

MISSION D'ASSISTANCE POUR  
L'ELABORATION DU **RLPi**  
DE LA CC DU VAL DE SOMME

**COMITE DE PILOTAGE N° 1**

27 novembre 2024

**DIAGNOSTIC & ORIENTATIONS**

## 1. Le diagnostic

- 1.1 Analyse statistique
  - 1.2 Les principaux secteurs à enjeux
  - 1.3 Les non-conformités relevées
  - 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés
- Conclusion

## 2. Orientations pour le RLPi

- Grandes orientations
- Orientations pour la publicité et les préenseignes
- Orientations pour les enseignes

**COMITE TECHNIQUE 13-11-2024**

# 1. DIAGNOSTIC



Le diagnostic du territoire de la CCVS répond à plusieurs objectifs :

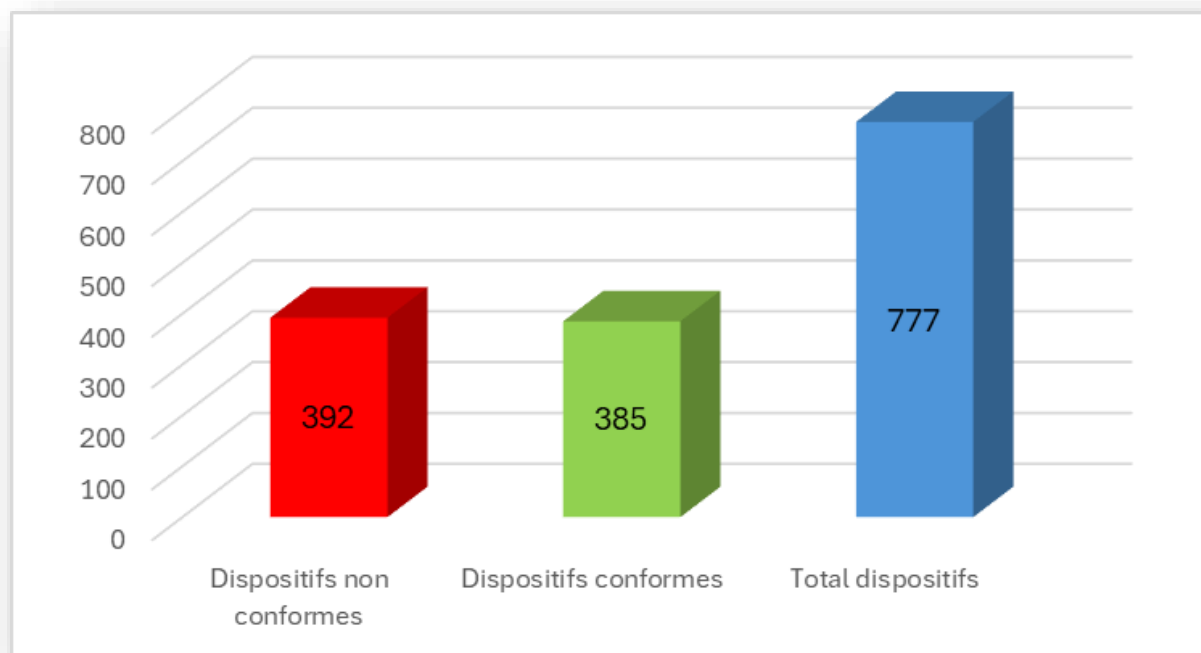
- L'identification des secteurs à enjeux en raison, notamment, de la densité de dispositifs de publicité extérieure et de la quantité de dispositifs non conformes ou mal intégrés.
- Le recensement exhaustif des publicités, enseignes et préenseignes conformes et en infraction vis-à-vis du Code de l'environnement (sur la base du recensement réalisé par REFPAC en novembre 2022).
- Nous avons en outre fait un reportage photographique permettant d'évaluer l'impact des dispositifs dans leur contexte paysager, qu'ils soient conformes ou non avec les réglementations en vigueur. Il a permis de mettre en évidence certains dispositifs conformes mais portant un préjudice à la qualité architecturale et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent et pouvant justifier une adaptation locale des règles nationales.

## 1.1 DIAGNOSTIC – ANALYSE STATISTIQUE

## NOMBRE DE DISPOSITIFS RECENCES ET NON CONFORMES

Dans CC du Val de Somme :

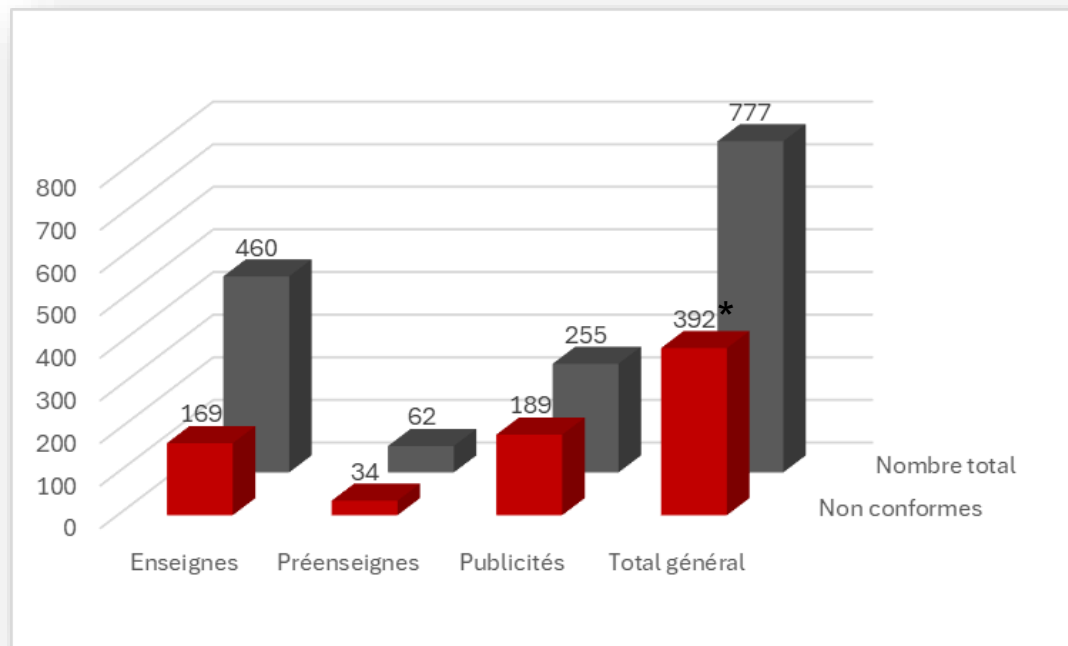
- **777 publicités, enseignes et préenseignes ont été recensés\***
- **392 d'entre eux sont non conformes avec la réglementation nationale.**



\*Données tirées du recensement de la société REFPAC de novembre 2022

## 1.1 DIAGNOSTIC – ANALYSE STATISTIQUE

## NOMBRE DE DISPOSITIFS RECENCES PAR TYPE



Les enseignes représentent (59,2 %) des dispositifs recensés.  
Les publicités représentent près d'un quart (24,3 %) du total.

Les préenseignes représentent moins de 8 % des dispositifs relevés.

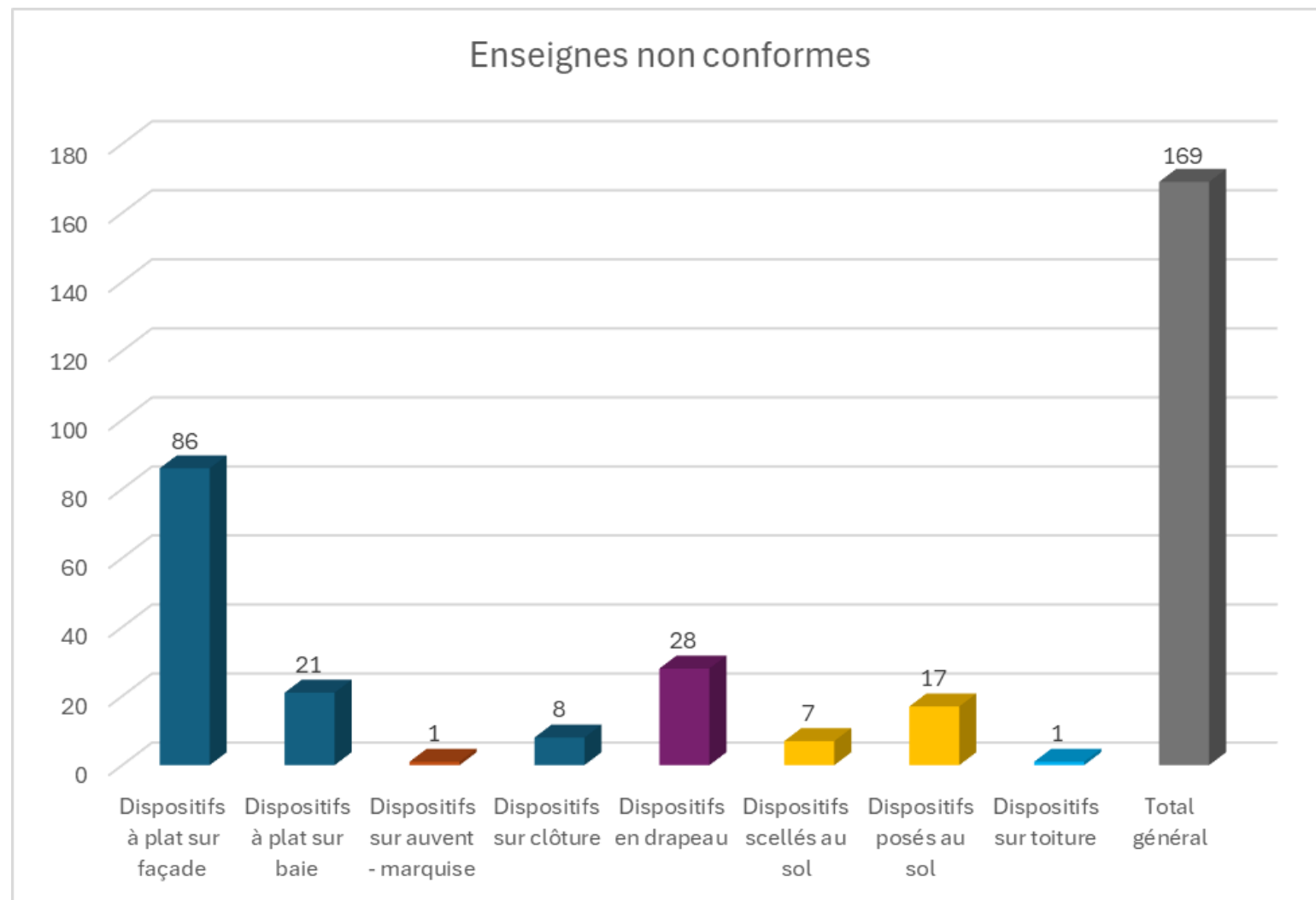
Les publicités représentent près de la moitié (48,2 %) des dispositifs en infraction quand enseignes et préenseignes représentent respectivement 43,1 % et 8,7 % des infractions.

Près des trois quarts des publicités (74,1 %) et 54,8 % des préenseignes sont non conformes !

Les enseignes relevées sont non conformes dans plus d'un tiers des cas (36,7 %).

## 1.1 DIAGNOSTIC – ANALYSE STATISTIQUE

## NOMBRE D'ENSEIGNES NON CONFORMES RELEVES PAR CATEGORIE



Les enseignes apposées à plat sur façade, baie ou clôture comptent le plus de dispositifs non conformes (68 % des non-conformités). Les dispositifs apposés perpendiculairement à la façade et les dispositifs posés ou scellés au sol représentent respectivement 16,6 % et 14,2 % des non-conformités relevées. Les autres formes d'enseignes sont plus anecdotiques.

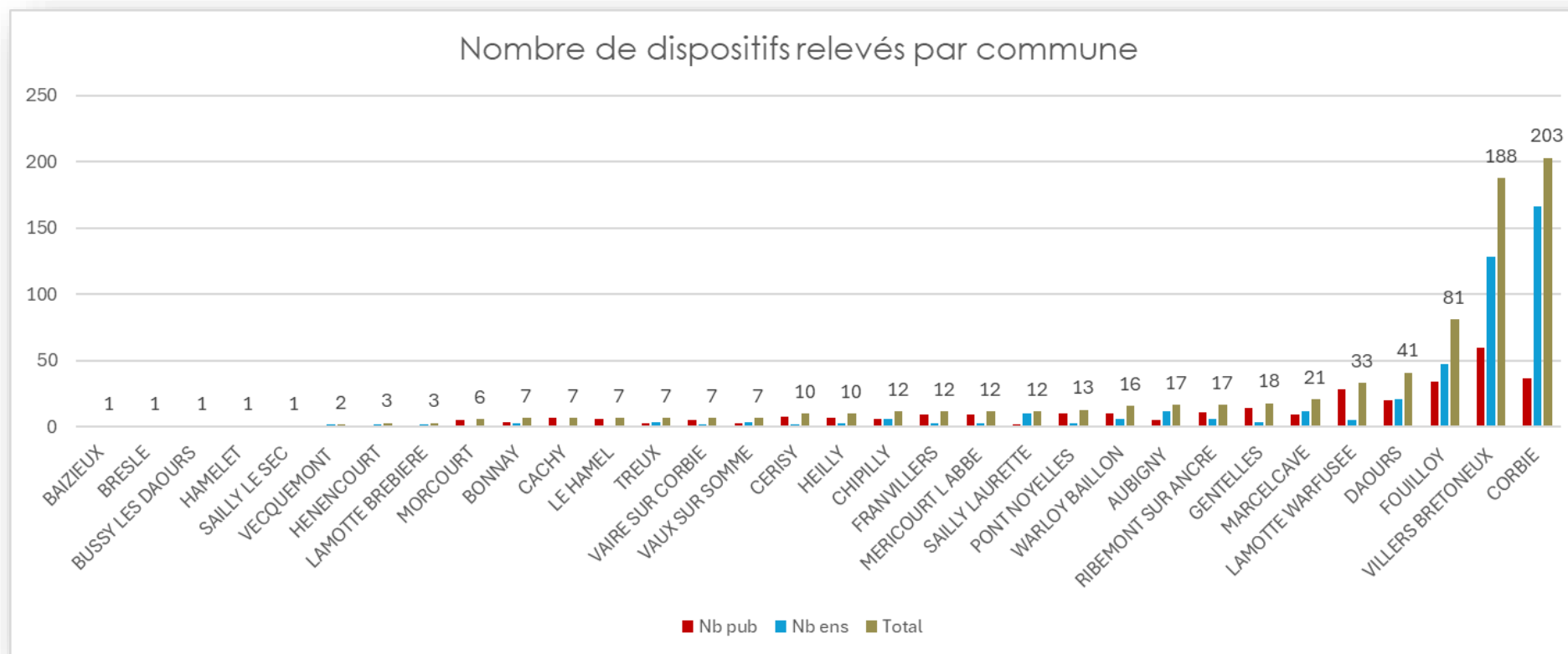
## 1.1 DIAGNOSTIC – ANALYSE STATISTIQUE

## REPARTITION DES DISPOSITIFS PAR COMMUNE

La répartition des dispositifs selon les communes du territoire intercommunal est très inégale. Moins de 10 dispositifs ont été recensés sur 16 des 33 communes que compte la CCVS. Il s'agit de communes rurales qui ne sont traversées que par des axes routiers secondaires.

14 communes comptent entre 10 et 41 dispositifs recensés et moins d'un tiers du total des dispositifs relevés.

Les communes de Fouilloy, Villers-Bretonneux et Corbie accueillent à elles seules près des deux tiers (60,7 %) des dispositifs relevés.





## 1.2 DIAGNOSTIC

## LES PRINCIPAUX SECTEURS A ENJEUX

Nous entendons par secteurs à enjeux, les secteurs sur lesquels la publicité extérieure exerce une pression importante et qui nécessitent une attention particulière :

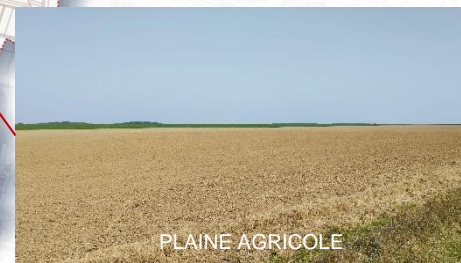
- soit pour améliorer une situation dégradée ;
- soit pour maintenir une situation préservée.

La qualité patrimoniale de ces secteurs, architecturale ou paysagère vient renforcer l'enjeu de préservation.

# 1.2 DIAGNOSTIC

# LES PRINCIPAUX SECTEURS A ENJEUX

## VUE D'ENSEMBLE



### PUBLICITES

- ◆ NON CONFORME
- ◆ CONFORME

### PREENSEIGNES

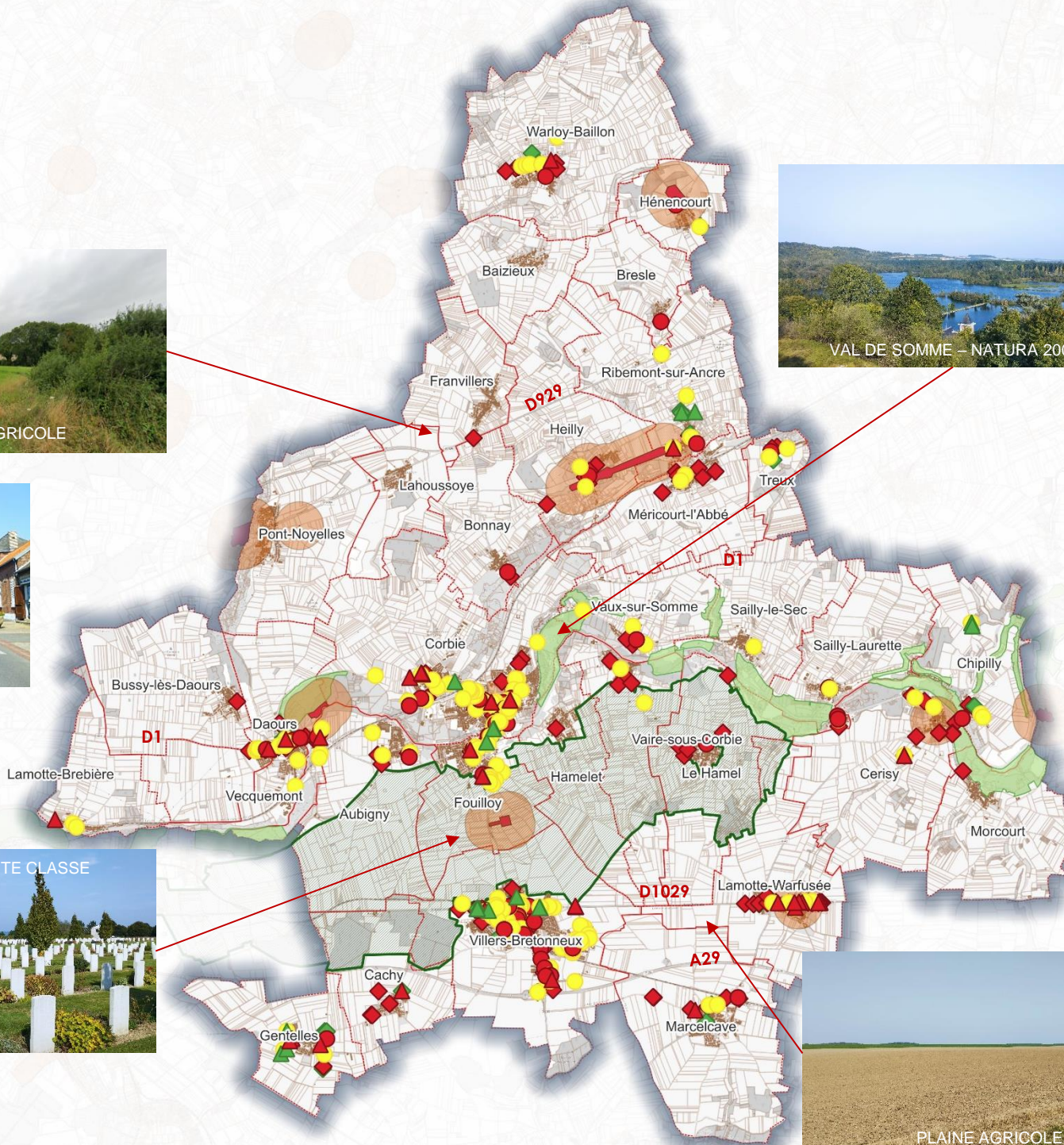
- ▲ NON CONFORME
- ▲ CONFORME

### ENSEIGNES

- NON CONFORME
- CONFORME

### PROTECTIONS

- MONUMENT HISTORIQUE
- PERIMETRE MONUMENT HISTORIQUE
- SITE CLASSE
- NATURA 2000

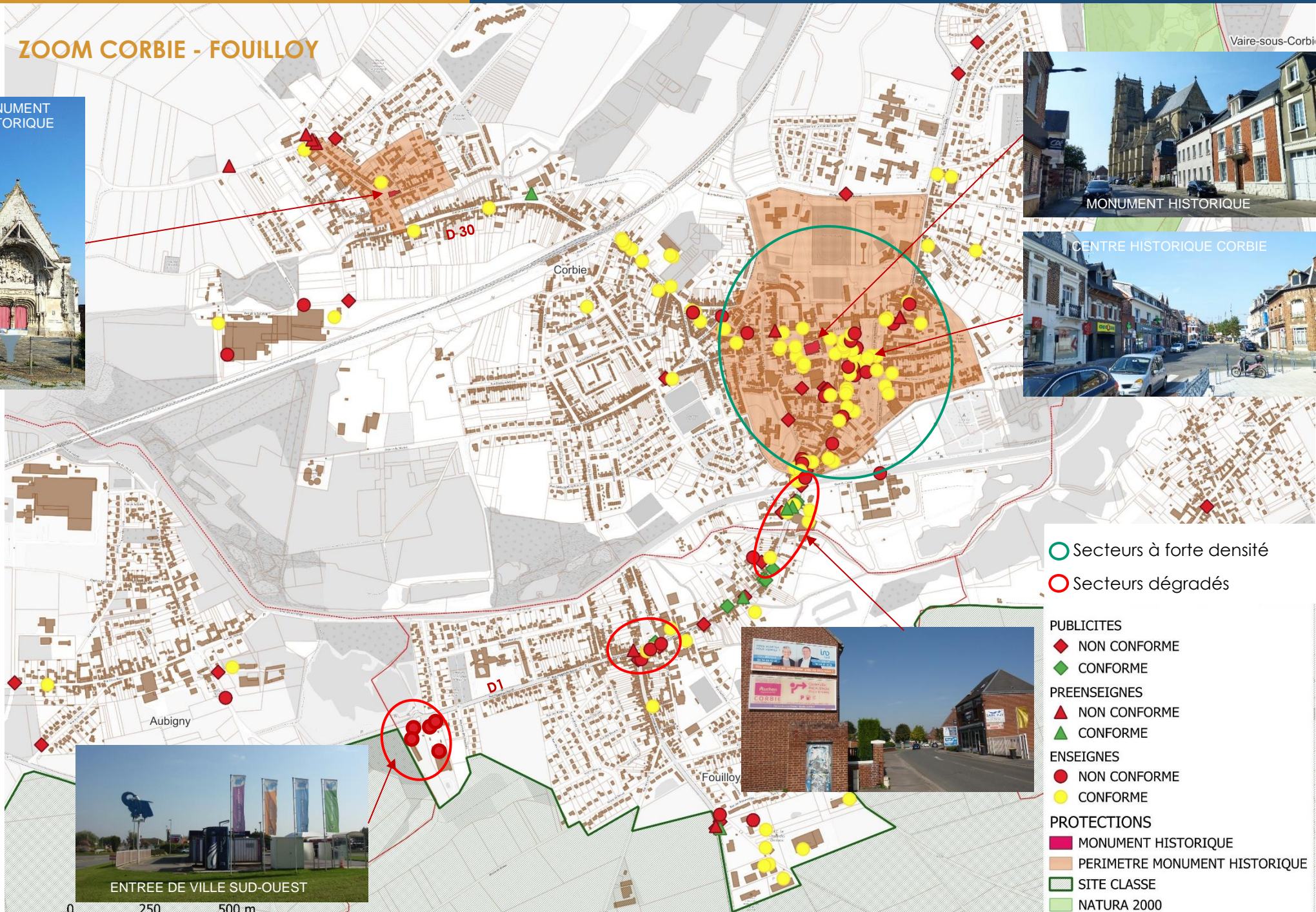
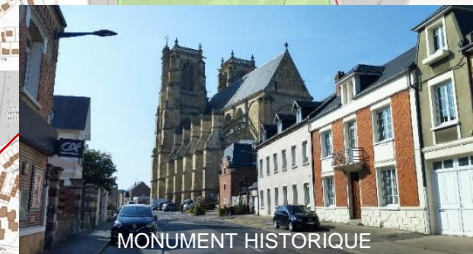


0 2,5 5 km

## 1.2 DIAGNOSTIC

## LES PRINCIPAUX SECTEURS A ENJEUX

### ZOOM CORBIE - FOUILLOY



- Secteurs à forte densité
- Secteurs dégradés

**PUBLICITES**

- ◆ NON CONFORME
- ◆ CONFORME

**PREENSEIGNES**

- ▲ NON CONFORME
- ▲ CONFORME

**ENSEIGNES**

- NON CONFORME
- CONFORME

**PROTECTIONS**

- MONUMENT HISTORIQUE
- PERIMETRE MONUMENT HISTORIQUE
- SITE CLASSE
- NATURA 2000



0 250 500 m



## 1. DIAGNOSTIC

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES - PUBLICITES

### Publicités

(189 dispositifs non conformes relevés\*)



\* Relevé REFPAC novembre 2022

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## PUBLICITES EN SECTEUR PROTEGE

- **Article L.581-4 et 8 du code de l'environnement : La publicité est interdite :**
  - Dans le périmètre de protection d'un monument historique (16 dispositifs non conformes) ;
  - Dans un site classé (1 dispositif non conforme) ;

**Remarque :**

Les dispositifs publicitaires scellés au sol sont en outre interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

17 dispositifs publicitaires non conformes.

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## PUBLICITES SCELLES OU POSEES AU SOL

- Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. (Article R.581-31 du Code de l'Environnement)



**43 dispositifs non conformes relevés.**

Il s'agit parfois de publicités à vocation d'enseigne apposées sur le domaine public.

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## PUBLICITES SUR MOBILIER URBAIN

**Le mobilier urbain** installé sur le domaine public **peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité** non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. (Article R. 581-42 du Code de l'Environnement)



*Deux faces publicitaires*

*Publicité dans le sens de circulation des automobiles. Face non publicitaire peu visible et parfois vierge.*

Les mupi installés sur le territoire de la CCVS ne respectent pas le caractère accessoire de la publicité. Ils sont donc assimilables à des publicités classiques. **Ils n'ont en outre pas leur utilité originelle : informer sur des évènements locaux, culturels, sportifs...**



## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## PUBLICITES SUR MOBILIER URBAIN

- La publicité est interdite le périmètre de protection adapté autour d'un monument historique classé ou inscrit. (Article L.581-8 du code de l'environnement)



« Mobilier urbain » principalement publicitaire dans le périmètre de protection adapté d'un monument historique (Corbie)

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## PUBLICITES APOSEES A PLAT

- Absence d'identification de l'afficheur : 4 dispositifs non conformes (Art L.581-5 du CE)
- Publicité sur plantation, poteau électrique, de télécommunication, d'éclairage public ou signalisation routière : 39 dispositifs non conformes (Art R581-22 du CE)
- Publicité sur clôture ou mur non aveugle : 69 dispositifs non conformes (Art R581-22 du CE)
- Dépasse du mur support ou avec une saillie supérieure à 0,25 m : 5 dispositifs non conformes (Art R581-27 & 28 du CE)



Dépasse du mur support



Saillie &gt; 0,25 m et non // au mur support



Vendu part, travaux réalisés part...



Mur non aveugle



Sur poteau électrique

Remarque : la plupart des dispositifs apposés sur poteau électrique, éclairage public ou signalisation routière sont temporaires (annonce d'une manifestation).

## 1. DIAGNOSTIC

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES - PREENSEIGNES

### PREENSEIGNES

(34 dispositifs non conformes relevés\*)



\* Relevé REFPAC novembre 2022

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVÉES

## PREENSEIGNES HORS AGGLOMERATION

Les préenseignes signalant des activités non dérogatoires sont assimilables à des publicités interdites hors agglomération (Article L581-7 du Code de l'Environnement)

Seules deux préenseignes non dérogatoires ont été relevées. Les bords de routes hors agglomération sont donc bien préservés.



2 dispositifs non conformes (uniquement)

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## PREENSEIGNES EN AGGLOMERATION

- **Articles L.581-4 & 8 du code de l'environnement : La publicité (y compris les préenseignes) est interdite :**
  - Dans le périmètre de protection autour d'un monument historique (8 dispositifs non conformes) ;
  - Dans un site classé (1 dispositifs non conformes) ;
- Publicité sur plantation, poteau électrique, de télécommunication, d'éclairage public ou signalisation routière : 13 dispositifs non conformes (Art R581-22 du CE)
- Publicité sur clôture ou mur non aveugle : 4 dispositifs non conformes (Art R581-22 du CE)
- Dépasse du mur support ou avec une saillie supérieure à 0,25 m : 2 dispositifs non conformes (Art R581-27 & 28 du CE)



Remarque : la plupart des dispositifs apposés sur poteau électrique, éclairage public ou signalisation routière sont temporaires (annonce d'une manifestation).

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## PREENSEIGNES SCELLES AU SOL DE TYPE SIGNALETIQUE

Les dispositifs de signalétique présents dans certaines communes sont essentiellement dédiés au jalonnement des entreprises communales, à la demande et sans cohérence globale. Les supports ne respectent pas les conditions d'implantation de la signalisation d'information locale (SIL) prévues par le code de la route :



Il ne peut y avoir plus de 6 mentions par support, dont 4 dans la même direction (pour des raisons évidentes de lisibilité et de sécurité).

Seuls sont autorisés les idéogrammes réglementaires à l'exclusion des logotypes (logos d'entreprises).

**Au-delà de la non-conformité des dispositifs, le fonctionnement et la pertinence du jalonnement pose question.**

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## PREENSEIGNES POSEES AU SOL TEMPORAIRES

Un chevalet ou une bâche apposé sur le domaine public est assimilable à une préenseigne ou une publicité qui est interdite dans les espaces protégés (périmètre de protection adapté des monuments historiques...) ainsi que dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. (Article R.581-31 du Code de l'Environnement) A plus forte raison en l'absence d'autorisation de voirie. Il doit aussi laisser un passage libre de 1,4 m sur le trottoir pour les personnes à mobilité réduite. (Arrêté du 15 janvier 2007 relatif à l'accessibilité de la voirie publique pour les personnes handicapées).



Les bâches temporaires annonçant des manifestations temporaires contribuent à dégrader les entrées de ville.



Les chevalets parfois installés sans permis de stationnement et constituent une gêne pour la circulation des piétons.

## 1. DIAGNOSTIC

### 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES - ENSEIGNES

#### ENSEIGNES

(169 dispositifs non conformes relevés\*)



\* Relevé REFPAC novembre 2022

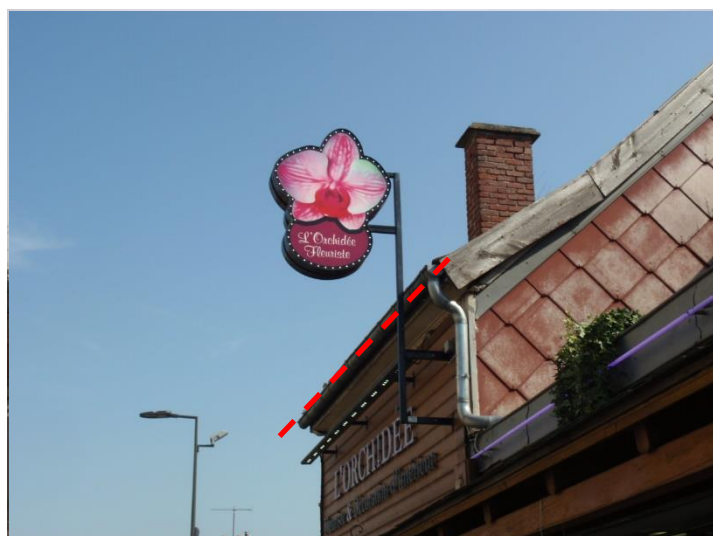


## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## ENSEIGNES APPOSEES A PLAT SUR UNE FACADE COMMERCIALE

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m, ni dépasser les limites de l'égout du toit. (Article R581-60 du Code de l'Environnement)

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur. (Art R. 581-61 du CE)



47 dispositifs non conformes relevés

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## ENSEIGNES APPOSEES SUR UNE FACADE COMMERCIALE

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. (25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>. (Article R.581-63 du Code de l'Environnement)



**33** dispositifs non conformes relevés

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## ENSEIGNES SCHELLES AU SOL

Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée (Article R. 581-64 du Code de l'Environnement).

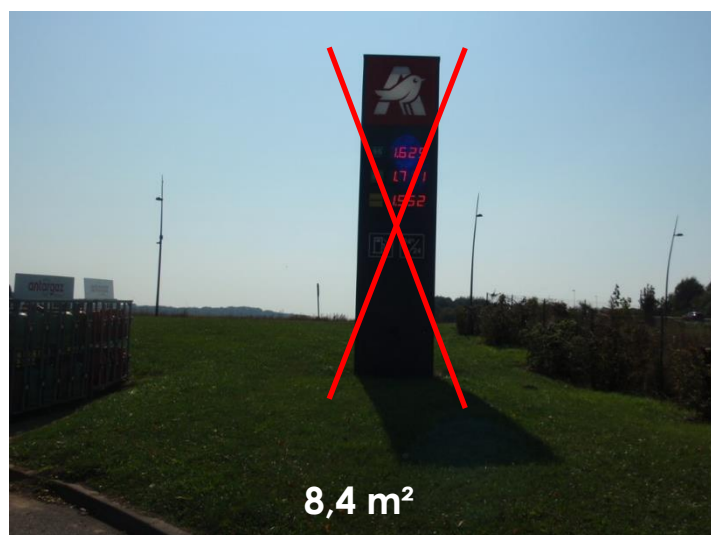


Nombreux dispositifs non conformes relevés

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## ENSEIGNES SCELLEES AU SOL

La surface maximum des enseignes scellées au sol est de 6 m<sup>2</sup> hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Les enseignes scellées au sol de plus de 1 m de large ne doivent pas dépasser 6,50 m de haut. (Article R.581-65 du Code de l'Environnement)



## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## ENSEIGNES SUR TOITURE

Les enseignes sur toiture doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond. Les enseignes sur toiture ne doivent pas excéder une hauteur de 3 m lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure à 15 m.

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 mètres carrés. (Article R.581-62 du Code de l'Environnement)



Une seule enseigne en toiture recensée sur l'ensemble du territoire de la CCVS.

## 1.3 LES NON CONFORMITES RELEVES

## ENSEIGNES ASSIMILABLES A DES PUBLICITES

Les enseignes sur façade en dehors de la partie commerciale de la devanture, notamment, sur des portions comportant les portes d'accès aux habitations des étages ou au niveau des étages sont interdites. Les enseignes sont en effet alors assimilables à des publicités interdites sur une façade d'habitation comportant des ouvertures.

Nombreux dispositifs non conformes



## 1. DIAGNOSTIC

### 1.4 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

Illustration des **dispositifs conformes** vis à vis du Code de l'Environnement **mais portant atteinte ou susceptible de porter atteinte à l'image des activités et du territoire de la CCVS.**

## 1.4 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

## ENSEIGNES SCELLEES AU SOL

## Dispositifs conformes



Enseigne scellée au sol peu esthétique dont le format contribue à masquer les perspectives paysagères.



Les enseignes scellées ou posées au sol de moins de 1 m<sup>2</sup> ne sont pas limitées en nombre.



## 1.4 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

## ENSEIGNES SUR CLOTURE NON AVEUGLE

## Dispositifs conformes



Les enseignes sur clôture non aveugle ont le même impact que les enseignes scellées au sol.



Les bâches, souvent mal tendues, contribuent à déprécier l'image de l'activité et/ou du bâtiment support.

## 1.4 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

## ENSEIGNES MASQUANT LES ELEMENTS D'ARCHITECTURE

## Dispositifs conformes



Caissons lumineux ancienne génération  
avec éclairage en saillie



Enseignes mal insérées sur la façade  
commerciale

## 1.4 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

## ENSEIGNES MASQUANT LES PERSPECTIVES PAYSAGERES

## Dispositifs conformes



Enseigne sur toiture potentiellement préjudiciable aux perspectives paysagères



Enseigne sur auvent sur concession d'occupation du domaine public préjudiciable aux perspectives paysagères urbaines

## 1.4 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

## ENSEIGNES NUMERIQUES DERRIERE VITRINE

## Dispositifs conformes



Les enseignes numériques derrière vitrine ne sont pas réglementées



Elles peuvent avoir un impact visuel fort

## 1.4 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

## PUBLICITES SUR FACADE EN TRAVERSEE D'AGGLOMERATION

## Dispositifs conformes



Publicités dégradant la qualité des perspectives paysagère dans la traversée urbaine

## 1. DIAGNOSTIC

## CONCLUSION

- **Le territoire de la CCVS est globalement peu touché par les excès de la publicité extérieure, à l'exception des communes Corbie, Fouilloy, Villers-Bretonneux et dans une moindre mesure, Daours.**
- **Les points noirs paysagers se situent au niveau des principales entrées de villes et des zones d'activités commerciales qui les bordent** du fait du surnombre et des formats des enseignes, des publicités et des préenseignes.
- Des **enseignes de centres villes de qualité inégale et parfois médiocre.**
- Des **enseignes scellées au sol** au niveau des zones d'activité hors ou en agglomération **portant atteinte aux perspectives urbaines et paysagères.**
- De la **publicité commerciale trop présente et parfois illégale, en particulier au niveau des entrées de ville y compris sur des supports de type mobilier urbain.**
- **Présence de signalétique normalisée mais souvent en surnombre et qui perd en efficacité. Dispositifs souvent qui plus est assimilables à des préenseignes illégaux.**
- **Les grands axes routiers hors agglomération sont bien préservés. On n'y trouve que de rares préenseignes non dérogoires.**
- A noter que le mobilier urbain en place support de publicité, n'est pas réglementaire car il ne respecte pas dans l'ensemble sa fonction accessoirement publicitaire.

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

- Grandes orientations
- Orientations publicités et préenseignes
- Orientations enseignes

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPi

## RAPPEL DES OBJECTIFS DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

**Le RLPi est un outil d'aménagement du territoire. La délibération de prescription du 22 juin 2023 définit les objectifs principaux suivants :**

- La préservation du cadre de vie et des paysages
  - Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie, les paysages et protéger le patrimoine naturel et bâti ;
  - Préserver et mettre en valeur l'environnement des paysages ruraux et urbains du territoire en prenant en compte les périmètres des monuments historiques, des sites protégés ;
  - Tenir compte de l'impact des dispositifs publicitaires sur la faune et réduire leur empreinte environnementale, en particulier leur consommation énergétique ;
- Favoriser l'attractivité économique, commerciale et touristique ;
  - Améliorer la lisibilité des dispositifs publicitaires notamment sur les secteurs entrés de ville, sur les principaux axes du territoire, sur les zones d'activités commerciales à enjeux, dans les zones à vocation résidentielle et dans les centres bourgs ;
  - Prendre en compte les nouveaux procédés et moyens technologiques utilisés en matière d'affichage publicitaire ;
- Permettre une réglementation plus souple et adaptée aux caractéristiques du territoire.



## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPi

## GRANDES ORIENTATIONS

- Renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes sur l'ensemble du territoire, avec un effort qualitatif supplémentaire dans les centres historiques compris dans le périmètre de protection aux abords des monuments historiques classés ou inscrits ;
- Appliquer l'interdiction généralisée de la publicité en secteur protégé ;
- Maitriser la présence de la publicité en limitant les surfaces et la densité en dehors des secteurs protégés ;
- Rationaliser et homogénéiser les préenseignes qui prendront la forme d'une signalisation d'information locale adaptée aux besoins des entreprises du territoire ;
- Limiter les supports numériques et les périodes d'éclairage des publicités et enseignes lumineuses.

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## GRANDES ORIENTATIONS

- **Quatre niveaux de prescriptions pour le futur RLPI :**

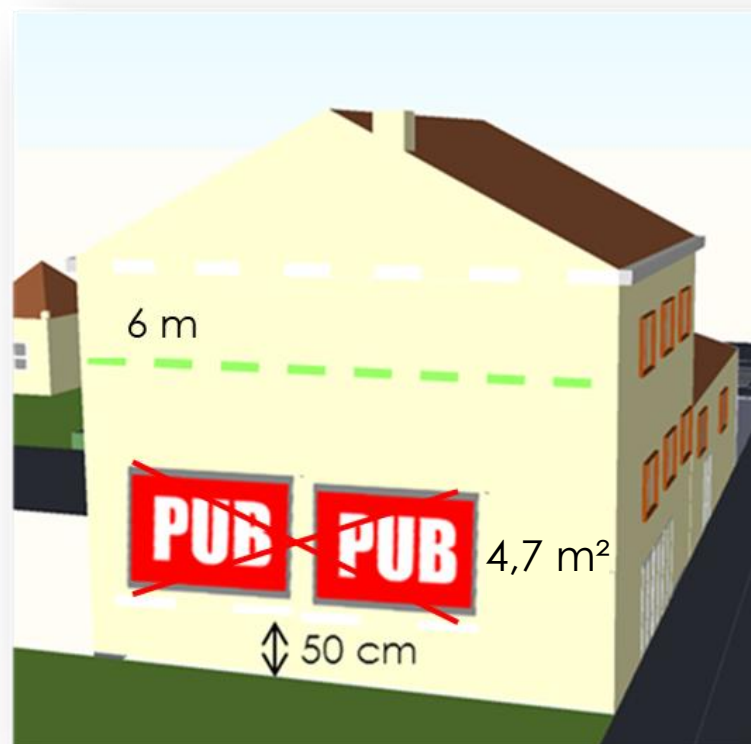
ZONE	DESCRIPTIF	GRANDES ORIENTATIONS
ZR1	<p><b>Centres historiques</b>            Cette zone concerne les centres anciens et leurs extensions de forte qualité architecturale et paysagère compris dans le périmètre de protection aux abords des monuments historiques .</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Pas de publicité ou préenseignes</b></li> <li>- <b>Prescriptions qualitatives pour les enseignes</b>, en cohérence avec la qualité architecturale des bâtiments supports.</li> </ul>
ZR2	<p><b>Habitations, équipements et activités isolées</b>            Cette zone concerne l'intégralité des secteurs agglomérés dont le bâti a une vocation principale d'habitat hors ZR1 et ZR3, les équipements culturels et sportifs et les bâtiments d'activité isolés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Publicités et préenseignes maîtrisées</b> dans les supports, les formats et la densité.</li> <li>- <b>Prescriptions qualitatives pour les enseignes</b> adaptées au type de bâtiment support.</li> </ul>
ZR3	<p><b>Activité en agglomération</b>            Cette zone regroupe les secteurs à forte vocation commerciale, de services et artisanale dont les bâtiments ont, en majorité, une architecture adaptée à ce type d'activités.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Publicités et préenseignes maîtrisées</b> dans les supports, les formats et la densité.</li> <li>- <b>Prescriptions qualitatives pour les enseignes</b> adaptées au type de bâtiment support.</li> </ul>
ZR 4	<p><b>Hors agglomération</b>            Zone comprenant des activités isolées ou en projet, ainsi que les secteurs naturels et ruraux.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Interdiction totale de la publicité.</b> Seules les préenseignes dérogatoires sont admises hors site classé.</li> <li>- <b>Prescriptions qualitatives pour les enseignes</b>, adaptées au type de bâtiment support.</li> </ul>

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPi

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS PUBLICITE

### ZR1 : Centres historiques (compris dans un secteur protégé) Pas de scénarios différenciés

- ✓ **Maintien de l'interdiction de la publicité** sur façade pour valoriser les centres-villes & villages



## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS PUBLICITE

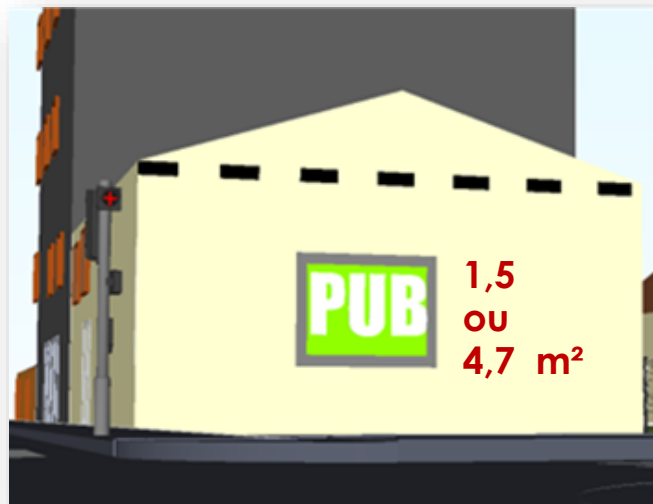
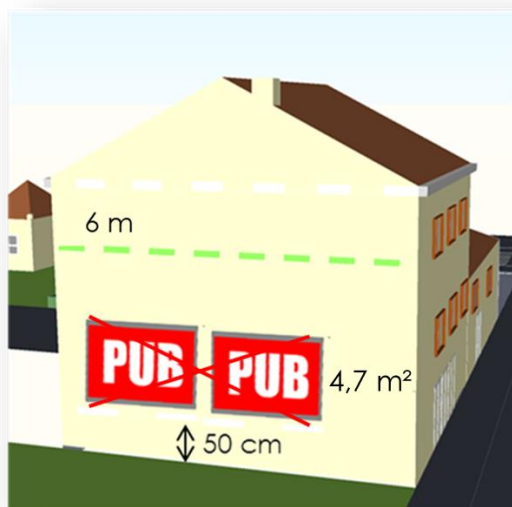
**ZR2 et ZR3 : Habitations, équipements, activités**

**Scénario 1 :** 1,5 m<sup>2</sup> maximum sur façade uniquement + densité

**Scénario 2 :** 1,5 m<sup>2</sup> (communes rurales) à 4,7 m<sup>2</sup> (Corbie, Fouilloy, Villers-Bretonneux, Daours) maximum sur façade uniquement + densité

**Scénario 3 :** 4,7 m<sup>2</sup> maximum (RN)

Justification : Il s'agit du meilleur moyen de protéger les entrées de villes, de préserver les perspectives paysagères et de favoriser la lisibilité des enseignes commerciales (moins de concurrence).



## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN

## Dispositions applicables au mobilier urbain

**Scénario 1 :** Publicité interdite toutes zones et tous supports

**Scénario 2 :** Publicité admise mais limitée à 2 m<sup>2</sup> en ZR2 et ZR3 et uniquement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives

**Scénario 3 :** Publicité admise mais limitée à 2 m<sup>2</sup> en ZR1, ZR2 et ZR3.



MUPI 2 m<sup>2</sup>



Abris voyageur 2 m<sup>2</sup>



colonne Morris



Mats porte affiche de  
1 m<sup>2</sup> maximum

**Remarque :**  
Les mats porte affiche sont réservés à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.  
Les colonnes Morris sont réservées à l'annonce de spectacles où de manifestations culturelles

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## ORIENTATIONS PUBLICITE NUMERIQUE

Maintien de l'interdiction de la publicité numérique dans toute les zones, conformément à la réglementation nationale.



Publicité numérique scellée au sol



Publicité numérique sur façade



Journal numérique  
d'information municipal  
**non publicitaire**

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS PREENSEIGNES

## Préenseignes scellées au sol (hors préenseignes dérogatoires)



Remplacer les préenseignes en agglomération par de la signalisation d'information locale (SIL) et une signalétique de zones.

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS PREENSEIGNES

## Préenseignes scellées au sol



**En alternative au tout préenseignes** dans les zones d'activité ou en centre-ville, mettre en place des **relais d'information service (RIS)**.



## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS PUBLICITE

Tableau comparatif synthétique des possibilités réglementaires d'affichage et des 3 différents scénarios proposés.

Publicités et préenseignes	Sites protégés	Régime général en agglomération	Scénario 1 & 2 ZR1	Scénario 3 ZR1	Scénario 1 ZR2 et ZR3	Scénario 2 ZR2 et ZR3	Scénario 3 ZR2 et ZR3
Scellée ou posée au sol	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Murale	Non	4,7 m <sup>2</sup>	Non	Non	1,5 m <sup>2</sup>	1,5 à 4,7 m <sup>2</sup>	4,7 m <sup>2</sup>
Sur mobilier urbain type MUPI et abris voyageurs	Non	2 m <sup>2</sup>	Non	2 m <sup>2</sup>	Non	Non	2 m <sup>2</sup>
Sur mobilier urbain type colonne Morris, mat porte affiche	Non	2 m <sup>2</sup>	Non	2 m <sup>2</sup>	Non	2 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>
Numérique	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non

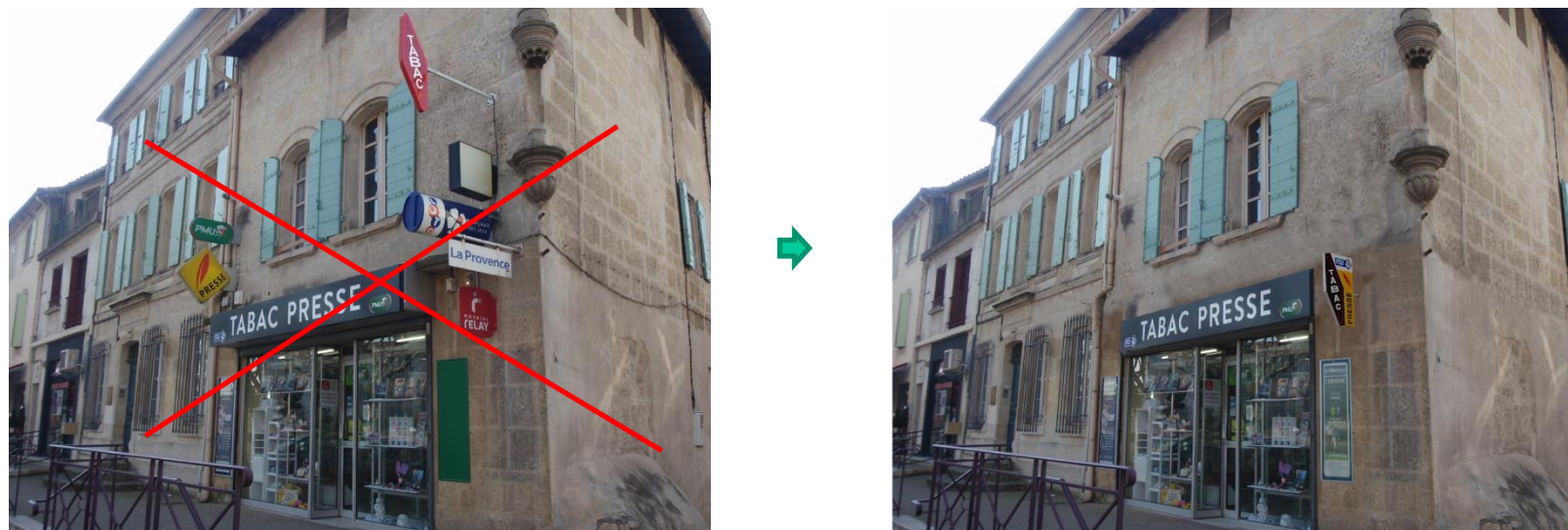
## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## ORIENTATIONS ENSEIGNES

### Enseignes



## Enseignes sur façade sur bâtiment d'habitation toutes zones



**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.

Prescriptions très qualitatives pour les enseignes en ZR1, en cohérence avec les recommandations des UDAP.

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS ENSEIGNES

## Enseignes sur façade sur bâtiment à vocation d'activité toutes zones



**Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales** en limitant la surface des enseignes sur façade tel que le prévoit la réglementation nationale post Grenelle (15 % de la surface de la façade)

**Options : pas de limitations en nombre ou limitation en nombre ?**

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS ENSEIGNES

## Enseignes scellées au sol



**Améliorer la lisibilité des activités** en limitant le nombre de dispositifs, comme le prévoit la réglementation nationale.

**A proscrire hors zone d'activité et réduire les formats et favoriser la qualité des dispositifs ?**

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS ENSEIGNES

## Enseignes scellées au sol



**Améliorer la lisibilité des activités** en limitant le nombre de dispositifs, comme le prévoit la réglementation nationale.

**Réduire les formats et favoriser la qualité des dispositifs en zone d'activité ?**

## Enseignes sur toiture



**Proscrire les enseignes sur toiture terrasse** au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants ?

## 2. ORIENTATIONS POUR LE RLPI

## SCENARIOS D'ORIENTATIONS ENSEIGNES

## Enseignes numériques



**A proscrire dans la CCVS saufs cas particuliers** (prix carburants, croix de pharmacie, derrière vitrine) ?





**COMITE TECHNIQUE 13-11-2024**

## **3. QUESTIONS DIVERSES**



**ALKHOS** ETUDE  
CONSEIL  
INGENIERIE  
DONNONS DU SENS A VOS PROJETS

Siège :  
69 Grande rue de la Coupée  
71850 CHARNAY-LES-MACON

Agence :  
37, rue de la Liberté 38600 FONTAINE

tel : 03.85.38.12.354  
mail : [contact@alkhos.fr](mailto:contact@alkhos.fr) –  
site web : [www.alkhos.fr](http://www.alkhos.fr)

Merci de votre attention !

NOVEMBRE 2024