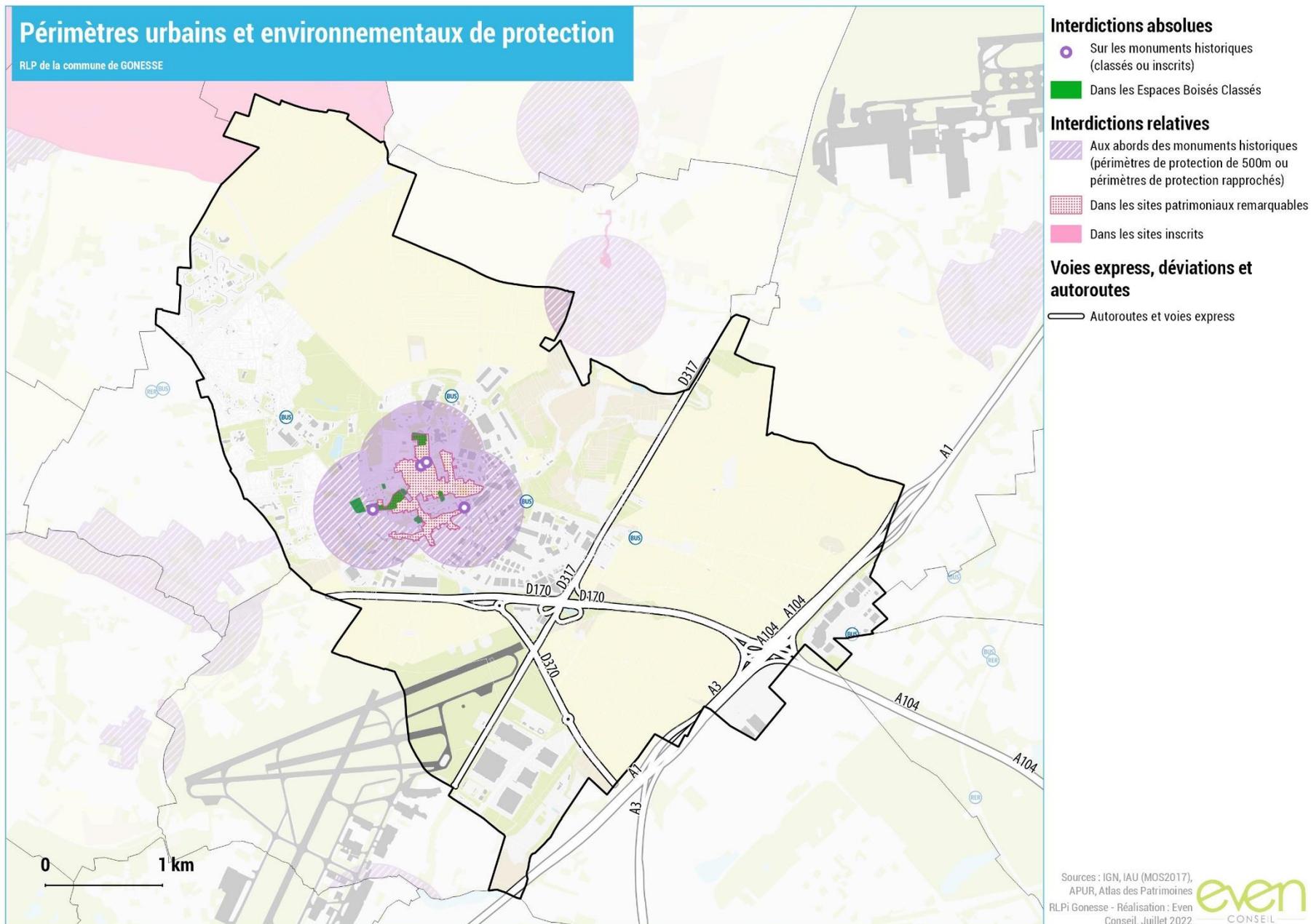
**La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l’architecture et au patrimoine** élargit le périmètre d’interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d’un rayon initial de 100m à **la totalité du périmètre délimité des abords**, qu’il s’agisse d’un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

Il est à noter que la protection au titre des abords des monuments historiques s’applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible depuis le monument historique (visibilité directe) ou visible en même temps que lui et situé dans le périmètre de protection (covisibilité). 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.

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

Les abords de l’autoroute A1-3 et les bretelles de raccordement sont protégés de la publicité, notamment implantée au sol et visible depuis ces axes.

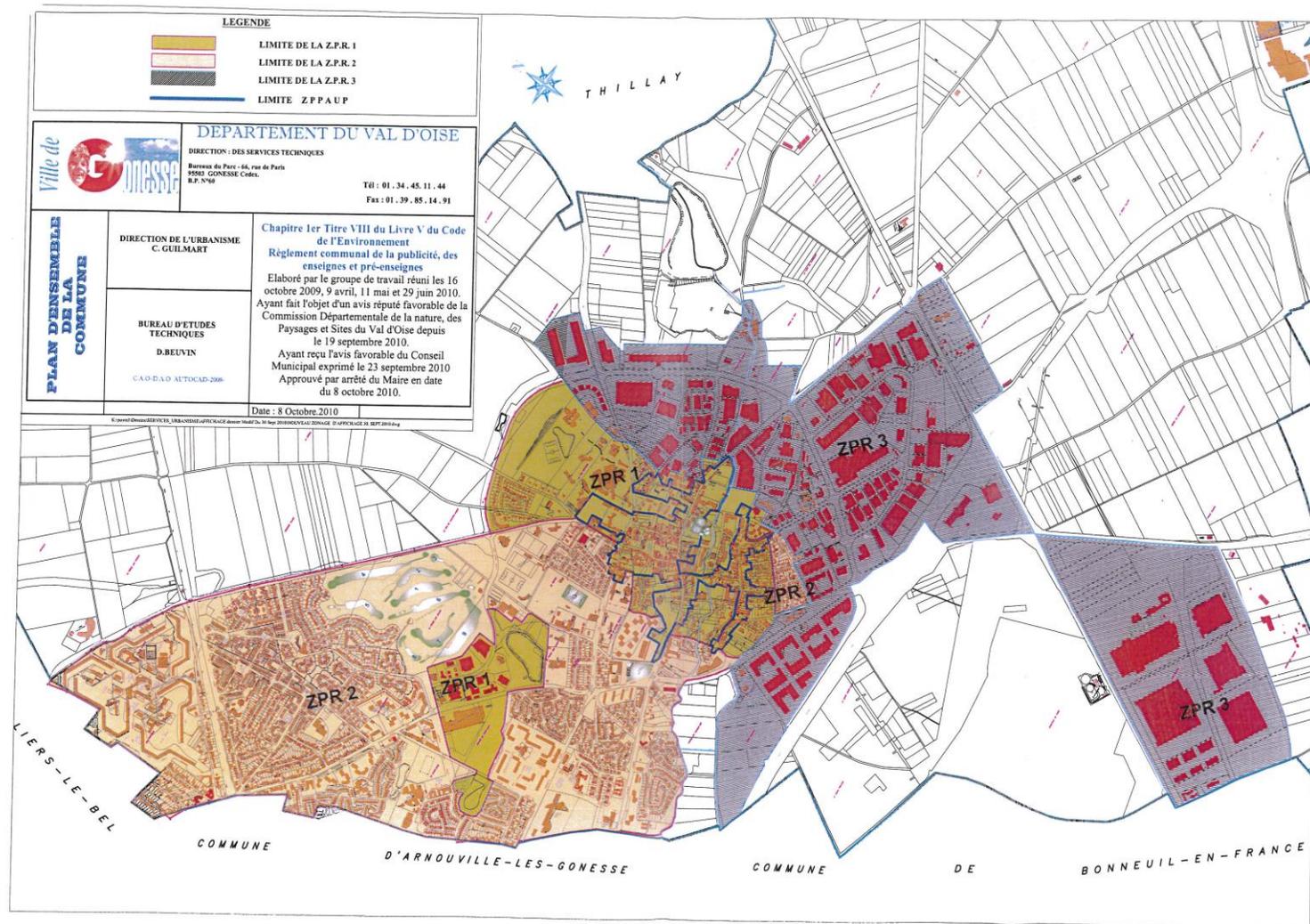
En effet, le code de l’environnement dispose que les publicités scellées au sol sont interdites « si les affiches qu’elles supportent sont visibles d’une autoroute ou d’une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d’une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération » (Art. R.581-31, alinéa 2).



## Chapitre 4 : Le RLP de 2010

Il existe 3 Zones de Publicité Restreinte (ZPR) sur le territoire de la commune, dans lesquelles publicité et pré-enseignes sont soumises à des prescriptions plus restrictives que celles du régime national de publicité.

- La ZPR1 concerne le centre-ville, incluant la ZPPAUP, qui par sa qualité urbaine mérite une protection ainsi que la zone d'activités de la Grande Vallée.
- La ZPR2 concerne tout le territoire communal aggloméré, hors lieux situés en ZPR1.
- La ZPR3 couvre les zones d'activités (Grande Couture, ZAC Tulipes, ZAC Entrée Sud).



## I. DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

Au sein du RLP, la publicité est réglementée par secteur comme présenté ci-dessous sous forme de tableau synthétique :

Zone	Publicité de chantiers	Publicité sur mobilier urbain	Publicité murale (non lumineuse)	Publicité au sol (non lumineuse)	Publicité lumineuse
<b>ZPR1</b>	8m <sup>2</sup> 1 dispositif si linéaire de palissade de moins de 20 m 2 dispositifs si linéaire de plus de 20 m	2m <sup>2</sup> de surface unitaire d'affichage	Interdit	Interdit	Interdit
<b>ZPR2</b>	12m <sup>2</sup> (2 dispositifs par chantier)	2m <sup>2</sup> de surface unitaire d'affichage	12m <sup>2</sup> , 1 par bâtiment	12m <sup>2</sup> , 1 par unité foncière	Interdit
<b>ZPR3</b>	12m <sup>2</sup> (2 dispositifs par chantier)	2m <sup>2</sup> de surface unitaire d'affichage	12m <sup>2</sup> , 1 par bâtiment	12m <sup>2</sup> , 2 par unité foncière (si minimum 30 mètres de façade)	12m <sup>2</sup> Sur bâtiments aveugles

Ces règles de publicité permettent de protéger le centre historique de la commune (ZPR1) par des surfaces de publicité permanentes limitées à 2m<sup>2</sup> et une interdiction de publicité lumineuse. En revanche, les secteurs résidentiels, encadrés par la ZPR2, peuvent accueillir de grands supports publicitaires (12m<sup>2</sup>). L'accumulation de ces grands supports, muraux et scellés au sol conduisent ponctuellement à des environnements paysagers dégradés, ce qui est notamment le cas le long de la rue Nungesser et Coli.

En zone d'activité (ZPR3), les grands supports publicitaires sont autorisés. Les règles de densité limitent une trop forte accumulation de supports. Cependant, certains secteurs sont tout de même impactés par l'autorisation de ces grands formats, et notamment l'Avenue Nungesser et Coli ou la rue Berthelot.

## II. DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES

Dans ces secteurs ? les enseignes sont réglementées comme présenté ci-dessous sous forme de tableau synthétique :

Zone	Prescriptions esthétiques	Enseignes lumineuses	Enseignes parallèles ou apposées à plat sur le mur	Enseignes perpendiculaires au mur	Enseignes installées en toiture	Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol
<b>Dispositions générales à la ZPR1 et 2</b>	Respect de lignes de composition architecturales Interdiction de masquer des éléments de décors de façade Implantation au-dessus de la vitrine ou dedans. Nombre raisonnable d'enseignes.	Caissons lumineux ou à intensité variable interdits	Saillie de 0,25 m maximum. Installation dans la hauteur du RDC Hauteur maximale : 0,70cm		RNP	
<b>ZPR1</b>	Pas de chevauchement avec le bandeau de la façade Enseigne proportionnée à la façade	Interdiction des enseignes bandeaux lumineuses sur toute la longueur	Proportion à respecter entre la hauteur des lettres, la façade et le bandeau support. Intégration au-dessus de chaque baie des devantures en feuillure	Superficie max de 0,80 m <sup>2</sup> , avec une épaisseur mince Un seul dispositif par devanture si le linéaire commercial est inférieur à 15m, au-dessus de 15m : 2 dispositifs max	RNP	Interdit. Exception : activité exercée en retrait de la voie, enseigne de 3m <sup>2</sup> de surface maximum, et 3m de hauteur max autorisée
<b>ZPR2</b>		RNP		1 seul dispositif max par établissement et par voie Dans le cas d'activités sous licence, deux dispositifs supplémentaires possibles Installation en limite latérale de façade, sous le bord supérieur des fenêtres du 1er	RNP	1 enseigne de 1,20m max de large et 5m max de hauteur
<b>ZPR3</b>	RNP	RNP		RNP	RNP	RNP

Les dispositions encadrant la ZPR1 permettent un certain contrôle des enseignes, en lien avec le cahier de recommandations lié aux devantures commerciales de la ZPPAUP. Des formats précis réglementent les enseignes en façade et l'implantation des enseignes au sol est strictement encadrée et limitée.

Pour autant, ce règlement est très peu contraignant en dehors de la ZPR1. En ZPR3 par exemple, les enseignes sont soumises aux dispositions du Code de l'Environnement sans restriction, ce qui autorise des formats d'enseignes relativement importants et notamment des enseignes au sol d'une surface de 12m<sup>2</sup>.

De plus les enseignes numériques n'y sont pas encadrées (dans l'ensemble des zones) ce qui conduit, en ZPR3, au développement de grandes enseignes numériques (qui pourraient tout aussi bien s'implanter en ZPR1).

Par conséquent, le nouveau RLP doit engager une réflexion afin de définir un cadre réglementaire pour les enseignes, notamment en zone d'activité, et veiller à encadrer les dispositifs émergents (tels que les dispositifs numériques).

## Chapitre 5 : Diagnostic publicitaire du territoire

### I. SECTEUR A ENJEUX

#### 1. Secteur du cœur historique

Ce secteur concentre les principales richesses patrimoniales de la commune. Il s'agit donc d'une zone à valoriser, dans laquelle il est nécessaire d'offrir une bonne visibilité aux commerces, tout en préservant le cadre de vie et le paysage urbain.

#### Publicité et pré-enseignes

Au sein du cœur historique de la commune, très peu de publicités sont présentes. Certains abris voyageurs sont même dépourvus de publicités.

La majorité des dispositifs publicitaires dans le centre historique est situé sur du petit mobilier urbain ou bien sur le domaine public, à proximité immédiate de commerces (en vue de constituer des pré-enseignes). Ponctuellement de grands dispositifs muraux sont implantés, notamment à proximité de l'Hôtel de Ville, ce qui peut nuire au caractère patrimonial du secteur.



Photographies illustrant l'affichage publicitaire dans le centre historique (Absence de publicités sur un arrêt de bus à gauche, pré-enseigne commerciale au centre, grande publicité murale à droite – Source : Even Conseil

#### ENJEUX

- > Interdire les dispositifs de grands formats dans le cœur historique
- > Définir le cadre autour de la publicité au sein du SPR et analyser les besoins de réintroduction

## Enseignes

Les enseignes situées dans le centre ancien de la commune sont relativement qualitatives et en bon état.

La majorité des enseignes est réalisée à l'aide de dispositifs discrets (lettres découpées, couleurs sobres, nombre de dispositifs limités). La majorité des enseignes est bien intégrée aux façades et certains linéaires commerçants ont mis en place une réelle harmonisation des enseignes, tant dans leur forme, que dans leurs hauteurs d'implantation.



*Enseignes du centre-ville présentant différentes modalités d'implantation : à gauche enseigne dont l'intégration à la façade pourrait être améliorée par une réflexion sur l'emplacement des enseignes et leurs formats, au centre enseigne en bandeau relativement bien intégrée malgré un support peu onéreux et une implantation qui pourrait être optimisée et à droite linéaire commerçant sur bâti moderne présentant une grande homogénéité dans l'implantation des enseignes – Source : Even Conseil*

Cependant, quelques enseignes moins qualitatives pourraient être constituées d'un nombre de supports moins importants et pourraient être mieux intégrées à la façade. Un travail visant à harmoniser les enseignes du centre-ville pourra être mené afin de valoriser et préserver l'ensemble du cœur historique.

Ce travail devra permettre de définir comment intégrer les enseignes aux façades anciennes. Il pourra passer notamment par la définition de formats, de zones d'implantation sur la façade, ou encore de règles permettant la prise en compte des lignes architecturales du bâti.

### ENJEUX

- > Définir des dispositions réglementaires visant à intégrer les enseignes aux façades
- > Encourager le recours à des enseignes qualitatives et à une diminution du nombre d'enseignes
- > Veiller au respect des dispositions nationales (notamment par rapport aux surfaces de vitrophanie)

## 2. Zones résidentielles et polarités commerciales

Dans les zones résidentielles, la publicité reste limitée à la présence de mobiliers urbains peu impactants pour le cadre de vie.

### Publicité et pré-enseignes

Au sein des secteurs publicitaires, l’affichage publicitaire est globalement limité. Pour autant, quelques supports de grands formats (notamment scellés au sol) sont insérés à proximité des axes les plus circulés et constituent des ruptures importantes avec l’environnement direct.



Exemples de publicités de grande dimension qui dénaturent des zones résidentielles – Source : Even Conseil

### **ENJEUX**

- > Préserver le cadre de vie en maintenant un affichage publicitaire très limité dans ces secteurs
- > Préserver ponctuellement des espaces d’affichage de petite dimension pour les artisans

### Enseignes

En zone résidentielle, deux types d’activités sont installées.

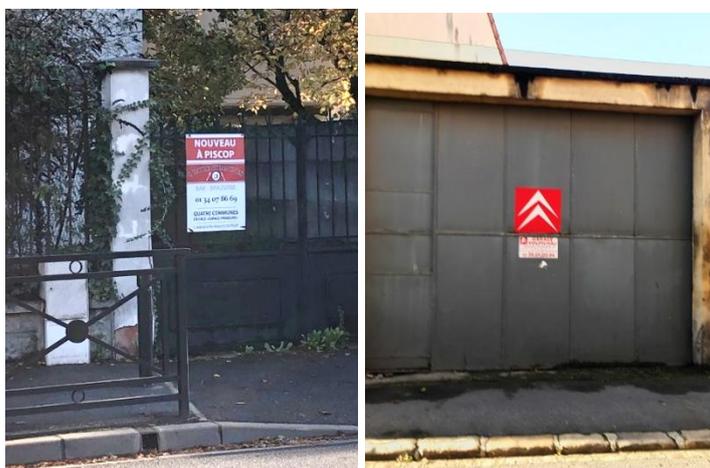
D’une part des commerces de détail sont installés le long de certains axes importants (tels que l’avenue Gabriel Péri, la rue Félix Chobert, l’avenue François Mitterrand, ou encore l’avenue des Myosotis). Ces commerces s’installent côte à côte sans qu’une typologie bâtie ou une réflexion d’ensemble ne guide l’implantation de leurs enseignes. Le long de ces axes, les enseignes sont ainsi hétérogènes, cependant leur qualité reste globalement bonne. Les enseignes y sont de dimensions raisonnables et peuvent présenter certaines qualités, telles que le choix de lettres découpées plutôt que des bandeaux.

Ces commerces peuvent également être regroupés en polarités commerciales, telles qu’au niveau de l’avenue Raymond Rambert ou de la rue Georges Clémenceau. Dans ces polarités, le bâti induit une certaine logique d’ensemble dans l’organisation des enseignes. Cette organisation commune renvoie une certaine image qualitative. Pour autant, les différences de format des lettrages ou de systèmes d’éclairage conduisent à une lecture hétérogène des différentes activités. Les commerces pourraient ainsi gagner en visibilité par une réflexion sur l’homogénéité de leurs enseignes.



Polarité commerciale rue Georges Clémenceau à gauche et polarité commerciale de l'avenue Raymond Rambert à droite – Source : Street View et Even Conseil

D'un autre côté, des artisans et des activités sont implantés au cœur du tissu résidentiel et peuvent avoir besoin de se signaler. Ceux-ci utilisent majoritairement des enseignes en clôture de petit format pour se rendre visibles.



Exemple d'enseignes en zone résidentielle dans la commune – Source : Even Conseil

## ENJEUX

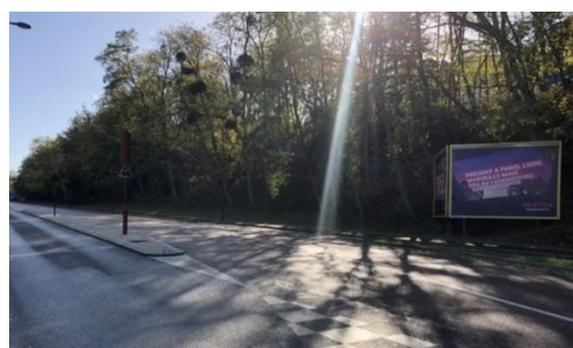
- > Définir un cadre réglementaire pour l'implantation des enseignes des polarités commerciales afin de les harmoniser et donc d'améliorer la visibilité de chaque commerce.
- > Adapter les dispositions réglementaires aux spécificités du secteur résidentiel afin de permettre l'affichage des activités artisanales.

### 3. Zones d'activités

Plusieurs zones d'activités occupent le territoire de Gonesse. Parmi les plus importantes d'entre elles : le parc d'activités des Cressonnières, La Grand Couture Ouest et le parc de la Grande Vallée (qui inclut notamment l'hypermarché E.Leclerc).

#### Publicité et pré-enseignes

Au sein de la commune il existe une certaine hétérogénéité dans l'affichage publicitaire des zones d'activités. L'affichage publicitaire est majoritairement de petit format et supporté par le mobilier urbain, ce qui renvoie une image plutôt qualitative des différentes zones, notamment à proximité du parc d'activité de la Grande Vallée. Cependant certains secteurs sont ponctuellement très affichés, ce qui est notamment le cas de la rue Nungesser et Coli située entre deux zones d'activités. Sur cet axe de nombreuses publicités scellées au sol de grand format sont implantées. Cela est également le cas ponctuellement le long de l'Avenue du 12<sup>ème</sup> Régiment de Cuirassiers où des dispositifs de grands formats sont implantés en doublon.



*Différents types d'affichage publicitaire sur la commune : de l'affichage sur petit mobilier urbain à l'affichage scellé au sol de grand format le long de la rue Nungesser et Coli et de l'Avenue du 12<sup>ème</sup> Régiment de Cuirassiers – Source : Even Conseil*

#### **ENJEUX**

- > Maintenir un affichage limité dans les secteurs déjà préservés.
- > Veiller à adapter l'affichage en place aux secteurs paysagers environnants.

## Enseignes

Au sein des zones d'activités, les typologies bâties sont différentes de celles du cœur historique. De plus grandes dimensions, les bâtiments d'activités ne sont pas implantés en front de rue, mais en recul sur des parcelles de grande taille et accueillant souvent des parkings. Les typologies d'enseignes s'en trouvent ainsi adaptées et présentent des formes différentes ; enseignes en clôture, enseignes au sol.

Au sein de la commune, toutes les zones d'activités n'ont pas la même vocation. La Grande Couture, la zone de la Cressonnière ou encore la zone des Tulipes ont une vocation plutôt logistique ou industrielle. Dans ces zones l'affichage y est peu démonstratif. L'objectif des enseignes n'a pas de vocation publicitaire, mais uniquement de localisation.



*Zones d'activités industrielles et logistiques de la commune présentant des enseignes discrètes  
Source : recensement des publicités et enseignes*

En revanche les zones d'activités (Paris Nord 2, Entrées Sud et Grande vallée) concentrent des activités commerciales. Dans ces zones, quelques cellules commerciales démultiplient les dispositifs d'affichage créant ponctuellement une surdensité d'affichage. Cette surdensité se matérialise de différentes formes.

En premier lieu, les enseignes en façade présentent des dimensions plus importantes. Cela est le cas notamment au niveau de Paris Nord 2 où les enseignes recherchent à gagner en visibilité depuis l'autoroute. Ces enseignes présentent ponctuellement des éléments lumineux en hauteur ou bien s'installent en toiture de manière à gagner en visibilité (cela est notamment le cas au niveau du centre commercial Grande Vallée).

Les commerces usent également de la multiplication d'enseignes au sol ou sur clôture pour se rendre visibles. Les concessionnaires ou les grands groupes ont ainsi pour habitude de démultiplier les drapeaux au détriment de tout respect du Code de l'Environnement. Cette démultiplication attire le regard des automobilistes et crée ainsi une forme de concurrence déloyale par rapport aux commerces limitrophes respectant la réglementation.



*Secteur d'activités de la commune présentant des surenchères ponctuelles d'enseignes. Source : Even Conseil et recensement des publicités et enseignes.*

## ENJEUX

- > Limiter la surenchère liée aux enseignes de certaines zones commerciales en encadrant notamment les enseignes sur clôture et au sol et en veillant au respect de la réglementation nationale.
- > Veiller à adapter la réglementation dans ces secteurs afin d'adapter les typologies d'enseignes autorisées aux typologies bâties.

#### 4. Entrées de ville et routes départementales

La commune de Gonesse possède la spécificité d'avoir son centre historique presque entouré de routes départementales à forte circulation que sont la RD 370 et la RD 84. Ces axes très circulés constituent des entrées de ville et sont donc, à ce titre, à préserver.

##### Publicité et pré-enseignes

Les routes départementales de la commune, présentent un trafic important. Elles sont par conséquent particulièrement ciblées par les afficheurs qui y voient de forts enjeux de visibilité.

Leur localisation à proximité des zones d'activités crée également une opportunité d'affichage pour les commerces de ces zones qui cherchent des emplacements pour installer des pré-enseignes et ainsi se rendre visibles.



*Entrée de ville Sud-Est par la RD370*

La RD 370 se trouve ainsi particulièrement affichée sur tout son linéaire depuis l'A1 jusqu'à la rue de Paris. Ce sont essentiellement des supports scellés au sol de grand format (plus de 12m<sup>2</sup>) qui y sont implantés, ainsi que des petits supports de mobilier urbain (planimètres et abris voyageurs). L'ensemble de cet affichage dégrade fortement le paysage urbain le long de l'axe et donc le paysage d'entrée de ville.

##### **ENJEU**

> Limiter l'accumulation de supports publicitaires de grand format en entrée de ville et le long des axes circulés.

##### **Enseignes**

La problématique des enseignes le long de ces axes se recoupe avec celle des zones d'activités qui les bordent. A proximité des axes fortement circulés, les commerces recherchent à se rendre plus visibles, démultipliant ponctuellement les supports, notamment scellés au sol ou sur clôture. Cet affichage nuit à la bonne lecture des fronts commerciaux et doit donc être encadré pour améliorer la lecture de chaque activité.

##### **ENJEUX**

> Limiter la surenchère d'enseignes de certains commerces en encadrant notamment les enseignes sur clôture et au sol et en veillant au respect de la réglementation nationale.

## II. SYNTHÈSE CARTOGRAPHIQUE ET STATISTIQUE

### 1. Méthodologie pour le recensement

Un recensement détaillé et précis de l'ensemble des enseignes, publicités et pré-enseignes présentes sur la commune a été réalisé sur le terrain en novembre 2020, photographié et géoréférencé et une base de données établie.

Chaque objet relevé a été qualifié pour réaliser l'analyse des conformités au regard de la RNP à partir d'un relevé vidéo (technologie Imagbox)

Pour chaque dispositif sont renseignés :

- La nature du dispositif (publicité, pré-enseigne, enseigne)
- Son mode d'implantation
- Mesure du format
- 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
- La photographie du dispositif

L'Imajbox : un concentré de technologie



Dispositif publicitaire

×

### SIGNAL SERVICE

🏠 7 Route de l'Europe 95500 GONESSE

📍 Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

📦 Type de pose : scellée au sol sur terrain

numérique  lumineux ou éclairé  variable  déplaçable

Surface **utile** = 2,40 m x 1,60 m x 1 face = **3,84 m<sup>2</sup>**

mauvais état  sur mur aveugle  sur mobilier urbain  
 lettre sans fond  mur ou égout toit  sur abris bus  banderole  doublon  dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 3,90 m

Surface **totale** = 2,40 m x 1,60 m = **3,84 m<sup>2</sup>**

**Ce support contrevient à une infraction :**

**RNP : article L581-7 Code de l'Environnement**

Publicité hors agglomération



## 2. Cartographique et éléments d'analyse statistique

L'objectif de ce recensement est d'identifier :

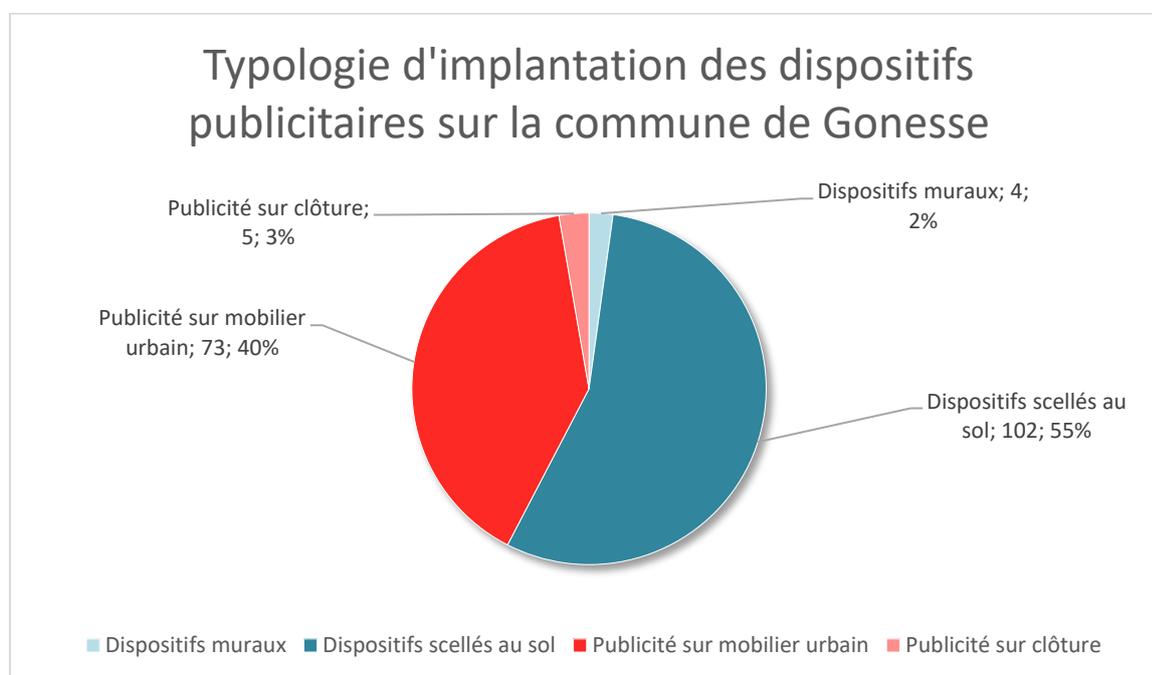
- dans un premier temps, les dispositifs actuellement non conformes avec la réglementation nationale afin ...
- ... d'identifier dans un second temps les enjeux pour la commune uniquement à partir des dispositifs conformes.

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'implantation de certains dispositifs sur certains secteurs).

### Analyse des dispositifs publicitaires

Sur l'ensemble de la commune, un total de **990 dispositifs** a été analysé.

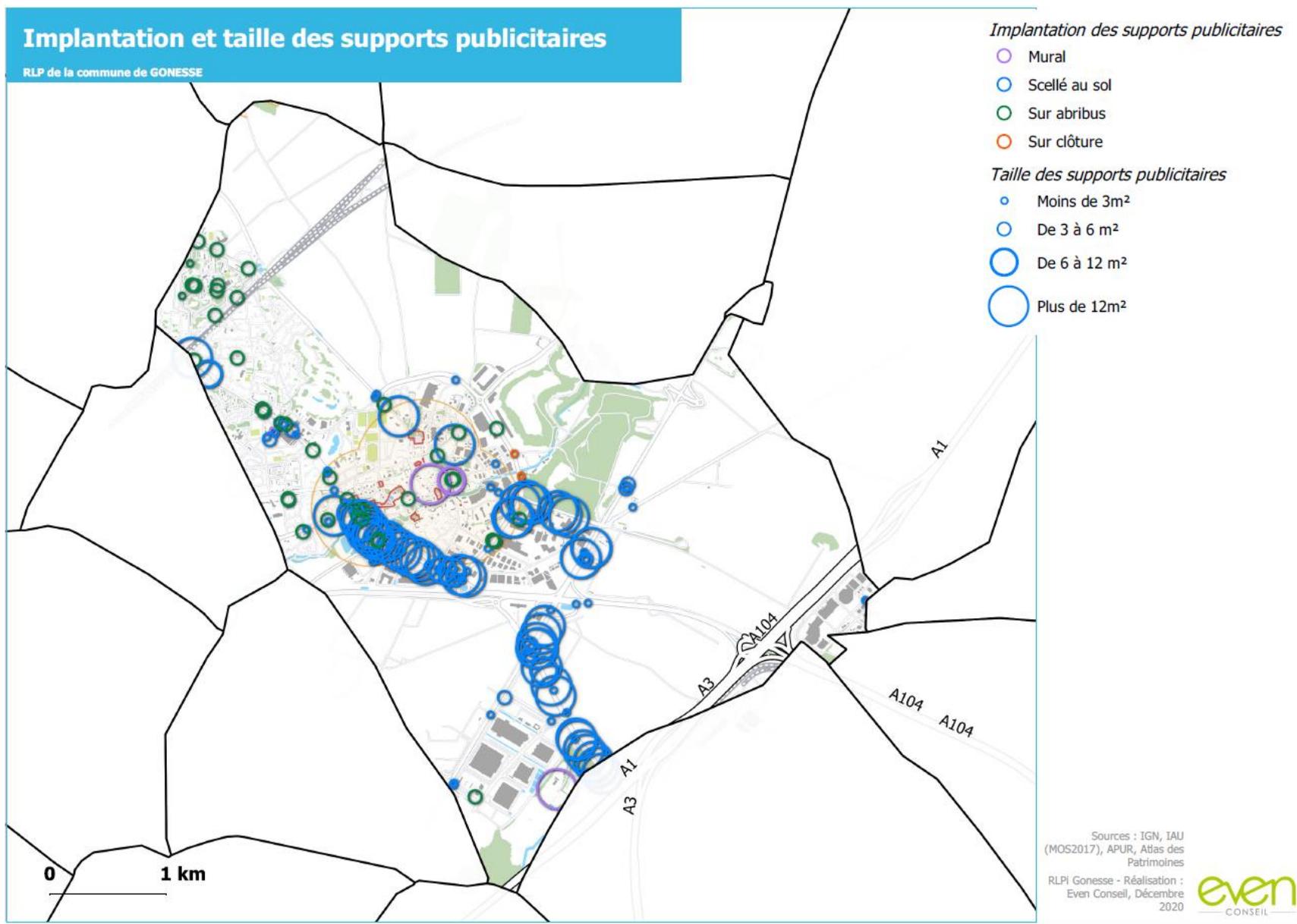
Parmi ces dispositifs analysés, **806 sont des enseignes** et **184 sont des publicités et pré-enseignes**.

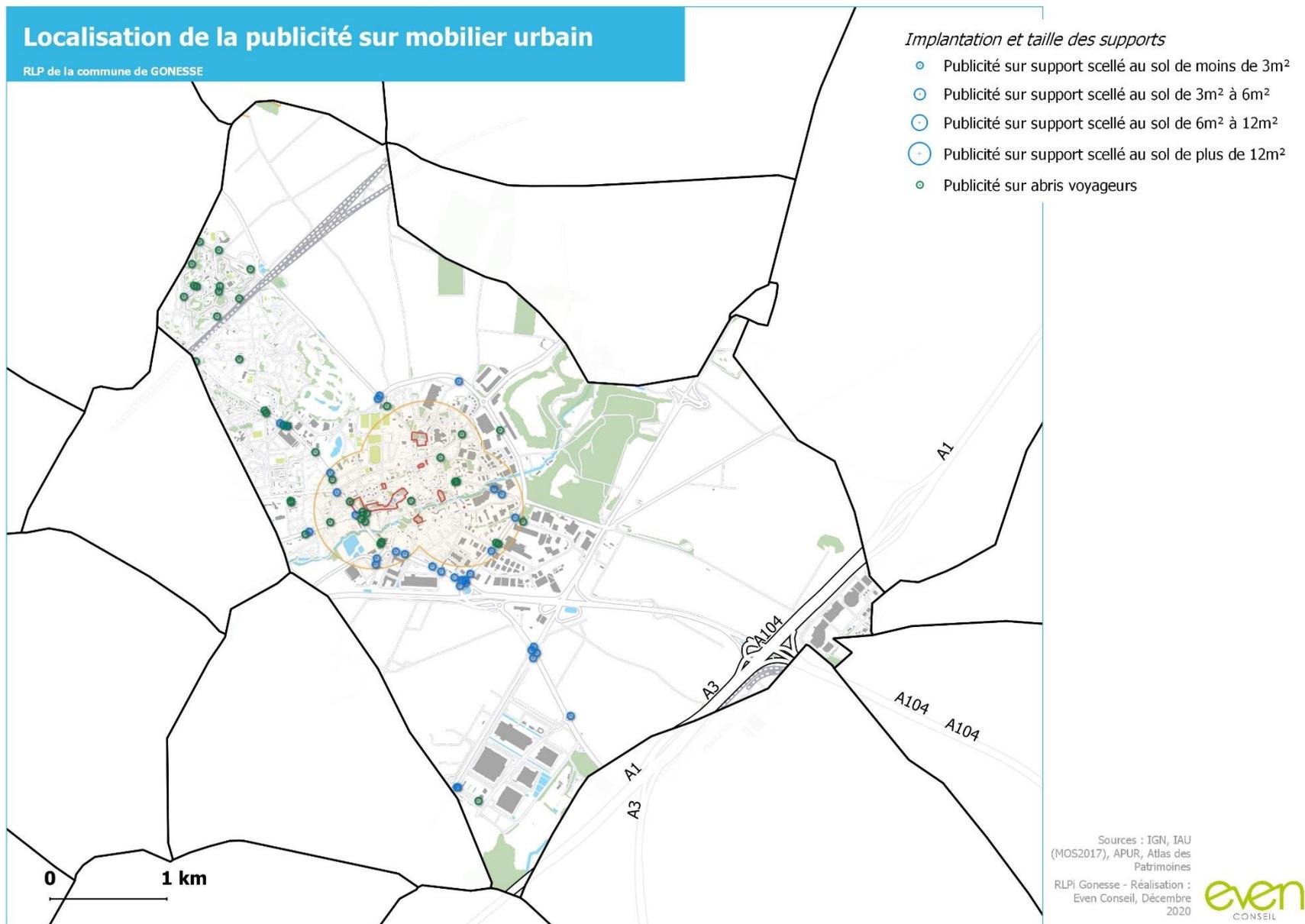


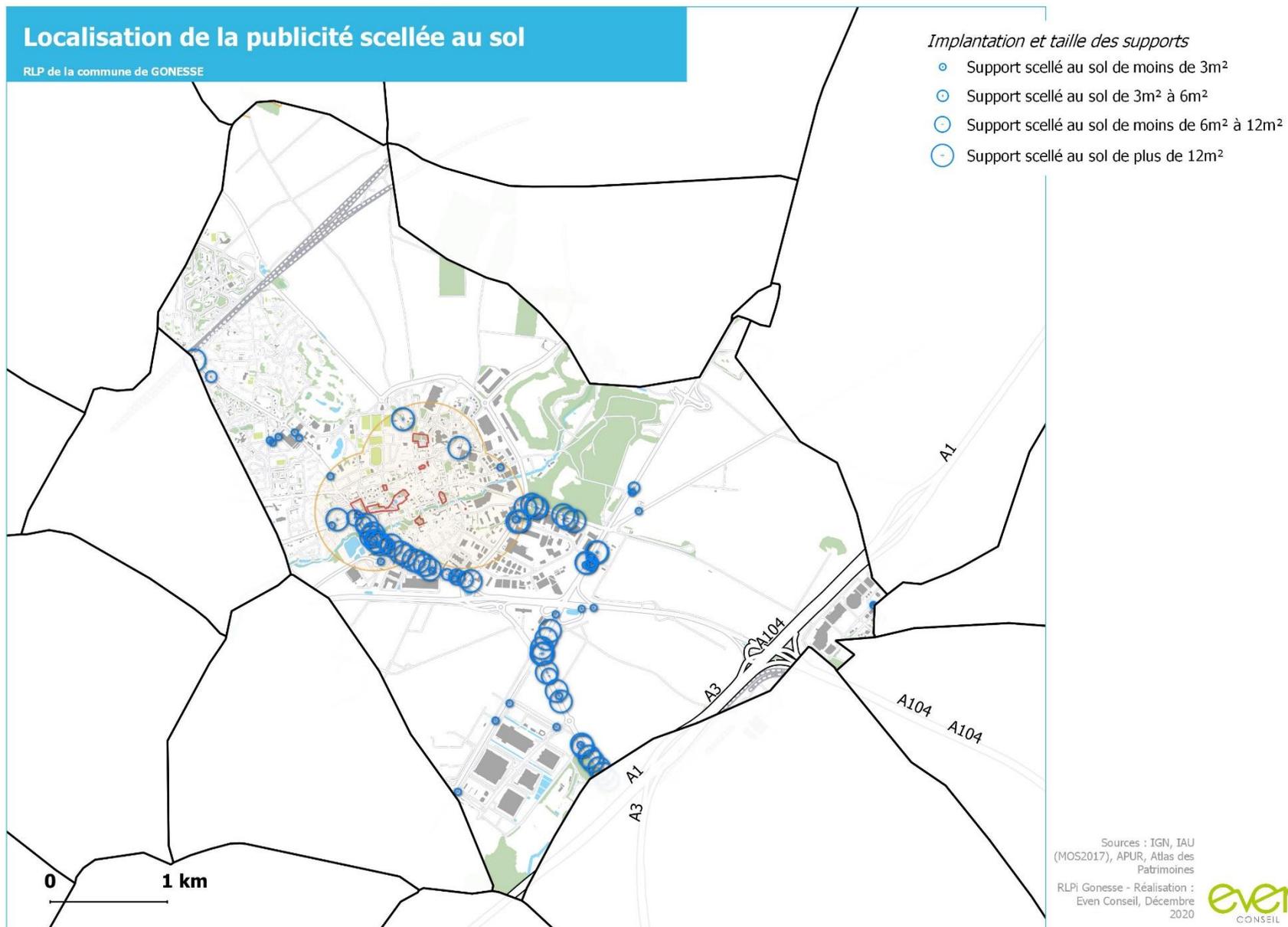
Les supports publicitaires de la commune se répartissent majoritairement en deux catégories :

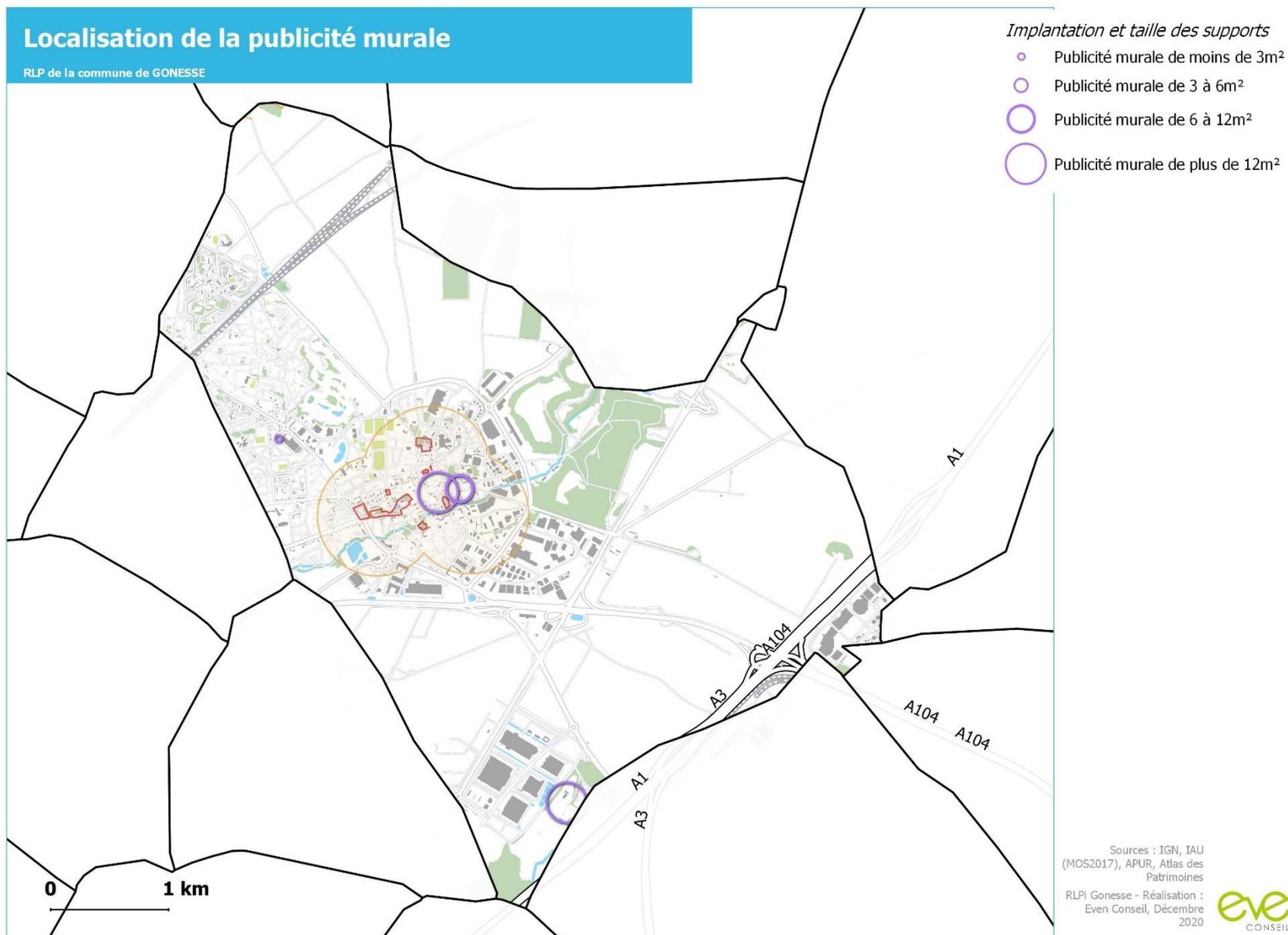
- les supports scellés au sol, majoritairement de grand format, sont implantés aux abords des zones d'activités et se concentrent principalement le long de la rue Nungesser et Coli, sur la RD 370 au Sud de la commune, le long de l'avenue du 12<sup>ème</sup> régiment de Cuirassiers ainsi que sur la route de Paris à Senlis.
- les publicités sur mobilier urbain, essentiellement de petit format, qui sont réparties de manière homogène sur toute la commune.

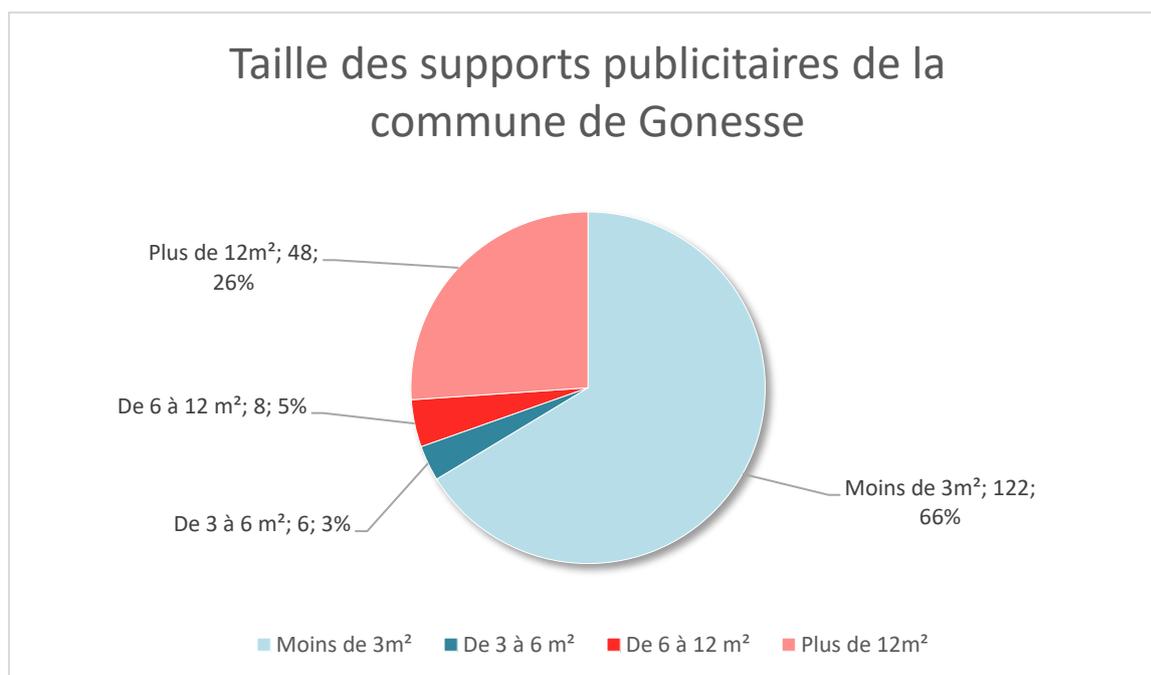
Les cartes des pages suivantes présentent l'implantation des différentes typologies de publicité dans la commune.











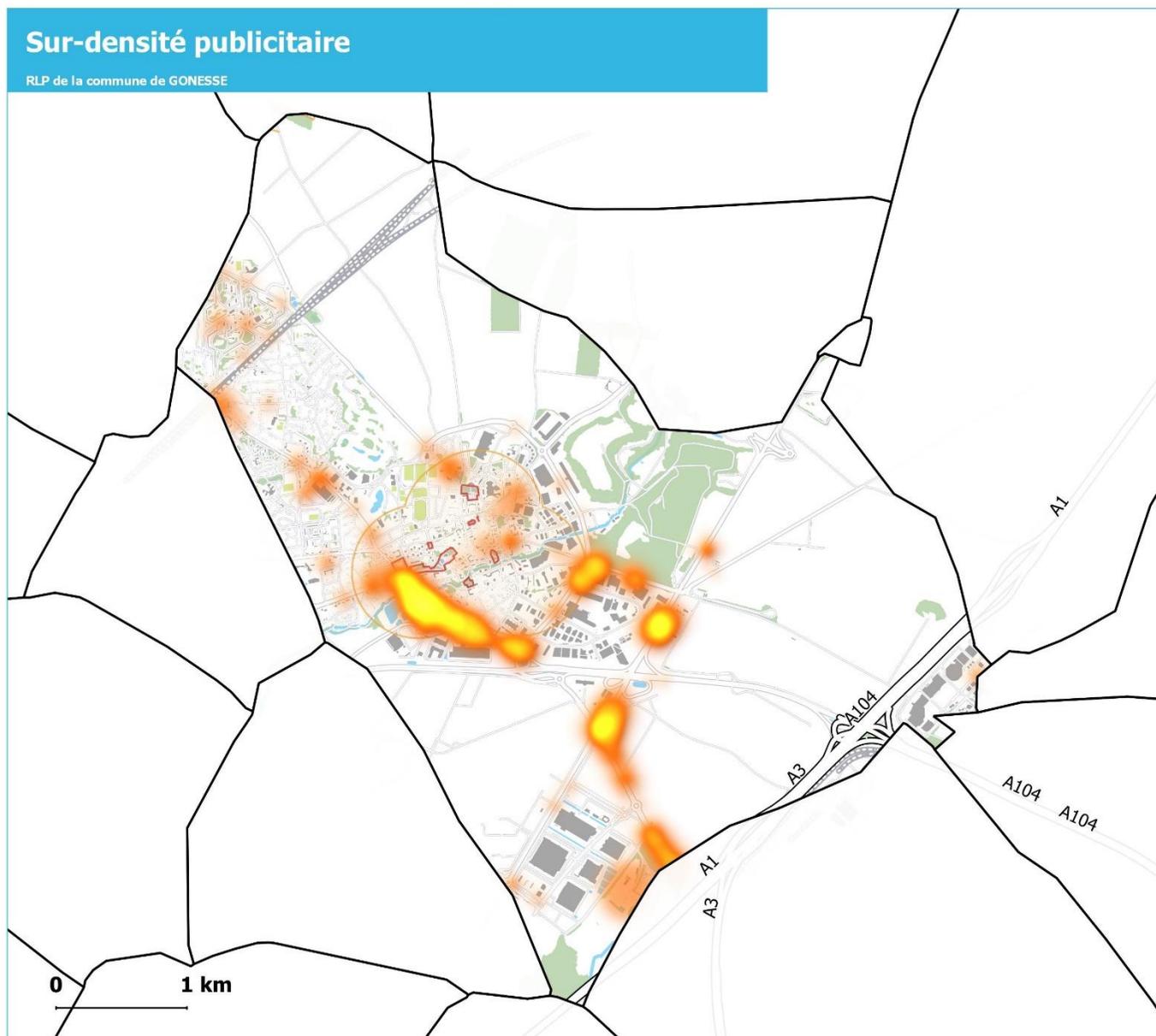
Les supports publicitaires de la commune sont très majoritairement de petit format (plus de 66% des supports font moins de 3m<sup>2</sup>). Cette prédominance des petits dispositifs au sein du centre historique et des secteurs résidentiels permet une préservation des secteurs les plus sensibles à l’affichage publicitaire.

En revanche, quelques secteurs sont fortement impactés par des supports publicitaires de très grand format (plus de 12m<sup>2</sup>). La carte de densité ci-après fait apparaître ces zones soumises à une surdensité d’affichage que sont :

- La rue Nungesser et Coli,
- La RD 370 au Sud de la commune et plus particulièrement le croisement avec la RD 317,
- La route de Paris à Senlis.

Dans ces secteurs, une accumulation de supports publicitaires de grand format dégrade la qualité du paysage urbain. Ces dispositifs situés pour certains en entrée de ville invitent à engager une réflexion sur l’encadrement des supports en vue de valoriser le paysage d’entrée de ville.

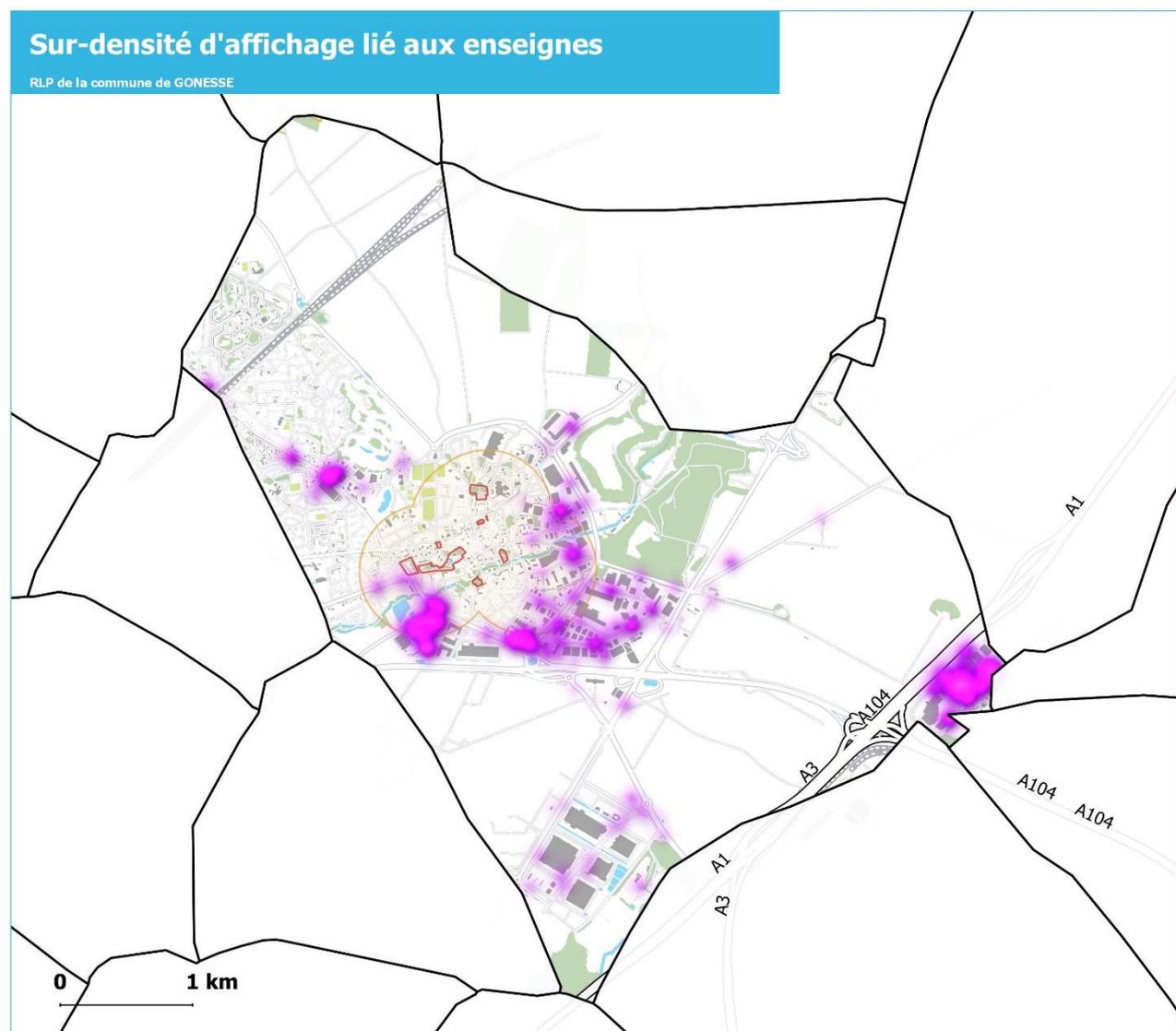
Il est important de noter que les supports actuellement en place dans ces secteurs font majoritairement plus de 12m<sup>2</sup>. Ils sont donc actuellement non conformes au Code de l’Environnement.



## Analyse des dispositifs d'enseignes

De la même façon que l'affichage publicitaire, les enseignes peuvent constituer ponctuellement des effets d'accumulation néfastes au paysage général des fronts commerçants. Cette accumulation se concentre principalement au niveau de quelques zones commerciales :

- à proximité de l'A1, au niveau de la zone Paris Nord 2 (regroupant notamment IKEA et Castorama),
- au niveau de la ZAC entrée Sud et plus précisément à proximité du rond-point de la Laïcité,
- au niveau du rond-point de la Paix,
- à proximité du centre commercial Leclerc avenue Georges Pompidou.



La surenchère d'affichage qui n'est souvent le fait que de quelques commerces, peut nuire à la bonne lisibilité de toute une zone. Par souci d'équité entre l'ensemble des commerçants, une réflexion pourra être menée en vue d'harmoniser les enseignes de ces différentes polarités.

En termes d’implantations des enseignes, elles diffèrent selon la localisation des commerces.

Les commerces de centre-ville privilégient, du fait de l’organisation du bâti, des enseignes en façade (parallèles à la façade, ou bien perpendiculaires) majoritairement de petit format.



Au sein des zones d’activités en revanche, si l’impantation en façade reste privilégiée, elle est associée (à hauteur de 25%) par des enseignes au sol (panneaux, totems, drapeaux,etc...).

Ces dispositifs au sol, du fait de la taille des parcelles et de l’implantation du bâti, peuvent trouver leur utilité dans l’indication qu’elles apportent des entrées et sorties. Pour autant (et cela est d’autant plus vrai à proximité des axes à forte visibilité) ces enseignes au sol sont ponctuellement détournées à des fins proches de la publicité, avec des surfaces dépassant 6m<sup>2</sup> pour 17% de ces supports.

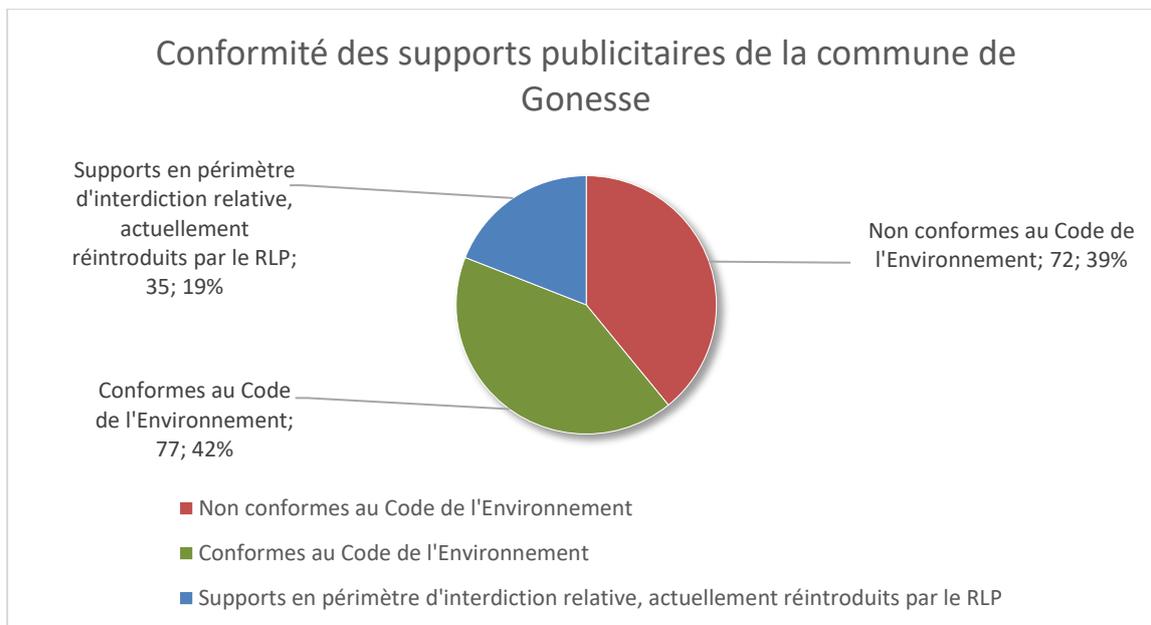


### III. ANALYSE DE LA CONFORMITE DES DISPOSITIFS

#### 1. Publicités et pré-enseignes

##### Synthèse statistique

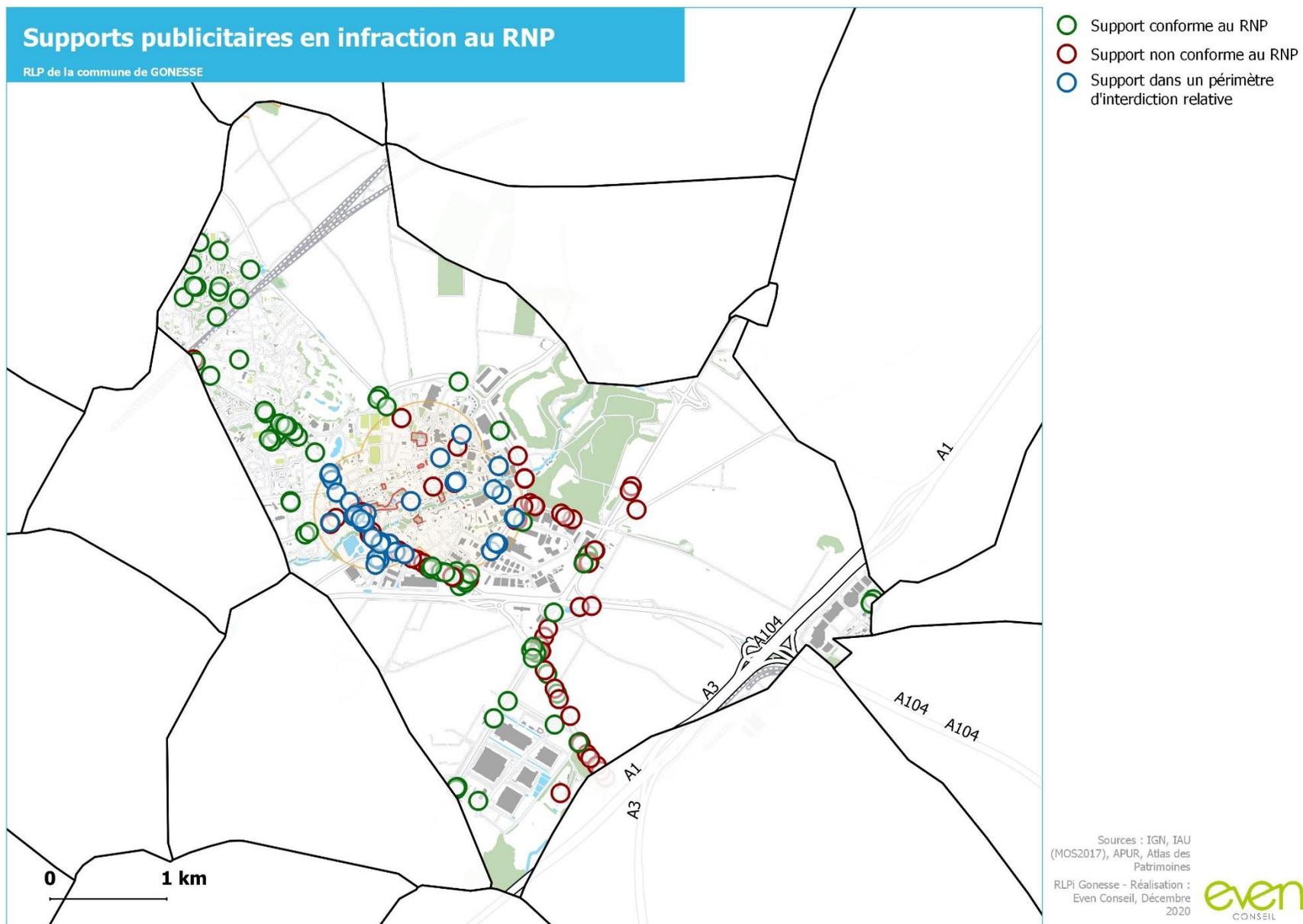
Dans la commune, 73 dispositifs publicitaires présentent au moins une raison de non-conformité au Code de l'Environnement.



Les raisons de non-conformité des dispositifs publicitaires sont présentées dans le tableau ci-dessous.  
*NB : un dispositif peut faire l'objet de plusieurs non conformités (ex : surface trop importante et trop haut). Le nombre de non conformités n'est donc pas égal au nombre de dispositifs non-conformes.*

Infraction	Article du Code de l'Environnement	Nombre de dispositifs en infraction
Publicité dans un périmètre d'interdiction relative	L581-8-1	53
Surface d'une publicité scellé au sol dépassant 12 m <sup>2</sup>	R581-32	47
Publicité hors agglomération	L581-7	15
Publicité sur un poteau électrique, de télécommunication, d'éclairage public ou sur un équipement public concernant la circulation	R581-22	8
Publicité sur une clôture non aveugle	R581-22	5
Publicité scellée au sol s'élevant à plus de 6m du sol	R581-32	3
Publicités murales composées de plus de 2 dispositifs ou 2 publicités murales non alignées verticalement ou horizontalement	R581-25	2
Publicité murale d'une surface dépassant 12m <sup>2</sup>	R581-26	2
Publicité sur toiture ou dépassant les limites de l'égout du toit ou du mur qui la supporte	R581-22	1
Publicité sur un mur de façade non aveugle avec ouvertures supérieures à 0,50 m <sup>2</sup>	R581-22	1

La localisation des supports non-conformes ainsi que des exemples photographiques de supports non-conformes sont présentés dans les pages suivantes.



## Principales infractions à la réglementation nationale des publicités

Sont présentées, ci-après les principales, non-conformités à la réglementation nationale identifiées sur la commune.

- Publicité dans un périmètre d'interdiction relative

Cette interdiction peut être levée par le biais du RLP dans la mesure où la réintroduction peut être justifiée d'un point de vue environnemental.

### Code de l'environnement

L'article L.581-8 du Code de l'Environnement dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L.581-4, sont dites «relatives » puisqu'il «ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14 ».

La publicité est ainsi interdite par l'article L.581-8 :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code;
- dans les sites inscrits;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.



- Surface de support supérieure à 12m<sup>2</sup>

**Code de l'environnement**

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, **les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent avoir une surface supérieure à 12 m<sup>2</sup>**, R581-32 Code de l'Environnement.



- Publicité hors agglomération

**Code de l'environnement**

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. Art L581-7 Code de l'Environnement



- Publicité sur un poteau électrique, de télécommunication, d'éclairage public ou sur un équipement public concernant la circulation

**Code de l'environnement**

**La publicité est interdite sur les poteaux de transport et de distribution électrique**, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne, R581-22 Code de l'Environnement



- Publicité sur une clôture non aveugle

**Code de l'environnement**

La publicité est interdite sur les clôtures qui ne sont pas aveugles. R581-22 Code de l'Environnement



- Publicité s'élevant à plus de 6m du sol

**Code de l'environnement**

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent s'élever à plus de 6m au-dessus du niveau du sol. R581-32 Code de l'Environnement



Publicités murales composées de plus de 2 dispositifs ou 2 publicités murales non alignées verticalement ou horizontalement

**Code de l'environnement**

La publicité murale est interdite si elle est non alignée verticalement ou horizontalement sur un côté ou dont le nombre est supérieur à 2 (R581-25 du Code de l'Environnement)



- Publicité dépassant les limites de l'égout du toit ou du mur qui la supporte

Code de l'environnement

La publicité ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (R581-27 du Code de l'Environnement)



- Publicités sur un mur de façade avec ouvertures supérieures à 0,5 m<sup>2</sup>

Code de l'environnement

La publicité est interdite sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré (R581-22 du Code de l'Environnement)



## 2. Enseignes

### Principales infractions à la réglementation nationale des publicités

- Enseignes dépassant le haut du mur

#### Code de l'environnement

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur **ne doivent pas dépasser les limites de ce mur** (Article R.581-60)



- Enseigne qui dépasse la limite d'égout du toit



#### Code de l'environnement

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit. (Art. R.581-60, dernier alinéa Code de l'environnement).

- Enseigne en façade dépassant les pourcentages autorisés

#### Code de l'environnement

- les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une **surface cumulée excédant 15%** de la surface de cette façade ;
- la surface des enseignes peut être portée à **25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés**, R.581-63, Code de l'Environnement



- Enseignes au sol de plus de 12m<sup>2</sup>

#### Code de l'environnement

La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R. 581-64 est de 6 mètres carrés. Elle est portée à 12 mètres carrés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. R581-65 Code de l'Environnement



- Enseignes clignotantes

#### Code de l'environnement

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

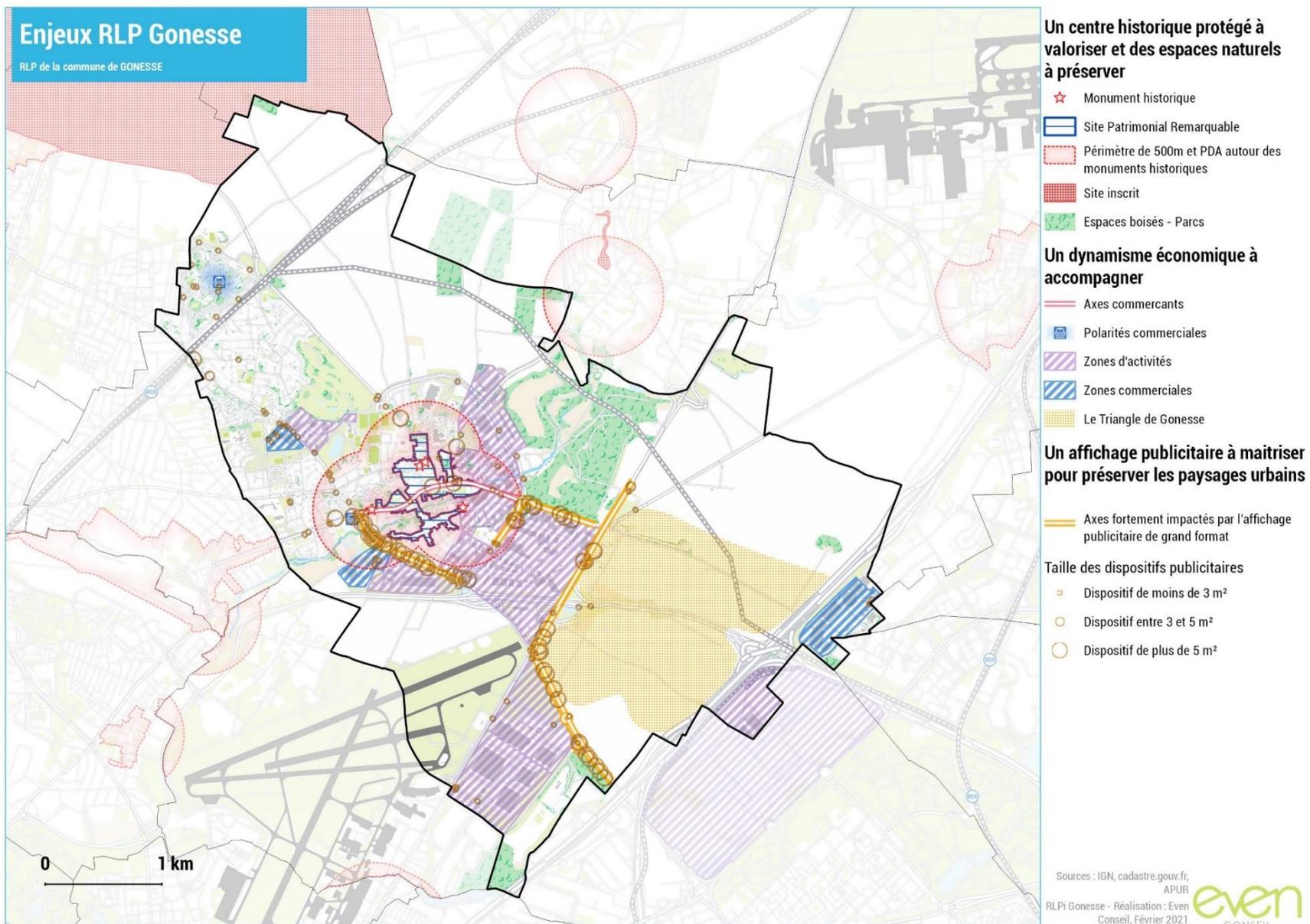


- Enseignes au sol trop nombreuses



#### Code de l'environnement

Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre à **un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation** publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée (Art. R.581-64, dernier alinéa Code de l'environnement).



## Chapitre 6 : Orientations

Les orientations guidant l’élaboration du RLP sont déclinées en cinq axes, eux même déclinés en objectifs et moyens pour atteindre ces orientations. L’ensemble de ces orientations sont détaillées ci-après.

### AXE 1: VALORISER LE SITE PATRIMONIAL REMARQUABLE DE LA COMMUNE EN ENCADRANT L’AFFICHAGE AFIN QUE CE DERNIER SOIT UN ELEMENT D’UNE VALORISATION GLOBALE DU BATI HISTORIQUE.

- **Valoriser le centre ancien par une recherche d’enseignes de qualité**

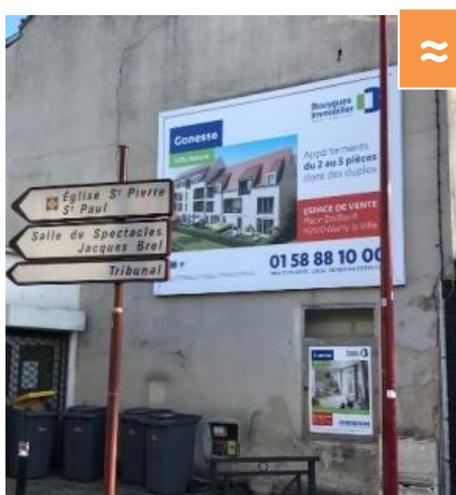
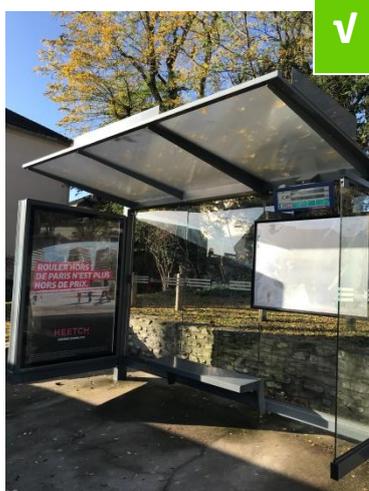
*Encadrer les enseignes afin de mieux les intégrer aux façades bâties*



- **Préserver le centre ancien par une réintroduction limitée de la publicité**

*Réintroduire la publicité uniquement sur du mobilier urbain de petits formats*

*Interdire la publicité numérique*



## AXE 2 : AMELIORER LA QUALITE DES ENTREES DE VILLE DEPUIS LES AXES DEPARTEMENTAUX, ACTUELLEMENT DEVALORISEES PAR DE GRANDS SUPPORTS PUBLICITAIRES

- **Limiter le nombre et le format des supports scellés au sol en entrée de ville afin de limiter les effets de sur-densité**



## AXE 3 : PRESERVER LA QUALITE DU CADRE DE VIE AU SEIN DES SECTEURS RESIDENTIELS IMPACTES PAR L'EFFET NEGATIF DE L'AFFICHAGE

- **Maintenir un nombre et des formats de publicités limités dans les secteurs résidentiels**

*Limiter les possibilités d'implantation des publicités en secteur résidentiel*

*Limiter les dispositifs à de petits formats*



▪ **Harmoniser les enseignes au sein des polarités commerciales**

*Veiller à l'intégration des enseignes au bâti*

*Intégrer des notions de format pour uniformiser les enseignes*



**AXE 4: ADAPTER LA REGLEMENTATION AUX DIFFERENTS SECTEURS COMMERCIAUX AFIN D'OFFRIR A CHAQUE SECTEUR UNE REGLEMENTATION ADAPTEE A SES TYPOLOGIES BATIES ET A SES ENJEUX**

▪ **Assurer la bonne visibilité de chaque activité par une réglementation harmonisée**

*Encadrer les enseignes au sol*

*Veiller à l'adaptation des formats et de l'implantation des enseignes aux typologies bâties*



- **Limiter les effets de surdensité d’affichage par un encadrement des enseignes et des publicités en nombre et en format**

*Définir des règles de densité strictes*

*Limiter les formats des publicités aux abords des zones d’activité*



## **AXE 5: ANTICIPER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES AFIN DE FIXER LE CADRE DANS LESQUELLES CES DERNIERES DEVRONT S’INSCRIRE**

- **Encadrer les dispositifs numériques**



*Limiter la publicité numérique en surface et la limiter à certains secteurs particuliers*

*Encadrer les enseignes numériques afin d’éviter leur développement sur l’ensemble de la commune et notamment dans le SPR*

▪ **Adapter les horaires d’extinction nocturne aux besoins réels de la commune**

*Etendre la plage d’extinction nocturne afin de l’adapter aux besoins réels de la commune*



## Chapitre 7 : Justification des choix retenus

### I. MOTIFS DE DELIMITATION DU ZONAGE

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux avec des caractéristiques morphologiques propres : le centre historique, les zones résidentielles, les polarités commerciales, et les zones d'activités. Au sein de ces secteurs il est également ressorti du diagnostic que des règles spécifiques doivent être établies pour valoriser les entrées de ville.

Chacun de ces secteurs présente des problématiques d'affichage propres.

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, quatre zones de publicité ont été définies. Pour chacune de ces zones de publicité (ZP), des prescriptions particulières ont été élaborées. Le RLP prévoit également des dispositions communes à l'ensemble des zones.

#### 1. ZP1 : Centre historique

La ZP1 correspond au secteur du centre historique de la commune, regroupant notamment les principaux monuments historiques et un périmètre élargi du SPR. Le but de cette zone est d'offrir une protection renforcée à ces secteurs sensibles en limitant fortement la publicité et en définissant un cadre strict pour l'implantation des enseignes.

La ZP1 couvre également les zones N du PLU nécessitant une protection particulière au titre de leur caractère naturel et paysager.

#### 2. ZP2 : Secteurs résidentiels et commerces de détail

La ZP2 correspond aux secteurs résidentiels avec quelques polarités commerciales.

L'objectif dans ces secteurs est de restreindre la publicité à un format de 2 m<sup>2</sup> maximal afin de limiter l'impact de la publicité dans des secteurs résidentiels où l'ombre portée des dispositifs (notamment de grandes envergures), peut porter atteinte à la qualité du cadre de vie des habitants.

#### 3. ZP3 : Zones industrielles

La ZP3 correspond aux zones d'activités économiques non commerciales de la commune, soit :

- la zone d'activités Grande Couture
- la zone d'activités Cressonnières :
- la zone d'activités des Tulipes

Dans cette zone, le bâti est de plus grande dimension que dans le centre ancien ou les zones résidentielles et se trouve en retrait du domaine public au sein de grandes parcelles. L'activité y étant essentiellement logistique, il s'agit de zones où l'affichage présente des fonctions utilitaires et non commerciales.

La ZP3 couvre également les axes longeant ou traversant ces zones d'activités. Les axes en question présentent de forts enjeux en matière d'affichage et sont aujourd'hui impactés par une surdensité de dispositifs (cumul de publicités et d'enseignes au sol).

Le long de ces axes, les distances de façade à façade sont relativement importantes. Ainsi, l'implantation de dispositifs publicitaires de grand format (10,50 m<sup>2</sup>) y a un impact plus limité qui pourrait s'apparenter à celui des dispositifs de 2 m<sup>2</sup> dans des rues de centre-ville ou de zones résidentielles plus étroites.

#### 4. ZP4 : Zones commerciales

Le secteur ZP4 correspond aux zones commerciales de la commune. Ce secteur se caractérise par des cellules commerciales aux typologies bâties de grandes dimensions, avec des parkings qui entourent les bâtiments commerciaux.

La zone est divisée en deux sous-secteurs :

- La ZP4a qui couvre les zones d'activités commerciales de la Grande-Vallée et de l'ancienne ZAC Entrée Sud
- La ZP4b qui couvre la zone d'activités commerciales Paris Nord 2

La zone d'activités Paris Nord 2 se distingue des deux autres zones à plusieurs titres :

- Elle est localisée le long de l'autoroute A3,
- Elle est située à cheval sur plusieurs communes,
- Une charte d'affichage est en place sur la zone afin de trouver une cohérence entre les cellules commerciales situées sur des communes différentes.

Pour ces raisons, une zone spécifique a été déclinée. Cette zone permet de reprendre une partie de la réglementation préconisée dans la charte de la zone.

Au sein de ces zones, un affichage de dimensions un peu plus importantes est permis de manière à permettre l'expression commerciale des acteurs de ces secteurs. Pour autant les différents types d'enseignes et de publicités sont encadrés, notamment en nombre, de manière à organiser l'affichage et à éviter les effets de surdensité, malgré un affichage de plus grande dimension.

## II. CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE

### Réglementation des publicités et pré-enseignes

Le Règlement Local de Publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes et notamment des articles L.581-1 à L.581-45 et aux dispositions des articles R.581-2 à R.581-88.

#### 1. Dispositions communes à toutes les zones

##### ▪ REINTRODUCTION DE LA PUBLICITE EN SECTEUR D'INTERDICTION RELATIVE

La commune de Gonesse est couverte au niveau de son centre-ville par des périmètres de 500m protégeant les abords de Monuments Historiques (autour du pigeonnier d'Orgemont, du pigeonnier de Garlande, de l'ancien Hôtel Dieu et de l'église Saint Pierre Saint Paul), ainsi que par un Site Patrimonial Remarquable couvrant le centre ancien. Cela engendre une interdiction relative de publicité.

Afin de préserver les abords immédiats de ces monuments, une zone ZP1 a été définie sur un périmètre étendu du SPR. Dans ce secteur la publicité est autorisée uniquement sur mobilier urbain et sur un format limité à 2m<sup>2</sup>, correspondant au format des publicités sur abris voyageurs et sur planimètres. Ces dispositifs offrent des espaces d'affichage pour les commerçants, et les événements de la ville, tout en s'intégrant sur du mobilier adapté à la circulation piétonne. Ils permettent ainsi de répondre aux enjeux d'équilibre entre préservation des paysages des abords des monuments et vie économique.

Dans le reste du périmètre de 500m, les règles d'affichage sont adaptées au bâti rencontré (plutôt résidentiel ou industriel). Des zones ZP2 et ZP3 sont ainsi appliquées au reste du périmètre. Au sein de la ZP2, les formats sont très limités et ne peuvent dépasser 2m<sup>2</sup>. Au sein de la ZP3, les formats autorisés jusqu'à 10,50m<sup>2</sup> sont associés à des règles de densité permettant de réduire la quantité d'affichage par rapport à l'existant.

Dans ces secteurs, le contexte urbain, associé à un relief peu marqué, limite les vues lointaines. Cela permet de supposer que l'impact de la publicité est prédominant aux abords immédiats des différents monuments, mais faible au bout du périmètre de 500m ou dans le reste de la commune.

Le Règlement Local de Publicité permet ainsi, de façon limitée, la réintroduction de la publicité. Les abords immédiats sont particulièrement préservés avec une autorisation uniquement sur du mobilier urbain de petit format (2m<sup>2</sup>).

Afin de préserver les abords, aucun type de publicité supplémentaire à ceux déjà en place, n'est autorisé. En effet seul le mobilier urbain (qui est déjà présent) est admis au sein du SPR et non les publicités murales et scellées au sol (actuellement presque absentes de ce secteur). Dans cette même logique une réglementation plus forte des enseignes doit permettre de préserver les abords par un affichage dé-densifié et de meilleure qualité.

#### ▪ REGLES D'EXTINCTION NOCTURNE

Les horaires d'extinction nocturne des publicités, pré-enseignes lumineuses et enseignes sont étendus de 23h à 6h du matin afin de limiter l'impact de la luminosité sur les habitations environnantes et sur les milieux naturels. Afin de pouvoir maintenir un affichage sécuritaire et d'informer les habitants notamment lors d'événements exceptionnels, le mobilier urbain n'est pas concerné par cette règle.

#### ▪ REGLES COMMUNES APPLICABLES A 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. Cette disposition vise à interdire l'installation de dispositifs particuliers dont le seul but serait d'attirer le regard, sans aucune prise en compte de l'environnement paysager dans lequel ils s'inscriraient.

Afin de limiter l'occupation de l'environnement par la publicité, des dispositifs particuliers, très impactant pour le cadre de vie, ont été interdits. C'est notamment le cas des dispositifs en toiture, ou de ceux sur terrasses ou marquises. Les dispositifs sur volets et sur clôtures pleines (hors publicité de chantier) ont également été interdits afin de prolonger les dispositions du Code de l'Environnement liées à l'interdiction sur mur et clôtures non aveugles.

Afin d'assurer la préservation de la qualité des espaces naturels, il est rappelé que les publicités scellées au sol, y compris la publicité sur mobilier urbain, sont interdites au sein des Espaces Boisés Classés (EBC) et des zones N du PLU.

Afin de favoriser l'intégration des dispositifs dans leur environnement et limiter les dispositifs complémentaires aux supports publicitaires eux-mêmes, des dispositions ont été intégrées en vue de préserver la sobriété des dispositifs. L'éclairage par projection (qui nécessite l'installation d'une rampe surplombant le panneau) a ainsi été interdit.

Les seules publicités lumineuses autorisées sont les publicités éclairées par transparence.

#### ▪ DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES SUR MOBILIER URBAIN

Les dispositifs publicitaires sur mobilier urbain ont été admis dans la commune mais limités en densité. Cette contrainte de densité doit permettre d'inclure le mobilier urbain dans la logique globale de limitation de la publicité au sein de la commune.

La publicité sur abris voyageurs a été exclue de la règle de densité afin de répondre aux contraintes techniques liées aux arrêts de bus. Cependant l'offre de transports n'étant pas susceptible de se développer drastiquement, le nombre de supports n'est amené qu'à peu évoluer.

#### ▪ DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES MURALES

Les dispositifs muraux ont été admis dans certaines zones de la commune. Cependant, en vue de préserver la qualité du bâti sur lequel ces dispositifs s'insèrent, certaines dispositions ont été intégrées :

- Densité : un seul dispositif est admis par mur afin d'éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné
- Distance aux arrêtes : un recul de 50cm par rapport à toute arrête est exigé pour l'implantation de dispositifs muraux. Cette disposition a pour but de protéger les éléments d'architecture et d'éloigner les dispositifs publicitaires (qui intègrent souvent des éléments lumineux) des fenêtres de la façade perpendiculaire de manière à limiter l'impact de la luminosité sur les habitants.
- Préservation des éléments de composition architecturale : une interdiction de masquer des éléments de composition architecturale a été définie afin que la publicité ne nuise pas à la qualité du bâti sur le territoire
- Installation sur la façade : l'installation doit obligatoirement se faire parallèlement aux arrêtes du support afin, là également, de préserver les formes architecturales et imposer une prise en compte du contexte environnemental pour installer un support publicitaire.

Dans les périmètres d'entrées de ville définis au plan de zonage, une interdiction totale a été définie dans le but de protéger ces secteurs d'un affichage abusif. Il s'agit ainsi de valoriser la qualité paysagère de ces espaces par le biais d'un affichage plus restreint qu'ailleurs.

#### ▪ DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES SCHELLES AU SOL (HORS MOBILIER URBAIN)

Les dispositifs scellés au sol ont été admis dans certaines zones de la commune. Cependant, en vue de préserver la qualité des secteurs environnementaux dans lesquels ces dispositifs s'insèrent, certaines dispositions ont été intégrées :

- Densité : les dispositifs installés côte à côte en doublon sont interdits afin d'éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné.
- Habillage : le dos des dispositifs simple face doivent être habillés afin d'encourager la mise en place de supports de qualité plutôt que de supports installés à l'économie, sans prise en compte de l'environnement. Dans la même logique les dispositifs doivent être à flanc fermé.
- Implantation : les deux faces d'un dispositif doivent obligatoirement être parallèles entre elles. Ainsi l'implantation en V est interdite afin d'éviter qu'un espace trop large ne soit occupé visuellement par des dispositifs publicitaires.

Dans les périmètres d'entrées de ville définis au plan de zonage, une interdiction totale a été définie dans le but de protéger ces secteurs d'un affichage abusif. Il s'agit ainsi de valoriser la qualité paysagère de ces espaces par le biais d'un affichage plus restreint qu'ailleurs.

## ▪ DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES DE CHANTIER

La publicité de chantier est un type de publicité qui s’installe temporairement au cours de la réalisation de travaux et uniquement pendant la période effective de réalisation desdits travaux.

Comme tout dispositif temporaire, cet affichage n’a pas vocation à durer, mais peut permettre, ponctuellement, de couvrir certains frais de chantier et ainsi de faciliter la réalisation de travaux. Par l’autorisation de la publicité de chantier c’est ainsi une mise en valeur à long terme de l’environnement urbain qui est visée en facilitant les travaux d’aménagement ou de rénovation.

Ainsi le format de ces publicités n’a pas été limité.

## 2. Dispositions spécifiques aux différentes zones

### ▪ PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN

Le Code de l’Environnement désigne 5 supports de mobilier urbain susceptibles d’accueillir de la publicité à titre accessoire :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- les colonnes porte-affiches ne supportant que l’annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (type colonne « Morris ») ;
- les mâts porte-affiches ;
- le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité.

Cette dernière catégorie ouvre la porte à une plus grande multiplicité de formes et surfaces d’affichage que les précédentes, par conséquent le règlement a choisi de préciser les dispositions applicables à ce type de dispositifs.

L’affichage sur mobilier urbain étant limité dans la commune à des dispositifs de 2m<sup>2</sup>, c’est ce format qui est arrêté dans le RLP. Cet affichage de petite dimension permet ainsi d’apporter une communication dans toute la ville sans pour autant créer d’effet de densité avec la publicité privée lorsque celle-ci est autorisée sur de plus grands formats.

### ▪ PUBLICITE NUMERIQUE

Les publicités numériques sont interdites en toutes zones. Ce choix a été fait dans un objectif de préservation de la qualité de vie sur la commune, visant une réduction de l’affichage et un contrôle de l’impact de la luminosité.

L’affichage numérique, contrairement à la publicité éclairée par transparence, est orienté vers le piéton et impacte ainsi le paysage traversé par la luminosité directe qu’il apporte.

La plus-value liée au dynamisme du message n’est pas jugée suffisante pour justifier de cette source de pollution visuelle.

#### ▪ PUBLICITE MURALE

En ZP1, la publicité murale n'est pas autorisée afin de protéger l'ensemble du centre historique, ainsi que les espaces naturels, d'autant plus que ces secteurs sont actuellement peu affichés.

En ZP2, la publicité murale est autorisée, mais le format autorisé est identique à celui du mobilier urbain afin de s'adapter aux mêmes contraintes paysagères et modes de déplacements.

En ZP3 et ZP4a, la publicité murale est autorisée. Cependant cette autorisation vise à permettre ponctuellement un affichage nécessaire, sans pour autant dégrader le bâti en place. Par conséquent un format maximal de 4m<sup>2</sup> y a été défini.

Au sein de la ZP4b la publicité murale est interdite afin d'éviter les effets de surdensité avec les enseignes en façade qui sont autorisées dans de plus grand format dans ce secteur. Cette interdiction doit ainsi permettre de gagner en lisibilité au sein de la zone.

La densité des dispositifs est réglementée afin de limiter le nombre de dispositifs publicitaires. Ainsi, il est prévu l'interdiction d'installer un dispositif si la parcelle présente un linéaire inférieur à 50 m, de manière à éviter les installations publicitaires sur les petites parcelles en bande qui pourraient facilement être impactées par une surdensité publicitaire. Dans cet objectif de réduction de la densité publicitaire, un seul dispositif est admis par unité foncière. Une souplesse est tout de même prévue pour les grandes unités foncières de plus de 100m sur rue avec la possibilité d'installer un second dispositif.

#### ▪ PUBLICITE SCLEE AU SOL

En ZP1, la publicité scellée au sol n'est pas réintroduite afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés et limiter l'effet de surdensité dans des contextes actuellement peu impactés par les dispositifs publicitaires.

En ZP2, la publicité scellée au sol est autorisée afin d'offrir une possibilité de communication aux activités du secteur. Le format de 2m<sup>2</sup> autorisé est identique à celui du mobilier urbain et de la publicité murale afin de préserver la qualité du cadre de vie des secteurs résidentiels.

En ZP3 et ZP4a, les distances de façade à façade des zones d'activités et commerciales sont plus importantes. Le RLP permet ainsi l'implantation de dispositifs publicitaires de plus grands format (10,5m<sup>2</sup> qui correspond à une affiche de 8m<sup>2</sup>) dont l'impact se trouve globalement similaire à celui de dispositifs de 2 m<sup>2</sup> dans une rue plus étroite de centre-ville.

Au sein de la ZP4b la publicité scellée au sol est interdite afin d'éviter les effets de surdensité avec les enseignes en façade qui sont autorisées dans de plus grand format dans ce secteur. Cette interdiction doit ainsi permettre de gagner en lisibilité au sein de la zone.

La densité des dispositifs est réglementée afin de limiter le nombre de dispositifs publicitaires. Ainsi, il est prévu l'interdiction d'installer un dispositif si la parcelle présente un linéaire inférieur à 50 m, de manière à éviter les installations publicitaires sur les petites parcelles en bande qui pourraient facilement être impactées par une surdensité publicitaire. Dans cet objectif de réduction de la densité

publicitaire, un seul dispositif est admis par unité foncière. Une souplesse est tout de même prévue pour les grandes unités foncières de plus de 100m sur rue avec la possibilité d'installer un second dispositif.

En ZP2, le long des quais de la gare, des règles de densité spécifiques ont été définies. Ces règles ont pour objectif d'adapter la réglementation au contexte spécifique des quais de la gare qui sont situés sur une parcelle présentant un linéaire extrêmement long et dont l'impact sur le domaine public est modéré du fait de la faible visibilité des quais de la gare depuis le reste de la commune.

## Réglementation des enseignes

### 1. Dispositions communes à toutes les zones

Les enseignes de la commune sont encadrées par des règles communes à toutes les zones.

Ces règles communes sont précisées au sein de chaque zone pour des questions de facilité d'utilisation du règlement. Ainsi le règlement est organisé de manière à avoir, au sein de chaque zone, la totalité des dispositions réglementaires qui s'appliquent aux enseignes, y compris celles communes à toutes les zones.

Les justifications ci-dessous se rapportent ainsi à l'ensemble des règles communes, y compris celles répétées au sein de chaque zone.

#### ▪ COMPOSITION GENERALE

Plusieurs dispositions ont été intégrées de manière à préserver une bonne intégration des enseignes sur les devantures commerçantes et dans le paysage de la rue.

Ainsi les enseignes doivent être réalisées à l'aide de matériaux durables et les bâches sont proscrites. Ces dispositions ont vocation à empêcher l'installation d'enseignes réalisées rapidement et à bas coût, sans réflexion sur leur intégration, au profit d'enseignes capables de perdurer dans le temps et bien intégrées.

Une réflexion est demandée sur les matériaux et teintes afin d'intégrer l'enseigne à la façade. Si cette disposition tient plus du conseil que de la disposition réglementaire, elle a pour objectif d'amener les responsables de commerces et activités à réfléchir à la meilleure intégration de leur enseigne pour se rendre visible tout en s'insérant au cœur d'un paysage commercial défini.

L'implantation d'enseignes est interdite sur les balcons, les volets, les garde-corps, les arbres ou les haies afin de privilégier une implantation au niveau de la devanture commerciale ou au sol. Ces dispositions ont pour but de définir une implantation homogène entre tous les commerçants et entrepreneurs et veiller ainsi à ce que chacun dispose d'une visibilité similaire.

L'exception des enseignes clignotantes liées aux services d'urgence est maintenue afin de rendre visible les services de première nécessité.

L'ajout d'effets sonores est interdit afin de ne pas voir l'environnement dégradé par une nouvelle dimension liée à l'affichage commercial.

Des prescriptions visant à préserver la qualité architecturale des bâtiments sur lequel s'implanterait une enseigne sont également prévu dans le règlement (interdiction de masquer des éléments architecturaux, respect de la séparation architecturale des bâtiments, ...).

#### ▪ **ENSEIGNE PARALLELE A LA FAÇADE**

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.

Le positionnement des enseignes en façade doit ainsi se faire en prenant en compte des lignes de composition de la façade et s’implanter notamment sous la limite du rez-de-chaussée avec le premier étage.

Ce positionnement imposé doit permettre 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. Cette intégration à la façade doit permettre d’améliorer la qualité des fronts commerçants et de limiter les implantations hétéroclites qui donneraient plus ou moins de visibilité à certaines activités.

La hauteur de l’enseigne à plat ne doit pas dépasser le cinquième de la hauteur de la devanture commerciale. Cette dimension s’ajoute aux pourcentages d’occupation de la devanture du Code de l’Environnement. Ces deux dispositions combinées ont pour effet de limiter les dimensions de l’enseigne à plat, tout en offrant une grande adaptabilité aux typologies bâties et donc aux différents contextes urbains du territoire.

#### ▪ **ENSEIGNE EN FAÇADE AU-DELA DU REZ-DE-CHAUSSEE**

Dans le cadre d’activités occupant l’intégralité d’un bâtiment, il est considéré que la majorité des enseignes doit respecter les règles des activités de rez-de-chaussée. Cependant ces activités peuvent avoir besoin d’être visibles par des personnes en voiture et disposent donc d’une dérogation à la règle de respect du rez-de-chaussée pour leurs enseignes parallèles et perpendiculaires à la façade dans la mesure où ces enseignes sont bien intégrées (c’est-à-dire, sans caisson et avec une dimension proportionnée).

#### ▪ **ENSEIGNE PERPENDICULAIRE**

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.

Le regroupement en angle de rue est interdit de manière à améliorer la lisibilité de ces enseignes et de favoriser une cadence régulière de ces enseignes au sein des fronts commerçants.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique.

Le format et la saillie des différentes enseignes perpendiculaires varie selon la zone de manière à s'adapter au bâti en place et aux besoins de visibilité de chaque secteur.

#### ▪ **ADHESIF SUR VITRINE**

Dans l'ensemble des zones, les enseignes en adhésif sur vitrine sont limitées en termes de format 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.

## *2. Dispositions spécifiques aux différentes zones*

#### ▪ **ENSEIGNE AU SOL SUR PARCELLE PRIVEE**

En ZP1, les enseignes au sol sur parcelle privée sont interdites afin d'éviter tout effet de surdensité d'affichage dans un secteur d'abord de monuments historiques à préserver. Une dérogation est toutefois prévue pour les activités en retrait du domaine public et qui ne seraient pas visibles sans ce type de dispositif. Le format est alors limité à 2m<sup>2</sup> afin de ne pas avoir un impact paysager trop important dans ce secteur.

Au sein des autres zones les enseignes scellées au sol sont autorisées, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public et peuvent offrir une information de localisation sur les grandes parcelles, notamment en zone d'activités.

Pour autant ces dispositifs peuvent avoir ponctuellement un impact important sur les effets de surdensité d'affichage. Ces dispositifs sont par conséquent réglementés sur plusieurs points :

- **Densité** : leur densité est limitée à un dispositif par voie ouverte à la circulation afin de privilégier une information pertinente en un point plutôt qu'une démultiplication nuisant à la lecture globale du paysage commercial. Cette règle inclut les dispositifs de moins de 1m<sup>2</sup> qui se matérialisent en général par des oriflammes ne participant pas à une bonne lecture de l'activité commerciale tout en ayant un impact négatif sur la qualité paysagère du front commercial.
- **Non cumul** : une règle de non cumul entre l'enseigne au sol et l'enseigne en clôture a été définie étant donné que ces supports ont une fonction similaire (qui est de permettre la visibilité d'un commerce qui ne serait pas visible autrement). Cependant le choix d'un de ces dispositifs suffit à rendre l'activité visible. Il est laissé à l'entrepreneur le choix entre les deux, selon le contexte de son activité et les formats autorisés par secteur pour permettre une évaluation à la parcelle du bon dispositif.

- Format : des formats spécifiques aux différentes zones ont été intégrés.

Le format prévu est de 4m<sup>2</sup> en ZP2. Ce format doit permettre de rendre visible des activités (dans un secteur où la vitesse de circulation est un peu plus importante que dans le centre ancien) tout en ayant un impact paysager limité.

Le format est de 6m<sup>2</sup> en ZP3 afin d'adapter le format de ces enseignes à la taille du bâti et des parcelles en zone industrielle. Ce format est plus faible que celui autorisé pour les dispositifs publicitaires. Cependant il ne souffre pas d'impossibilité d'affichage liée à des règles de densité (notamment intégrées pour les publicités). Par conséquent le format n'a pas été porté au maximum autorisé de manière à préserver une bonne visibilité de chaque activité et limiter les effets de surdensité.

Le format est porté à 12m<sup>2</sup> en ZP4 afin de permettre la mise en place de totems communs regroupant de multiples informations sur un même support. Ce type de support permet un affichage plus qualitatif et moins invasif pour le paysage urbain.

#### ▪ ENSEIGNE SUR CLOTURE

En ZP1, les enseignes sur clôtures sont interdites afin d'éviter tout effet de surdensité d'affichage dans un secteur d'abords de monuments historiques à préserver.

Au sein des autres zones les enseignes sur clôture sont autorisées, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public. Cependant cet affichage étant souvent très impactant pour le paysage urbain et rarement bien intégré, une restriction a été définie de manière à encourager les entrepreneurs à privilégier une autre modalité d'affichage.

Ces dispositifs sont ainsi réglementés sur plusieurs points :

- Implantation : les enseignes sur clôture sont interdites pour les activités qui présentent une enseigne parallèle visible depuis l'espace public. Cette implantation contrôlée doit permettre d'éviter les installations sur clôture dès lors que l'activité dispose d'une visibilité suffisante pour se signaler en façade.
- Densité : ces dispositifs sont limités à un par voie ouverte à la circulation afin de proposer des règles de densité homogènes entre enseignes au sol et sur clôture (deux dispositifs ayant un but similaire).
- Non cumul : une règle de non cumul entre l'enseigne au sol et l'enseigne en clôture a été définie étant donné que ces supports ont une fonction similaire (qui est de permettre la visibilité d'un commerce qui ne serait pas visible autrement). Cependant le choix d'un de ces dispositifs suffit à rendre l'activité visible. Il est laissé à l'entrepreneur le choix entre les deux, selon le contexte de son activité et les formats autorisés par secteur pour permettre une évaluation à la parcelle du bon dispositif.

- **Format :** des formats spécifiques aux différentes zones ont été intégrés.

Le format prévu est de 1m<sup>2</sup> en ZP2. Ce format de petite dimension doit permettre de rendre notamment visibles des activités artisanales ou à domicile tout en ayant un impact paysager limité.

Le format est de 4m<sup>2</sup> en ZP3. Ce format inférieur à celui prévu pour les enseignes au sol dans cette même zone doit encourager les entrepreneurs à utiliser préférentiellement une enseigne au sol. Pour autant le format de 4m<sup>2</sup> doit permettre de rendre visibles les activités du secteur (qui présentent des bâtiments et des parcelles de grande dimension) tout en limitant leur impact paysager.

Le format est porté à 6m<sup>2</sup> en ZP4. Ce format se justifie de la même façon que celui prévu pour la ZP3. Il est inférieur à celui prévu pour les enseignes au sol, et doit encourager à privilégier ce type de supports plus qualitatifs.

#### ▪ **ENSEIGNE EN TOITURE**

Les enseignes en toiture ne sont autorisées dans la commune qu'en ZP3 et ZP4a.

Ces enseignes destinées à offrir une plus grande visibilité sont adaptées ponctuellement sur des parcelles de grandes dimensions où les axes sont situés à distance du bâti mais pas dans des secteurs urbains denses.

Ainsi, dans les secteurs denses représentés par la ZP1 et ZP2, ces enseignes sont interdites.

En ZP3 et ZP4a ces enseignes sont autorisées. Elles ne sont pas limitées plus que dans le règlement national, dans la mesure où les dispositions du Code de l'Environnement (qui interdisent les panneaux de fond et exigent la non visibilité des supports) contraignent techniquement fortement ce type d'enseignes et imposent de fait des enseignes de petit format et à l'impact limité. Ajouter une couche réglementaire ne semble ainsi pas nécessaire tant que le Code de l'Environnement est appliqué à la lettre.

Au sein de la ZP4b les enseignes en toiture sont interdites afin d'éviter les effets de surdensité avec les enseignes en façade qui sont autorisées dans de plus grand format dans ce secteur. Cette interdiction doit ainsi permettre de gagner en lisibilité au sein de la zone.

#### ▪ **ENSEIGNES LUMINEUSES ET NUMERIQUES**

L'éclairage des enseignes doit être intégré à la devanture commerciale et doit être le moins agressif possible afin de limiter son impact sur l'environnement et permettre simplement de rendre l'enseigne visible. C'est pourquoi le règlement prévoit un éclairage indirect des enseignes, par rétroéclairage ou par projection.

L'ensemble des dispositifs dont la lisibilité est limitée en journée (type néons, LED point à point) sont proscrits afin de privilégier un affichage qualitatif le jour et limiter l'éclairage nocturne.

Les enseignes suivent la même plage horaire d’extinction nocturne que les publicités de manière à préserver des plages horaires à intensité lumineuse réduite et ainsi faire un pas en direction d’une trame noire.

Les règles sont plus strictes au sein de la ZP1 avec une interdiction des lettres boitiers éclairantes et des rampes lumineuses de manière à intégrer dans le règlement les prescriptions usuelles de l’Architecte des Bâtiments de France dans ce secteur.

Les enseignes numériques, dont la luminosité est très impactante pour le paysage de la rue et dont l’éclairage est orienté vers la rue sont interdites en toutes zones. Ces dispositifs en plus d’être impactant ne permettent l’affichage commercial que d’un commerce, ce qui est peu profitable à l’ensemble de l’activité commerciale des communes.

### III. ANALYSE DE LA CONFORMITE DES DISPOSITIFS VIS-A-VIS DU RLP

Une analyse de la conformité des dispositifs publicitaires existants vis-à-vis de la Réglementation Nationale de la Publicité et des règles inscrites au RLP a été réalisée afin de rendre compte des effets de la mise en œuvre du document. Cette analyse est basée sur le recensement des dispositifs réalisés en phase diagnostic.

#### Analyse vis-à-vis de la réglementation nationale

Dans un premier temps, une analyse de la conformité en fonction des règles de la réglementation nationale a été réalisée. Celle-ci démontre que 111 dispositifs sont conformes à la réglementation nationale, principalement des dispositifs de mobilier urbain et scellés au sol. Par contre, 73 dispositifs sont recensés comme non conformes à la RNP : il s'agit majoritairement de dispositifs scellés au sol (63 dispositifs) localisés en dehors des limites d'agglomération et au sein de la ZP3 – zones industrielles.

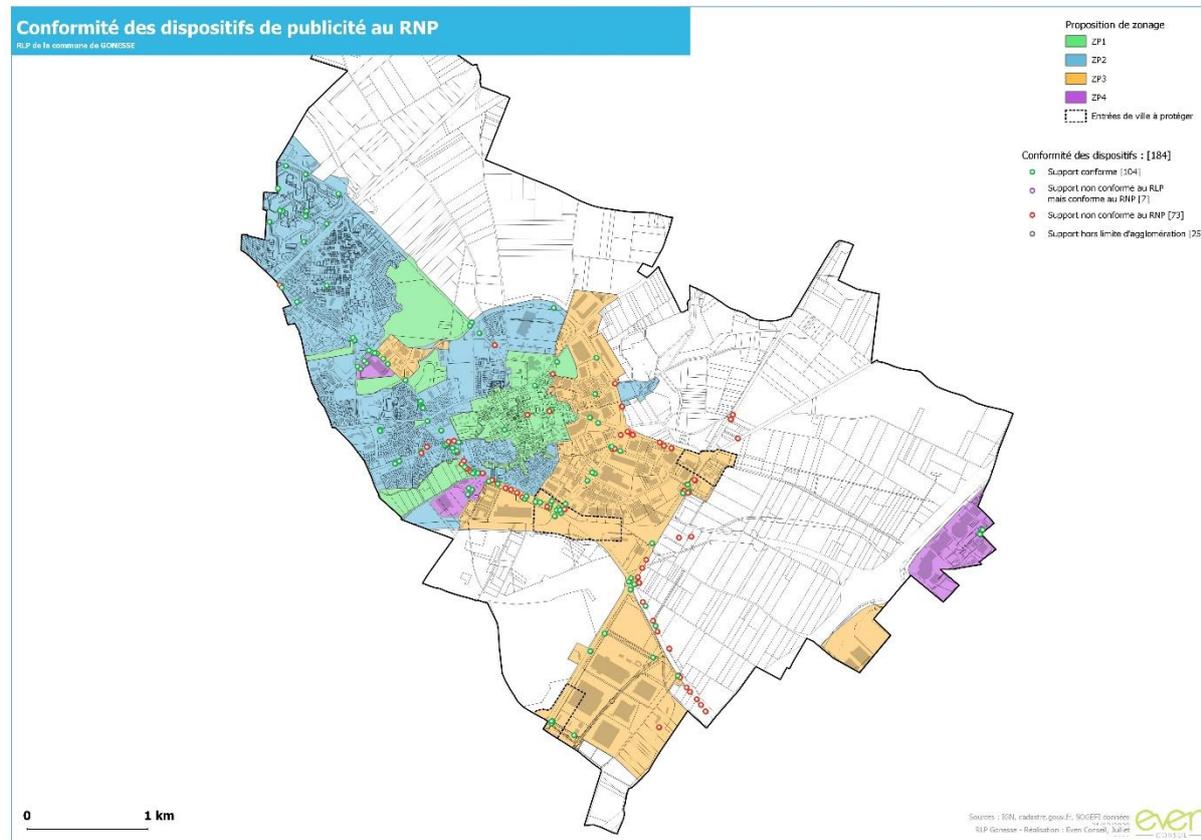
#### Conformité nationale

##### Dispositifs conformes au RNP

		ZP1	ZP2	ZP3	ZP4	Hors agglomération	NB dispositif total
Mobilier urbain		7	33	27	3	1	71
	Mural				1		1
	parallèle (murale apposée sur le bâtiment) sur clôture						0
Scellé au sol		2	5	21	8	2	38
	scellée au sol sur terrain en totem fixe				1		1
							111

##### Dispositifs non conformes au RNP

		ZP1	ZP2	ZP3	ZP4	Hors agglomération	Total
Mobilier urbain			1			1	2
	Mural			1			3
	parallèle (murale apposée sur le bâtiment) sur clôture	2	3	2			5
Scellé au sol		5	10	27		21	63
	scellée au sol sur terrain en totem fixe						
							73



Localisation des dispositifs conformes et non conformes à la RNP

## Analyse vis-à-vis des règles du RLP

Une deuxième étape a consisté à analyser la conformité des dispositifs existants au regard des règles inscrites au RLP de la commune de Gonesse.

104 dispositifs sont recensés comme étant conformes au RLP. L'ensemble des dispositifs de mobilier urbain qui étaient conformes à la RNP le sont aussi au RLP. 7 dispositifs scellés au sol qui étaient conformes à la RNP ne le sont plus à l'application des règles du RLP.

### Conformité RLP

#### Dispositifs conformes au RLP

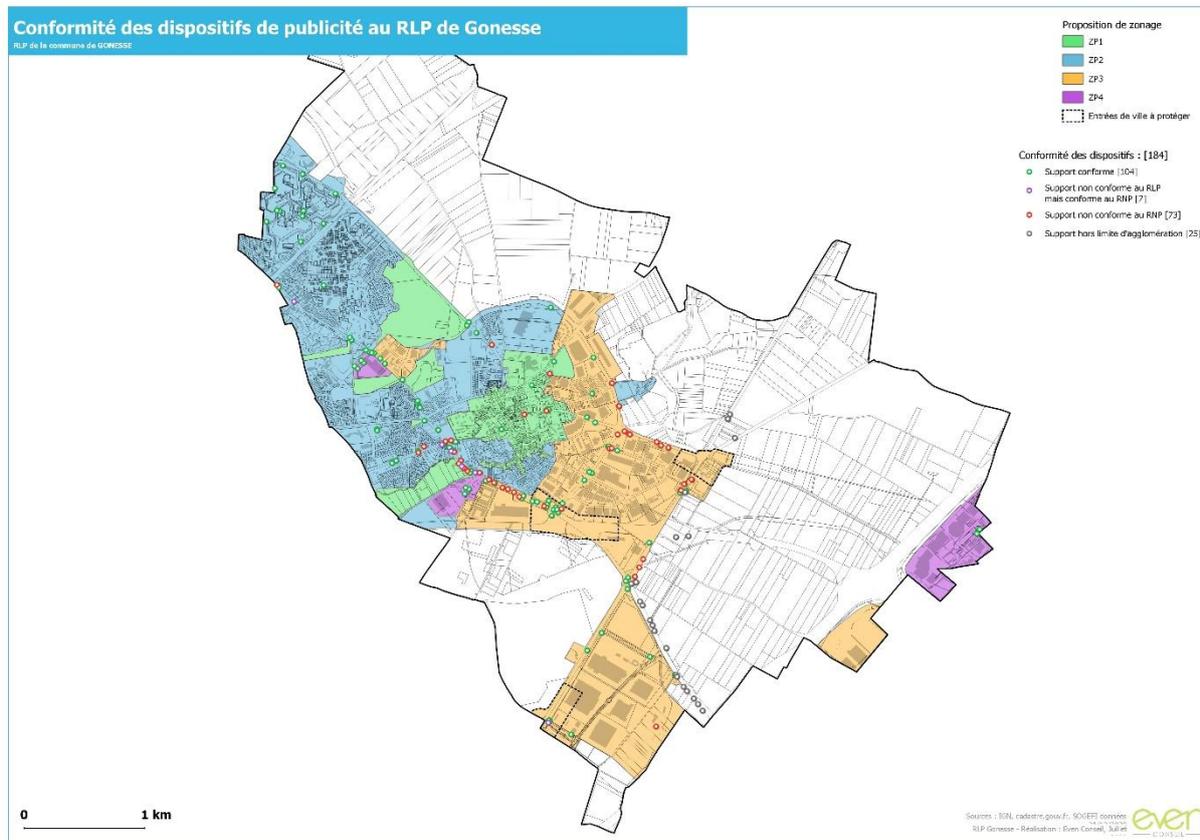
		ZP1	ZP2	ZP3	ZP4	Hors agglomération	NB dispositif total
<b>Mobilier urbain</b>		7	33	27	3	1	71
Mural	parallèle (murale apposée sur le bâtiment) sur clôture				1		1
							0
Scellé au sol	scellée au sol sur terrain en totem fixe		1	20	8	2	31
					1		1
							104

#### Dispositifs non conformes au RLP et conformes au RNP

		ZP1	ZP2	ZP3	ZP4	Hors agglomération	NB dispositif total
<b>Mobilier urbain</b>							0
Mural	parallèle (murale apposée sur le bâtiment) sur clôture						0
							0
Scellé au sol	scellée au sol sur terrain en totem fixe	2	4	1			7
							0
							7

#### Dispositifs non conformes au RNP

		ZP1	ZP2	ZP3	ZP4	Hors agglomération	Total
<b>Mobilier urbain</b>			1			1	2
Mural	parallèle (murale apposée sur le bâtiment) sur clôture	2		1			3
			3	2			5
Scellé au sol	scellée au sol sur terrain en totem fixe	5	10	27		21	63
							73



Localisation des dispositifs conformes et non conformes aux règles édictées à la RNP et au RLP