

Département de l'ESSONNE



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ



Tome I

RAPPORT DE
PRÉSENTATION

**VU POUR ÊTRE ANNEXÉ À LA DÉLIBÉRATION DU CONSEIL MUNICIPAL
APPROUVANT LA RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
LE 28 MARS 2019**

SOMMAIRE

INTRODUCTION	4
CONTEXTE JURIDIQUE	5
PRINCIPES GÉNÉRAUX	5
VOIES OUVERTES A LA CIRCULATION PUBLIQUE	15
AGGLOMÉRATION	16
DÉFINITION ET CONTENU D'UN RÉGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ	17
1 / PARTIE 1	21
CONTEXTE TERRITORIAL ET ADMINISTRATIF	21
1.1 SITUATION GENERALE	22
1.2 INTERCOMMUNALITÉ	25
1.3 CARACTERISTIQUES DE LA COMMUNE	26
1.3.1 - Contexte territorial	26
1.3.2 - Démographie	28
1.3.3 - Activités économiques et industrielles	30
1.3.4 - Infrastructures	37
2 / PARTIE 2	39
ETAT INITIAL DE L'ENVIRONNEMENT	39
3 / PARTIE 3	41
DIAGNOSTIC DU PATRIMOINE PUBLICITAIRE	41
3.1 OBJET DU DIAGNOSTIC	42
3.2 RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ EXISTANT	43
3.3 DIAGNOSTIC DE L'EXISTANT	46
3.3.1 – Périmètre de l'étude	46
3.3.2 – État des lieux analytique	47
3.3.3 – Diagnostic du patrimoine publicitaire	50
5.4 CONCLUSION DU DIAGNOSTIC	74



4 / PARTIE 4	76
OBJECTIFS ET ORIENTATIONS	76
4.1 OBJECTIFS	77
4.2 ORIENTATIONS.....	78
5 / PARTIE 5	83
JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS	83
5.1 JUSTIFICATION DU ZONAGE	84
5.2 JUSTIFICATION DES CHOIX RÉGLEMENTAIRES	86
6 / PARTIE 6	94
ANNEXE - « LEXIQUE »	94

INTRODUCTION

La commune de VILLEBON-SUR-YVETTE dispose d'un Règlement Local de Publicité (RLP), applicable depuis janvier 1993.

En considérant les nouvelles dispositions législatives issues de la loi du 12 juillet 2010, le Règlement Local de Publicité en vigueur reste valable jusqu'au 13 juillet 2020. Au-delà de cette date, s'il n'est pas révisé selon la nouvelle procédure calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme (PLU), il deviendra caduc et le Maire perdra sa compétence d'instruction et de police de la publicité au profit du Préfet.

L'évolution de l'urbanisation, celle tissu commercial, la diversification et le développement de nouveaux supports de publicité, l'obsolescence du Règlement Local de Publicité, ainsi la réforme des textes législatifs et réglementaires, ont conduit la commune de VILLEBON-SUR-YVETTE à mener une nouvelle réflexion approfondie sur la publicité extérieure et des enseignes.

La commune de VILLEBON-SUR-YVETTE souhaite se doter d'un Règlement Local de Publicité (RLP) qui, adapte les dispositions nationales au contexte local, maîtrise et harmonise l'ensemble des dispositifs publicitaires existants ou à venir sur son territoire. Le RLP définira ainsi des zones où s'appliquera une **réglementation plus restrictive** que le régime général.

La commune de VILLEBON-SUR-YVETTE a approuvé son Plan Local d'Urbanisme (PLU) en date du 17 octobre 2013.

La révision du Règlement Local de Publicité permettra de mettre en cohérence les différentes actions politiques engagées en matière de protection de l'environnement et du cadre de vie à l'échelle du territoire communal.

Le futur Règlement Local de Publicité (RLP) sera l'une des réponses à ces enjeux, tout en garantissant un juste équilibre entre la continuité de la politique de protection du cadre de vie et la liberté d'expression des acteurs économiques locaux.

CONTEXTE JURIDIQUE

PRINCIPES GÉNÉRAUX

◆ Cadre législatif et réglementaire

Le Code de l'environnement rappelle que « *chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, des enseignes et des préenseignes* ».

La loi du 12 juillet 2010, dite Grenelle 2, portant engagement national pour l'environnement a profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

Tout en garantissant le respect de la liberté du commerce et de l'industrie, la nouvelle réglementation prévoit la limitation et l'encadrement de l'affichage publicitaire et des enseignes avec pour enjeux majeurs :

- l'amélioration de la qualité du cadre de vie,
- la réduction de la pollution visuelle,
- la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel,
- la réduction des consommations énergétiques.

Le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 portant règlement national de la publicité extérieure, des enseignes et des préenseignes apporte les précisions pour la mise en œuvre de cette réforme issue de la loi du 12 juillet 2010 :

- **La création d'une nouvelle génération de Règlements Locaux de Publicité (RLP).**
- **L'obligation pour le RLP d'être que plus restrictif que la règle nationale.**
- La réduction globale des formats des dispositifs publicitaires.
- L'introduction d'une règle de densité.
- L'extinction des dispositifs lumineux.
- La création d'un régime d'autorisation pour les bâches et les dispositifs temporaires de grands formats.
- L'encadrement des enseignes.
- L'évolution du régime des préenseignes dérogatoires à compter du 13 juillet 2015.
- La possibilité d'apposer des écrans numériques sur le mobilier urbain.

◆ Définitions légales

Constitue une publicité, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Sont aussi considérés comme des publicités les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, la structure en elle-même est une publicité

(Article L.581-3 du Code de l'environnement)

Tous les types de publicités sont concernés par cette définition qui se veut générale. Les dispositifs réglementés par le Code de l'environnement peuvent ensuite être classés suivant :

- de leur mode d'installation ;
- de leur dimension ;
- de leur caractère lumineux ou non.



1



2

MODE D'INSTALLATION

1 - Scellé au sol

2 - Posésur le sol

3 - Sur mur

3 - Sur clôture

3 - Sur baie

4 - Sur palissade

5 - Sur bâche



3



4



5



6



7

Mobilier urbain utilisé, à titre accessoire, comme support publicitaire



Abris-bus



Planimètre ou mupi



Panneau d'information



Totem



Kiosque

Dispositifs publicitaires lumineux



CARACTERE LUMINEUX

1 - Par projection

2 - Par transparence

3 - Numérique



Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (terrain bâti ou non bâti) et relative à une activité qui s’y s’exerce.

(Article L.581-3 du Code de l’environnement)

Toutes les enseignes ne sont pas régies de la même manière. Le Code de l’environnement prévoit des dispositions différentes selon leur implantation, leur mode d’installation et leur surface.

En effet, c’est le cas pour les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, où seuls, les dispositifs supérieurs à 1 m² sont soumis au Code de l’environnement. Les enseignes dont la superficie est inférieure ou égale à 1 m² ne sont pas concernées par la législation nationale. Le Règlement Local de Publicité (RLP) peut instituer des prescriptions particulières pour ces enseignes.

Au regard de cette définition que législateur a voulu très large, le terme « *Toute inscription, forme ou image...* » peut être constituée par un nom, une marque commerciale, une illustration, une photo, un logo, un objet.

Le terme « *immeuble* » doit s’entendre au sens du Code civil, désignant un bâtiment ou un terrain d’assiette où s’exerce l’activité. Le cas le plus habituel désignera l’unité foncière sur laquelle est installé un établissement (bâtiment, espace de stationnement, dépendances, etc.).

Concernant la notion « *relative à une activité* », le Code de l’environnement n’a pas limité la possibilité de signalisation à l’activité générique ou à la marque commerciale.



MODE D’INSTALLATION

- | |
|--------------------------------|
| 1 - Parallèle ou à plat au mur |
| 2 - Perpendiculaire au mur |
| 3 - Sur toiture ou terrasse |
| 4 - Scellé au sol |
| 5 - Posé sur le sol |
| 6 - Sur marquise |
| 7 - Sur auvent |
| 8 - Sur balcon |
| 9 - Sur store-banne |
| 10 - Sur baie |





Enseignes lumineuses



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

(Article L.581-3 du Code de l'environnement)

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

(Article L.581-19 du Code de l'environnement)



Toutefois, parmi les préenseignes, existent des **préenseignes dites « dérogatoires »** qui sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. Elles peuvent être implantées en dehors des lieux qualifiés d'agglomération.

Outre des conditions à respecter, de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), les préenseignes doivent signaler de manière harmonisée :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles (ces dernières ne recouvrent pas les établissements culturels, à l'exception des monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite. La commercialisation de biens culturels ne peut être regardée comme une activité culturelle) ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles.



Enseignes ou préenseignes temporaires : sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- Les enseignes ou préenseignes temporaires installées pour moins de trois mois qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles.

(Article R.581-68 -1° du Code de l'environnement)



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

(Article R.581-68 -2° du Code de l'environnement)



VOIES OUVERTES A LA CIRCULATION PUBLIQUE

L'article L.581-2 du Code de l'environnement détermine le champ d'application géographique de la réglementation.

Les publicités, enseignes et préenseignes, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du Code de l'environnement.

Selon l'article R.581-1 du Code de l'environnement, les voies ouvertes à la circulation publique se définissent comme étant les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Sont ainsi visés : les routes, autoroutes et routes à grande circulation, les voies navigables, les chemins de grande randonnée, les pistes de ski et les télésièges ainsi que les voies ferrées, les quais à ciel ouvert des gares ferroviaires ou les parkings (grandes surfaces, aéroports...).

AGGLOMÉRATION

AU SENS DE L'INSEE

L'agglomération au sens physique a été définie par l'Insee comme une unité urbaine.

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.

La commune de VILLEBON-SUR-YVETTE est considérée comme une unité urbaine.

AU SENS JURIDIQUE ET POUR L'APPLICATION DE LA RÉGLEMENTATION DE LA PUBLICITÉ

La notion d'agglomération est utilisée à deux notions pour la réglementation de la publicité :

Au sens géographique (c'est à dire déterminer la limite physique de l'agglomération).

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

L'article R. 411-2 du Code de la route stipule que « *Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du Maire* ».

Le Conseil d'Etat fait prévaloir la « *réalité physique* » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée (ou de sortie) et leur positionnement par rapport au bâti.

Au sens démographique

Le nombre d'habitants compris dans l'agglomération est défini en s'appuyant sur l'espace aggloméré constitué par l'ensemble du bâti de la commune et ne peut s'apprécier qu'à l'intérieur des limites communales de l'agglomération considérée (Conseil d'Etat n° 352916, 26/11/2012, Société Avenir)

Les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

DÉFINITION ET CONTENU D'UN RÉGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

◆ Définition du Règlement Local de Publicité

La commune peut élaborer sur l'ensemble de son territoire un Règlement Local de Publicité (RLP) qui **adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local**.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est le document de planification relatif à l'affichage de publicités, d'enseignes et de préenseignes sur le territoire communal. C'est l'outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers, les artisans et commerçants, et les professionnels de l'affichage.

Le Règlement Local de Publicité **définit une ou plusieurs zones** (couvrant partiellement ou l'ensemble du territoire communal) **où s'applique une réglementation plus restrictive que les dispositions de la réglementation nationale** tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

◆ Éléments constitutifs du Règlement Local de Publicité

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

Le rapport de présentation

Le rapport de présentation doit permettre d'apporter une information générale sur le territoire, d'exposer les enjeux architecturaux et paysagers de la commune, et d'expliquer les choix retenus au regard des orientations et des objectifs définis. A cet effet, le présent rapport de présentation contient :

1. **Un diagnostic territorial**, comprenant les éléments d'intérêts pour le projet de RLP : contexte territorial et administratif ; caractéristiques de la commune notamment en matière de démographie, d'habitat, d'économie, et d'infrastructures.
2. **Une analyse de l'état initial de l'environnement**, présentant le contexte patrimonial naturel, agricole, paysager, et historique.
3. **Un constat de la publicité et des enseignes existantes sur le territoire**, exposant les principales caractéristiques des dispositifs et leur situation juridique au regard de la réglementation en vigueur, l'impact sur le cadre de vie, et, la situation.
4. **Une explication des choix retenus**, décrivant les motifs de la délimitation des zones et des règles qui y sont applicables, au regard des objectifs et des orientations du projet de RLP.

Le règlement

La partie réglementaire comprend la rédaction des règles générales et spécifiques applicables à l'ensemble du territoire communal ou selon un zonage défini.

La partie réglementaire comprend également pour les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction des dispositifs lumineux.

Les annexes

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones du RLP et les servitudes identifiées sur le territoire communal.

Les limites d'agglomération fixées par le Maire figurent également dans le document graphique avec l'arrêté municipal correspondant.

◆ Principales étapes de la procédure

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification, d'un Règlement Local de Publicité (RLP) doit être **conforme à celle fixée pour le Plan Local d'Urbanisme (PLU)**, à l'exception de la procédure de modification simplifiée.

L'ensemble de la procédure doit être menée à l'initiative du Maire ou du président de l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) **compétent en matière de PLU**.

La commune de VILLEBON-SUR-YVETTE détient la compétence en matière de PLU. En conséquence, la procédure de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) est donc placée sous l'autorité du Maire.

Le point de départ de la procédure de RLP est une **délibération municipale, prise le 29 janvier 2015**, prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP). Elle **détermine également les objectifs du RLP** et fixe les **modalités de la concertation**.

Le préfet a communiqué à la commune de VILLEBON-SUR-YVETTE *via* le « **porter à connaissance** », du 10 avril 2015, l'ensemble des informations nécessaires la réalisation du RLP, notamment les dispositions particulières applicables au territoire concerné.

Au sortir d'une phase de diagnostic, identifiant les enjeux et définissant les orientations du RLP, **un débat sur les orientations générales du projet de RLP a été mené au sein du Conseil municipal le du 15 octobre 2015** conformément à l'article L153-13 du Code de l'urbanisme.

Les modalités de la concertation, prescrites par la délibération du 29 janvier 2015, ont été engagées auprès, des personnes publiques associées (PPA), des personnes publiques consultées (PPC) à leur demande, des habitants, des associations locales, des autres personnes concernées (*professionnels de la publicité, installateurs d'enseignes, commerçants, etc.*) qui souhaitent participer à cette démarche. Pour cela, différents moyens ont été mis en place pour communiquer le plus largement possible auprès de tous les publics et ainsi leur permettre de formuler des observations et des propositions :

- *Affichage de la présente délibération en mairie pendant un mois,*
- *Ouverture d'un registre disponible à l'accueil de la mairie, aux heures d'ouverture, en vue de recueillir les observations du public pendant toute la durée de la procédure,*
- *Parution de plusieurs articles d'information dans le bulletin municipal sur l'état d'avancement de la procédure et du projet,*
- *Organisation de réunions publiques avec d'une part, l'association des commerçants de proximité de Villebon et le centre commercial Villebon 2, et d'autre part, avec les enseignants et les sociétés d'affichage,*
- *Information en continu sur le site Internet de la ville de Villebon-sur-Yvette,*
- *Permanence en mairie avec le maire et le responsable du service urbanisme.*

Le projet de RLP sera **arrêté par délibération** qui pourra **établir le bilan de la concertation** conformément à l'article R153-3 du Code de l'urbanisme.

A l'issue de son arrêt, le projet de RLP fera l'objet d'une **consultation auprès des personnes publiques associées (PPA), et de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS)**, qui se réservent un **délai de 3 mois pour émettre un avis.**

Après cette consultation, le projet de RLP est soumis à une procédure d'**enquête publique** pour laquelle un commissaire-enquêteur établira un rapport qui consigne ses avis et les remarques exprimées par la population. Le projet de RLP pourra alors faire l'objet de modifications mineures pour tenir compte des avis reçus avant son approbation par le Conseil municipal.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) sera **approuvé par le Conseil Municipal** et n'entrera en vigueur qu'à compter de la réalisation de l'ensemble des formalités de publicité, exigées aux articles R.153-20 et R.153-21 du Code de l'urbanisme, et de la transmission au Préfet du dossier approuvé au titre du contrôle de légalité.

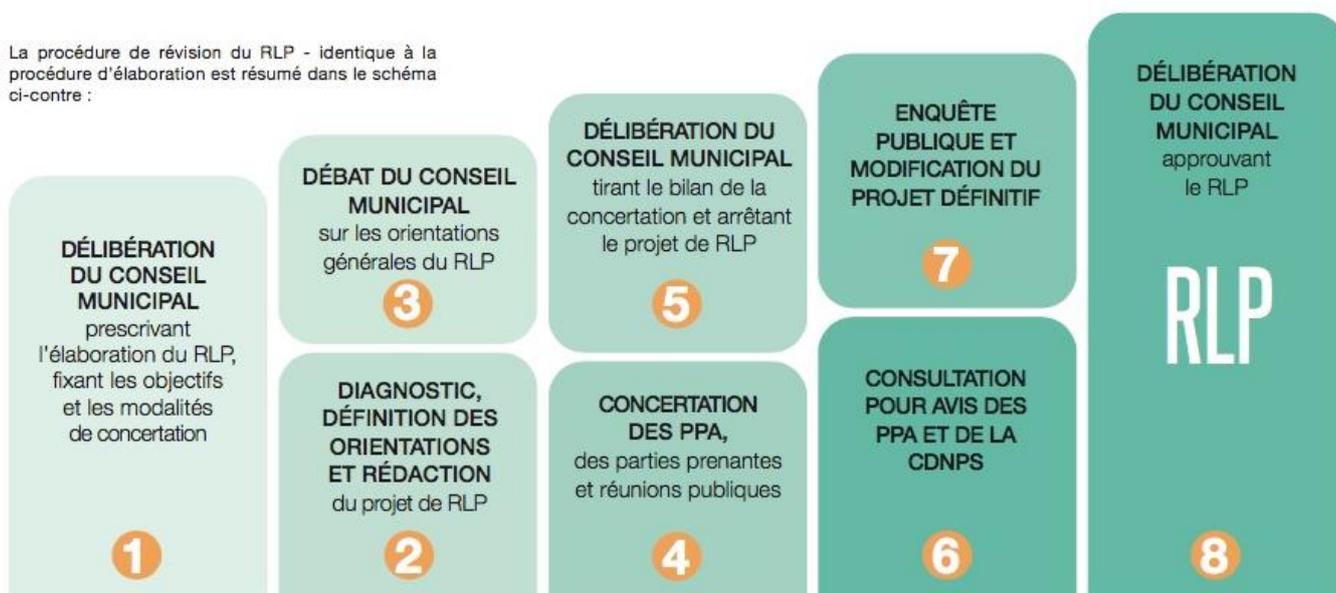
La procédure du Règlement Local de Publicité (RLP) sera **annexée au Plan Local d'Urbanisme** conformément à l'article L581-14-1 du Code de l'environnement.

Le caractère exécutoire du Règlement Local de Publicité (RLP) s'imposera à l'ensemble des dispositifs existant sur le territoire communal. Cependant :

- ☞ **Les publicités et les préenseignes** installées avant l'entrée en vigueur du RLP disposeront d'un délai maximal de **2 ans pour se mettre en conformité** conformément à l'article R.581-88 du Code de l'environnement.
- ☞ **Les enseignes** antérieures à l'entrée en vigueur du RLP auront quant à elle un délai maximal de **6 ans pour se mettre en conformité** conformément à l'article L.581-43 du Code de l'environnement.

Pour autant, les dispositifs, non conformes à la Règlementation Nationale de la Publicité ou à l'actuel Règlement Local de Publicité (RLP), ne disposent pas des délais précédents énoncés pour être mis en conformité.

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



1 / PARTIE 1

CONTEXTE TERRITORIAL ET ADMINISTRATIF

1.1 SITUATION GENERALE

Villebon-sur-Yvette, commune du Département de l'Essonne et de la Région Île-de-France, est située à l'interface d'un secteur très urbanisé qui s'articule entre la vallée de l'Yvette et le Nord-ouest du département.

D'une superficie d'environ 751 hectares, cette ville de **10 622 habitants** en 2018 (population totale légale en vigueur à compter 01/01/2018 – date de référence statistique : 2015 - INSEE) jouxte les communes de Palaiseau, d'Orsay, des Ulis, de Champlan, de Saclay-les-Chartreux et de Villejust.

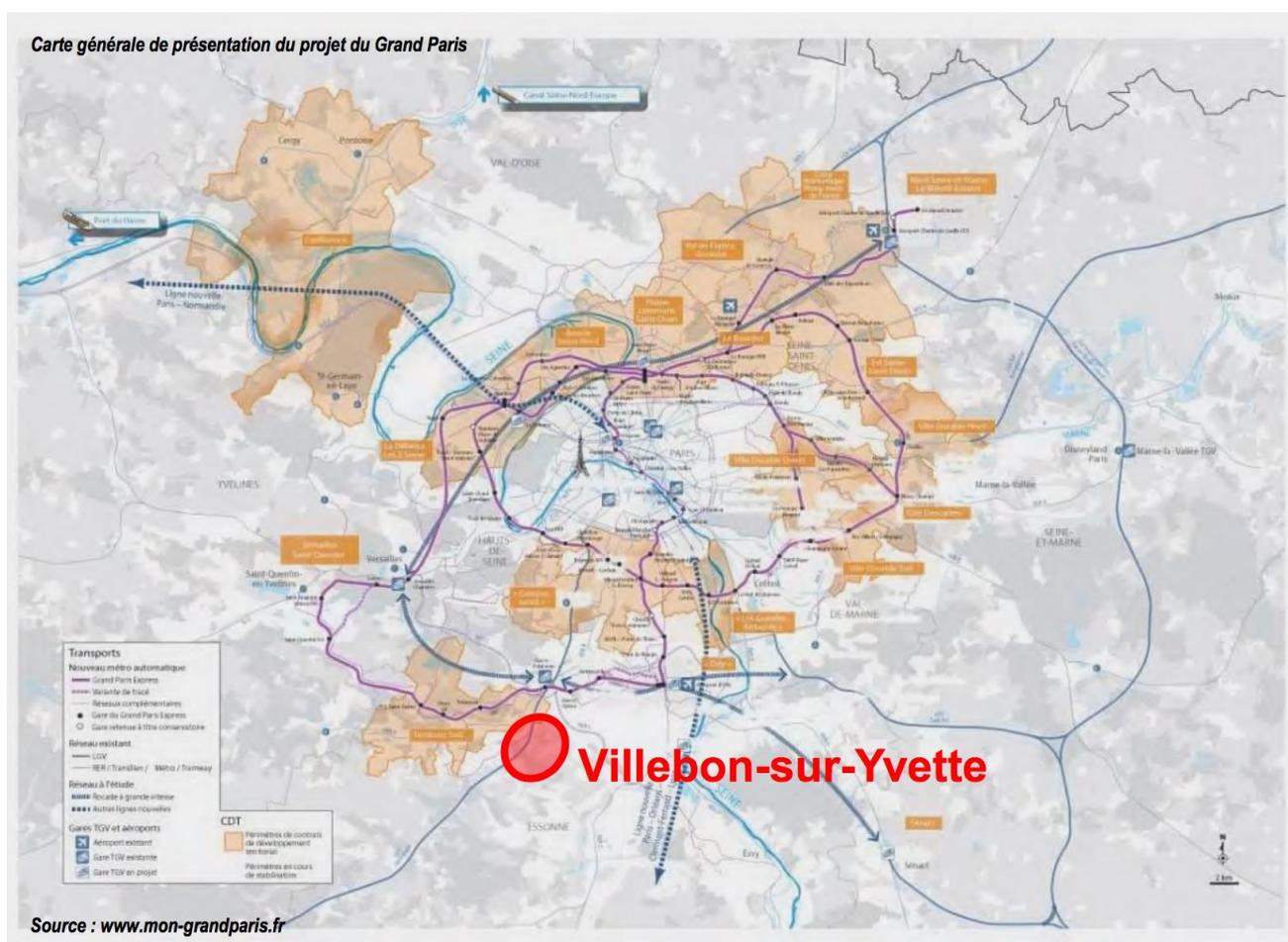


Source : www.mon-grandparis.fr

Située à 17 km au Sud de Paris, la commune de Villebon-sur-Yvette fait partie du **Cône Sud de l'Innovation** (grand territoire d'envergure régionale, servant d'appui au développement du Plateau de Saclay et qui doit bénéficier au parc d'activités de Courtabœuf), ainsi que du **Territoire d'Intérêt Métropolitain (TIM) du Plateau de Saclay**, échelle de réflexion infrarégionale, permettant aux différents acteurs de partager une vision commune et solidaire en termes d'enjeux de développement et d'aménagement.

Le territoire de Villebon-sur-Yvette est intégré par ailleurs au territoire de réflexions et d'enjeux métropolitains du **Grand Paris**.

Le projet du Grand Paris a pour objectif de créer 800 000 à 1 million d'emplois, 70 000 à 75 000 logements supplémentaires et de relier une dizaine de pôles économiques grâce à un vaste plan en faveur du transport sur les quinze prochaines années. Celui-ci comprend notamment la création d'un réseau de 130 km de lignes de métro automatique reliant les principaux pôles de la région ainsi qu'une amélioration du réseau RER existant.

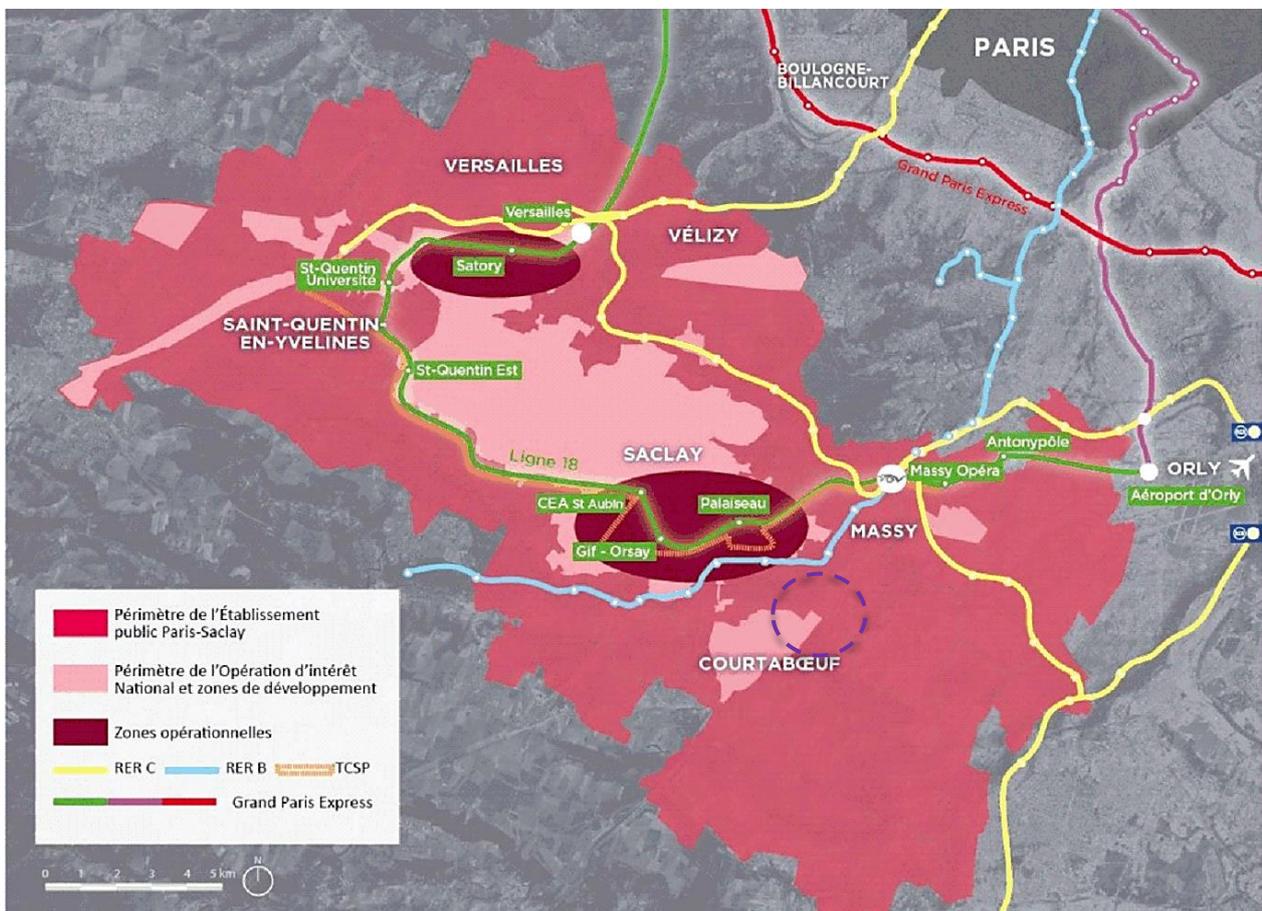


Une partie du territoire de Villebon-sur-Yvette est inclus dans l'**Opération d'Intérêt National (OIN) Paris-Saclay** qui constitue l'un des dix territoires de développement du projet du Grand Paris. Celui-ci a pour vocation de transformer ce territoire en un pôle de développement économique spécialisé dans les domaines scientifiques et technologiques grâce à la proximité géographique d'entreprises de pointes et d'établissements de formation-recherche d'excellence.

Cette opération d'intérêt National Paris-Saclay est conduite par l'Établissement Public d'Aménagement Paris-Saclay (EPAPS) qui regroupe des établissements d'enseignement supérieur (École Centrale et de recherche de Paris, École Normale Supérieure de Cachan, CNRS, etc.), des pôles de compétitivités, des laboratoires de recherche publics et privés, ainsi que des entreprises de recherche et de développement. Le périmètre de l'opération s'étend de ville de Massy à celle de Saint-Quentin-en-Yvelines, et de la ville d'Orsay à Versailles.

Ce « cluster » économique et scientifique d'envergure internationale accueille déjà 15% de la recherche scientifique française, faisant ainsi du territoire de Paris-Saclay le 2ème pôle de recherche national.

L'OIN Paris-Saclay est l'une des traductions spatiales concrètes des ambitions du projet du Grand Paris de créer à partir des synergies existantes un espace d'innovation scientifique et technologique d'envergure internationale.



Localisation de la commune

1.2 INTERCOMMUNALITÉ

Depuis le 1er janvier 2016, la commune de Villebon-sur-Yvette appartient à la communauté d'agglomération **Communauté Paris-Saclay (CPS)**, qui regroupe en un même territoire les anciennes communautés d'agglomération Europ'Essonne et du Plateau de Saclay (CAPS) ainsi que les communes de Verrières-le-Buisson et de Wissous.

Ce nouvel ensemble garde la forme juridique d'une communauté d'agglomération. Sa création entraîne la dissolution d'Europ'Essonne et de la CAPS, qui lui transfèrent à cette occasion leurs biens, droits et obligations.

Située dans le département de l'Essonne, forte de ses 27 communes, 300 000 habitants, 145 000 emplois et plus de 60 000 étudiants, la Communauté Paris-Saclay concentre de multiples facteurs d'attractivité :

- Un cluster économique et scientifique d'envergure mondiale qui regroupera, à moyen terme 20 % de la recherche française.
- Plus d'une cinquantaine de parcs d'activités économiques.
- Une proximité de l'aéroport d'Orly, de la gare TGV de Massy, de deux réseaux autoroutiers, de réseaux ferrés interrégionaux.
- Un territoire particulièrement connecté grâce au raccordement au Très Haut Débit.



Des terres agricoles sanctuarisées, des espaces naturels préservés, des villages de caractère et des villes à taille humaine, garantissent à ses habitants un cadre de vie de qualité.

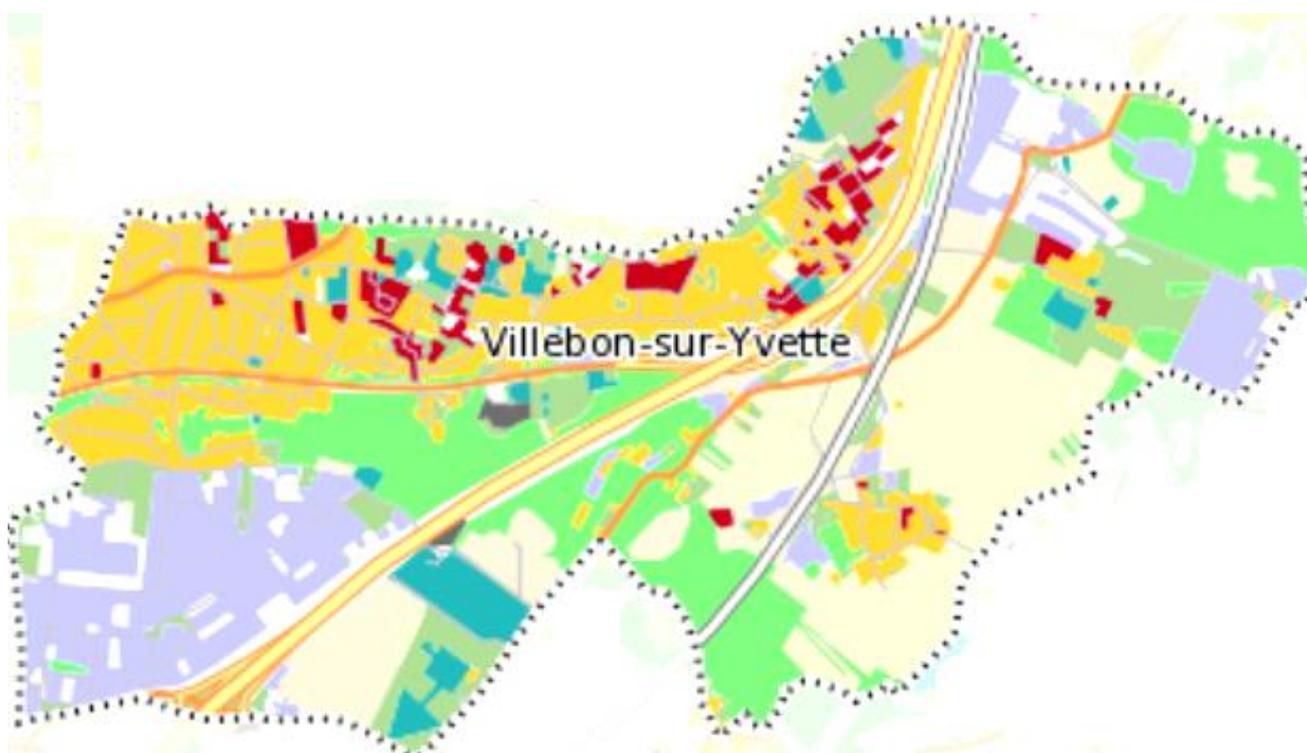
Principales compétences de la Communauté Paris-Saclay

- Développement économique : création et gestion des zones d'activités, actions de développement économique.
- Aménagement de l'espace communautaire : Plan Local d'Urbanisme, création de zones d'aménagement d'intérêt communautaire, organisation de la mobilité.
- Politique de la ville : diagnostic du territoire, développement urbain, développement local, insertion économique et sociale, prévention de la délinquance.
- Équipements culturels et sportifs : équipements culturels intercommunautaires, soutien de manifestations culturelles et sportives.
- Voirie : aménagement et entretien de voirie d'intérêt communautaire, création et gestion des parcs de stationnement.
- Circulations douces : Plan de Déplacement Urbain.

1.3 CARACTERISTIQUES DE LA COMMUNE

1.3.1 - Contexte territorial

Situé sur le coteau Sud de la vallée de l'Yvette, le territoire de Villebon-sur-Yvette se caractérise par un concentré d'entités variées (espaces agricoles, espaces paysagers autour de l'Yvette, de grands équipements, des ensembles pavillonnaires, des ensembles de parcs économiques structurants, etc.) contribuant à sa richesse et son attractivité.



Occupation du sol en hectares	Surface 2012
1 Forêts	135,66
2 Milieux semi-naturels	43,35
3 Espaces agricoles	104,83
4 Eau	0,60
Espaces agricoles, forestiers et naturels	284,44
5 Espaces ouverts artificialisés	84,65
Espaces ouverts artificialisés	84,65
6 Habitat individuel	139,43
7 Habitat collectif	24,51
8 Activités	103,39
9 Equipements	27,67
10 Transports	86,24
11 Carrières, décharges et chantiers	2,44

L'ARMATURE URBAINE DE VILLEBON-SUR-YVETTE

L'urbanisation de Villebon-sur-Yvette est marquée par une morphologie dite « en longueur », étirée entre la rivière Yvette et l'autoroute A10, où se concentrent les quartiers résidentiels. Ce secteur dense contraste avec la partie Sud du territoire, caractérisé par une forte présence de milieux naturels et agricoles.

Les hameaux de Villiers et Le Village forment des entités urbanisées détachées de la zone urbaine principale, où l'organisation urbaine et les formes architecturales sont des témoins de l'histoire du développement éparpillé de la commune. Les nombreux espaces végétalisés au sein des secteurs résidentiels participent également à l'attractivité du territoire.

Villebon-sur-Yvette se caractérise également par la présence de plusieurs parcs d'activités très attractifs et de typologies complémentaires, qui comptabilisent près de 12 400 emplois en 2015 :

- le parc d'activités de Courtabœuf et son extension, le parc de l'Atlantique, en cours de réalisation sur le plateau Sud, constitue un des premiers parcs tertiaires européens,
- le centre commercial de Villebon 2/ galerie commerciale Aushopping, qui a su attirer de grandes enseignes nationales, et le parc d'activités La Bretèche attenante,
- le parc d'activités de la Prairie, vient compléter le dispositif économique avec une dominante d'activités artisanales et de services.

UNE TRAME VERTE ET UNE TRAME BLEUE RICHES ET VARIÉES

Une trame verte et une trame bleue structurent et maillent l'ensemble du territoire de Villebon-sur-Yvette, elles se composent notamment :

- **d'espaces boisés** : composés de plusieurs ensembles (Bois des Gelles, Bois Courtin et Bois de la Vallée Georgette, également au lieu-dit Le Parc de Villebon occupé par le collège-lycée-internat de l'Île-de-France), constituent des lignes de force dans le paysage et des espaces de respiration dans un contexte urbain très présent,
- **de l'Yvette et de ses affluents** : ces composantes paysagères façonnent et structurent les paysages de Villebon-sur-Yvette. En limite Nord et Nord-Est de la commune, elles constituent un véritable lien entre les différentes séquences traversées et recensent de nombreuses espèces faunistiques et floristiques d'intérêt,
- **de la promenade de l'Yvette**, qui constitue un axe « vert » structurant reliant les quartiers du Nord de la ville,
- **de multiples espaces végétalisés dans le secteur résidentiel ainsi que des espaces d'accompagnement aux abords des axes majeurs.**

DES ACTIVITÉS AGRICOLES PRINCIPALEMENT Tournées VERS LE MARAÎCHAGE

Localisées sur les pentes douces du territoire communal, les espaces à vocation agricole complètent cette présentation générale du territoire. Les paysages agricoles comme les activités développées en lien avec l'agriculture constituent des atouts certains pour ce territoire localisé aux portes de Paris et à proximité d'ensembles urbains très denses.

1.3.2 - Démographie

Selon le dernier recensement, Villebon-sur-Yvette compte 10 622 habitants en 2018 (population totale légale en vigueur à compter 01/01/2018 – date de référence statistique : 2015 - INSEE). Ainsi, elle accueille environ 3,4 % de la population de la population totale de la communauté d'agglomération Communauté Paris-Saclay (CPS). Sur la période 1968-2017, l'évolution de la population totale de Villebon-sur-Yvette est caractérisée par un doublement de son nombre.

Depuis 2010, une reprise démographique est constatée, liée à la réalisation plusieurs programmes de logements sur la ville, notamment la réalisation d'opérations diversifiées :

- 387 logements sur la zone dite « des Coteaux de l'Yvette », confortant la polarité existante sur le secteur de la Roche,
- 51 logements sur le secteur dit de la Pierre Longue,
- 16 logements au niveau du 131 rue des Maraichers

En parallèle, le phénomène de densification du tissu urbain s'est accentué depuis les années 2013. La libération des droits à construire par la transformation du POS en PLU en 2013 et la mise en application de la loi ALUR ont engendré une accélération des demandes d'autorisation d'urbanisme.

	1968	1975	1982	1990	1999	2009	2014	2017
Population	4 949	7 234	7 728	9 080	9 373	9 536	10 371	10 585
Densification moyenne (hab/km ²)	667,9	976,2	1 042,9	1 225,4	1 264,9	1 286,9	1 399,6	1 428,5

Sources : Insee, RP1967 à 1999 dénombremments, RP2009 et RP2014 exploitations principales.

Pour les années à venir, les nombreux projets en cours de réalisation sur le territoire impacteront sensiblement le chiffre de la population totale. Près de 750 logements sont projetés sur le site de l'ancien centre de formation de la Direction générale de l'Aviation, un EHPAD de 98 lits ou encore la réalisation d'un établissement pilote permettant d'accueillir des personnes en situation de handicap lourd mais en quête d'autonomie.

L'HABITAT « Un équilibre entre logements individuels et collectifs »

Villebon-sur-Yvette compte 4 676 logements sur son territoire en 2014, soit environ 32 % de plus qu'en 1999. Le nombre de logement a presque doublé en 30 ans passant de 2 646 logements en 1975 à 4 676 en 2014.

Le parc de logements de Villebon-sur-Yvette comptabilise une proportion de logements collectifs quasi équivalente à celle des logements individuels. Les logements collectifs représentent 50,3% du parc total contre 48,4 % pour les logements individuels.

A l'image de la communauté d'agglomération et du département, Villebon-sur-Yvette est un secteur d'accession à la propriété : 63 % des logements sont occupés par leurs propriétaires, proportion supérieure à la moyenne départementale et intercommunale.

LOG T7 - Résidences principales selon le statut d'occupation

	2014			
	Nombre	%	Nombre de personnes	Ancienneté moyenne d'emménagement en année(s)
Ensemble	4 425	100,0	10 299	14,8
<i>Propriétaire</i>	2 784	62,9	6 940	18,7
<i>Locataire</i>	1 542	34,8	3 121	8,1
<i>dont d'un logement HLM loué vide</i>	550	12,4	1 154	12,1
<i>Logé gratuitement</i>	100	2,2	238	11,7

Sources : Insee, RP2009 (géographie au 01/01/2011) et RP2014 (géographie au 01/01/2016) exploitations principales.

Au 1er janvier 2017, le parc social de Villebon-sur-Yvette se compose de 861 logements à caractère social répartis sur les différents quartiers de la ville, notamment sur les quartiers du centre-ville et de la Roche. Ces logements sont principalement de petits logements collectifs. Les maisons de ville sont faiblement représentées. Plusieurs projets en cours de réalisation ou de réflexion viennent compléter cette offre, et permettent de répondre au mieux aux besoins de la population.

A l'échéance 2017-2020, plusieurs projets sont en cours de réalisation afin de répondre aux obligations légales qui incombent à la commune. 592 logements ont été inscrits dans le PLH de la CPS pour cette période. A l'horizon 2020, le parc social de Villebon-sur-Yvette devrait être composé d'environ 1453 logements. Ainsi, les objectifs de la loi SRU seront atteints.

1.3.3 - Activités économiques et industrielles

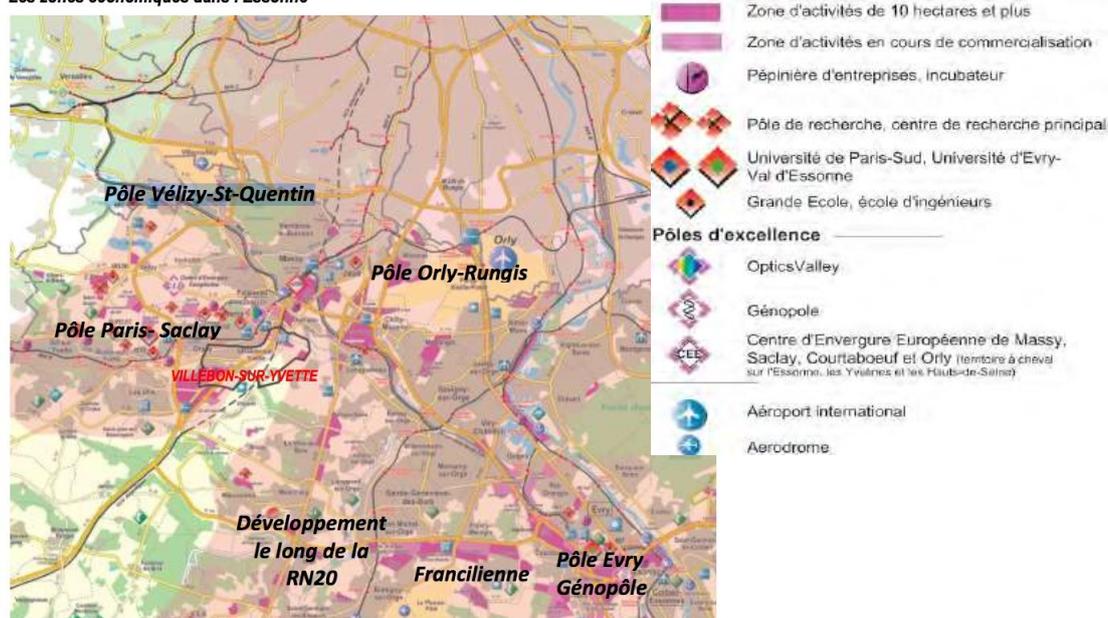
Intégration au cœur du pôle scientifique et technologique du Sud Parisien

Le secteur Sud de l’Ile-de-France se caractérise par plusieurs pôles d’excellence économique tournés vers : les technologies et les services de télécommunications, l’industrie d’équipement électronique et informatique, l’industrie automobile, l’industrie aéronautique, spatiale et de défense et les biotechnologies, ainsi que la recherche et développement.

Plusieurs pôles géographiques de développement sont identifiés dans le secteur, notamment :

- **Le cône de l’Innovation et le Territoire d’Intérêt Métropolitain (TIM) du Plateau de Saclay**, est l’un des sites prioritaires retenus par l’Etat et la Région d’Ile-de-France pour accueillir des entreprises à vocation internationale.
- **Le pôle « Versailles-Vélizy-Saint-Quentin »** dans les domaines de l’aéronautique, des télécommunications et des hautes technologies.
- **Le pôle Orly-Rungis** qui se structure autour du Marché International de Rungis, du parc d’affaires Silic, de la zone Sénia, du centre commercial Belle Epine et du site de la Sogaris ainsi qu’ autour de la plateforme aéroportuaire d’Orly, deuxième aéroport national et dixième européen.
- **Le pôle Evry-Génopole** qui constitue un pôle d’excellence scientifique de rang international marqué par la présence d’entreprises ou de formations de pointes telles que la SNECMA (motorisation aéronautique et aérospatiale), TELECOM & Management SudParis (ex-Institut National des Télécommunications), ARIANESPACE, le CNES, les laboratoires de l’université d’Evry-Val-d’Essonne et, bien sûr, Génopole.
- **Les activités diverses le long de la route nationale RN 20.**

Les zones économiques dans l’Essonne



Localisation de l'activité économique de Villebon-sur-Yvette

LES PARCS D'ACTIVITÉS

Villebon-sur-Yvette se caractérise par la présence de parcs d'activités très attractifs à large rayonnement et de typologies complémentaires. Ces parcs concourent au dynamisme et à l'attractivité du territoire.



Le parc d'activités de Courtabœuf

Situé sur le plateau Sud à cheval sur les communes des Ulis de Villejust et de Villebon-sur-Yvette, il constitue un des premiers parcs d'activités tertiaires européens et comptabilise près de 25 000 salariés. Il forme un pôle d'envergure régionale et un véritable moteur économique pour tout le Nord-Ouest du département. La vocation première de Courtabœuf et de ses extensions est d'accueillir des locaux mixtes activité/tertiaire notamment dans la perspective d'une synergie avec le pôle d'excellence du Campus-cluster du Plateau de Saclay.

En 2015, la mise en service du nouveau pont traversant l'autoroute A10 Nord-Sud marque un tournant majeur dans le développement du parc de Courtabœuf, notamment sur Villebon-sur-Yvette. En effet, les opérations immobilières s'y multiplient et de nombreux investisseurs s'intéressent de plus en plus au devenir de ce parc d'activités. Plus des 2/3 de la superficie du parc existant a fait l'objet d'une Déclaration d'Intention d'Aliéner depuis 2015 à Villebon-sur-Yvette. Dans ce contexte, on peut noter quelques opérations remarquables telles que :

- le rachat en 2017 des 75 000 m² surface de plancher du Parc ICADE par la société AEW (ex. GVIO – promoteur/aménageur), appuyée par l'opérateur SEPTTEAM, constitue un élément clé dans la mutation du parc de Courtabœuf,
- la société GE ENERGY Power Conversion France s'installe en 2015 sur Courtabœuf-Villebon avec 1 200 salariés,
- plusieurs demandes d'autorisations d'urbanisme ont été accordées pour la création de surface de plancher ou pour la réhabilitation de constructions existantes.

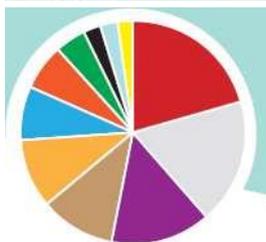
En dehors des limites communales de Villebon-sur-Yvette, des travaux de requalification importants sur lesquels plus de 19 millions euros ont été fléchés par la CPS, la ville, la Région et le Département sont d'ores-et-déjà engagés dans le cadre du Contrat Particulier Région-Département (CPRD) de Courtabœuf. Ce catalyseur d'investissement vise à repositionner le parc parmi les leaders européens en élevant notamment le niveau d'équipement de ce parc d'activités.

L'ensemble de ces éléments contextuels démontrent que le parc d'activités de Courtabœuf, jusqu'à maintenant perçu comme une zone d'activités vieillissante et en perte de vitesse, connaît un renouveau notable marqué par la convergence des financements de l'ensemble des acteurs économiques publics et privés (Etat, Région, Département, CPS, Communes, Investisseurs, Promoteurs).

Au vu des pressions foncières existantes et afin de ne pas contrarier les préconisations du futur Schéma Directeur de l'Offre Economique mené par la CPS, le Préfet de l'Essonne a instauré un périmètre de prise en considération sur les terrains du secteur de Courtabœuf par arrêté préfectoral du 28 juillet 2017.



RÉPARTITION DES ENTREPRISES PAR ACTIVITÉ



L'extension du parc d'activités de Courtabœuf : le Parc de l'Atlantique

Site en pleine mutation, le parc d'activités de l'Atlantique et le secteur de la Plesse, en continuité du parc de Courtabœuf, accueillent un parc d'activités tertiaires constitué essentiellement de bureaux, ainsi que des bâtiments de services aux entreprises.

Concomitamment, les premiers aménagements et les premières constructions du Parc de l'Atlantique ont vu le jour :

- Le nouveau bâtiment de la société TEDIS, distributeur pharmaceutique français en gros à l'export, en entrée de la nouvelle bretelle d'accès depuis l'autoroute A10 (Province->Paris), est achevé et accueille 120 salariés sur le site.
- Le premier magasin-entrepôt COSTCO, 2e entreprise au classement mondial de la grande distribution, et son siège social, a ouvert ses portes le 22 juin 2017. 300 emplois sont attendus sur le site de Villebon : 50 liés à l'implantation du siège social et 250 employés sur le magasin.
- Des bâtiments à caractère mixte (20 % bureaux et 80 % activité) en phase d'achèvement ou en cours de réalisation :
 - Le bâtiment GAMA : 3 728 m² de surface de plancher développée, 6 sociétés et 50 emplois au total,
 - Le bâtiment VEGA : 3 940 m² de surface de plancher développée,
 - Le bâtiment NORMA : 2 161 m² de surface de plancher développée,
 - Le bâtiment OMEGA : 3 045 m² de surface de plancher développée.

Localisation du Parc de l'Atlantique et son extension sur la Plesse



- Voies de desserte
- ■ ■ ■ ■ Travaux d'amélioration de la desserte à proximité du site
- Localisation du parc de l'Atlantique et du secteur de la Plesse

En parallèle, plusieurs autorisations d'urbanisme ont été accordées en entrée du Parc de l'Atlantique en vue :

- de créer de nouvelles façades bâties qualitative le long de l'A10 au niveau du Rond-Point de la Brûlerie avec :
 - un permis de construire accordé à la société TERE pour la réalisation de 660 m² de surface de plancher (380 m² de bureaux et 280 entrepôts),
 - un permis de construire accordé à la société SCI Feuillet pour la réalisation de 1070 m² de surface de plancher (740 m² de bureaux et 330 entrepôts).
- de permettre le maintien de société emblématique villebonnaise :
 - la société des Charpentiers de France, actuellement implantée aux abords du Rond-Point situé à l'intersection de la RD 59 et de la RD 118 E, a obtenu un permis construire pour son nouveau siège de 2 698 m².

L'espace commercial Villebon 2 et le parc d'activités « La Bretèche »

Ce centre commercial est constitué de deux entités complémentaires, l'une étant un espace commercial extérieur divisé en deux secteurs, l'autre étant caractérisé par un hypermarché Auchan et sa galerie commerciale couverte Aushopping.

Cet espace commercial a su attirer de grandes enseignes nationales et engager une véritable politique de transformation qualitative de ses installations et de ses façades, revalorisant ainsi l'ensemble du secteur. Bénéficiant d'une zone de chalandise de plus de 640 000 habitants, l'espace commercial de Villebon 2 et d'Auchan compte près de 80 enseignes. Le doublement récent de la galerie commerciale d'Auchan a permis d'accueillir une trentaine de nouvelles enseignes commerciales sur le site.



Cette zone a réussi à attirer un important panel de grandes enseignes nationales (FNAC, H&M, Rougier&Plé, Maisons du Monde, etc.) et jouit d'une dynamique commerciale indéniable démontrée par sa fréquentation.



Photographie : Philippe LEROY

Le parc d'activités La Bretèche est un petit espace à fort potentiel en entrée de ville situé en extension du pôle commercial de Villebon 2. Actuellement en mutation, il accueille un concessionnaire automobile et une entreprise de travaux publics.

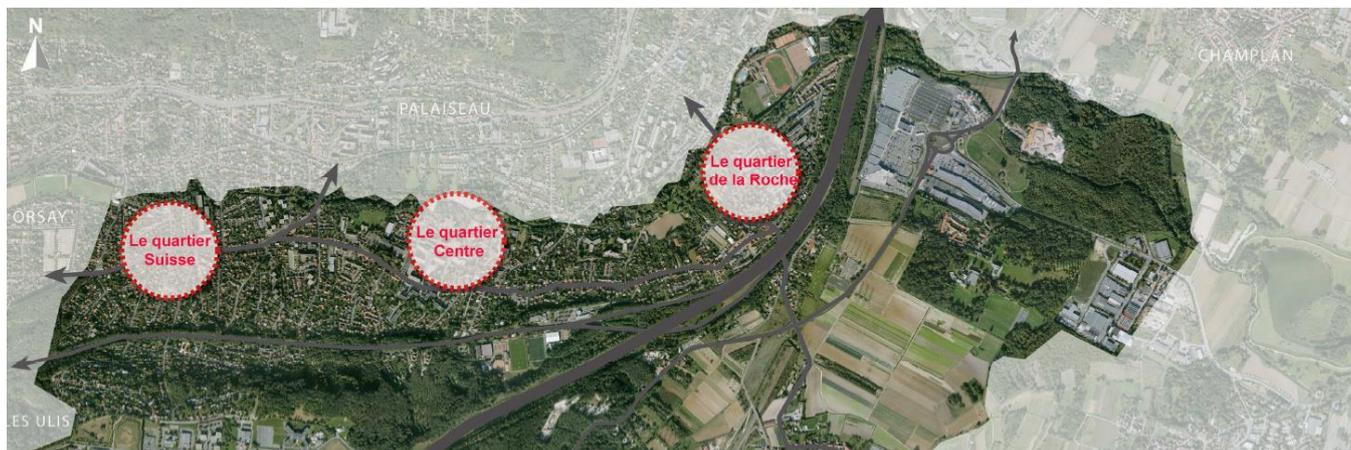
Le parc d'activités « La Prairie »

Ce parc d'activités vient compléter le dispositif économique avec une dominante d'activités artisanales et de services. Situé en bordure de la route départementale 118, le parc d'activités de La Prairie était initialement spécialisé dans les activités d'imprimerie et de sérigraphie dont il reste plusieurs grandes enseignes aujourd'hui. L'entreprise allemande de haute technologie Kuka Automatismes Robotiques y est également implantée.



LES COMMERCES DE PROXIMITÉ

Le tissu économique est complété par quelques commerces et services de proximité relativement diffus dans le tissu résidentiel mais principalement regroupés au sein de trois polarités urbaines que sont le « quartier Suisse », le « quartier Centre » et le « quartier de la Roche ».



Source : SIAM, 2012

Sur le quartier Centre : quelques commerces et services sont présents en rez-de-chaussée des constructions à vocation d'habitat : une supérette, une agence immobilière, une pharmacie, un opticien, une boulangerie, un cabinet d'avocat, une agence postale, et un cabinet médical.



Sur le quartier Suisse : on y trouve de nombreux services de proximité et produits de consommation courante tels un Intermarché, une pharmacie, un fleuriste, un tabac-presse, une boulangerie, deux garages automobiles, une agence immobilière, une auto-école, etc.



Sur le quartier de la Roche : une pharmacie, une boulangerie, deux salons de coiffure, un service de livraison de pizzas à domicile et une supérette, etc., assurent une offre de proximité.



1.3.4 - Infrastructures

RÉSEAU ROUTIER

La desserte de la commune de Villebon-sur-Yvette est directement assurée par l'**autoroute A10**, axe structurant à l'échelle nationale. Celle-ci relie Paris à Rennes, Nantes et Bordeaux et offre au territoire une très bonne accessibilité. Le demi-échangeur en limite avec la commune de Villejust dans les sens Paris-Provence permet d'accéder au parc d'activités de Courtabœuf. L'A10 correspond au réseau **primaire structurant** de Villebon-sur-Yvette.

Ce réseau primaire structurant est encadré par deux axes importants à l'échelle départementale :

- ☞ La **route nationale RN 20**, qui relève du réseau routier départemental, à l'Est de la commune, elle relie Paris à Orléans en traversant la région naturelle de la Beauce.
- ☞ La **route nationale RN 118**, à l'Ouest, qui permet d'accéder à Paris et au plateau de Saclay. Elle permet également l'accès au parc d'activités de Courtabœuf.

Il existe également un réseau de desserte secondaire qui maille les axes autoroutiers, à savoir :

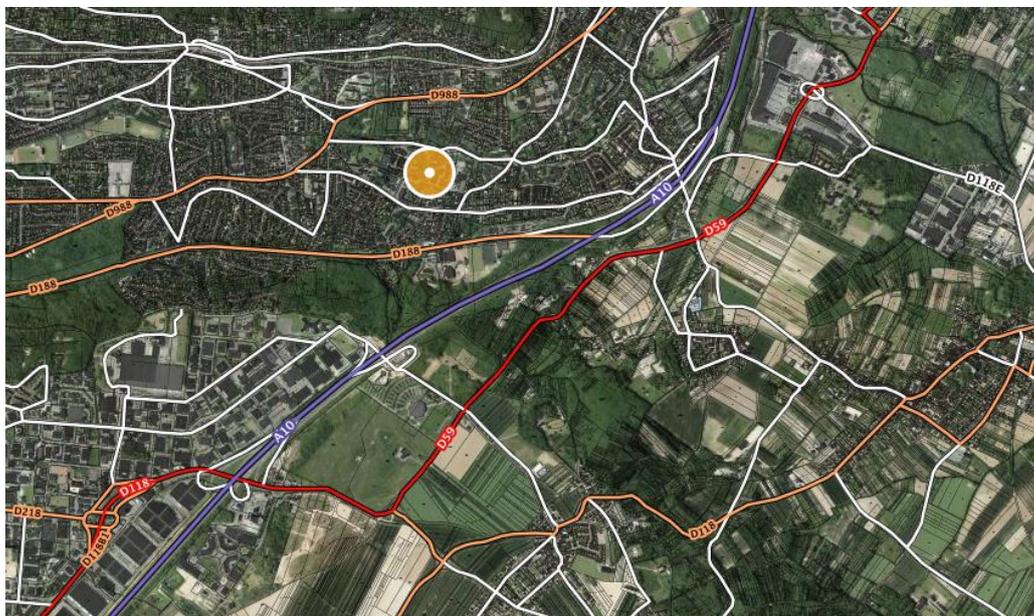
☞ **Des voies relevant du réseau routier départemental structurant :**

- la **route départementale RD188**, axe transversal majeur,
- la **route départementale RD59 (Avenue de la Plesse)**, voie principale d'entrée de la commune, elle assure la desserte de l'espace commercial Villebon 2 et du parc d'activités de Courtabœuf.

☞ **Des voies relevant du réseau routier départemental d'accompagnement :**

- la **route départementale RD 988 (Avenue du Général de Gaulle)**, seule route départementale qui traverse la partie résidentielle de Villebon-sur-Yvette.
- la **route départementale RD 118 (Rue d'Orsay/Avenue de l'Océanie)**, axe transversal de desserte de Courtabœuf,
- la **route départementale RD 118^E (Rue de la Prairie)**, axe de desserte des parcs de la Prairie et de Villebon 2.

LES GRANDS FLUX DU RÉSEAU ROUTIER



Les études trafics effectuées dans le département de l'Essonne en 2013 montrent que plusieurs axes de circulation qui desservent et/ou traversent le territoire connaissent un fort trafic routier :

	2006	2013	
A 10	env. 73 780 véhicules/jour sur le premier tronçon et sur le second env. 87 360 véhicules/jour	env. 52 000 véhicules/jour sur le premier tronçon et sur le second env. 82 200 véhicules/jour	
RD 591	env. 23 827 véhicules/jour dont 4,2 % de poids lourds	env. 25 769 véhicules/jour dont 3,5 % de poids lourds	
RD 118	env. 28 184 véhicules/jour sur la partie Ouest de l'A10 et env. 13 273 véhicules/jour de l'autre côté	env. 34 201 véhicules/jour , dont 5 % de poids lourds, sur la partie Ouest de l'A10 et env. 11302 véhicules/jour dont 4,5 % de poids lourds de l'autre côté	
RD 59	env. 12 812 véhicules/jour dont 4,4 % de poids lourds	env. 12 522 véhicules/jour dont 4,1 % de poids lourds	
RD 188 E	env. 11 989 véhicules/jour dont 4,6 % de poids lourds	env. 10 953 véhicules/jour dont 4,4 % de poids lourds	
RD 188	env. 12 700 véhicules/jour	env. 13 270 véhicules/jour dont 1,8 % de poids lourds	
RD 988	env. 5 000 à 9 999 véhicules/jour	env. 8 304 véhicules/jour dont 2,2 % de poids lourds	

Les volumes des trafics mettent en évidence la convergence des déplacements en direction de Paris : la RD 591 et la RD 118, qui permettent de desservir les axes majeurs reliant la capitale (A10, RN 118) enregistrent des flux supérieurs à 15 000 véhicules/jour.

Le réseau secondaire affiche également un trafic conséquent au vu de la fonctionnalité de ses axes.

2 / PARTIE 2

ETAT INITIAL DE L'ENVIRONNEMENT

La commune possède des espaces naturels conséquents en termes de surface, qui couvrent près de 40 % des 751 hectares du territoire communal. Le relief marqué de la commune offre à partir du plateau un panorama sur les différents milieux naturels.

LES ESPACES BOISÉS CLASSÉS ET LES ZONES « N »

- **La forêt départementale du Bois de Gelles**, qui occupe une superficie relativement importante du territoire (16 hectares) et s'étend entre le parc d'activités de Courtabœuf et les zones urbanisées de la commune. Elle est parcourue par un sentier sportif et un sentier de randonnée, et recensée par le Département de l'Essonne au titre des ENS (Espaces naturels Sensibles).
- **Le Bois Courtin et la vallée Georgette** sont situés au Sud de l'autoroute A10 et s'étendent jusqu'à la limite communale Nord de Villejust. Ce bois est en partie un bois départemental ; et il est inscrit dans le périmètre de droit de préemption départemental pour les autres parties.
- **Le parc du domaine** du Collège et Lycée - Internat de l'Île-de-France qui est délimité des espaces agricoles par des massifs boisés,
- **La promenade piétonnière de l'Yvette**, qui longe sur près de 4 kilomètres les rives de l'Yvette et de la Boële, reliant le Parc d'activités de la Prairie au quartier Centre en passant par le centre commercial Villebon 2 et le quartier de la Roche.



L'aménagement d'un parc urbain aux lieux-dits de La Prairie de Villebon et de la Ménagerie, constituera au terme de la renaturation de cet espace une trentaine d'hectares dédiés à la promenade et au redéveloppement d'une biodiversité.



3 / PARTIE 3

DIAGNOSTIC DU PATRIMOINE PUBLICITAIRE

3.1 OBJET DU DIAGNOSTIC

Il a été opéré sur le territoire de la commune de VILLEBON-SUR-YVETTE une étude technique visant à apprécier les conséquences de toutes natures, notamment environnementales de l’affichage publicitaire et des enseignes.

Cette analyse critique a permis de mesurer la pression publicitaire, de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard de la réglementation nationale et du Règlement Local de Publicité actuel, ont porté manifestement atteinte au cadre de vie et à l’environnement.

Avec l’accroissement des agglomérations et de leurs zones économiques, la concurrence entre activités s’est développée et s’exprime par une surabondance d’affichage publicitaire.

Aujourd’hui, l’affichage publicitaire participe à la banalisation du paysage des villes, autant que les axes routiers structurants qui les accompagnent.

La réforme de la réglementation nationale, issue de loi du 12 juillet 2010, relative à la publicité extérieure confirme son impact sur le paysage et la qualité du cadre de vie. Cette nouvelle réglementation met également en avant le fait que ces aspects se répercutent (positivement ou non) sur l’attractivité commerciale.

Par ailleurs, de nouveaux modes de communication qui peuvent avoir des impacts sur le paysage urbain (panneaux numériques, publicité apposée sur façade commerciale, bâches, etc.), appellent une attention particulière quant à leur déploiement.

L’objectif du futur Règlement Local de Publicité (RLP) est d’instaurer de nouvelles règles, plus restrictives que la réglementation nationale, qui assurent un juste équilibre entre la continuité de la politique de protection du cadre de vie et la liberté d’expression des acteurs économiques, et la visibilité des activités qui font le dynamisme de Villebon-sur-Yvette.

Les prescriptions du Règlement Local de Publicité en vigueur :

ZPR 1 : avenue Charles de Gaulle et rue Palaiseau

PUBLICITES ET PREENSEIGNES	Surface unitaire	Hauteur	Densité
Dispositifs muraux y compris les préenseignes temporaires Non lumineux, éclairage par transparence ou par projection	12 m ²	6 mètres	Un par mur support
Dispositifs scellés au sol Y compris les préenseignes temporaires Non lumineux, éclairage par transparence ou par projection	4 m ²	6 mètres	Un dispositif = linéaire >40 mètres
Mobilier urbain	2 m ²		
Affichage sur palissades de chantier	12 m ²		
Dispositifs lumineux	INTERDITS		
ENSEIGNES	SOUMISES A LA REGLEMENTATION NATIONALE		

ZPR 2 : zones agglomérées, à l'exception de la ZPR1 et de ZPR3

PUBLICITES ET PREENSEIGNES	Surface unitaire	Hauteur	Densité
Dispositifs muraux y compris les préenseignes temporaires Non lumineux, éclairage par transparence ou par projection	4 m ²	6 mètres	Un par mur support
Dispositifs scellés au sol Y compris les préenseignes temporaires Non lumineux, éclairage par transparence ou par projection	INTERDITS		
Mobilier urbain	2 m ²		
Affichage sur palissades de chantier	12 m ²		
Dispositifs lumineux	INTERDITS		
ENSEIGNES	SOUMISES A LA REGLEMENTATION NATIONALE		

ZPR 3 : zone de Courtabœuf

PUBLICITES ET PREENSEIGNES	Surface unitaire	Hauteur	Densité
Dispositifs muraux y compris les préenseignes temporaires Non lumineux, éclairage par transparence ou par projection	12 m ²	7,50 mètres	Deux par mur support
Dispositifs scellés au sol Y compris les préenseignes temporaires Non lumineux, éclairage par transparence ou par projection	12 m ²	6 mètres	Un dispositif = linéaire 0 à 60 mètres + Un dispositif supplémentaire par tranche de 100 mètres
Mobilier urbain	2 m ²		
Affichage sur palissades de chantier	12 m ²		
Dispositifs lumineux	INTERDITS		
ENSEIGNES	SOUMISES A LA REGLEMENTATION NATIONALE		

ZPA 1 : ZA de la Bretèche, ZA de la Prairie

PUBLICITES ET PREENSEIGNES	Surface unitaire	Hauteur	Densité
Dispositifs muraux y compris les préenseignes temporaires Non lumineux, éclairage par transparence ou par projection	12 m ²	7,50 mètres	Deux par mur support
Dispositifs scellés au sol Y compris les préenseignes temporaires Non lumineux, éclairage par transparence ou par projection	12 m ²	6 mètres	Un dispositif = linéaire 0 à 80 mètres Un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres Groupés par 2 si intervalle de 100 m <u>Implantation sur le parking du CC :</u> - 20 m limite extérieure des voies - Sans limite de surface - Sans règle de densité
Mobilier urbain	2 m ²		
Affichage sur palissades de chantier	12 m ²		
Dispositifs lumineux	INTERDITS		
ENSEIGNES	SOUMISES A LA REGLEMENTATION NATIONALE		

3.3 DIAGNOSTIC DE L'EXISTANT

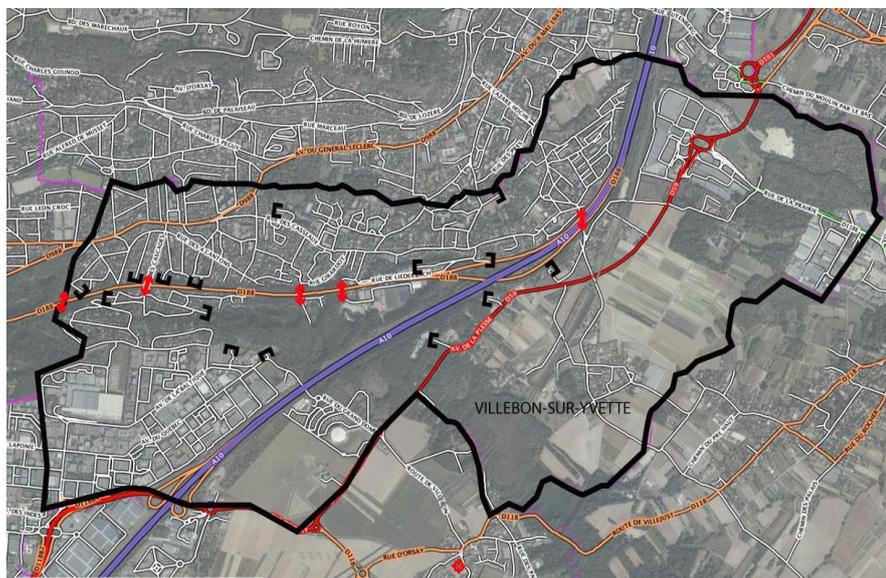
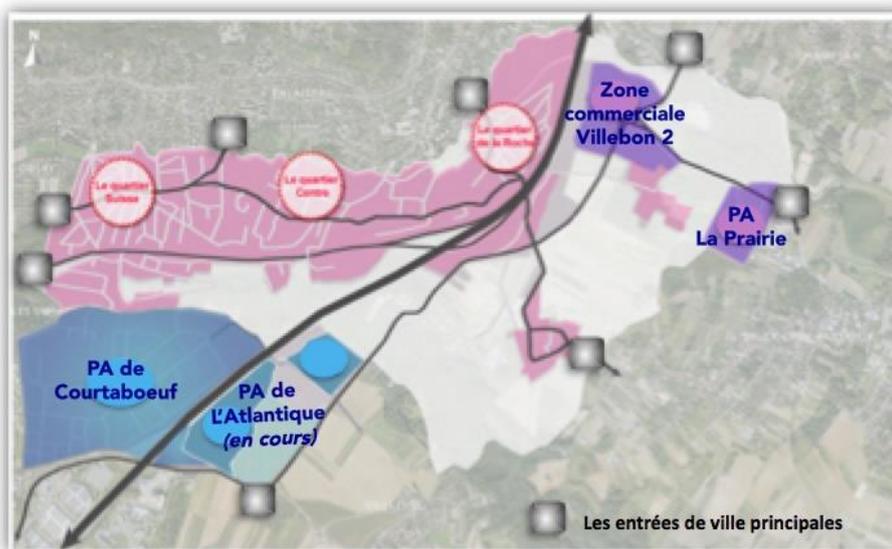
3.3.1 – Périmètre de l'étude

Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée, la commune de VILLEBON-SUR-YVETTE, a souhaité que l'intégralité de sa surface agglomérée soit analysée. Dans un souci de cohérence de son approche environnementale, la commune a également décidé de faire porter l'étude sur les activités économiques et sur les axes structurants situés sur l'ensemble de son territoire.

Le périmètre d'étude pris en compte est celui de l'ensemble du territoire communal de VILLEBON-SUR-YVETTE. Il a donné lieu à des analyses différenciées de la publicité et des enseignes selon les secteurs.

Quatre secteurs à enjeux ont été identifiés :

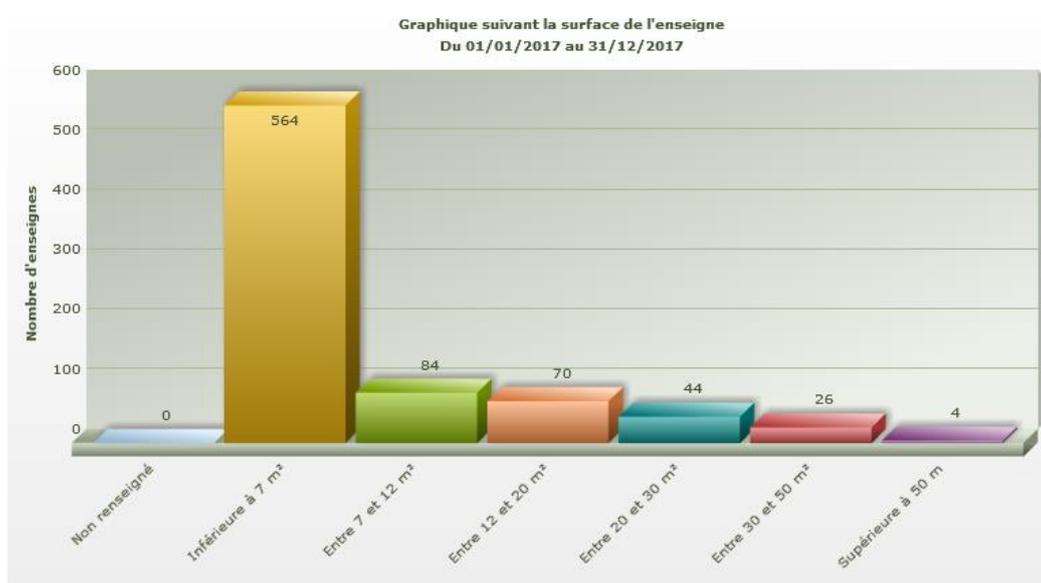
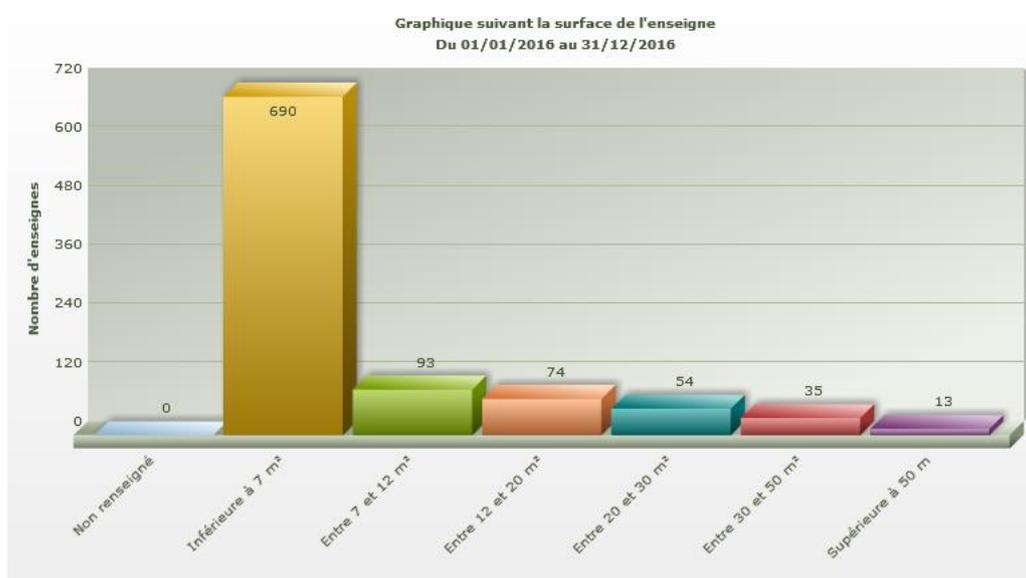
1. *Les entrées de ville*
2. *Les quartiers d'activités de proximité*
3. *Les zones d'activités*
4. *Les grands axes de circulation :*
 - *Traversée par l'autoroute A10*
 - *Réseau de voies départementales :*
 - RD 988
 - RD 188
 - RD 118
 - RD 118^E
 - RD 59
 - *Desserte locale constituée d'une seule artère :*
 - rue des Casseaux
 - rue des Maraîchers



3.3.2 – État des lieux analytique

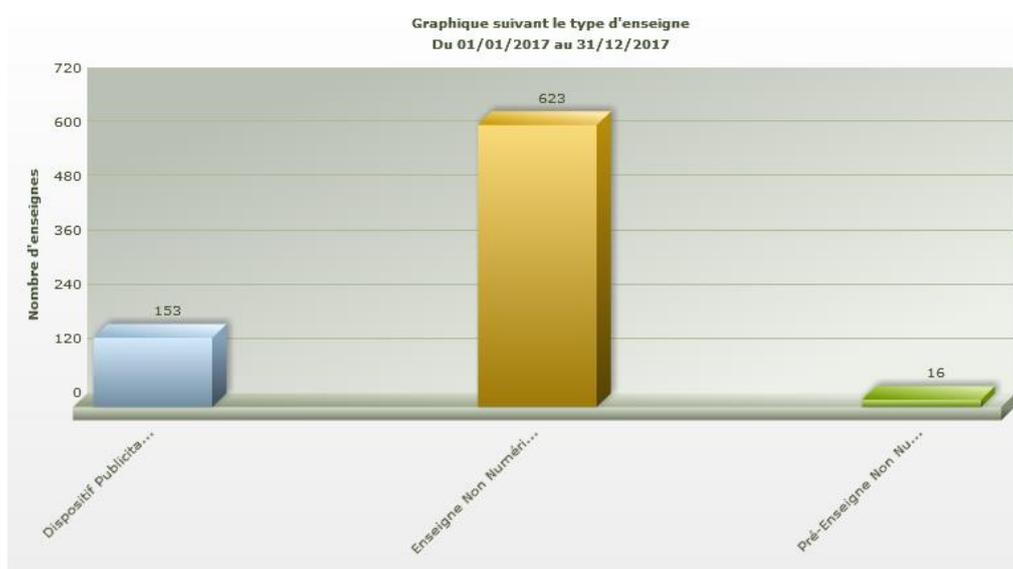
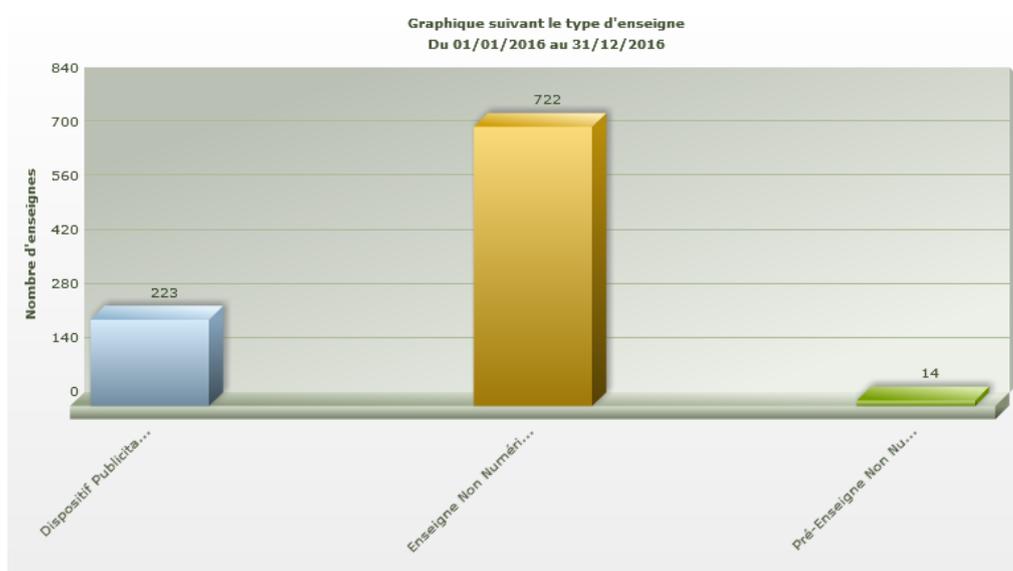
A partir de données statistiques issues des recensements effectués dans le cadre de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE), il est possible de dresser un état des lieux quantitatif et par typologie des dispositifs installés au sein du territoire communal.

En termes d'enseignes, les dispositifs de moins de 7 m² sont les plus représentatifs du parc existant (72% des dispositifs existants en 2016 et 71% des dispositifs existants en 2017). Les enseignes de plus de 30 m² sont quant à elle les moins représentées et leur réduction entre les années 2016 et 2017 marque la volonté politique de la commune de limiter les enseignes de très grandes tailles qui sont souvent contraires à la réglementation en vigueur et peu qualitatives.



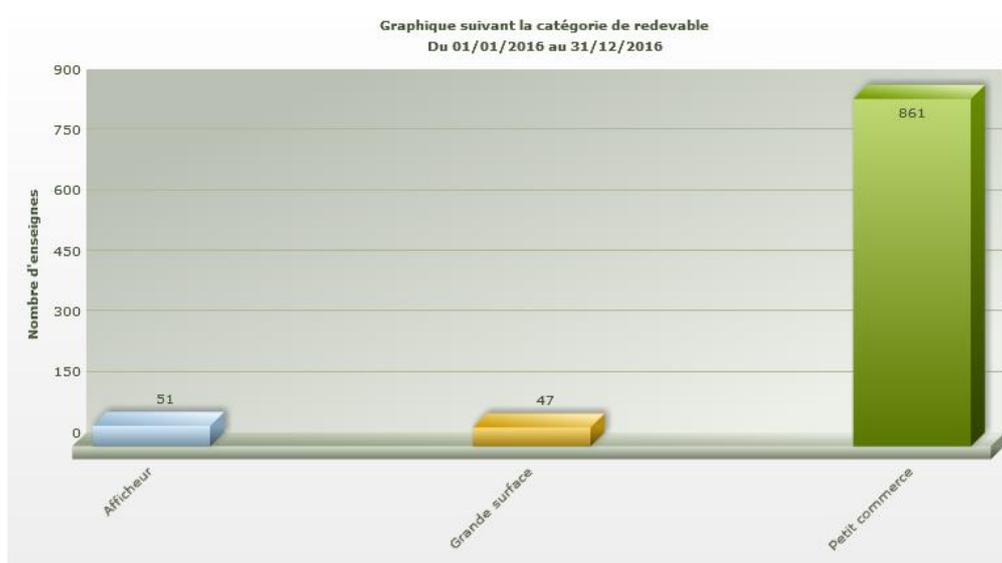
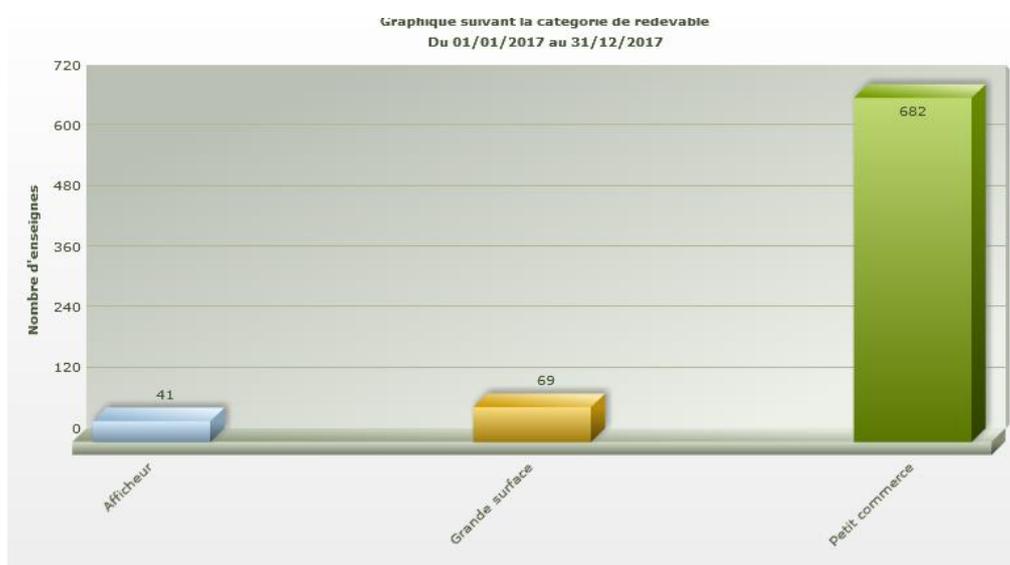
En termes de typologie des dispositifs présents à Villebon-sur-Yvette, la très grande majorité relève de la catégorie des enseignes qui représentent environ 75% des dispositifs existants en 2016 et environ 79% des dispositifs existants en 2017. Les dispositifs publicitaires ont vu leur nombre réduire entre 2016 et 2017, passant d'environ 23% à 19%. Cette diminution peut s'expliquer par la mise en place entre 2015 et 2016 de procédures de mise en conformité vis-à-vis de plusieurs dispositifs implantés de manières illégales.

Les dispositifs de préenseignes ont quant à eux augmenté et témoignent de manière générale d'un besoin fort pour les entreprises de signaler géographiquement leur activité, davantage que de communiquer sur une opération purement publicitaire. Une réflexion est d'ailleurs en cours en faveur du développement de la Signalisation d'Information Locale (SIL) et des Réseaux d'Informations Services (RIS) pour répondre de manière efficace à ce besoin.



Enfin, il est possible à partir des données statistiques des redevables de la TLPE d'établir un portrait des activités présentes à Villebon-sur-Yvette. Bien que la commune soit connue pour la zone commerciale de Villebon 2 et la zone d'activités de Courtabœuf qui regroupe plusieurs grandes entreprises, la très large majorité des dispositifs d'enseigne, de publicité ou de préenseigne concerne les commerces ou services de petite taille, tels que des commerces de proximité ou des PME.

Ce constat recoupe celui établi par l'INSEE au sujet de la répartition des établissements actifs par tranche d'effectif salarié. En effet, au 31 décembre 2015, 60,3 % des entreprises présentes à Villebon-sur-Yvette ne possèdent aucun salarié, tandis que 25,4 % possèdent entre 1 et 9 salariés. Cette caractéristique finalement peu visible, a été intégrée à l'élaboration du Règlement Local de Publicité pour la définition de prescriptions adaptées. La Taxe Locale sur la Publicité Extérieure tient par ailleurs compte des entreprises de petites tailles en exonérant sous certain seuil leurs dispositifs.



3.3.3 – Diagnostic du patrimoine publicitaire

1. Les entrées de ville

Les entrées de ville de Villebon-sur-Yvette sont extrêmement variées en termes de paysages : tantôt ruraux, urbains, commerciaux ou tertiaires.

1.1. L'entrée Nord depuis Palaiseau Rond-point de l'Europe / rue de Palaiseau

Tissu pavillonnaire.

Aucune publicité. Signalétique existante.

Entrée de ville à préserver.



1.2. L'entrée Nord-Est depuis Champlan Avenue de la Plesse RD 59

Entrée de ville, située à l'entrée de la zone d'activités de La Bretèche.

Mobilier urbain et publicité privée en zone naturelle.

Entrée de ville à préserver.



1.3. L'entrée Est-Est depuis Champlan Rue de la Prairie RD 118E

Particularité de cette axe routier : Il sort de secteurs remarquables (EBC et zone N), et abouti à la zone commerciale de Villebon 2.

Aucune publicité. Entrée de ville à préserver.



1.4. L'entrée Est depuis Champlan Rue de la Prairie RD 118E

Entrée de ville située à l'entrée de la zone d'activités de la Prairie.

Particularité de cette axe routier : en sortant de cette zone d'activités, il traverse des secteurs remarquables pour aboutir à la zone de Villebon 2.

Aucune publicité, à l'exception de celle apposée sur le mobilier urbain. Entrée de ville à préserver.



1.5. L'entrée Sud depuis la RD 59 Rue de Villers

Tissu pavillonnaire

Aucune publicité. Signalétique existante.

Entrée de ville à préserver.



1.6. L'entrée Sud-Sud depuis Saulx-les-Chartreux Rue de Saulx-les-Chartreux

Entrée de ville bordée de terres agricoles.

Aucune publicité. Entrée de ville à préserver.



1.7. L'entrée Sud depuis Villejust Rue du Grand Dôme

Entrée de ville située à l'entrée du parc d'activités de l'Atlantique (Courtabœuf).

Aucune publicité. Entrée de ville à préserver.



1.8. L'entrée Sud-Est depuis Les Ulis RD 118

Entrée de ville avec une présence de dispositifs publicitaires et de préenseignes visibles depuis la RD 118 situé en dehors de l'agglomération.

Mobilier urbain supportant de la publicité.

Signalétique propre à la zone d'activités.



1.9. L'entrée Est depuis Orsay Avenue du Général de Gaulle RD 988

Tissu pavillonnaire.

Aucune publicité. Signalétique existante.

Présence de quelques commerces.



1.10. L'entrée Nord depuis Palaiseau Avenue du Général de Gaulle RD 988

Tissu pavillonnaire.

Aucune publicité. Signalétique existante.



2. Les quartiers d'activités de proximité

Les différents quartiers affichent principalement des **enseignes** apposées sur du commerce de proximité. Les éléments présents sont principalement des enseignes à plat et perpendiculaires. Certaines enseignes ne sont pas conformes à la réglementation nationale. Une surcharge des façades et des vitrines a également été constatée.

La **publicité** est inexistante à l'exception de celle apposée sur le mobilier urbain.

Quartier du Centre-Ville



Publicité sur mobilier urbain (2 m²)



Enseignes bien intégrées avec les ouvertures sur façade.

Quartier de La Roche



Enseigne en drapeau irrégulière au regard de la réglementation nationale.

- Dépasse les limites du mur support
(art. R.581-61 du Code de l'environnement)

Enseigne implantée au-dessus des fenêtres du R+1



Fragilité de l'état de l'enseigne



Surcharge des vitrines

Quartier Suisse



Plusieurs typologies d'enseignes : perpendiculaire à la façade, à plat, scellée au sol

3. Les zones d'activités

Les dispositifs publicitaires sont peu présents dans les zones d'activités.

Quelques mobiliers urbains supportent la publicité.

Les enseignes en infraction au Code de l'environnement sont nombreuses et se caractérisent par certains modes d'installation :

- Le dépassement des limites du mur de bâtiment.
- Le dépassement de la surface cumulée sur façade commerciale.
- Les enseignes sur toiture.
- La densité des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol.
- La hauteur des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol.

Parc d'activités de Courtabœuf

Signalétique existante adaptée à la zone d'activité



Mobilier urbain (abribus et planimètre) supportant de la publicité (12 m² et 2m²).



Bonne intégration de certaines enseignes apposées à plat sur bâtiment.



Enseignes aux dimensions imposantes sur bâtiment et sur clôture non aveugle.



Densité d'enseignes apposées sur baie.



Enseignes scellées au sol irrégulières au regard de la réglementation nationale.

(art. R.581-65 du Code de l'environnement) :

- *Largeur de l'enseigne supérieure à 1 m*
- *Hauteur supérieure à 6,50 m*
- *Surface unitaire de l'enseigne supérieure à 12 m²*



- ***Densité :*** *supérieure à une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol bordant la voie de l'activité exercée. (art. R.581-64 du Code de l'environnement)*



Enseignes sur toiture.



Enseignes temporaires en grand nombre sur l'unité foncière du lieu d'activité.



Zone commerciale de Villebon 2

Formes diverses de bâtiment supportant des enseignes.



Signalétique existante adaptée à la zone d'activité commerciale.



Mixité « Publicité/Préenseignes/Enseignes » apposées sur bâtiment d'activités.

Priorité aux enseignes relatives à l'activité exercée dans le bâtiment.



Enseignes à plat irrégulières au regard de la réglementation nationale.

- *Superficie supérieure à 15% de la façade commerciale (art. R.581-63 du Code de l'environnement)*
- *Enseignes dépassant le bord supérieur du mur support (art. R.581-60 du Code de l'environnement)*



Enseigne bien intégrée sur la façade commerciale en termes de densité et de superficie



Enseignes sur toitures irrégulières au regard de la réglementation nationale : les enseignes sur toiture doivent être réalisées en lettres ou signes découpés (art. R.581-62 du Code de l'environnement)



Structure sur toiture dénaturant l'aspect général du bâtiment et défavorise l'esthétique de l'enseigne, (supprimée au cours des derniers travaux de la rénovation du centre commercial)



Exemple d'enseigne en lettres découpées sur toiture-terrasse

Enseignes scellées au sol irrégulières au regard de la réglementation nationale

(art. R.581-65 du Code de l'environnement)

- *Surface unitaire supérieure à 12 m²*
- *Largeur de l'enseigne supérieure à 1,00 m : hauteur supérieure à 6,50 m*



Parc d'activités la Prairie

Mobilier urbain scellé au sol (12 m²) et abribus (2 m²) supportant de la publicité



Publicités et préenseignes scellées au sol irrégulières au regard de la réglementation nationale.

➤ *Interdites en dehors de l'agglomération (art. L.581-7 du Code de l'environnement)*

Il ne s'agit pas de préenseignes dérogatoires définies à l'article R.581-67 du Code de l'environnement).

Préenseignes installées directement sur le sol du domaine public.

Préenseignes irrégulières au regard de la réglementation nationale

➤ *Apposées sur clôture non aveugle (art. R.581-22 du Code de l'environnement)*



*Signalétique locale existante.
Conception et matériaux à harmoniser.*

Préenseignes installées sur le domaine public.



Enseignes à plat adaptées à chaque façade commerciale.



Enseignes scellées au sol et installées directement sur le sol, irrégulières au regard de la réglementation nationale.

- ***Densité*** : supérieure à une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol bordant la voie de l'activité exercée.

(art. R.581-64 du Code de l'environnement)



Parc d'activités de l'Atlantique (Courtabœuf)

Enseignes scellées au sol et installées directement sur le sol, irrégulières au regard de la réglementation nationale.

- ***Densité***: supérieure à une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol bordant la voie de l'activité exercée.

(art. R.581-64 du Code de l'environnement)



4. Les grands axes de circulation

Du Sud au Nord du territoire, deux axes routiers majeurs traversent des espaces paysagers variés :

- L'axe « avenue du Général de Gaulle CD 988, rue des Casseaux, rue des Maraîchers », urbain, avec une dominante de bâti pavillonnaire et des pôles de commerces de proximité : centre-ville, quartier de La Roche et quartier Suisse.

L'affichage publicitaire est inexistant à l'exception de celui apposé sur le mobilier urbain (2 m²). Seules, les enseignes des petits commerces animent les voies et les quartiers.

- L'axe « avenue de la Plesse (RD 59 et la RD 118) est un axe majeur de l'agglomération de Villebon-sur-Yvette desservant les différentes zones d'activités : Villebon 2, parcs d'activités de Courtabœuf dont le parc de l'Atlantique.

L'affichage publicitaire, les préenseignes, le mobilier urbain et toutes sortes d'enseignes s'y confondent en dehors du type de bâti rencontré et de leur implantation.

Les dispositifs publicitaires marquent l'ambiance visuelle des entrées de ville situées à proximité des zones de VILLEBON 2 et de Courtabœuf.

Avenue du Général de Gaulle RD 988



Signalétique bien adaptée à l'activité locale.



Confusion des messages sur un équipement public. Préenseigne VILLEBON 2 n'étant pas conforme avec la signalisation routière.

Densité, implantations et dimensions trop importantes des enseignes apposées à plat.



Les enseignes doivent respecter les lignes de façades et la largeur de la devanture commerciale.

Enseigne située au-dessus d'une porte d'entrée d'accès aux étages.



Secteur mixte commerces/habitat pavillonnaire.



Présence d'enseignes, totem et scellée au sol.

Bel exemple d'une façade commerciale d'un commerce de proximité.



Enseigne en drapeau irrégulière au regard de la réglementation nationale.

- *Dépasse les limites du mur support
(art. R.581-61 du Code de l'environnement)*

Enseigne sur toiture irrégulière au regard de la réglementation nationale.

- *Doit être réalisée en lettres ou signes découpés
(art. R.581-62 du Code de l'environnement)*



Enseignes scellées au sol et installées directement sur le sol, irrégulières au regard de la réglementation nationale.

- *Densité : supérieure à une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol bordant la voie de l'activité exercée.
(art. R.581-64 du Code de l'environnement)*



Rue des Casseaux



Signalétique bien adaptée au secteur d'activité locale.



Publicité sur mobilier urbain (2m²).
Affichage d'opinion existant.



Publicités lumineuses et préenseigne non lumineuse
scellées au sol implantées sur une parcelle
du domaine public



Préenseigne murale en infraction au regard de la
réglementation nationale :
aposée sur un mur de bâtiment non aveugle



*Enseignes apposées en drapeau sur une seule façade commerciale.
Intérêt à préserver un équilibre quantitatif des dispositifs d'affichage.*

Rue des Maraîchers



Confusion de messages : signalétique directionnelle, préenseignes sur panneau d'affichage numérique. Préenseigne VILLEBON 2 n'étant pas conforme avec la signalisation routière

Dispositifs publicitaires irréguliers au regard de la réglementation nationale :

- Apposés sur des équipements publics (art. R.581-22 du Code de l'environnement)



Publicité sur mobilier urbain (2m²).

Rue de Palaiseau



Signalétique locale bien adaptée.



Publicité sur mobilier urbain (2m²).

**Préenseigne apposée sur un mur de bâtiment
« non aveugle ».**



Bretelle de sortie de l'autoroute A10 vers la Route Départementale n°118 (Parc d'activités de Courtabœuf)

Préenseignes scellées au sol irrégulières au regard de la réglementation nationale.

- *Interdites en dehors de l'agglomération (art. L.581-7 du Code de l'environnement)*

Il ne s'agit pas de préenseignes dérogatoires définies à l'article R.581-67 du Code de l'Environnement.

Mise en conformité en cours pour dépose définitive.



Route Départementale n° 59



Préenseignes scellées au sol irrégulières au regard de la réglementation nationale. Il ne s'agit pas de préenseignes dérogatoires définies à l'article R.581-67 du Code de l'Environnement).

- *Interdites en dehors de l'agglomération (art. L.581-7 du Code de l'environnement)*

Mise en conformité en cours pour dépose définitive.

Publicité irrégulière au regard de la réglementation nationale :

- *Apposée sur un mobilier urbain (12 m²) situé en dehors de l'agglomération (art. R.581-47 et R. 581-31 du Code de l'environnement)*

Dispositif publicitaire irrégulier au regard de la réglementation nationale :

- *Apposés sur des équipements publics (art. R.581-22 du Code de l'environnement)*



Publicité conforme apposée sur le mobilier urbain (2 m²).

Route Départementale n° 118

Préenseignes scellées au sol irrégulières au regard de la réglementation nationale. Il ne s'agit pas de préenseignes dérogatoires définies à l'article R.581-67 du Code de l'environnement).

- *Interdites en dehors de l'agglomération (art. L.581-7 du Code de l'environnement)*

Déposé.



5.4 CONCLUSION DU DIAGNOSTIC

PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

- Le territoire de Villebon-sur-Yvette comporte quelques zones dans lesquelles la pression publicitaire est forte, notamment le long des grands axes structurants tels que la Route Départementale 59 (avenue de la Plesse) au niveau de la zone commerciale de Villebon 2 et des intersections routières. L’affichage y est très présent, souvent de manière sauvage et illégale. La politique communale engagée depuis plusieurs années a permis de réduire de manière significative le nombre de dispositifs illégaux et non adaptés au contexte naturel et paysager de la vallée de l’Yvette mais également du Plateau de Courtabœuf. La révision du Règlement Local de Publicité doit permettre d’améliorer le cadre légal local applicable aux dispositifs de publicité et de préenseigne.
- L’impact de la publicité sur les entrées de ville est relativement faible. Le secteur le plus fortement marqué est l’entrée de ville située au niveau de la zone d’activités de la Bretèche en venant du rond-point Gutenberg à Palaiseau et en direction de la zone commerciale de Villebon 2.
- Le contexte en évolution des modes d’affichages, mis en perspective avec les faiblesses réglementaires du Règlement Local de Publicité actuellement en vigueur, ne permet plus de garantir une qualité paysagère et visuelle. Le territoire pourrait rapidement se dégrader, notamment dans les zones d’activités, par une évolution exponentielle de l’implantation de publicité scellée au sol déjà existant au format de 12 m². Les autres dispositifs sont de formats variés, traditionnels (2m², 1,5 m²).
- Il a été constaté quelques irrégularités de dispositifs publicitaires liés notamment à l’utilisation du domaine public tels que les chevalets mais également des préenseignes temporaires installées régulièrement sans autorisation sur les éléments de mobilier urbain autour du rond-point de la zone commerciale de Villebon 2.
- Les observations de terrain mettent en évidence que les besoins d’affichage relatifs à de la publicité *stricto sensu* apparaissent faibles et que les supports dédiés sont très majoritairement employés pour l’affichage de préenseignes.

ENSEIGNES

- Les observations de terrain mettent en évidence une forte concentration d’enseignes de grand gabarit dans les zones d’activités et tout particulièrement dans la zone commerciale de VILLEBON 2, auxquels s’ajoutent les bâtiments et supports hétérogènes. Les projets de rénovation des façades du centre commercial Villebon 2 mais également l’extension de la galerie commerciale Aushopping, ont permis de réduire de manière significative les dimensions des enseignes, de créer une harmonie d’ensemble et de mettre en conformité les implantations existantes. Les nouvelles installations ont été étudiées avec les services municipaux dans le respect du décret du 30 janvier 2012 qui a renforcé les règles de densité d’enseignes appliquées à la façade commerciale. Certains dispositifs, notamment scellés au sol, doivent faire l’objet d’une mise en conformité prochaine.
- Les dispositifs d’enseigne dans le cœur de l’espace aggloméré de Villebon-sur-Yvette sont les témoins d’implantations ponctuelles, sans cohérence d’ensemble et souvent anciennes. Les enseignes ne sont pas toujours qualitatives tant pour le cadre bâti urbain que pour l’activité signalée. Quelques enseignes doivent par ailleurs être mises en conformité avec la réglementation nationale. L’évolution du Règlement Local de Publicité permettra de définir un nouveau cadre réglementaire dans la perspective d’une harmonisation des dispositifs en termes de quantité, de qualité et de lisibilité.

SYNTHÈSE GÉNÉRALE

A l’occasion de la révision du Règlement Local de Publicité et en conclusion des observations de terrain, les préconisations à poursuivre sont les suivantes :

- ☞ Prendre en compte l’évolution législative et réglementaire du fait de la loi dite Grenelle II et du décret du 30 janvier 2012 dans le domaine de la publicité extérieure, des enseignes et préenseignes (procédés, formats, densité).
- ☞ Définir des prescriptions réglementaires assez larges pour tenir compte des réalités de terrain tout en assurant une cohérence et une harmonie des dispositifs d’affichage.
- ☞ Continuer d’assurer sur l’ensemble du territoire communal la qualité du cadre de vie et des paysages par la définition de règles adaptées au contexte local.
- ☞ Poursuivre et favoriser l’installation de panneaux signalétiques directionnels afin d’assurer la visibilité des activités de proximité qui participent au dynamisme de la commune.
- ☞ Valoriser les entrées de ville, notamment en privilégiant l’installation de mobilier urbain et en préservant les espaces naturels et paysagers.
- ☞ Assurer sur la zone commerciale un meilleur équilibre entre les attentes commerciales des établissements et la qualité d’affichage et d’aménagement du secteur.
- ☞ Renforcer les règles applicables aux enseignes et préenseignes temporaires.



4 / PARTIE 4

OBJECTIFS ET ORIENTATIONS

4.1 OBJECTIFS

L'encadrement des affichages publicitaire, d'enseignes et de préenseignes constitue un enjeu majeur pour la qualité des paysages de la commune.

Villebon-sur-Yvette possède un Règlement Local de Publicité approuvé en janvier 1993 qui a permis de maîtriser le développement des dispositifs d'affichage sur le territoire et garantir la préservation et la qualité de l'environnement de la commune.

Compte tenu des évolutions urbaines du territoire (développement de la zone commerciale, des parcs d'activités, des zones d'urbanisation), et des nouvelles dispositions législatives et réglementaires de l'affichage publicitaire (Loi du 12 juillet 2010 et décret du 30 janvier 2012), le Règlement Local de Publicité en vigueur s'avère insuffisant et implique donc une révision pour s'adapter à la réglementation en vigueur au nouveau contexte local.

Par délibération du 29 janvier 2015, le Conseil municipal a défini les objectifs poursuivis, cités ci-dessous, pour la révision du Règlement Local de Publicité :

- ✓ Affirmer la présence de l'agriculture à Villebon-sur-Yvette et assurer la reconquête des milieux naturels aux abords des espaces commerciaux et d'activités, tout en préservant la nécessaire identification de ces entités.
- ✓ Lutter contre les pollutions visuelles en prenant en compte les nouvelles règles nationales issues notamment de la déclinaison de la loi du 12 juillet 2010 et du décret du 30 janvier 2012. Cet objectif devra permettre de valoriser les entrées de ville et d'assurer la qualité du cadre de vie.
- ✓ Prendre en compte la réalité de la demande de la signalétique commerciale liée notamment à l'arrivée de nouvelles enseignes sur le territoire et par la mise en place de mesures assurant la refonte qualitative de la publicité sur la zone commerciale de Villebon 2.
- ✓ Prendre en compte des nouveaux dispositifs de publicité : il est nécessaire d'encadrer les dispositifs absents de l'actuel règlement comme par exemple les procédés lumineux ou dynamiques.

4.2 ORIENTATIONS

Dans sa délibération du 15 octobre 2015, le Conseil Municipal a débattu sur les sept orientations suivantes qui ont guidé la rédaction des dispositions réglementaires du Règlement Local de Publicité :

ORIENTATIONS N°1 :

Elaborer une réglementation équilibrée entre les besoins de communication de l'ensemble des acteurs économiques de Villebon (notamment le Centre commercial de Villebon 2, les sociétés présentes sur les parcs d'activités de Courtabœuf, de l'Atlantique, de la Prairie ainsi que les commerces de proximité) et la préservation du paysage.

ORIENTATIONS N°2 :

Créer des entrées de ville identifiées et identifiables.

ORIENTATIONS N°3 :

Préserver les entrées de ville, les abords des axes routiers et l'ensemble des quartiers des possibles nuisances visuelles en interdisant toute publicité et préenseigne, à l'exception de celle apposée sur le mobilier urbain.

ORIENTATIONS N°4 :

Assurer une densification adaptée de l'ensemble des dispositifs publicitaires autorisés dans les parcs d'activités et sur la zone commerciale

ORIENTATIONS N°5 :

Sécuriser juridiquement les autorisations accordées par la commune via une réglementation claire et compréhensible de tous.

ORIENTATIONS N°6 :

Adopter une réglementation des enseignes appropriées :

- aux caractéristiques du bâti,
- à la typologie des enseignes (à plat, en drapeau, sur baie, sur store-banne, sur auvent, sur marquise, sur balcon, scellée au sol, posée sur le sol),
- aux types d'installations (saillie, dimensions, densité, éclairage).

ORIENTATIONS N°7 :

Engager en parallèle de la révision du Règlement Local de Publicité des réflexions en faveur du développement de la Signalisation d'Information Locale (SIL) et des Réseaux d'Informations Services (RIS).

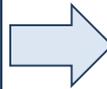
JUSTIFICATIONS DES CHOIX RÉGLEMENTAIRES

LES OBJECTIFS

Affirmer la présence de l'agriculture sur Villebon et assurer la reconquête des milieux naturels aux abords des espaces commerciaux et d'activités, tout en préservant la nécessaire identification de ces entités.

LES ORIENTATIONS RETENUES

- Elaborer une réglementation équilibrée entre les besoins de communication de l'ensemble des acteurs économiques de Villebon (notamment le Centre commercial de Villebon 2, les sociétés présentes sur les parcs d'activités de Courtabœuf, de l'Atlantique, de la Prairie ainsi les commerces de proximité) et la préservation du paysage.



DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES LOCALES RETENUES

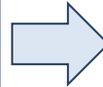
- Le cadre légal précisant les lieux pouvant recevoir des enseignes ou des dispositifs publicitaires et pré-enseignes a été détaillé dans les pièces du dossier de révision du Règlement Local de Publicité. En effet, la définition juridique de la notion d'agglomération a été rappelée au sein même du RLP et les limites de l'agglomération (entrées et sorties) ont été identifiées par le biais de photographie. Cette pièce a été annexée au dossier de RLP.
- Les Zones de Publicité Réglementées ont été redéfinies afin de prendre en compte les caractéristiques de chaque ensemble bâti et les évolutions envisagées à long terme. Une nouvelle ZPR a également été créée pour garantir la mise en place de mesures réglementaires adaptées aux spécificités de la zone commerciale de Villebon 2.
- Si les enseignes et la publicité ont été autorisées dans les quatre ZPR, la révision du RLP a permis de remettre à plat les caractéristiques de chaque typologie afin de garantir un équilibre entre la préservation des paysages urbains et la nécessité de communication des entreprises. Ainsi, la publicité sur les supports de grandes dimensions a été proscrite sur l'ensemble du territoire au profit d'une publicité maîtrisée et encadrée par la collectivité (mobilier urbain). Pour ce qui concerne les enseignes scellés au sol, les totems, plus qualitatifs, ont été privilégiés.

JUSTIFICATIONS DES CHOIX RÉGLEMENTAIRES**LES OBJECTIFS**

Lutter contre les pollutions visuelles.

LES ORIENTATIONS RETENUES

- Créer des entrées de ville identifiées et identifiables.
- Préserver les entrées de ville, les abords des axes routiers et l'ensemble des quartiers, des possibles nuisances visuelles en interdisant toute publicité et pré-enseigne, à l'exception de celle apposé sur le mobilier urbain.
- Assurer une densification adaptée de l'ensemble des dispositifs publicitaires autorisés dans les parcs d'activités et sur la zone commerciale.

**DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES LOCALES RETENUES**

- L'ensemble des entrées/sorties d'agglomération ont été matérialisées grâce à une identification photographique afin de garantir la lisibilité des limites réglementaires. Cette pièce a été annexée au dossier de RLP (Annexe n° XX). La signalétique d'entrée et de sortie d'agglomération sera ajustée par les services de la ville afin de garantir la légalité des implantations, de prendre en compte le développement du Parc de l'Atlantique ou de pallier à des manquements.
- Une information générale a été transmise à l'ensemble des propriétaires des pré-enseignes implantées sur le territoire en infraction avec les dispositions de l'arrêté ministériel du 23 mars 2015, publié le 4 avril 2015 au Journal Officiel, fixant les nouvelles règles en matière de pré-enseignes dérogatoires. Cette communication a été réalisée fin juin 2015, afin que la conformité soit établie au 13 juillet 2015. Cette campagne a permis d'assainir les paysages agricoles et naturels de la ville soumise à de nombreuses pollutions visuelles.
- La RLP rappelle les dispositions du Code de l'environnement qui précisent que les dispositifs publicitaires et les pré-enseignes visibles depuis les voies publiques situées hors agglomération sont illégaux.
- Le RLP précise que les dispositifs publicitaires, les enseignes visibles ou les pré-enseignes sont interdits dans les zones naturelles (Zone N du Plan Local d'Urbanisme) et dans les zones sensibles telles que les zones agricoles (Zone A dans le Plan Local d'Urbanisme).
- L'implantation du mobilier urbain supportant de la publicité n'est pas autorisée dans les secteurs définis par l'article R.581-30 du Code de l'environnement (Espace Boisé Classé, Zone naturelle, Zone agricole) et par l'article R.581-31 (visible d'une voie publique située hors agglomération).
- Afin d'assurer la maîtrise de la densité des espaces dédiés à la publicité, les dispositifs de grands formats (8 m² scellés au sol) sont autorisés uniquement dans le cadre du marché de mobilier urbain de la commune. Les professionnels de la publicité et des enseignes peuvent ainsi disposer des autres modes de communication pour divulguer des informations sur leurs activités.
- A l'approbation du RLP, une information sera transmise à l'ensemble des propriétaires détenteur d'un dispositif illégal pour une régularisation dans les meilleurs délais (Le délai légal de mise en conformité est de 2 ans pour les publicités et les préenseignes, et 6 ans pour les enseignes).

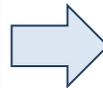
JUSTIFICATIONS DES CHOIX RÉGLEMENTAIRES

LES OBJECTIFS

Prendre en compte la réalité de la demande de la signalétique commerciale liée notamment à l'arrivée de nouvelles enseignes sur le territoire et par la mise en place de mesures assurant la refonte qualitative de la publicité sur le Centre Commercial de Villebon 2.

LES ORIENTATIONS RETENUES

- Adopter une réglementation des enseignes appropriées aux caractéristiques du bâti, à la typologie des enseignes et aux types d'installations.
- Engager en parallèle de la révision du RLP des réflexions en faveur du développement de la Signalisation d'Information Locale (SIL) et des Réseaux d'Informations Services (RIS).



DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES LOCALES RETENUES

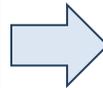
- La mise en place de plusieurs Zone de Publicité Réglementée a permis d'adapter de manière cohérente le règlement aux différentes typologies bâties ou aux destinations autorisées par le règlement du droit des sols. Les enseignes en toiture ont par exemple été interdites dans l'agglomération à vocation principalement résidentielle, et autorisées sous condition dans les zones activités. Les dispositifs scellés au sol de type totem ont été autorisés dans les zones ZPR1 et ZPR4. Ils s'avèrent plus qualitatifs et homogènes pour le paysage urbain tout en assurant l'identification des activités.
- La concertation et les études de terrain menées au cours de la procédure de révision a permis de mettre en exergue des problématiques de signalisation des activités implantées sur le territoire. Les défaillances de la Signalisation d'Information Locale (SIL) et des Réseaux d'Informations Services (RIS) ne doivent pas être palliées par des pré-enseignes de tout format. C'est pourquoi des réflexions seront engagées pour faire évoluer la signalétique de la commune en concertation avec les commerces de proximité.

JUSTIFICATIONS DES CHOIX REGLEMENTAIRES**LES OBJECTIFS**

Prendre en compte des nouveaux dispositifs de publicité.

LES ORIENTATIONS RETENUES

- Sécuriser juridiquement les autorisations accordées par la commune via une réglementation claire et compréhensible de tous.

**DISPOSITIONS REGLEMENTAIRES LOCALES RETENUES**

- L'ensemble du règlement du RLP a été formaté dans un souci pédagogique afin s'assurer de la bonne compréhension des règles par l'ensemble des pétitionnaires. Des graphiques et schémas ont été intégrés pour faciliter les explications. Les modalités du RNP ont été reprises pour permettre d'avoir une vision globale du cadre législatif des différentes typologies d'enseignes et de publicité.
- La réglementation concernant les procédés lumineux ou dynamiques a été précisée dans le cadre de cette révision. Des dispositions ont été prises afin de limiter les pollutions lumineuses.
- Des précisions ont été apportées sur les dispositifs publicitaires rotatifs, les marquages au sol ou des véhicules terrestres supportant de la publicité ou encore la publicité sonore et aérienne.

5 / PARTIE 5

JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune de Villebon-sur-Yvette a défini des choix réglementaires permettant la rédaction du document « Règlement » et la réalisation des annexes graphiques de son Règlement Local de Publicité (RLP).

5.1 JUSTIFICATION DU ZONAGE

Il a été décidé d'instaurer quatre zones de publicité réglementées (ZPR) sur l'ensemble du territoire de Villebon-sur-Yvette afin de tenir compte des caractéristiques spécifiques des secteurs concernés.

- ❖ **La Zone de Publicité Réglementée n° 1 (ZPR 1)** concerne les axes structurants et les pôles de services situés au cœur de l'agglomération.

- ❖ **La Zone de Publicité Réglementée n° 2 (ZPR 2)** est instituée sur les différentes zones d'activités à vocation de services, artisanale et industrielle. Elle englobe notamment les parcs d'activités de la Prairie, de Courtabœuf dont l'extension dite du Parc de l'Atlantique.

- ❖ **La Zone de Publicité Réglementée n° 3 (ZPR 3)** couvre les zones d'activités à forte vocation commerciale. Elle englobe notamment la zone commerciale de Villebon 2 et le parc d'activités de la Bretèche.

- ❖ **La Zone de Publicité Réglementée n° 4 (ZPR 4)** couvre le territoire communal à l'exception des zones ZPR 1, ZPR 2 et ZPR 3. Cette zone permet de réglementer les enseignes des établissements situés hors du périmètre d'agglomération.

Projet de révision du Règlement Local de Publicité arrêté par délibération du Conseil Municipal réuni le **21 décembre 2017**

COMMUNE DE
VILLEBON-SUR-YVETTE

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

1 - ZONAGE GENERAL

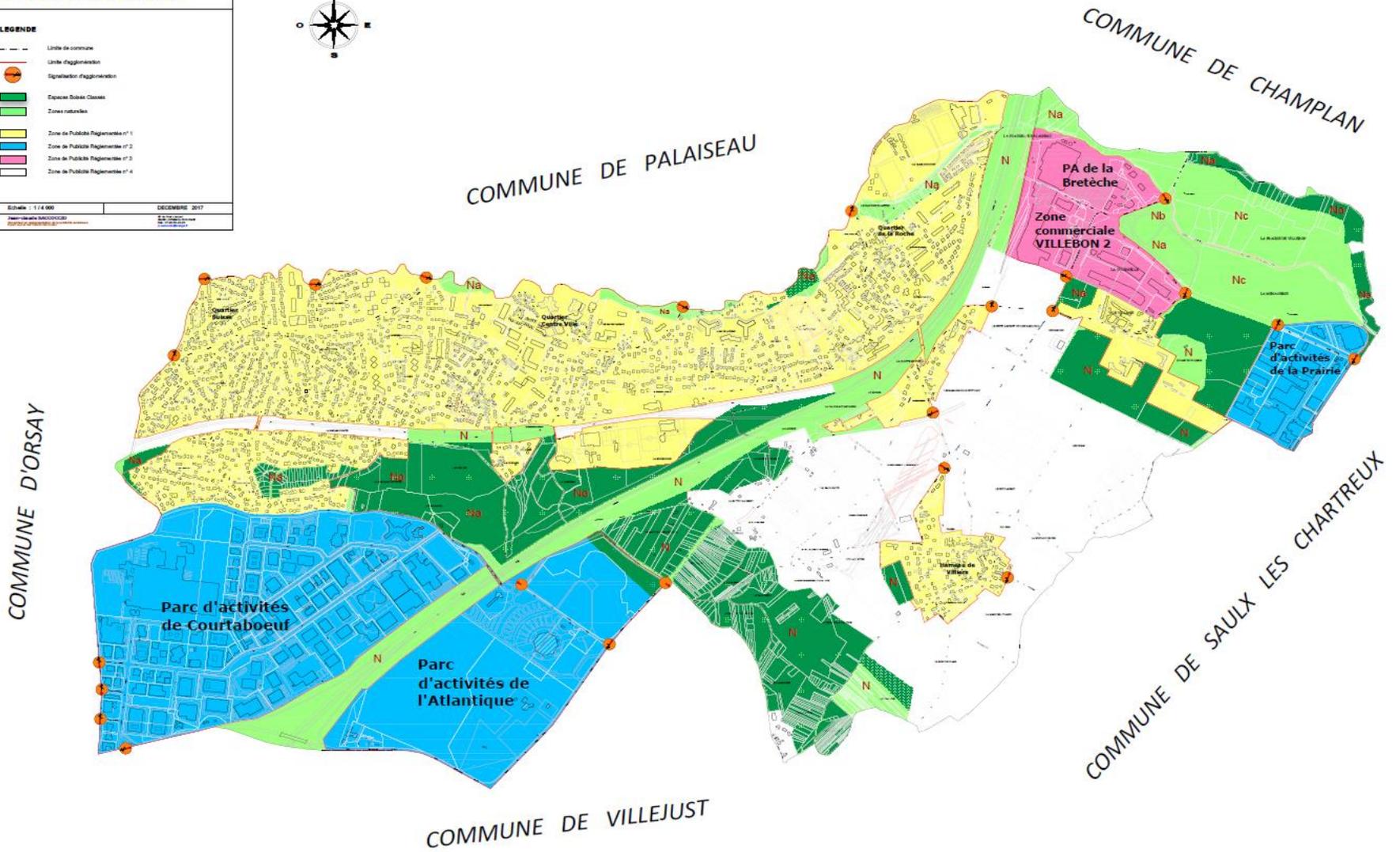
LEGENDE

- Limite de commune
- Limite d'agglomération
- Signalisation d'agglomération
- Espaces Sobres Classes
- Zones naturelles
- Zone de Publicité Réglementée n°1
- Zone de Publicité Réglementée n°2
- Zone de Publicité Réglementée n°3
- Zone de Publicité Réglementée n°4

Echelle : 1 : 14 000

DECEMBRE 2017

Aménagement d'Agglomération
Service Urbanisme
Service Environnement



5.2 JUSTIFICATION DES CHOIX RÉGLEMENTAIRES

LA PUBLICITÉ ET LES PREENSEIGNES

Publicité/préenseigne murale

Dans l'ensemble des Zones de Publicité Réglementées (ZPR1 à ZPR4), seule la publicité autorisée par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et pour les activités des associations sans but lucratif ainsi que les dispositifs publicitaires de petits formats ont été autorisés sur le territoire de Villebon-sur-Yvette, et ce, sous réserve du respect du cadre législatif encadrant ce type de publicité.

Pour rappel, le Code de l'environnement limite les supports de publicité. La publicité est notamment interdite sur :

- « les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunications, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière (...) » – Article R.581-22-1°,
- « les murs des bâtiments non aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m² (...) » – Article R.581-22-2°,
- « les clôtures qui ne sont pas aveugles » – R.581-22.

La réglementation propre au territoire de Villebon-sur-Yvette est plus contraignante que la réglementation nationale afin de garantir à la fois la préservation du cadre bâti dans les zones résidentielles, en limitant la densité des publicités sur les façades, et l'amélioration de la lisibilité des activités économiques, en agissant sur la surabondance contreproductive. Aussi, la publicité/préenseigne sur les clôtures ou sur les murs de soutènement a été interdite dans l'ensemble des ZPR.

La topographie marquée de la commune a nécessité une réflexion plus poussée sur les éléments bâtis fréquemment rencontrés. C'est pourquoi, la publicité a également été interdite sur les murs de soutènement.

Par ailleurs, le déploiement de la publicité/préenseigne sur les bâches de chantier, non valorisant pour la ville, n'a pas été autorisé.

Dispositifs publicitaires de petit format

Les observations de terrain ont permis de mettre en évidence la surabondance des dispositifs publicitaires au détriment de ceux dédiés aux enseignes qualitatives. C'est la raison pour laquelle une attention particulière a été portée aux dimensions des publicités composant les façades commerciales (il est à noter que la publicité sur les façades non commerciales n'a pas été autorisée).

La surface unitaire et cumulée des dispositifs, les caractéristiques des saillies et des hauteurs autorisées ont été précisées sur la base des éléments de la réglementation nationale. Ce dispositif ne peut faire l'objet de mesures plus restrictives.

Afin d'assurer une homogénéité à l'échelle de l'agglomération, les mesures réglementaires sont identiques dans les quatre ZPR.

Publicité/préenseigne scellée ou fixée au sol

La publicité scellée ou fixée au sol constitue un enjeu important pour la commune. De par la taille des dispositifs autorisés jusqu'alors (12 m² maximum), ce mode de publicité possède une empreinte forte dans les paysages et pose la question de la pertinence de son maintien et/ou de son développement.

Le diagnostic territorial de la ville a permis de mettre en exergue un détournement de l'utilisation de ce dispositif. En effet, près de la quasi-totalité sont employés pour pallier un manque de signalétique des activités commerciales environnantes plutôt qu'à des fins de publicité.

C'est pourquoi, le déploiement des dispositifs scellés ou fixés au sol fait l'objet d'une réglementation stricte où seule la publicité apposée sur le mobilier urbain est autorisée. Cette évolution permet ainsi à la commune de limiter son usage tout en gardant le contrôle du nombre et de la localisation des dispositifs installés sur le domaine public. Il s'agit ainsi d'éviter toute accumulation et/ou superposition des dispositifs implantés à la fois sur le domaine privé et sur le domaine public.

Ces choix réglementaires sont valables pour l'ensemble des ZPR.

La révision du Règlement Local de Publicité a également permis d'introduire des mesures strictes sur l'utilisation de dispositifs publicitaires spécifiques tels que les dispositifs rotatifs, gonflables ou aériens, qui ne sont pas qualitatifs pour le cadre bâti.

Publicité/préenseigne installée directement sur le sol

Le règlement de publicité a intégré la notion de publicité dite « mobile » à travers le chapitre dédié aux publicités installées directement sur le sol.

Ce type de publicité est en développement et nécessite d'être pris en compte dans le cadre de l'analyse des moyens mis en œuvre pour communiquer des messages à caractère publicitaire à proximité immédiate des activités.

Afin de permettre la visibilité des activités implantées à l'alignement de l'espace public, souvent situées dans des espaces piétonniers en retrait des axes de grande circulation, l'installation d'un dispositif posé au sol a été autorisée dans la ZPR 1 et ZPR 2 par activité et par voie ouverte à la circulation publique. Cette installation est soumise à l'accord de la commune et au respect d'un passage libre d'au moins 1,40 mètre pour les circulations des piétons.

Une attention particulière a été portée sur la limitation de la densité des dispositifs publicitaires mobiles afin qu'ils ne constituent pas des obstacles aux circulations douces, notamment aux personnes à mobilité réduite.

Publicité/préenseigne sur toiture ou en toiture-terrasse

La publicité sur toiture ou en terrasse a été interdite à l'ensemble des ZPR.

La prolifération de ce type de publicité, souvent agressive, n'est pas souhaitée par la collectivité.



Préenseigne temporaire

Les préenseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature de l'événement qu'elles signalent :

- les préenseignes temporaires de moins de 3 mois qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel et touristique ou des opérations exceptionnelles,
- les préenseignes temporaires installées pour plus de 3 mois qui signalent des travaux publics, des opérations immobilières de lotissement, des constructions, réhabilitations, locations et ventes notamment de fonds de commerce.

Afin d'éviter toutes installations néfastes pour le cadre de vie de la commune, ces types de dispositifs ont été interdits dans toutes les zones.

La communication des événements à caractère exceptionnel, d'intérêt local, sera effectuée par l'intermédiaire du mobilier urbain (panneaux numériques, colonnes Morris, etc.) et de médias dématérialisés (newsletter, site Internet communal, réseaux sociaux, etc.).

Publicité/préenseigne lumineuse

L'éclairage des publicités et préenseignes n'est pas autorisé à l'exception des publicités accessoire installées sur le mobilier urbain.

LES ENSEIGNES

D'une manière générale, l'ensemble des règles qui encadrent les enseignes issues du Règlement National de Publicité a été explicités dans le Règlement Local de Publicité afin d'assurer une lecture globale de la réglementation applicable.

Enseigne à plat sur une façade

Pour les enseignes à plat sur une façade, les modalités applicables sont celles définies par le Code de l'environnement qui apparaissent suffisamment adaptées pour limiter les nuisances visuelles.

Le RLP apporte des précisions pour les plaques professionnelles, assurant ainsi une harmonisation à l'échelle de la commune. Un dispositif par raison sociale ou un support commun regroupant plusieurs activités a été autorisé le long de chaque voie ouverte à la circulation publique où s'exerce l'activité. Les dimensions préconisées pour ces plaques professionnelles ont également été renseignées sur la base de dimensions standardisées.

Enseigne sur clôtures

Dans la mesure où leur prolifération n'est pas souhaitée, des règles strictes ont été intégrées au Règlement Local de Publicité pour limiter la surdensité de ce type d'enseigne.

Aussi, un seul dispositif par raison sociale est autorisé le long de chaque voie ouverte à la circulation publique où s'exerce l'activité.

Toutefois, les caractéristiques de chaque ZPR ont été prises en compte pour réglementer les surfaces maximales souhaitées :

- dans les zones à caractère plutôt résidentiel ainsi que les secteurs situés hors agglomération (ZPR1 et ZPR4), la surface maximale a été fixée à 1 m²,
- dans les zones d'activités et commerciales (ZPR2 et ZPR3), la surface maximale a été fixée à 4 m².

Par ailleurs, au vu des particularités identifiées sur la zone commerciale de Villebon 2, organisée sur plusieurs niveaux topographiques, les enseignes sur les murs de soutènement ont été autorisées.

Enseigne perpendiculaire ou en drapeau

La réglementation nationale relative aux enseignes perpendiculaires ou en drapeau a été reprise au sein du Règlement Local de Publicité pour faciliter la prise en compte du cadre légal.

Des compléments ont été néanmoins apportés afin :

- d'éviter toute gêne pour la circulation des piétons sous les dispositifs en saillie (implantation à une hauteur minimale de 2,50 mètres),
- d'interdire les dispositifs rotatifs, jugés non valorisant pour le cadre bâti.
- de tenir compte des enseignes spécifiques aux activités de presse, tabac, *etc.*

Enseigne sur toiture ou en toiture-terrasse

Dans les ZPR 1, 3 et 4, les enseignes sur toiture ou en terrasse ont été proscrites au profit des enseignes sur façade afin de préserver le paysage urbain.

Seuls les établissements situés dans la ZPR 2 peuvent installer des enseignes sur toiture dans les conditions revues par rapport aux règles du Code de l'environnement. Cette possibilité se justifie par la morphologie architecturale et viaire des zones d'activités. Les enseignes sur toiture ne peuvent dépasser une hauteur maximale de 2 mètres et sont réservées aux signalements des activités implantées dans plus de 50% du bâtiment de sorte d'éviter la multiplication et le manque d'harmonie des enseignes sur un même bâtiment.

Enseigne scellée ou fixée au sol

Pour rappel, les enseignes scellées au sol peuvent prendre toutes formes et dimensions, mais sont limitées à 12 m² dans le Règlement Local de Publicité approuvé en 1993. La révision du RLP a permis de réinterroger la nécessité de maintenir des enseignes de cette dimension sur l'ensemble du territoire communal.

Dans un souci de cohérence et de qualité des dispositifs, les enseignes sous formes de caisson sur mât ont été proscrites. En effet, compte-tenu de la densité urbaine, ces types de support masquent les façades dont l'activité doit être mise en valeur.

Les dispositifs autorisés d'enseignes scellées ou fixées au sol ont été réduits à 3 types sur l'ensemble des ZPR, de sorte de marquer la présence des activités tout en harmonisant le front des façades qui donnent sur l'espace public. Ainsi, sont autorisés :

- les totems,
- les oriflammes/drapeau sur mât,
- les kakémonos sur mâts.

Les ZPR 2 et ZPR 3 ont par ailleurs la possibilité d'implanter d'autres typologies compte-tenu des caractéristiques propres à leur zone.

- lettres découpées au sol,

Ces dispositifs au sol sont admis sous la condition que l'activité soit en retrait de 5 mètres minimum par rapport à l'espace public. Cette règle de recul est fixée en cohérence avec la règle de recul des constructions par rapport à l'espace public définie par le Plan Local d'Urbanisme.

Les activités situées à moins de 5 mètres de l'espace public ne pourront avoir recours qu'aux enseignes murales, sur clôture et perpendiculaire.

En termes de nombre, ils sont limités à un dispositif par activité et par voie ouverte à la circulation publique tel qu'en dispose le Code de l'environnement pour ce dernier point. Une mutualisation des supports d'enseignes sur les totems a été imposée lorsqu'il existe plusieurs raisons sociales ou activités implantées sur une même unité foncière, compte-tenu de leur aspect visuellement plus massif.

Les dimensions de ces dispositifs ont été précisées et sont adaptées aux différents environnements urbains :

- ZPR1 et ZPR4 : 2,5 mètres maximum de hauteur et 1 mètre maximum de largeur,
- ZPR2 et ZPR 3 : 6 mètres maximum de hauteur et 1,5 mètre maximum de largeur avec une superficie unitaire maximale de 3 m² pour les oriflammes/kakémonos/drapeaux ; 12 m² maximum pour les lettres découpées au sol avec une hauteur maximale de 1,5 mètre.

Afin de limiter l'excès d'affichage, le cumul des enseignes scellées/fixées au sol et des enseignes installées directement sur le sol n'est pas autorisé. Par ailleurs, des mesures strictes ont été introduites quant à l'utilisation de dispositifs publicitaires tels que les dispositifs rotatifs, gonflables ou aériens, qui ne sont pas qualitatifs pour le cadre bâti.

Enseigne installée directement sur le sol

Au vu de l'ensemble des possibilités offertes aux établissements pour signaler leur activité dans chacune des ZPR, les enseignes installées directement sur le sol ont été limitées à :

- un seul dispositif placé le long de chaque voie bordant l'immeuble où s'exerce l'activité signalée conformément à la réglementation nationale avec une précision apportée à la typologie des dispositifs autorisés :
 - oriflamme sur mât : 1 mètre maximum de largeur et 2,5 mètres maximum de hauteur,
 - ou kakémono sur mât : 1 mètre maximum de largeur et 2,5 mètres maximum de hauteur,
 - ou chevalet : 0,60 mètre maximum de largeur et 1 mètre maximum de hauteur,
 - ou porte affiche : 0,60 mètre maximum de largeur et 1 mètre maximum de hauteur.

Pour rappel, le cumul des enseignes installées directement sur le sol avec des enseignes scellées/fixées au sol n'est pas autorisé.

Enseigne temporaire

Les enseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature de l'événement qu'elles signalent :

- les enseignes temporaires de moins de 3 mois qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel et touristique ou des opérations exceptionnelles,
- les enseignes temporaires installées pour plus de 3 mois qui signalent des travaux publics, des opérations immobilières de lotissement, des constructions, réhabilitations, locations et ventes notamment de fonds de commerce.

Il a été rappelé que les enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation.

Afin d'éviter toutes installations néfastes pour le cadre de vie de la commune, les dispositions imposées aux enseignes a été précisées pour les enseignes temporaires. Seuls les dispositifs implantés sous la forme soit d'une enseigne murale, soit d'une enseigne sur clôture, soit sur auvent, sont autorisés. Le nombre de ces dispositifs est limité à un dispositif par raison sociale ou activité.

En termes de dimensions, compte-tenu de l'impossibilité légale de définir des prescriptions par type d'activité signalée, il a été choisi de définir des règles spécifiques aux dispositifs temporaires de moins de 3 mois et à ceux de plus de 3 mois. Les dispositifs au sein de ces catégories étant différents en termes de démarche d'affichage et d'enjeu, le parti pris a donc été de choisir une règle générale qui satisfasse les intérêts d'affichage sans compromettre le cadre paysager :

- pour l'enseigne temporaire de moins de 3 mois : 1 m² maximum,
- pour l'enseigne temporaire de plus de 3 mois : 1 m² maximum dans les ZPR1 et ZPR4, et 4 m² maximum dans les ZPR2 et ZPR3,

Enseigne lumineuse et extinction

L'éclairage des enseignes est autorisé à l'exception des enseignes temporaires. Les horaires d'extinction lumineuse des enseignes sont fixés de 23 h à 6 h, de manière à être en cohérence avec l'extinction lumineuse des dispositifs publicitaires. Conformément à l'article R.581-59 du Code de l'environnement, certaines exceptions sont autorisées.

Seules les enseignes lumineuses éclairées par transparence ou par projection sont autorisées afin de limiter les pollutions lumineuses. A l'exception des enseignes de pharmacie ou autres services d'urgence, les enseignes numériques ou à faisceau de rayonnement laser sont interdits.

Les enseignes lumineuses de types LED « point à point » visibles ainsi que les caissons lumineux sur fond blanc ont été interdits compte-tenu du rendu visuel peu qualitatif et de leur luminosité forte.



6 / PARTIE 6

ANNEXE - « LEXIQUE »

- **Activités culturelles** : Sont qualifiées comme tels les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.
- **Affichage sauvage** : L'affichage considéré comme sauvage correspond à celui qui ne comporte selon le cas ni le nom et l'adresse, ni la dénomination ou la raison sociale de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer ou à celui qui a été installé sans l'autorisation écrite du propriétaire de l'immeuble.
- **Alignement** : Limite du domaine public routier par rapport aux propriétés riveraines.
- **Appui** : Partie horizontale inférieure d'une fenêtre.
- **Auvent** : Avancée en matériaux durs en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries.
- **Baie** : Toute surface vitrée pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.).
- **Balconnet** : Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.
- **Bandeau (de façade)** : Se dit de la bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.
- **Bâtiment d'activités** : Sont considérés comme bâtiments à usage professionnel :
 - *les surfaces commerciales,*
 - *les immeubles de bureaux,*
 - *les entreprises artisanales,*
 - *les établissements industriels, scientifiques et techniques, entrepôts, granges, etc.*
- **Bâtiment d'habitation** : Bâtiment dont la surface est affectée essentiellement à l'habitation.
- **Buteau** : Terme employé par les professionnels de l'affichage désignant la plaquette ou l'autocollant apposé sur un panneau d'affichage (sur la moulure ou sur le pied en général) indiquant les coordonnées de la société exploitante.
- **Champ de visibilité** : Situation d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne visible d'un monument historique (classé ou inscrit) ou visible en même temps que lui. Ces deux critères, dits de co-visibilité, sont alternatifs et non cumulatifs et relèvent de l'appréciation de l'Architecte des Bâtiments de France.
- **Chevalet** : Dispositif posé sur le sol devant un commerce (presse, restaurant, photographe, etc.). Généralement installé sur le domaine public (trottoir), il fait l'objet d'une autorisation de stationnement.

- **Clôture** : Séparation physique d'une ou plusieurs propriétés et matérialisant tout ou partie du pourtour d'une ou plusieurs propriétés.
- **Clôture aveugle** : Se dit d'une clôture qui ne comprend pas d'ouvertures (éléments ajourés).
- **Clôture non aveugle** : Se dit d'une clôture qui comporte une ou plusieurs ouvertures (éléments ajourés).
- **Devanture** : Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.
- **Façade commerciale** : Sont considérées comme façades commerciales, les façades disposant de baies ouvertes sur des espaces régulièrement ouverts à la clientèle. Au titre du présent règlement, la façade commerciale à considérer est celle sur laquelle est apposée l'enseigne. Toutes façades d'un bâtiment commercial sans enseigne ne seront pas considérées comme façades commerciales.
- **Fond voisin** : Est considéré comme l'unité foncière contiguë à celle où est implanté le dispositif.
- **Garde-corps** : Élément ou ensemble d'éléments formant une barrière de protection placée sur les côtés d'un escalier ouvert, ou pourtour d'une toiture-terrasse
- **Immeuble** : Terme désignant, au sens du Code civil, le bâtiment, la construction avec ou sans étage, et le terrain, à l'intérieur duquel s'exerce des activités ou sont utilisés à usage d'habitation.
- **Kakémono** : Terme désignant un dispositif d'affichage suspendu verticalement qui peut être installé sur un mât en saillie.



- **Lambrequin** : Partie tombante frontale du store-banne.
- **Linéaire de façade** : Longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique (CCA Nancy arrêt du 18 mai 2017).
- **Logo** : Abréviation de logotype. Terme désignant le signe figuratif d'une marque de fabrique, de commerce ou de service ainsi que d'un produit ou de son conditionnement.

- **Marquise** : Terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.
- **Micro-affichage** : Publicité d'une taille inférieure à 1 m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines des commerces.
- **Mobilier urbain** : Le mobilier urbain regroupe un ensemble d'équipements publics urbains destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (abribus, poubelles, plans de ville, kiosque, mâts porte-drapeau, etc.), et qui peuvent éventuellement servir de support à un affichage publicitaire.
- **Modénature** : Terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décorent la façade d'un bâtiment.
- **Moulure** : (Synonyme de cadre) Encadrement d'un panneau publicitaire.
- **Mur aveugle** : Se dit d'un mur aveugle ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,50 m².
- **Mur de clôture** : Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.
- **Nu (d'un mur)** : Plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

- **Oriflamme** : Étendard suspendu à un mât.



- **Planimètre** : Mobilier urbain pour l'information ou MUPI ou sucette. Panneau avec une face pour l'affichage publicitaire et une face réservée à l'information non publicitaire à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.



- **Publicité éclairée par projection** : La publicité supportant des affiches éclairées par projection est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages.

- **Publicité éclairée par transparence** : La publicité supportant des affiches éclairées par transparence est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes d'éclairage : caisson lumineux, panneaux vitrines.
 - **Publicité lumineuse** : La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence, sont considérés comme des publicités lumineuses.
 - **Publicité numérique** : La publicité numérique désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, LEDs, etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées ou une vidéo.
 - **Saillie** : Terme désignant la distance qui sépare le dispositif débordant et le nu de la façade.
 - **Service d'urgence** : Se dit d'un service public portant secours aux personnes (pompiers, SAMU) ou assurant la sécurité des personnes (police nationale ou gendarmerie nationale).
 - **Support** : Terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.
 - **Toiture-terrasse** : Terme désignant une toiture dont la pente est inférieure à 15° d'inclinaison.
 - **Totem** : Terme désignant une enseigne scellée au sol ayant une forme généralement droite, pleine au moins jusqu'à un mètre par rapport au niveau du sol, sans mât de support ni autres éléments techniques apparents.
- 
- **Unité foncière** : Ilot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision (*Conseil d'État du 27 juin 2005 (n°264667, commune de Chambéry)*).
 - **Unité urbaine** : Terme statistique défini par l'INSEE désignant 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.
 - **Véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires** : Véhicules aménagés pour constituer un support de publicité ou, étant aménagés pour un autre usage, sont détournés de cet usage normal à des fins publicitaires. Les véhicules des services de transport public de voyageurs ne sont pas des véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires.