

# Révision du Règlement Local de Publicité

Commune de Saclay

Diagnostic



# Ordre du jour

**01** Le Règlement national de Publicité  
Quel cadre national pour la publicité ?

**02** Le Règlement local de Publicité  
Quel cadre local pour la publicité ?

**03** Le Diagnostic publicitaire  
Approche statistique

**04** Le Diagnostic publicitaire  
Approche sensible

**05** Annexes  
Photos

**06** Prochaines étapes

# 01 Le Règlement national de Publicité

Quel cadre pour la publicité ?

# 01 Le règlement national de publicité

## Les dispositifs encadrés par la réglementation de la publicité

### La Publicité

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



### La Pré-enseigne

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



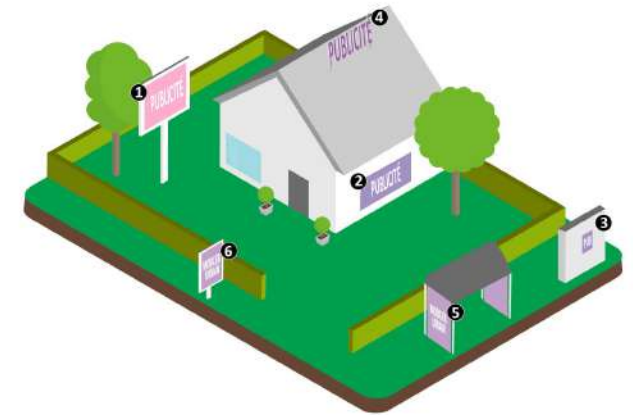
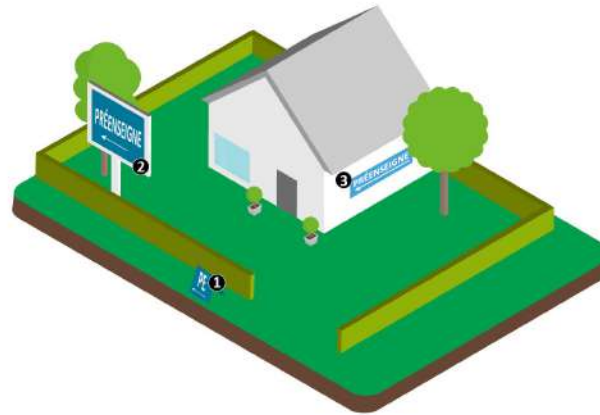
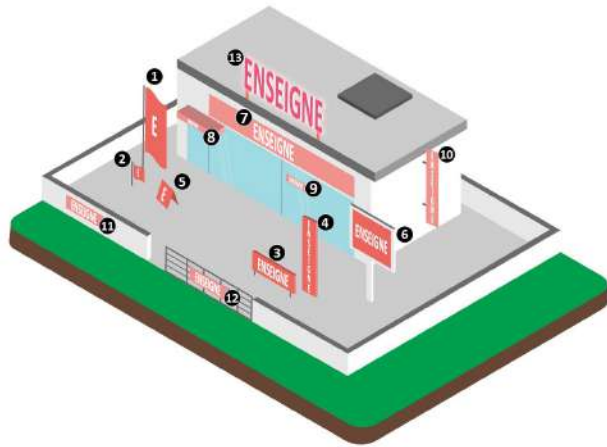
### L'enseigne

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



# 01 Le règlement national de publicité

## Représentation des dispositifs encadrés par la réglementation de la publicité



### ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL

- 1 Drapeau > 1m<sup>2</sup>
- 2 Drapeau < 1m<sup>2</sup>
- 3 Bâche ou banderole
- 4 Totem
- 5 Chevalet
- 6 Scéllée au sol > 1 m<sup>2</sup>

### ENSEIGNES MURALES

- 7 À plat
- 8 À plat sur auvent
- 9 À plat sur vitrine (vitrophanie)
- 10 Perpendiculaire
- 11 Sur clôture aveugle
- 12 Sur clôture non aveugle

### ENSEIGNE SUR TOITURE

- 13 Sur toiture ou terrasse en tenant lieu

### PRÉENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL\*

- 1 Chevalet
- 2 Drapeau < 1m<sup>2</sup>

### PRÉENSEIGNES MURALES

- 3 Murale

### PUBLICITÉ SCÉLÉES AU SOL

- 1 Scéllées au sol

### PUBLICITÉ MURALE

- 2 Murale
- 3 Petit Format

### PUBLICITÉ SUR TOITURE

- 4 Sur toiture ou terrasse en tenant lieu

### MOBILIER URBAIN

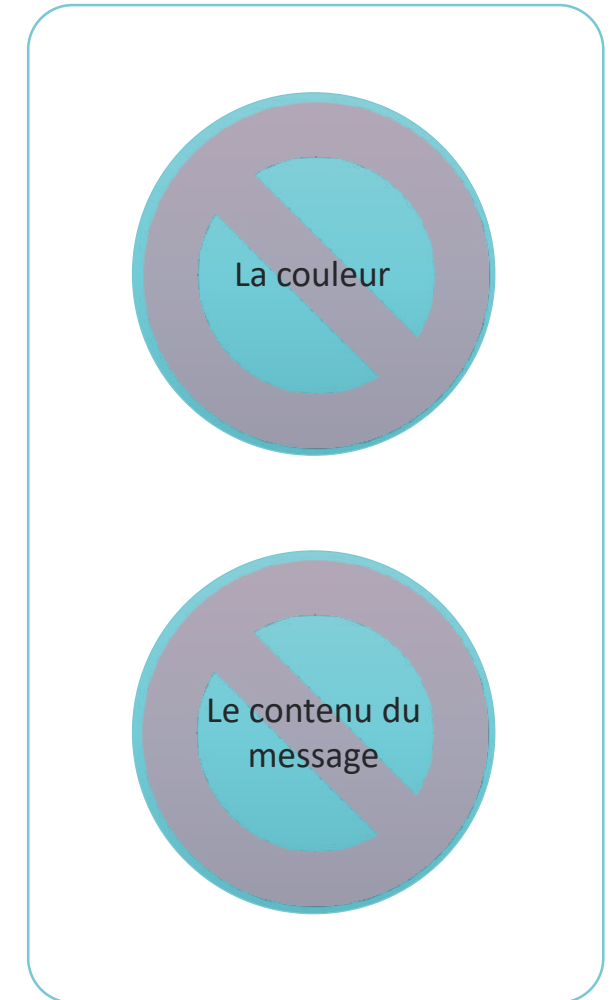
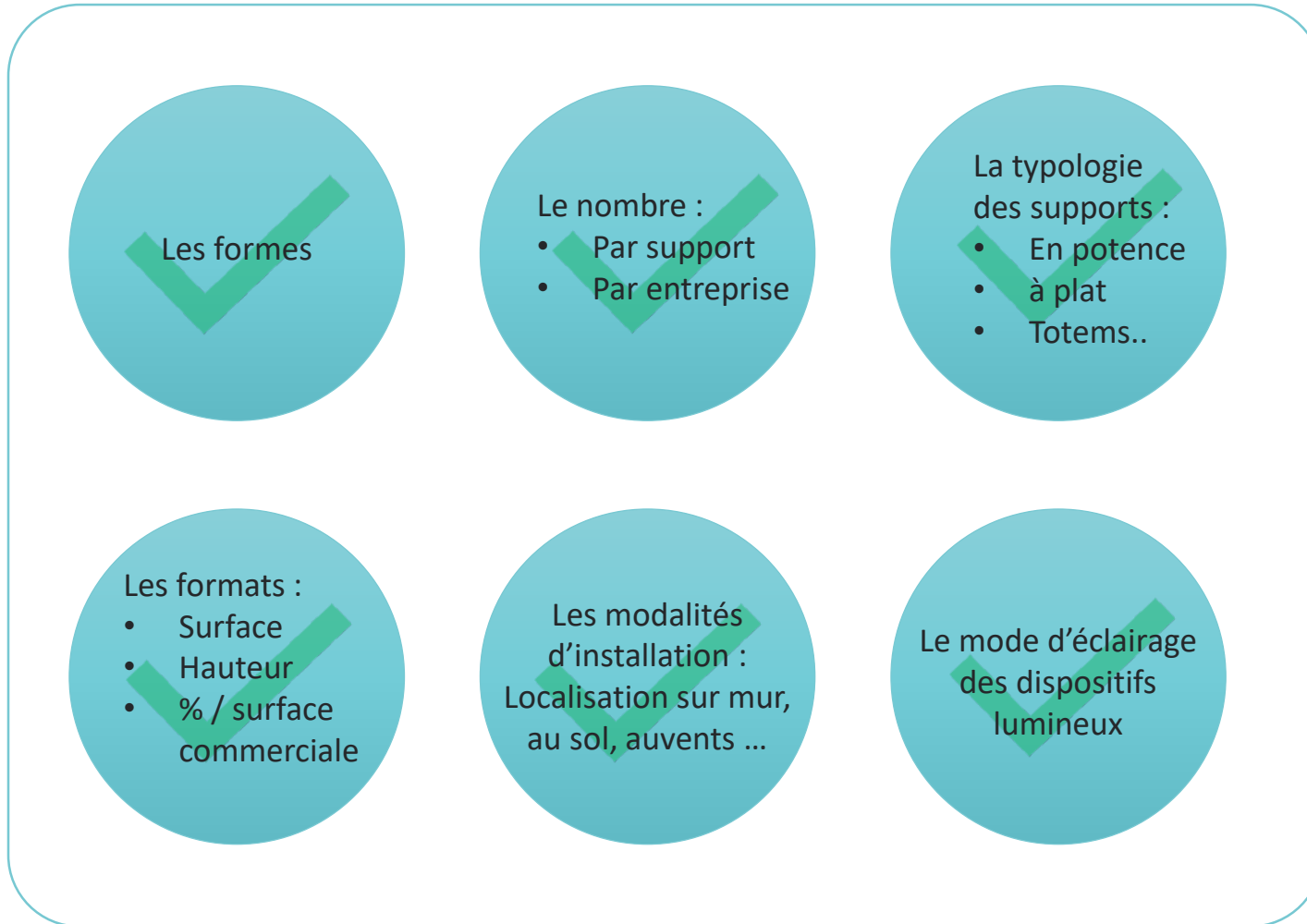
- 5 Abri voyageur
- 6 Planimètre

# 01 Le règlement national de publicité

## Les paramètres des dispositifs encadrés par la réglementation de la publicité

Les paramètres des dispositifs que la réglementation de la publicité encadre.

Et ceux qu'elle n'encadre pas.



# 01 Le règlement national de publicité

## Les dispositifs qui ne relèvent pas de la réglementation de la publicité

### Les Signalisations d'Information Locale (SIL) et les Relais d'Information Service (RIS)

Dispositifs de « réglettes » sur un même support pour harmoniser et regrouper les informations tout en donnant une meilleure lisibilité aux activités économiques



### Les panneaux lumineux de ville

Les chartes commerciales communales et les chartes signalétiques

### La publicité sur véhicule

Pour les véhicules de transport en commun, les taxis, les véhicules personnels ou professionnels lorsqu'ils ne sont pas utilisés et équipés à des fins essentiellement publicitaires



### Les dispositifs localisés à l'intérieur d'un local

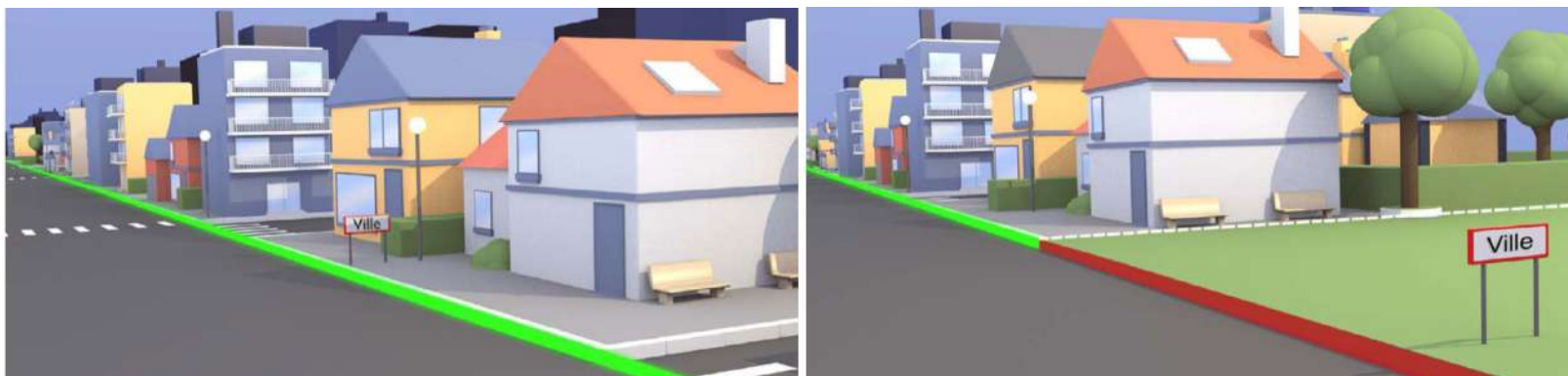


# 01 Le règlement national de publicité

## Les principes généraux de la réglementation de la publicité (Règlement National de Publicité RNP)

**Le principe premier du RNP est d'interdire la publicité hors-agglomération:**

- Au sens physique de la notion d'agglomération (continuité du bâti)



Dans agglomération / Hors agglomération

- A croiser avec les limites communales et la démographie, le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération concernée :
  - Agglomération < 10 000 habitants
  - Agglomération > 10 000 habitants
  - Agglomération intégrée dans une unité urbaine 100 000 habitants (INSEE)

Saclay est une commune d'environ 4 000 habitants mais est à l'intérieur de l'unité urbaine de Paris donc supérieur à 100 000 habitants



# 02 Le Règlement local de Publicité

Quel cadre local pour la publicité ?

# 02 Le Règlement local de Publicité

## Quel cadre local pour la publicité ?

### **Possibilité d'adaptation des règles nationales au contexte territorial local :**

- Lié à la géographie du territoire : co-visibilités, relief, etc.
- Lié à l'organisation urbaine du territoire : zones d'activités, zones résidentielles, axes, ...
- Lié à des volontés politiques : volonté de préservation forte, etc.
- Lié à un non-encadrement de certains paramètres par le RNP : dispositifs <math><1\text{m}^2</math>, nouvelles technologies d'affichage, entre autres.

### **Obligation de proposer une réglementation plus contraignante**

(souvent plus vertueuse pour le territoire) que celle du RNP sur tout le territoire, sauf:

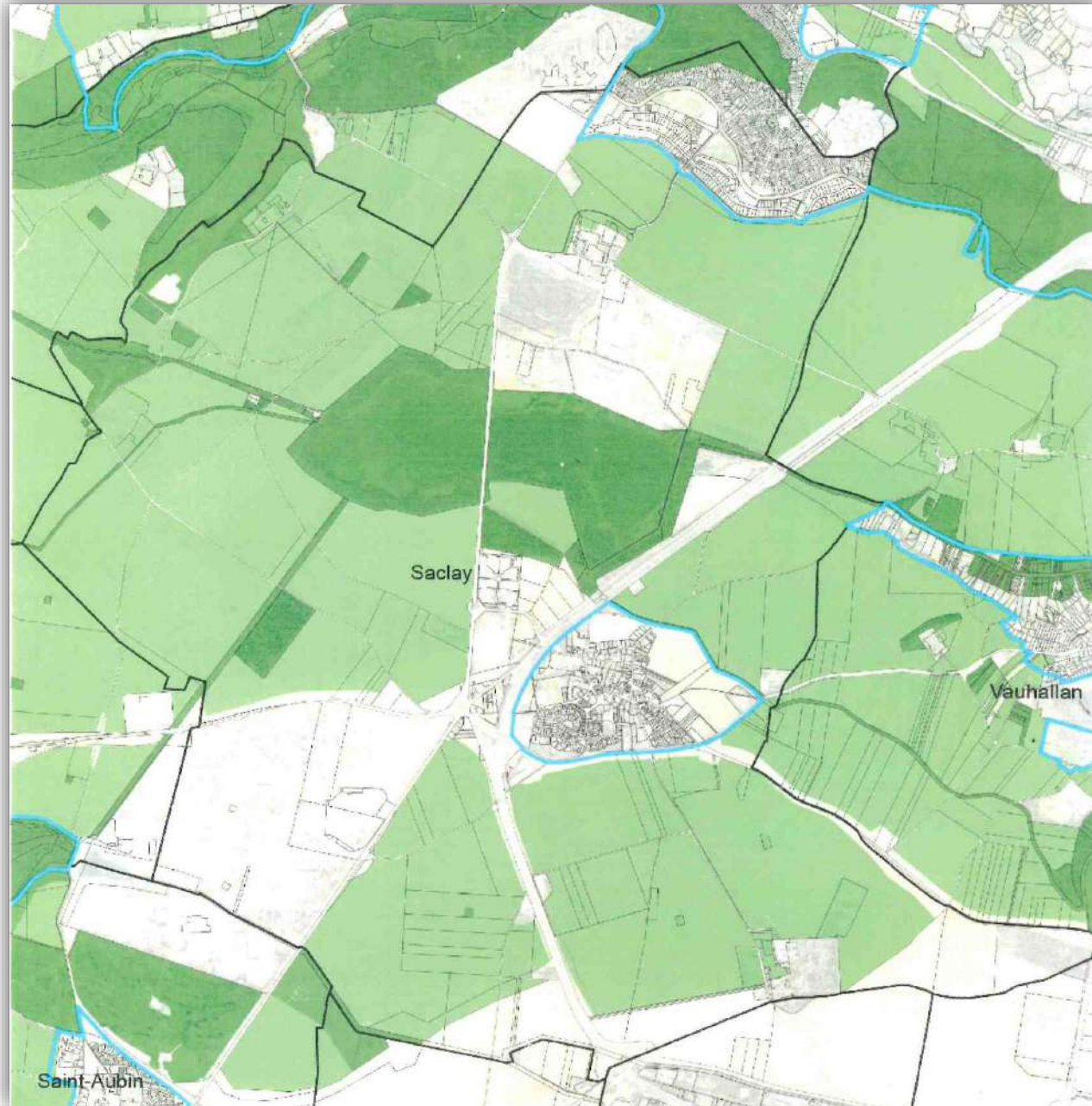
- Hors agglomération où la publicité reste toujours interdite.
- Au sein des périmètres d'interdiction relative, où la publicité peut être réintroduite sous conditions de qualité de la réglementation établie (formats réduits, etc.).

### **Document rétroactif, qui entraîne dès sa publication :**

- Une obligation de mise en conformité des publicités/pré-enseignes existantes dans un délai de 2 ans ;
- Une obligation de mise en conformité des enseignes existantes dans un délai de 6 ans.

# 02 Le Règlement local de Publicité

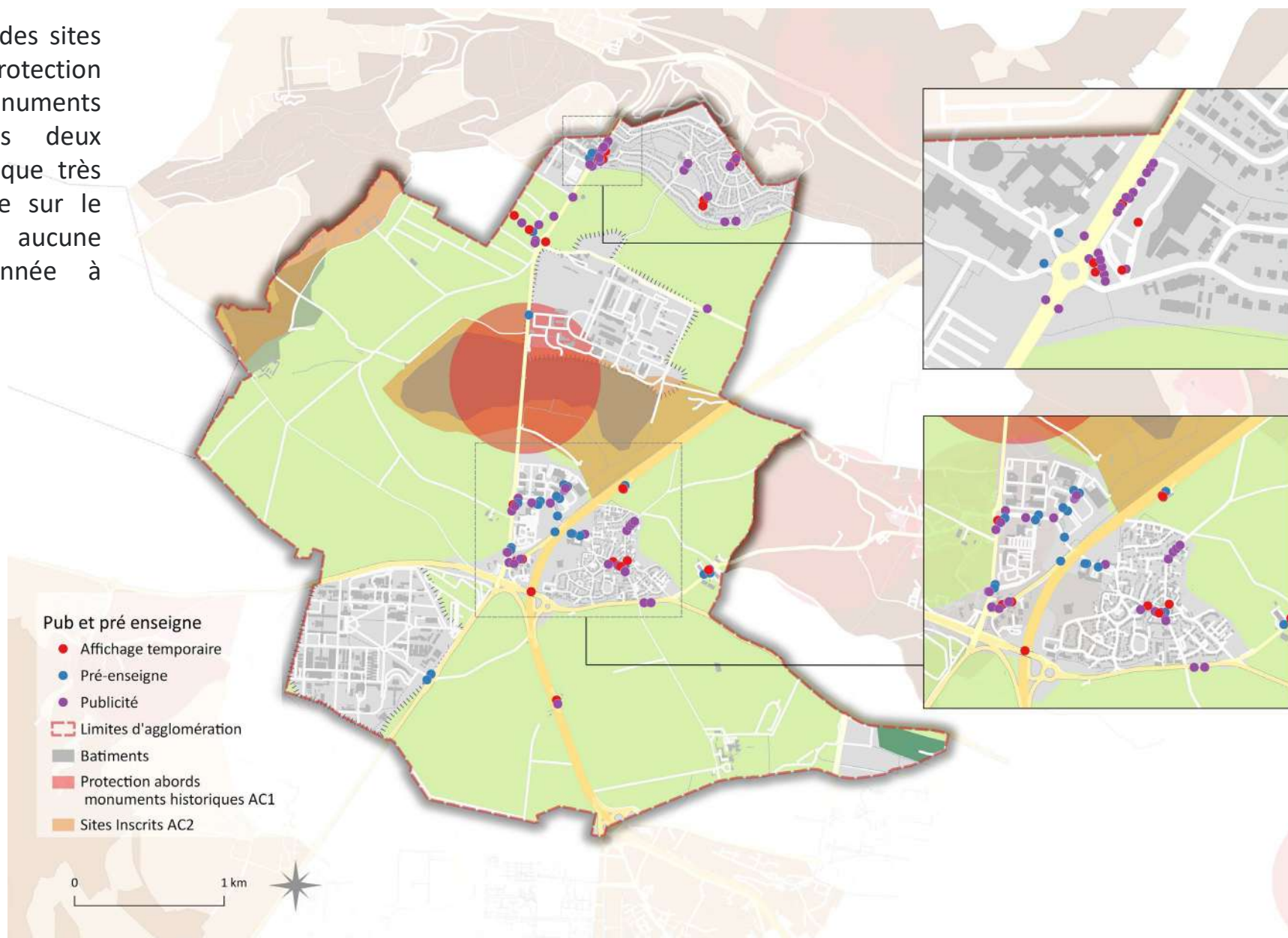
## Carte ZPNAF



## 02 Le Règlement local de Publicité

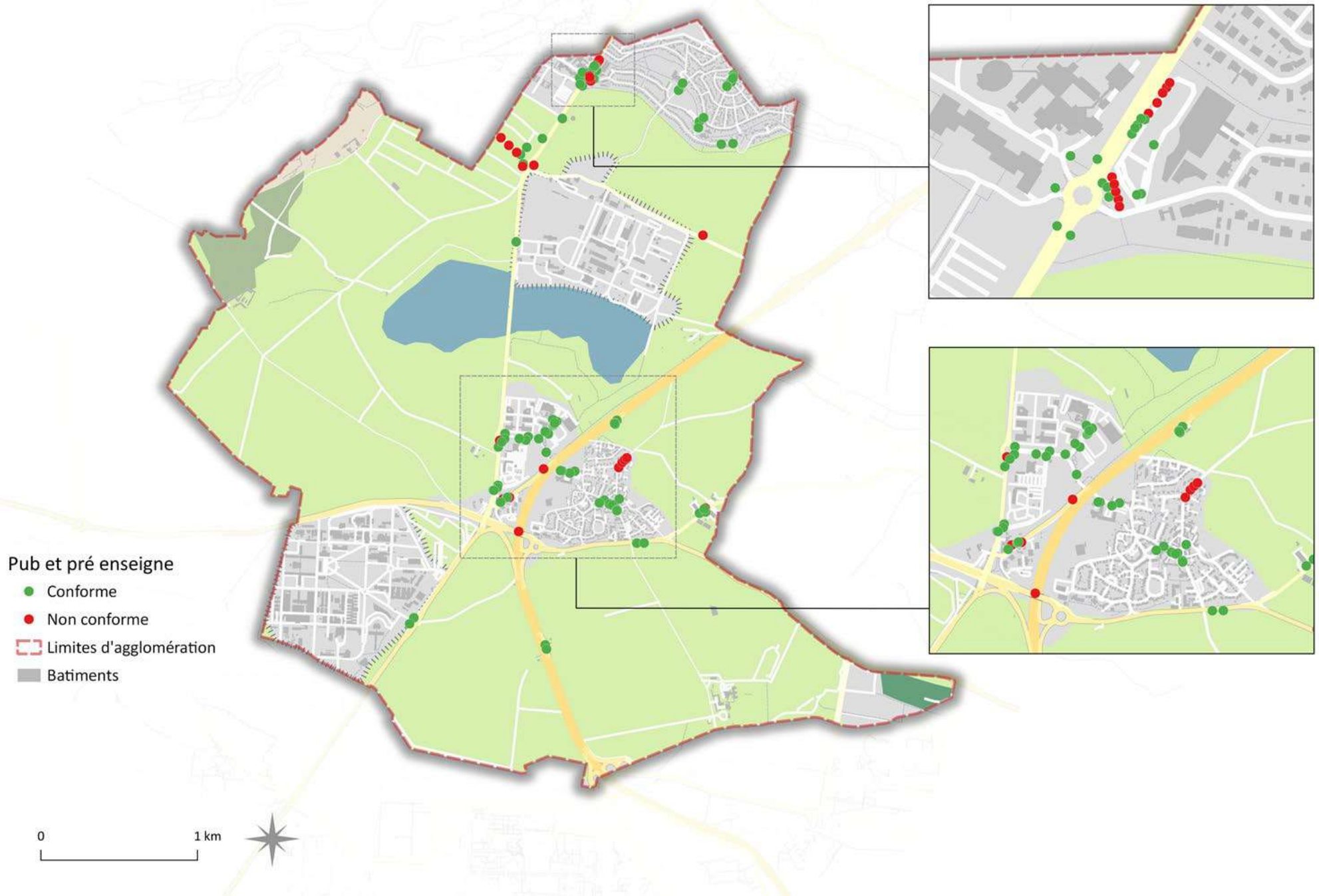
### Interdictions relatives

Saclay est concerné par des sites inscrits (AC2) et par la protection aux abords des monuments historiques (AC1). Ces deux contraintes n'impactent que très peu la publicité actuelle sur le territoire, en effet aucune publicité n'est positionnée à l'intérieur de ces sites.



# 02 Le Règlement local de Publicité

## Conformité de la publicité au regard du RLP actuel



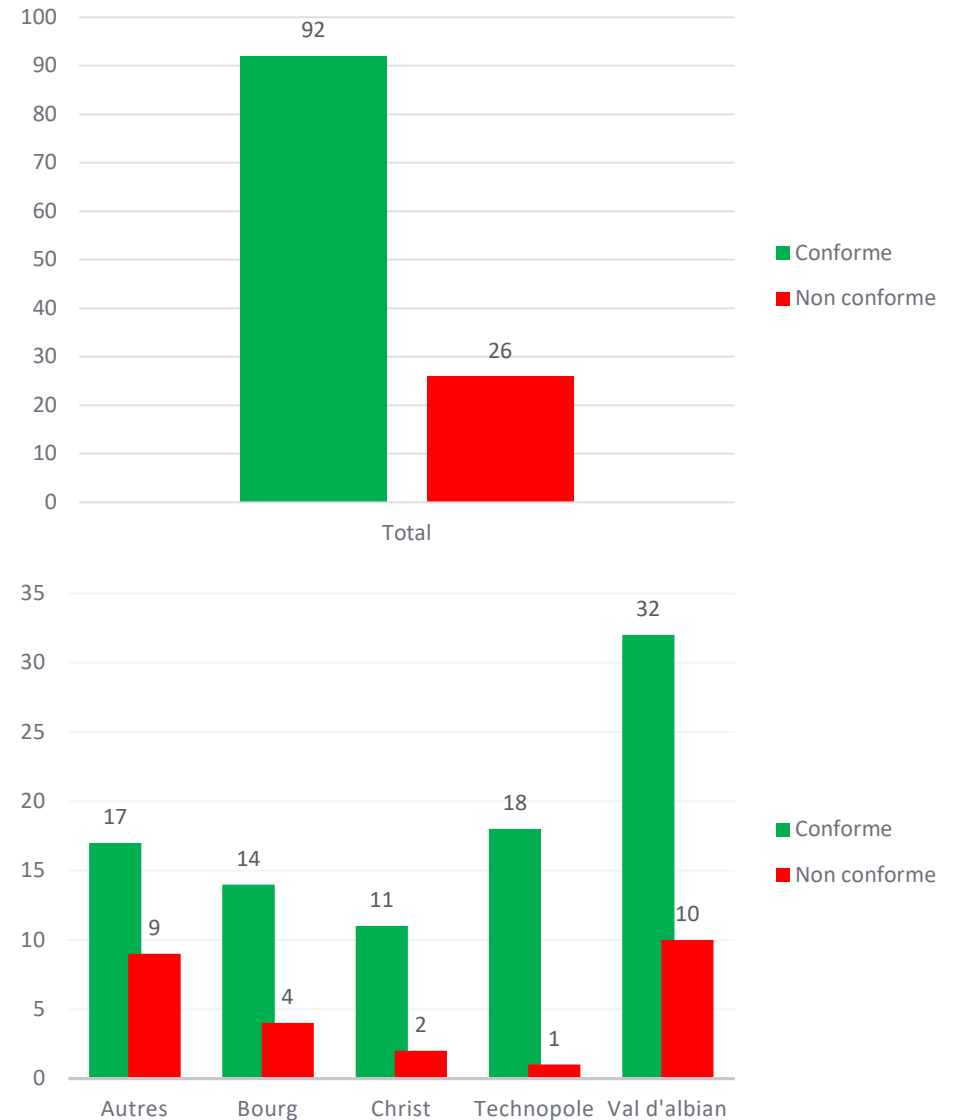
## 02 Le Règlement local de Publicité

### Conformité de la publicité au regard du RLP actuel

Le RLP ne rajoutant que peu d'interdiction par rapport au RNP, la plupart des publicités se voit non conformes en fonction du RNP.

Les deux interdictions principales qui impliquent ces non-conformités sont :

1. L'interdiction d'afficher de la publicité de types « bâches » dans les agglomérations (sens administratif) inférieures à 10 000 habitants quel que soit son unité urbaine.
2. L'interdiction d'afficher de la publicité hors agglomération (sens continuité du bâti), détaillé dans le zonage des RLP. Le zonage du RLP de Saclay est constitué uniquement de l'agglomération (sens continuité du bâti). Il est donc interdit à Saclay de disposer de la publicité hors zone agglomération (continuité du bâti).



# 03 Le Diagnostic Publicitaire

## Approche statistique

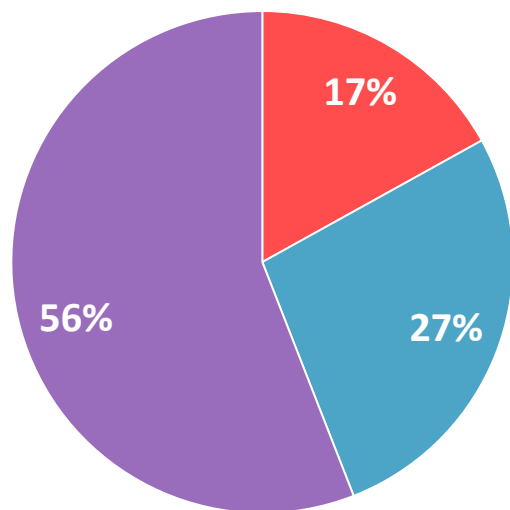
# 03 Le Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## Bilan de la publicité

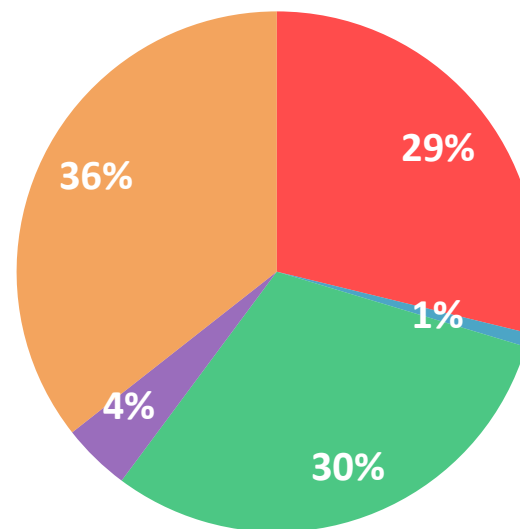
### 118 Dispositifs recensés

Une forte majorité de publicités dû au peu de commerces qui composent la commune.

Majorité de dispositifs dit au sol avec 66% des recensés dont la moitié sur mobilier urbain (abribus et sucettes).



- Affichage temporaire
- Pré-enseigne
- Publicité



- Sur Cloture
- Sur élément naturel
- Sur Mobilier urbain
- Sur Mur
- Sur Sol

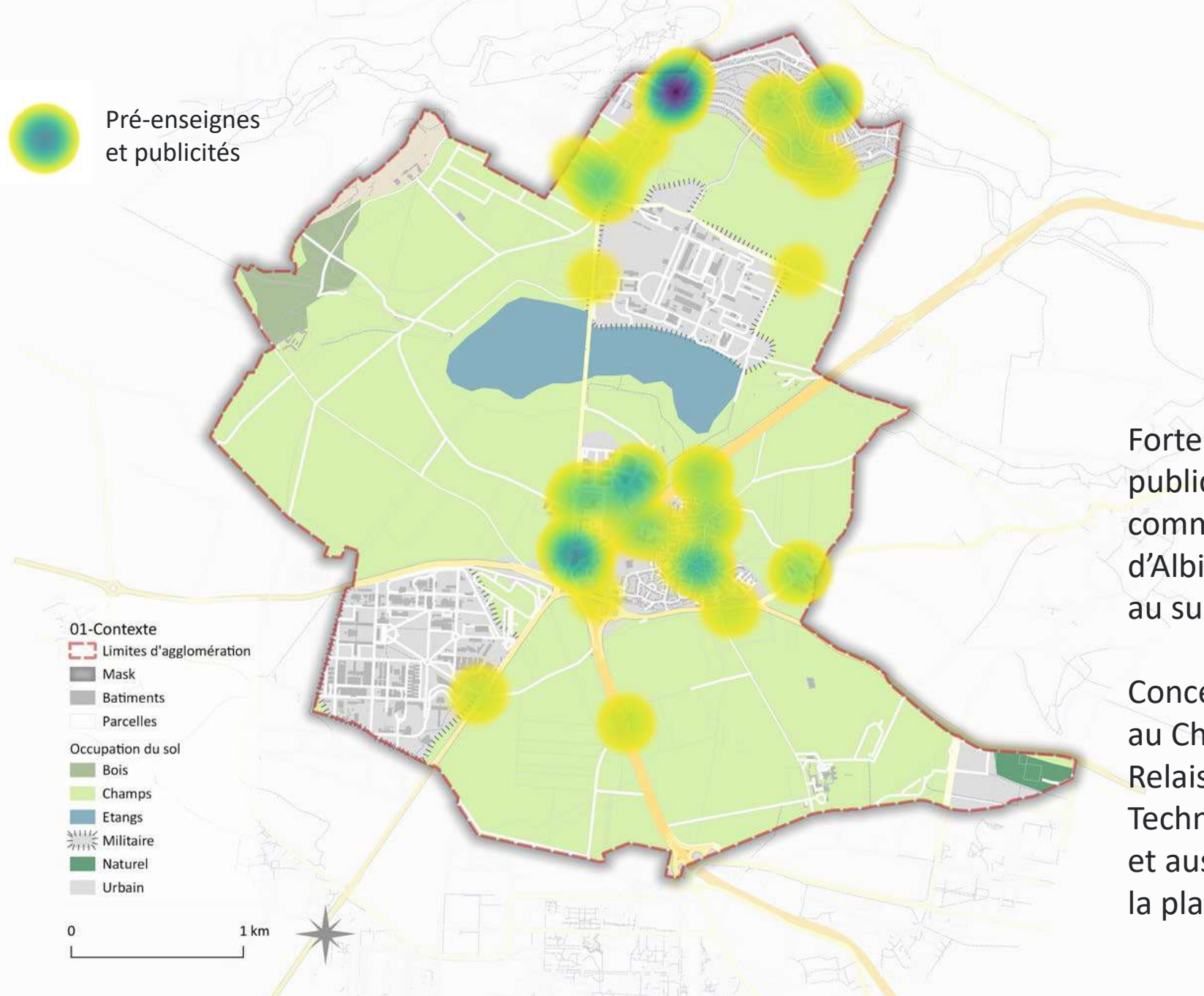


# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## Carte de chaleur des pré-enseignes et publicités à Saclay



Pré-enseignes  
et publicités

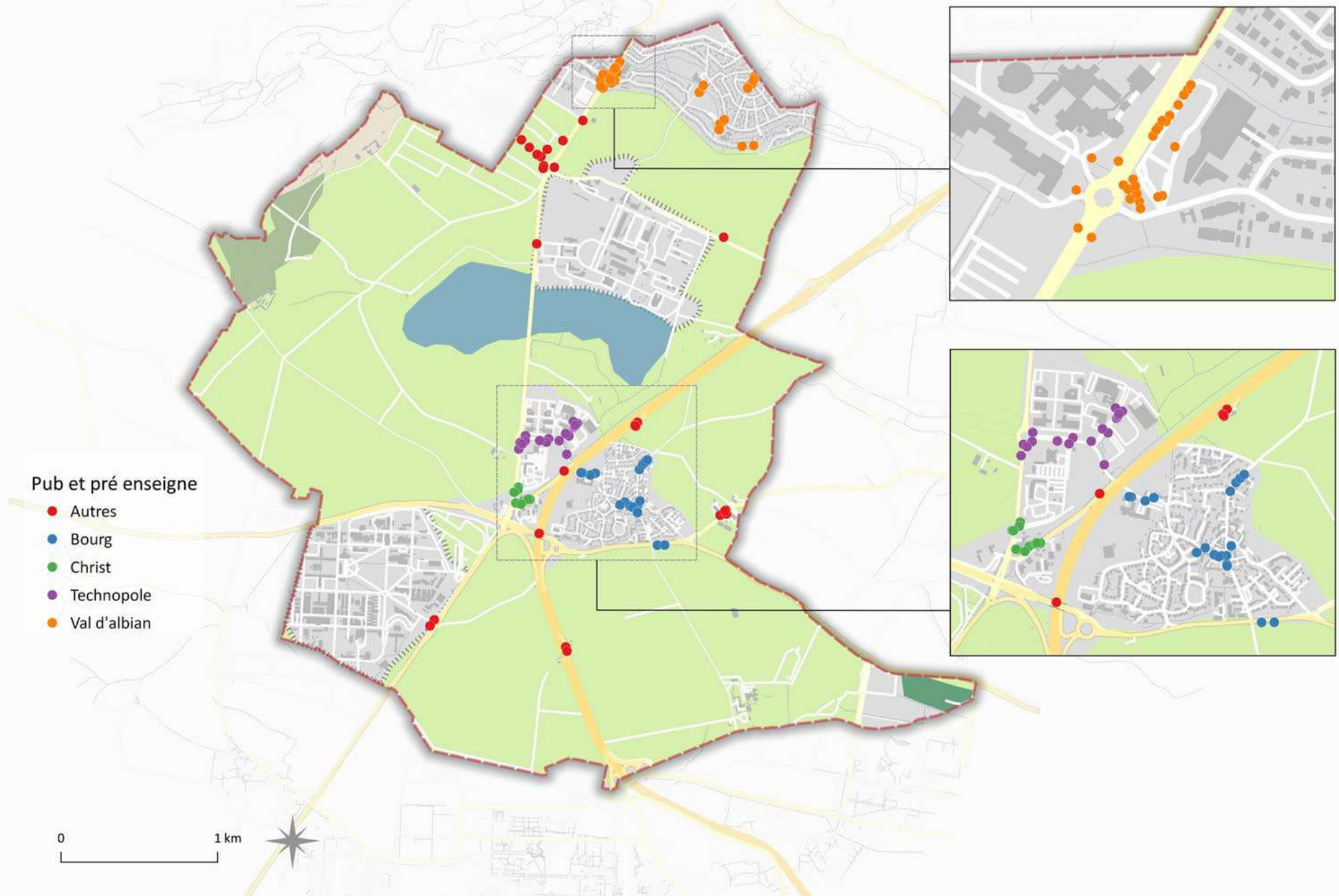


Forte concentration de la publicité sur la zone commerciale du Val d'Albian principalement dû au supermarché Auchan

Concentrations secondaires au Christ autour du bar « le Relais », à travers le Technopole (pré-enseignes) et aussi en centre bourg sur la place Jules Ferry

# 03

## Diagnostic Publicitaire – Approche statistique Localisation par quartier des pré-enseignes et publicités à Saclay

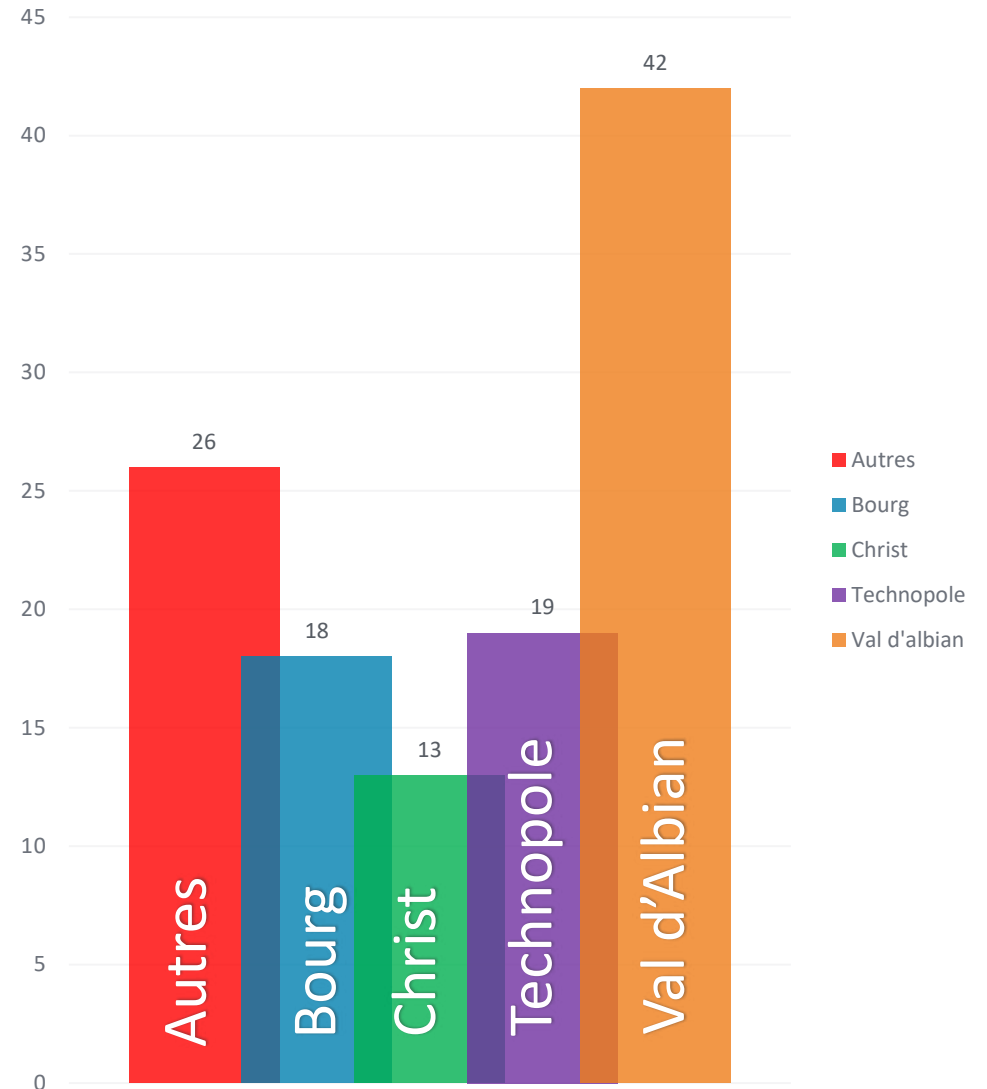


# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## Quartiers des pré-enseignes et publicités à Saclay

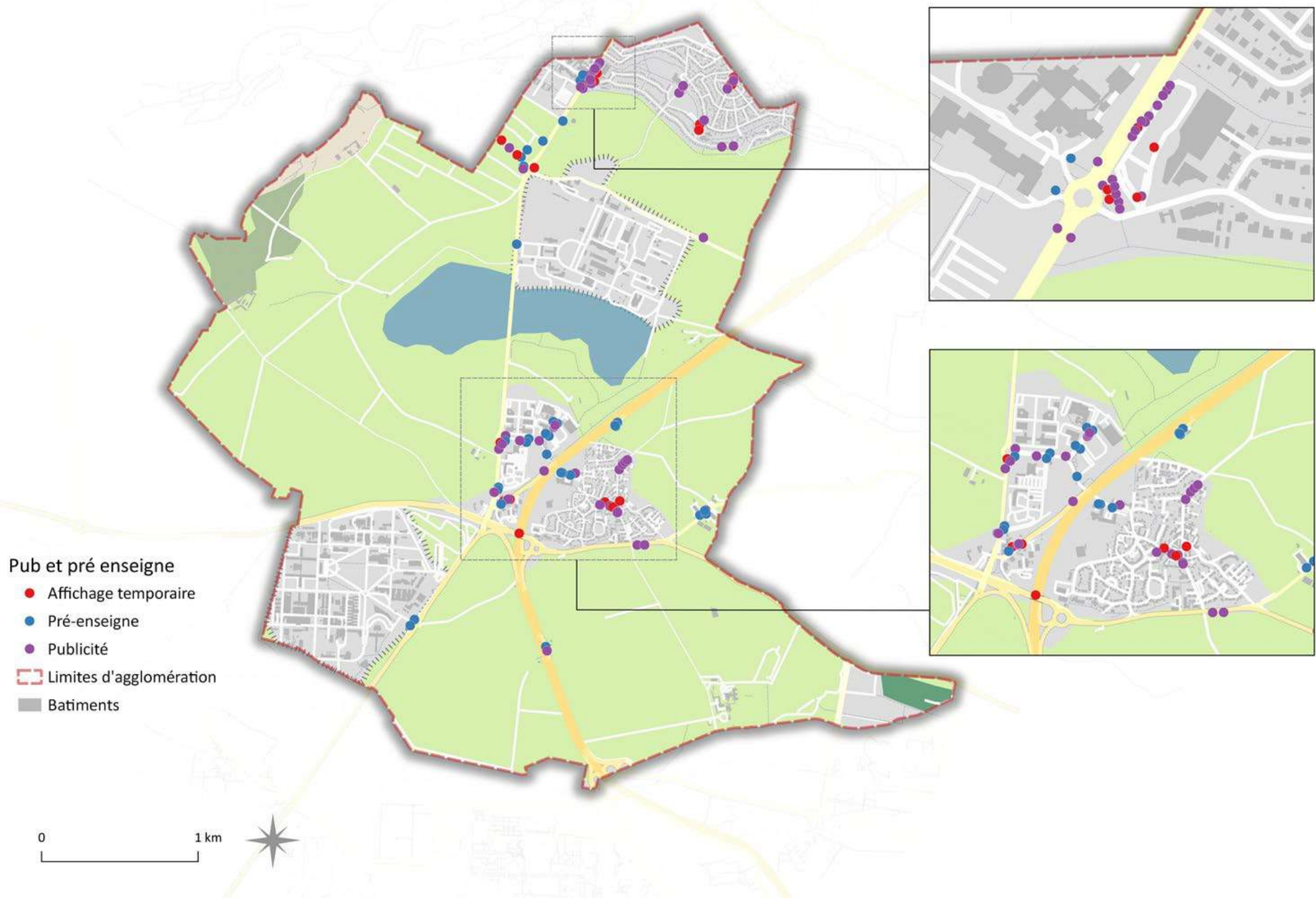
La majorité des pré-enseignes et publicités se situent au Val d’Albian, suivi de la catégorie « autres » qui se constitue des voies principales et secondaires hors agglomération (sens continuité du bâti).

Le Technopole est principalement constitué de pré-enseignes et le Bourg de publicités sur mobilier urbain ainsi que pré-enseignes.



# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## Localisation par typologie des pré-enseignes et publicités à Saclay



# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

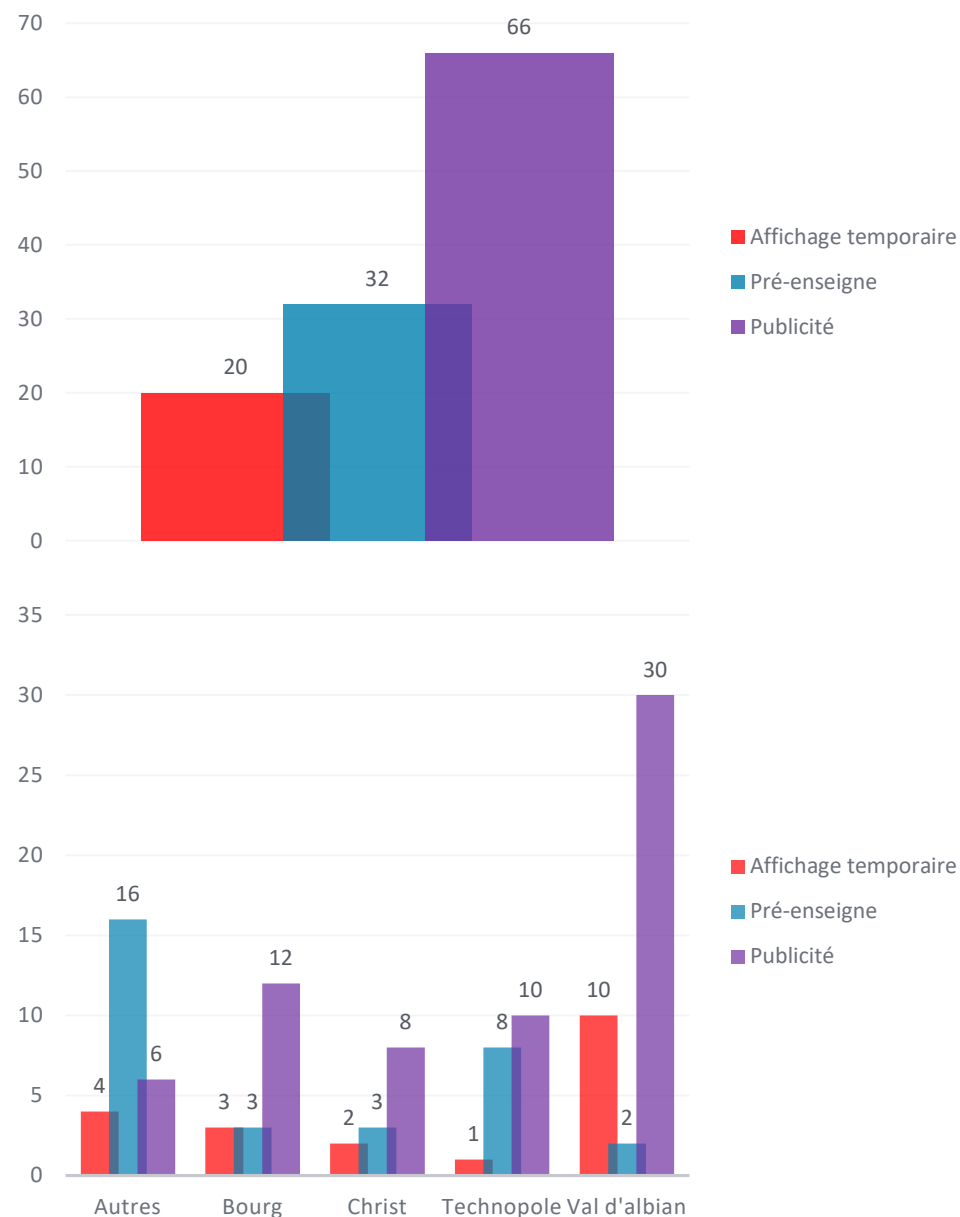
## Typologie des pré-enseignes et publicités à Saclay

La typologie majoritaire est la publicité, qui occupe environ 60% de l’affichage à Saclay.

Le reste est constitué de pré-enseigne et d’affichage temporaire qui souvent font office de pré-enseigne ou de publicité pour des évènements ponctuels

La publicité se situe principalement sur le Val d’Albian, autour des espaces de commerces, beaucoup sont d’ailleurs non conformes à la réglementation actuelle, notamment les bâches publicitaires d’Auchan.

Les pré-enseignes se situent principalement le long des voies de circulations dans la catégorie « autres » ainsi que dans le périmètre du Technopole.

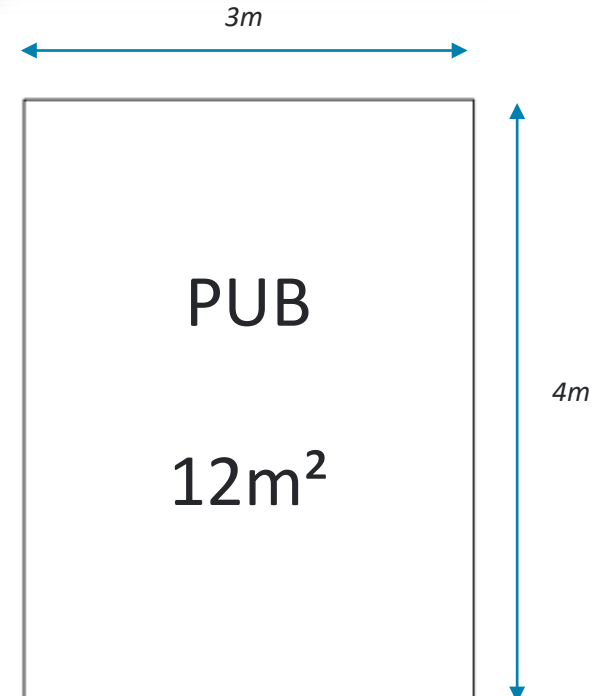
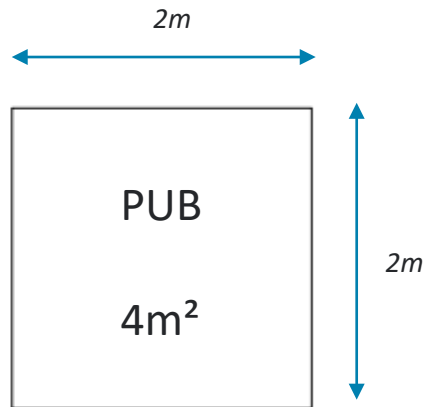
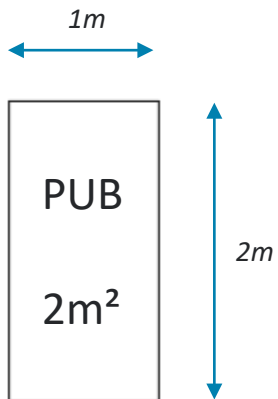


# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## Tailles et gabarits des publicités



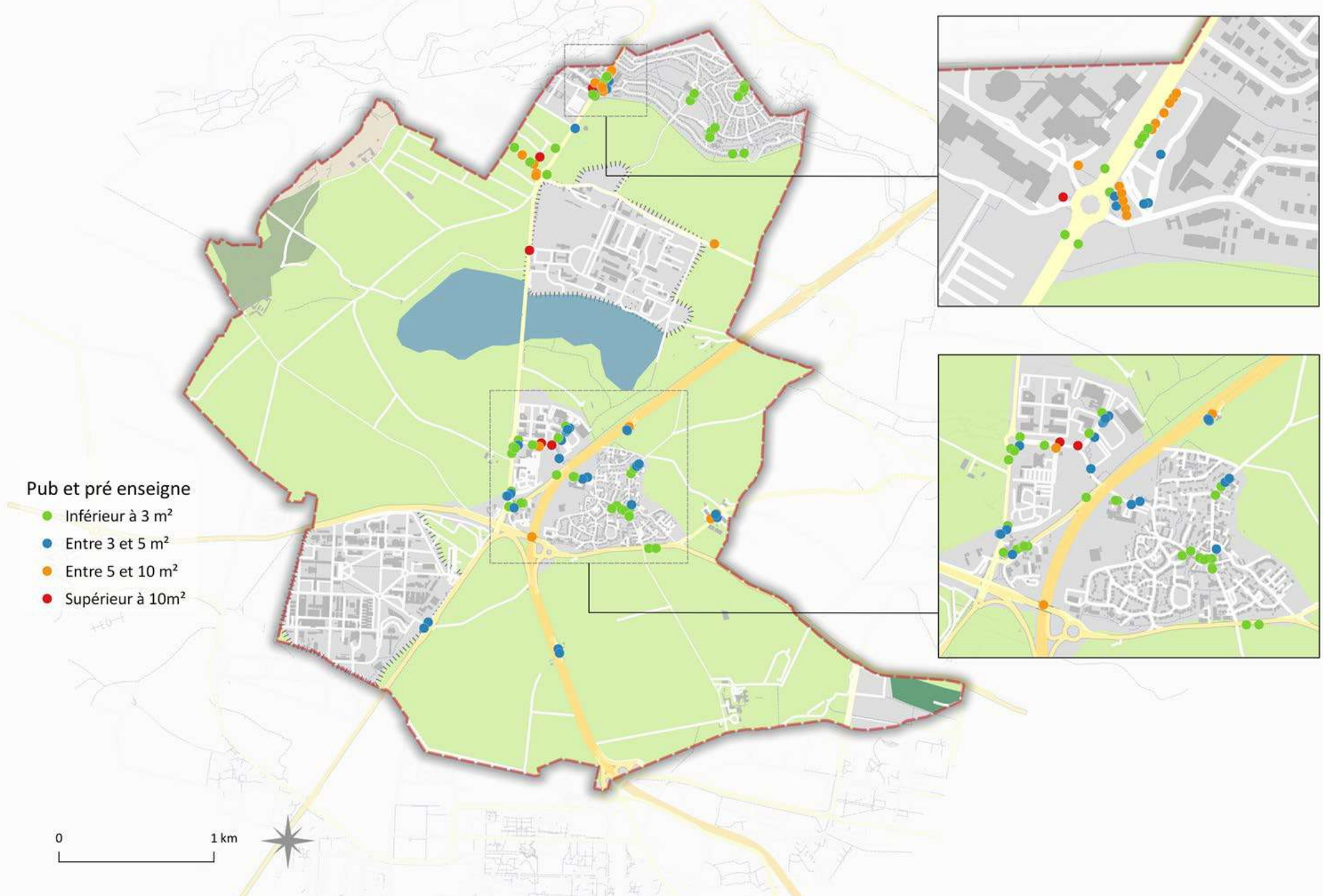
1m80



# 03

## Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

### Localisation par taille des pré-enseignes et publicités à Saclay



# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## Taille des pré-enseignes et publicités à Saclay

La moitié des pré enseignes et publicités est inférieure à 3m<sup>2</sup>.

Les très grandes publicités sont très peu nombreuses. 90% des publicités sont entre 0 et 5 m<sup>2</sup>.

Les publicités entre 5 et 10 m<sup>2</sup> sont le plus souvent des bâches publicitaires.

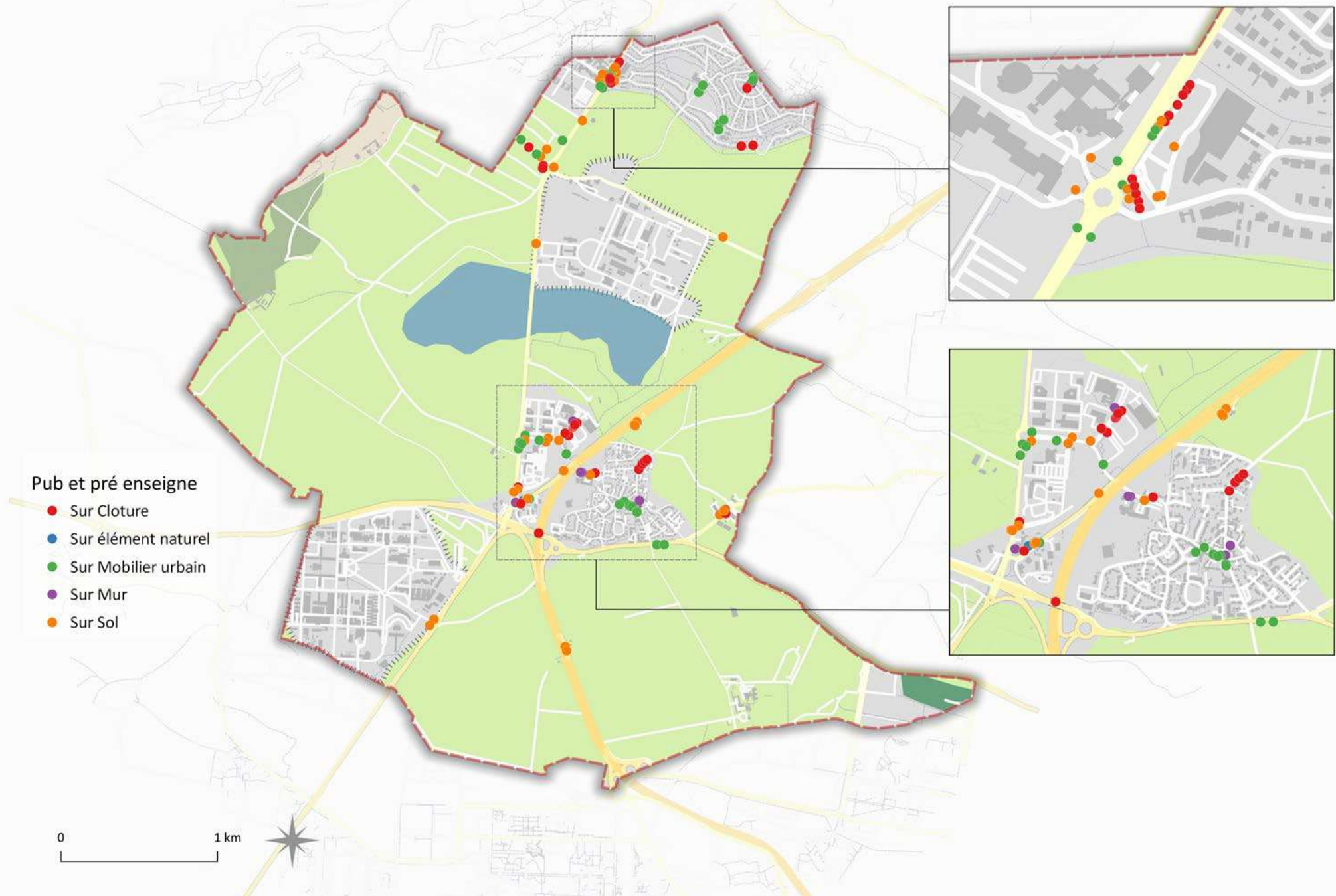
Le mobilier urbain affiche de manière standardisée des publicités inférieures à 3m<sup>2</sup>. Le Val d'Albian plus aménagé en mobilier urbain autour des espaces de commerces se voit avoir une majorité de publicité inférieure à 3m<sup>2</sup>.





# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## Localisation par implantation des pré-enseignes et publicités à Saclay

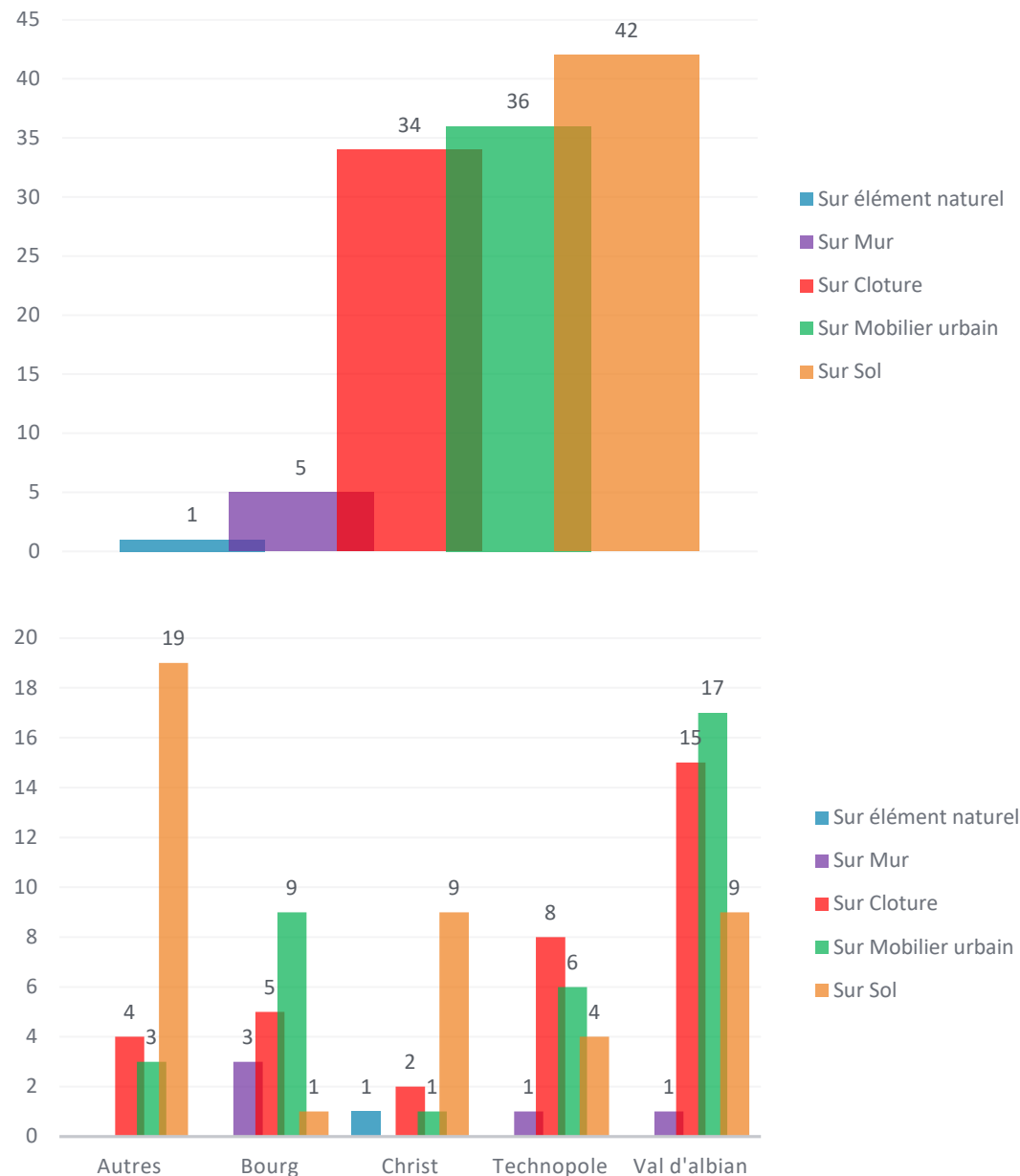


# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## Implantation des pré-enseignes et publicités à Saclay

Presque 70% des pré-enseignes et de la publicité sont implantées au sol (sur sol et mobilier urbain). La majorité se situe « sur sol » suivi de près par « sur mobiliers urbain » et « sur clôture » .

La publicité sur mur/façade est presque inexistante à Saclay. La publicité sur clôture non aveugle (grillage) y est interdite, on retrouve néanmoins une grande partie de la publicité des commerces au Val d’Albian sur grillage. Le long des voies de circulation la majorité des pré-enseignes et publicités sont installées « sur sol » .



# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## « Bon » et « mauvais » exemple

1



2



3



	1	2	3
Implantation	✓	✗	✗
Types	✓	✗	✗
Localisation	✓	✓	✗
Conformité	Conforme	Non conforme	Non conforme

# 03 Diagnostic Publicitaire – Approche statistique

## Synthèse AFOM



# 04 Le Diagnostic Publicitaire

Approche sensible

# 04 Diagnostic Publicitaire – Approche sensible

## Des vues sur le paysage à conserver



Un territoire entre urbain et rural préservé de l’affichage publicitaire.

Des chemins agricoles de plaines agréables pour les coureurs de la commune à préserver de la publicité.

L’étang vieux et son pavillon sont des éléments patrimoniaux importants de Saclay qui sont à valoriser et à sauvegarder de toutes publicités.



De façon générale, un espace paysager remarquable aux yeux des habitants de Saclay doit pouvoir faire l’objet d’une précision réglementaire afin d’éviter tout encombrement publicitaire.

# 04 Diagnostic Publicitaire – Approche sensible

## Les enseignes du Val d'Albian

La zone d'activité économique et commerciale du Val d'Albian composé du supermarché, du coiffeur et de la pizzeria est un espace fortement sujet à la publicité, comme vu plus haut dans le diagnostic. Les bâches publicitaires disposées sur la clôture non aveugle entourent le parking et marque l'entrée de Saclay par le Val d'Albian.

Saclay étant composé d'un espace fréquenté par les étudiants du campus HEC pourrait bénéficier pour son attractivité d'une publicité et d'enseigne plus harmonieuse.



## 04 Diagnostic Publicitaire – Approche sensible

### Les enseignes dans le bourg de Saclay



A proximité de la mairie on retrouve différents services et commerces tels qu'une épicerie fine, un coiffeur, une pharmacie et un institut de beauté. Ces commerces et services pourraient faire l'objet d'une homogénéisation d'enseigne afin de laisser montrer une image plus structurée du centre bourg.

On remarque aussi que le coiffeur autrefois surmonté d'une enseigne en est aujourd'hui dépourvu. L'occasion de mettre à jour une mise en forme commune pour souligner l'esthétique d'un centre bourg.





## 04 Diagnostic Publicitaire – Approche sensible

### Equipements et patrimoine à valoriser



Les anciens abribus sont des espaces offrant un emplacement pour de l’affichage temporaire, néanmoins cet affichage afin qu’il soit maîtrisé et connu peut faire l’objet d’une déclaration préalable auprès de la mairie.

Les monuments historiques inscrits ou classés ne doivent pas faire l’objet d’affichage publicitaire.

# 04 Diagnostic Publicitaire – Approche sensible

## Les espaces de convivialité



La place Jules Ferry est un espace se rattachant aux espaces marchands de la mairie qui propose un bar brasserie ainsi qu'une boulangerie.

Les enseignes sont bien marquées mais l'ensemble n'offre pas une mise en forme cohérente et pourrait faire l'objet d'un travail d'homogénéisation.



## 04 Diagnostic Publicitaire – Approche sensible

### La publicité au Christ



Les panneaux publicitaires ci-dessus bien que respectant le cadre réglementaire, sont dans un état délabré et peuvent dans le cadre d'un RLP plus exigeant se retrouver non conforme pour leur densité d'implantation.

Ci-contre les pré-enseignes amovibles n'ont pas de réglementation propre mais les pré enseignes temporaires sont limitées à 3 mois s'il ne s'agit pas d'activité immobilière.

Aussi pour disposer une pré-enseigne il faut avoir l'autorisation du propriétaire foncier.



# 04 Diagnostic Publicitaire – Approche sensible

## Les pré-enseignes des activités du terroir



Aujourd'hui, ces pré-enseignes ne sont ni conformes au RNP ni au RLP car elles sont situées hors zones d'agglomération (continuité bâti).

### Enjeux :

Apporter des dérogations sur le document s'agissant de pré-enseignes d'activités du terroir répondant à des critères d'utilité publique.

# 05 Annexes

# 05 Annexes

## Photos des publicités non conformes



# 05 Annexes

## Autres photos



# 05 Annexes

## Autres photos





# 05 Annexes

## Autres photos



# 06 Prochaines étapes

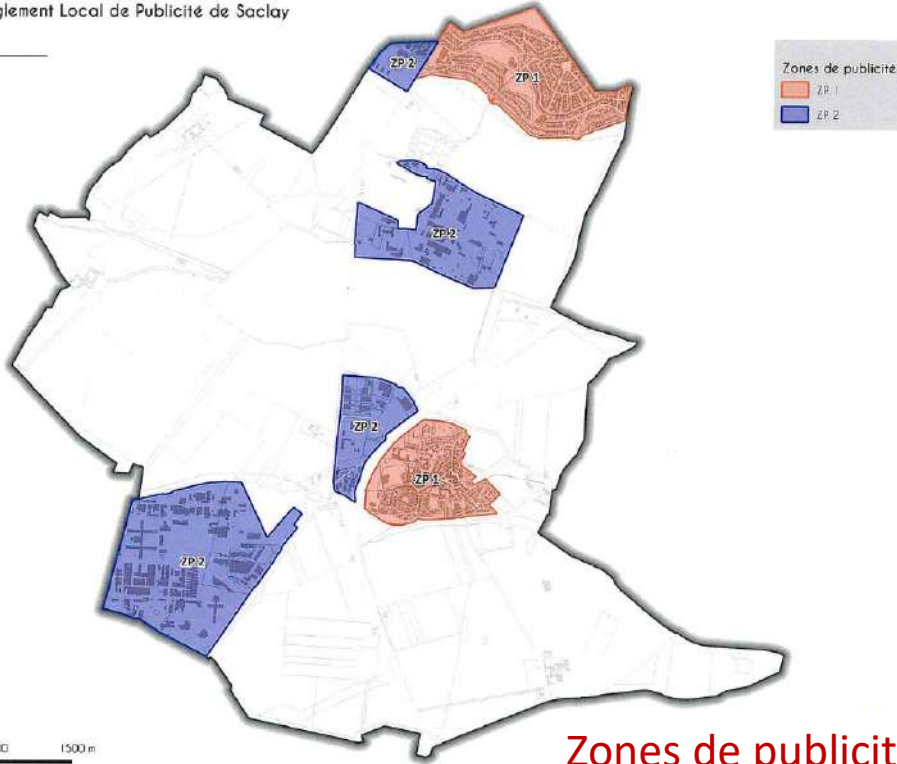
# 06 Prochaines étapes

<b>Etape 1 - Etat des lieux et diagnostic</b>		<b>2 mois</b>	
Compréhension du territoire			
Présentation du diagnostic consolidé			
<b>Etape 2 - Définition du règlement et du zonage</b>		<b>2 mois</b>	
Travaux préparatoires			
Zonage - ZPR			
<b>Etape 3 - Définition des choix réglementaires</b>		<b>1 mois</b>	
Définition du règlement			
<b>Etapes 4 et 5 - Finalisation du RLP et arrêt (à mettre en lien avec la révision du PLU)</b>		<b>4 mois</b>	
Finalisation du dossier			
Arrêt du dossier			
<b>Etape 6 - Fin de la procédure</b>		<b>5 mois</b>	
Consultations diverses			
Prise en compte des remarques et approbation			
Conseil municipal : bilan de concertation et arrêt			

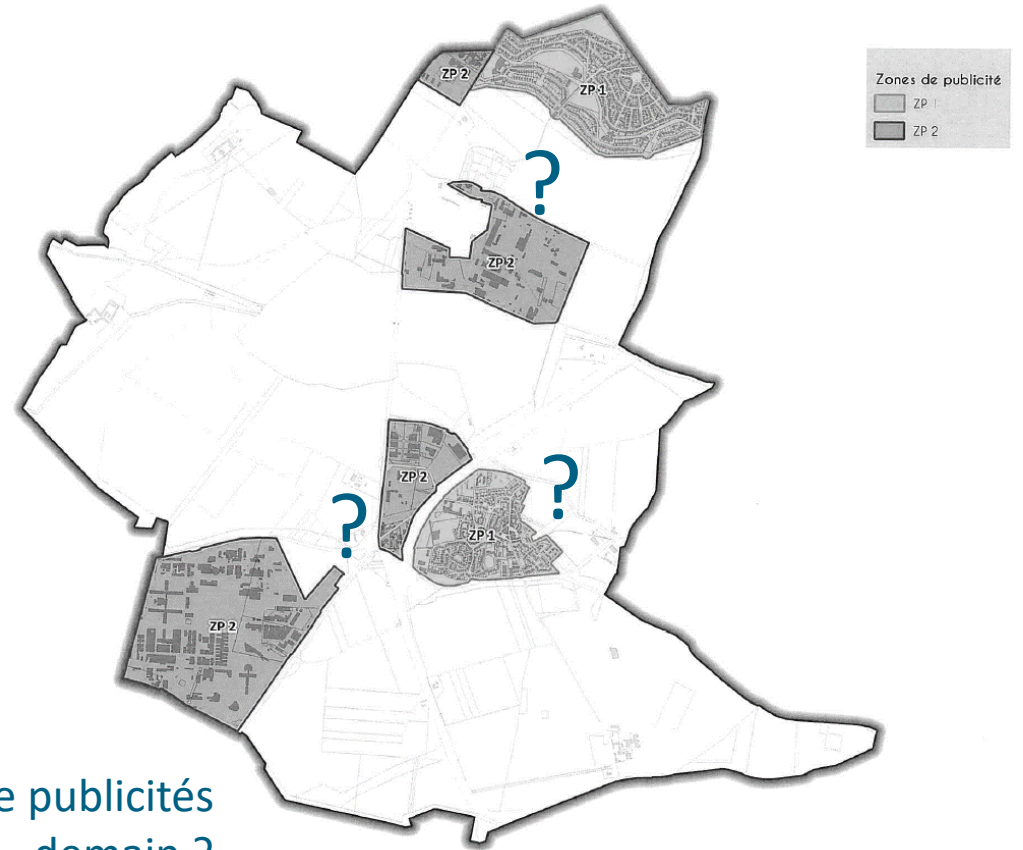
# 06 Prochaines étapes

## Définition du zonage puis déclinaison réglementaire

Révision du Règlement Local de Publicité de Saclay  
Plan de zonage  
Décembre 2019



Zones de publicités  
aujourd'hui



Zones de publicités  
demain ?

# MERCI

## Nous contacter :

### SARL VE2A - Siège Social

Moulin Marc d'Argent  
3 rue des petites eaux de  
Robec -76000 ROUEN  
Tel.: 09 72.33.32.84  
[contact@ve2a.com](mailto:contact@ve2a.com)  
SIRET :  
512.770.884.00033

### Agence Paris

Le « cinq »  
5 Rue de Savoie - 75006 PARIS  
+33 1 43 26 66 39

### Agence Océan Indien

Cour de l'Usine  
La Mare  
97438 Sainte-Marie