



RAPPORT DE PRÉSENTATION

Mise en place d'un Règlement Local de Publicité

Février 2023



SOMMAIRE

INTRODUCTION

PARTIE 1 : LES OBJECTIFS DU RLP DE SURVILLIERS

- ▶ Contexte général
- ▶ Les enjeux

PARTIE 2 : LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RLP

- ▶ Les principales étapes
- ▶ Les éléments constitutifs du RLP
- ▶ Les dispositifs visés
- ▶ Les limites de l'agglomération

PARTIE 3 : LE DIAGNOSTIC

- ▶ Méthode de recensement
- ▶ Les chiffres clefs de la publicité
- ▶ Les règles applicables sur le territoire de Survilliers : le règlement national de publicité
- ▶ Les constats en matière de publicité
- ▶ Les constats en matière d'enseignes

PARTIE 4 : LES ORIENTATION

- ▶ Le zonage
- ▶ Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes
- ▶ Les choix retenus en matière d'enseignes
- ▶ Explication des choix

INTRODUCTION

La protection du cadre de vie et la limitation de la pollution visuelle est un enjeu majeur pour les territoires face à la multiplication des dispositifs publicitaires.

La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes, par la mise en place d'un règlement local de publicité (RLP), vise ainsi à concilier leur implantation sur le territoire communal avec les enjeux environnementaux, la lutte contre les nuisances visuelles et la préservation des paysages et du patrimoine.

Pour ce faire, le RLP adapte, de manière plus restrictive, les règles prévues par le Code de l'environnement, aux spécificités communales.

Aussi, la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1979, afin de faire des RLP de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure (publicités, enseignes et préenseignes).

La loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (loi LCAP) a fortement modifié le régime des interdictions de publicité aux abords des monuments historiques et en site patrimonial remarquable.

Enfin, plus récemment loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite « Climat et résilience » a prévu des prescriptions concernant les publicités et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines et visibles depuis la voie. Le RLP peut ainsi définir des horaires d'extinction, des limitations de surface ou de consommation énergétique au titre de la prévention des nuisances lumineuses.

Par délibération du 13/12/2022, le Conseil municipal de Survilliers a donc décidé l'élaboration d'un RLP, outil complet de régulation des dispositifs publicitaires sur le territoire communal.

Conformément à la loi « ENE », le RLP sera donc élaboré selon la même procédure que celle qui s'applique au PLU définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme.

Le RLP comprendra les pièces suivantes :

- Un rapport de présentation ;
- Un règlement et son plan de zonage ;
- Des annexes comportant notamment l'arrêté municipal, accompagné d'un plan, fixant les limites de l'agglomération.

Le présent rapport de présentation expose le diagnostic territorial qui a permis de dégager les objectifs et orientations du règlement local de publicité révisé, explique et justifie les choix opérés par la nouvelle réglementation locale.

PARTIE 1 :

LES OBJECTIFS DU RLP DE SURVILLIERS

► CONTEXTE GÉNÉRAL

La commune de Survilliers se situe au Nord de la région Île-de-France et au Nord du département du Val-d'Oise. Elle se trouve en limite de l'Oise, le long de la très fréquentée RD 1017, et à une distance orthodromique d'environ 40 km au nord-nord-est de Paris, soit environ 30 minutes lorsque la circulation est fluide. L'autoroute A1 (Paris-Lille) traverse et borde une partie de la limite Est du territoire. Survilliers compte quatre communes limitrophes, dont deux sont situées dans le département voisin de l'Oise : La Chapelle-en-Serval (au nord-ouest) et Plailly (à l'Est). Les deux autres sont Saint-Witz (au Sud) et Fosses (au sud-ouest). La commune se trouve à proximité de pôles dynamiques majeurs, sans toutefois perdre son autonomie. En effet, elle bénéficie des pôles de la capitale et de l'aéroport de Roissy - Charles de Gaulle, mais elle dispose également d'une économie locale représentée par des entreprises en majorité de secteur marchand et propose une diversité d'équipements. La position de Survilliers lui donne un accès rapide et facilité aux pôles économiques et aux grandes infrastructures de transport de l'agglomération parisienne. Elle rejoint Paris centre par l'A1 et l'ex-RN17, deux axes reliés à la Francilienne. De plus, Survilliers se trouve à moins d'un kilomètre de la gare SNCF de Survilliers-Fosses, desservie par la ligne D du RER reliant Orry-la-Ville / Coye-la-Forêt à Paris Gare du Nord en moins de 30 minutes.

Survilliers fait par ailleurs partie de la Communauté d'Agglomération Roissy-Pays de France qui regroupe 42 communes et du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France composé de 70 communes.

► LES ENJEUX

Par délibération en date du 13/12/2022, la commune de Survilliers a prescrit l'élaboration de son RLP.

Dans cette délibération, les objectifs poursuivis par la mise en place du RLP ont été fixés. Ils sont les suivants :

- préserver la cadre de vie des survillois et préserver l'identité du village de survilliers composé à la fois d'un centre historique autour de son église et de quartiers plus récents pour lesquels il est nécessaires d'encadrer la prolifération des dispositifs publicitaires ;
- préserver la qualité des entrées de ville qui constituent la 1ère vitrine du territoire ;
- se doter d'un outil réglementaire cohérent et adapté aux enjeux urbains et patrimoniaux de chaque quartier ;
- encadrer les dispositifs publicitaires (enseignes, préenseignes, publicité) afin d'améliorer leur qualité esthétique et environnementale ;
- renforcer l'attractivité et le dynamisme commercial afin de maintenir et de renforcer une offre de commerces de proximité ;
- maîtriser l'implantation de la publicité sur le territoire communal ;
- développer l'efficacité et la qualité des dispositifs de communication commerciale ;
- limiter la pollution visuelle et nocturne, développer la sobriété énergétique des dispositifs lumineux ;
- doter la commune d'un véritable pouvoir réglementaire, de contrôle et d'intervention, notamment en cas d'infraction.

Aussi, par l'élaboration d'un RLP, la commune de Survilliers souhaite maîtriser la publicité extérieure. En effet, il appartient aux communes au travers les mesures prises dans leur RLP d'assurer l'harmonie de son territoire. L'ensemble des dispositifs publicitaires par leurs dimensions et leurs qualités esthétiques ne doivent pas nuire à l'harmonie de la commune, de son bâti et de ses rues.

Il est à noter aussi que les grands axes contribuent tout autant à l'image de la ville que son centre-bourg, puisqu'en constituant les entrées de ville, elles sont la vitrine extérieure de notre village.

Le RLP visera donc à homogénéiser les formats, le matériel et la densité des dispositifs publicitaires.

A noter, en présence d'un RLP, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le Maire, au nom de la commune.

La mise en place d'un RLP s'inscrit dans une politique globale d'amélioration du cadre de vie, de la préservation de l'esprit village de Survilliers en contrôlant la qualité de son paysage.

PARTIE 2 :

LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RLP

► LES PRINCIPALES ÉTAPES

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

Aussi, c'est parce que la commune de Survilliers est compétente en matière de PLU, qu'elle l'est en matière de RLP.

La délibération du 13/12/2022 prescrivant l'élaboration de RLP a également défini les modalités de la concertation qui aura lieu pendant toutes les étapes de son élaboration (Art. L.123-6 du code de l'urbanisme).

Ces modalités de concertation sont les suivantes :

- une réunion avec les professionnels concernés (annonceurs publicitaires, représentants des commerçants et des entreprises)
- une réunion publique ;
- une mise à disposition du dossier qui présentera les résultats du diagnostic. ce dossier sera aussi consultable sur le site internet de la commune et des observations pourront être émises sur une adresse mail dédiée ;
- un registre mis à disposition du public lui permettant de formuler des observations et propositions ;
- une communication dans la presse locale ;
- une communication sur le site internet de la commune.

Avant la délibération qui arrêtera le projet de RLP, un bilan de la concertation sera fait. Le projet sera alors ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA) ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS).

Une fois le RLP arrêté, celui-ci fera l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet sera éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Le projet de RLP est ensuite approuvé par le conseil municipal.

1 2 3 4 5 6 7 8

Délibération du Conseil Municipal prescrivant l'élaboration du RLP fixant les objectifs et les modalités de concertation

Diagnostic, définition des orientations et rédaction du projet de RLP

Débat du Conseil Municipal sur les orientations générales du RLP

Réunions avec les PPA, les parties prenantes et le public

Délibération du Conseil Municipal tirant sur le bilan de la concertation et arrêtant le projet de RLP

Consultation pour avis des PPA et de la CDNPS

Enquête publique et modification du projet définitif

Délibération du Conseil Municipal approuvant le RLP

Conformément, à l'article L.581-43 du Code de l'environnement, après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLP entre en vigueur. Il est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera opposable que deux ans plus tard pour les publicités déjà existantes et six ans plus tard pour les enseignes.

► LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DU RLP

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** : Il sert à définir les orientations et les objectifs en matière de publicité, d'enseigne et de pré enseigne sur le territoire communal. Pour ce faire, il s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure, en analysant sa conformité au règlement national de publicité (RNP) et aux règles choisies par la collectivité en fonction des enjeux définis.

- **La partie réglementaire** : Elle se compose des prescriptions définies par le RLP applicables sur la commune ; règles plus restrictives que les dispositions du RNP.

- **Les annexes** : Elles sont constituées des documents graphiques matérialisant les limites de l'agglomération, des délibérations et des arrêtés relatifs au RLP.

► LES DISPOSITIFS VISÉS

Les dispositifs soumis à la réglementation du code de l'environnement appartiennent à trois catégories définies par l'article L.581-3 du code de l'environnement : la publicité, les enseignes et les pré-enseignes. Les pré-enseignes dérogatoires, sous-catégorie des préenseignes, font l'objet d'un paragraphe particulier.

Les publicités



Les enseignes



Les pré-enseignes



- La publicité :

La publicité se définit comme étant toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention (article L.581-3-1° du code de l'environnement). Les dispositifs et matériels principalement destinés à recevoir les publicités sont également considérés comme de la publicité. Ils sont donc à considérer comme de la publicité même s'ils ne comportent aucune affiche publicitaire.

Les dispositions réglementaires nationales fixent les règles d'implantation des publicités en fonction des procédés, des dispositifs utilisés, des caractéristiques des supports et de l'importance des agglomérations concernées. Sont ainsi régies, notamment :

- La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol ;
- La publicité éclairée ;
- La publicité numérique ;



La publicité murale ;



La publicité sur mobilier urbain.

- Les enseignes :

L'enseigne se définit 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° du code de l'environnement).

Sont ainsi régies, notamment :

- Les enseignes lumineuses, y compris numériques ;
- Les enseignes sur toiture ;
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Les enseignes temporaires ;



Les enseignes murales parallèles au mur qui les supporte, aussi appelées enseignes "à plat" ;



Les enseignes murales perpendiculaires au mur, aussi appelées enseignes "drapeau" ;



Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

- Les pré-enseignes :

La préenseigne se définit comme étant toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée (article L.581-3-3° du code de l'environnement). Hormis les préenseignes dites dérogatoires, les préenseignes sont soumises au même régime que la publicité (article L.581-19 du code de l'environnement).

Sont ainsi régies, notamment :

- Les pré-enseignes sur mobilier urbain ;



Les préenseignes murales ;



Les préenseignes scellées au sol ;

Les préenseignes dérogatoires, qui sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité, doivent remplir les conditions suivantes :

- mesurer maximum 1 m de haut sur 1,5 m de large ;
- se trouver à 5 km ou 10 km de l'activité signalée ;
- et ne peuvent signaler que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles, les monuments historiques ouverts à la visite ou les manifestations temporaires.

- L'affichage d'opinion

Conformément à l'article L.581-13 du code de l'environnement, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites communément « d'affichage libre ».

L'article R.581-2 fixe la surface minimum attribuée dans chaque commune.

- Les bâches

Les bâches publicitaires (sur échafaudage ou autres) peuvent également être autorisées par le maire, tout comme les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles après avis de la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS).

- La publicité de petit format

L'article L581-8 du code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petits format intégrés à la devanture commerciale dès lors qu'ils ne recouvrent que partiellement la baie. Selon l'article R581-57, il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1 m². La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2 m².

- La publicité sur les véhicules terrestres

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de supports de publicité, ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et à proximité des monuments historiques. Ils ne peuvent circuler en convoi, ni rouler à une vitesse anormalement réduite. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m² (article R. 581-48). A l'exception des véhicules appartenant au parc automobile de la collectivité de Survilliers.

- Les dispositifs exclus du champ d'application du code de l'environnement (les formes de publicité que le RLP ne peut pas interdire) :

Malgré leur aspect apparenté aux publicités, enseignes et pré enseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du code de l'environnement. Tel est le cas des dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont concernés :

- les palissades de chantier, sauf lorsqu'elles sont implantées dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés et dans les secteurs sauvegardés ;
- les publicités effectuées en exécution d'une décision particulière (issue d'une source législative, réglementaire, d'une décision de justice...);
- les affichages d'opinion et de publicité relative aux associations sans but lucratif (uniquement sur les emplacements destinés à cet affichage d'opinion et à l'affichage associatif).

► LES LIMITES DE L'AGGLOMÉRATION

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, cela est dû au fait qu'en principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Il est donc nécessaire pour la commune de déterminer avec précision les limites de l'agglomération. Pour ce faire, il est nécessaire de prendre un arrêté municipal fixant lesdites limites, avec un annexe un document graphique.

Régie par le Code de la Route et le Code de l'environnement, la commune est soumise aux dispositions relatives à :

- la notion géographique d'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'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

- la notion démographique d'agglomération :

Le règlement national de publicité, s'appuie aussi sur une dimension démographique de l'agglomération en faisant appliquer des règles différentes entre les communes de moins de 10 000 habitants et les communes de plus de 10 000 habitants.

Par exemple, les publicités scellées au sol sont interdites au sein des communes de moins de 10 000 habitants.

PARTIE 3 :

LE DIAGNOSTIC

► MÉTHODE DE RECENSEMENT

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs publicitaires implantés sur la commune de Survilliers : publicités, enseignes, pré enseignes, mobiliers urbains qui accueillent de la publicité, micro-signalétique, affichages d'opinion, affichages événementiels, enseignes et pré enseignes temporaires.

Il a pour objectif d'établir :

- un bilan quantitatif pour mesurer la pression publicitaire actuelle qui porte atteinte au cadre de vie et à l'environnement, mais aussi pour identifier et localiser les éventuelles illégalités ;
- une analyse qualitative de la publicité extérieure en lien avec les orientations fixées par la commune dans la délibération du 13 décembre 2022.

Dans l'objectif de définir un RLP le plus approprié possible au territoire communal, Survilliers a souhaité analyser la totalité de son agglomération.

Un recensement exhaustif a été réalisé entre le mois d'octobre 2022 et le mois de décembre 2022 et a permis la réalisation d'une base de données avec l'ensemble des dispositifs recensés.

Ce repérage détaillé des dispositifs publicitaires permet de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration de ceux-ci dans l'environnement communal.

► LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITÉ

Le recensement des dispositifs publicitaires a permis d'en relever 114 dont certains appartiennent à des établissements fermés depuis plusieurs mois ou plusieurs années ; alors même que le RNP exige la suppression de l'enseigne dans les 3 mois qui suivent la suppression de l'activité.

Exemple :



Ils sont principalement situés au niveau du centre commercial du colombier, de la Grande Rue et du garage situé sur la N 317. Ce qui génère une forte pression publicitaire.

La répartition par surface est la suivante :

Format	Inférieur à 2m ²	2 m ²	Supérieur à 2 m ²
Nombre	77	2	35
Pourcentage	67%	2%	31%

► LES RÈGLES APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE SURVILLIERS, À CE JOUR : LE RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ (RNP)

Le Code de l'Environnement fixe des règles nationales en matière de publicité, préenseignes et enseignes (RNP).

Le RNP constitue l'ensemble des règles qui s'appliquent en absence de RLP. Sur la commune de Survilliers, jusqu'à l'approbation du RLP ce sont donc les normes édictées par le RNP qui s'appliquent.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite "Grenelle 2" a modifié en profondeur le régime de la publicité, des enseignes et préenseignes. Les objectifs majeurs de cette réforme sont d'améliorer le cadre de vie en diminuant l'impact paysager, de lutter contre les nuisances visuelles tout en n'obérant pas le développement du secteur économique et de limiter le gaspillage énergétique pour maîtriser la demande en électricité.

Les principales règles nationales (en l'absence de RLP) :

Type de publicité	Surface maximale
Publicité sur bâtiments et clôtures	4 m ²
Publicité sur mobilier urbain	La publicité sur mobilier urbain est interdite dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants
Dispositifs numériques et bâches publicitaires	Interdites
Enseignes non lumineuses et lumineuses apposées sur façade	La surface cumulée des enseignes ne doit pas excéder 15% de la surface de la façade commerciale (ou 25% lorsque la surface de la façade est inférieure à 50m ²)
Enseignes sur toiture ou terrasse	Enseigne qui doit être en lettres ou signes découpés avec une hauteur qui ne peut excéder : -3 m de hauteur lorsque la hauteur de la façade est inférieure ou égale à 15 m ; -1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m lorsque cette hauteur est supérieure à 15 m.
Enseignes scellées au sol	Interdite dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants
Enseignes de plus de 1 m ² installées directement au sol	Autorisation d'un seul dispositif par voie bordant l'activité d'une surface maximale de 6 m ²
Enseignes de 1 m ² ou moins installées directement au sol	Pas de limitation du nombre
Enseignes sur clôtures	Pas de limitation ni en surface ni en nombre
Enseignes temporaires de moins de 3 mois (manifestations ou opérations exceptionnelles)	Ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte. Si elles sont installées directement sur le sol elles ne sont limitées ni en surface ni en hauteur.
Enseignes clignotantes	Interdites sauf services d'urgence dont les pharmacies

A savoir, le Règlement Local de Publicité ne peut pas déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L. 581-4 I et II du Code de l'Environnement qui dispose que « toute publicité est interdite sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, sur les monuments naturels et dans les sites classés dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles, et sur les arbres ».

► LES CONSTATS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ ET D'ENSEIGNES

Les 114 publicités et enseignes installées sur le territoire communal de Survilliers ont été analysées au regard des prescriptions du RNP.

Les infractions constatées sont au nombre de 16 et sont listées comme suit :

- **surface de la publicité sur bâtiment supérieure à 4m² ;**
- **enseignes temporaires présentes depuis plus de 3 mois ;**
- **surface cumulée des enseignes qui excède 15% de la surface de la façade commerciale ou 25% lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m² ;**
- **enseignes scellées au sol ;**
- **enseignes clignotantes hors pharmacie.**

PARTIE 4 :

LES ORIENTATIONS

À partir des objectifs fixés par la commune dans la délibération du 13 décembre 2022 et des éléments du diagnostic, il est maintenant possible de définir des préconisations en matière de dispositifs publicitaires.

Pour ajuster au mieux, le RLP aux attendus et aux activités exercées sur la commune de Survilliers, il a été choisi de créer trois zones qui couvriront la totalité du territoire aggloméré.

► LE ZONAGE

Pour une meilleure adaptation des règles du RLP aux différentes typologies du territoire, un zonage est établi avec une première zone afférente aux zones d'activités, une deuxième zone pour la Cour aux Blés et ses abords et une troisième zone pour le reste de la commune.

En effet, les attentes en matière de traitement des dispositifs publicitaires ne sont pas les mêmes. Il convient donc de proposer une réglementation adaptée à chaque secteur.

- Le choix des zones :

Le zonage proposé scinde le territoire de Survilliers en trois zones :

- la zone 1 correspond aux zones d'activités ;
- la zone 2 correspond à la place commerciale de la cour aux blés située en centre-ville et à ses abords ;
- la zone 3 correspond au reste de la commune.

Le zonage créé tient compte des objectifs fixés le 13 décembre 2022 par le conseil municipal, du diagnostic et des orientations qui en sont issues.

► LES CHOIX RETENUS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉS ET PRÉ-ENSEIGNES

Dispositions générales

En matière de publicité et de pré enseignes, les orientations suivantes sont préconisées :

- **adapter la publicité et les enseignes aux enjeux édictés dans la délibération du 13 décembre 2022 ;**
- **traiter la question des enseignes temporaires et des bâches publicitaires ;**
- **améliorer et homogénéiser la qualité des supports publicitaires ;**
- **anticiper le développement des dispositifs publicitaires numériques en les encadrant ;**
- **encadrer les publicités, enseignes (en dehors de la croix verte de la pharmacie) et pré enseignes lumineuses ;**
- **interdire les enseignes de 1 m² ou moins installées directement au sol ;**
- **fixer des normes qualitatives pour les enseignes ;**
- **encadrer les bâches publicitaires ;**
- **interdire les enseignes sur toitures ;**
- **interdire les enseignes de plus de 1m² posées directement au sol ;**
- **interdire les enseignes sur clôture y compris les calicots ;**
- **interdire la publicité sur les balcons, les auvents et tous dispositifs similaires.**

Pour rappel, tout dispositif publicitaire mis sur le domaine public, une autorisation est obligatoire.

- Pour la zone 1 (« zones d'activités ») :

- **interdire les oriflammes et drapeaux**
- **encadrer la publicité et les enseignes lumineuses**

- Pour la zone 2 (la Cour aux blés et ses abords) :

- **interdire la publicité classique scellée au sol ou sur façade pour valoriser le centre-ville et tenir compte du périmètre de protection des monuments historiques ;**
- **limiter la publicité à 2 m² sur le mobilier urbain ;**
- **favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement ;**
- **limiter l'apposition de vitrophanie sur les vitrines ;**
- **encadrer la publicité et les enseignes lumineuses ;**
- **interdire toute publicité apposée sur tout type de bâtiment, de mur ou de clôture ;**

- interdire les oriflammes et les drapeaux ;
- autoriser une seule enseigne en bandeau par façade (donc 2 si l'activité est à l'angle de deux rues) et réglementer la taille ;
- autoriser une enseigne perpendiculaire par façade et encadrer la surface ;
- indiquer que les enseignes doivent être composées de lettres découpées ou de bandeaux comportant des lettres évidées ou peintes, les enseignes doivent s'intégrer au caractère de la façade (matériaux, couleurs...) ;
- indiquer que les enseignes doivent être situées sous l'allège de la baie du 1er étage.

- Pour la zone 3 (reste de la commune) :

- favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du grenelle 2 de l'environnement ;
- limiter l'apposition de vitrophanie sur les vitrines ;
- encadrer la surface des publicités ;
- interdire les oriflammes et les drapeaux ;
- une seule enseigne en bandeau par façade (donc 2 si l'activité est à l'angle de deux rues) et encadrer la surface ;
- interdire les enseignes en toiture ;
- autoriser seulement une enseigne perpendiculaire par façade et encadrer la surface.

► EXPLICATION DES CHOIX ET MISE EN CONFORMITÉ

Ces nouvelles dispositions doivent répondre aux objectifs de lisibilité commerciale, de conservation de l'aspect paysager du village et de respect de l'environnement en limitant l'affichage publicitaire. Ces règles sont nécessaires pour tendre vers une meilleure esthétique des supports.

Les nouveaux dispositifs devront être conformes au nouveau règlement.

Les publicités et pré enseignes mises en place avant l'entrée en vigueur du nouveau et qui ne sont pas conforme à ses prescriptions, pourront, sous réserve de ne pas contrevenir au RNP, être maintenues pendant un délai maximal de 2 ans.

Les enseignes mises en place avant l'entrée en vigueur du RLP pourront être maintenues pendant un délai maximum de 6 ans.

Les nouvelles enseignes seront quant à elles soumises à autorisation du Maire, suite à l'approbation du RLP, ce qui permettra aux services de la ville, et au Maire, de discuter avec le pétitionnaire et d'éventuellement améliorer les projets d'enseignes, dans le respect du RLP.