

RLPi

de Saint-Dizier, Der & Blaise

Agglomération



RAPPORT DE PRESENTATION

Pièce

n°1

SOMMAIRE

1A-DIAGNOSTIC	3
Chapitre 1 : Préambule.....	4
I. Contexte législatif et réglementaire national.....	4
II. Zonage d'un Règlement Local de Publicité (RLP)	5
III. Pourquoi réaliser un RLP intercommunal sur le territoire de la CA Saint Dizier, Der & Blaise ?.....	5
IV. Contenu du RLPi	6
V. Les principaux dispositifs.....	6
Chapitre 2 : Contexte territorial	11
I. Position géographique du territoire et démographie	11
II. Paysage et patrimoine.....	12
III. Economie.....	17
IV. Réseau viaire	17
Chapitre 3 : Cadre règlementaire.....	19
I. Le seuil de population	19
II. Le périmètre d'agglomération	19
III. Les périmètres environnementaux et urbains spécifiques	21
Chapitre 4 : Diagnostic publicitaire du territoire.....	28
I. Méthodologie pour le recensement	28
II. Synthèse cartographique et statistique	29
III. Secteurs à enjeux.....	52
IV. Analyse géographique par pôles	57
V. Synthèse des enjeux et orientations.....	74
1B-ORIENTATIONS	76
Chapitre 1 : Rappel des objectifs d'élaboration du RLPi	77
Chapitre 2 : Les orientations	77
I. Synthèse des orientations.....	77
II. Déclinaison de chaque orientation	78
1C- JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS	83
I. Motifs de délimitation du zonage	84
II. Choix retenus pour la partie réglementaire	90

RLPi

de Saint-Dizier, Der& Blaise

Agglomération

1A-DIAGNOSTIC

A large, thick teal wave graphic that curves across the lower half of the page, starting from the left and ending on the right. It is decorated with several stylized leaves in green and red.

1A

Chapitre 1 : Préambule

I. Contexte législatif et réglementaire national

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000 et constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, cette dernière ayant fait l'objet de décrets d'application qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment les décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013).

Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012 et par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions.

Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires (cf. définition au chapitre 1/I/5.) sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Mise en conformité des dispositifs avec le RNP (décret du 30/01/2012 applicable depuis le 01/07/2012)

- Suppression des préenseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012
- Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012
- Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâche.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspect, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le Règlement National de Publicité (RNP) continue à s'appliquer.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) entre en vigueur dès sa publication. Toutes les nouvelles enseignes et publicités doivent donc être conformes aux dispositions du règlement.

Les dispositifs existants doivent être mis en conformité au nouveau RLP. Des délais de mise en conformité existent et sont différents pour les publicités et les enseignes :

- 6 ans pour les enseignes pré-existantes
- 2 ans pour les publicités et pré-enseignes pré-existantes

Les dispositifs existants non conformes à la réglementation en vigueur au moment de l'approbation du RLPi doivent se mettre en conformité sans délai.

II. Zonage d'un Règlement Local de Publicité (RLP)

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement** et le **Code de la Route**. Selon le secteur géographique (hors agglomération, ou « en agglomération » au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

III. Pourquoi réaliser un RLP intercommunal sur le territoire de la CA Saint Dizier, Der & Blaise ?

Il existe à l'heure actuelle un seul Règlement Local de Publicité sur le territoire, celui de Saint Dizier, approuvé en 2002. Ce document étant antérieur à la loi Grenelle II, valant engagement national pour l'environnement, il deviendra caduc en juillet 2022.

Afin de faire perdurer la réglementation locale de la publicité extérieure sur cette commune, la révision du RLP a été décidée.

La compétence en matière d'élaboration, de révision et de modification d'un Règlement local de publicité étant liée à la compétence en matière de Plan Local d'Urbanisme détenue par la communauté d'agglomération Saint Dizier, Der et Blaise, la révision du RLP de Saint Dizier a déclenché l'élaboration du RLPi sur l'ensemble du territoire. L'élaboration a ainsi été décidée par

délibération du conseil communautaire le 14 décembre 2018. Ce dernier doit permettre de doter l'ensemble des communes d'un document réglementant la publicité extérieure.

IV. Contenu du RLPi

Le Règlement Local de Publicité intercommunal se compose de trois documents :

- un **rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus ;
- un **règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone ;
- des **annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLPi et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites

V. Les principaux dispositifs

1. Types de dispositifs et définition

Le Règlement Local de Publicité intercommunal définit des zones dans lesquelles il réglemente les modalités d'implantation de 3 types de dispositifs :

- « Les enseignes »
- « Les publicités et pré-enseignes »

ENSEIGNES

PUBLICITÉ
PRÉ-ENSEIGNES

) Règles
identiques





Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



Enseignes sur l'agglomération

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



Pré-enseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.



Pré-enseignes sur l'agglomération

! Les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité

Préenseigne dérogatoire :

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.



Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



Publicités sur l'agglomération

Les publicités sont sur support papier éclairé ou non ou au format numérique.



Publicité non lumineuse



Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence



Publicité numérique

Dispositifs temporaires (enseignes ou pré-enseignes)

Tout dispositif :

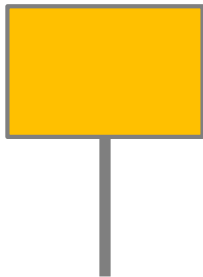
- signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- installé pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent :
 - des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente
 - la location ou la vente de fonds de commerce.



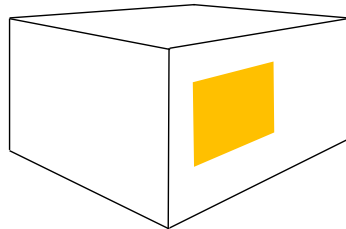
Dispositifs temporaires présents à Saint-Dizier

2. Typologies d'implantation

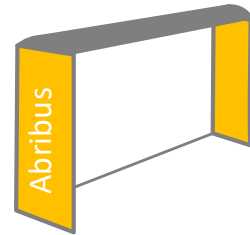
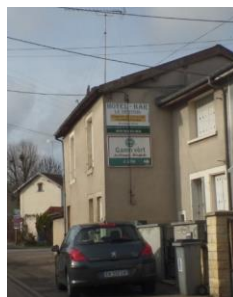
Les principaux dispositifs sont implantés de la manière suivante :



Publicité scellée au sol



Publicité murale



Publicité sur mobilier urbain
(située sur l'espace public, sur du mobilier type abribus, sucette,...)



Chapitre 2 : Contexte territorial

I. Position géographique du territoire et démographie

La Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise regroupe environ 60 000 habitants. Sa ville centre, Saint-Dizier, demeure, avec ses 25 000 habitants (42% des habitants de l'agglomération), la première ville de Haute-Marne.

Située au Nord de la Haute-Marne et en partie sur la Marne, à la confluence des ex Champagne-Ardenne et Lorraine, la Communauté d'agglomération se compose de 60 communes. Elle est située à un peu plus d'une heure de route des grands pôles urbains de Reims, Troyes ou Nancy.

Cette position géographique particulière confère à l'aire urbaine une influence interrégionale, rayonnant au-delà de ses limites administratives jusqu'aux pôles voisins de Vitry-le-François et Bar-le-Duc. L'Agglomération constitue ainsi le cœur d'un bassin de vie large de 2 000 km² et réunissant plus de 150 000 habitants. Elle se positionne à cette échelle comme premier pôle d'emploi mais également comme principal pôle commercial et de services du bassin.

Au sein de la communauté d'agglomération, sont identifiés quatre pôles d'attractivité : Montier-en-Der (La Porte du Der), Wassy, Éclaron-Braucourt-Sainte-Livière ainsi que le chapelet de communes le long de la Vallée de la Marne. Cependant ces pôles n'offrent qu'une attractivité très locale, le territoire restant fortement polarisé autour de Saint Dizier.



II. Paysage et patrimoine

Le patrimoine paysager du territoire témoigne des différentes activités agricoles qui se sont succédées au cours du temps et qui ont modelé le territoire. Bien que connaissant depuis plusieurs décennies des modifications structurelles non négligeables, le paysage agricole reste omniprésent sur le territoire. Les terres cultivées et d'élevages constituent la composante principale du territoire. Les conditions topographiques de plaine permettent aux exploitations agricoles d'occuper l'ensemble de l'espace disponible, hors milieux forestiers et urbains.

Le territoire fait face à une autre problématique, qui explique aujourd'hui une partie la diminution du foncier agricole : il s'agit de la fermeture des paysages. Ce terme fait référence au développement, naturel ou artificiel, d'espèces ligneuses, au dépend d'agroécosystèmes et de perceptions visuelles sur les alentours. Ce phénomène se traduit par une augmentation des superficies en friche puis, par la suite, des espaces boisés.

Une autre composante majeure du territoire est l'eau. La Marne, La Blaise, ainsi que de multiples rivières et canaux traversent la Communauté d'Agglomération. Associés au Lac du Der, ces cours d'eau structurent le paysage. Ils creusent des vallées créant ainsi une microtopographie locale. Ces reliefs permettent de dégager des cônes de vue particuliers, sensibles aux questions d'affichage publicitaire.

Vue sur le lac du Der depuis le pont de la D384 – Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière



Des effets de relief qui accentuent l'impact des publicités sur les paysages (av. Jean-Pierre Timbaud)



Des axes perspectifs et perspectives urbaines depuis les ponts



Le paysage agraire et de cours d'eau est complété par un patrimoine bâti remarquable. Le territoire compte en effet de nombreux monuments historiques, dont leurs abords sont protégés, ainsi que des sites classés et inscrits.

La communauté d'agglomération de Saint Dizier, Der & Blaise est en effet concernée par :

Monuments historiques	<p>53 monuments historiques au sein la Communauté d'Agglomération de Saint Dizier.</p> <p>Ambrières</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise Assomption (Classée) • Ruines de l'ancienne Abbaye de Haute Fontaine (Inscrites) <p>Bayard-sur-Marne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise de la Conversion de St-Paul (Inscrite) <p>Ceffonds</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maison en pans de bois en face de l'église (Inscrite) • Eglise Saint-Rémi (Classée) • Maison du XVème siècle (Inscrite) • Croix du cimetière (Classée) <p>Cheminon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise Saint Nicolas (Classée) <p>Curel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Croix du Carrefour du XVème siècle (Classée) <p>Domblain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise Saint-Bénigne (Classée) <p>Dommartin-le-Franc</p> <ul style="list-style-type: none"> • Halle de coulée et haut-fourneau, moulin, halle (Inscrits) <p>Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise Saint-Laurent d'Eclaron (Classée) • Eglise de la Vierge (Classée) • Parc de la maison de M. de Torcy <p>Eurville-Bienville</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orangerie dans le parc du château (Inscrite) • Château de Bienville (Inscrite) <p>Fontaines-sur-Marne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Restes d'un aqueduc romain (Classé) • Menhir « de la Haute Borne » (Classé) <p>Humbécourt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise St-Martin : chœur et transept (Inscrite)
------------------------------	---

<p>La Porte du Der</p> <ul style="list-style-type: none">• Eglise (Inscrite)• Jardin de la propriété Japiot (Partiellement inscrit)• Eglise de la Vierge (Classée)• Dépôt d'étalons (Partiellement inscrit) <p>Maurupt-le-Montois</p> <ul style="list-style-type: none">• Eglise Assomption (Classée) <p>Moëslains</p> <ul style="list-style-type: none">• Chapelle Saint-Aubain (Classée) <p>Osne-le-Val</p> <ul style="list-style-type: none">• Fonderie Osne-le-Val (Inscrite) <p>Perthes</p> <ul style="list-style-type: none">• Eglise de la Nativité (Classée) <p>Planrupt</p> <ul style="list-style-type: none">• Eglise (Inscrite) <p>Rives Dervoises</p> <ul style="list-style-type: none">• Eglise• Eglise de la Vierge en sa conception (Classée)• Croix de cimetière, avec Vierge de Pitié (Classée)• Eglise Sainte-Marie (Inscrite)• Croix du cimetière du XVème siècle (Classée)• Eglise Saint Martin (Classée) <p>Saint-Dizier</p> <ul style="list-style-type: none">• Eglise de la Noue (Inscrite)• Eglise Notre Dame (Inscrite)• Façade et toit du 31 rue Emile Giros (Inscrits)• Maison du Petit Paris (Inscrite)• Maison en pans de bois rue Cartel (Classée)• Maison Mougeot au 19 rue Vallée de la Marne (Inscrite)• Vestiges de l'église d'Hoericourt (Inscrite)• Théâtre municipal (Inscrit)• Chapelle monastère des Dames de l'As (Inscrite)• Vestiges du Château et de son enceinte (Inscrits)• Eglise de Gigny : Portail (Inscrit) <p>Saint-Vrain</p> <ul style="list-style-type: none">• Eglise Saint Vrain (Inscrite) <p>Sommevoire</p> <ul style="list-style-type: none">• Eglise Saint-Pierre (Inscrite)• Eglise Notre-Dame (Classée)• Echauguette : rue de la Croix (Inscrite)

	<p>Trois-Fontaines-l'Abbaye</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ancienne Abbaye Eglise Bâtiments (Classée) <p>Villiers-en-Lieu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eglise Saint-Rémi (Inscrite) <p>Voillecomte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tour de l'église (Classé) <p>Wassy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tour du Dôme (Inscrite) • Croix de la Perrière, rue Mauljean (Classée) • Eglise Notre-Dame (Classée)
<p>Sites classés / inscrits</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marronniers situés à l'entrée du cimetière à Ambrières (classés) • Colline boisée du Chatelet (partie) et vestiges de l'ancienne ville de Gourzon à Bayard-sur-Marne (classé) • Cotes Noires et boucles de la Marne à Laneuville-au-Pont, Moeslains et Saint-Dizier (inscrit) • Cimetière ancien à Maurupt-le-Montois (classé) • Place de l'Abbaye et ses abords à Trois-Fontaines-l'abbaye (classé) • Marronnier situé sur la place publique à Vouillers (inscrit)
<p>Sites de nature</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zone d'intérêt international des Etangs de la Champagne humide classés par la convention de Ramsar n°FR7200004 • Zones Natura 2000 (ZSC et ZPS) • ZNIEFF de type I et II



A ce patrimoine remarquable et protégé s'ajoute également du patrimoine plus commun, mais qui participe d'autant à l'identité visuelle du territoire. Maisons à pans de bois, maisons rurales, places de villages, églises viennent enrichir le patrimoine et le paysage de l'agglomération, que ce soit dans leur architecture générale ou dans leurs détails (modénatures, menuiseries, boiseries, ...).

Ce patrimoine fragile doit être également préservé, du fait de son importance historique, culturelle et son lien fort avec l'identité paysagère du territoire.

III. Economie

L'agglomération dispose d'un tissu économique dynamique et varié, avec un total de **1898 établissements sur l'unité urbaine de Saint Dizier** en 2016.

DEN T5 - Nombre d'établissements par secteur d'activité au 31 décembre 2016

	Nombre	%
Ensemble	1 898	100,0
Industrie	183	9,6
Construction	154	8,1
Commerce, transport, hébergement et restauration	758	39,9
Services aux entreprises	373	19,7
Services aux particuliers	430	22,7

Champ : activités marchandes hors agriculture.

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements (Sirene) en géographie au 01/01/2017.

Une dizaine de zones d'activités accueillent ces entreprises sur l'ensemble du territoire de l'agglomération. Les principales zones se trouvent autour des pôles de Saint Dizier et Wassy.

Le tissu commercial de Saint-Dizier se concentre sur son centre-ville et deux zones commerciales :

- La zone du Chêne Saint-Amand au Sud-Est
- La zone du Val d'Ornel au Nord, s'étendant également sur la commune de Bettancourt-la-Ferrée (commune de moins de 10 000 habitants)

IV. Réseau viaire

Le territoire de Saint Dizier, Der & Blaise est traversé par d'importantes infrastructures de transport : voie ferrée, routes nationales (N4 et N67) et réseau de départementales organisé en étoile autour de Saint Dizier (D384 et D635).

Ces axes structurants sont des vecteurs d'identité du territoire, mais ce sont aussi des espaces privilégiés pour l'expression publicitaire.

L'affichage publicitaire non maîtrisé constitue un facteur de dégradation de la qualité paysagère des axes de traversée du territoire. Hors agglomération, l'interdiction de la publicité et des pré-enseignes limite leur pollution visuelle, mais des dispositifs illégaux demeurent en nombre.

Exemple de pré-enseignes sur Saint-Dizier



A Saint-Dizier, c'est essentiellement dans l'agglomération, au niveau des entrées de ville et des principaux carrefours qu'un véritable enjeu se dessine et ce principalement sur les pénétrantes du cœur d'agglomération.

Au sein des plus petites communes, les entrées de villes sont relativement préservées, bien que quelques affichages muraux soient présents juste après certains panneaux d'agglomération. Ce sont alors plutôt des publicités de petit format et hors agglomération que l'on retrouve.

Chapitre 3 : Cadre réglementaire

Au regard de la réglementation en vigueur, l'agglomération est soumise aux dispositions relatives :

1. au seuil de population des communes
2. à la notion d'agglomération/hors agglomération.
3. aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques
4. aux abords des autoroutes, voies express et déviations

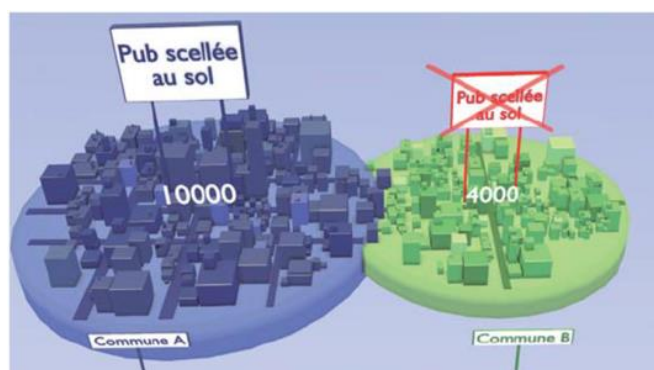
I. Le seuil de population

La réglementation en matière de publicité est fixée selon un seuil de population fixée à 10 000 habitants.

Les communes de plus de 10 000 habitants sont ainsi soumises à une réglementation moins stricte que pour les autres communes.

Sur l'agglomération, seule la commune de Saint Dizier compte plus de 10 000 habitants (25 666 habitants en 2016 – source INSEE). Le territoire est donc à considérer de façon hétérogène par rapport à la réglementation en vigueur sur la publicité extérieure.

Saint-Dizier pourra ainsi accueillir des panneaux publicitaires scellés au sol à l'intérieur de son tissu urbain, alors que les autres communes ne le pourront pas (cf schéma ci-dessous).



Extrait du guide de la réglementation de la publicité extérieure

II. Le périmètre d'agglomération

1.1. Définition de la notion d'agglomération

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse ou le borde ».

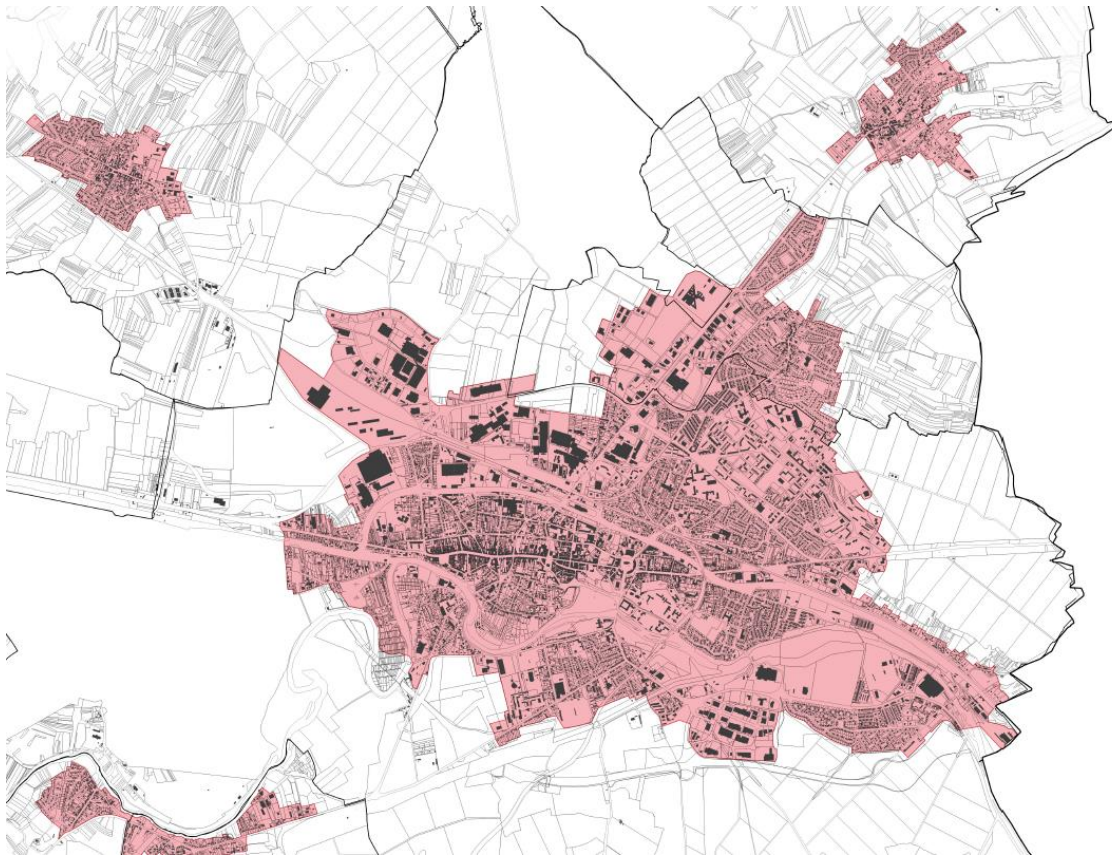
Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

La carte des limites d'agglomération constitue une annexe obligatoire du RLPi.



publicités et pré-enseignes interdites
(sauf pré-enseignes dérogatoires)

Extrait du guide de la réglementation de la publicité extérieure



Extrait des limites d'agglomération sur le pôle de Saint-Dizier

163 dispositifs sont « hors agglomération » soit 28% des dispositifs recensés.

La grande majorité de ces dispositifs n'entrent pas dans la catégorie des pré-enseignes dérogatoires. Ils sont donc illégaux.



Commune de Saint Dizier



Commune de Chancenay

Exemple de publicités situées « hors agglomération »

III. Les périmètres environnementaux et urbains spécifiques

Certains secteurs sensibles font l'objet de mesure de protection vis-à-vis des dispositifs publicitaires.

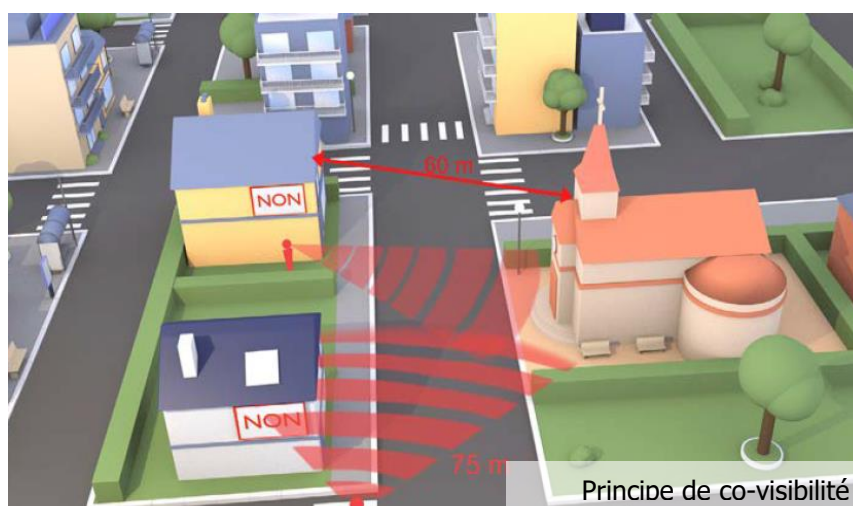
Le Règlement Local de Publicité intercommunal doit ainsi respecter les « **Interdictions absolues** » :

- sur les MH (classés et inscrits)
- sur les monuments naturels et dans les sites classés
- sur un immeuble protégé par arrêté du maire compte tenu de son caractère esthétique, historique ou pittoresque
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles
- sur les arbres

Il peut déroger à la réglementation nationale, de manière exceptionnelle et sur la base d'un argumentaire dans le cadre des « **Interdictions relatives** » suivantes :

- aux abords des monuments historiques
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé)
- dans les PNR
- dans les sites inscrits
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 sur arrêté du Maire après avis du Conseil Municipal et de la CDNPS
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
- dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (= Natura 2000)

Il est à noter que la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible depuis le monument historique ou visible en même temps que lui et situé dans le périmètre de protection. Il convient de distinguer le critère de visibilité directe : vue depuis la publicité vers le Monument Historique et réciproquement, de celui de co-visibilité qui induit l'observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le Monument et le dispositif publicitaire.



La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine élargit le périmètre d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d'un rayon initial de 100m à la totalité du Périmètre Délimité des Abords (PDA), qu'il s'agisse d'un périmètre de protection de monument historique de 500m classique ou d'un périmètre de protection modifié. La notion de co-visibilité s'apprécie donc sur un périmètre plus large que précédemment.

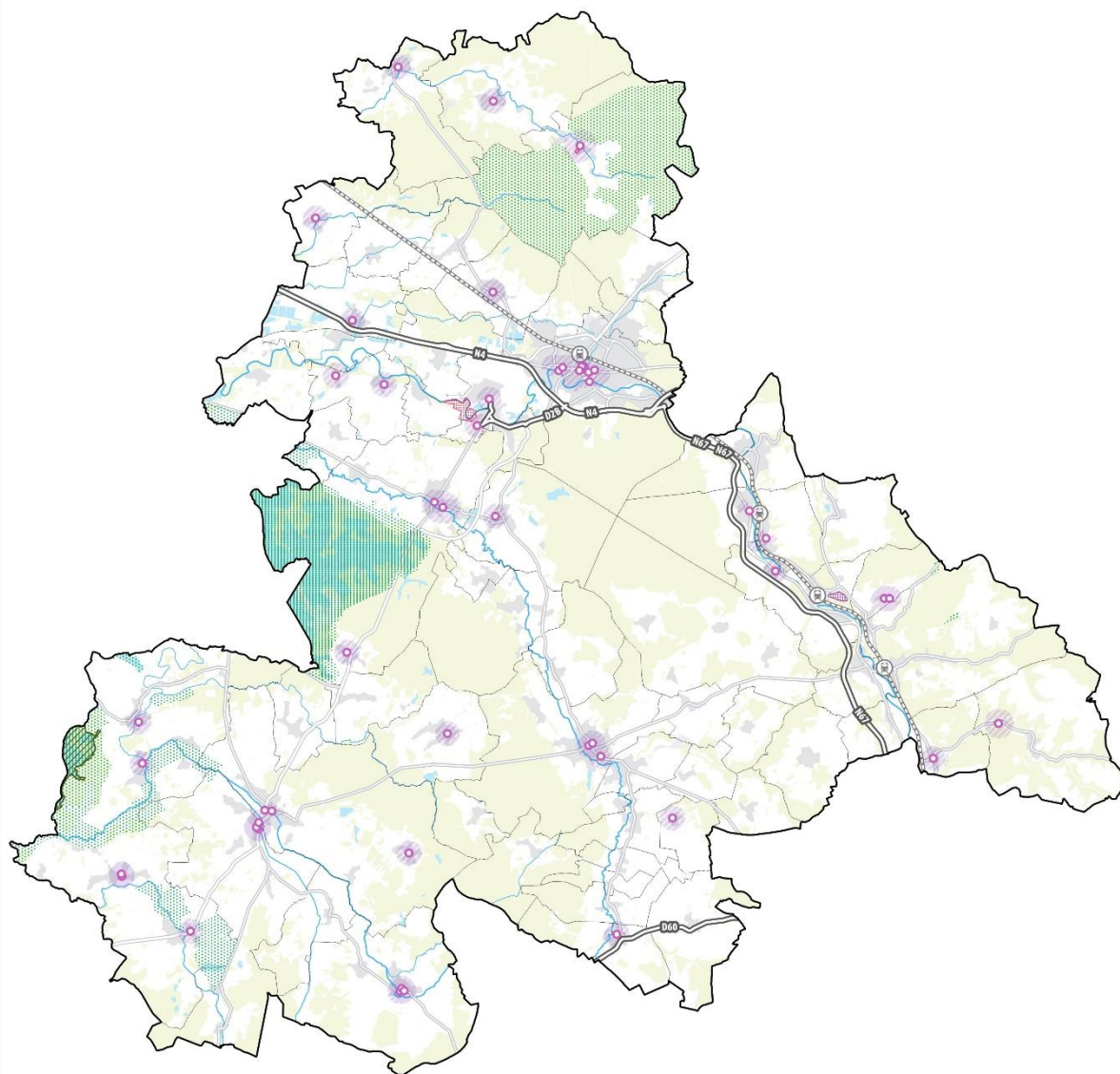
Le territoire de la CA de Saint-Dizier Der & Blaise est concerné par :

- **Les abords des 53 monuments historiques du territoire. Plusieurs d'entre eux sont en cours de modification et deviendront « Périmètres délimités des abords » - PDA.** Le zonage du RLPi tient compte des travaux préalables à la définition des nouveaux PDA par l'architecte des Bâtiments de France.
- **Les sites inscrits et classés**
- **Les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (= Natura 2000)**



Périmètres urbains et environnementaux de protection

RPLI de la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier Der &



0 2 km

Réalisation : EVEN CONSEIL - Avril 2022
Sources : IGN, Atlas des Patrimoines, INPN, Syndicat mixte du Nord Haute-Marne, PAC - Elaboration du SCoT du Nord Haute-Marne 2018



Interdictions absolues

- Sur les monuments historiques (classés ou inscrits)
- Dans les sites classés
- Dans la Réserve Naturelle Nationale de l'Étang de la Horre

Interdictions relatives

- Aux abords des monuments historiques : périmètre de protection des monuments historiques
- Dans les sites inscrits
- Zones de protection Natura 2000

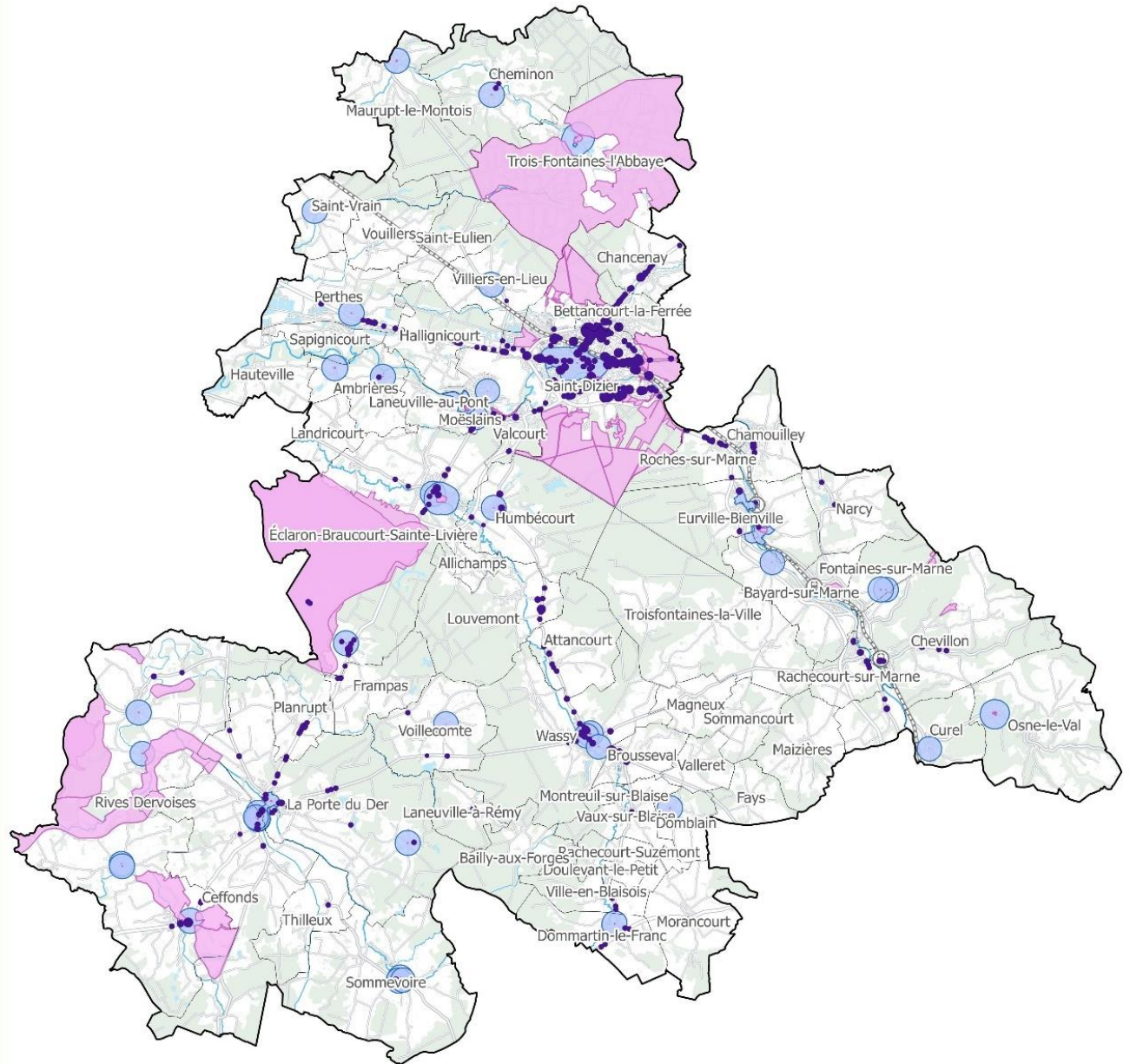
Voies express, déviations, et autoroutes

- Voies express



Périmètres d'interdiction

RPLi de la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier Der



0 2 km

Sources : IGN, Atlas des Patrimoines, INPN, Syndicat mixte du Nord Haute-Marne, PAC - Elaboration du SCoT du Nord Haute-Marne 2018

Réalisation : EVEN CONSEIL - Mars 2019



- Interdiction absolue
- Interdiction relative

123 dispositifs sont situés dans les périmètres de protection soit 21% des dispositifs recensés.



Saint Dizier – Co-visibilité entre mobilier urbain et anciens remparts

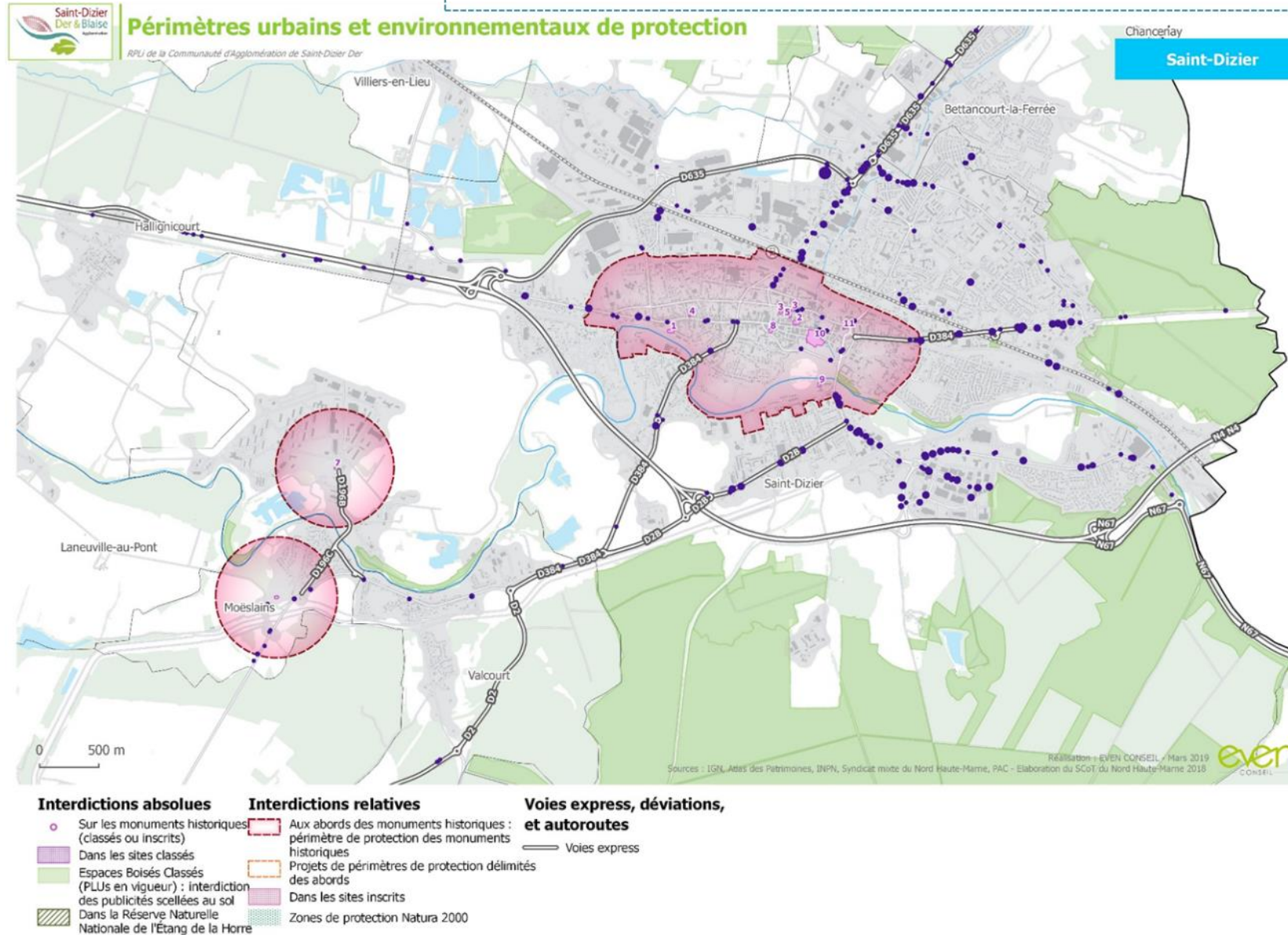


Wassy – Co-visibilité avec l'église Notre-Dame



Cheminon – Co-visibilité avec l'église Saint Nicolas

Les dispositifs présents dans les périmètres MH sont généralement de petits formats
Sur mobilier urbain à Saint Dizier et muraux dans les autres communes





Fort impact dans les bourgs patrimoniaux (murs en pierres, petit patrimoine) - Brousseval

1. Les abords des autoroutes, voies express, déviations

Les voies suivantes sont protégées de la publicité :

- les N4 et N67
- les D384, D400, D2B et D635 sur les portions où elles sont classées voies à grande circulation,.

En effet, le code de l'environnement indique :

Les publicités scellées au sol sont interdites « si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération » (Art. R.581-31, alinéa 2).

Le Code de la Route précise : « En agglomération, la publicité, les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d'une autoroute ou route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Hors agglomération [...] sur une largeur de 200m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée » (Art.R.418-7).

Chapitre 4 : Diagnostic publicitaire du territoire

I. Méthodologie pour le recensement

Un recensement détaillé et précis de l'ensemble des publicités et pré-enseignes présentes sur le territoire intercommunal a été réalisé par le prestataire SOGEFI en janvier 2019. Ce travail a été mené par vidéo-immersive, en parcourant la quasi-totalité des axes principaux du territoire. Une base de données de l'ensemble des dispositifs de publicité et pré-enseigne a été réalisée (photographie et geo-référencement), pour analyser les conformités au regard de la RNP et du RLP en vigueur sur Saint Dizier. Pour chaque dispositif repéré, un certain nombre de caractéristiques utiles ont été renseignées :

Extrait de la base de données :

Dispositif publicitaire



× Dispositif publicitaire



MEDIA LINE

📍 38 B Avenue Edgard Pisani 52100 SAINT-DIZIER

📍 Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

📦 Type de pose : parallèle (murale apposée sur le bâtiment)

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface **utile** = 4,00 m x 3,00 m x 1 face = **12,00 m²**

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain
 lettre sans fond mur ou égout toit dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 5,00 m

Déport du bord de la voirie : 0,00 m

Saillie de la façade : 0,00 m

Surface **totale** = 4,20 m x 3,20 m = **13,44 m²**

EXTERION MEDIA FRANCE SA

📍 1 Avenue Roger Salengro 52100 SAINT-DIZIER

📍 Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

📦 Type de pose : scellée au sol sur terrain

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface **utile** = 4,00 m x 3,00 m x 2 faces = **24,00 m²**

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain
 lettre sans fond mur ou égout toit dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 5,00 m

Déport du bord de la voirie : 0,00 m

Saillie de la façade : 0,00 m

Surface **totale** = 4,20 m x 3,20 m = **13,44 m²**

Ce recensement sert de base au travail statistique et cartographique intégré dans le présent diagnostic (cf chapitre suivant « synthèse cartographique et statistique »). L'analyse des enseignes se base, quant à elle, sur un reportage photographique réalisé par EVEN Conseil sur les différents secteurs à enjeux du territoire.

II. Synthèse cartographique et statistique

L'objectif de ce recensement est d'identifier :

- dans un premier temps, les dispositifs actuellement non conformes avec la réglementation nationale en vue de les faire enlever ou évoluer ;
- dans un second temps les enjeux du territoire à partir des dispositifs conformes pour identifier les critères actuels de conformité de la réglementation. Sur cette base, la Communauté d'Agglomération pourra se positionner sur un assouplissement ou durcissement des modalités et conditions d'implantation des dispositifs.

1.1. Nature et implantation

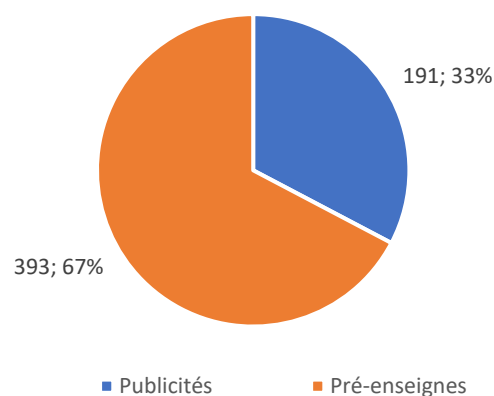
Sur l'ensemble de la Communauté d'Agglomération, un total de 584 dispositifs a été analysé : 393 pré-enseignes et 191 publicités.

Pour rappel, les publicités et pré-enseignes sont soumises à la même réglementation.

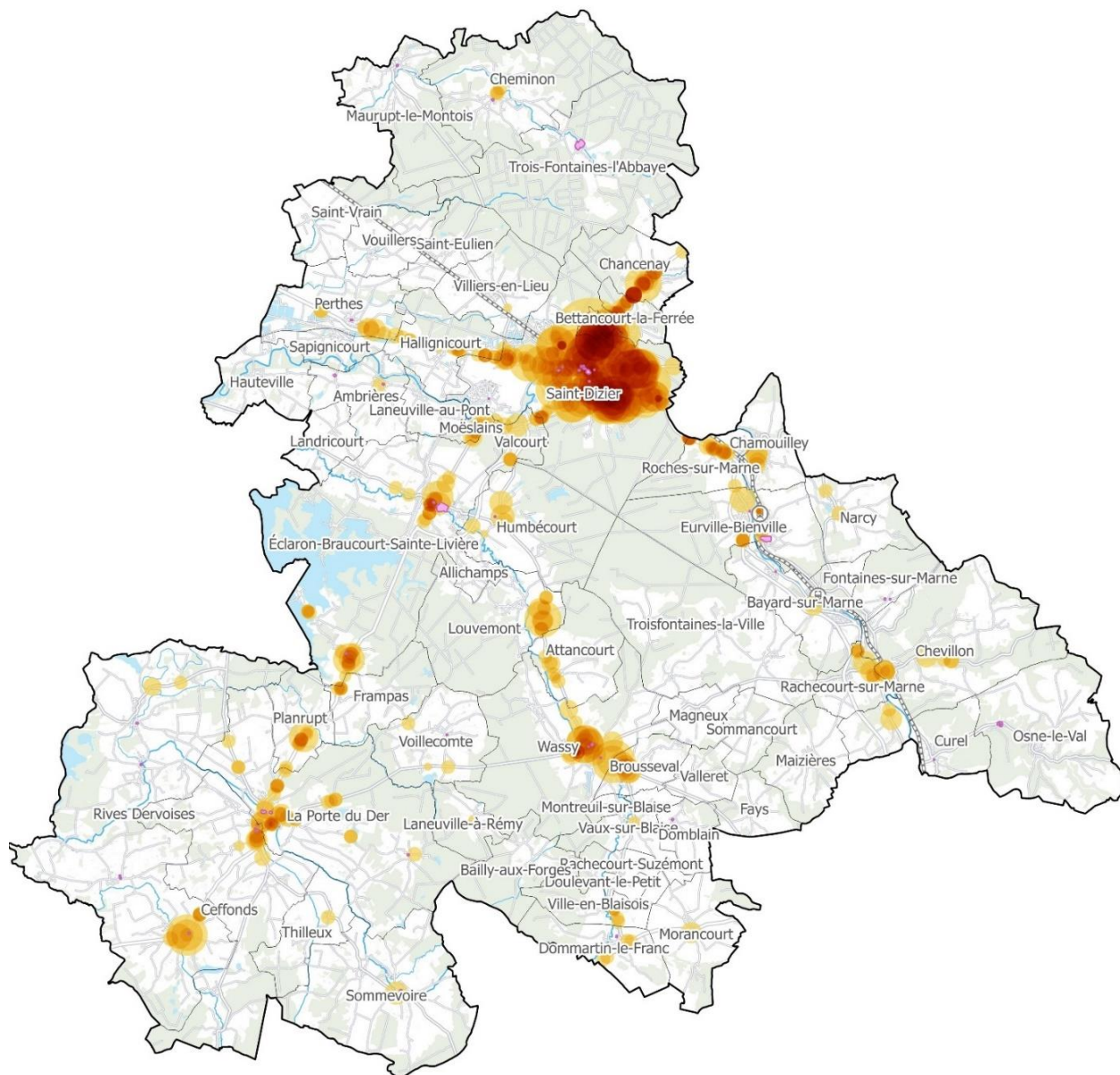
Les publicités et pré-enseignes sont, d'une manière générale, présentes le long des principaux axes du territoire, au niveau des carrefours de voies et giratoires, et aux abords des zones d'activités.

40 % des supports sont situés sur la commune de Saint Dizier.

Types de dispositifs publicitaires



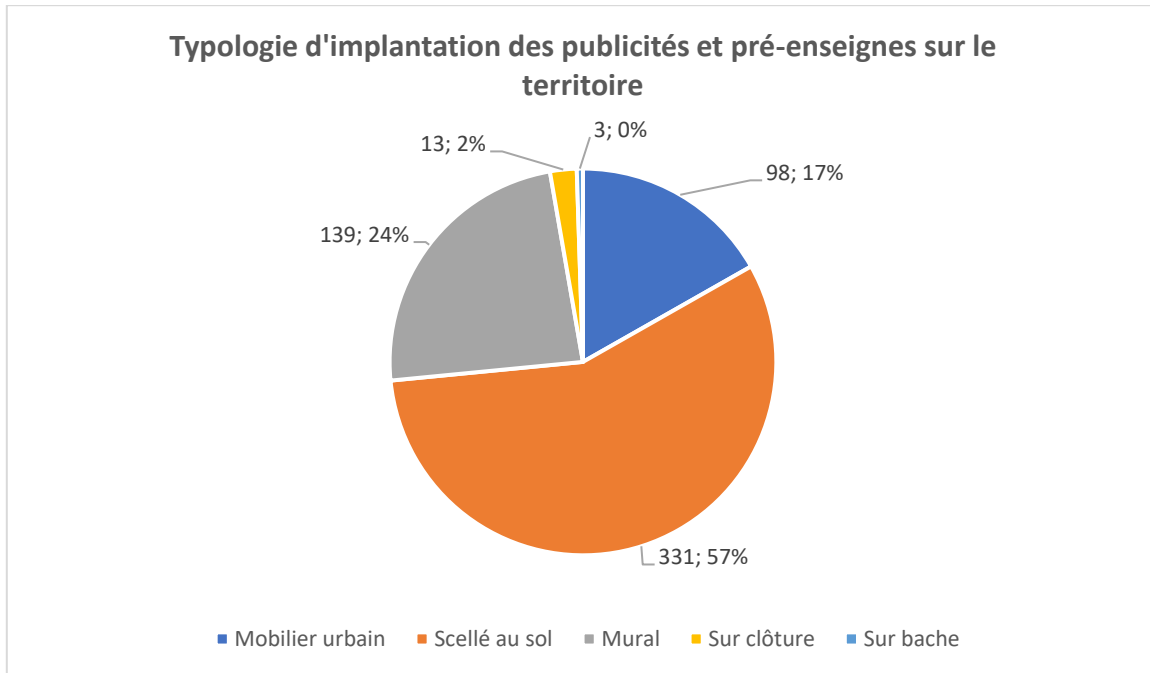
Localisation des 584 dispositifs recensés (publicité et préenseignes) – Formats et densité.



Le principal mode d'implantation des publicités et pré-enseignes est le **dispositif scellé au sol**. Au total, 374 publicités sont scellées au sol, dont 213 dans les communes de moins de 10 000 habitants bien que cette typologie soit interdite, soit 36% de dispositifs non-conformes.

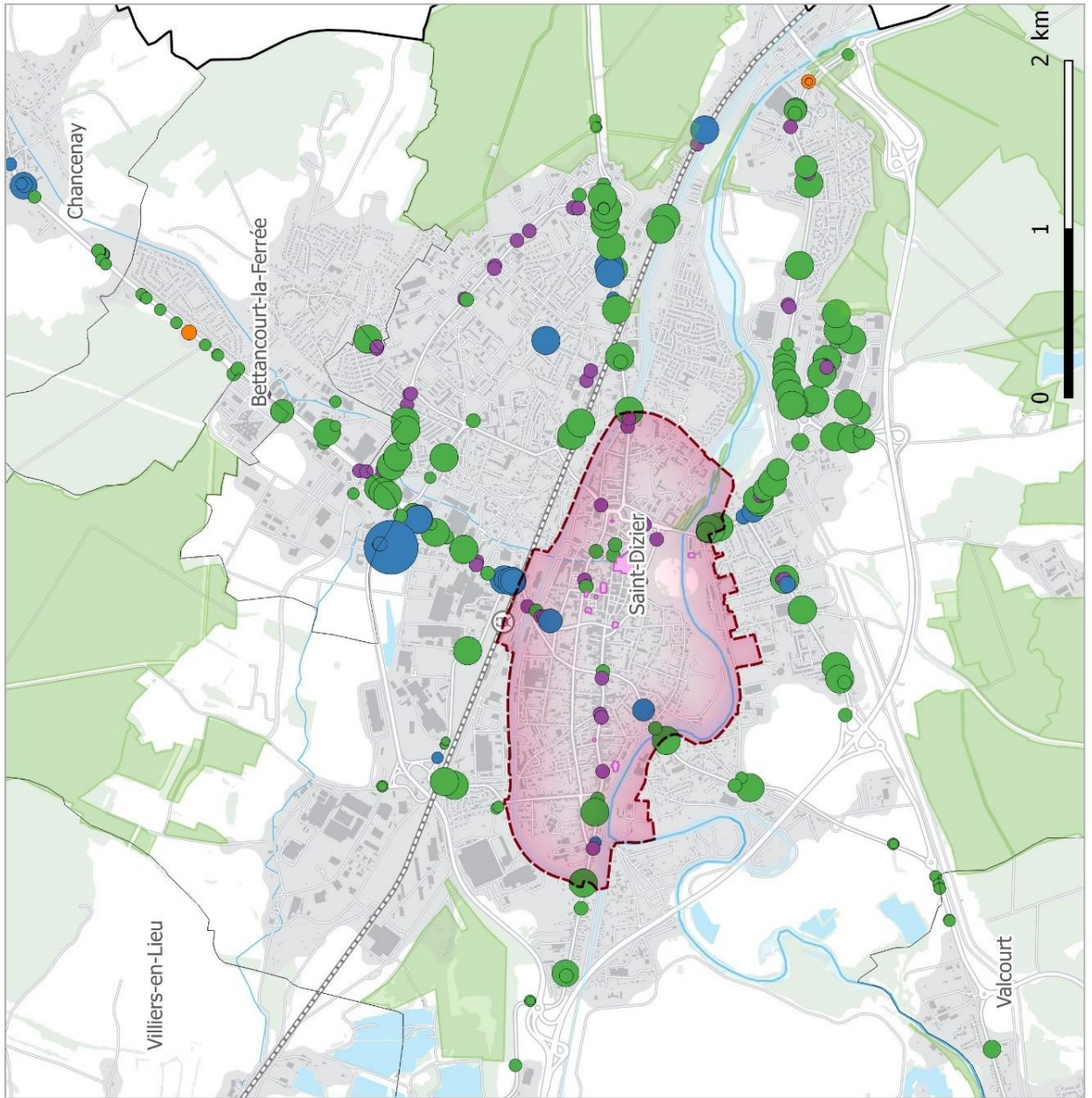
Vient ensuite la **typologie murale**, qui représente **24% des modes d'implantation** des publicités et pré-enseignes.

Enfin, l'implantation des publicités sur mobilier urbain représente 18% des modes d'implantation.





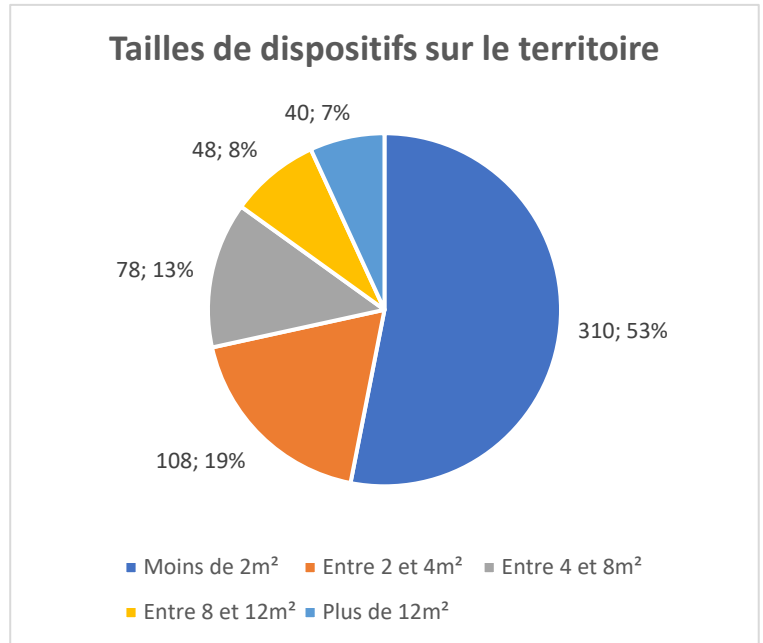
IMPLANTATION DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SUR LA COMMUNE DE SAINT DIZIER



1.2. Dimensions

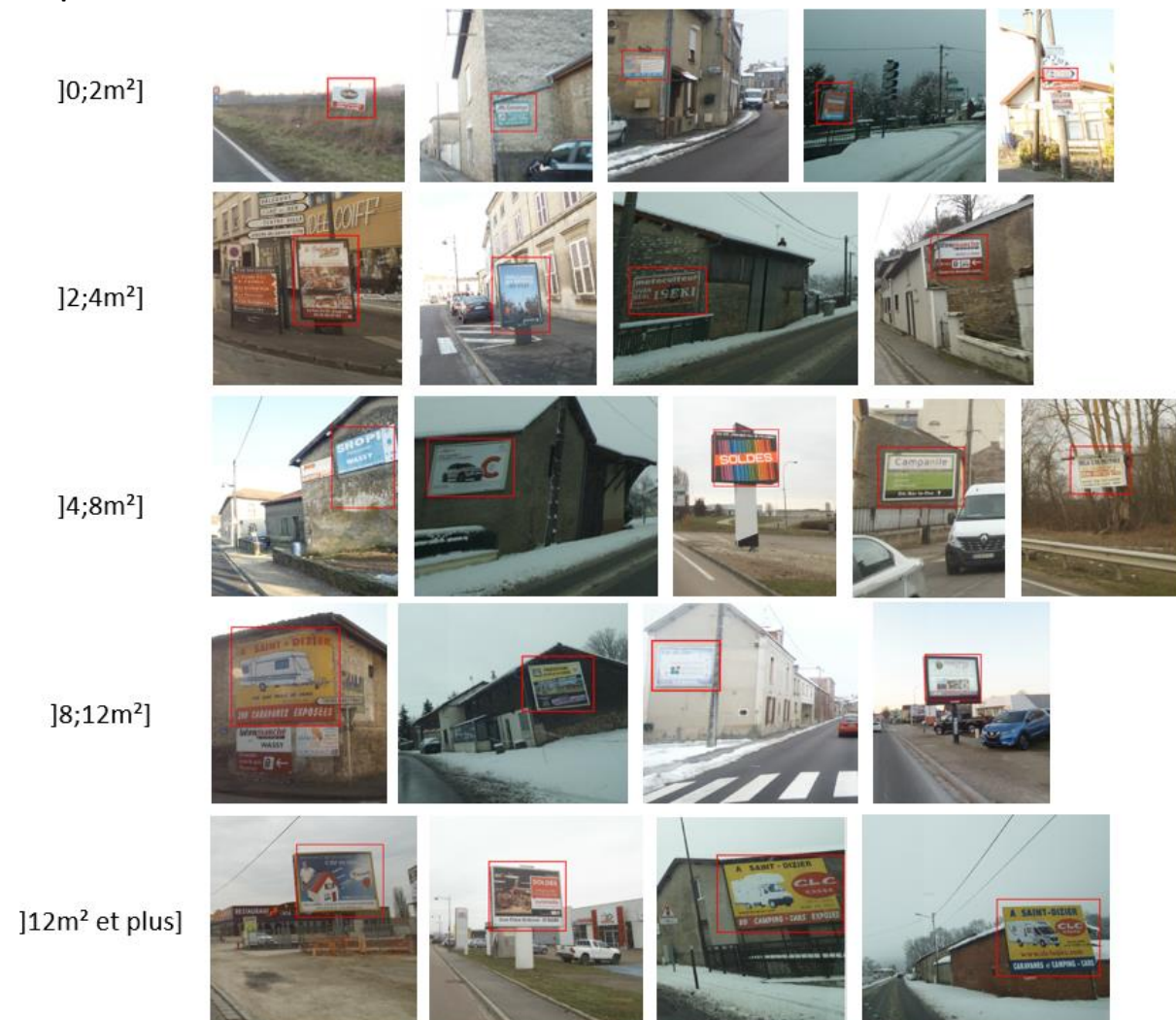
Sur un total de **584 dispositifs** analysés :

- 53% font moins de 2m²,
- 19% des dispositifs font entre 2 et 4m²
- 13% des dispositifs font entre 4 et 8m²
- 8% des dispositifs font entre 8 et 12m²
- **7%, soit 40 dispositifs font plus de 12m² et sont donc non conformes à la réglementation nationale.**

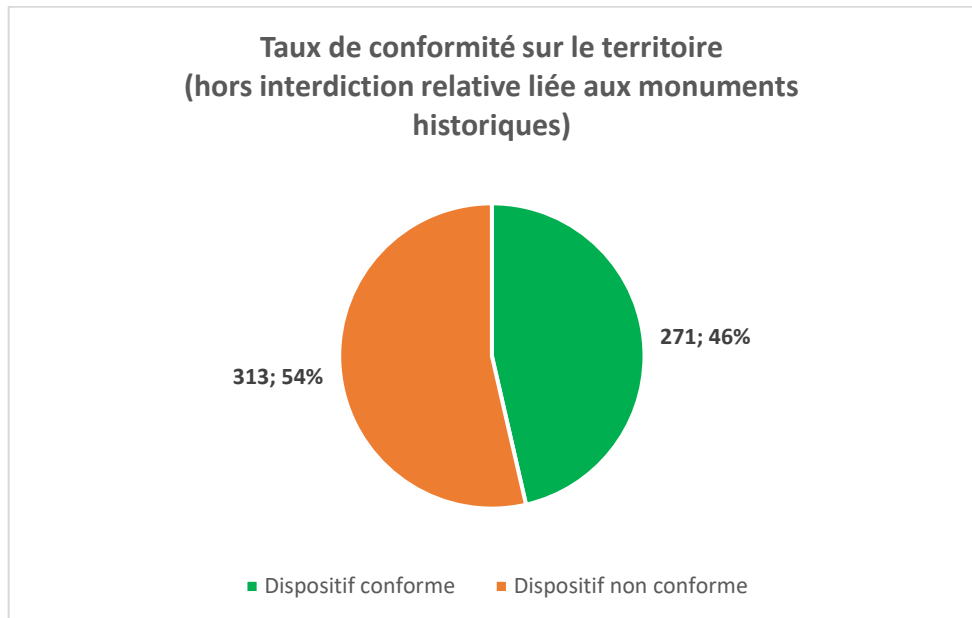
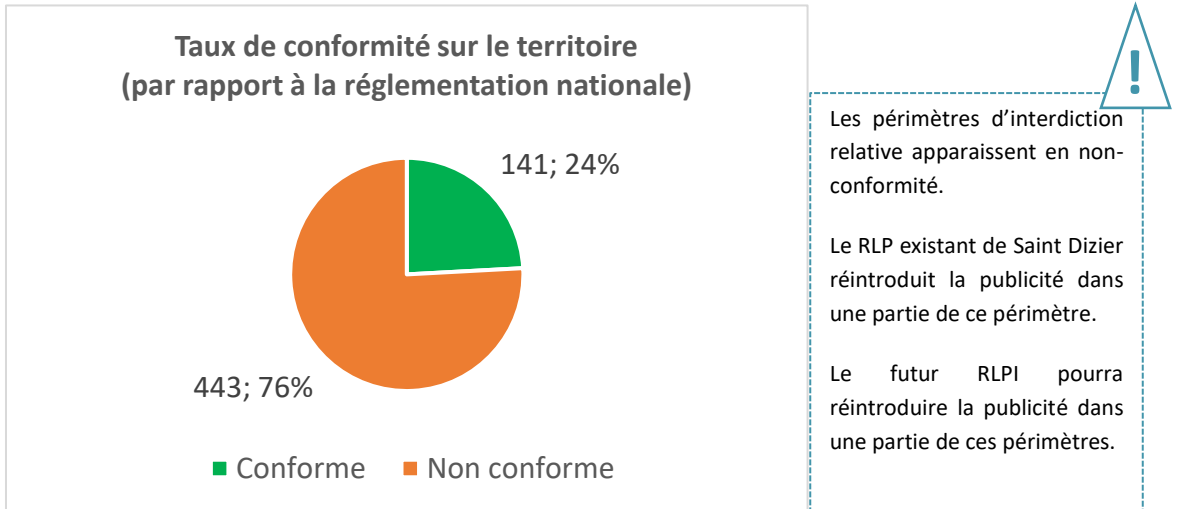


La plupart des dispositifs de très grand format sont localisés sur la commune de Saint Dizier (seule commune de plus de 10 000 habitants), mais aussi en mural dans d'autres communes (Louvemont, Wassy/Brousseval, ...).

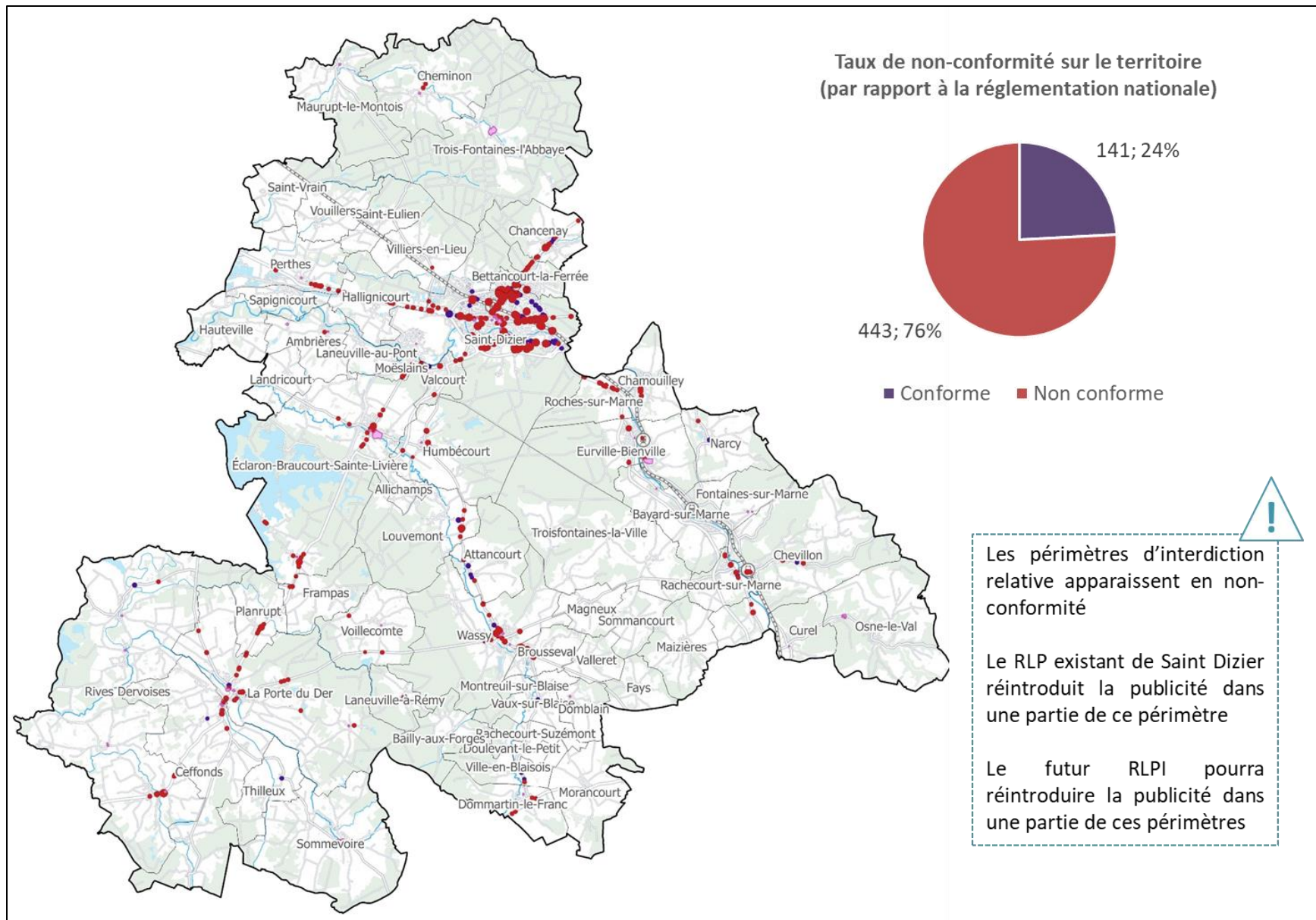
Le dépassement de format est dû à la taille de l'affiche qui est en 4x3, or les seuils de la réglementation nationale de 2012 (actuellement en vigueur) sont désormais « encadrement compris ».

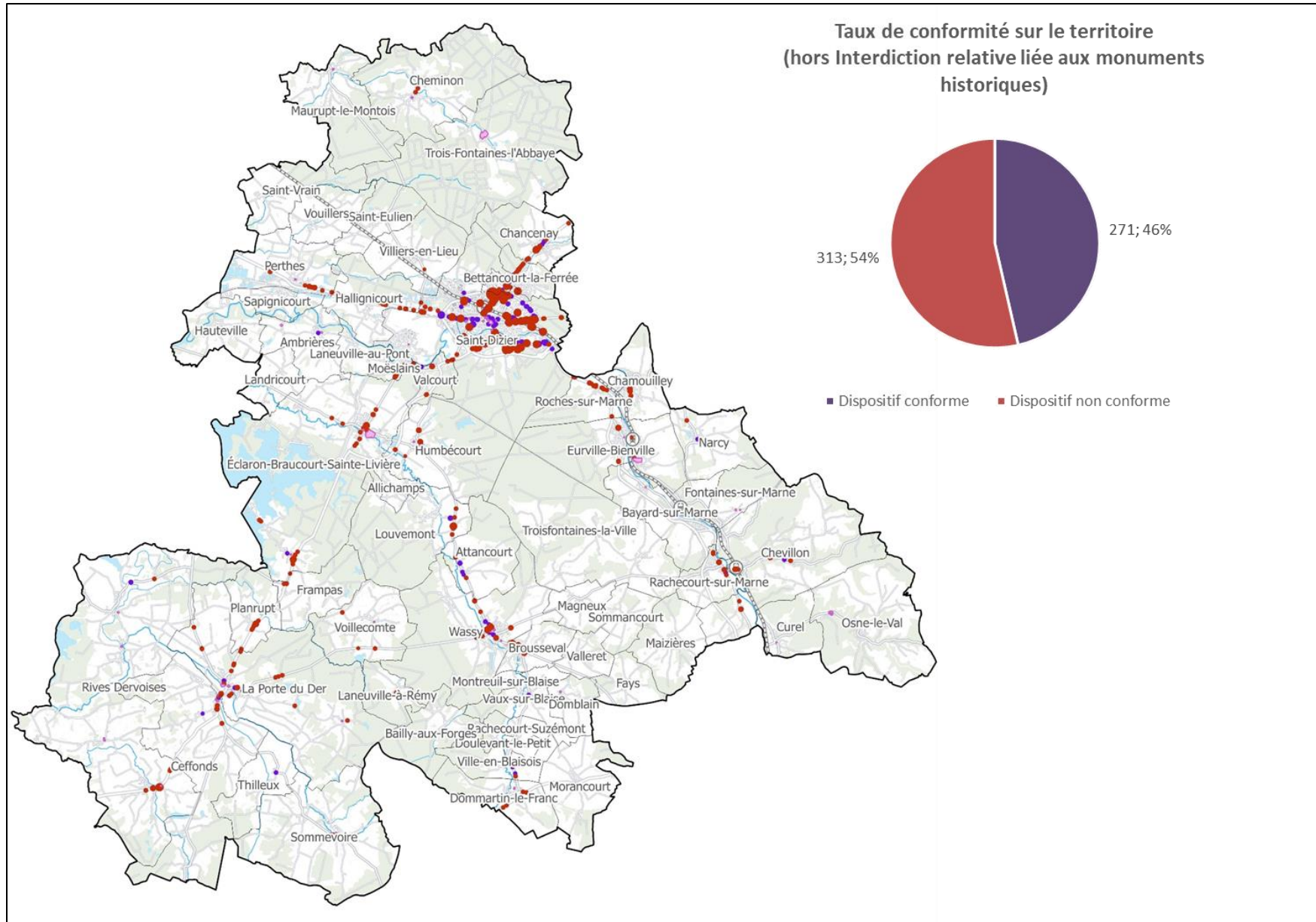


1.3 . Conformité

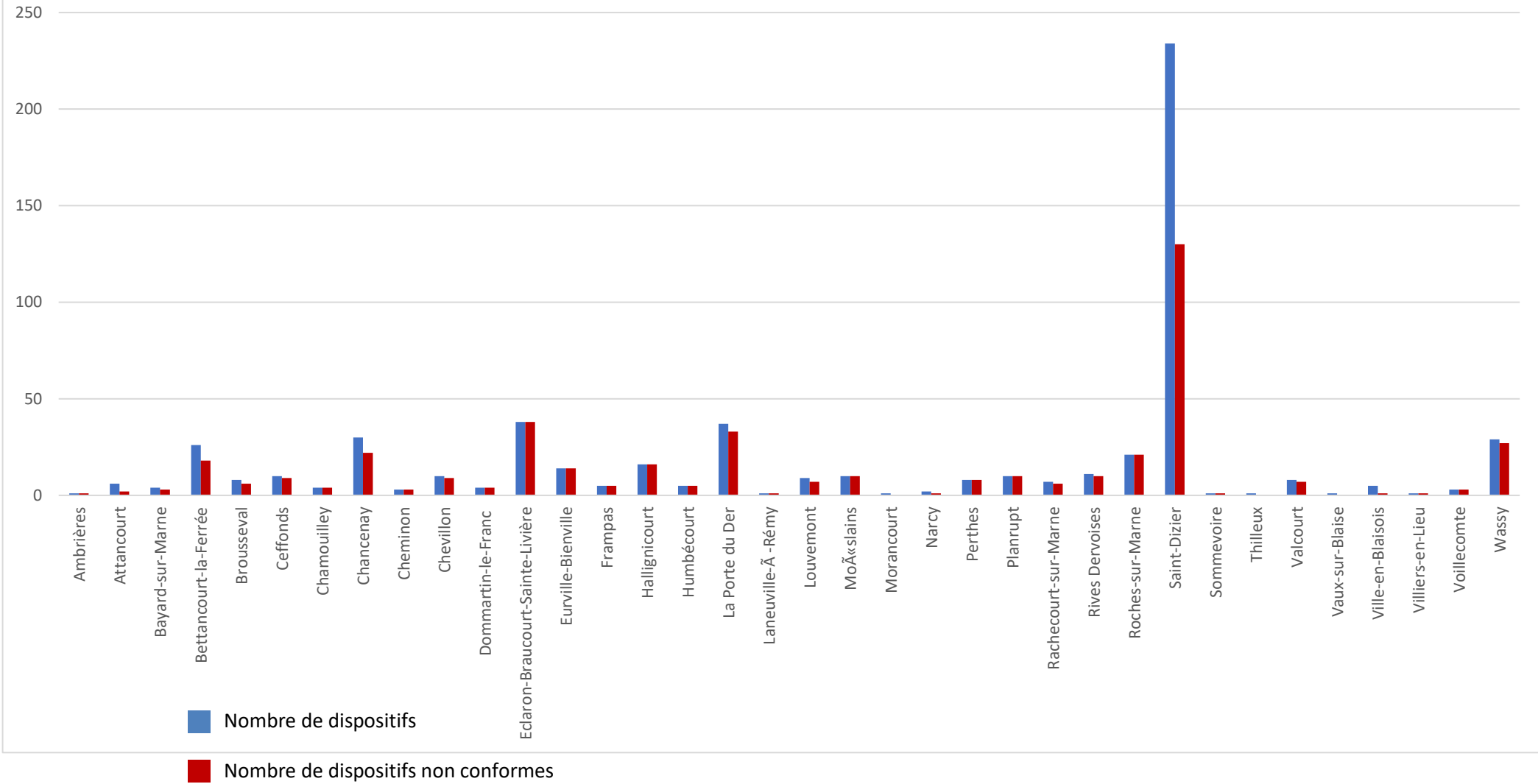


Depuis le 13 juillet 2015, toutes les publicités et pré-enseignes installées avant le 1^{er} juillet 2012 doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale.





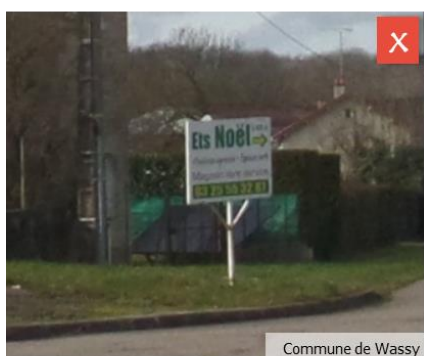
Répartition du nombre de dispositif et des dispositifs en infraction à la réglementation nationale, par commune



1.4. Principales infractions à la réglementation nationale de publicité

Les principales raisons de non-conformité des publicités et pré-enseignes sur la communauté d'agglomération de Saint Dizier, Der & Blaise sont :

- **L'installation au sol** des dispositifs dans les communes de moins de 10 000 habitants représentant **213 dispositifs, soit 30%**. Seules les publicités murales de 4m² maximales y sont autorisées.



- L'implantation **hors agglomération** de publicités et pré-enseignes non-dérogatoires représentant **163 dispositifs, soit 23%**. Seules les publicités dérogatoires liées aux monuments historiques, à la vente de produits du terroir ou aux activités culturelles peuvent être autorisées (mais limitées en nombre)



- L'implantation de dispositifs dans des périmètres **d'interdiction relative**, représentant **123** dispositifs, soit **17%** (cette interdiction peut être levée par le biais des futures règles du RLPi).

- Le dépassement des formats (seuils maximum de la RNP) et hauteur au sol représentant **111** publicités, soit **14%** :
 - **En termes de format :**
 - 55 dispositifs au sol + 13 muraux > 12m² (à Saint- Dizier = commune de +10 000 hab.)
 - 33 dispositifs muraux > 4m² (dans les autres communes = -10 000 hab.)

 - **En termes de hauteur au sol :**
 - 6 dispositifs concernés-pour les publicités murales > 6m (-10 000 hab.)
 - 5 dispositifs concernés pour les publicités murales > 7,5m (+10 000 hab.)
 - 2 dispositifs concernés pour les publicités au sol (+10 000 hab.) > 6m



- L'implantation sur support interdit ou clôture non aveugle, représentant 11 dispositifs, soit 2%
 - 8 sur supports interdits
 - 3 Sur clôtures non-aveugle (ex : grillage)



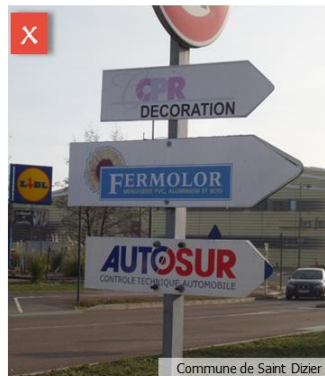
Commune de Montier-en-der



Commune de Montier-en-der



Commune de Saint Dizier

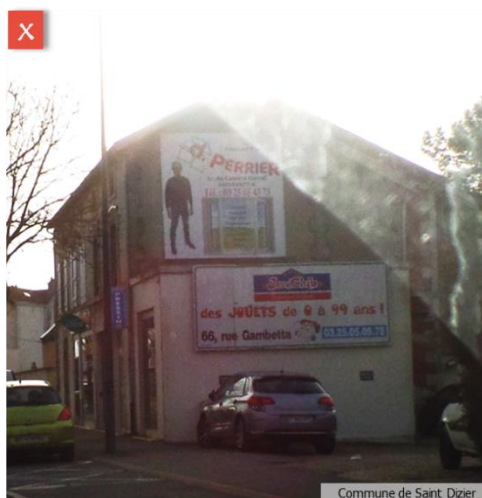
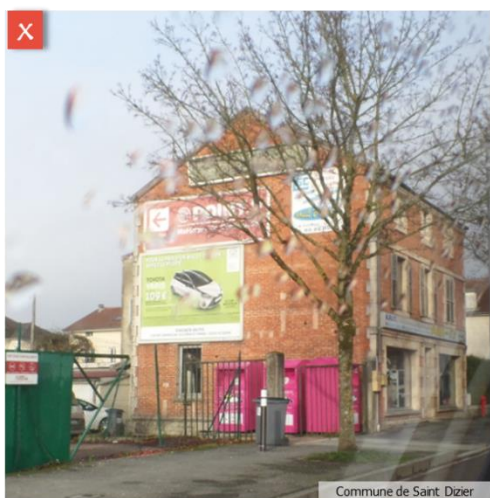


Commune de Saint Dizier

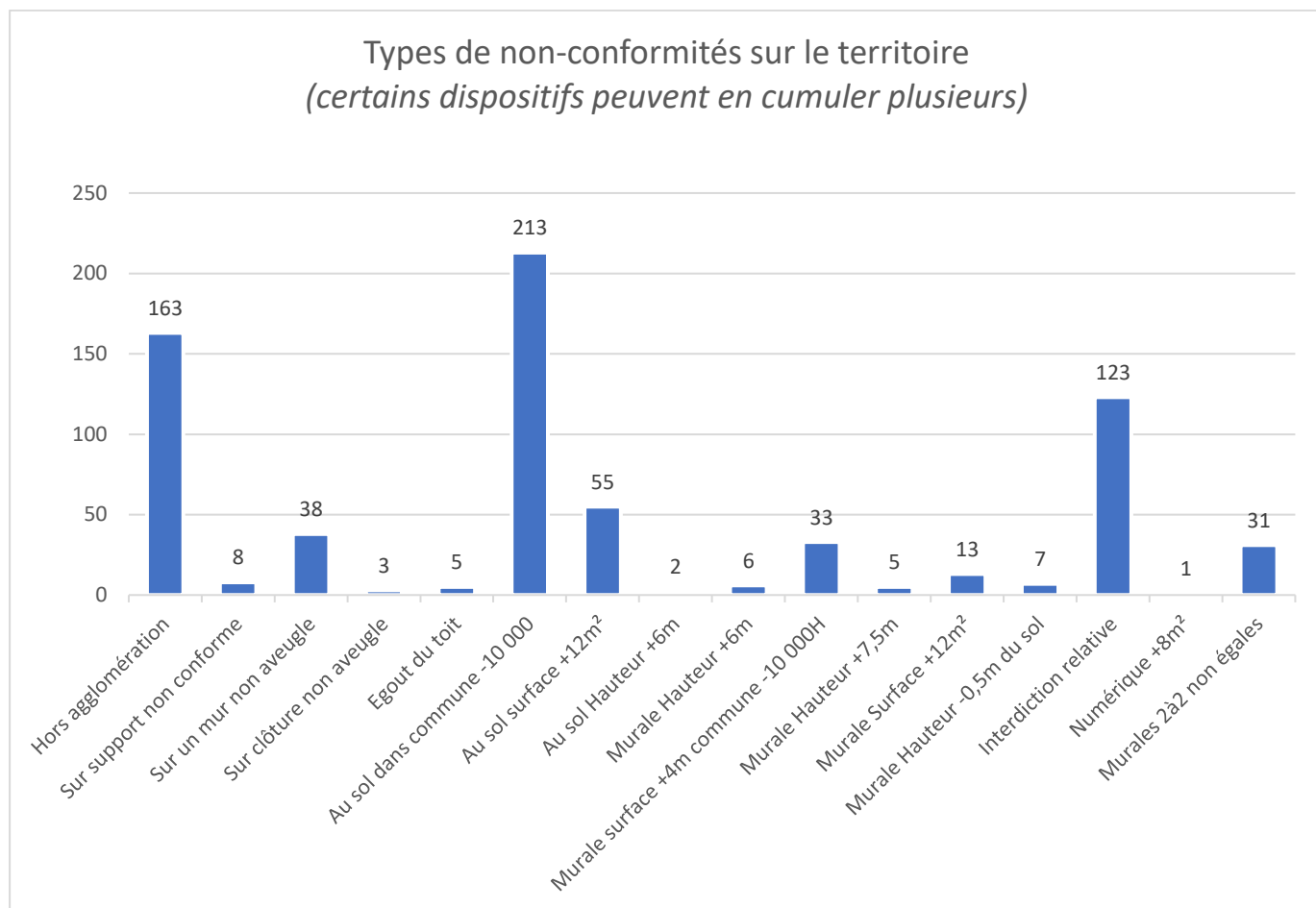


Commune de Wassy

- **la non-conformité d'implantation des publicités murales, représentant 73 dispositifs soit 11% :**
 - Les publicités doivent être alignées verticalement ou horizontalement et limitées à 2 par mur (Article R.581-25 – règle de densité) : 31 dispositifs concernés
 - Les publicités murales doivent être sur mur aveugles (sans ouvertures > 0,5m²) (Article R.581-22) : 38 dispositifs concernés
 - Les publicités murales ne doivent pas dépasser l'égout du toit et la limite du mur support (= pas de débord) (Article R.581-27) : 5 dispositifs concernés
 - Les publicités murales doivent respecter une certaine hauteur : 7 sont implantées à moins de 0,5 m du sol



Les publicités murales doivent être sur mur aveugle (sans ouverture > 0,5m²) - (Article R.581-22)



- *Synthèse et illustration des principales raisons de non-conformité sur le territoire de Saint Dizier :*

Au sol en communes de moins de 10 000 hab	Hors agglomération	Périmètre d'interdiction relative
 <p data-bbox="325 824 405 857">Wassy</p>	 <p data-bbox="639 817 863 851">Roches-sur-Marne</p>	 <p data-bbox="1139 817 1219 851">Wassy</p>
<p data-bbox="188 898 475 925">30% des non-conformités</p> <p data-bbox="188 965 347 992">213 dispositifs</p>	<p data-bbox="571 898 858 925">23% des non-conformités</p> <p data-bbox="571 965 730 992">163 dispositifs</p>	<p data-bbox="963 898 1251 925">17% des non-conformités</p> <p data-bbox="963 965 1123 992">123 dispositifs</p>
<p data-bbox="204 1032 528 1099">Dépassement des formats (surfaces et hauteurs)</p> <p data-bbox="571 1032 938 1099">Publicités avec mauvaise implantation</p> <p data-bbox="571 1137 938 1171">Dont 38 sur mur non aveugle</p>		
 <p data-bbox="300 1686 427 1713">Saint Dizier</p>	 <p data-bbox="580 1686 922 1713">Eclaron-Braucourt-Saint-Livière</p>	
<p data-bbox="188 1753 475 1780">16% des non conformités</p> <p data-bbox="188 1821 347 1848">111 dispositifs</p>	<p data-bbox="571 1753 858 1780">12% des non conformités</p> <p data-bbox="571 1821 730 1848">84 dispositifs</p>	

3. Les enseignes

3.1. Localisation et implantation des enseignes du territoire

Les enseignes sont principalement situées dans les centres bourgs, le long des axes traversants, ainsi qu'au niveau des zones d'activités.

Rappel : les enseignes sont autorisées hors agglomération

Au niveau des centres bourgs, elles sont principalement implantées en **façade**. Cette catégorie englobe différents types d'enseignes : enseigne en bandeau, enseigne perpendiculaire, enseigne sur auvent, enseigne en vitrophanie.

NB : la vitrophanie n'est considérée comme une enseigne qu'à condition d'être située à l'extérieur de la vitrine.



Dans les zones d'activités (notamment sur Saint Dizier), ce sont les **enseignes au sol** qui ont le plus gros impact visuel. Elles sont limitées, suivant la réglementation nationale, à une surface maximale de 6m² dans les communes de moins de 10 000 habitants (par exemple sur Bettancourt-la-Ferrée) et 12m² pour les communes de plus de 10 000 habitants (Saint-Dizier).

Les enseignes au sol sont de diverses formes : totems, panneaux, drapeaux, ...



Enseigne au sol – Saint Dizier



Drapeaux –Montier en der



Totem –Saint Dizier

Enseignes au sol

D'autres types d'implantation d'enseignes sont présents sur le territoire, notamment sur clôture, sur toiture et quelques-unes sur support interdit (« sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne (...) »).

Les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées et ont des dimensions fixées par la réglementation nationale en fonction de la hauteur du bâtiment où s'exerce l'activité et de la surface qu'occupe l'activité en son sein (voir tableau page suivante).



Enseigne sur clôture
Saint Dizier



Enseigne sur balcon
Saint Dizier



Enseigne en toiture
Saint Dizier

Autres implantations

Enseignes en toiture si l'activité d ans + de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si l'activité dans - de 50 % du bâtiment
Enseignes en toiture	Publicité lumineuse en toiture
Hauteur de façade ≤ à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade ≤ à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi
Hauteur de façade > 15 m : 1/5 de la hauteur et 6 m maxi	Hauteur de façade > 20 m : 1/10 de la hauteur et 6 m maxi
Surface cumulée limitée à 60 m ²	surface cumulée limitée à 60 m ²

3.2. Principales infractions à la réglementation nationale de publicité

Les principales raisons de non-conformité des enseignes sur le territoire sont :

- ✓ La non-conformité des enseignes en façade (surface et implantation)
- ✓ La densité des enseignes au sol
- ✓ La non-conformité des enseignes en toiture (positionnement et lettres non découpées)
- ✓ La non-conformité des enseignes lumineuses
- ✓ Le maintien des enseignes temporaires au-delà du temps imparti

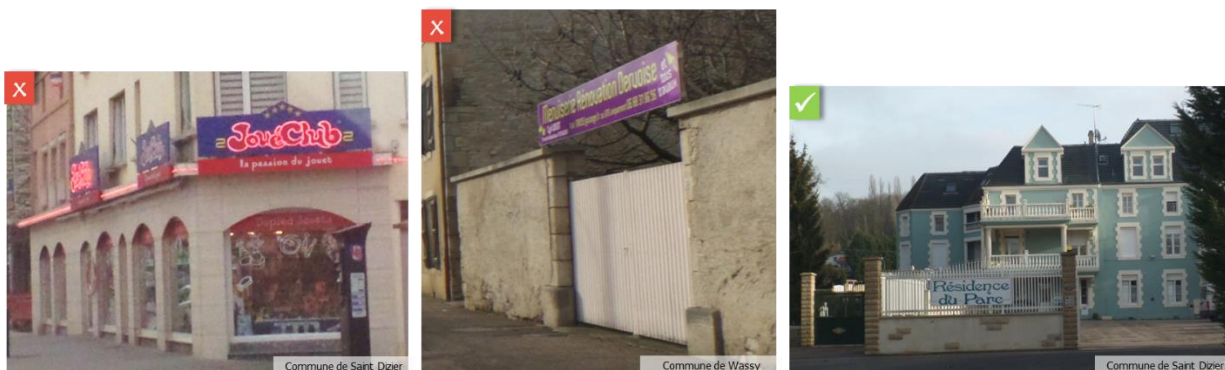
- **Non conformités des enseignes en façade**

Cas des enseignes apposées sur balcon, devant une baie

Des enseignes peuvent être installées (article R.581-60) :

- ✓ sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- ✓ devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- ✓ sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 mètre par rapport à lui.

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur (article R.581-60).



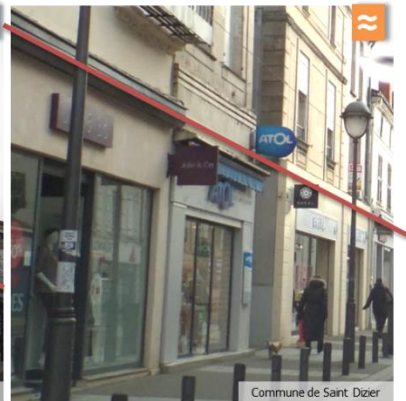
En termes de surface, la réglementation nationale autorise les enseignes en façade dans une limite de :

- ✓ 15% de la façade commerciale si celle-ci est supérieure à 50m²
- ✓ 25% si inférieure à 50m² (surface cumulée de toutes les formes d'enseignes sur la façade).

Exemples d'enseignes en façade sur le territoire :

- ✓ Conforme et bien intégré
 ≈ Conforme qui pourrait être mieux intégré
 ✗ Non conforme

Principe de respect du rez-de-chaussée (enseignes en façade et perpendiculaire)



Enseignes verticales non alignées en rez-de-chaussée



Impact du lettrage vertical apposé à l'étage en centre-ville



Commune de Rachecourt-sur-Marne



Commune de Wassy

Harmonie et sobriété des couleurs



Commune de Montier-de-Der



Commune d'Éclaron

Limiter la saillie, le format des enseignes perpendiculaires
Éviter les implantation à l'étage (interdite si pas d'activité)

Qualité des enseignes à Montier-en-Der



Commune de Montier-de-Der



Commune de Montier-de-Der



Commune de Montier-de-Der

Couleurs des menuiseries et des enseignes sont coordonnées

Utilisation de lettres découpées (sans bandeau)

Les saillies sont limitées

Les enseignes occupent seulement la largeur des travées

Exemples d'enseignes perpendiculaires sur le territoire :



Commune de Saint Dizier



Commune de Saint Dizier

Hauteurs d'implantation et densité doivent être gérées.



Commune de Saint Dizier

Les enseignes perpendiculaires sont interdites sur balcon.

Cas en angle de rue



Commune de Saint Dizier

• La densité des enseignes au sol

Les enseignes de plus de 1 mètre carré 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.

L'immeuble désigne le bâtiment, mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

Exemples d'enseignes au sol sur le territoire :



Commune de Saint Dizier

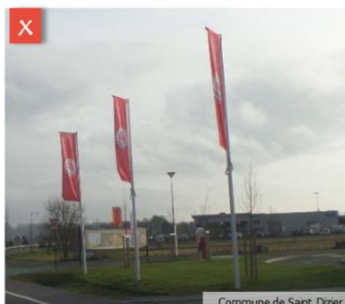


Commune de Saint Dizier

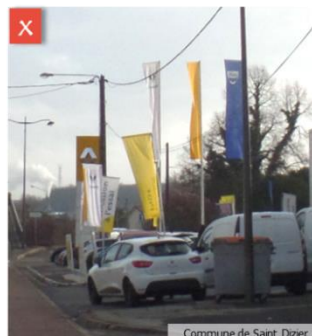


Commune de Saint Dizier

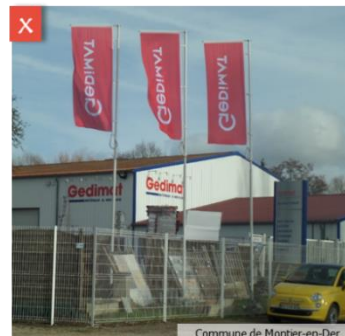
Ici on compte 4 enseignes au sol (2 de 12m², 1 sur bache, 1 panneau)



Commune de Saint Dizier



Commune de Saint Dizier



Commune de Monter-en-Der

Cas des drapeaux > 1m² : 1 seul mât est autorisé par voie, si totem alors pas de drapeau



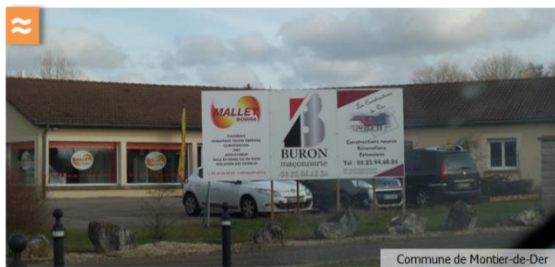
Commune de Montier-de-Der

Les enseignes au sol ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur (H/2) d'une limite séparative de propriété. (Article R.581-64)



Commune d'Eurville-Benville

Dans les communes de moins de 10000 habitants la surface maximale des enseignes au sol et de 6m²



Commune de Montier-de-Der



Commune de Saint Dizier



Commune de Saint Dizier

Possibilité d'imposer des totems communs quand plusieurs activités sont situées sur une même unité foncière

- La non-conformité des enseignes en toiture

Exemples de non-conformité des enseignes en toiture sur le territoire :



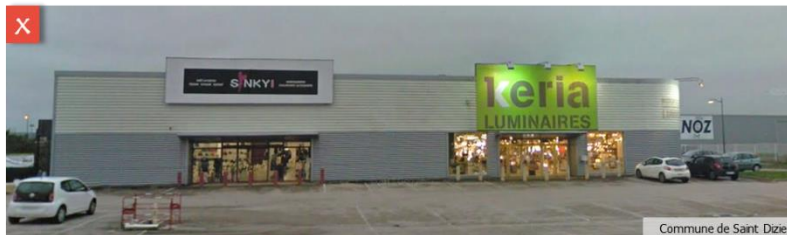
Commune de Saint Dizier

Les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées

Ne pas être installées « à cheval » entre le mur et la toiture (Article R.581-62)



Commune de Saint Dizier



Commune de Saint Dizier



Commune de Bettancourt-la-Ferrée

Les enseignes en toiture ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit (Article R.581-60)

- La non-conformité des enseignes lumineuses :

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

Elles sont éteintes entre 1h et 6h du matin lorsque l'activité signalée a cessé (sinon 1 h après la cessation d'activité).



Jusqu'à 1 heure, toutes les enseignes peuvent être éclairées.

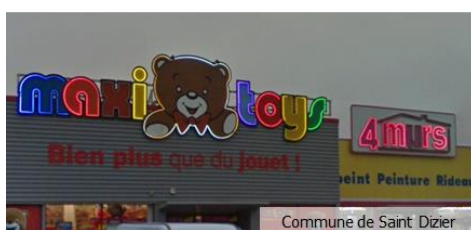
Exemples d'enseignes lumineuses sur le territoire :



Commune de Saint Dizier



Commune de Saint Dizier



Commune de Saint Dizier



Commune de Saint Dizier



Commune de Saint Dizier

Depuis le 1 juillet 2018, toutes les enseignes installées avant le 1^{er} juillet 2012, doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale.

- **Cas particulier des enseignes temporaires**

Les enseignes temporaires, qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois, peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Le RLP peut adapter ces règles (nombre/format/durée).



Exemple sur la zone commerciale du Chêne Saint-Amand à Saint-Dizier

Certains dispositifs sont maintenus au-delà de ces délais imposés.

- **Cas particulier des enseignes immobilières**

La surface maximum pour les enseignes scellées au sol pour les opérations immobilières de plus de 3 mois est de 12m².

III. Secteurs à enjeux

1. Centralités historiques et commerçantes

Les zones de centre-ville concentrent à la fois leur richesse patrimoniale, ainsi qu'une partie importante de leur dynamisme commercial, composé de commerces de proximité et d'artisans locaux. C'est pourquoi ils forment un secteur d'enjeux importants, concernant la valorisation du cadre de vie.

Il y a d'une part les communes, dont le cœur est couvert par un secteur de protection du patrimoine (abords de monuments historiques, site inscrit, ...) et d'autre part, les communes au patrimoine plus commun et non protégé, mais non moins qualitatif.

Il y a à Saint Dizier, un cœur de ville d'une grande richesse patrimoniale, à protéger, associé à un linéaire commercial sur l'axe « avenue de la République ».

Exemples de dispositifs dominants sur le centre-ville de Saint Dizier

Dispositifs dominants : enseignes en façade, publicité sur mobilier urbain 2m²



A Saint Dizier la majorité des commerces implantent leur enseigne sur leur façade (enseigne parallèle, perpendiculaire ou vitrophanie). Dans ces secteurs il n'existe que peu d'enseignes au sol ou sur clôture.

Concernant les publicités, celles-ci sont majoritairement implantées sur mobilier urbain, ainsi que sur certains murs aveugles.

Exemples de dispositifs dominants sur les centres-villes des communes de moins de 10 000 habitants.

Dispositifs dominants : enseignes en façade, publicité au mur ou sur mobilier urbain 2m²



Wassy

Wassy

Montier-en-Der

Eclaron

Dans les centres-villes des communes de moins de 10 000 habitants, les enseignes sont également implantées préférentiellement en façade (parallèlement, perpendiculairement ou en vitrophanie).

Les publicités sont majoritairement implantées au mur ou su mobilier urbain.

Enjeux :

- ❖ Protection du patrimoine urbain
- ❖ Valorisation des centres-villes/centres-bourgs
- ❖ Mise en avant du commerce de proximité

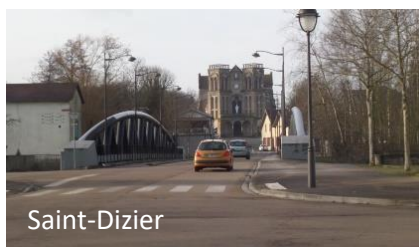
4. Les paysages naturels et urbains

Les espaces de nature en ville, les parcs, jardins, bords de rivière, mais aussi cônes de vue et panoramas doivent être protégés des dispositifs publicitaires, pour de multiples raisons : protection du paysage, protection de l’environnement, préservation des lieux de promenade, ...

S’ils ne sont pas particulièrement touchés aujourd’hui, une protection du RLPi éviterait une éventuelle pollution visuelle de ces espaces sensibles : bords de Marne et des canaux, espaces boisés, coupures vertes.



Saint-Dizier



Saint-Dizier



Montier-en-Der

5. Les quartiers d’habitations

Les espaces résidentiels sont aujourd’hui peu impactés par les dispositifs de publicité extérieure.

Au sein des petites communes, la publicité dans les zones résidentielles est réduite aux petits dispositifs temporaires de réalisation de travaux ou d’annonce d’activité artisanale.

Sur Saint-Dizier, les zones résidentielles menant aux zones d’activités commerciales regroupent tout de même quelques panneaux grand format au sol dans les jardins.

On la retrouve aussi sur du mobilier urbain et parfois sur des panneaux au mur de 4m² (seules formes de publicité permanente autorisée dans les communes de moins de 10 000 habitants par la réglementation nationale avec le micro-affichage). Des mesures sont néanmoins à prendre, pour éviter la prolifération de la publicité dans ces secteurs où elle n’a pas sa place.

Dispositifs dominants : publicité sur mobilier urbain, enseignes discrètes de professions libérales, publicité scellée au sol grand format



Enjeux :

- ❖ Paysage du quotidien
- ❖ Cadre de vie des habitants

6. Principaux axes et entrées de ville

Les axes traversants les plus fréquentés sont des secteurs privilégiés pour l'implantation à la fois de publicités et d'enseignes, qui cherchent à avoir la meilleure visibilité possible.

Ces axes croisent aussi la problématique des pré-enseignes non dérogatoires hors agglomération et la nécessité pour les activités installées en campagne d'orienter leurs éventuels clients.

Sur le territoire, ils concentrent les publicités hors agglomération et regroupent, dans les zones urbaines, les pré-enseignes.

Sur Saint Dizier, les principaux axes sont affichés à l'aide de panneaux grands formats scellés au sol. Sur les autres communes (où la publicité scellée au sol est interdite) ces axes regroupent des publicités murales et des enseignes sur clôture liées à l'installation d'artisans.

Dispositifs dominants : Panneaux grands formats, pré-enseignes hors agglomération, enseignes en façade et au sol



Enjeux :

- ❖ Expression des acteurs économiques
- ❖ Identité visuelle du territoire

7. Les zones d'activités

7.1. Sur Saint Dizier

Au Nord-Ouest et au Sud-Est de la commune de Saint Dizier sont implantés des zones d'activités économiques installées sur de grandes surfaces. On y trouve des enseignes très expressives, de grands formats en façade comme au sol. Les enseignes au sol sont très nombreuses et sont associées à des enseignes temporaires qui ne respectent pas toujours la réglementation.

Aux enseignes s'ajoutent publicités et pré-enseignes, de grandes dimensions. Le long de la route de Bar Le Duc, de l'Avenue du Général Sarrail, ou encore des Avenues Pierre Bérégovoy et de Joinville, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont nombreux et de grands formats.

A l'intérieur des différentes zones, la multiplication des dispositifs crée un paysage commercial encombré et peu lisible.

Dispositifs dominants : enseignes au sol



Zone du Chêne Saint-Amand



Zone du Chêne Saint-Amand

Enjeux :

- ❖ Vitalité économique
- ❖ Qualité paysagère

1.1. Dans les autres communes du territoire

Sur les autres communes, plus éloignées du cœur d'agglomération, les zones d'activités se font un peu plus discrètes. Pour autant, ponctuellement des enseignes se veulent très démonstratives et dépassent le cadre réglementaire. Les communes et les zones d'activités étant moins étendues que sur Saint Dizier, leur besoin en pré-enseignes est plus faible.

Dispositifs variés selon la commune et le commerce



Montier-en-Der



Montier-en-Der



Wassy

Enjeux :

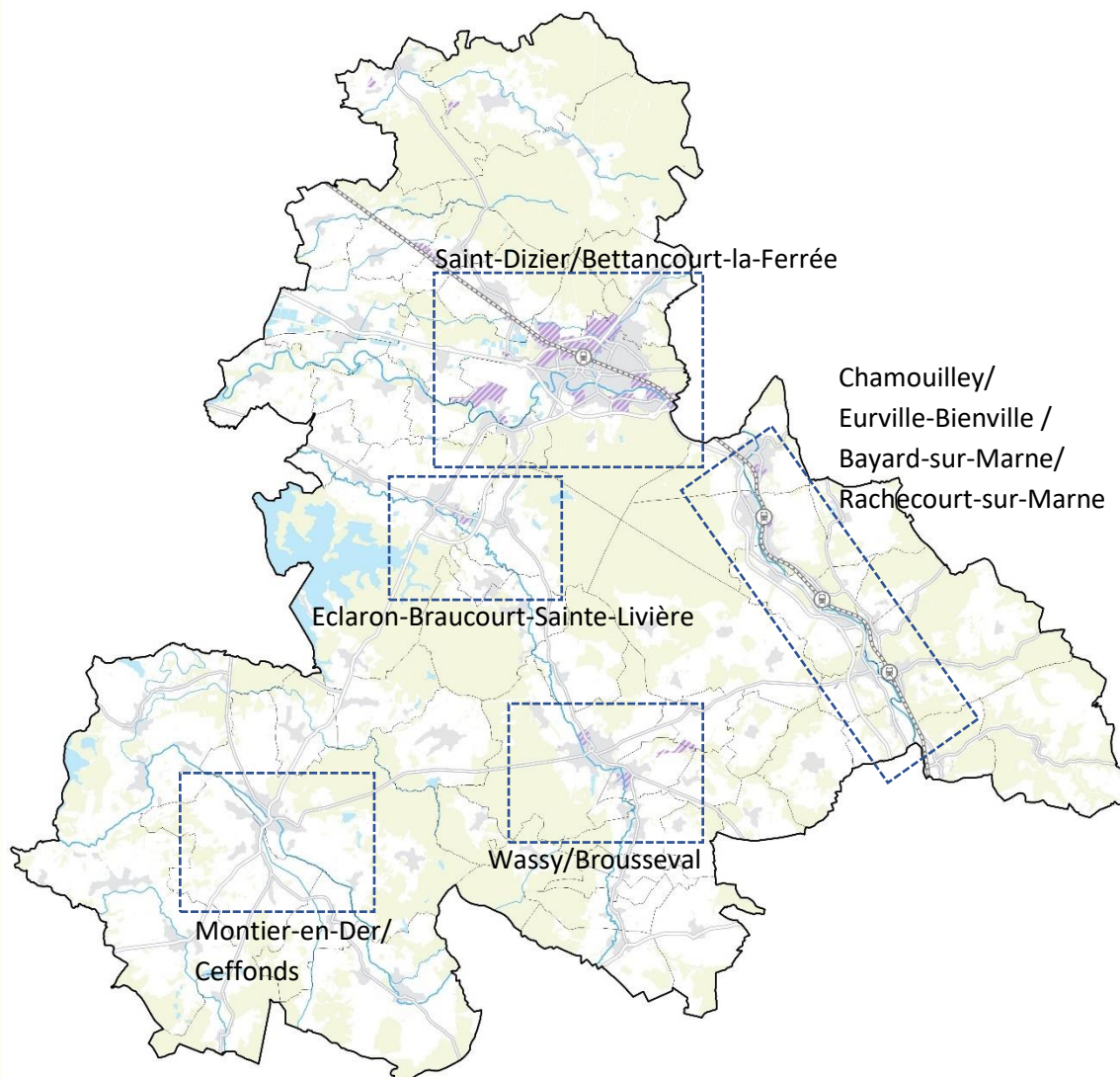
- ❖ Vitalité économique
- ❖ Qualité paysagère

IV. Analyse géographique par pôles

Les principales polarités du territoire sont :

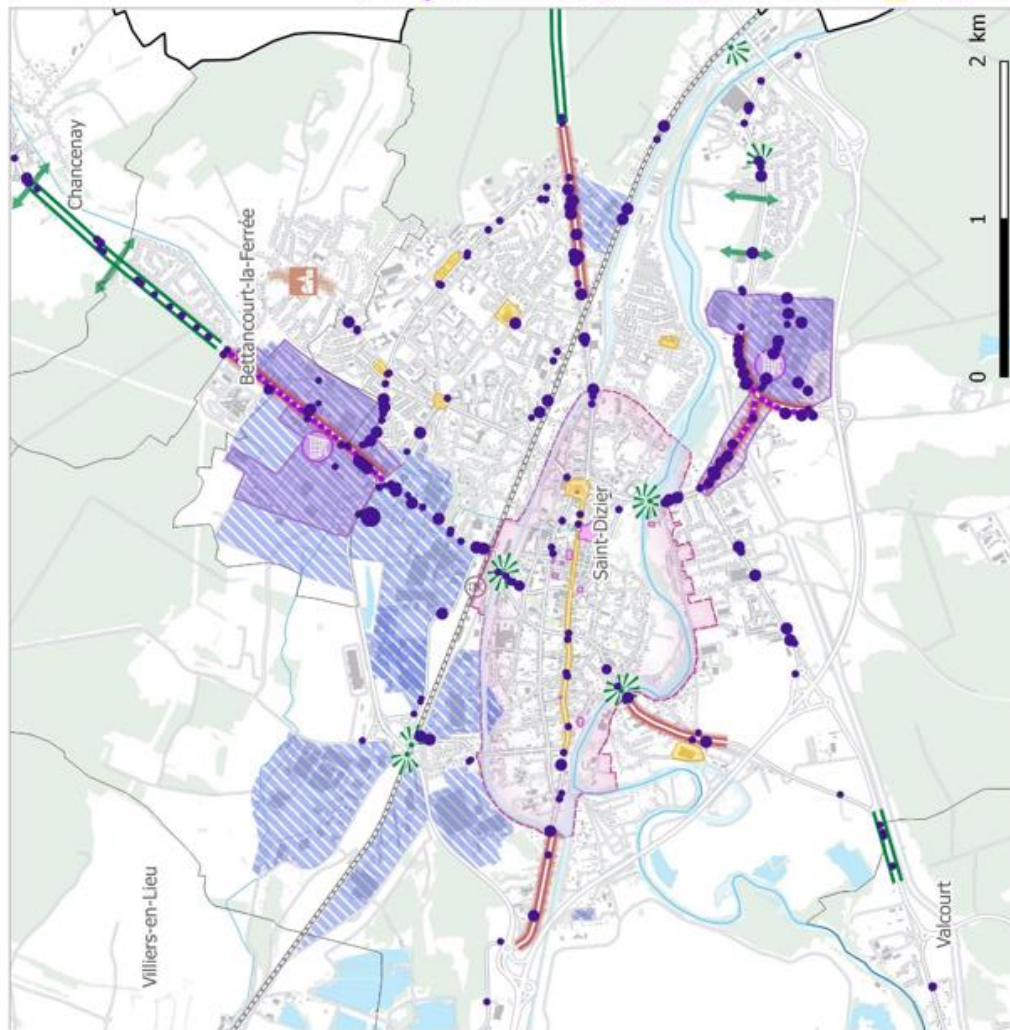
1. Saint-Dizier / Bettancourt
2. Wassy / Brousseval
3. Montier-en-Der (La Porte du Der) //Ceffonds
4. Chamouilley/Eurville-Bienville /Bayard-sur-Marne/Rachecourt-sur-Marne : « Vallée de la Marne »
5. Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière

Cartes des polarités



Polarité de Saint-Dizier / Bettancourt-la-Ferrée

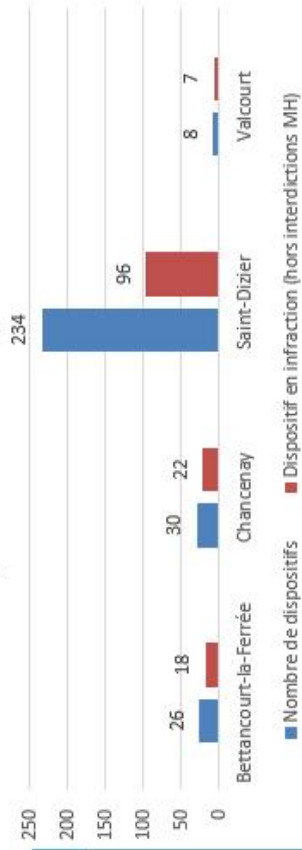
Carte des zones à enjeux



- 1- Qualité des entrées de ville et axes traversés**
 - Tronçons sensibles aux pollutions visuelles
 - Façades commerciales visibles des ZAE (effet vitrine)
 - Tronçons concernés par des pré-enseignes hors aggro
 - Dispositif publicitaire
- 2- Qualité des perceptions sur le paysage et le patrimoine**
 - Périmètre de protection autour des monuments historiques
 - Monument historique
 - Sites classés
 - Sites inscrits
 - Patrimoine remarquable
 - Perspective remarquable
 - Coupure verte (séquence d'intérêt) à préserver
- 3- Visibilité des acteurs économiques**
 - Pôles et commerces de proximité
 - Pôles d'activités (ZAE)
 - Zone commerciale expressive
 - Centre bourg patrimonial

Polarité de Saint-Dizier / Bettancourt-la-Ferrée

Conformité des publicités autour de la polarité de Saint Dizier



Panneaux publicitaires au sol grand format - en entrée de ville



Préenseigne temporaire sur clôture



Publicité numérique



Publicité murale



Préenseigne temporaire par bâche

Publicité murale

PUBLICITÉS / PRÉENSEIGNES

DIAGNOSTIC

- La publicité se trouve sous des formes très variées:
 - panneaux au sol de 2 à 12m² et plus
 - publicités murales
 - bâches
 - publicités sur clôture
 - publicités sur abribus, sucette (mobilier urbain)

En zones commerciales les grands formats prédominent, de manière très rapprochés.

Certains panneaux numériques de très grand format sont également présents dans les zones d'activité.

Plusieurs non conformités sont observées (publicité sur poteau électrique, sur signalisation)

ENJEUX

- Supprimer les non-conformités
- Abaisser la dimension des panneaux grand format pour se mettre en conformité avec la loi Grenelle
- Adapter les formats et modalités d'implantation au contexte (centre-ville, résidentiel) pour préserver les entrées de ville

Polarité de Saint-Dizier / Bettancourt-la-Ferrée

ENSEIGNES

DIAGNOSTIC

- Les enseignes en centre-ville possèdent parfois de très nombreuses enseignes perpendiculaires dont une partie est située au dessus du rez-de-chaussée
- Hors du centre (pôles de proximité), les commerces font appel à beaucoup de vitrophanie, souvent peu qualitative
- En zone d'activité, les enseignes sont de grandes dimensions et celles au sol sont souvent trop nombreuses (règles de densité, drapeaux, etc...)

ENJEUX

- Supprimer les non-conformités (densité des enseignes au sol)
- Rechercher l'esthétisme des enseignes de petits commerces (respect du rez-de-chaussée)



Enseigne peinte déclinée sur l'ensemble de la façade



Vitrophanie sur façade



Accumulation d'enseignes perpendiculaires en centre-ville



Vitrophanie sur façade



Enseignes au sol en zone d'activité commerciale



Enseigne lumineuse et clignotante

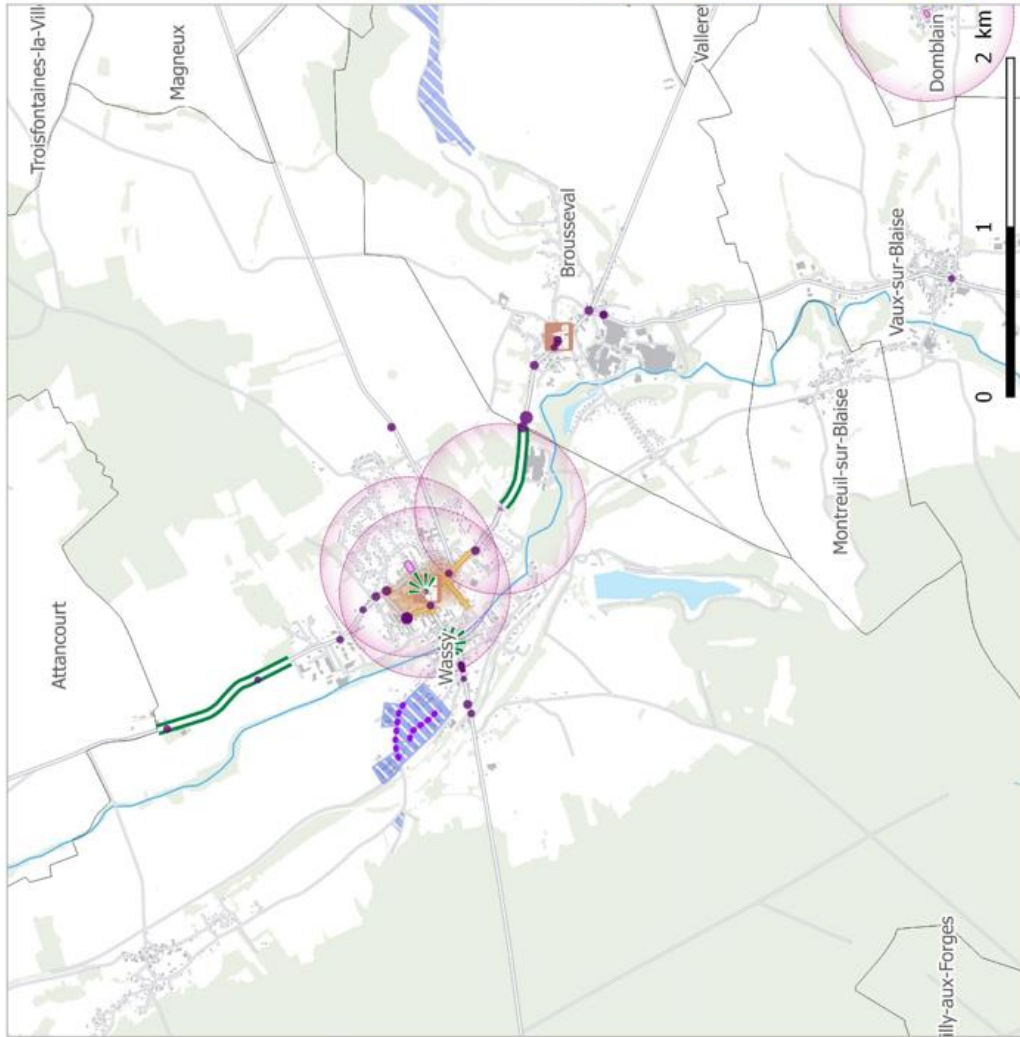


Oriflammes et panneaux temporaires



Polarité de Wassy / Brousseval

Carte des zones à enjeux



1- Qualité des entrées de ville et axes traversés

- Tronçons sensibles aux pollutions visuelles
- Façades commerciales visibles des ZAE (effet vitrine)
- Tronçons concernés par des pré-enseignes hors aggro
- Support publicitaire

2- Qualité des perceptions sur le paysage et le patrimoine

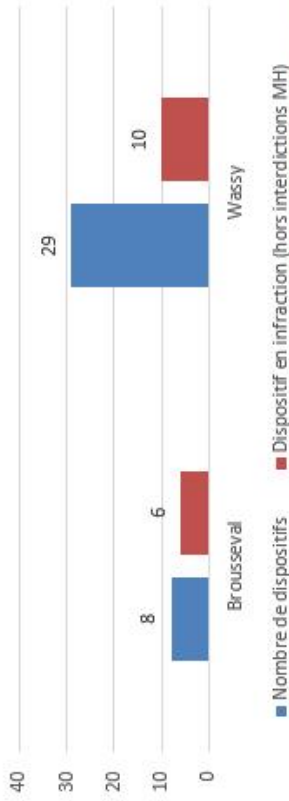
- Périmètre de protection autour des monuments historiques
- Monument historique
- Sites classés
- Sites inscrits
- Patrimoine remarquable
- Perspective remarquable
- Coupure verte (séquence d'intérêt) à préserver

3- Visibilité des acteurs économiques

- Pôles et commerces de proximité
- Pôles d'activités (ZAE)
- Zone commerciale expressive
- Centre bourg patrimonial

Polarité de Wassy / Brousseval

Conformité des publicités autour de la polarité de Wassy



PUBLICITÉS / PRÉENSEIGNES

DIAGNOSTIC

- L'affichage publicitaire sur la commune est essentiellement mural mais dépassant le format de 4m² ou la densité
- Certains murs anciens en pierres perdent de leur valeur patrimoniale par la publicité
- Quelques pré-enseignes sont mal implantés (notamment sur poteaux électriques)

ENJEUX

- Supprimer les non-conformités
- Regrouper les publicités proches les unes des autres sur des panneaux scellées au sol communs
- Limiter l'affichage mural sur les murs en pierre



Polarité de Wassy / Brousseval

ENSEIGNES	<p>DIAGNOSTIC</p> <ul style="list-style-type: none"> La typologie d'enseigne est variée d'un commerce à l'autre: <ul style="list-style-type: none"> - enseigne sur support imprimé - enseigne en lettres découpées - enseignes perpendiculaires - vitrophanie
	<p>ENJEUX</p> <ul style="list-style-type: none"> Favoriser la sobriété des enseignes (nombre et types, lettres découpées, couleurs, etc...) Limiter la vitrophanie Valoriser le patrimoine bâti par des enseignes plus intégrées et qualitatives



Accumulation d'enseignes perpendiculaires



Enseigne perpendiculaire en saillie



Enseigne sur support imprimé et vitrophanie sur façade



Enseigne sur support transparent et monochrome

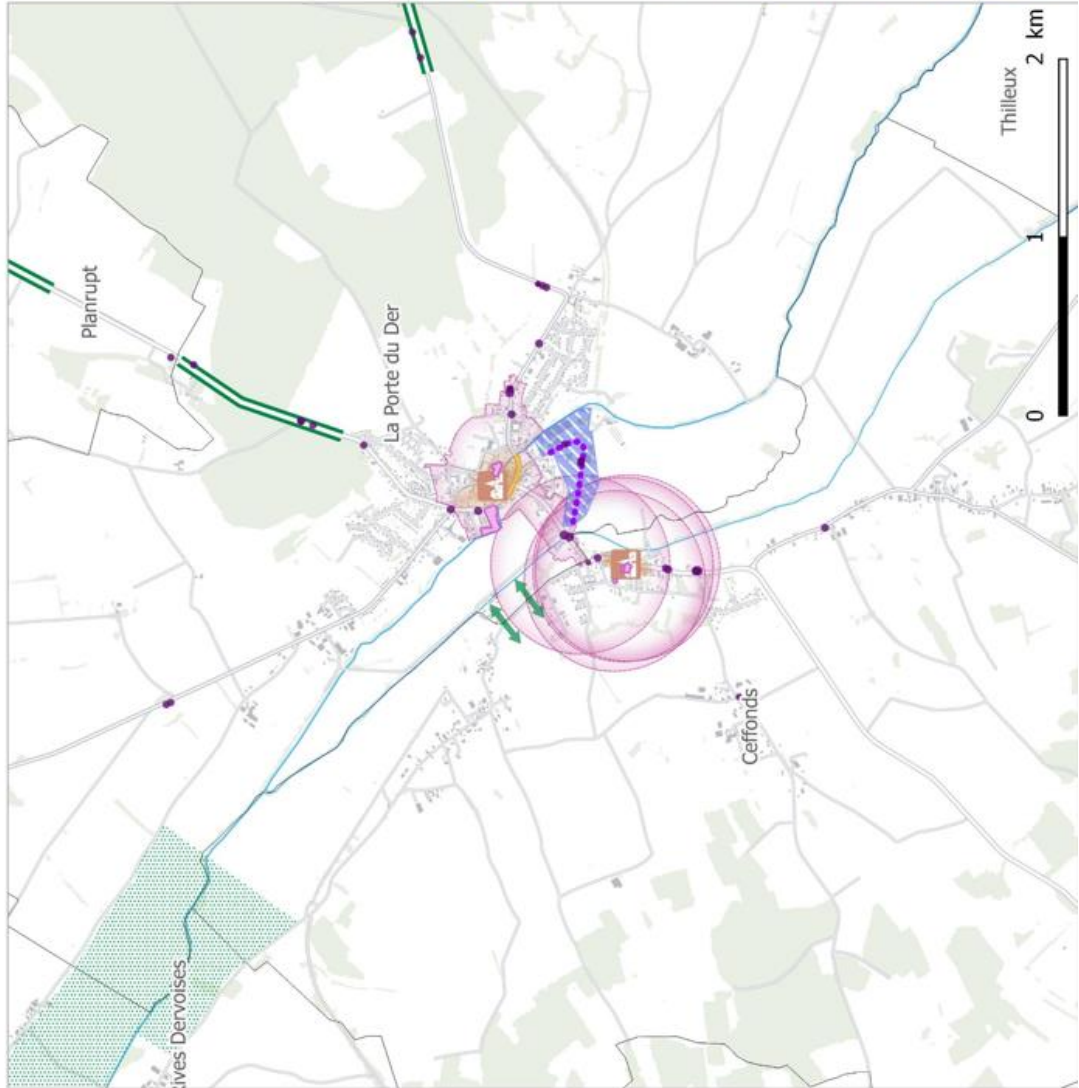


Enseigne en lettres découpées sur façade de bâtiment



Polarité de Montier-en-Der/Ceffonds

Carte des zones à enjeux



1- Qualité des entrées de ville et axes traversés

- Tronçons sensibles aux pollutions visuelles
- Façades commerciales visibles des ZAE (effet vitrine)
- Tronçons concernés par des pré-enseignes hors agglo
- Dispositif publicitaire

2- Qualité des perceptions sur le paysage et le patrimoine

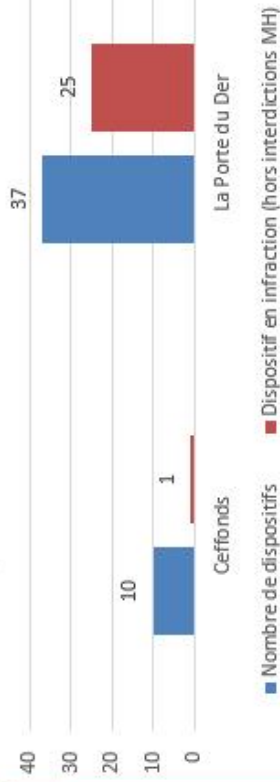
- Périmètre de protection autour des monuments historiques
- Monument historique
- Site Natura 2000
- Patrimoine remarquable
- Perspective remarquable
- Coupure verte (séquence d'intérêt) à préserver

3- Visibilité des acteurs économiques

- Pôles et commerces de proximité
- Pôles d'activités (ZAE)
- Zone commerciale expressive
- Centre-bourg patrimonial

Polarité de Montier-en-Der/Ceffonds

Conformité des publicités autour de la polarité de Montier-en-Der



PUBLICITÉS / PRÉENSEIGNES

DIAGNOSTIC

- L'affichage dans ce secteur est essentiellement concentré sur le mobilier urbain:
 - Mobilier urbain petit format
 - Pré-enseignes/ pub sur clôture
 - Panneaux muraux 4m²

ENJEUX

- Supprimer les non-conformités : proposer une Signalétique d'Information Locale (SIL) harmonisée pour les activités situées en retrait des axes principaux. Celle-ci permet de guider vers un commerce de proximité.



Publicités au sol regroupées mais peu uniformes et publicités sur clôture



Publicité sur panneau de 2m² et publicités sur clôture



Affichage mural

Polarité de Montier-en-Der/Ceffonds

ENSEIGNES

DIAGNOSTIC

- Dans le centre-ville, les enseignes sont globalement discrètes, en dehors de quelques commerces sur bâtiments particuliers (bâtiments à colombages)
- En dehors du centre, les enseignes sont de grandes dimensions et avec de nombreuses enseignes sur pied

ENJEUX

- Supprimer les non-conformités
- Supprimer les grands formats en entrée de ville
- Poursuivre le travail qualitatif mener sur les enseignes du centre-bourg.



Accumulation d'enseignes sur pied



Enseigne non intégrée à l'architecture



Enseigne sur pied de grand format.



Enseigne en lettres découpées



Enseignes discrètes en centre ville

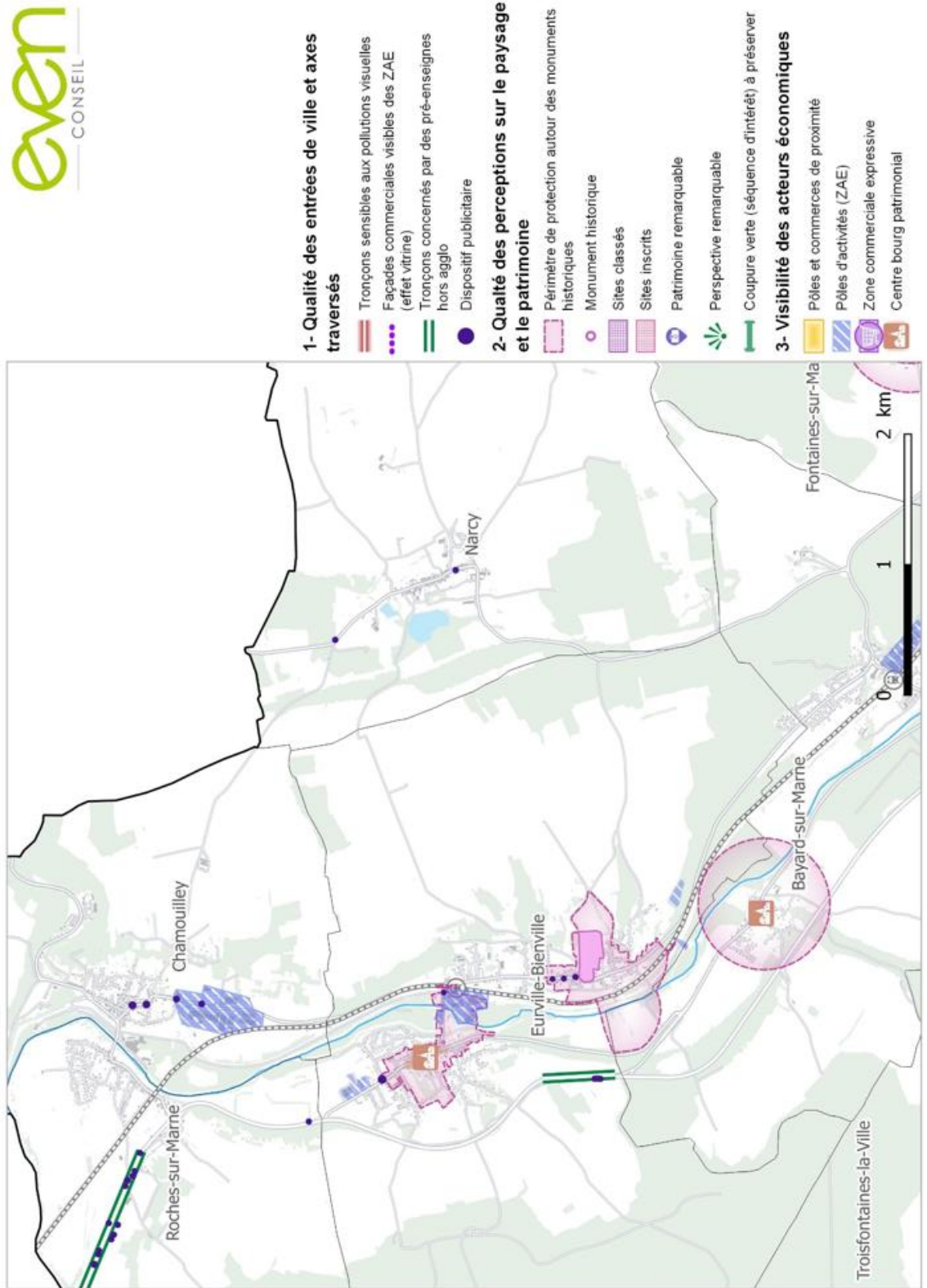


Accumulation d'enseignes sur pied



Polarité de la Vallée de la Marne

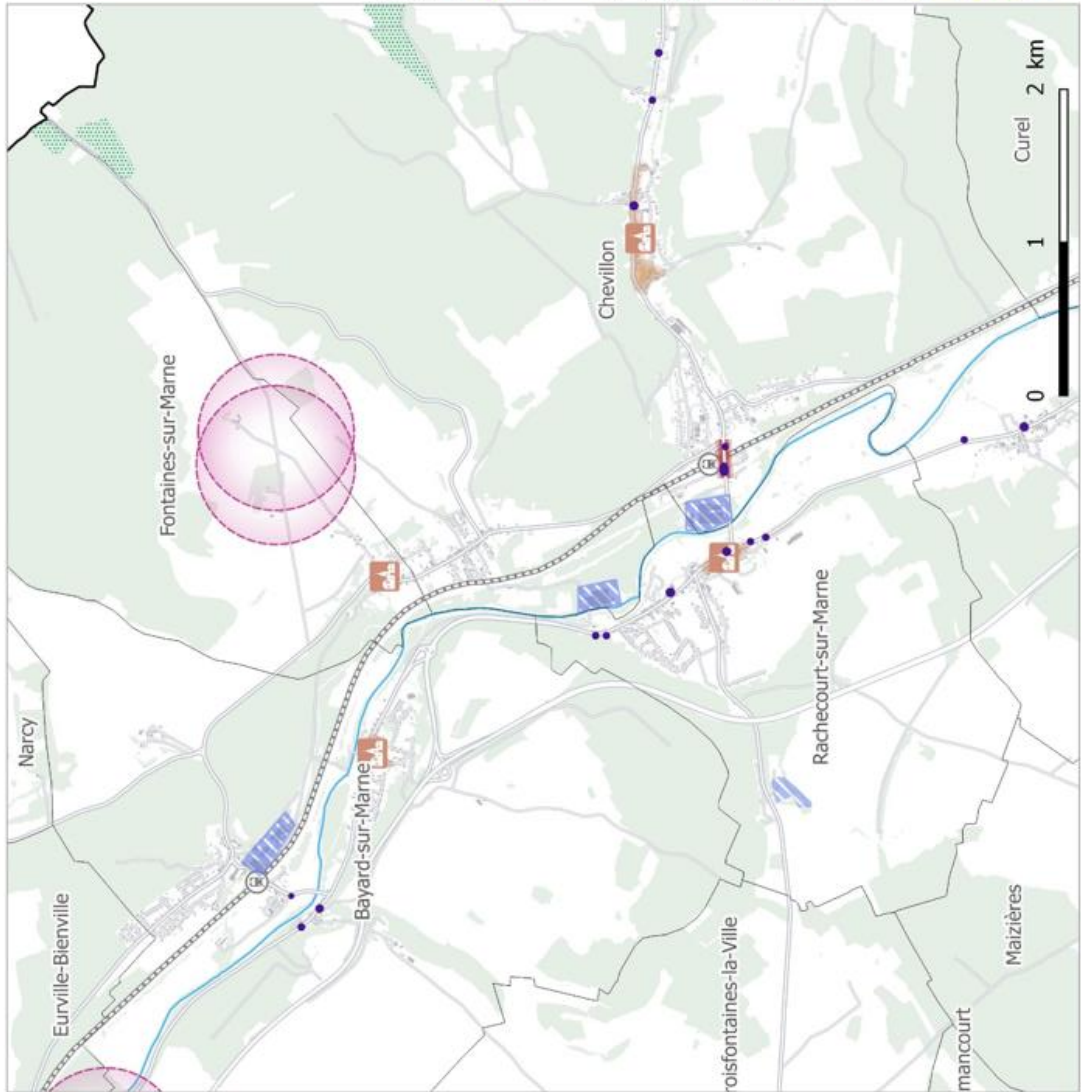
Carte des zones à enjeux





Polarité de la Vallée de la Marne

Carte des zones à enjeux



1- Qualité des entrées de ville et axes traversés

- Tronçons sensibles aux pollutions visuelles
- Façades commerciales visibles des ZAE (effet vitrine)
- Tronçons concernés par des pré-enseignes hors agglo
- Dispositif publicitaire

2- Qualité des perceptions sur le paysage et le patrimoine

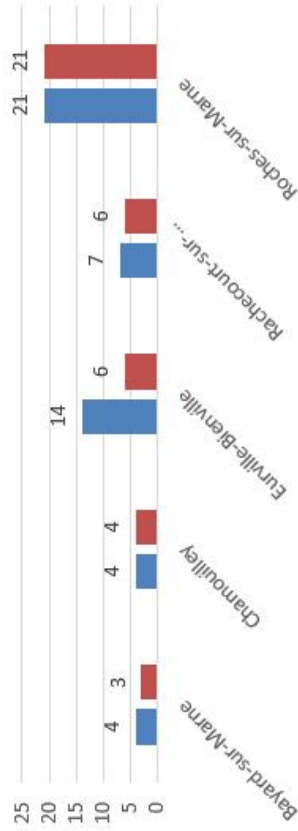
- Périmètre de protection autour des monuments historiques
- Monument historique
- Sites classés
- Sites inscrits
- Perspective remarquable

3- Visibilité des acteurs économiques

- Coupure verte (séquence d'intérêt) à préserver
- Pôles et commerces de proximité
- Pôles d'activités (ZAE)
- Zone commerciale expressive
- Centre bourg patrimonial

Polarité de la Vallée de la Marne

Conformité des publicités autour de la polarité de la vallée de la Marne



PUBLICITÉS / PRÉENSEIGNES

DIAGNOSTIC

- L’affichage dans ces agglomérations est plutôt de petit format
- Des publicités murales peintes sont encore visibles
- Certaines préenseignes ont également été repérées hors agglomération – donc non conformes

ENJEUX

- Supprimer les non-conformités
- Limiter l’affichage mural sur les murs en pierre



Affichage sur mur en pierre



Publicité au mur peinte



Publicité au sol hors agglomération

Polarité de la Vallée de la Marne

ENSEIGNES

DIAGNOSTIC

- Les enseignes au sein des centres-bourgs sont relativement bien intégrées
- Certaines enseignes perpendiculaires pourraient être limitées
- Le long de la N67, les enseignes sont de grande dimension

ENJEUX

- Uniformiser les enseignes entre elles
- Limiter les formats d'enseigne le long de la N67



Enseignes diverses sur façade: texte, logo, dessins



Enseigne perpendiculaires



Enseigne sur support imprimé et peint

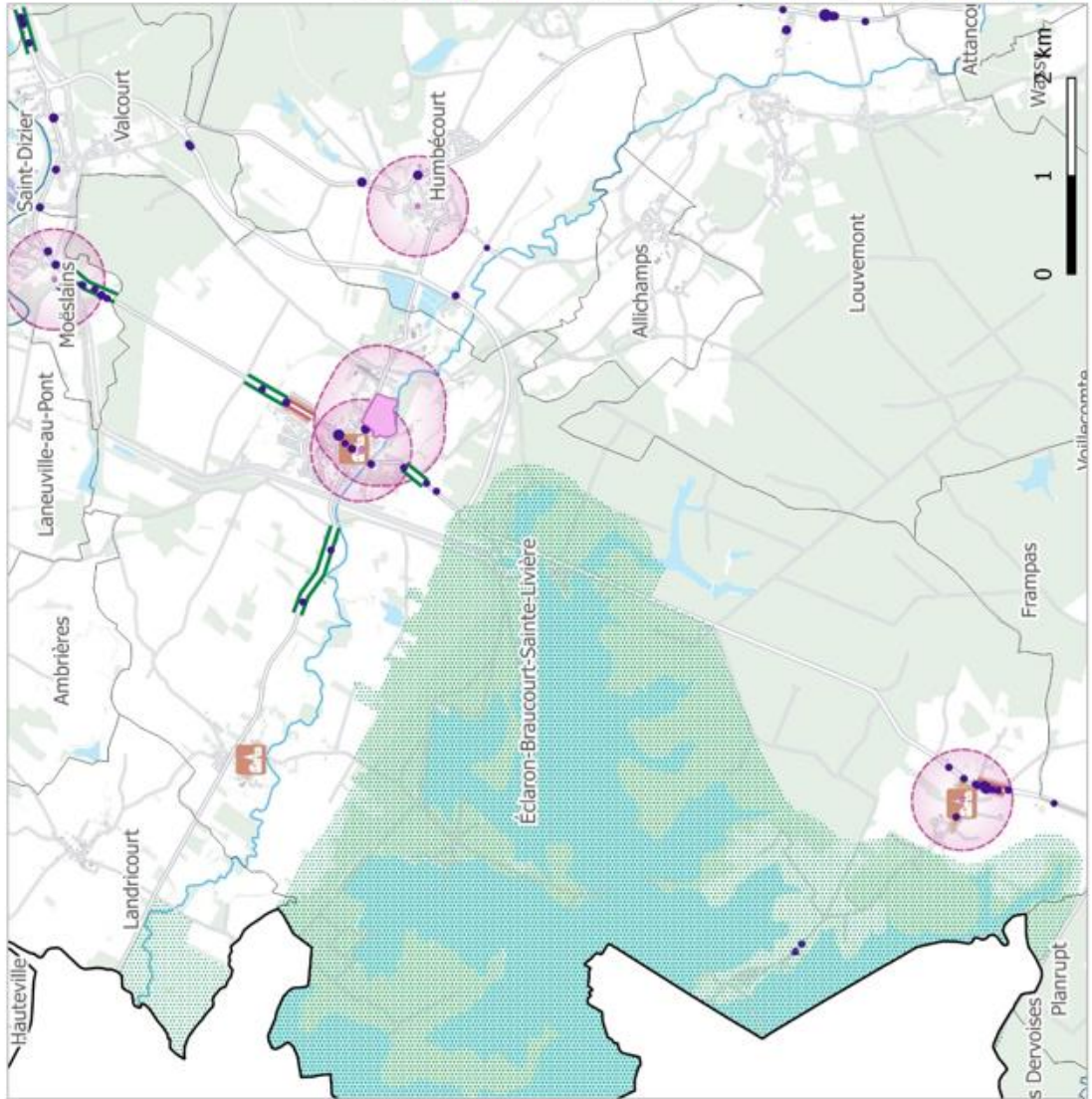


Enseignes de grande dimension le long de la N67



Polarité d'Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière

Carte des zones à enjeux



1- Qualité des entrées de ville et axes traversés

- Tronçons sensibles aux pollutions visuelles
- Facades commerciales visibles des ZAE (effet vitrine)
- Tronçons concernés par des pré-enseignes hors agglo
- Dispositif publicitaire

2- Qualité des perceptions sur le paysage et le patrimoine

- Périmètre de protection autour des monuments historiques
- Monument historique
- Sites classés
- Sites inscrits
- Site Natura 2000

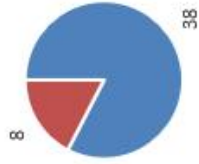
- Perspective remarquable
- Coupure verte (séquence d'intérêt) à préserver

3- Visibilité des acteurs économiques

- Pôles et commerces de proximité
- Pôles d'activités (ZAE)
- Zone commerciale expressive
- Centre-bourg patrimonial

Polarité d'Eclaron-Braucourt-Sainte - Livière

Conformité des publicités autour de la polarité d'Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière



■ Nombre de dispositifs ■ Dispositif en infraction (hors interdictions MH)



PUBLICITÉS / PRÉSENSEIGNES

DIAGNOSTIC

- L'affichage est essentiellement de deux types:
 - publicités murales
 - panneaux au sol (non-conformes en -10 000 habitants)
- Certains panneaux sont situés hors agglomération, donc non conformes.
- Des zones concentrent les panneaux sans que ceux-ci soient traités de manière uniforme

ENJEUX

- Supprimer les non-conformités
- Regrouper les publicités proches les unes de autres sur des panneaux scellées au sol communs
- Limiter l'affichage mural sur les murs en pierre



Polarité d'Eclaron-Braucourt-Sainte - Livière

ENSEIGNES

DIAGNOSTIC

- Les enseignes sont assez variées, peu uniformes les unes avec les autres,
- Certaines enseignes démultiplient les typologies de présentation (verticale, horizontale, par vitrophanie)

ENJEUX

- Favoriser la sobriété des enseignes (nb et type, lettres découpées, couleurs, etc...)



Enseigne sur supports imprimés horizontaux et verticaux avec vitrophanie



Enseigne sur support imprimé horizontale et perpendiculaire



Enseigne aux couleurs vives sur support imprimé

V. Synthèse des enjeux et orientations

Sur le territoire, les enjeux se concentrent majoritairement sur deux grands secteurs.

D'un côté les axes qui regroupent la plus grande partie des non-conformités, avec des publicités hors agglomérations et des formats trop importants. Les entrées de villes depuis les axes constituent des emplacements stratégiques pour les publicitaires et sont aujourd'hui fortement impactés par les dispositifs publicitaires, notamment au niveau des zones d'activités du territoire.

De l'autre, le territoire est très riche, autant en terme patrimonial que de nature. Les cônes de vues sont facilement impactés par les dispositifs publicitaires, alors que le paysage naturel est un des points forts du territoire, notamment à proximité du Lac du Der. Au sein des bourgs de moins de 10 000 habitants et à Saint-Dizier, l'enjeu de l'intégration des enseignes au bâti est primordial. Les maisons à pans de bois ou en pierre de taille peuvent par exemple être particulièrement impactés par l'implantation d'enseignes en bandeau de couleur.

Ainsi le règlement aura une double fonction : limiter l'impact de la publicité le long des axes en et hors agglomération et protéger le patrimoine naturel et bâti du territoire.



Implantations des dispositifs publicitaires

- sur abribus
- Sur bâche
- Au mur
- Sur clôture
- Sur dispositif scellé au sol

1- Qualité des entrées de ville et axes traversés

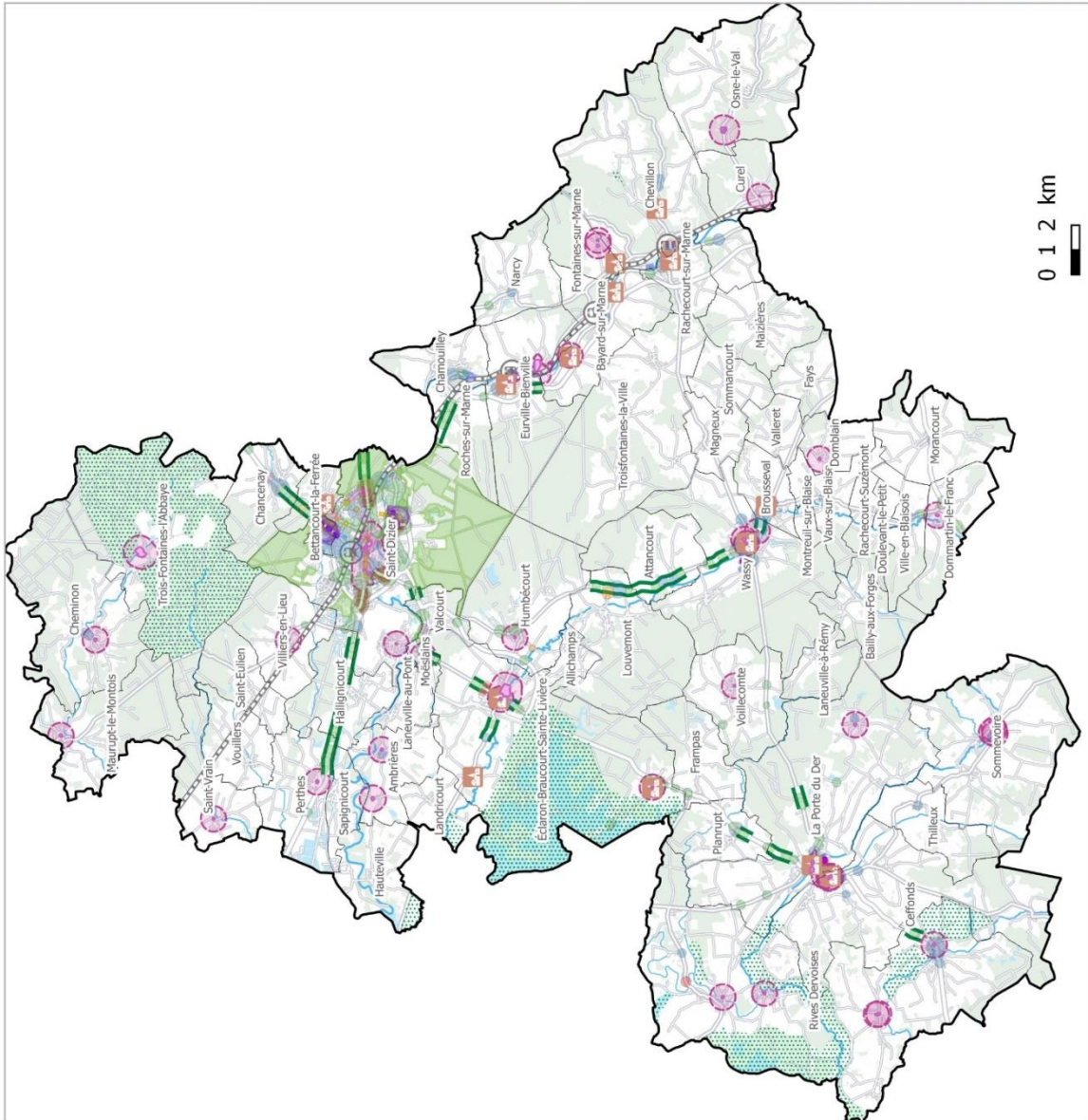
- Tronçons sensibles aux pollutions visuelles
- Façades commerciales visibles des ZAE (effet vitrine)
- Tronçons concernés par des pré-enseignes hors aggro

2- Qualité des perceptions sur le paysage et le patrimoine

- Périmètre de protection autour des monuments historiques
- Monument historique
- Sites classés
- Sites inscrits
- Site Natura 2000

3- Visibilité des acteurs économiques

- Pôles et commerces de proximité
- Pôles d'activités (ZAE)
- Zone commerciale expressive
- Centre-bourg patrimonial



0 1 2 km

RLPi

de Saint-Dizier, Der & Blaise

Agglomération



1B-ORIENTATIONS



1B

Chapitre 1 : Rappel des objectifs d'élaboration du RLPi

Suivant la délibération de prescription du 14 décembre 2018 modifiée par délibération du 16 décembre 2019, les objectifs d'élaboration du RLPi sont les suivants :

- Anticiper la caducité du RLP de Saint-Dizier (juillet 2022)
- Maintenir un cadre de vie de qualité
- Renforcer l'attractivité résidentielle et des acteurs économiques locaux
- Mettre en valeur les centres-villes, bourgs et villages
- S'adapter et anticiper les nouvelles technologies

Chapitre 2 : Les orientations

I. Synthèse des orientations

Sur la base des objectifs et des enjeux identifiés, quatre orientations ont été définies :

ORIENTATION 1 : Maintenir un cadre de vie de qualité

- Supprimer les publicités hors agglomération
- Assurer la visibilité des entreprises hors agglomération
- Valoriser les espaces de nature situés dans l'agglomération et les vues sur le paysage (Marne et canaux, vallées, espaces boisés, grands parcs)
- Assurer la lisibilité des entrées de ville de Saint-Dizier et préserver le caractère patrimonial des entrées de ville des centres-bourgs

ORIENTATION 2 : Assurer l'attractivité des acteurs économiques locaux

- Limiter la publicité dans les quartiers résidentiels et harmoniser les enseignes des polarités commerciales secondaires
- Trouver un équilibre entre préservation des paysages et expression des activités
- Veiller à une bonne visibilité de l'information événementielle et culturelle

ORIENTATION 3 : Mettre en valeur les paysages des centres-villes, bourgs et villages

- Harmoniser le traitement des enseignes dans le centre-ville de Saint-Dizier et dans les centres-bourgs

- Améliorer l'intégration des enseignes, maîtriser strictement les publicités sur le bâti patrimonial
- Préserver les abords du patrimoine remarquable, monuments historiques, sites classés et inscrits

ORIENTATION 4 : S'adapter et anticiper les nouvelles technologies

- Anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique
- Adapter les horaires d'extinction nocturne au territoire

II. Déclinaison de chaque orientation

1. ORIENTATION 1 : Maintenir un cadre de vie de qualité

- **Supprimer les publicités hors agglomération**

De nombreuses publicités hors agglomération existent le long de la N4, la D2, la D384, la N67 et la D4. L'objectif sera donc de les supprimer afin de limiter le nombre de non-conformité sur le territoire et de préserver la qualité des paysages.

- **Assurer la visibilité des entreprises hors agglomération**

Afin d'assurer la visibilité des entreprises, les pré-enseignes seront remplacées par de la signalétique type SIL qui assurera une visibilité des commerces pour les personnes de passage.

Afin de valoriser les produits du terroir et les monuments historiques locaux, une information sera menée afin que les pré-enseignes dérogatoires autorisées puissent être mises en place.

Un travail sera effectué pour veiller à la visibilité des activités touristiques (hébergements, restaurants, activités de loisirs). Cela passera notamment par des éléments de signalétique.



Commune de Sainte Livière

- **Valoriser les espaces de nature situés dans l'agglomération et les vues sur le paysage (Marne et canaux, Vallées, espaces boisés, grands parcs)**

Les secteurs de nature seront protégés strictement de la publicité par une interdiction totale.

Les coupures vertes et autres cônes visuels seront protégés par des adaptations de formats et un encadrement des implantations.



- **Assurer la lisibilité des entrées de ville de Saint-Dizier et préserver le caractère patrimonial des entrées de ville des centres-bourgs**

Une attention particulière sera apportée aux entrées de ville et à l'implantation des publicités dans ces secteurs afin de valoriser la transition ville-campagne.

En centre-ville, centre-bourg et en secteur résidentiel, la publicité sera limitée à des petits formats de mobilier urbain ou d'implantation murale.



Selon le contexte urbain, les formats publicitaires seront adaptés.

Les entrées de villes stratégiques de Saint-Dizier seront protégées. Les dispositifs publicitaires seront encadrés afin de limiter les grands formats et d'améliorer la première image perçue de la commune.

La gare et les axes ferroviaires seront intégrés dans cette réflexion sur les entrées de ville.

2. ORIENTATION 2 : Assurer l'attractivité des acteurs économiques locaux

→ Limiter la publicité dans les quartiers résidentiels et harmoniser les enseignes des polarités commerciales secondaires

En secteur résidentiel la publicité sera limitée à de petits formats de mobilier urbains ou de publicités murales.

Les enseignes seront harmonisées au sein des polarités secondaires afin d'améliorer la visibilité des différents commerces.



→ Trouver un équilibre entre préservation des paysages et expression des activités

En zone d'activités, l'objectif sera de permettre un affichage raisonné, tout en limitant l'effet de surdensité lié notamment à l'accumulation de publicités et d'enseignes au sol de grands formats.

Les enseignes temporaires seront encadrées afin d'éviter l'effet d'accumulation de celles-ci.

Un travail sur la signalisation sera effectué afin d'assurer la visibilité des commerces situés en retrait des axes principaux.



→ **Veiller à une bonne visibilité de l'information événementielle et culturelle**

La bonne visibilité de l'affichage événementiel sera permise par plusieurs supports, prioritairement par les journaux d'informations communaux.

Les surfaces d'affichage libre seront vérifiées afin d'assurer des possibilités d'affichage pour les associations.

Le contrôle des règles d'affichage temporaire devra permettre d'assurer un affichage mieux organisé et plus efficace.



3. ORIENTATION 3 : Mettre en valeur les paysages des centres-villes, bourgs et villages

→ **Harmoniser le traitement des enseignes dans le centre-ville de Saint-Dizier et dans les centres-bourgs**

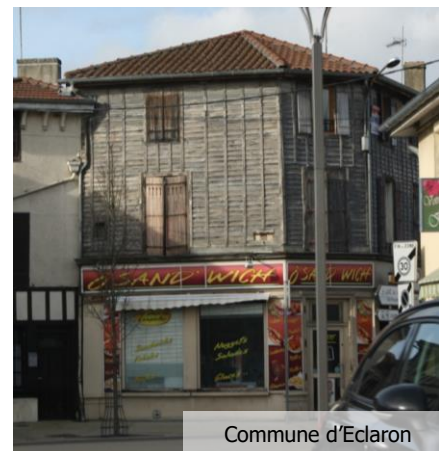
Les enseignes des différentes communes seront harmonisées à l'aide de règles portant notamment sur la sobriété de l'enseigne, sur sa simplicité, sur le respect du rez-de-chaussée, ainsi que sur la densité des différentes enseignes.



Commune de Montier-en-Der

→ **Améliorer l'intégration des enseignes, maitriser strictement les publicités sur le bâti patrimonial**

Des règles spécifiques seront définies afin de protéger le bâti patrimonial et la qualité architecturale et paysagère des centres-bourgs.



Commune d'Eclaron

→ **Préserver les abords du patrimoine remarquable, monuments historiques, sites classés et inscrits**

Aux abords des monuments historiques, les formats seront limités. Au sein de certains bourgs dont le patrimoine est particulièrement intéressant et les enjeux publicitaires plus faibles, les périmètres d'interdiction resteront en place, sans dérogation.



4. ORIENTATION 4 : S'adapter et anticiper les nouvelles technologies

→ **Anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique**

Afin de permettre le développement de dispositifs innovants, tout en protégeant le paysage, des secteurs d'implantation seront définis ainsi que des formats particuliers.

→ **Adapter les horaires d'extinction nocturne au territoire**

Afin de protéger l'environnement, la plage d'extinction nocturne sera étendue pour s'adapter aux contraintes économiques réelles du territoire.

RLPi

de Saint-Dizier, Der & Blaise

Agglomération



1C- JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS



1C

I. Motifs de délimitation du zonage

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Saint Dizier, Der & Blaise : les bourgs patrimoniaux, les espaces de nature, les zones d'activités, les routes nationales et grandes départementales.

Chacun de ces secteurs recouvre des problématiques d'affichage propre.

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, quatre zones de publicité ont été définies, dont certaines sont ensuite divisées en sous-secteurs.

Pour chacune de ces zones de publicité (ZP), des prescriptions particulières ont été élaborées. Le RLPi prévoit également des dispositions communes à l'ensemble de ces zones.

Le zonage du RLPi tient compte des travaux préalables à la définition des nouveaux PDA par l'architecte des Bâtiments de France.

2. ZP0 : Espaces naturels, bourgs patrimoniaux et secteurs protégés

La ZP0 concerne l'ensemble des secteurs de nature (bords de rivière, de canaux protégés sur 20 m de part et d'autre de l'axe du fil d'eau), les voies ferrées, une partie des bourgs patrimoniaux, ainsi qu'une partie des abords immédiats des monuments historiques (périmètre de 100 m). Le but de cette zone est d'offrir une protection maximale à ces secteurs sensibles, vis-à-vis des dispositifs d'affichage extérieur. Elle couvre 31,19% du zonage du RLPi.

Les bourgs patrimoniaux entièrement protégés par une ZP0 sont les suivants :

- Allichamps
- Chancenay (hors RD635)
- Chevillon (hors secteurs d'activités, RD9 et RD335)
- Curel
- Dommartin-le-Franc
- Doulevant-le-Petit (hors RD2)
- Eurville-Bienville (hors zones d'activités)
- Fontaines-sur-Marne
- La porte du Der, hameau de Robert-Magny
- Landricourt (hors D532)
- Laneuville-au-Pont
- Louvemont (hors RD2)
- Magneux
- Moëslains
- Montreuil-sur-Blaise
- Osne-le-Val
- Perthes
- Rachecourt-Suzémont

- Rives Dervoises, hameaux de Le Voy, Droyes, Les Granges, Hametel, Gervilliers
- Roches-sur-Marne (hors secteur d'activités : menuiserie)
- Saint-Eulien
- Saint-Vrain
- Sapignicourt (hors RD660)
- Sommancourt (hors RD179)
- Thilleux (hors RD13)
- Troisfontaines-la-Ville, hameaux de Villiers aux Bois et de Troisfontaines
- Valleret
- Vaux-sur-Blaise
- Villiers-en-Lieu
- Voillecomte
- Vouillers

Les abords de monuments protégés par une ZPO sont les suivants :

- Ambrières, périmètre de 100m, Eglise Assomption
- Attancourt, périmètre restreint, Eglise (non protégée par les Monuments Historiques)
- Bayard-sur-Marne, périmètre de 100m, Eglise de la conversion de Saint Paul
- Cheminon, périmètre de 100m, Eglise Saint Nicolas
- Domblain, périmètre de 100m, Eglise Saint Bénigne
- Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière, périmètre de 100m, Eglise Saint Laurent d'Eclaron et Eglise de la Vierge
- Maurupt-le-Montois, périmètre de 100m, Eglise Assomption
- Rives-Dervoises, périmètre de 100m, Eglise Saint Martin du hameau de Louze, Eglise Sainte-Marie et Croix du cimetière du hameau de Longeville-sur-la-Laines
- Sommevoire, périmètre restreint autour des trois monuments historiques (Eglise Saint-Pierre, Eglise Notre-Dame, Echauguette : rue de la croix)
- Wassy, périmètre restreint autour des trois monuments historiques (Eglise Notre Dame, Tour du Dôme, Croix de la Perrière)

Sur Saint Dizier, les zones couvertes par la ZPO recouvrent :

- Les bords de Marne et les secteurs de nature situés de part et d'autre
- Les canaux (entre Champagne et Bourgogne)
- La voie ferrée
- Les abords de la D635 sur une distance de 20m de part et d'autre de l'axe de la voie

3. ZP1 : Centres-villes et zones résidentielles

Au sein de la ZP1 sont regroupées une partie des centres-villes, centre-bourgs et zones résidentielles. Il s'agit du zonage majoritaire à l'échelle de l'intercommunalité. La réglementation de l'affichage y est encadrée assez fortement afin de répondre à un objectif non seulement de préservation du paysage urbain, mais plus encore de sa mise en valeur.

3.1. ZP1a : Cœur de ville de Saint Dizier et centres-bourgs

La ZP1a limite fortement la publicité, ne l'autorisant que sur du petit mobilier urbain. Elle a donc vocation à protéger les cœurs historiques (et notamment celui de Saint-Dizier) tout en maintenant une possibilité d'affichage local et de financement de certains mobiliers urbains (tels que les abri-voyageurs). Elle est appliquée sur tout le Périmètre Délimité des Abords (PDA) en vigueur sur Saint Dizier, ainsi que dans de nombreux centre-bourgs patrimoniaux ayant des besoins d'affichage liés soit à des activités, soit au maintien de mobiliers urbains. Elle couvre 30,12% du zonage du RLPi.

Les bourgs protégés par une ZP1a (hors abords de monuments historiques protégés en ZP0 et cités ci-avant) sont les suivants :

- Ambrières
- Bailly-aux-Forges
- Bayard-sur-Marne, toutes zones agglomérées (hors fonderie)
- Bettancourt-la-Ferrée, centre ancien
- Brousseval (hors RD2 et fonderie)
- Ceffonds, toutes zones agglomérées
- Cheminon
- Domblain
- Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière (hors RD24, RD384)
- Hallignicourt
- Hauteville
- La porte du Der (hors RD 384 et zone d'activités)
- Maizières
- Maurupt-le Montois
- Planrupt (hors RD 384)
- Rachecourt-sur-Marne
- Rives-Dervoises, hameau de Louze (hors RD400)
- Sapignicourt, uniquement le long de la RD660
- Sommevoire (hors RD13)
- Trois-Fontaines-l'Abbaye
- Valcourt (hors RD 384)
- Ville-en-Blaisois

Wassy (hors zone d'activités et RD2, RD4)

3.2. ZP1b : Zones résidentielles de Saint Dizier, axes et centres-bourgs

Une partie des communes, du fait de besoins d'affichage plus importants ou de volontés de ne pas nuire à l'affichage local des entreprises et de la commune, sont zonées en ZP1b, ce qui autorise les publicités murales de 4m². La zone ZP1b couvre 24,87% du zonage du RLPi. Les communes sont les suivantes :

- Attancourt
- Bettancourt-la-Ferrée (hors zone du Val d'Ornel et centre ancien)
- Chamouilley (hors zone d'activité Sud)
- Eurville-Bienville (zone d'activités uniquement)
- Fays
- Frampas
- Humbécourt
- Laneuville-à-Rémy
- Morancourt
- Nancy
- Rives-Derroises, hameau de Longeville-sur-la-Laines
- Troisfontaines-la-Ville, hameaux d'Avrainville et de Flornoy

Afin de maintenir des possibilités d'affichage le long de certains axes et ainsi faciliter la vie économique locale, les pré-enseignes et les publicités murales sont autorisées dans les communes suivantes, sur une distance de 20 m de part et d'autre de l'axe central des voies citées :

- Brousseval, RD2
- Chancenay, RD635 (hors bourg ancien)
- Chevillon, RD9 et RD335
- Doulevant-le-Petit, RD2
- Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière, RD24 et RD384
- La porte du Der, RD 384
- Landricourt, D532 (hors bourg ancien)
- Louvemont, RD2
- Planrupt, RD 384
- Rives-Derroises, RD400
- Sommancourt, RD179
- Sommevoire, RD13
- Thilleux, RD13
- Valcourt, RD 384
- Wassy, RD2 et RD4

Dans la commune de Saint-Dizier, la ZP1b s'applique sur l'ensemble des secteurs résidentiels qui ne sont pas couverts par d'autres zonages. Cela exclut donc les secteurs de nature, la voie ferrée, le centre historique, les zones d'activités, ainsi que l'Avenue du Général Sarrail et la route de Nancy.

4. ZP2 : Zones d'activités

La ZP2 recouvre l'ensemble des zones d'activités du territoire. Cette zone offre des règles plus souples, notamment pour les enseignes, plus adapté au contexte de ces zones (bâtiments de taille importantes, rues larges, et circulation essentiellement en voiture).

Plusieurs zones d'activités sont présentes dans les différentes communes du territoire, certaines sont des zones industrielles organisées notamment autour du travail de la fonte.

Le territoire étant hétérogène en termes de réglementation nationale et de taille de communes (seule Saint-Dizier regroupe plus de 10 000 habitants), plusieurs sous-zonages ont été créés de manière à avoir des règles adaptées à chaque taille de commune et en cohérence avec les dispositions nationales.

4.1. ZP2a : Zone d'activités du Chêne Saint Amand

La ZP2b, couvre l'ensemble de la zone du Chêne Saint Amand, ainsi que l'Avenue Pierre Bérégovoy (depuis la zone d'activités jusqu'au croisement avec l'ancienne voie ferrée). Dans cette partie de l'avenue Bérégovoy les entreprises ont des typologies et besoins similaires à celles du reste de la zone.

Cette zone commerciale regroupe des entreprises de grande dimension aux besoins d'affichage particuliers. Le choix a été fait de maintenir un affichage plus important que dans les autres secteurs économiques, puisque étant située entièrement sur Saint-Dizier elle peut bénéficier des règles d'enseignes des communes de plus de 10 000 habitants. Cette zone ZP2a couvre 1,33% du zonage du RLPi.

4.2. ZP2b : Zones d'activités

La ZP2b couvre l'ensemble des zones d'activités des communes de moins de 10 000 habitants citées ci-dessous :

- Bayard-sur-Marne, fonderie
- Bettancourt-la-Ferrée, zone du Val d'Ornel
- Brousseval, fonderie
- Chamouilley, zones d'activités au Sud de la zone aggloméré
- Chevillon, zone industrielle au Nord (entreprises de soudure), et Sud du bourg principal
- La porte du Der, zone d'activités de Montier en Der
- Roches-sur-Marne, secteur d'activités : menuiserie)
- Wassy, zone d'activités (garagistes, supermarchés, au Nord-Ouest du bourg principal)

La zone du Val d'Ornel citée ci-dessus, s'étend sur Bettancourt-la-Ferrée (commune de moins de 10 000 habitants) et sur Saint-Dizier (commune de plus de 10 000 habitants). Elle pourrait donc être

soumise à deux réglementations différentes si elle suivait uniquement les dispositions nationales du Code de l'Environnement. Il a été choisi d'uniformiser les règles d'enseignes et de publicités au sein de cette zone commerciale afin de ne pas favoriser les activités installées à Saint-Dizier par rapport à celles installées à Bettancourt-la-Ferrée.

Cette zone ZP2b couvre 12,20% du zonage du RLPi.

5. ZP3 : Axes « tampons » entre zones d'activités et les zones résidentielles

La ZP3 couvre 20 m de part et d'autre de deux axes qui sont à la connexion entre des zones d'activités et des secteurs résidentiels :

- la route de Nancy, depuis la limite d'agglomération jusqu'au croisement avec l'avenue Edgard Pisani
- l'avenue du Général Sarrail, depuis le rond-point au croisement avec l'Avenue Raoul Laurent jusqu'au rond-point à proximité de l'aciérie.

Ces axes sont actuellement particulièrement affichés car très passants. Afin de faire une transition entre zones d'activités et zones résidentielles, la publicité scellée au sol restera possible, mais limitée en nombre, de manière à diminuer petit à petit la densité de l'affichage publicitaire. Cette zone ZP3 couvre 0,28% du zonage du RLPi.

II. Choix retenus pour la partie réglementaire

1. Réglementation des publicités et pré-enseignes

Le Règlement Local de Publicité intercommunal est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes et notamment des articles L.581-1 à L.581-45 et aux dispositions des articles R.581-1 à R.581-88.

Conformément à l'instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019, les surfaces de publicité sont définies en surface utile (ne comprenant que la surface de publicité) pour le mobilier urbain et en surface totale (avec encadrement) pour les dispositifs strictement publicitaires.

1.1 Dispositions générales

Le territoire de Saint-Dizier Der & Blaise est ponctuellement couvert par des périmètres de protection du patrimoine et de l'environnement engendrant des interdictions absolues et relatives de publicité. Les communes de Saint-Dizier et d'Eurville-Bienville, sont concernées par des Périmètres Délimités des Abords (PDA). Pour les autres communes accueillant un patrimoine protégé, les rayons de protection qui s'appliquent seront amenés à évoluer car des projets de PDA ont été élaborés avec l'Architecte des Bâtiments de France de Haute-Marne et validés par les élus communaux. Le RLPi intègre d'ores et déjà ces évolutions futures pour garantir une simplicité d'instruction réglementaire.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal permet ainsi, et de façon limitée, la réintroduction de publicité.

Dans le centre-ville de Saint Dizier notamment, une réintroduction de publicité est envisagée, mais uniquement sur du petit mobilier urbain (2m² de surface utile maximum), en micro-affichage, en pré-enseigne temporaire ou sur palissade ou bâche de chantier.

Ce mobilier urbain et ce micro-affichage, par leurs dimensions, ont un impact limité sur le paysage urbain, tout en pérennisant certains équipements (abri-bus) qui ne pourraient pas être maintenus sans les accords définis par conventions de mobilier urbain.

L'autorisation des pré-enseignes temporaires à vocation à permettre l'affichage des manifestations, sans démultiplier le nombre de dispositifs pérennes. La publicité de chantier, de par son caractère temporaire, n'impacte pas durablement le paysage urbain et facilite le financement des projets de rénovation permettant la valorisation du centre historique et donc des monuments historiques qui y prennent place.

Aux abords des monuments historiques des communes de Curel, Dommartin-le-Franc, Eurville-Bienville, Fontaines-sur-Marne, Moëslains, Osne-le-Val, Perthes, Saint-Vrain, Villiers-en-Lieu et Voillecomte la publicité n'est pas réintroduite, en dehors de la publicité temporaire (pré-enseignes temporaires et publicité de chantier).

Pour les autres monuments historiques du territoire, une réintroduction est prévue, mais de manière limitée. Dans les communes d'Ambrières, de Bayard-sur-Marne, de Cheminon, de Domblain, d'Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière, de Maurupt-le-Montois, de Rives-Dervoises, de Sommevoire et de Wassy un périmètre d'interdiction (hors dispositifs temporaires) est maintenu dans les 100 m aux abords des monuments historiques. Autour de ce périmètre de maintien d'interdiction, une réintroduction de publicité murale est prévue très ponctuellement. En effet autour des périmètres d'interdiction de 100m, les zonages passent en ZP1a et ponctuellement en ZP1b (le long d'axes d'importance). Le long des axes, les fronts bâtis continus dégagent peu de vues ce qui réduira les co-visibilités. La publicité autour des monuments historiques sera ainsi limitée très limitée.

1.2 Règles communes

Afin de limiter l'impact visuel des dispositifs publicitaires dans le paysage urbain, tout ajout, extension ou découpage ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif est interdit : la publicité doit s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière. De plus, la règle imposant une gamme de teintes sobres contribuera à limiter l'impact visuel de la publicité dans le paysage urbain.

Pour cette même raison, la publicité est interdite en toiture, sur les terrasses et balcons, sur les marquises et auvents, les volets ainsi que sur les clôtures ou murs de clôture.

Afin d'assurer la préservation de la qualité des espaces agricoles et naturels, il est rappelé que, selon les dispositions du Code de l'Environnement, la publicité scellée au sol, y compris la publicité sur mobilier urbain est interdite au sein des Espaces Boisés Classés (EBC).

Dans une logique de préservation de la qualité des paysages et de la limitation des pollutions visuelles, les dispositifs facilitant la pose des affiches (passerelles, échelles, ...) devront obligatoirement être amovibles. Cela limitera l'emprise globale occupée par la publicité.

Plus largement concernant les nuisances potentiellement engendrées par la publicité, son accompagnement sonore est interdit.

1.3 Dispositions applicables en ZP0

En zone ZP0, toute publicité (dont la publicité lumineuse) est interdite. En effet, dans ce secteur de nature sensible, l'implantation de publicité ne semble pas adaptée. L'objectif est de préserver la qualité paysagère des lieux concernés.

Sont toutefois admis, du fait de leur caractère provisoire, les pré-enseignes temporaires et les publicités sur palissade de chantier. Par ailleurs, un certain nombre de règles (intégration du dispositif, date restrictive concernant leur implantation, limitation de la superficie, ...) contribueront à limiter l'impact visuel de ces publicités de chantier.

1.4 Dispositions applicables en ZP1

En dehors des dispositifs temporaires, les typologies de dispositifs publicitaires autorisées en ZP1 sont les publicités sur mobilier urbain, les publicités murales, les publicités sur micro-affichage et les dispositifs de dimensions exceptionnelles. Ces typologies présentent des formats adaptés au contexte de centre-ville, accueillant aussi bien des polarités commerciales que des zones résidentielles.

Afin de tenir compte des différentes typologies de centre-ville, la ZP1 est divisée en sous-zones avec des secteurs de centres et zones résidentielles strictes (ZP1a) et des secteurs de centres et zones résidentielles souples (ZP1b).

Publicité sur mobilier urbain

En ZP1, la publicité sur mobilier urbain est autorisée jusqu'à un format maximal de 2 m² (surface utile). Dans ces centralités, les distances de façades à façades sont modérées. Le format de 2 m² doit donc permettre de s'adapter à un contexte urbain et paysager ne permettant l'implantation de grands dispositifs.

Publicité numérique

En ZP1, la publicité numérique est interdite. En effet dans ces secteurs en grande partie résidentiels et en contact direct avec des secteurs de nature, dont certains sont hors agglomération, l'impact de la luminosité des dispositifs numériques pourrait être très important. Afin de préserver ces secteurs des pollutions visuelles la publicité numérique est interdite.

Publicité murale

Concernant les publicités murales en ZP1, les règles applicables à celles-ci divergent en fonction des sous-secteurs.

En effet, en ZP1a, la publicité murale est totalement interdite afin de préserver au maximum les secteurs concernés et préserver ainsi la qualité paysagère et architecturale des centres-villes du territoire.

La ZP1b vient, quant à elle, autoriser les publicités murales jusqu'à un format de 4 m² (surface totale). Appliquée majoritairement à des secteurs d'axes ou de secteurs résidentiels, le besoin de visibilité est plus important dans ces secteurs, notamment pour les pré-enseignes des commerces limitrophes. Dans ce secteur, les caractéristiques urbaines et architecturales permettent l'intégration de cette typologie de publicité. Par ailleurs, un panel de mesures (nombre de dispositifs par mur limité, respect du recul, interdiction de masquer des éléments ornementaux d'architectures, ...) contribuera à assurer une intégration optimum de ces dispositifs.

Publicité scellée au sol

En ZP1, la publicité scellée au sol est interdite afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés et limiter l'effet de surdensité dans des contextes actuellement peu impactés par les dispositifs publicitaires. De plus la ZP1 est appliquée en grande partie sur des communes de moins de 10 000 habitants où la publicité scellée au sol est interdite par le Code de l'Environnement.

Publicité sur micro-affichage

Les dispositifs de micro-affichage sont limités à 2 m². Ils doivent être implantés à plat ou parallèlement à la façade. Ces dispositifs ont peu d'impact sur le paysage urbain, du fait de leur implantation sur les devantures commerciales avec un format réduit et participent au maintien de la vie économique locale. Il a donc été choisi de les maintenir selon les dispositions du Code de l'Environnement.

Publicité de chantier

Sont admis, du fait de leur caractère provisoire, les pré-enseignes temporaires et les publicités sur palissade de chantier. Par ailleurs, un certain nombre de règles (intégration du dispositif, date restrictive concernant leur implantation, limitation de la superficie, ...) contribueront à limiter l'impact visuel de ces publicités de chantier.

Dispositifs de dimensions exceptionnelles

En ZP1, les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont autorisés. Ces dispositifs étant soumis à autorisation du maire par le Code de l'Environnement, sans précision de format ou implantation, leur intégration dans l'environnement peut être jugée au cas par cas. Ainsi le choix a été fait de ne pas contraindre plus l'implantation de ces dispositifs.

1.5 Dispositions applicables en ZP2

La ZP2 correspond à des zones d'activités économiques. Afin de prendre en compte les diverses zones d'activités présentes sur le territoire, le RLPi décline plusieurs sous-zonage ZP2 avec :

- Une ZP2a correspondant aux secteurs du « Chêne Saint Amand » et de « l'Avenue Pierre Bérégovoy » ; autorisant notamment les publicités scellées au sol (10,50 m² maximum) et les publicités numériques (8 m² maximum).
- Une ZP2b correspondant aux autres zones d'activités et soumises aux mêmes règles que la ZP1b

Publicité sur mobilier urbain

En ZP2, la publicité sur mobilier urbain est autorisée jusqu'à un format maximal de 2m² (surface utile). Dans un souci de cohérence entre les zones, le choix a été fait de maintenir la même surface utile que dans la ZP1.

Publicité murale

De même que la ZP1, la ZP2 offre la possibilité d'installer de la publicité murale. Afin de limiter l'effet de surdensité, le règlement du RLPi vient limiter leur implantation à un seul dispositif par mur. Par ailleurs, un panel de mesures (respect du recul par rapport à toute arrête du support, interdiction de masquer des éléments ornementaux d'architecture, ...) contribuera à assurer une intégration optimum de ces dispositifs. La surface des publicités et pré-enseignes est fixée à 4m² pour la ZP2a et ZP2b.

Publicité scellée au sol

En ZP2, la publicité scellée au sol est autorisée afin d'offrir une possibilité de communication (autre que celle permise par leurs enseignes) aux activités du secteur. Mais sur les 3 sous-secteurs ZP2, seul le secteur ZP2a, correspondant au « Chêne Saint Amand » et à « l'Avenue Pierre Bérégovoy », autorise l'implantation de ce type de dispositif, compte-tenu des règles nationales accordées aux communes de plus de 10 000 habitants.

Ainsi, en ZP2a, la publicité scellée au sol est autorisée jusqu'à une surface de 10,50m² (surface totale). Le long des axes et zones commerciales concernés, les distances de façade à façade sont importantes. Ainsi, l'implantation de dispositifs publicitaires de plus grand format (10,50 m²) a un impact similaire à des dispositifs de 2 m² dans une rue de centre-ville plus étroite.

Afin de limiter l'impact visuel des dispositifs et la surdensité, le règlement prévoit un maximum d'un dispositif par unité foncière. Dans cette logique, il indique également que ces dispositifs devront être monopied ou encore les deux faces devront obligatoirement être parallèles.

Les dispositifs lumineux sont autorisés sur le secteur ZP2. Toutefois, le choix du principe d'éclairage et son intensité devront être réfléchis de manière à ne pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural dans lequel ils s'implantent.

Publicité numérique

Les publicités numériques sont autorisées dans le secteur ZP2a. De même que pour les publicités scellées au sol, l'objectif est d'offrir une possibilité de communication notamment en s'appuyant sur les nouvelles technologies. Afin de limiter l'effet de surdensité, le nombre de publicité est limité à une par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure à 20 m. Cette longueur minimale a été définie en analysant les tailles de parcelles et correspond à une taille de parcelle moyenne.

En ZP2b la publicité numérique est interdite étant donné que cette zone est appliquée dans des communes de moins de 10 000 habitants où la publicité numérique est interdite par le Code de l'Environnement.

Publicité sur micro-affichage

Les dispositifs de micro-affichage sont limités à 2 m². Ils doivent être implantés à plat ou parallèlement à la façade. Ces dispositifs ont peu d'impact sur le paysage urbain, du fait de leur implantation sur les devantures commerciales avec un format réduit et participent au maintien de la vie économique locale. Il a donc été choisi de les maintenir selon les dispositions du Code de l'Environnement.

Publicité de chantier

Sont admis, du fait de leur caractère provisoire, les pré-enseignes temporaires et les publicités sur palissade de chantier. Par ailleurs, un certain nombre de règles (intégration du dispositif, date restrictive concernant leur implantation, limitation de la superficie (12m²), ...) contribueront à limiter l'impact visuel de ces publicités de chantier. Par ailleurs, il est rappelé que la publicité sur bâches de chantier installées sur les Monuments Historiques n'est pas réglementée par le Code de l'Environnement mais pas celui du patrimoine.

Dispositifs de dimensions exceptionnelles

En ZP2, les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont autorisés. Ces dispositifs étant soumis à autorisation du maire par le Code de l'Environnement, sans précision de format ou implantation, leur intégration dans l'environnement peut être jugée au cas par cas. Ainsi le choix a été fait de ne pas contraindre plus l'implantation de ces dispositifs.

1.6 Dispositions applicables en ZP3

Les dispositifs autorisés en ZP3 (Axes) diffèrent de ceux autorisés en ZP2, en termes de numérique et d'implantation au sol.

Publicité sur mobilier urbain

En ZP3, la publicité sur mobilier urbain est autorisée jusqu'à un format maximal de 2m² (surface utile). Dans un souci de cohérence entre les zones, le choix a été fait de maintenir la même surface utile que dans le ZP1 et ZP2.

Publicité murale

En ZP3, la publicité murale est autorisée afin d'offrir une possibilité de communication aux activités économiques du territoire. Afin de limiter l'effet de surdensité, le règlement du RLPi vient limiter l'implantation à un seul dispositif par mur. Par ailleurs, un panel de mesures (respect du recul par rapport à toute arrête du support, interdiction de masquer des éléments ornementaux d'architecture,...) contribuera à assurer une intégration optimum de ces dispositifs et à limiter leur impact sur les paysages.

Pour garantir une insertion optimale de ces dispositifs, la surface des publicités et pré-enseignes murale est fixée à 4m². Cette faible surface permettra de limiter notablement les impacts des publicités sur le paysage.

Publicité scellée au sol

En ZP3, la publicité scellée au sol est autorisée afin d'offrir une possibilité de communication (autre que celle permise par leurs enseignes) aux activités des zones commerciales limitrophes. Ainsi, elle est autorisée jusqu'à une surface de 10,50m² (surface totale). Cependant dans ces secteurs d'entrées de ville, afin de limiter la publicité une règle de densité est définie. Le nombre de publicité est ainsi limité à une par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure à 20 m. Cette longueur minimale a été définie en analysant les tailles de parcelle et correspond à une taille de parcelle moyenne.

Afin de limiter l'impact visuel des dispositifs, le règlement prévoit l'interdiction des installations en doublon. Dans cette logique, il indique également que ces dispositifs devront être monopied ou encore les deux faces devront obligatoirement être parallèles.

Les dispositifs lumineux sont autorisés sur le secteur ZP3. Toutefois, le choix du principe d'éclairage et son intensité devront être réfléchi de manière à ne pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural dans lequel ils s'implantent.

Publicité numérique

En ZP3, la publicité numérique est interdite afin de valoriser les entrées de ville concernées par ce zonage.

Publicité sur micro-affichage

Les dispositifs de micro-affichage sont limités à 2 m². Ils doivent être implantés à plat ou parallèlement à la façade. Ces dispositifs ont peu d'impact sur le paysage urbain, du fait de leur implantation sur les devantures commerciales avec un format réduit et participent au maintien de la vie économique locale. Il a donc été choisi de les maintenir selon les dispositions du Code de l'Environnement.

Publicité de chantier

Sont admis, du fait de leur caractère provisoire, les pré-enseignes temporaires et les publicités sur palissade de chantier. Par ailleurs, un certain nombre de règles (intégration du dispositif, date restrictive concernant leur implantation, limitation de la superficie à 12m², ...) contribueront à limiter l'impact visuel de ces publicités de chantier. Par ailleurs, il est rappelé que la publicité sur bâches de chantier installées sur les Monuments Historiques n'est pas réglementée par le Code de l'Environnement mais pas celui du patrimoine.

Dispositifs de dimensions exceptionnelles

En ZP3, les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont autorisés. Ces dispositifs étant soumis à autorisation du maire par le Code de l'Environnement, sans précision de format ou implantation, leur intégration dans l'environnement peut être jugée au cas par cas. Ainsi le choix a été fait de ne pas contraindre plus l'implantation de ces dispositifs.

2. Réglementation des enseignes

2.1 Dispositions communes à toutes les zones

Le règlement, à travers les dispositions communes, rappelle bien que quelle que soit leur implantation, les enseignes doivent s'intégrer en respectant l'environnement dans lequel elles s'inscrivent. L'objectif est bien sûr de maintenir la qualité des paysages.

Par ailleurs, afin d'assurer la qualité et l'harmonie des enseignes permanentes apposées sur le territoire, il est indiqué dans le règlement qu'elles devront être réalisées avec des matériaux durables et de qualité. De plus, les choix de matériaux et des coloris devront s'effectuer en harmonie avec la façade sur laquelle elles viennent s'inscrire. De manière générale, les couleurs des enseignes doivent être sobres afin d'améliorer l'intégration de l'enseigne sur la façade.

Dans une optique d'intégration optimale au sein du bâtiment, l'implantation des enseignes devra prendre en compte les lignes de composition et rythme de la façade. Les enseignes en lettres découpées ou sur un bandeau transparent seront à privilégier sur les bâtiments patrimoniaux.

2.2 Dispositions applicables en ZPO

Enseignes parallèles à la façade

La hauteur du bandeau est limitée en proportion à une hauteur de 1/5^{ème} de la hauteur de la devanture commerciale. Cette proportion doit limiter l'impact de l'enseigne sur la façade tout en s'adaptant à plusieurs contextes bâtis. Par ailleurs, l'harmonie de dimension par rapport aux commerces est également recherchée.

Enseignes en façade au-delà du RDC

Une dérogation à la règle du respect du RDC est possible pour les enseignes en lettres découpées ou lettres peintes uniquement. L'objectif est de permettre une meilleure visibilité de l'enseigne, tout en préservant l'intégration optimale de l'enseigne à la façade. La taille de l'enseigne devra alors respecter la même règle de hauteur par rapport à la devanture commerciale (1/5^{ème}) afin de ne pas avoir un impact visuel trop important.

Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec des dimensions maximales fixées à 0,65 m² par face et une saillie de 0,80m (supports compris). Ce format maximal a pour but d'uniformiser les enseignes à l'échelle de la rue.

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, toutes les enseignes perpendiculaires doivent être positionnées dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe. Cela doit éviter qu'une enseigne s'implante beaucoup plus haut, au détriment des enseignes de part et d'autre. Un positionnement en limite latérale du commerce est imposé afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle.

Enseignes sur store

L'inscription sur store est encadrée. Afin de limiter l'effet de surdensité, elle est limitée au lambrequin ou au pendant du store. Les doublons de messages avec les enseignes parallèles à la façade doivent être évités afin de limiter l'accumulation du même message lorsque le store est replié.

Enseignes en adhésifs sur vitrine

Les enseignes en adhésifs sur vitrine devront être en lettres ou signes découpés pour maintenir une transparence de la vitrine.

Enseignes posées au sol sur domaine public

En ZPO, les enseignes posées au sol sont autorisées. Toutefois, pour limiter l'effet de surdensité, le règlement autorise seulement 1 dispositif par établissement.

Enseignes au sol sur parcelle privée

En ZPO, les enseignes au sol sur parcelle privée sont autorisées, l'objectif étant d'offrir la possibilité aux entreprises de communiquer sur leur activité. Le nombre de dispositifs est toutefois limité à un par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité afin ne pas entraîner un effet de surdensité. Pour répondre à ce même objectif de réduction de la multiplication des enseignes, les enseignes au sol ne sont autorisées qu'en l'absence d'enseigne en façade. De plus elles doivent être regroupées sur un dispositif commun dans le cas de plusieurs activités installées sur une même unité foncière afin d'améliorer la lecture globale des enseignes.

La dimension des dispositifs est limitée à une surface de 2m² maximum avec une hauteur maximale limitée à 2,50m correspondant à un format bien lisible en centre-ville et zone résidentielle (soit là où ce secteur est appliqué).

Enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôtures sont autorisées en ZPO. Toutefois le format de ce type d'enseigne est limité à 2m² correspondant à un format bien lisible en centre-ville et zone résidentielle (soit là où ce secteur est appliqué).

Pour répondre à l'objectif de réduction de la multiplication des enseignes, les enseignes au sol ne sont autorisées qu'en l'absence d'enseigne en façade.

Enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont interdites, car non adaptées au contexte de zones naturelles, secteurs de monuments historiques, zones d'habitat et voies ferrées regroupés en ZPO.

Enseignes temporaires à caractère commercial

En ZPO, les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont autorisées afin de permettre la communication autour des évènements locaux. Elles sont cependant limitées à 3 enseignes d'une surface de 2 m² par événement signalé. Cette disposition a pour objectif de limiter la démultiplication de l'affichage temporaire qui s'ajoute à l'affichage permanent avec un contrôle plus complexe.

De plus, le règlement vient également encadrer le temps d'implantation de ces dispositifs. Ils peuvent être installés au plus tôt deux semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée et doivent être retirés au plus tard une semaine après la fin de l'évènement en question.

Enseignes temporaires immobilières

Concernant les enseignes temporaires immobilières installées en façade, quelques dispositions sur leur nombre, leur format, leur implantation permettent de maîtriser leur installation, évitant ainsi d'altérer les façades.

Les enseignes scellées au sol sont peu limitées, avec un format maximal de 12 m² (surface totale) afin de permettre la promotion des programmes immobiliers dont l'affichage sera de toute manière temporaire.

Enseignes lumineuses et numériques

Les enseignes lumineuses et numériques sont également réglementées afin de limiter leur impact sur le paysage. Ainsi le règlement prévoit que l'éclairage soit réalisé par rétro-éclairage ou par projection aux moyens de dispositifs discrets, intégrés dans la mesure du possible à la devanture commerciale. Toutes ces solutions doivent permettre de limiter le côté éblouissant des enseignes lumineuses et de valoriser les commerces.

Les enseignes numériques ayant souvent une luminosité très importante et étant orientées vers le piéton, ne sont pas souhaitables en secteur patrimonial et sont donc interdites.

2.3 Dispositions applicables en ZP1

Enseignes parallèles à la façade

La hauteur du bandeau est limitée en proportion à une hauteur de 1/5^{ème} de la hauteur de la devanture commerciale. Cette proportion doit limiter l'impact de l'enseigne sur la façade tout en s'adaptant à plusieurs contextes bâtis. Par ailleurs, l'harmonie de dimension par rapport aux commerces est également recherchée.

Enseignes en façade au-delà du RDC

Une dérogation à la règle du respect du RDC pour les enseignes en lettres découpées ou lettres peintes uniquement. L'objectif étant de permettre une meilleure visibilité de l'enseigne, tout en préservant l'intégration optimale de l'enseigne à la façade. La taille de l'enseigne devra alors respecter la même règle de hauteur par rapport à la devanture commerciale (1/5^{ème}) afin de ne pas avoir un impact visuel trop important.

Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec des dimensions maximales fixés à 0,65 m² par face et une saillie de 0,80m (supports compris). Ce format maximal a pour but d'uniformiser les enseignes à l'échelle de la rue.

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, toutes les enseignes perpendiculaires doivent être positionnées dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe. Cela doit éviter qu'une enseigne s'implante beaucoup plus haut, au détriment des enseignes de part et d'autre. Un positionnement en limite latérale du commerce est imposé afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle.

Enseigne sur store

L'inscription sur store est encadrée. Afin de limiter l'effet de surdensité, elle est limitée au lambrequin ou au pendant du store. Les doublons de messages avec les enseignes parallèles à la façade doivent être évités afin de limiter l'accumulation du même message lorsque le store est replié.

Enseignes en adhésifs sur vitrine

Les enseignes en adhésifs sur vitrine devront être en lettres ou signes découpés pour maintenir une transparence de la vitrine.

Enseigne posée au sol sur domaine public

En ZP1, les enseignes posées au sol sont autorisées. Toutefois, pour limiter l'effet de surdensité, le règlement autorise seulement 1 dispositif par établissement.

Enseigne au sol sur parcelle privée

En ZP1, les enseignes au sol sur parcelle privée sont autorisées. L'objectif étant d'offrir la possibilité aux activités de communiquer sur leur activité. Le nombre de dispositifs est toutefois limité à un par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité afin ne pas entraîner un effet de surdensité. Pour répondre à ce même objectif de réduction de la multiplication des enseignes, les enseignes au sol ne sont autorisées qu'en l'absence d'enseigne en façade. De plus elles doivent être regroupées sur un dispositif commun dans le cas de plusieurs activités installées sur une même unité foncière afin d'améliorer la lecture globale des enseignes.

La dimension des dispositifs est limitée à une surface de 2 m² maximum avec une hauteur maximale limitée à 2,50 m correspondant à un format bien lisible en centre-ville et zone résidentielle (soit là où ce secteur est appliqué).

Enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP1. Toutefois le format de ce type d'enseigne est limité à 2 m² correspondant à un format bien lisible en centre-ville et zone résidentielle (soit là où ce secteur est appliqué).

Pour répondre à l'objectif de réduction de la multiplication des enseignes, les enseignes au sol ne sont autorisées qu'en l'absence d'enseigne en façade.

Enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont interdites en ZP1, car non adaptées au contexte de centre-ville et de polarité commerciale.

Enseignes temporaires à caractère commercial

En ZP1, les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont autorisées. Elles sont cependant limitées à 3 enseignes d'une surface de 2 m² par événement signalé. Cette disposition a pour objectif de limiter la démultiplication de l'affichage temporaire qui s'ajoute à l'affichage permanent avec un contrôle plus complexe.

De plus, le règlement vient également encadrer le temps d'implantation de ces dispositifs. Ils peuvent être installés au plus tôt deux semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée et doivent être retirées au plus tard une semaine après la fin de l'évènement en question.

Enseignes temporaires immobilières

Concernant les enseignes temporaires immobilières installées en façade, quelques dispositions sur leur nombre, leur format, leur implantation permettent de maîtriser leur installation, évitant ainsi d'altérer les façades.

Les enseignes scellées au sol sont peu limitées, avec un format maximal est de 12 m² (surface totale) afin de permettre la promotion des programmes immobiliers dont l'affichage sera de toute manière temporaire.

Enseignes lumineuses et numériques

Les enseignes lumineuses et numériques sont également réglementées afin de limiter leur impact sur le paysage. Ainsi le règlement prévoit que l'éclairage soit réalisé par rétro-éclairage ou par projection aux moyens de dispositifs discrets, intégrés dans la mesure du possible à la devanture commerciale. Toutes ces solutions doivent permettre de limiter le côté éblouissant des enseignes lumineuses et de valoriser les commerces.

Les enseignes numériques ayant souvent une luminosité très importante et étant orientées vers le piéton, elles ne sont pas souhaitables en secteur de centre-ville ou résidentielles.

2.4 Dispositions applicables en ZP2

Enseignes parallèles à la façade

La hauteur du bandeau est limitée en proportion à une hauteur de 1/5^{ème} de la hauteur de la devanture commerciale. Cette proportion doit limiter l'impact de l'enseigne sur la façade tout en s'adaptant à plusieurs contextes bâtis. Par ailleurs, l'harmonie de dimension par rapport aux commerces de part et d'autre est également recherchée.

Enseignes en façade au-delà du RDC

Une dérogation à la règle du respect du RDC pour les enseignes en lettres découpées ou lettres peintes uniquement. L'objectif étant de permettre une meilleure visibilité de l'enseigne, tout en préservant l'intégration optimale de l'enseigne à la façade. La taille de l'enseigne devra alors respecter la même règle de hauteur par rapport à la devanture commerciale (1/5^{ème}) afin de ne pas avoir un impact visuel trop important.

Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec des dimensions maximales fixés à 0,65 m² par face et une saillie de 0,80 m (supports compris). Ce format maximal a pour but d'uniformiser les enseignes à l'échelle de la rue. Le format est identique aux secteurs de centres-villes étant donné que dans les secteurs commerciaux ce type d'enseigne est peu utilisé. Les commerces l'employant auront donc a priori une implantation similaire à ceux des centres-villes (en alignement de la rue), il est donc cohérent d'avoir un format similaire au reste des secteurs.

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, toutes les enseignes perpendiculaires doivent être positionnées dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe. Cela doit éviter qu'une enseigne s'implante beaucoup plus haut, au détriment des enseignes de part et d'autre. Un positionnement en limite latérale du commerce est imposé afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle.

Enseigne sur store

L'inscription sur store est encadrée. Afin d'éviter l'effet de surdensité, elle est limitée au lambrequin ou le pendant du store. Les doublons de messages avec les enseignes parallèles à la façade doivent être évités pour empêcher l'accumulation du même message lorsque le store est replié.

Enseignes en adhésifs sur vitrine

Les enseignes en adhésifs sur vitrine devront être en lettres ou signes découpés pour maintenir une transparence de la vitrine.

Enseigne posée au sol sur domaine public

En ZP2, les enseignes posées au sol sont autorisées. Toutefois, pour limiter l'effet de surdensité, le règlement autorise seulement 1 dispositif par établissement.

Enseigne au sol sur parcelle privée

En ZP2, les enseignes au sol sur parcelle privée sont autorisées. L'objectif étant d'offrir la possibilité aux activités de communiquer sur leur activité. Le nombre de dispositifs est toutefois limité à un par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité afin ne pas entraîner un effet de surdensité. Pour répondre à ce même objectif de réduction de la multiplication des enseignes, les enseignes doivent être regroupées sur un dispositif commun dans le cas de plusieurs activités installées sur une même unité foncière.

Par ailleurs, la dimension des dispositifs est limitée sur l'ensemble de la zone ZP2. Toutefois, des différences de surface maximale existent entre les sous-zonages afin de s'adapter au contexte de chaque zone. Ainsi, en ZP2a, la surface maximale est de 10,50 m², qui correspond au format maximal autorisé pour les publicités scellées au sol. Il s'agit d'un format « classique » d'afficheurs qui permettra une certaine cohérence dans l'affichage de la zone.

En ZP2b le format est limité à 6 m² qui correspond au format maximal autorisé dans les communes de moins de 10 000 habitants. Ce format permet ainsi aux activités commerciales de bénéficier d'une meilleure visibilité dans des secteurs souvent éloignées des zones résidentielles et donc moins visibles.

Enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP2. Toutefois le format de ce type d'enseigne est limité à 4 m². De plus, un seul dispositif est autorisé par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement de manière à limiter l'effet de surdensité avec les autres enseignes.

Ce format, plus important que dans les secteurs de centre-ville doit permettre de s'adapter au contexte de voies plus larges et de vitesses plus importantes.

Enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont autorisées au sein des zones d'activités économiques afin de permettre l'adaptation des enseignes aux nombreuses typologies bâties et commerciales rencontrées au sein de ces zones. Ces enseignes ne sont pas réglementées de manière supplémentaire au Code de l'Environnement étant donné que les prescriptions inscrites, pour être respectées à la lettre, imposent déjà un travail important limitant l'impact de ce type d'enseignes.

Enseignes temporaires à caractère commercial

En ZP2, les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont autorisées. Elles sont cependant limitées à 3 enseignes d'une surface de 2 m² par événement signalé. Cette disposition a pour objectif de limiter la démultiplication de l'affichage temporaire qui s'ajoute à l'affichage permanent avec un contrôle plus complexe.

De plus, le règlement vient également encadrer le temps d'implantation de ces dispositifs. Ils peuvent être installés au plus tôt deux semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée et doivent être retirés au plus tard une semaine après la fin de l'évènement en question.

Enseignes temporaires immobilières

Concernant les enseignes temporaires immobilières installées en façade, quelques dispositions sur leur nombre, leur format, leur implantation permettent de maîtriser leur installation, évitant ainsi d'altérer les façades.

Les enseignes scellées au sol sont peu limitées, avec un format maximal de 12 m² (surface totale) afin de permettre la promotion des programmes immobiliers dont l'affichage sera de toute manière temporaire.

Enseignes lumineuses et numériques

Les enseignes lumineuses et numériques sont également réglementées afin de limiter leur impact sur le paysage. Ainsi le règlement prévoit que l'éclairage se fasse par rétro-éclairage ou par projection aux moyens de dispositifs discrets, intégrés dans la mesure du possible à la devanture commerciale. Toutes ces solutions doivent permettre de limiter le côté éblouissant des enseignes lumineuses et de valoriser les commerces.

Les enseignes numériques sont interdites malgré l'autorisation des publicités. En effet l'objectif global est de permettre le développement de technologies novatrices tout en limiter la démultiplication des écrans qui ont rapidement un impact très important sur le paysage urbain. Ainsi les publicités ont été autorisées avec des règles de densité permettant de contrôler leur nombre, mais les enseignes qui auraient de fait pu être implantées sur chaque parcelle commerciale sont interdites. Cela permettra ainsi au global un développement du numérique, tout en limitant l'impact global de ce type de dispositifs.

2.5 Dispositions applicables en ZP3

Enseignes parallèles à la façade

La hauteur du bandeau est limitée en proportion à une hauteur de 1/5^{ème} de la hauteur de la devanture commerciale. Cette proportion doit limiter l'impact de l'enseigne sur la façade tout en s'adaptant à plusieurs contextes bâtis. Par ailleurs, l'harmonie de dimension par rapport aux commerces est également recherchée.

Enseignes en façade au-delà du RDC

Une dérogation à la règle du respect du RDC pour les enseignes en lettres découpées ou lettres peintes uniquement. L'objectif étant de permettre une meilleure visibilité de l'enseigne, tout en préservant l'intégration optimale de l'enseigne à la façade. La taille de l'enseigne devra alors respecter la même règle de hauteur par rapport à la devanture commerciale (1/5^{ème}) afin de ne pas avoir un impact visuel trop important.

Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec des dimensions maximales fixées à 0,65 m² par face et une saillie de 0,80 m (supports compris). Ce format maximal a pour but d'uniformiser les enseignes à l'échelle de la rue.

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, toutes les enseignes perpendiculaires doivent être positionnées dans le prolongement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe. Cela doit éviter qu'une enseigne s'implante beaucoup plus haut, au détriment des enseignes de part et d'autre. Un positionnement en limite latérale du commerce est imposé afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle.

Enseigne sur store

L'inscription sur store est encadrée. Afin d'éviter l'effet de surdensité, elle est limitée au lambrequin ou le pendant du store. Les doublons de messages avec les enseignes parallèles à la façade doivent être évités afin d'empêcher l'accumulation du même message lorsque le store est replié.

Enseignes en adhésifs sur vitrine

Les enseignes en adhésifs sur vitrine devront être en lettres ou signes découpés pour maintenir une transparence de la vitrine.

Enseigne posée au sol sur domaine public

En ZP3, les enseignes posées au sol sont autorisées. Toutefois, pour limiter l'effet de surdensité, le règlement autorise seulement 1 dispositif par établissement.

Enseigne au sol sur parcelle privée

En ZP3, les enseignes au sol sur parcelle privée sont autorisées, l'objectif étant d'offrir la possibilité aux établissements de communiquer sur leur activité. Le nombre de dispositifs est toutefois limité à un par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité afin ne pas entraîner un effet de surdensité. Pour répondre à ce même objectif de réduction de la multiplication des enseignes, les enseignes doivent être regroupées sur un dispositif commun dans le cas de plusieurs activités installées sur une même unité foncière.

La dimension des dispositifs est limitée à une surface de 2m² maximum avec une hauteur maximale de 2,50 m afin de limiter leur impact visuel. L'objectif est de préserver les entrées de ville et donc de limiter les grands dispositifs en nombre. Les publicités ont ainsi été restreintes par des règles de densité et les enseignes limitées en format.

Enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP3. Toutefois le format de ce type d'enseigne est limité à 4 m². De plus, un seul dispositif est autorisé par activité de manière à limiter l'effet de surdensité avec les autres enseignes.

Enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont interdites en ZP3, car non adaptées au contexte d'entrée de ville.

Enseignes temporaires à caractère commercial

En ZP3, les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont autorisées. Elles sont cependant limitées à 3 enseignes d'une surface de 2 m² par événement signalé. Cette disposition a pour objectif de limiter la démultiplication de l'affichage temporaire qui s'ajoute à l'affichage permanent avec un contrôle plus complexe.

De plus, le règlement vient également encadrer le temps d'implantation de ces dispositifs. Ils peuvent être installés au plus tôt deux semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée et doivent être retirées au plus tard une semaine après la fin de l'évènement en question.

Enseignes temporaires immobilières

Concernant les enseignes temporaires immobilières installées en façade, quelques dispositions sur leur nombre, leur format, leur implantation permettent de maîtriser leur installation, évitant ainsi d'altérer les façades.

Les enseignes scellées au sol sont peu limitées, avec un format maximal est de 12 m² (surface totale) afin de permettre la promotion des programmes immobiliers dont l'affichage sera de toute manière temporaire.

Enseignes lumineuses et numériques

Les enseignes lumineuses et numériques sont également réglementées afin de limiter leur impact sur le paysage. Ainsi le règlement prévoit que l'éclairage soit réalisé par rétro-éclairage ou par projection aux moyens de dispositifs discrets, intégrés dans la mesure du possible à la devanture commerciale. Toutes ces solutions doivent permettre de limiter le côté éblouissant des enseignes lumineuses et de valoriser les commerces.

Les enseignes numériques ayant souvent une luminosité très importante et étant orientées vers le piéton, elles ne sont pas souhaitables en entrée de ville.