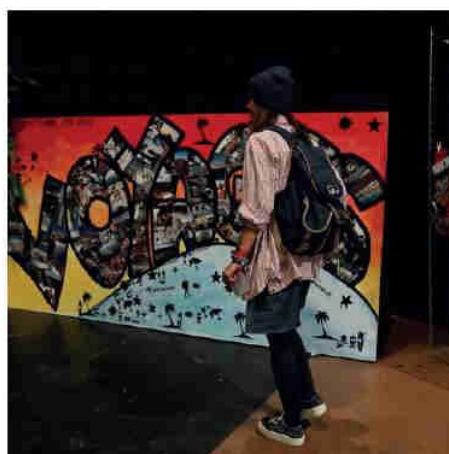





Règlement local de publicité de la commune de Fontenay-sous-Bois



Arrêt	Enquête publique	Approbation	Transmission Préfecture	Document exécutoire
RLPi arrêté par délibération du 28 novembre 2016	Réalisée du 4 juin au 6 juillet 2018	RLPi approuvé par délibération au 15 octobre 2018	Accusé de réception du 18 octobre 2018	A compter du 20 novembre 2018

RAPPORT DE PRESENTATION

Diagnostic, objectifs et orientations
1 septembre 2018



La préservation de la qualité du cadre de vie est au cœur de la politique du paysage. C'est un enjeu majeur pour les territoires et les populations.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite loi ENE, ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont modifié la réglementation des publicités, enseignes et préenseignes, qui constituent la « publicité extérieure » et transformé le règlement local de publicité (RLP) en instrument de planification locale, annexé au plan local d'urbanisme (PLU).

Le règlement national de publicité (RNP) adapté au contexte par le règlement local, vise à mettre en valeur paysage et patrimoine, à lutter contre les nuisances visuelles, à engendrer des économies d'énergie. Le RLP offre aux collectivités locales la possibilité de maîtriser et harmoniser l'ensemble des dispositifs de publicité extérieure en prescrivant des règles plus restrictives que le régime général. Pour autant, la réglementation nationale ou locale se doit de garantir la liberté d'expression, la liberté du commerce, ainsi que l'équilibre économique des sociétés intervenant sur le secteur de la publicité ou de l'enseigne.

Depuis juillet 2010, la compétence d'élaboration, révision ou modification du RLP a été transférée aux autorités locales compétentes en matière de documents d'urbanisme. Ainsi, compétente en matière de PLU, la ville de Fontenay-sous-Bois a-t-elle décidé la révision de son RLP par délibération en date du 13 mars 2015.

La procédure d'élaboration, révision ou modification du RLP est identique à celle du PLU (article L.581-14-1 du code de l'environnement).

L'article R.581-72 du code de l'environnement prévoit que le RLP comprend, au moins, les éléments suivants :

- un rapport de présentation ;
- une partie réglementaire ;
- des annexes.

L'établissement public territorial « ParisEstMarne&Bois », devenu compétent le 1er janvier 2016 a, par délibération du 6 juin 2016, approuvé la poursuite de la procédure et chargé la commune de son instruction.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Le présent document constitue le rapport de présentation du règlement local de publicité de la commune de Fontenay-sous-Bois. Il est composé de sept parties :

- les éléments réglementaires ;
- les enjeux territoriaux ;
- le règlement local en vigueur ;
- la procédure de révision du règlement local
- le diagnostic ;
- les objectifs et orientations de la commune ;
- l'explication des choix

Première partie	
Les éléments réglementaires.....	6
1.1 Le contexte juridique.....	7
1.2 Les 3 catégories de dispositifs : Publicités, enseignes et préenseignes.....	8
1.2.1 PUBLICITÉ	8
1.2.2 L'ENSEIGNE	12
1.2.3 LA PRÉENSEIGNE	15
1.3 Les formes particulières de publicités, enseignes et préenseignes.....	17
1.3.1 LES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES	17
1.3.2 LA PUBLICITÉ INSTALLÉE SUR DU MOBILIER URBAIN	17
1.3.3 LES EMPLACEMENTS DESTINÉS À L’AFFICHAGE D’OPINION ET AUX ASSOCIATIONS À BUT NON LUCRATIF	20
1.3.4 LES CHEVALETS	20
1.3.5 LES ENSEIGNES TEMPORAIRES	21
1.4 Pouvoir de police, déclarations, autorisations.....	22
1.5 Les dispositions applicables à la publicité depuis le 1er juillet 2012.....	23
1.5.1 LES FORMATS, HAUTEURS ET DENSITÉ DE LA PUBLICITÉ NON LUMINEUSE	23
1.5.2 RÈGLES APPLICABLES À LA PUBLICITÉ NUMÉRIQUE	23
1.5.3 DENSITÉ DES PUBLICITÉS	23
1.5.4 DÉLAI D’APPLICATION	25
1.6 Les dispositions applicables aux enseignes depuis le 1er juillet 2012.....	26
1.6.1 LES ENSEIGNES SUR MUR	26
1.6.2 LES ENSEIGNES SCELLÉES AU SOL	27
1.6.3 OBLIGATION D’EXTINCTION NOCTURNE DES ENSEIGNES	28
1.6.4 DÉLAIS D’APPLICATION	28

Deuxième partie	
Les enjeux territoriaux.....	29
2.1 Les caractéristiques physiques du site.....	30
2.2 L'Aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP*).....	34
2.3 Les limites d'agglomération.....	37
2.4 L'activité locale.....	38
2.5 Le réseau viaire.....	38
Troisième partie	
le règlement local en vigueur.....	40
Quatrième partie	
la révision du règlement local.....	43
Cinquième partie	
Le diagnostic.....	46
5.1 Les publicités.....	47
5.1.1 DONNÉES CHIFFRÉES, TYPOLOGIES, LÉGALITÉ	47
5.1.2 LE MOBILIER URBAIN	49
5.1.3 ASPECTS QUALITATIFS	55
5.1.4 LES INSTALLATIONS PORTANT ATTENTE AU CADRE DE VIE	57
5.2 Les enseignes.....	64
5.2.1 ENSEIGNES ET CADRE DE VIE	64
5.2.2 ENSEIGNES EN INFRACTION	72
5.3 Le mobilier urbain.....	77
5.4 Autres dispositifs.....	78
Sixième partie	
Objectifs et orientations.....	79
6.1 ORIENTATIONS RELATIVES À LA PUBLICITÉ	81
6.2 ORIENTATIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES	82
Septième partie	
Explication des choix.....	83



Première partie
Les éléments
réglementaires



1.1/Le contexte juridique

Le droit de la publicité s'inscrit dans le code de l'environnement, au livre V : « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances », Titre VIII : « Protection du cadre de vie ».

L'article L.581-1 rappelle que le droit d'expression est fondamental « *chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées /.../* », l'article L.581-2 précisant quant à lui l'objectif de la loi : « *Afin d'assurer la protection du cadre de vie /.../* »

C'est dans cette optique de protection du cadre de vie que publicités, enseignes et préenseignes sont soumises à des règles de format, de hauteur, de nombre ou de densité en fonction de leur technique et des lieux où elles sont implantées.

Fontenay-sous-Bois est une agglomération dont la population dépasse le seuil de 10 000 habitants, appartenant de plus à l'unité urbaine de Paris. Publicités, enseignes et préenseignes répondent donc aux règles propres à ce type d'agglomération. Notamment, les publicités scellées au sol sont admises, et leur surface peut atteindre 12 m².

1.2/ Les 3 catégories de dispositifs : Publicités, enseignes et préenseignes

1.2.1 PUBLICITÉ

La publicité est définie par le 1° de l'article L.581-3 du code de l'environnement :

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

La publicité est utilisée par des annonceurs* nationaux (une marque de distribution, une banque, un parfum..) ou locaux (un hypermarché, une agence, un coiffeur).

La forte densité de population en région parisienne et son pouvoir d'achat en font une cible privilégiée pour la publicité. Les nombreux déplacements, dont l'importante circulation automobile en font une priorité pour l'affichage publicitaire.

*Entité en faveur de qui est réalisée la publicité : marque, produit, service, grande cause...



Il est à noter que « /.../ les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images sont assimilés à des publicités » (article L.581-3)

L'ensemble du dispositif, pied, passerelles, plateau même sans affiche doit donc être considéré comme une publicité.



Techniquement, la publicité peut prendre diverses formes, qui vont faire l'objet de dispositions réglementaires différentes :



Publicité scellée au sol



Publicité lumineuse numérique
(photo non Fontenaysienne)



Publicité supportée par un mobilier urbain



1.2.2 L'ENSEIGNE

Elle est définie comme étant « *toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* » (article L.581-3, 2°)

Cette définition que le législateur a voulu très large doit être commentée : « *Toute inscription, forme ou image* » : l'enseigne peut donc être constituée par un nom, une marque commerciale, une illustration, une photo, un logo, un objet.

« *...apposée sur un immeuble* » : le mot « immeuble » doit s'entendre au sens du code civil, désignant autant un bâtiment que le terrain d'assiette qui accueille l'activité. Le cas le plus habituel désignera l'unité foncière sur laquelle est installé un magasin (bâtiment, parking, dépendances). Il en résulte qu'installé hors de l'unité foncière, le dispositif perd sa qualité d'enseigne et devient une préenseigne.

« *...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.

Concrètement, si le dispositif « Conforama » est une enseigne, l'inscription « meubles », « canapé » ou les photos de ces objets le sont également. Tous les établissements de services, artisanaux, industriels et, bien entendu, commerciaux ont recours à l'enseigne, sous les formes les plus diverses.

Les dispositions réglementaires du code de l'environnement précisent les caractéristiques techniques (surface, hauteur, nombre) des enseignes eu égard aux lieux où elles sont apposées.

L'enseigne peut être apposée sur un mur, parallèlement à celui-ci :





Apposée perpendiculairement au mur :



En toiture :



Scellée ou posée directement sur le sol :



1.2.3 LA PRÉENSEIGNE

« Inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 3°), elle ne se distingue de la publicité que par le message.

Les préenseignes dirigent les consommateurs vers les lieux de vente (« au rond-point à droite », « aux feux à gauche » etc.). Vendus à l'année (dénommés alors « longue-conservation » par les professionnels de l'affichage) utilisant les mêmes supports que les publicités, assurant accessoirement la notoriété de la marque, les préenseignes sont toujours très utilisées par les commerces.

Le GPS n'a pas remplacé la signalisation sur les axes de passage. Les principales entrées de l'agglomération sont recherchées pour implanter des préenseignes signalant tout type de magasin, les hôtels, les garages etc.

Elle pourra donc être, elle aussi, apposée sur un support, scellée au sol, supportée par du mobilier urbain, etc.

Comme les publicités, les préenseignes peuvent prendre des formes variées :





Installées sur le domaine public, les inscriptions ci-dessus, qui indiquent des commerces sont des préenseignes ainsi que les flèches ci-dessous.



Conformément à l'article L.581-19, en agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.



1.3/ Les formes particulières de publicités, enseignes et préenseignes

1.3.1 PUBLICITÉ

L'appellation préenseigne dérogatoire désigne les panneaux de petit format (maximum 1,5 m x 1 m) installés hors agglomération.

En raison de l'effet désastreux de l'accumulation de préenseignes dérogatoires aux abords de certaines entrées de ville, le législateur a prévu leur quasi-disparition (loi du 12 juillet 2010).

Ne peuvent subsister que les préenseignes signalant la fabrication ou la vente de produits du terroir, la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, ainsi que les activités culturelles (article L.581-19)

Aucun secteur de la commune n'étant situé hors-agglomération, Fontenay-sous-Bois n'est pas concernée par les préenseignes dérogatoires.

1.3.2 LA PUBLICITÉ INSTALLÉE SUR DU MOBILIER URBAIN

Le mobilier urbain désigne d'une façon générale les différents objets installés sur le domaine public, destinés à protéger l'utilisateur ou à lui apporter un service : le lampadaire, le banc, la barrière, l'abri, le mobilier supportant le plan de la ville, des informations pratiques ou culturelles etc.

Le code de l'environnement octroie à cinq catégories de mobilier urbain la faveur de supporter de la publicité : l'abri destiné au public, le kiosque, la colonne porte-affiches, le mât porte-affiches et enfin le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires.

Deux types de mobilier urbain sont présents sur le territoire :



L'abri destiné au public



Le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires, et accessoirement publicitaires

Les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiche, ainsi que le kiosque, sont absents à Fontenay-sous-Bois.

Le règlement national soumet globalement la publicité installée sur le mobilier urbain aux mêmes règles que les autres types de publicité : interdiction hors agglomération, interdiction à proximité des monuments historiques, dans les secteurs sauvegardés, aires de mise en valeur du patrimoine etc.

Comme les autres publicités, leurs surfaces et hauteurs sont également limitées, mais elles ne sont toutefois pas soumises à la règle de densité, ni à l'obligation d'extinction nocturne.

Au regard du service qu'ils apportent et lorsque leur format est restreint (2 m²), ils bénéficient fréquemment dans les règlements locaux d'un régime un peu plus favorable que les autres publicités.

Les journaux électroniques d'information, dans la mesure où ils ne diffusent que des messages à caractère pratique, n'entrent pas dans le champ d'application du code de l'environnement.



1.3.3 LES EMPLACEMENTS DESTINÉS À L’AFFICHAGE D’OPINION ET AUX ASSOCIATIONS À BUT NON LUCRATIF

L’article L.581-13 du code de l’environnement impose au maire de faire aménager des emplacements destinés à l’affichage d’opinion et aux associations à but non lucratif. Les modalités sont précisées par les articles R.581-2 à 4.



1.3.4 LES CHEVALETS

Fréquemment considérés comme des enseignes, les chevalets sont en réalité des préenseignes ou des publicités, puisqu'ils sont posés sur le domaine public, et ne reposent pas sur l'immeuble ou s'exerce l'activité. En tout état de cause, ils sont soumis à une permission de stationnement et doivent respecter les textes relatifs à la circulation de personnes à mobilité réduite.

1.3.5 LES ENSEIGNES TEMPORAIRES

Le code de l'environnement a prévu un régime particulier pour les dispositifs destinés à annoncer les opérations temporaires de tout ordre (culturelles, commerciales..) ainsi que les opérations immobilières. Les enseignes temporaires bénéficient d'un régime particulier, assez souple, dû à leur caractère - en principe - éphémère.



1.4/ Pouvoir de police, déclarations, autorisations

« Les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le préfet. Toutefois, s'il existe un règlement local de publicité, les compétences sont exercées par le maire au nom de la commune » (article L.581-14-2).

Toutes les publicités (ainsi que les préenseignes dont le format excède 1 mètre en hauteur ou 1,5 mètre en largeur) sont soumises à une déclaration préalable. La déclaration n'est pas l'autorisation : si le projet d'installation est conforme au code de l'environnement et au règlement local, et quelles que soient ses qualités esthétiques, il ne pourra être refusé. L'objet de la déclaration préalable est d'informer l'autorité de police qu'un dispositif publicitaire va être implanté, modifié ou remplacé dans les conditions indiquées par le document Cerfa n° 14799*1. Il n'y a donc pas, à proprement parler, d'instruction de la déclaration.

Seule la publicité lumineuse, et notamment la publicité numérique, est soumise à autorisation.

L'autorisation préalable, elle, nécessite une instruction de la demande dans les lieux cités aux articles L.581-4 et L.581-8, (lieux protégés : secteur sauvegardé, AVAP, PNR par exemple) ainsi que « dans le cadre d'un règlement local de publicité » (4ème alinéa de l'article L.581-19).

La commune étant dotée d'un RLP,

- le maire dispose du pouvoir de police ;
- toutes les enseignes sont soumises à autorisation.



1.5/ Les dispositions applicables à la publicité depuis le 1er juillet 2012

Seules les règles concernant Fontenay-sous-Bois ou susceptibles de la concerner sont développées dans ces chapitres.

1.5.1 LES FORMATS, HAUTEURS ET DENSITÉ DE LA PUBLICITÉ NON LUMINEUSE

- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la publicité murale est limitée à 12 m² et sa hauteur ne doit pas excéder 7,5 m. Elle ne peut prendre place sur les murs comportant des ouvertures supérieures à 0,50 m², quel que soit l'usage du bâtiment, et elle doit être installée sous la ligne d'égout du toit ;
- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la publicité scellée (ou posée) au sol est admise. Son format n'excède pas 12 m² et sa hauteur ne peut être supérieure à 6 mètres. La hauteur se mesure en tout point du dispositif, et non par un calcul de moyenne lorsque le sol est en déclivité. Elle doit d'autre part répondre à diverses règles. Par exemple, elle ne doit pas être visible d'une voie située hors agglomération, d'une autoroute ou d'une bretelle d'accès. Elle doit respecter une distance de la moitié de sa hauteur par rapport à un fonds voisin.

1.5.2 RÈGLES APPLICABLES À LA PUBLICITÉ NUMÉRIQUE

Catégorie de publicité appartenant aux publicités lumineuses, sa surface unitaire ne peut excéder 8 m² et elle ne peut s'élever à plus de 6 mètres du niveau du sol. Elle est soumise à autorisation.

1.5.3 DENSITÉ DES PUBLICITÉS

- La règle de densité vise à limiter le nombre de dispositifs sur un terrain (unité foncière) donné. Elle est indistinctement applicable à la publicité murale ou scellée au sol et à la publicité numérique. Elle ne s'applique pas au mobilier urbain.

- Elle se calcule en fonction de la façade d'une unité foncière bordant la vie publique.
- Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 mètres, en l'absence de toute publicité scellée au sol, il peut y avoir deux publicités murales, juxtaposées ou superposées.
- En absence de toute publicité murale, il ne peut y avoir qu'une publicité scellée au sol si la longueur de l'unité foncière est inférieure à 40 mètres, et deux si la longueur est comprise entre 40 et 80 mètres.
- Au-delà de 80 mètres, il ne peut y avoir qu'un dispositif supplémentaire, mural ou scellé au sol par tranche de 80 mètres entamée.
- La règle s'applique quel que soit le format des publicités. Un dispositif scellé au sol composé de deux faces rigoureusement dos à dos compte pour une seule publicité.
- Lorsque plusieurs dispositifs scellés au sol sont admis sur une unité foncière, leur disposition est libre.



1.5.4 DÉLAI D'APPLICATION

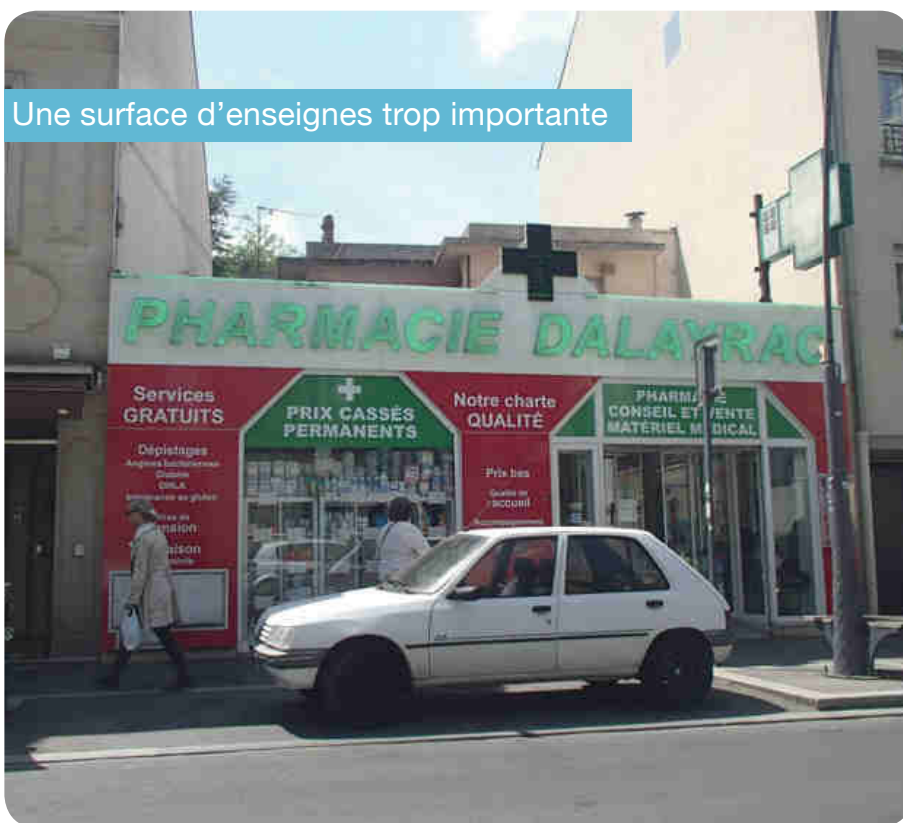
Les mesures contenues dans le RLP actuel restent valables jusqu'à l'approbation du nouveau règlement.

Lorsque le nouveau RLP entrera en application, les publicités qui deviendront non conformes bénéficieront d'un délai de deux ans.

1.6/ Les dispositions applicables aux enseignes depuis le 1er juillet 2012

1.6.1 LES ENSEIGNES SUR MUR

La surface cumulée des enseignes murales ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m², la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.



1.6.2 LES ENSEIGNES SCÉLLÉES AU SOL

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Deux enseignes peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Lorsqu'elle fait plus de 1 m², l'enseigne scellée au sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsqu'elle fait 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la surface maximum est de 12 m².



1.6.3 OBLIGATION D'EXTINCTION NOCTURNE DES ENSEIGNES

L'enseigne lumineuse est soumise à une obligation d'extinction nocturne de 1 h à 6 h du matin lorsque l'activité signalée a cessé.

Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Pour les publicités, les horaires d'extinction nocturne sont fixés par le RLP.

1.6.4 DÉLAIS D'APPLICATION

Les enseignes qui n'étaient pas conformes au code de l'environnement avant le décret du 30 janvier 2012 ne bénéficient d'aucun délai pour se mettre en conformité ou disparaître. (ex : enseignes en toiture non conformes)

Les enseignes non conformes aux nouvelles dispositions du RNP mais qui étaient en place au 1er juillet 2012 ont bénéficié d'un délai jusqu'au 1er juillet 2018. C'est par exemple le cas pour l'application de la règle de proportion surface des enseignes/surface de la façade.

Les enseignes qui deviendront non conformes au futur RLP bénéficieront d'un délai de six ans à compter de son approbation.



Deuxième partie
Les enjeux
territoriaux

2.1/ Les caractéristiques physiques du site

Fontenay-sous-Bois occupe un territoire de 558 hectares, partagé par une ligne de crête nord-ouest/sud-est, dans le prolongement du plateau de Belleville.

La ville s'est implantée au moyen-âge sur le flanc sud-ouest. C'est à cet emplacement que se trouve aujourd'hui le centre ancien.



Le développement de la ville s'est accéléré progressivement, au cours du XIXème siècle, puis dans la première moitié du XXème, connaissant un élan décisif après la seconde guerre mondiale, et notamment dans les années 60 avec l'urbanisation de la plaine du nord-est. Outre les grands ensembles d'habitation, cette ZUP (« zone à urbaniser en priorité ») intègre de nombreux équipements scolaires, sportifs et culturels. De nombreux espaces verts sont ouverts à tous.



Plus tard, le centre commercial régional trouve sa place à proximité de la gare RER et de la sortie de l'autoroute A86, et le péri-pôle tertiaire se construit de l'autre côté de l'autoroute et de la voie ferrée.



Fontenay-sous-Bois est aujourd'hui totalement urbanisée et compte plus de 53 000 habitants.



Bordée par le bois de Vincennes, Fontenay-sous-Bois est une ville très verdoyante, 40 % de sa surface est plantée, grâce notamment à une part d'espaces verts privés très importante et aux nombreux espaces publics : parcs, squares, placettes répartis sur l'ensemble du territoire.



2.2/ L'Aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP*)

Les articles L.581-4 et L.581-8 posent un certain nombre d'interdictions dans le but de sauvegarder le patrimoine architectural, naturel ou paysager.

L'article L.581-4 édicte des interdictions dites « absolues » car aucune dérogation n'est possible. La publicité est ainsi interdite (entre autres) sur les immeubles classés parmi les monuments historiques, classés ou inscrits, ou sur les arbres.

Les interdictions de l'article L.581-8 sont dites relatives, car le RLP peut y déroger. C'est le cas par exemple des zones de protection autour des monuments historiques, classés ou inscrits, et des aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine.

Dans ces lieux, le RLP peut décider des conditions dans lesquelles la publicité peut être installée.

* les AVAP sont transformées en sites patrimoniaux remarquables par la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine.



Le règlement de l'AVAP a prévu des dispositions pour les enseignes.

1.5.2 Équipements, enseignes

INTERDICTIONS

L'installation d'une enseigne devant une baie, un balconnet ou sur un garde-corps, ou masquant les bandeaux, traverses ou maçonneries, ou sculptures et autres ornements de façade.

Les caissons en plastique à fond lumineux.

Les caissons lumineux en drapeau, à l'exception des pharmacies.

Le défilement, l'intermittence et le clignotement des enseignes lumineuses

OBLIGATIONS

Règles générales

La pose d'enseignes est autorisée aux conditions suivantes :

Le bâtiment doit comporter une activité commerciale ou de service.

L'enseigne doit seulement informer de la nature, dénomination, affiliation de l'établissement ou indiquer son sigle. Toute publicité est interdite.

Les activités dans les étages seront signalées par des plaques professionnelles près de la porte d'entrée.

Les enseignes seront disposées de manière à laisser lisibles toutes consoles, bandeaux, moulures, traverses... et seront situées dans la largeur de la devanture, sans empiéter sur le linteau et les piédroits de la porte.

Aucune enseigne ne sera posée à mi-hauteur dans les étages.

Aucune enseigne ne sera posée sur les balcons ou les volets ; entre les fenêtres, toute inscription sera interdite dans les étages.

La longueur totale de l'enseigne n'excédera pas celle des baies commerciales prises séparément.

A l'occasion de travaux de réfection ou de changement d'activité, les enseignes inusitées pourront être déposées.

Les solutions de verre renforcé ou de grilles et volets intérieurs seront privilégiées. Les rideaux de protection seront en mailles ajourées ou en tôle perforée, prélaquée ou non, de teinte sombre.

Règles portant sur les enseignes plaquées ou bandeau

La hauteur des enseignes ne dépassera pas 60 cm. La hauteur des caractères s'harmonisera avec la hauteur du bandeau, et leur épaisseur n'excédera pas 8 cm.

Pour les devantures en applique, le fond de l'enseigne sera celui de la devanture (et non constitué d'un bandeau rapporté). Dans ce cas, les lettres ou signes seront peints ou découpés. Pour les devantures en feuillure, le fond de l'enseigne sera transparent, pour ne pas masquer la maçonnerie.

Les caissons de fermetures métalliques (rideaux, grilles, etc.) et les mécanismes des stores ou bâches extérieurs ne devront pas être apparents. La suppression de ces éléments pourra être exigée lors d'un renouvellement de façade.

Les enseignes pourront être composées de lettres et sigles découpés, luminescents, éclairés à contre-jour ou par projecteur, à l'exclusion de tout adhésif découpé ou d'emploi de matières plastiques type PVC.

Règles portant sur les enseignes en drapeau

Une seule enseigne en potence sera autorisée par commerce et par voie. Dans le cas d'une devanture à l'angle de 2 voies, une enseigne en potence sera autorisée sur chacune des voies. Elle sera posée en trumeau et en limite de bâtiment sauf cas particulier de la composition de l'immeuble.

Sauf impossibilité technique justifiée, les enseignes en drapeau ne devront pas dépasser 80 cm de hauteur, et devront être implantées sous la hauteur d'appui des baies du premier étage. Elles ne dépasseront pas 80 cm de largeur.

Les enseignes en potence pourront être en bois ou métal peint découpé, en textile, en panneaux de tôle, verre, plexiglas.

2.3/ Les limites d'agglomération

Par principe, la publicité est interdite hors agglomération (article L.581-7). La délimitation de l'agglomération est donc déterminante. Sa définition résulte de l'article R.110-2 du code de la route selon lequel il s'agit d'un espace sur lequel sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et délimité par des panneaux d'entrée et de sortie (panneaux type EB-10 et EB-20). Ces panneaux sont implantés conformément à un arrêté municipal (Article R.411-2 du code de la route).

Les panneaux d'entrée sont quelquefois absents ou mal placés : trop en amont ou trop en aval de la zone bâtie, celle-ci s'étant par exemple étendue progressivement sans que les panneaux n'aient été déplacés. Afin de limiter les risques contentieux, le maire doit veiller à l'exacte coïncidence entre les panneaux et les éléments matériels physiques qui déterminent l'agglomération. L'arrêté municipal, accompagné du document graphique où apparaissent les limites d'agglomération, constitue des annexes du RLP (article R.581-78)

A Fontenay-sous-Bois, du fait de la forte urbanisation, les limites de l'agglomération coïncident avec les limites communales.

De ce fait, aucune zone d'activité commerciale n'étant située hors agglomération, le futur RLP n'aura pas à déroger à l'interdiction de la publicité hors agglomération en instituant des périmètres (prévus par l'article L.581-7).

En revanche, l'autoroute A86 est située « hors agglomération » et aucune publicité ne peut être visible de celle-ci. (article R.581-31)





2.4/ L'activité locale

L'appareil commercial communal est assez important, comptant plus de 550 cellules commerciales.

L'ouest du boulevard de Verdun, qui représente le Fontenay historique rassemble les $\frac{3}{4}$ des cellules, tandis que l'ouest, qui dispose de peu de commerces, accueille le centre commercial Val de Fontenay. La concurrence des communes limitrophes voire plus lointaines, est forte. Aisément accessibles, de nombreux pôles commerciaux sont attractifs, tant par leur offre que par leur cadre.

La commune est donc confrontée à une nécessité d'action, parmi lesquelles l'accessibilité et la lisibilité des commerces.

2.5/ Le réseau viaire

Fontenay-sous-Bois occupe une position centrale dans les réseaux de déplacements de l'Île-de-France. L'autoroute A86 qui la traverse permet de connecter la commune aux principaux pôles d'attraction régionaux : Paris, les aéroports, les principaux quartiers d'affaires et de commerce.

La ville compte « en parallèle » sept routes départementales unissant les quartiers entre eux et reliant la ville à ses voisines.

Les voies de circulation sont les lieux de développement privilégiés de la publicité extérieure.

Celle-ci devra être encadrée avec une grande attention.

La ville offre de grandes qualités urbaines et paysagères, un patrimoine architectural et urbain diversifié, du centre-ville ancien qui a conservé une ambiance villageoise aux tissus résidentiels développés depuis un peu plus d'un siècle.

Ces ensembles paysagers qui constituent le patrimoine de la ville fondent la qualité de vie. Ils doivent être protégés et valorisés.

Le règlement local aura à adapter les caractéristiques de la publicité et des enseignes aux spécificités de chaque secteur.

Parallèlement, le règlement local devra garantir et améliorer la lisibilité des activités commerciales locales.

Les éléments du règlement local de publicité devront être mis en cohérence avec ceux de l'AVAP



**Troisième partie
le règlement
local en vigueur**

Le règlement élaboré en 1999 institue 4 « zones de publicité restreinte (ZPR) » couvrant la totalité du territoire communal.

La ZPR1, constituée par les abords du bois de Vincennes et par un périmètre de 100 mètres autour de l'église Saint-Germain, est la plus restrictive. Seule la publicité apposée sur le mobilier urbain y est autorisée. La ville, maîtresse des implantations, a su préserver les lieux concernés : les publicités y sont rares et limitées au strict nécessaire : abris voyageur, plan de ville, informations culturelles...



La ZPR2 comprend l'ensemble de la commune hormis les ZPR1, 3 et 4, ainsi que des zones délimitées autour d'une quinzaine d'intersections ou places. La zone couvre donc la majorité de la voirie communale, dont tous les quartiers résidentiels.

Sur les propriétés privées, la publicité n'est admise que sur les murs, avec une surface maximum de 2 m². Cette prescription extrêmement sévère est globalement respectée. Seule une poignée de dispositifs est en infraction (voir plus loin)

La ZPR3 octroie un régime particulier à deux axes traversant du centre ancien : l'axe Charles Bassée/Rue de Neuilly et l'axe Dalayrac/Mauconseil. Le long de ces voies, outre le mobilier urbain, la publicité n'est admise que sur les murs aveugles, à raison d'un dispositif par mur, de surface 12 m² maximum. Une seule infraction a été relevée.

La ZPR4 a été instituée sur les principaux axes de circulation (Stalingrad, République, Joffre, Carnot etc.)

La publicité est admise sur les murs ou scellée au sol, au format 12 m². Afin d'en éviter la prolifération, une règle de densité est mise en place, interdisant les dispositifs dans les unités foncières de moins de 10 mètres de linéaire, limitant les dispositifs à 1 dans les unités foncières de 10 à 30 mètres, et admettant un dispositif supplémentaire par tranche de 30 mètres.

Cette règle de densité, qui anticipait la règle nationale créée en 2012 est plus sévère que celle-ci en créant une unité foncière minimum, et moins sévère en se fondant sur des tranches de 30 mètres, contre 40 (ou 80) pour la règle de densité nationale.

Quoi qu'il en soit, elle a contribué à juguler le foisonnement des publicités sur la commune.

Le règlement de 1999 ne comprend aucune prescription relative aux enseignes.


Le règlement actuel est simple et facile d'application, raison pour laquelle il est globalement suivi.

Il est extrêmement restrictif, limitant la publicité à 2 m² sur la majeure partie du territoire et établissant des règles de densité sur les grands axes.

Il devra être complété de mesures garantissant la qualité des matériels et assurant une bonne intégration des enseignes dans leur contexte.



**Quatrième partie
la révision du
règlement local**



Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLP est calquée sur celle du PLU. Comme il a été indiqué, la procédure de révision de son règlement de publicité est placée sous l'autorité du maire.

La délibération prescrivant la révision du règlement de publicité du 28 avril 2014 a précisé les objectifs poursuivis et a défini les modalités de la concertation qui aura lieu pendant toutes les étapes de la révision du RLP (Art. L.123-6 du code de l'urbanisme).

Cette délibération est notifiée aux personnes publiques associées (PPA). C'est ainsi qu'à leur demande ont pu être associés à l'élaboration du projet de révision :

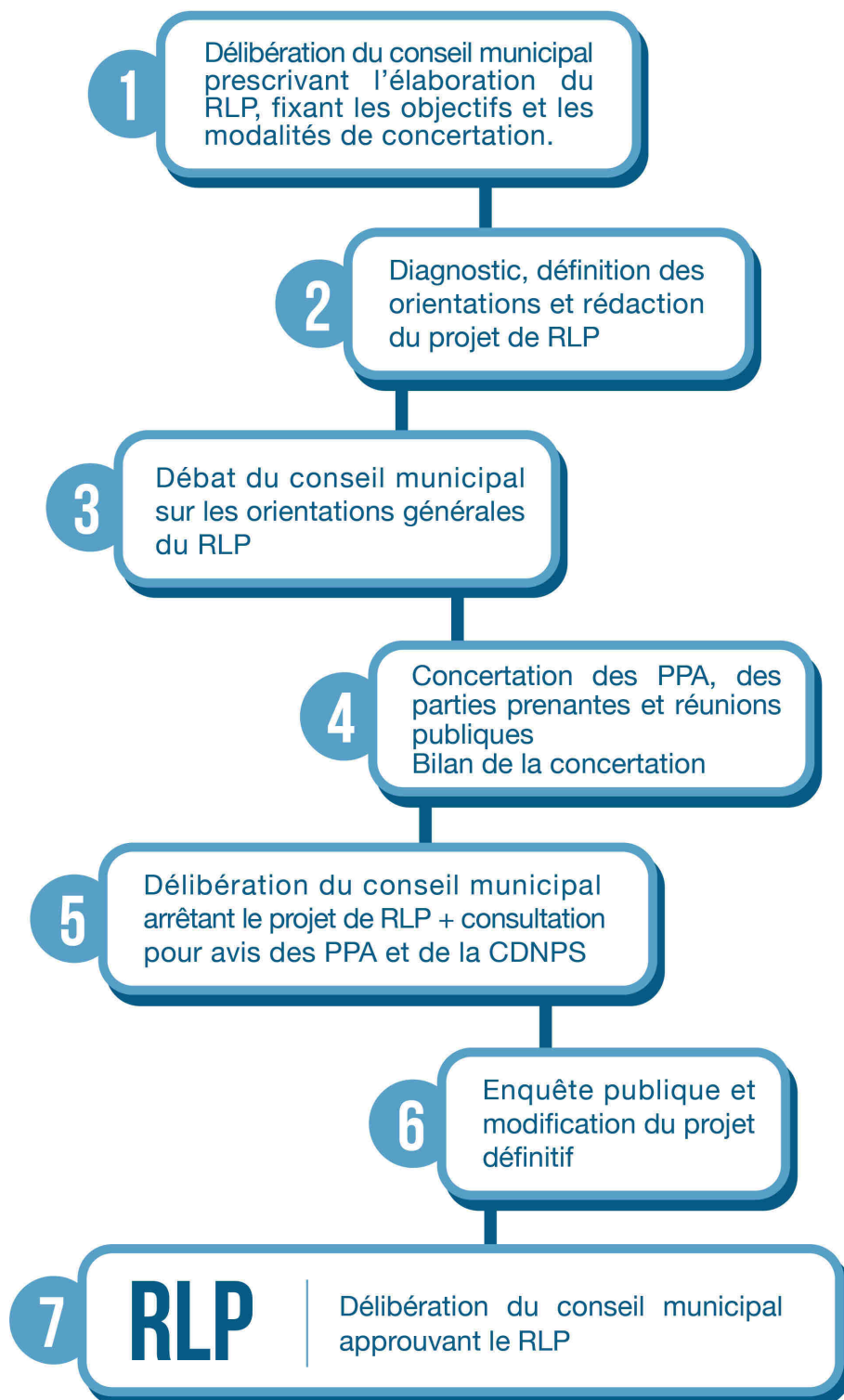
- le préfet du Val de Marne ;
- la région Ile-de-France ;
- le conseil départemental du Val de Marne ;
- le président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains et, si ce n'est pas la même personne, le président de l'EPCI compétent en matière de programme local de l'habitat dont la commune est membre ;
- la chambre de commerce et d'industrie ;
- la chambre de métiers et de l'artisanat ;
- la chambre d'agriculture ;

Parallèlement à l'élaboration du projet, un débat sur les orientations du règlement a été organisé deux mois au moins avant son arrêt. Lors de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation a été tiré. Le projet est ensuite soumis pour avis aux PPA ainsi qu'à la commission départementale nature, paysage et site (CDNPS). A la suite de quoi, le projet fait l'objet d'une enquête publique environnementale. Eventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, il est définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, il entrera en vigueur. Le RLP sera d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son

entrée en vigueur que deux ans plus tard (art. R.581-88 du code de l'environnement) et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du code de l'environnement).

La procédure d'élaboration du RLP - la procédure de révision étant identique - est résumée dans le schéma ci-dessous :





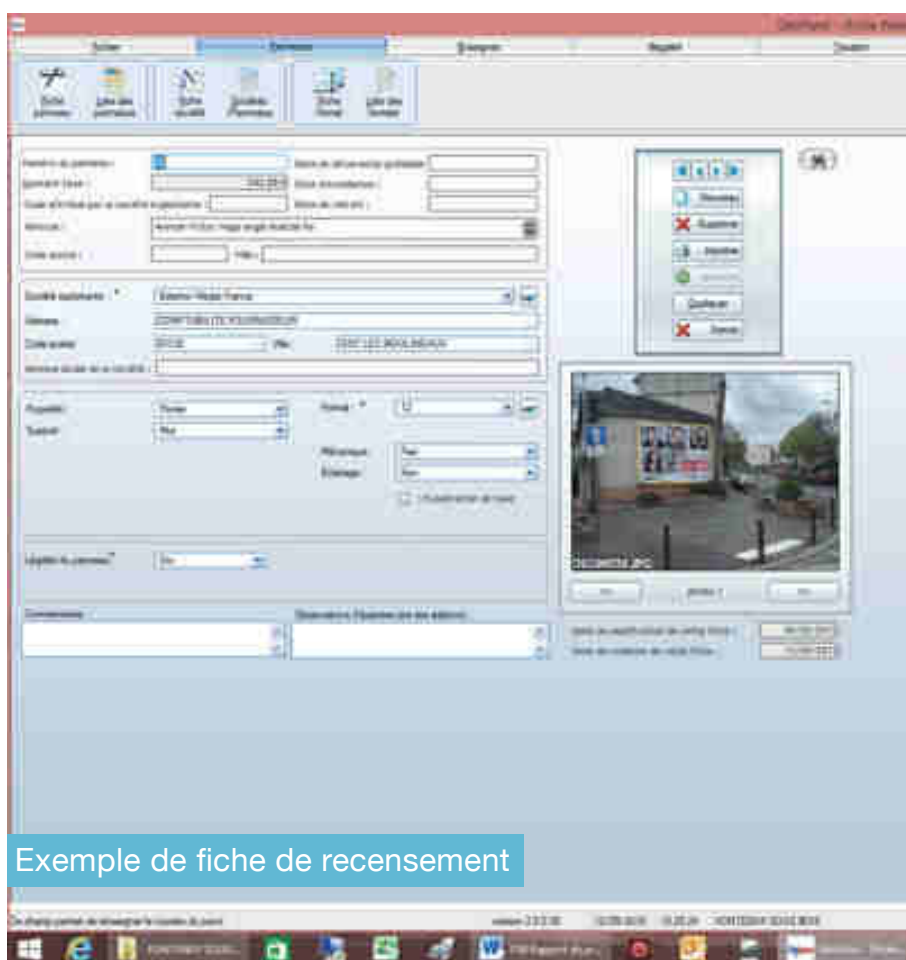
Cinquième partie
Le
diagnostic

5.1/ Les publicités

5.1.1 DONNÉES CHIFFRÉES, TYPOLOGIES, LÉGALITÉ

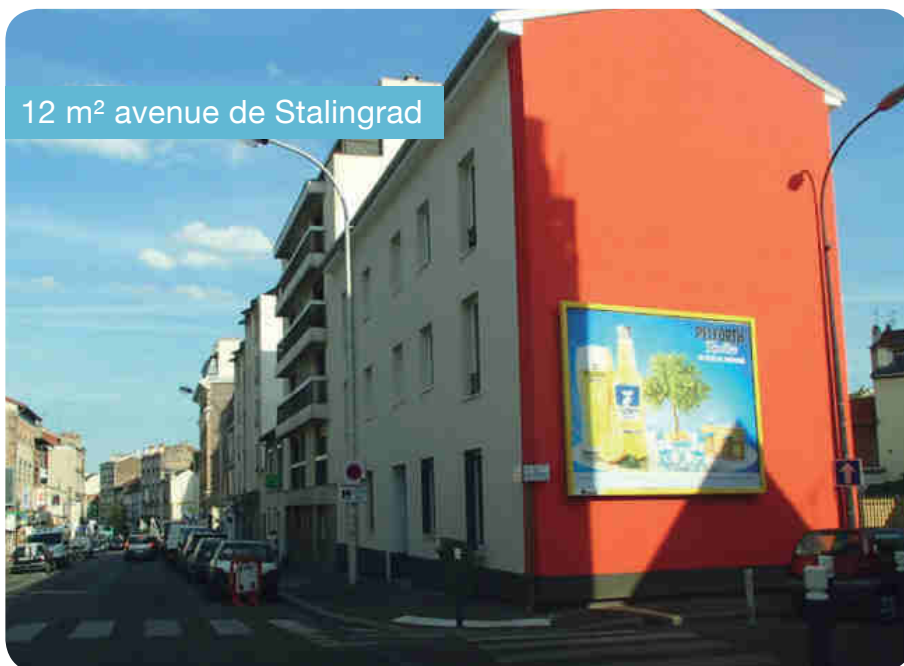
102 « faces* » d'affichage publicitaire de surface supérieure à 7 m² ont été observées sur le territoire communal début 2015.

*un panneau pouvant présenter deux affiches dos-à-dos (« double-face »)



Exemple de fiche de recensement

Le format 12 m² (4 m x 3 m) est celui de 67 panneaux. 35 panneaux sont de format 8 m², appellation commerciale qui recouvre des dispositifs dont la surface utile est comprise entre 6,80 m² et 7,68 m².



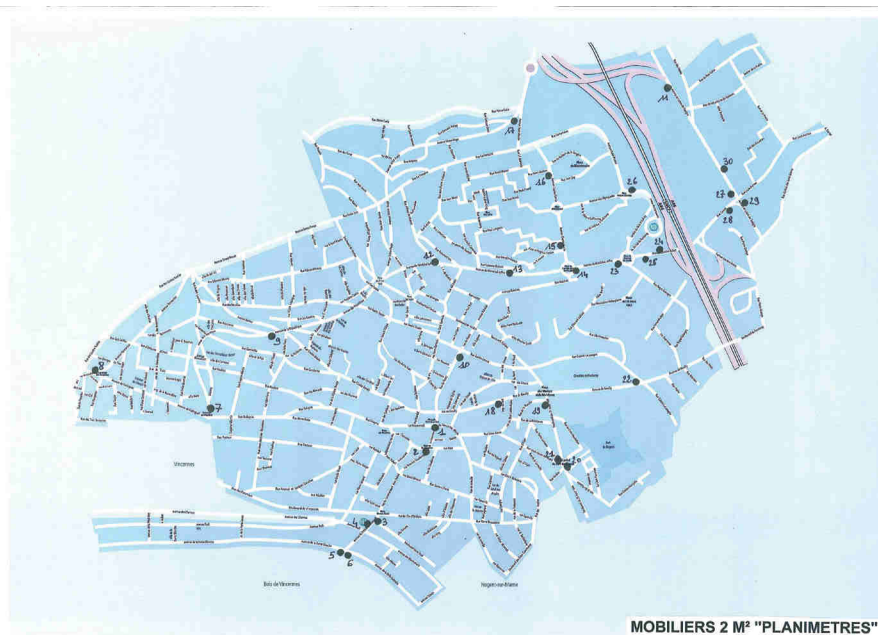
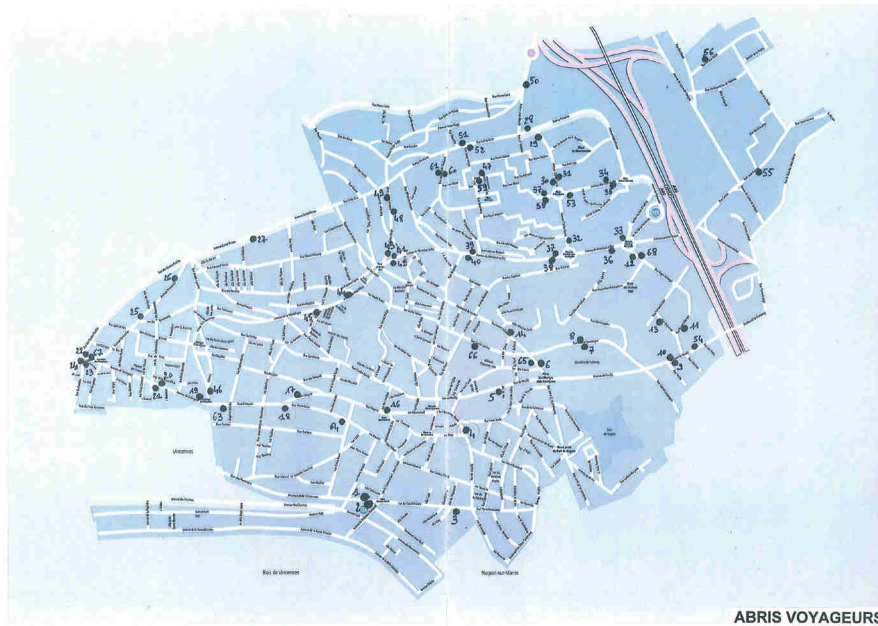
5.1.2 LE MOBILIER URBAIN

Le nombre de mobiliers urbains publicitaires s'élève à :

30 mobiliers 2 m² type planimètres

20 mobiliers d'information 8 m²

68 abris voyageurs





Au regard du code de l'environnement, on recense peu de dispositifs en infraction.

Saillie supérieure à 0,25 m



Dépassement du mur support





Non respect de la distance minimum par rapport au voisin h/2)

Au-delà de ces cas, la ville souffre de « l’affichage sauvage », (violation de l’article L.581-24 « nul ne peut apposer de publicité ni installer une préenseigne sur un immeuble sans l’autorisation écrite du propriétaire »).



L’utilisation du domaine public sans autorisation entre dans le champ de l’article L.581-24

Au regard du décret du 30 janvier 2012, la règle de densité ne produira pas d'effets, la règle de densité instituée par le règlement local de publicité ayant déjà imposé des restrictions. Les dispositifs en doublon ne sont pas a priori amenés à disparaître, sous réserve de la vérification de la longueur du linéaire de chaque unité foncière.



De nouvelles règles ont été instituées par le décret du 30 janvier 2012, que les anciens dispositifs ont dû appliquer au plus tard le 13 juillet 2015. Quelques infractions ont été relevées :



Vis-à-vis du règlement local en vigueur plusieurs panneaux sont en infraction :



Ci-dessus, 3 dispositifs muraux de 12 m² rue du commandant Jean Duhail, où la publicité est limitée à 2 m² (ZPR2)



Dispositif scellé au sol rue Dalayrac où seuls sont admis les panneaux muraux



5.1.3 ASPECTS QUALITATIFS

• La qualité et l'entretien

Assez anciens pour une grande partie, les panneaux publicitaires sont dans un état assez moyen. Les mobiliers urbains (abris, mobiliers d'information) et les dispositifs en contrat avec la municipalité, plus récemment installés, sont dans un parfait état d'entretien.



Un panneau en mauvais état d'entretien



Un panneau de la concession municipale

- **La publicité numérique**

La publicité numérique (écrans LED pour la plupart) existe depuis de nombreuses années. La baisse des coûts des matériels a permis un développement plus rapide depuis quelques années. A Fontenay-sous-Bois, ce type de dispositif est encore absent en juillet 2015.

5.1.4 LES INSTALLATIONS PORTANT ATTEINTE AU CADRE DE VIE DE VIE

Bien que conformes au code de l'environnement, un certain nombre de panneaux publicitaires agressent le cadre de vie, les perspectives, les paysages.

- **La taille** inadaptée à l'environnement proche ou aux perspectives



Le 12 m² n'est pas adapté à l'environnement, ni à l'architecture pavillonnaire de la ville.







Outre l'infraction déjà signalée, ce dispositif publicitaire défigure totalement le pavillon qui le supporte



(Photomontage montrant l'effet de la suppression du dispositif)

- **La densité**

Les panneaux publicitaires accolés ou trop proches les uns des autres multiplient les écrans dans le paysage





(Photomontage montrant l'effet de la suppression du dispositif)

La densité est trop importante



(Photomontage montrant l'effet de la suppression du dispositif)

- **Qualité du matériel**

Le matériel est souvent de faible qualité et les panneaux sont surchargés d'accessoires inutiles



5.2/ Les enseignes

Fontenay-sous-Bois connaît une activité commerciale importante. Les enseignes sont disparates et ne présentent pas toujours les caractéristiques d'une bonne intégration. Les infractions sont nombreuses

5.2.1 ENSEIGNES ET CADRE DE VIE

Les enseignes des commerces de centre-ville sont souvent en surcharge et mal intégrées au bâtiment qui les supporte.

Quel est l'intérêt de cette multiplicité de rappels du nom et de l'activité ? Les enseignes qui empiètent sur le premier étage sont superflues



L'enseigne supérieure est-elle nécessaire ?





Enseignes sobres assurant une bonne lisibilité de cette agence bancaire



Les enseignes cachent l'auvent en tuile

Enseignes agressives qui nuisent à la perception de ce petit immeuble en brique du début du XXème siècle



Elles sont quelquefois trop nombreuses



Leur hauteur nuit parfois à l'architecture, principalement lorsque l'enseigne, perpendiculaire ou parallèle, est à hauteur des fenêtres des étages.



(Photomontage montrant l'effet de la suppression du dispositif)



(Photomontage montrant l'effet de la suppression du dispositif)



Enseigne perpendiculaire trop haute (et surnuméraire)

L'usage des « caissons » lumineux est trop fréquent, ainsi que les enseignes de marques

Caissons inélégants



Enseigne de marque commerciale superflue



5.2.2 ENSEIGNES EN INFRACTION

Le nombre d'enseignes en infraction est élevé.

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.



La règle de pourcentage entre la façade et la surface d'enseignes est peu respectée (rappel : délai d'application juillet 2018)



Les deux établissements ci-dessous montrent qu'il n'est pas besoin d'excès pour être identifié.



LES ENSEIGNES EN TOITURE

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.

L'enseigne ci-dessus n'est pas constituée de lettres ou logos découpés



Bon exemple : Les structures ne sont pas visibles

LES ENSEIGNES SCELLÉES AU SOL

Contrairement à ce qu'on observe sur le territoire national, le nombre d'enseignes scellées au sol (une par voie bordant l'établissement) est rarement excessif.



LES ENSEIGNES NUMÉRIQUES

De plus en plus, les enseignes utilisent également les procédés numériques. Leur nombre et leurs horaires d'extinction seront à prendre en considération.

5.3/ Le mobilier urbain

Compte-tenu de leur format essentiellement de 2 m² et de leur nombre raisonnable, les publicités supportées par le mobilier urbain ne portent pas atteinte au paysage. Leurs qualité et entretien sont excellents.



5.4/ Autres dispositifs

Les enseignes temporaires, dont le régime est très complaisant dans le RNP, méritent un renforcement de leur réglementation ; les chevalets sont à traiter et leur installation doit être encadrée.





Sixième partie
Objectifs
et orientations

Le conseil municipal, dans sa délibération du 13 mars 2015, a fixé au RLP les objectifs suivants :

- la décision de mise à l'étude d'une aire de valorisation de l'architecture et du patrimoine ;
- la mise en cohérence avec le projet urbain de la ville à travers son PLU en cours de révision et des politiques environnementales impulsées au travers de l'Agenda 21, visant à favoriser la qualité de vie et les économies d'énergie, y compris en matière de développement des nouveaux modes de communication publicitaire, notamment les enseignes lumineuses et l'affichage numérique ;
- la mise en œuvre de l'action 6 de l'Axe 2 de l'Agenda 21, qui prévoit en outre de limiter la prolifération des panneaux publicitaires ;
- l'élaboration des prescriptions spécifiques en matière d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs publicitaires ;
- la nécessité d'intégrer les transformations du paysage urbain résultant de la mise en œuvre des projets de requalification de quartiers, de l'arrivée du T1...
- le besoin de fixer des horaires d'extinction nocturne pour les publicités lumineuses.

La réforme de 2010 permet aujourd'hui l'intégration du RLP dans un véritable projet urbain. Au-delà des évolutions législatives et réglementaires applicables dans les prochaines années, le RLP de Fontenay-sous-Bois doit prendre en compte la politique de la ville en matière de protection du cadre de vie. La pression publicitaire, concentrée sur certains axes, doit être réduite. Les formats sont à adapter au contexte fontenaysien.

Les enseignes doivent participer à l'embellissement des lieux où elles sont apposées, en respectant les silhouettes urbaines.

Le RLP doit également anticiper sur les nouvelles technologies, traiter les formes de publicités inexistantes avant 2012 et fixer la plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses.

Le RLP doit couvrir l'ensemble du territoire.

Le diagnostic fait apparaître des situations satisfaisantes et d'autres qui le sont moins. Il souligne également certains points qui méritent une action préventive.



6.1/ Orientations relatives à la publicité

Orientation n°1 : Conserver l'hyper-protection du secteur contigu au bois de Vincennes (sud de la voie RER) et l'étendre à la totalité de l'AVAP : pas de publicité hors mobilier urbain de petit format ;

Orientation n°2 : Etendre la protection à tous les secteurs résidentiels ;

Orientation n°3 : Etendre la protection à des lieux précis (immeuble remarquable, perspective) ;

Orientation n°4 : Interdire les dispositifs multiples (une seule publicité par emplacement) ;

Orientation n°5 : Supprimer le format 12 m², limiter le format hors-tout des panneaux de 8 m² ;

Orientation n°6 : Edicter des règles de qualité afin d'éliminer le matériel désuet ;

Orientation n°7 : Limiter la publicité numérique (lieux, surface)

Orientation n°8 : Fixer les horaires d'extinction nocturne ;



6.2/ Orientations relatives aux enseignes


Orientation n°9 : Imposer des mesures mettant l'architecture du centre-ville en valeur ;

Orientation n°10 : Fixer un gabarit pour les enseignes scellées au sol ;

Orientation n°11 : Limiter les enseignes numériques ;



Septième partie
Explication
des choix



Sur la base du diagnostic, des enjeux territoriaux qui ont été définis et des orientations débattues en conseil municipal, le règlement de Fontenay-sous-Bois édicte d'une part des règles applicables à tout le territoire, et d'autre part des règles spécifiques à 3 types de zones.

Les règles générales

Les murs de clôtures sont généralement en pierre et présentent des caractéristiques esthétiques.

Les clôtures sont des structures légères ou des éléments végétaux qui structurent le paysage.

Les unes comme les autres n'ont pas vocation à servir de support aux enseignes.

La ville n'a pas choisi l'interdiction totale, afin de laisser la possibilité à toute activité de se signaler, mais limite l'enseigne à une surface de 1 m².

Le règlement national interdit la publicité sur les arbres ; la même interdiction est étendue aux enseignes, préservant ainsi l'intégrité du capital végétal.

Les publicités ou préenseignes posées sur le domaine public (chevalets) sont largement utilisés par le commerce de proximité et peuvent conférer un aspect dynamique aux rues. Toutefois leur multiplication dilue les messages et encombre les trottoirs. Le règlement permet à toute activité d'utiliser un unique chevalet, dont les dimensions sont normées.

Le règlement national accorde un statut très permissif aux enseignes temporaires, admettant l'annonce des manifestations exceptionnelles de tout ordre. Pour assurer l'animation commerciale de la ville, le règlement local confirme la possibilité d'utiliser les enseignes temporaires, en les autorisant en toute zone mais il en limite la durée de mise en place, le nombre et la surface.

Dans un souci de participation à l'effort national de développement durable, la plage d'extinction nocturne prévue nationalement (1 heure – 6 heures) est très largement étendue à 22 heures - 7 heures. Les enseignes des activités ouvertes entre 22 heures - 7 heures peuvent naturellement être éclairées.

Afin de faciliter la compréhension du règlement, son application et sa surveillance, trois zones sont instaurées sur la commune.

- La zone 1 correspond à l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP*) ;
- Pour la zone 2 : aux grands axes de circulation et aux zones d'activités ;
- Pour la zone 3 : aux quartiers d'habitation et plus généralement aux parties du territoire aggloméré de la commune qui ne sont comprises dans aucune des zones 1 ou 2.

* les AVAP sont transformées en sites patrimoniaux remarquables par la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine.

Zone 1

C'est la partie la plus ancienne de Fontenay-sous-Bois. Elle est protégée par une aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine dont l'objet est de promouvoir le patrimoine dans le respect du développement durable et de réglementer, entre autres, les travaux sur les bâtis anciens. Dans cette atmosphère villageoise qui a été conservée aux portes de Paris, de grande valeur patrimoniale, en application de l'article L.581-8 du code de l'environnement, la publicité est admise. Elle l'est cependant avec une grande parcimonie.

Seuls pourront être acceptés :

- Le mobilier urbain qui abrite les usagers des transports en commun et celui qui remplit un rôle de support pour les messages à but non commercial : informations pratiques d'intérêt général, manifestations culturelles ou sportives etc.
- Les chevalets qui animent la rue.
- La publicité de petit format sur devantures dont l'impact sur le paysage est modéré. Une surface maximum de 1 m² est néanmoins fixée.

Les enseignes sont toutes soumises à autorisation préalable, pour laquelle le maire dispose d'un large pouvoir d'appréciation. Toutefois, le RLP définit de règles qui permettront au demandeur de cadrer sa proposition.

Les enseignes en façade font l'objet de règles qualitatives dont le but est de mettre en valeur de l'architecture. Les règles sont reprises du règlement de l'AVAP.

La ville n'a pas interdit les enseignes scellées au sol en prévision des besoins potentiels d'une activité installée en retrait de la voie publique. Pour s'adapter au contexte du centre-ville, elles sont réduites à 1 m².

Les enseignes en toiture ne sont pas adaptées aux toits traditionnels et dénaturent les perspectives. Elles sont interdites.

Pour les mêmes raisons que les publicités, les enseignes numériques sont interdites.

Zone 2

La zone 2 recouvre les grands axes de circulation.

La publicité est admise, mais fortement limitée :

La surface maximum nationale est réduite d'un tiers, passant de 12 à 8 m² ;

La hauteur est non seulement limitée par rapport au sol naturel comme le prévoit la loi, mais de plus limitée (à 6m) par rapport à la voie la plus proche ;

Une distance minimum (5 m) par rapport à un bâtiment d'habitation est instaurée ;

Diverses règles qualitatives sont imposées, dont l'interdiction sur les murs de clôtures et les clôtures, pour les raisons développées dans les règles générales.

Afin d'ouvrir les perspectives, la règle de densité nationale est renforcée, interdisant la juxtaposition de panneaux et limitant globalement un 1 le nombre de panneaux par unité foncière (interdiction dans les UF de moins de 15 m linéaires)

Les publicités numériques pourront être, sous réserve d'étude au cas par cas, autorisées, mais leur surface est limitée à 6 m².

Les enseignes scellées au sol, dont l'impact sur le paysage est important, sont soumises à une règle leur donnant une forme de « totem ». Elles remplissent ainsi leur rôle premier de signalisation d'une activité en retrait de la voie, sans obstruer les perspectives.

Les enseignes numériques peuvent être admises, avec une surface de 8 m² maximum.

Zone 3

Les quartiers d'habitation, quelle que soit leur nature, doivent assurer la quiétude des Fontenaysiens.

La publicité y est admise, mais avec des règles très renforcées par rapport à la zone 2, notamment en matière de surface : le format des publicités scellées au sol est limité à 2 m², celui des publicités « murales » à 8 m².

Les publicités lumineuses numériques sont interdites

Les enseignes en façade suivent le régime national.

Les bâtiments pouvant tous accueillir matériellement des enseignes sur les façades, les enseignes en toiture sont interdites. Celles-ci dénatureraient les constructions, relativement basses.

Les enseignes numériques sont admises, limitées à 2 m².

Les enseignes scellées au sol peuvent être autorisées. Un rectangle d'enveloppe leur est donné (« totem » de 4 m²), pour lutter contre l'anarchie visuelle.