

ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL



Communauté d'agglomération
du Pays de Fontainebleau

Lancement
8 juin 2018



PRESENTATION DE L'EQUIPE

Le groupement



Concertation
Stratégie de
communication

Pilotage
Suivi de la procédure
Animation
Appui juridique
Géomatique

Inventaire publicitaire
Vidéo immersive
Interface web
/simulations
TLPE

Le groupement



Mandataire

Gestion de la procédure – Rédaction des pièces du RLPi – Assistance juridique

BINOME DE PILOTAGE DE LA MISSION



Gaëlle HERRY

Ingénieur Paysagiste
Directrice référente pôle RLP



Elise HAROCHE

Ingénieure Paysagiste
Experte RLP

EXPERTISE TECHNIQUE



Yoann FIASCHI

Paysagiste
Expert RLP



Chloé Noël

Paysagiste
Chargée d'étude



Chloé LANCHON

Cartographe -
Géomaticienne

GEOMATIQUE



Alexandra HUARD

Juriste

EXPERTISE JURIDIQUE



Co-traitant

Inventaire des dispositifs publicitaires - Géoréférencement



Vincent ROBBE

Chef de projet



Sylvain HENNEBEL

Ingénieur géomètre



Pierre TOUZARD

Ingénieur Géomaticien



Antoine MORICEAU

Ingénieur urbanisme



Co-traitant
Concertation



Jean GAUJAL

Chef de projet



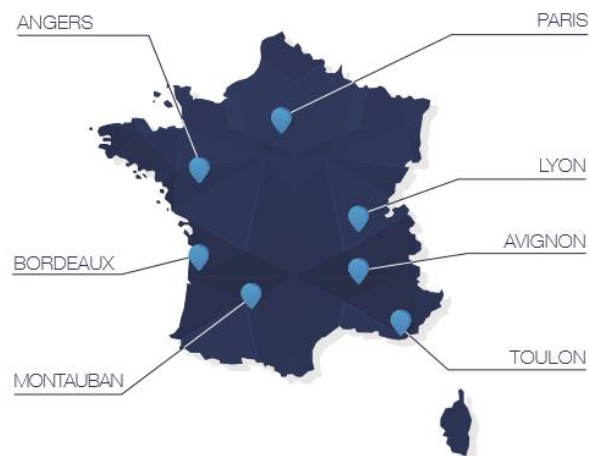
Bianca FARRUGIA

Consultante senior

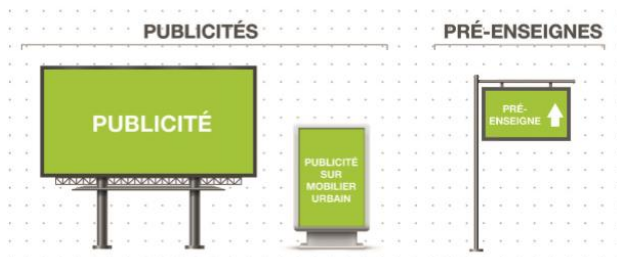


Sylvain LAFAYE

Directeur artistique



- Depuis 2008, EVEN Conseil, filiale de CITADIA Conseil (130 collaborateurs), 7 agences.
- Stratégies de Développement Durable appliquées à la ville, au territoire, au bâtiment.
- Une équipe pluridisciplinaire composée d'urbanistes, environnementalistes, écologues, ingénieurs paysagistes, cartographes, juristes
- **Un pôle spécifique d'experts pour les Règlements Locaux de Publicité communal ou intercommunaux**
- **12 collaborateurs spécialisés en RLP dont 3 sur l'Ile-de-France**





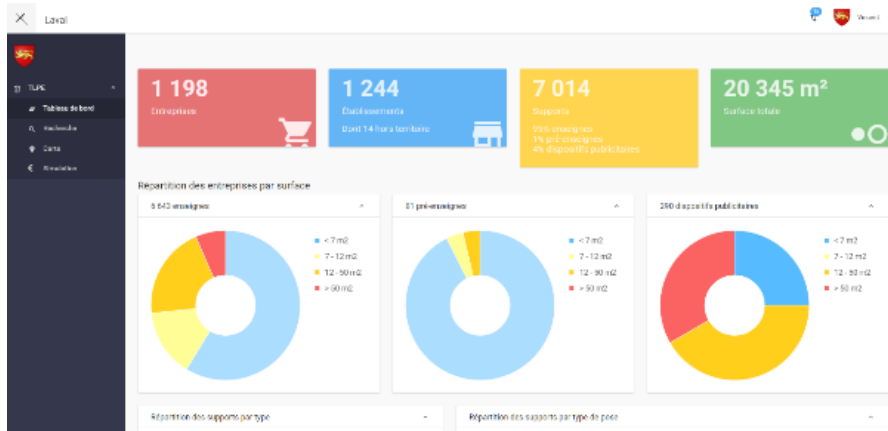
Concerter, Communiquer,
Piloter, Former

- Aire Publique accompagne les décideurs dans leur **stratégie de concertation et de communication** depuis 2003.
- Mission : favoriser l'information et le dialogue pour sensibiliser et **faciliter l'appropriation du projet par l'ensemble des acteurs**
- Des interventions sur une pluralité de projets
 - > Démarches environnementales : RLP, Agenda 21, éco-quartier, plans climat ...
 - > Planification territoriale : SCoT, PLU
 - > Politiques contractuelles : PLH, PDU
 - > Aménagement urbain : ZAC, projets urbains
 - > Politique de la ville : PRU
- **L'association de compétences complémentaires** : communication, marketing, graphisme, urbanisme et développement local...

L'Imajbox : un concentré de technologie



- > ImajBox 2 (**vidéo géoréférencée immersive**)
- > **Mesures des formats**
- > **Réalisation d'une base de données SIG comme outil d'analyse / objectivité**
- > « Mon territoire » **Interface web** permettant d'afficher les données cartographiques utiles du RLP – **recensement accessible pour chaque commune**



Inventaire :

- > Publicités et pré-enseignes (3 jours soit env. 300 kms et 1800 dispositifs)
- > Enseignes : échantillonnage sur 2 zones d'activités pour conseil à la mise en œuvre de la TLPE



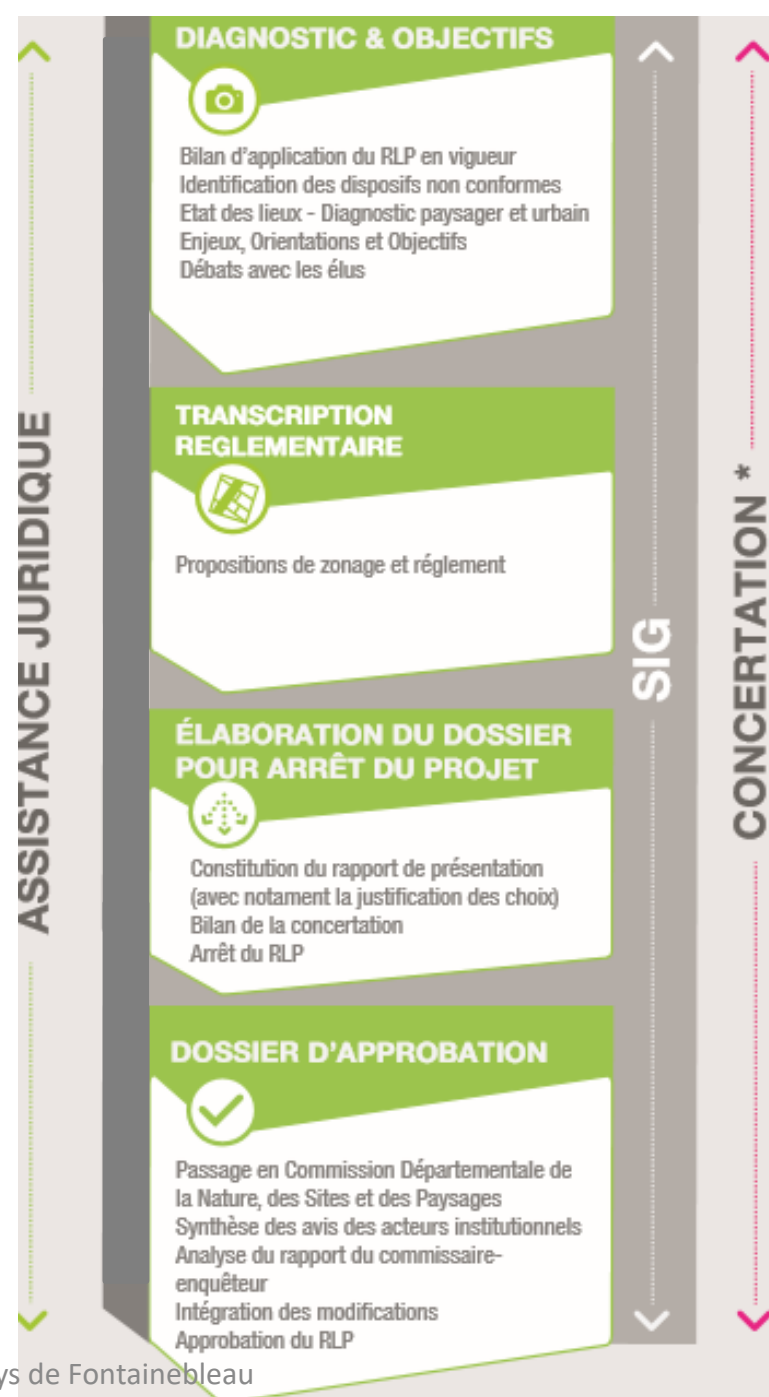
DEROULEMENT

La Méthode en 5 grandes phases

- > **Phase 1** : Diagnostic & Orientations du RLPi.
- > **Phase 2** : Elaboration du règlement et définition des zones de publicité.
- > **Phase 3** : Formalisation du RLPi pour arrêt du projet.
- > **Phase 4** : Suivi de la procédure : consultation, enquête publique, approbation du RLPi.
- > **Phase 5** : *Intégration du RLPi aux documents communaux.*

+ 3 ateliers spécifiques :

- > **TLPE**
- > **Signalisation d'information Locale (SIL) et touristique**
- > **Proposition de mise en place d'un service intercommunal ou accompagnement des communes (autorisations, gestion des infractions, etc...)**



Calendrier

Durée 21 mois jusque approbation du RLPi (à partir du mois de démarrage de la mission), soit une approbation prévue en **mars 2020**.

	2018						2019						2020												
	juin	juill	août	sept	oct	nov	déc	janv	fév	mars	avril	mai	juin	juill	août	sept	oct	nov	déc	janv	fév	mars	avril	mai	juin
Phase 1 - Diagnostic et orientations	7 mois																								
Lancement	■																								
Diagnostic et enjeux			■																						
Orientations et objectifs				■ ■	■ ■	■ ■	■ ■	■ ■																	
Accompagnement (TLPE, Services, SIL)								■				■													
Phase 2 - Volet réglementaire								6 mois																	
Zonage et transcription réglementaire								■	■	■ ■	■ ■	■ ■	■ ■												
Phase 3 - Arrêt														2 mois											
Formalisation du dossier													■ ■	■ ■	■ ■	■ ■									
Phase 4 - Phase administrative																6 mois									
Arrêt du RLPi																									
Suivi avis PPA/CDNPS																	■								
Enquête publique																			■						
Approbation																				■ ■					
Contrôle de la légalité																									
Aide aux contentieux																									
5. Intégration du RLPi aux documents communaux																									1 mois

■ CoTech (RT)	■ Réunion publique (RP)
■ CoPil	■ Réunion CDNPS
■ RPPA	■ Conseil Communautaire (CC)
■ RC (Ateliers avec les communes, Conf. Intercommunale des Maires)	
■ AT (Ateliers avec Acteurs économiques + Ateliers Associations)	

Synthèse des réunions – Dates phase 1 à fixer

Diagnostic et Orientations		Rédaction du règlement		Arrêt		Suivi jusqu'à approbation	
Juin-Déc 2018		Janv-Juin 2019		Juil-Août 2019		Sept 2019 – Fev 2020	
Lancement	8 Juin 2018	CoTech	Jan 2019	CoTech	Juil 2019	CDNPS	Oct 2019
CoTech Diag	Sept 2018 (28/09 - sem 39)	CoTech	Fev 2019				
CoTech Enjeux - Orientations	Oct 2018 (sem 43)	3 Ateliers Communes	Mars 2019	PPA	Juil 2019	CoTech Avis	Dec 2019
PPA	Oct 2018 (sem 43)	3 Ateliers Acteurs	Mars 2019				
3 Ateliers Communes + 1 plénière	Nov 2018 (sem 45)	CoTech	Avril 2019	Conf - Communes Avant arrêt	Août 2019	CoTech Enquête publique	Jan 2019
CoPil synthèse phase 1	Nov 2018 (sem 47)	CoPil	Mai 2019			Conf - Communes avant Appro	Jan 2019
3 Ateliers Acteurs	Dec 2018 (sem 49)						
Réunion Publique	Dec 2018 (sem 49)	Réunion Publique	Mai 2019	ARRET	Sept 2019	APPRO	Fev 2020
DÉBAT en Conseil Communautaire	2019 Fev 2019	Cotec TLPE Cotec SIL Cotec Service	Janv à Juin				





CO-CONSTRUCTION & CONCERTATION

Concertation

Assurer l'information et la participation citoyenne

Mise à disposition de registres de concertation

Elaboration de 3 panneaux d'exposition aux différentes phases de la démarche

Rédaction d'articles pour les journaux municipaux et les sites internet des communes et de la CA

Des rencontres dédiées au grand-public

- **Un questionnaire en ligne**
- **2 Réunions publiques**

Qu'est-ce que le RLPi ? Où en est la démarche ? Quels sont les points clefs des études menées ?

Un Guide pratique RLPi



Impliquer les décideurs et les acteurs locaux

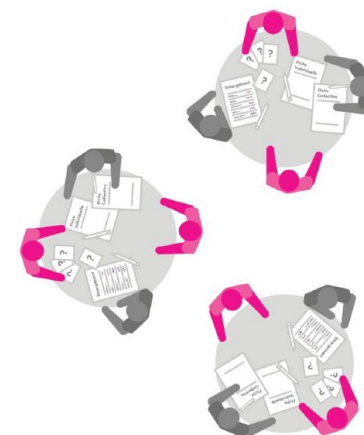
Des rencontres de travail dédiées aux communes à 2 reprises

- **Réunions de co-construction : 3 groupes géographiques à définir**

Impliquer les communes dans l'élaboration du document, recueillir leurs visions

- **Plénière prospective**

Partager l'état des lieux et la définition des orientations avec les communes



Des rencontres dédiées aux acteurs locaux à 2 reprises

- **Ateliers avec les acteurs locaux** (afficheurs, commerçants, associations ...)

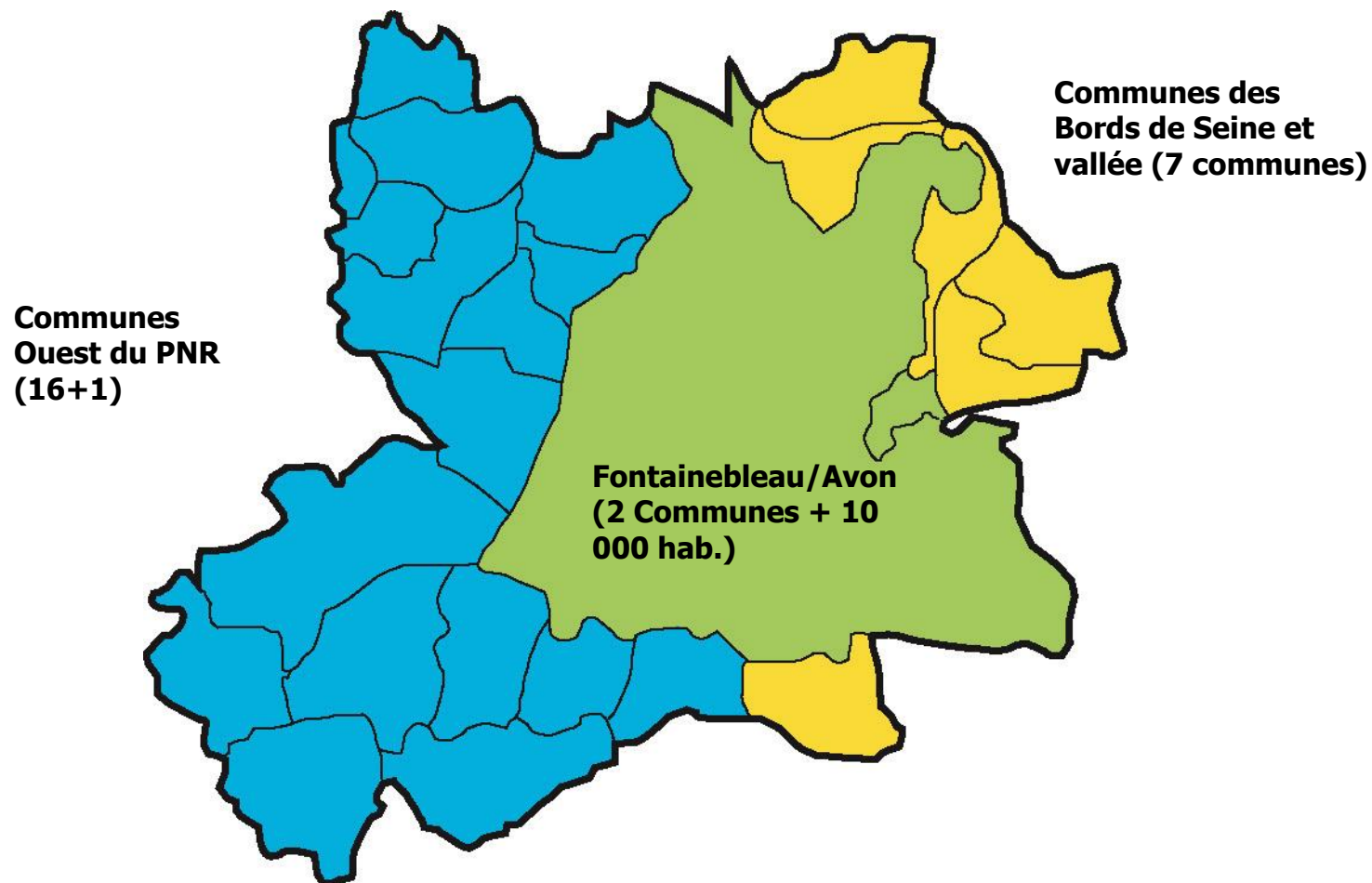
Les enjeux identifiés correspondent-ils à l'image que vous avez du territoire ? Quelles sont les priorités ? Les règles à définir ?

- **Des rencontres PPA** (réfèrent DDT/DRIEE, ABF, CD, CCI, etc...)



Concertation avec les communes – Quels secteurs géographiques ?

Proposition

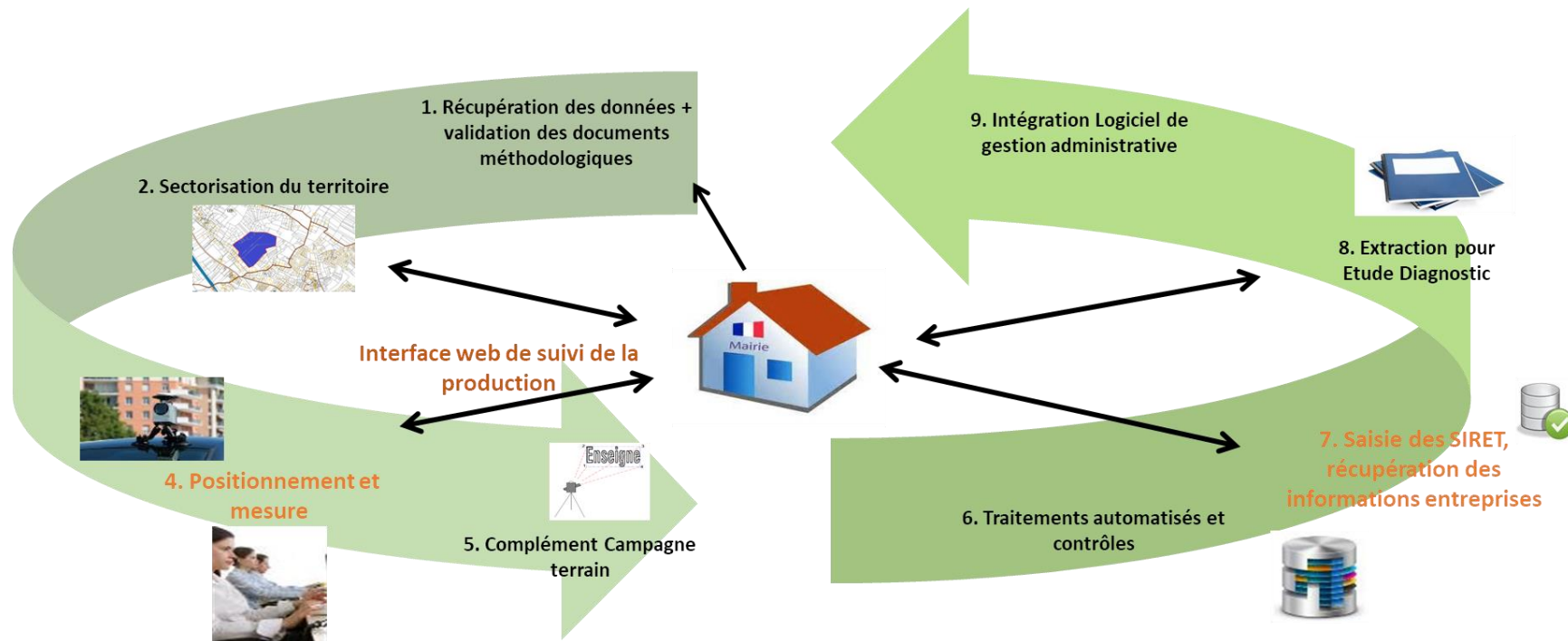




1 ER ÉTAPE : LE TRAVAIL DE TERRAIN
INVENTAIRE SOGEFI

Intervention de SOGEFI dans la mission

Méthodologie



Livrables :

- Données SIG + images
- Interface de consultation
- Vidéo immersive

Intervention de SOGEFI dans la mission

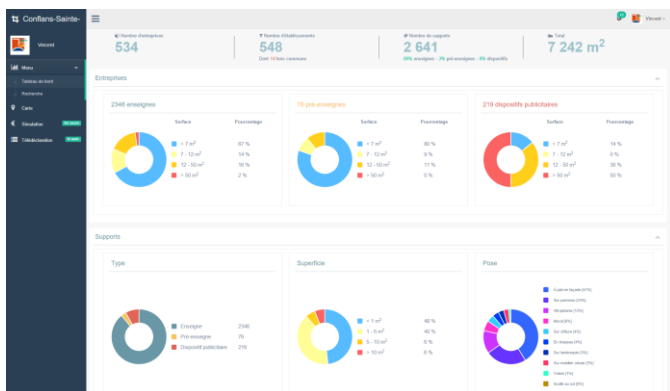
Matériel

L'Imajbox : un concentré de technologie

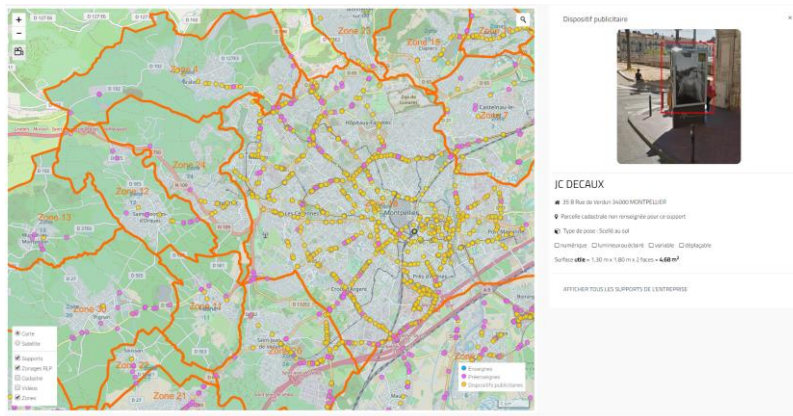


Intervention de SOGEFI dans la mission

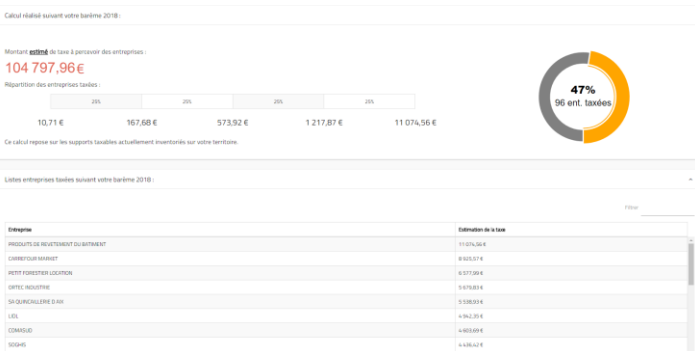
Interface de consultation des données



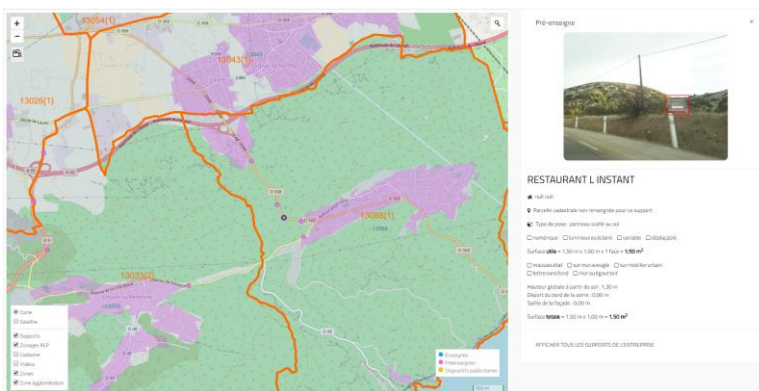
Statistiques



Cartographie précise



Simulation TLPE



Audit infractions RNP RLP





POINTS CLEFS DE
LA REGLEMENTATION NATIONALE DE PUBLICITE
ET PREMIERS ELEMENTS DE CONTEXTE

RLP : Objectifs généraux

Pouvoir de Police transféré aux Maires (le Préfet a un pouvoir de substitution en cas de carence des Maires en matière de Police)

S'adapter aux caractéristiques du territoire et notamment pouvoir sous réserve de justifications déroger à certaines interdictions pour les publicités (ex : abords des MH, PNR, etc...).

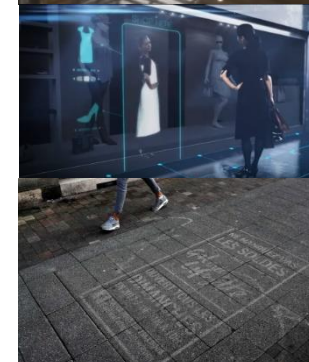
Aller plus loin que le Règlement National de Publicité (2012) au niveau de :

- La limitation du nombre de dispositifs publicitaires (formats, densité, etc...)
- L'encadrement de l'esthétique des dispositifs (notamment enseignes)
- La protection de la qualité des paysages naturels et urbains
- La préservation des dispositifs pittoresques en cœur de village

Pouvoir limiter la consommation énergétique des dispositifs (place du numérique ou règles d'extinction lumineuse)

Adapter la réglementation aux besoins économiques dans les sites d'activités

Renforcer la sécurité des automobilistes



Un règlement de publicité au service des 26 communes de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau

- **3 RLP communaux et 1 RLPi existent sur le territoire. Ces documents étant antérieurs à la loi ENE, ils seront caducs en 2020, s'ils ne sont pas révisés.** (Avon, Bourron-Marlotte, Fontainebleau, RLPi : Cely-en-Bière, Chailly-en-Bière, Perthes en Gatinais, Saint Sauveur sur Ecole).
- **Protéger le patrimoine naturel et paysager d'exception :** (château et forêt de Fontainebleau, villages des peintre, bords de Seine, PNR, SPR...)
- **Maintenir un cadre de vie de qualité :** rues commerçantes, zones d'activité, axes d'entrées de ville, zones résidentielles, gares ...
- **Renforcer l'attractivité de la communauté d'agglomération:** une offre commerciale et d'activités riche, mais aussi, déploiement du tourisme (notamment équestre, hébergement, loisirs) et visibilité des productions de terroir.
- **Mettre en valeur les centres-villes et bourgs :** qualité des enseignes, maîtrise des publicités en lien avec la qualité des espaces publics et du cadre patrimonial.
- **S'adapter et anticiper les nouvelles technologies** (numérique...).



RLP : Contenu

Le dossier de RLPi se compose de :

- ❑ **Un rapport de présentation**, présentant :
 - ❑ le diagnostic
 - ❑ les objectifs et orientation du RLPi
 - ❑ l'explication des choix retenus
- ❑ **Un règlement pour chaque zone de publicité**
- ❑ **Des annexes :**
 - ❑ La **carte des zones de publicités**
 - ❑ La **carte des limites d'agglomération**
 - ❑ Les **arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération**



Principales définitions

Le RLP définit des zones de publicités dans lesquelles il réglemente les modalités d'implantation de 3 types de dispositifs :

ENSEIGNES

**PUBLICITÉ
PRÉ-ENSEIGNES**

) Règles
identiques



Principales définitions

PUBLICITÉ

« toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention »

PRÉ-ENSEIGNES

« toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble ou s'exerce une activité déterminée »

ENSEIGNE

« toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce »

! En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité (= le même règlement)

! Hors agglomération seules les pré-enseigne « dérogatoires » sont autorisées

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



Publicité



Pré enseigne



Enseigne

Principales définitions : Pré-enseignes dérogatoires (Hors agglomération)



Activités bénéficiaires	Avant 13/07/2015	Après 13/07/2015	Nombre	Distance
Activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement	oui	oui		
Service public ou d'urgence	oui	oui		
Activité en retrait de la voie	oui	oui		
Monuments historiques (ouverts à la visite)	oui	✓	4	10 km
Vente produits du terroir	oui	✓	2	5 km
Activité culturelle		✓	2	5 km

! La dérogation relative aux pré-enseignes particulièrement utiles pour les personnes en déplacement a pris fin le 13 juillet 2015.

! De plus leur nombre est limité

Cas particulier du Mobilier urbain



Règle du 50/50 :
Il ne peut accueillir une surface de publicité excédant la surface totale des informations ou œuvres artistiques (souvent double face)



Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique est interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Surface de la publicité sur mobilier urbain

	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + de 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou de - de 10 000 h faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m ² unitaire et 2 m ² + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m ² unitaire 6 m ² total	
Colonne porte-affiches	Interdit	interdit	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m ² recto, 2 m ² verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique	Interdit	12 m ²	50 m ²

Autres dispositifs



Enseignes temporaires immobilières



- ✓ Les dispositifs temporaires (enseignes immobilières, pré-enseignes temporaires, bâches de chantier, ...)
- ✓ Micro-affichage

Ne relève pas du RLP :

- ✓ Panneaux d'information communaux
- ✓ Panneaux d'affichage libre pour les associations à but non lucratif
- ✓ Signalétique d'Information Locale (SIL)



SIL



Affichage libre



Panneau d'information

Le contexte réglementaire

La loi ENE et son décret d'application

La loi de juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite Grenelle II, et son décret d'application de janvier 2012 ont entraîné des modifications profondes de la réglementation de la publicité extérieure.

Les RLP existants, antérieurs à l'application de cette loi deviendront caducs en 2020, à moins d'être révisés.

En juillet 2016, de nouvelles modifications apparaissent avec la loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine → application en juillet 2020

Guide illustré à télécharger →

<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/>

→ Distribution d'une note de synthèse sur la RNP



Entrée en vigueur de la RNP

2015

- ⇒ **Suppression des pré-enseignes dérogatoires** qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- ⇒ **Mise en conformité des publicités et pré-enseignes** existantes avec la réglementation nationale

2018

- ⇒ **Mise en conformité des enseignes existantes** avec la réglementation nationale
- ⇒ **Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux** (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

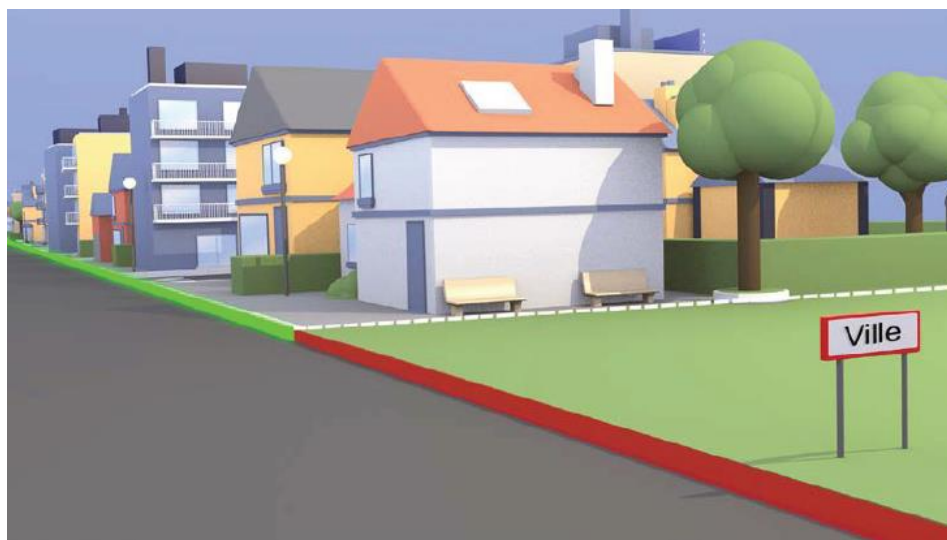
Entrée en vigueur du futur RLPi dès sa publication

- 6 ans pour mise en conformité des enseignes existantes
- 2 ans pour mise en conformité des publicités et pré-enseignes existantes

La notion géographique d'agglomération

Agglomération : Au sens de l'article R.110-2 du Code de la Route : « Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. »

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



Les publicités et pré enseignes sont interdites hors agglomération

La carte des limites d'agglomération et les arrêtés municipaux fixant les limites doivent figurer en annexe du RLPi.



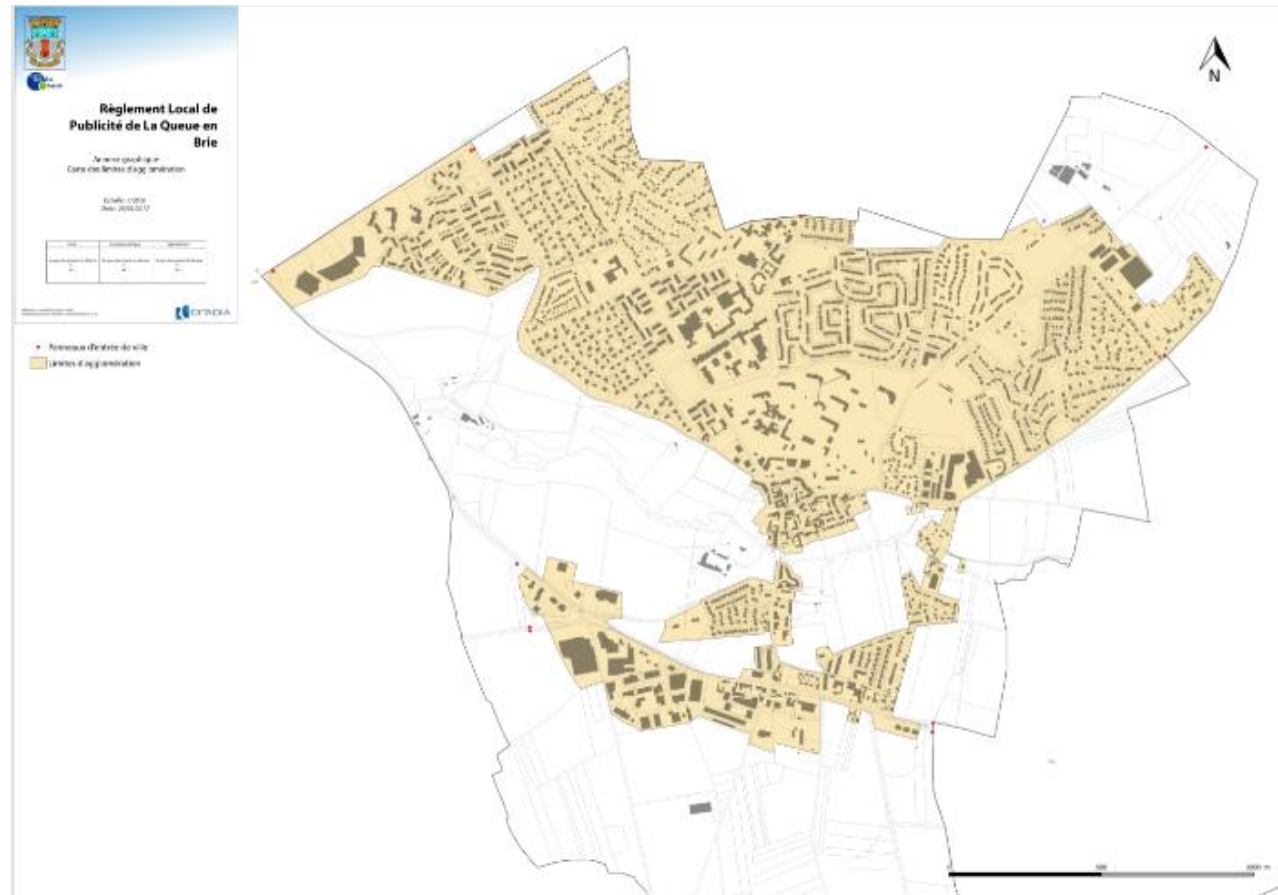
La notion géographique d'agglomération

Méthode pour la définition des limites d'agglomération :

- Se référer aux arrêtés municipaux existants (si les communes en ont pris)
- Localiser les panneaux «entrée de ville » - EB10 (entrée) et EB20 (sortie)
- Se baser sur la règle de continuité du bâti et avec une certaine densité (parcelles bâties, distance max 50m entre bâti)

Éléments à fournir :

- Localisation des panneaux
- Arrêtés municipaux de limites d'agglomération

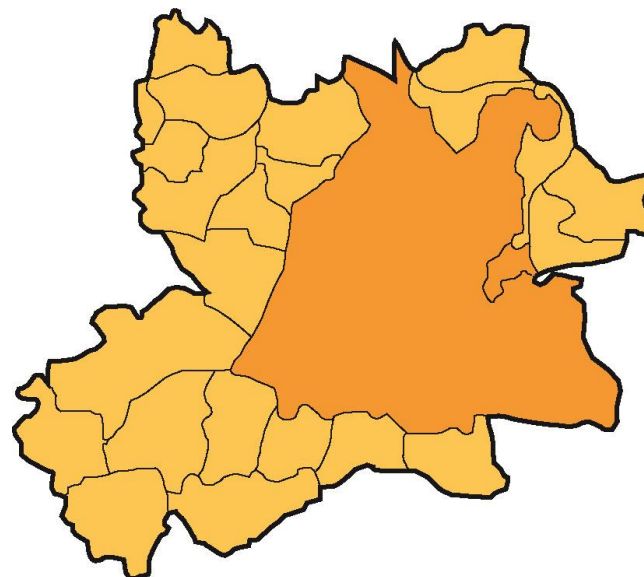


La notion démographique d'agglomération : le seuil des moins de 10 000 habitants

Fontainebleau et Avon : + 10 000 hb
24 autres communes : - 10 000 hb

Unité urbaine de Fontainebleau de moins de 100 000 habitants

5 communes font parties de l'unité urbaine de Fontainebleau qui compte 36 119 habitants : Avon, Fontainebleau, Héricy, Samoreau et Vulaines-sur-Seine.



Communes de +10 000 hb
 Communes de - 10 000 hb

Unité urbaine et seuils démographiques	Communes concernées	Rappel RNP (extraits)
UU - 100 000 hab Agglomérations de + 10 000hab	2 communes : Avon, Fontainebleau	Surface maximum de 12 m ² pour les publicités en agglomération, le numérique y est autorisé, les enseignes au sol sont limitées à 12 m ²
UU - 100 000 hab. Communes de -10 000 hab.	24 autres communes	Surface maximum de 4 m ² pour les publicités, le numérique y est interdit, les supports au sol également (publicité uniquement murales ou MU), les enseignes au sol sont limitées à 6 m ² .

Les principales règles nationales

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

Les périmètres environnementaux et urbains spécifiques

Interdiction absolue de la publicité:

- Sur les Monuments Historiques
- Sur les Monuments Naturels et dans les Sites Classés
- Dans les cœurs de parcs nationaux et dans les réserves naturelles
- Sur les arbres

Une très grande richesse patrimoniale et paysagère sur le territoire

- Patrimoine mondial UNESCO
- 16 communes de l'agglomération dans le PNR du Gâtinais Français
- 2 SPR + Fontainebleau-Avon en projet
- Forêt de Fontainebleau (Natura 2000)

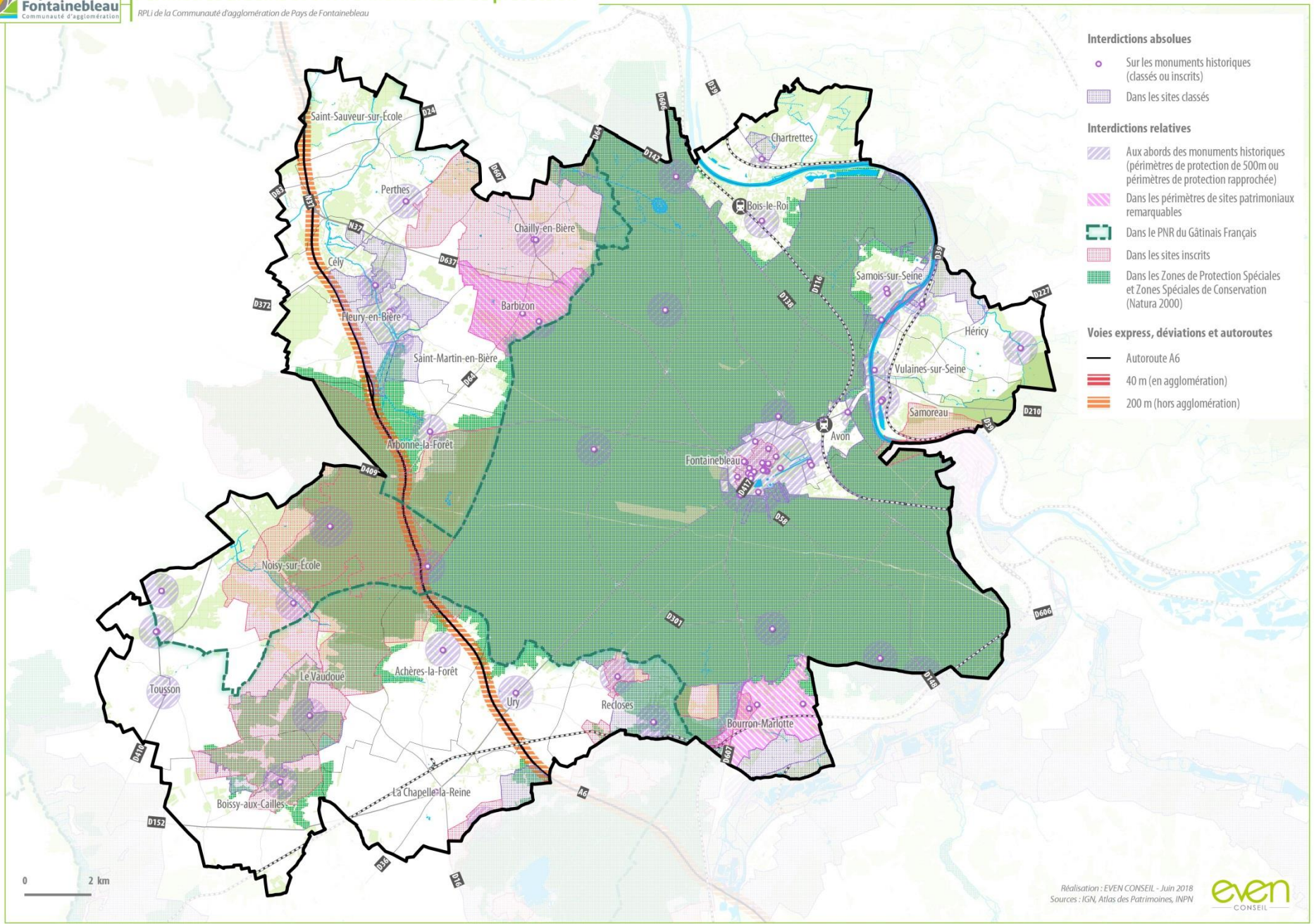
→ **Distribution d'un atlas par commune**

Interdiction relative de la publicité:

il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLPi

- Au sein des périmètres délimités des abords et des SPR (AVAP, ZPPAUP)
- Dans les secteurs sauvegardés
- Dans les parcs naturels régionaux
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
- Dans les zones Natura 2000

+ Dans les zones, à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels et des paysages, **les publicités apposées au sol** sont interdites (ex : EBC et zone N et A des PLU,...).



- Interdictions absolues**
- Sur les monuments historiques (classés ou inscrits)
 - Dans les sites classés
- Interdictions relatives**
- Aux abords des monuments historiques (périmètres de protection de 500m ou périmètres de protection rapprochée)
 - Dans les périmètres de sites patrimoniaux remarquables
 - Dans le PNR du Gâtinais Français
 - Dans les sites inscrits
 - Dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (Natura 2000)
- Voies express, déviations et autoroutes**
- Autoroute A6
 - 40 m (en agglomération)
 - 200 m (hors agglomération)

0 2 km

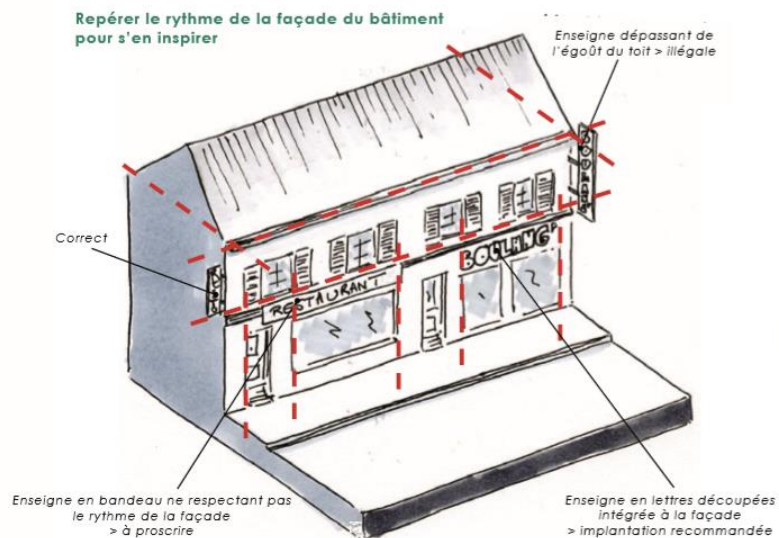
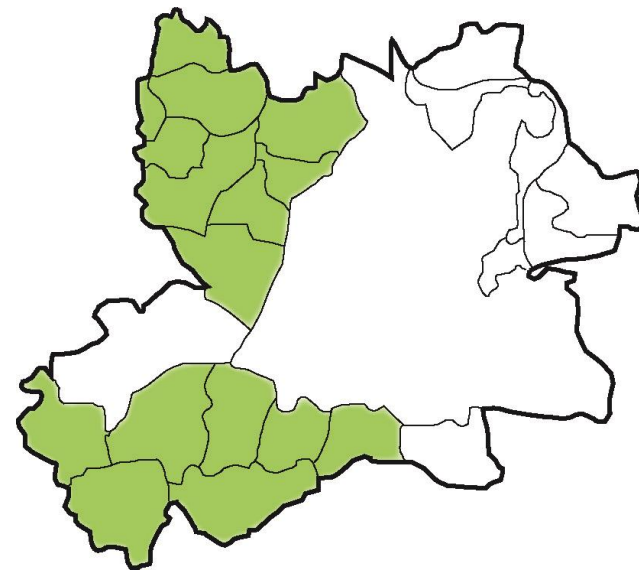
Réalisation : EVEN CONSEIL - Juin 2018
Sources : IGN, Atlas des Patrimoines, INPN

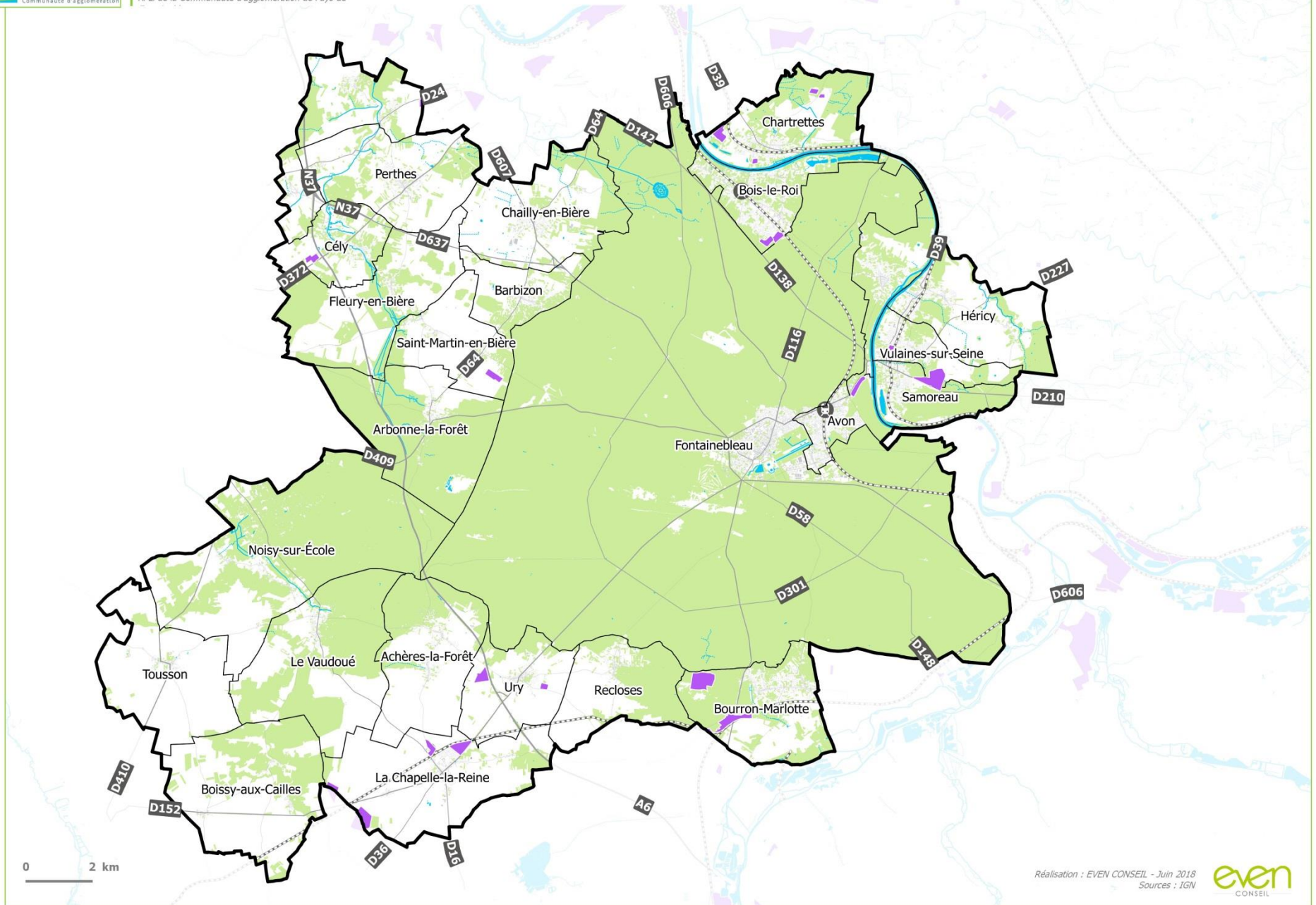


Le PNR du Gâtinais Français

→ Charte du PNR, engagements, mesure 15 :

« Contribuer aux règlements locaux de publicité avec les communes qui en prennent l'option, afin de garantir la préservation des paysages et l'usage optimal de l'affichage. »





Liste des premières informations à récupérer auprès de communes

- Arrêtés municipaux des limites d'agglomération ou à défaut (localisation des panneaux d'entrée de ville)
- Localisation des panneaux d'affichage libre pour les associations
- Convention de mobilier urbain (localisation sucettes abris-bus supportant de la publicité)

Autres documents ressources :

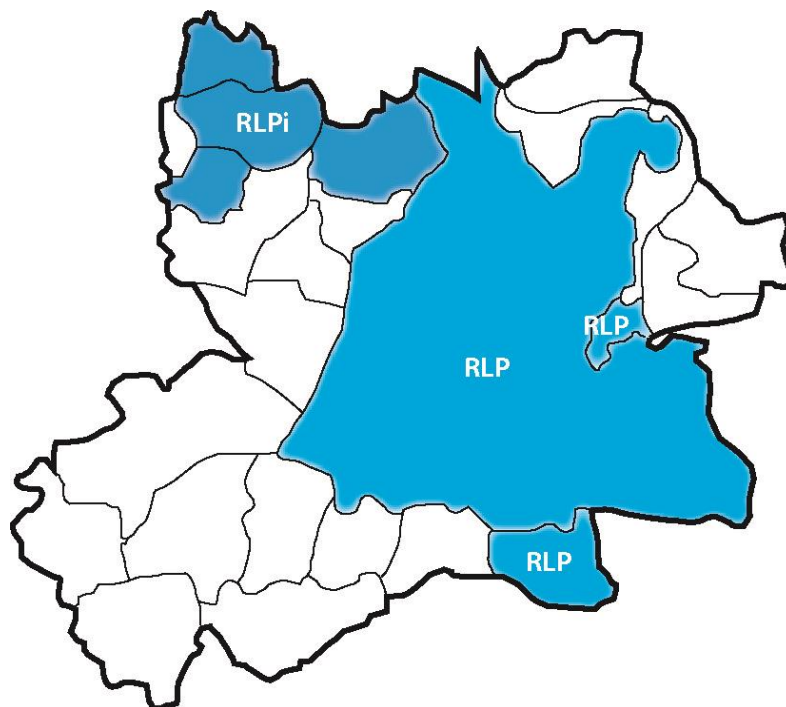
- *Charte routière départementale sur les enjeux de signalétique touristique hors agglomération*
- *Diverses chartes urbaines et paysagères (ex : charte des devantures et enseignes de Fontainebleau de 2015 ...)*
- *Projet d'inscription de la forêt de Fontainebleau au patrimoine mondiale de l'UNESCO*
- *Charte du PNR du Gâtinais Français concernant 16 communes sur 26 du territoire de la CAPF*





LA REGLEMENTATION LOCALE EN VIGUEUR

Commune	RLP	RLPi	Date d'approbation
AVON	x		21/10/2009
BOURRON-MARLOTTE	x		29/12/1993
CELY EN BIERE		x	31/11/1986
CHAILLY-EN-BIERE		x	31/11/1986
FONTAINEBLEAU	x		18/08/2000
PERTHES EN GATINAIS		x	31/11/1986
SAINT-SAUVEUR-SUR-ECOLE		x	31/11/1986



7 communes couvertes par un RLP

Tous les documents sont antérieurs à la loi Grenelle II et à son décret d'application.

Le RLP de Fontainebleau (2000)

VILLE DE FONTAINEBLEAU
PLAN DE LA ZONE DE PUBLICITE RESTREINTE (Z.P.R.)



1 Zone de Publicité Restreinte

Le RLP de Fontainebleau (2000)

Publicités et préenseignes

Au sein de la ZPR, la publicité est autorisée :

- sur mobilier urbain avec une surface maximale de 2m².
- sur les palissades de chantier, de manière temporaire et avec une surface maximale de 2m².
- Toute publicité est interdite sur les murs de clôture.

Enseignes

Au sein de la ZPR, les enseignes sont réglementées de la façon suivante :

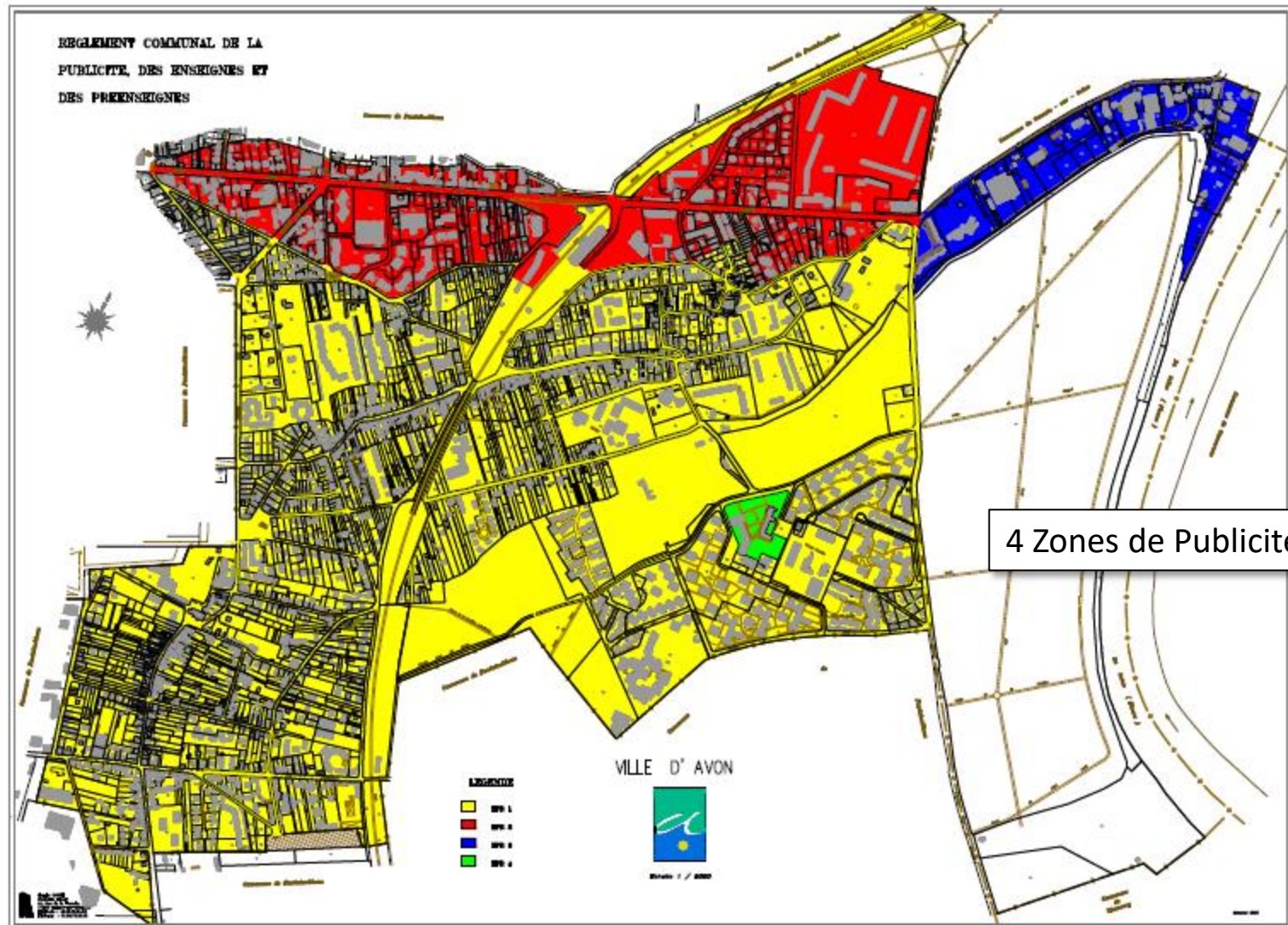
Une enseigne parallèle et une perpendiculaire autorisées par façade, *2 si façade > 10m.

Enseignes perpendiculaire de format maximal 1*0,7m, support compris. La superficie ne doit pas dépasser 0,50 m².

Installation en rupture de façade

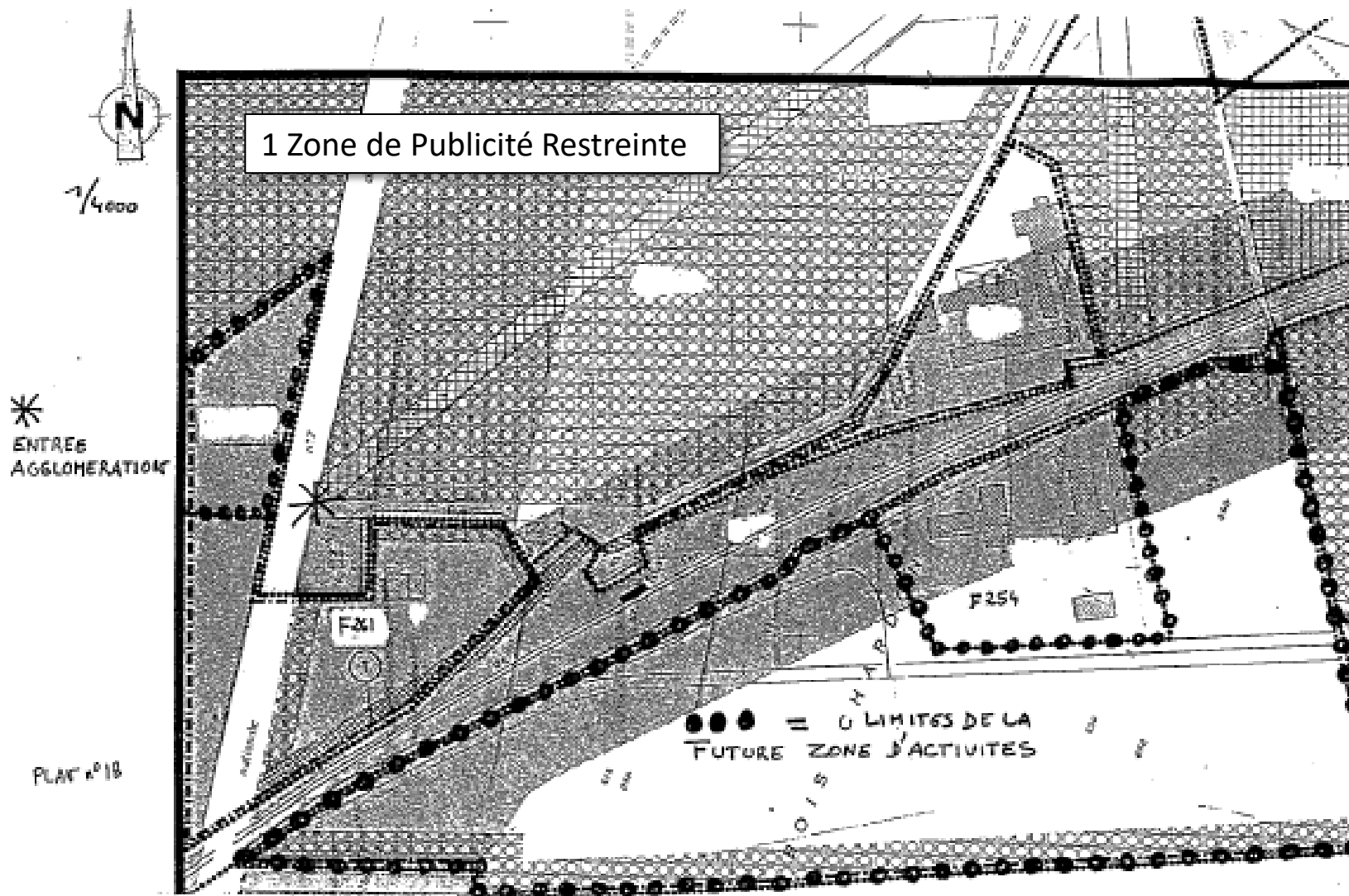
L'implantation des enseignes en façade doit respecter le niveau du rez-de-chaussée.

Le RLP d'Avon (2009)



	Publicités et préenseignes	Enseignes
ZPR1	Seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée.	<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en façade : Respect de l'architecture (rythmes de façade, niveau du RDC, modénatures, ...). Enseignes perpendiculaires : 1,5 de haut max, saillie 0,50m. • Enseignes au sol : 3m, 1,5m², autorisées uniquement pour les activités en retrait de la voie publique. • Enseignes sur clôture : une seule enseigne sur clôture aveugle, autorisée uniquement pour les enseignes situées en retrait de la voie publique.
ZPR2	<ul style="list-style-type: none"> • Pub au sol : 8m², 6m de haut, 1 par UF et si linéaire de façade >15m, retrait de 3m. • Pub au mur : 8m², 6m de haut, 1 par UF. • Publicité sur clôture ou sur toiture interdite. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en façade : implantation dans un bandeau situé à plus de 3m du sol et sous l'acrotère pour les bâtiments industriels, pour les constructions de type résidentiel, l'enseigne doit être implantée sous la limite des linteaux des ouvertures du 1^{er} étage. 1 enseigne perpendiculaire, implantée en rupture de façade : 1;5m, 0,5 m². • Enseignes au sol : 3 autorisées pour les activités en retrait de la voie publique, 6m, 6m² (4m * 1,2m pour les totems). • Enseignes sur clôture : une seule enseigne sur clôture aveugle, autorisée uniquement pour les enseignes situées en retrait de la voie publique.
ZPR3	<ul style="list-style-type: none"> • Pub au sol : 12m², 6m de haut, 1 par UF et si linéaire de façade > 15m, retrait de 3m. • Pub au mur : 12m², 6m de haut, 1 par UF. • Publicité sur clôture ou sur toiture interdite. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en façade : implantation dans un bandeau situé à plus de 3m du sol et sous l'acrotère pour les bâtiments industriels, pour les constructions de type résidentiel, l'enseigne doit être implantée sous la limite des linteaux des ouvertures du 1^{er} étage. Les enseignes perpendiculaires sont interdites. • Enseignes au sol : 3 mâts porte drapeau par établissement, sinon 1 par établissement. • Enseignes en toiture autorisées sur les toits en pente uniquement.
ZPR4	Seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée	<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en façade : 1 enseigne parallèle par façade, enseigne perpendiculaire installée en rupture de façade et en limite de devanture. • Enseignes au sol : interdites

RLP de Bourron-Marlotte (1993)



RLP de Bourron-Marlotte (1993)

Publicités et pré-enseignes

La publicité est interdite en dehors des emplacements autorisés (19 emplacements autorisés).

Enseignes

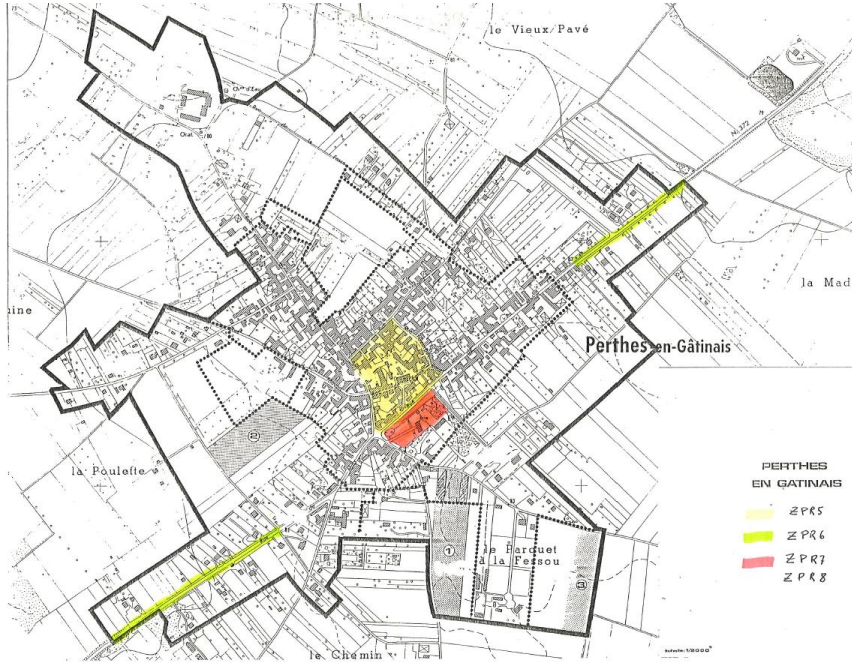
Intégration harmonieuse et discrète à la façade de l'immeuble.

1 enseigne murale parallèle et une enseigne perpendiculaire autorisée par façade < 15m. Une deuxième enseigne perpendiculaire est autorisée si $15 < L < 25$ m

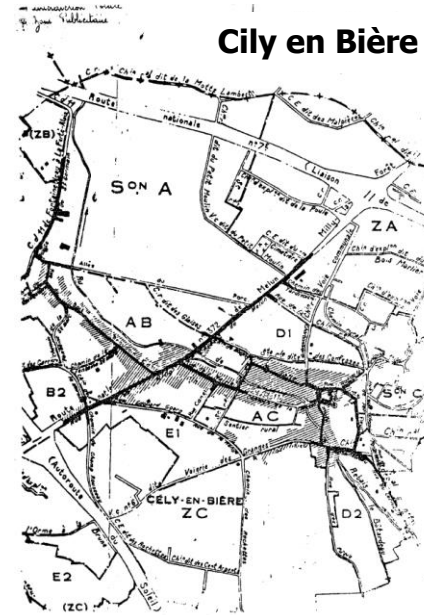


RLPi de 4 communes Pays de Bière (1986)

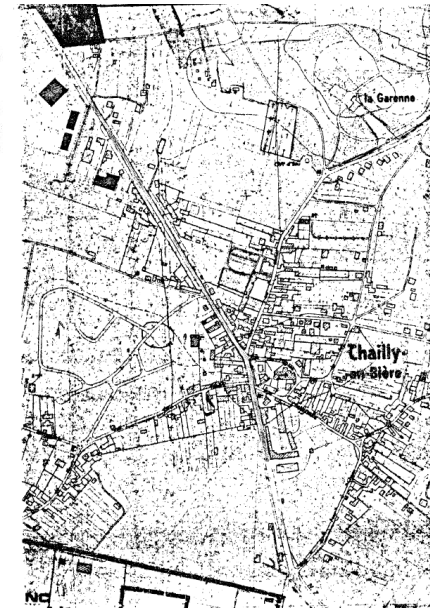
Perthes en Gâtinais



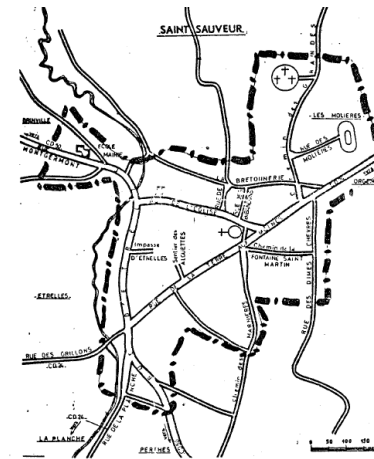
Cilly en Bière



Chailly-en-Bière



Saint-Sauveur



VU pour être annexé à l'ARRÊTÉ PREFECTORAL n°86 DAGR JP 48
en date du 3 MARS 1986 portant réglementation spéciale de la publicité
MELUN, le 2 Mars 1986
Le Préfet, commissaire de la République.

RLPi de 4 communes Pays de Bière (1986)

		RLPi (1986)	
		Publicités et préenseignes	Enseignes
DISPOSITIONS GENERALES		<p>L'affichage publicitaire sur support est interdit dans les agglomérations dépendant de ces quatre communes.</p> <p>Dans les zones de publicité restreinte définies, un seul panneau visible dans chaque sens de circulation pourra être implanté par propriété, exclusivement sur les pignons ou murs aveugles.</p>	<p>Dans l'ensemble des zones de publicité restreinte, les enseignes sont limitées à deux en drapeaux et deux en bandeau situées sur chaque façade sur rue du bâtiment ou s'exerce l'activité.</p>
Cély-en-Bière	ZPR1	Toute publicité est interdite.	
	ZPR2	Publicité limitée à 2m ²	
Chailly-en-Bière	ZPR3	Publicité limitée à 4m ²	Dans un rayon de 200m autour de l'église, les caissons lumineux sont interdits.
	ZPR4	Toute publicité est interdite	
Perthes-en-Gatinais	ZPR5	Toute publicité est interdite	
	ZPR6	Publicité limitée à 4m ²	
	ZPR7	Publicité limitée à 0.5m ²	
	ZPR8	Toute publicité est interdite	

