



**Ville de ROUVROY (62320)**

Révision du Règlement Local de Publicité

# 1- La concertation



Ville de ROUVROY (62320)

## Révision du Règlement Local de Publicité

# 1- La concertation

- a. Définition et déroulement de la concertation avec les Personnes Publiques Associées (les PPA) et le Public

## **La concertation**

La concertation est un processus essentiel qui accompagne et nourrit l'élaboration et la révision d'un règlement local de publicité. Conformément à l'article L. 153-11 du code de l'urbanisme, elle est obligatoire lors de la révision du RLP. Elle se déroule tout au long de la procédure, jusqu'à l'arrêt du projet. Les modalités de sa mise œuvre sont libres et ont été définies par la délibération du Conseil Municipal du 12 décembre 2017 qui a prescrit la révision du Règlement Local de Publicité.

Le bilan de la concertation, tiré par le Conseil Municipal lors de la séance du 18 décembre 2018, est joint au dossier d'enquête publique.

## **Déroulement de la concertation**

Un plot de communication a été installé dans le hall de la mairie de Rouvroy, du 2 janvier 2018 au 12 décembre 2018.

Celui-ci comprenant un dossier qui présentait tout acte ou démarche réalisés dans le temps, depuis le règlement de la Zone de publicité restreinte édictée par le conseil municipal en 2005, jusqu'à la délibération définissant le projet de RLP, en passant par les courriers envoyés à chaque entreprise du territoire, les articles de presse ou dans le bulletin communal, les compte rendus de réunions techniques ou de comité de pilotage, le bilan de la réunion publique.



Ville de ROUVROY (62320)

## Révision du Règlement Local de Publicité

# 1- La concertation

b. Les comités techniques et comités de pilotages

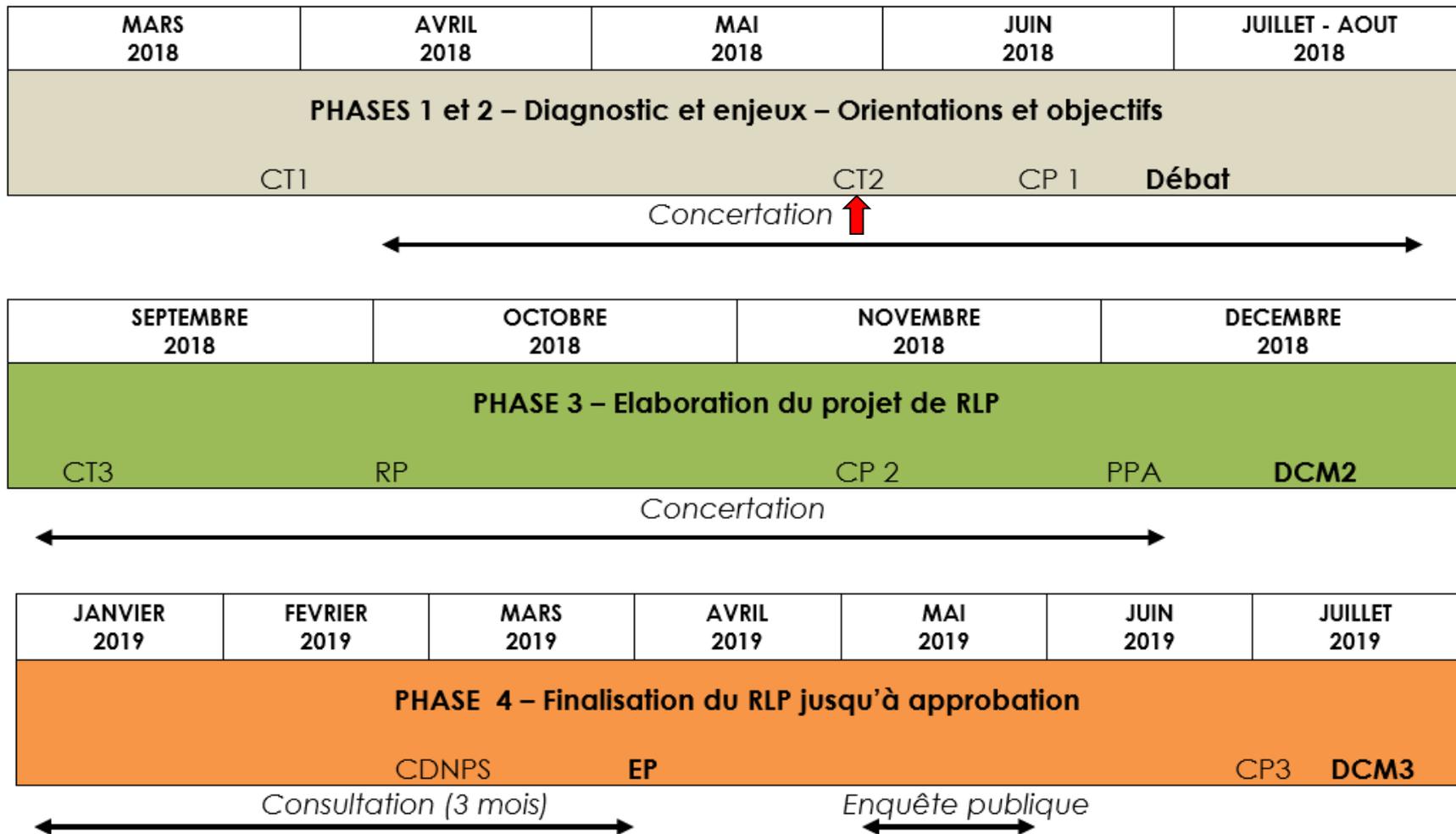


# *Révision du règlement local de publicité (RLP)*

## ***Restitution du diagnostic et des propositions***



# Calendrier prévisionnel



# Déroulement de la réunion

## 1. Le diagnostic

- 1.1 Analyse statistique
- 1.2 Les principaux secteurs à enjeux
- 1.3 Les non conformités relevées
- 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés
- 1.5 L'affichage libre
- 1.6 Analyse du RLP de 2005
- Conclusion

## 2. Actions à mettre en œuvre

- 2.1 Les mises en conformité
- 2.2 Scénarios d'orientations pour le RLP
- 2.3 Le plan de signalisation locale

## 3. Questions - réponses

# 1. Le diagnostic

Le diagnostic du territoire de Rouvroy répond à plusieurs objectifs :

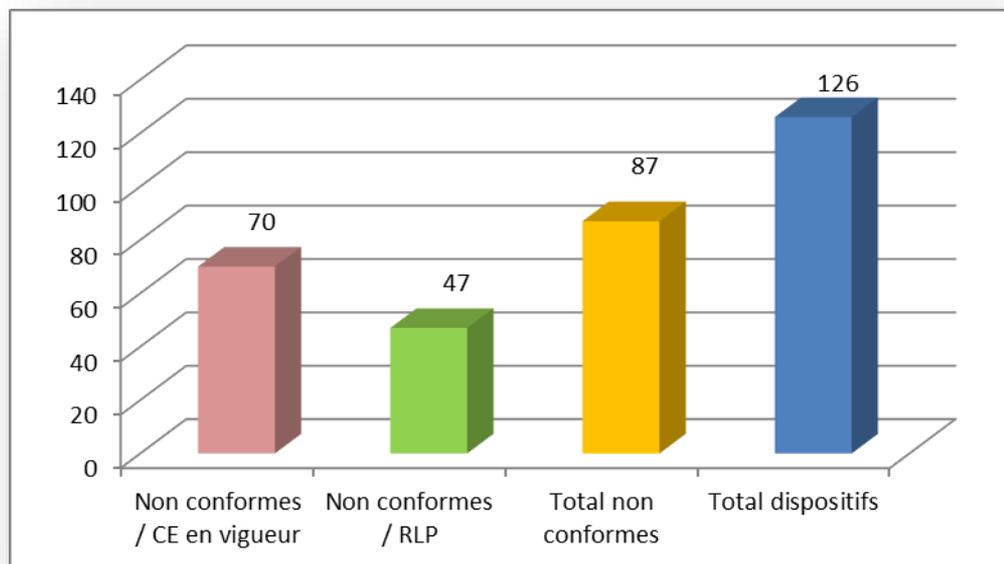
- L'identification des secteurs à enjeux en raison, notamment, de la densité de dispositifs de publicité extérieure et de la quantité de dispositifs non conformes.
- Le recensement exhaustif des publicités et préenseignes conformes et en infraction vis-à-vis du Code de l'environnement. En ce qui concerne les enseignes, une sélection de dispositifs non conformes vis-à-vis du régime général ont également été relevés.
- Ont en outre été photographiés des dispositifs conformes portant cependant un préjudice à la qualité et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent et pouvant justifier une adaptation locale des règles nationales.

# 1.1 Analyse statistique

## Nombre de dispositifs recensés et non conformes

Dans la commune de Rouvroy :

- **126 publicités, enseignes et préenseignes ont été relevés** (dont 2 dispositifs d'affichage libre)
- **87 d'entre eux sont conformes avec les réglementations nationale et/ou locale.**
- **17 dispositifs sont non conformes uniquement au titre du RLP de 2005.**  
 (On ne peut toutefois en déduire un pourcentage d'infraction, toutes les enseignes n'ayant pas été recensées.)

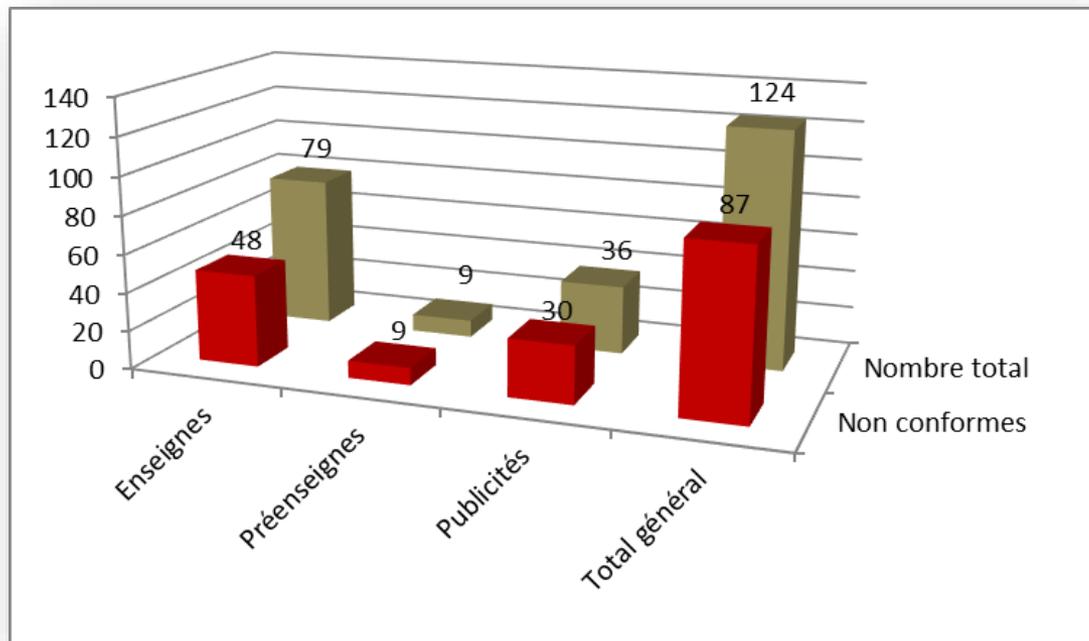


### Remarque :

Certaines non conformités (très minoritaires : 9 dispositifs concernés) relevées au regard de la réglementation nationale actuellement en vigueur (Code de l'environnement post Grenelle 2 de l'environnement) le sont à titre d'information. Les dispositifs en question ne sont en effet pas encore en infraction et donc verbalisables. Ils le seront après l'abrogation du RLP de 2005 de Rouvroy.

# 1.1 Analyse statistique

## Nombre de dispositifs recensés par type



Les enseignes représentent, près des 2 tiers des dispositifs relevés (63,7%).

Les publicités représentent 29 % des dispositifs recensés.

Les préenseignes fixes (en excluant les chevalets amovibles) représentent seulement 7,3 % du total.

Les enseignes représentent plus de la moitié des dispositifs en infraction (55,2 %). Les publicités représentent plus d'un tiers des infractions (34,5%).

Les proportions de dispositifs non conformes par type de dispositif sont en revanche sensiblement différentes.

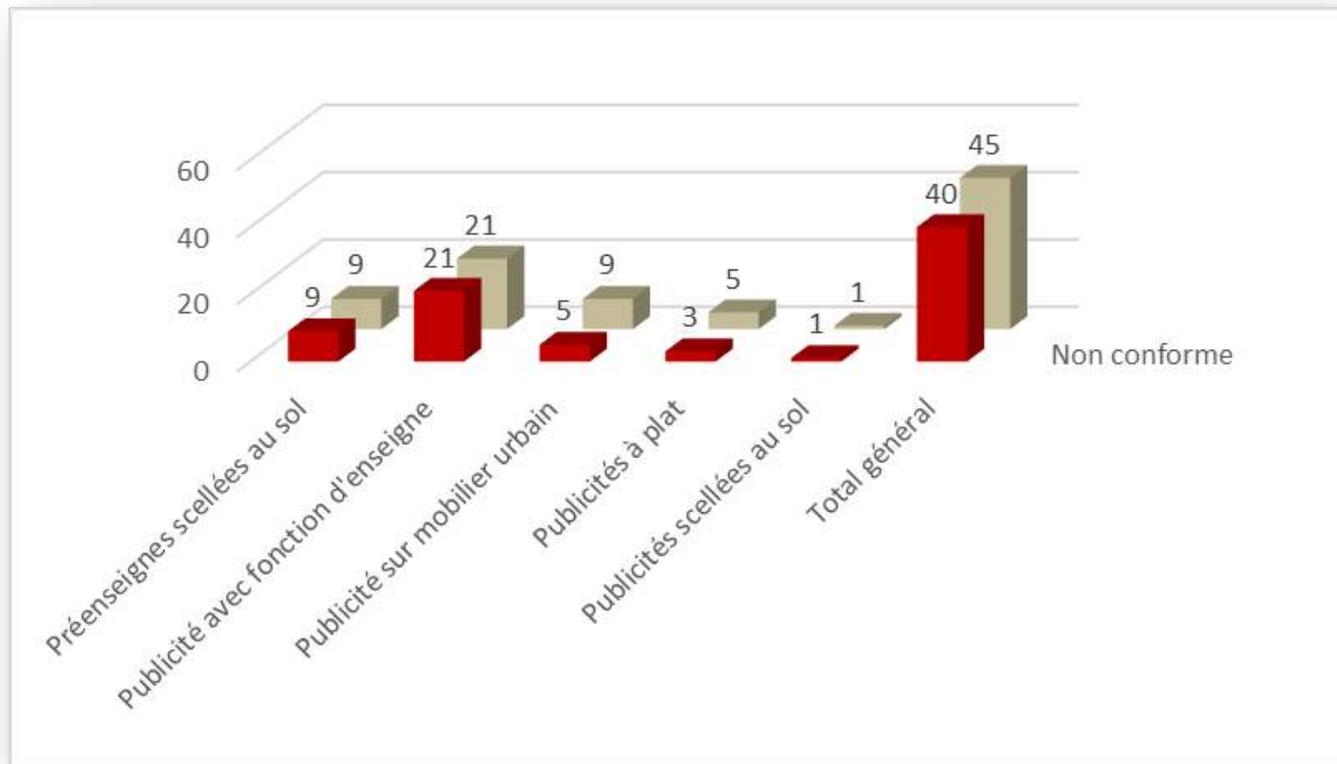
Un peu plus de 4 publicité sur 5 (83,3 %) n'est pas conforme avec les réglementations en vigueur.

La totalité des préenseignes n'est pas conforme vis-à-vis du code de l'environnement.

Quant aux enseignes, il n'est pas possible de donner une proportion d'infraction, l'ensemble des dispositifs conformes n'ayant pas été relevés. Elle est cependant certainement supérieure à un tiers de dispositifs non conformes.

## 2.1 Analyse statistique

### Nombre de publicités par catégorie

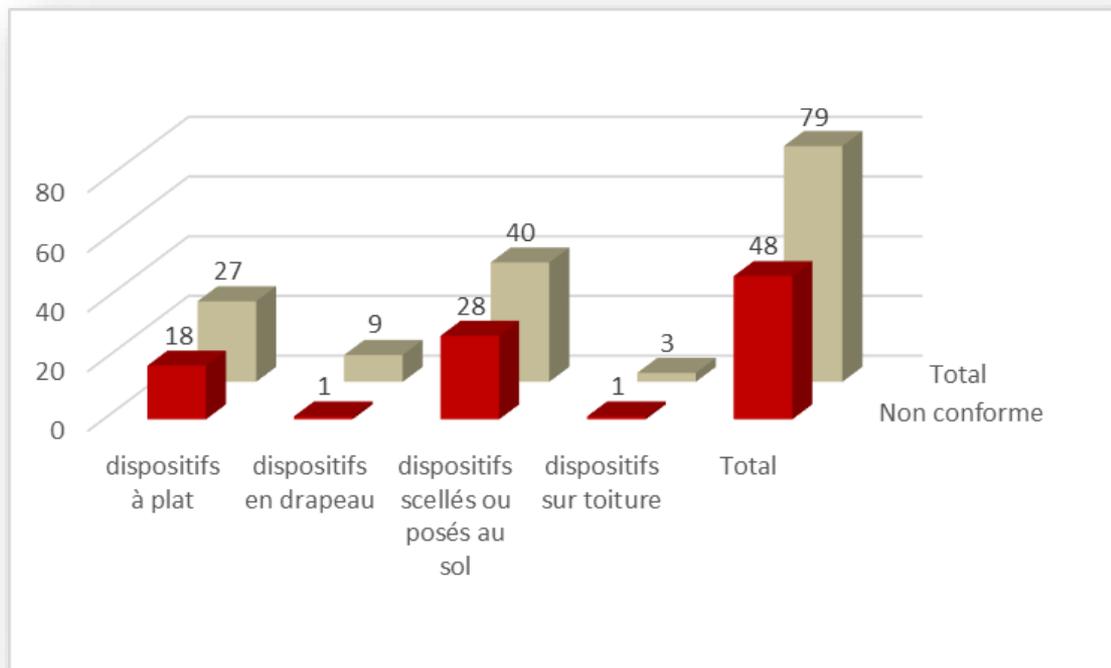


Près de la moitié des publicités (46,7 %) ont une fonction première d'enseigne. Les publicités classiques, hors mobilier urbain, sont en définitive très peu nombreuses : à peine 5 dispositifs apposés à plat.

Parmi les publicités, à noter que la quasi totalité des dispositifs ne sont pas conformes.

# 1.1 Analyse statistique

## Nombre d'enseignes non conformes par catégorie



Les enseignes scellées ou posées au sol représentent la grande majorité des dispositifs non conformes relevés.

Ce sont en effet elles qui ont le plus d'impact dans le paysage urbain et que nous avons relevées prioritairement à l'occasion de ce diagnostic non exhaustif.

Le nombre d'enseignes non conformes apposées à plat et perpendiculairement à la façade est en réalité beaucoup plus important si on prend en compte toutes les enseignes du centre ville de Rouvroy,

## 1.2 Les principaux secteurs à enjeux

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

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

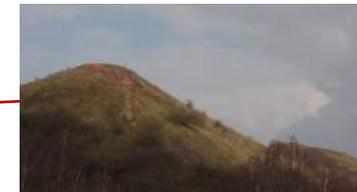
La qualité patrimoniale de ces secteurs, architecturale ou paysagère vient renforcer l'enjeu de préservation.

# 2.2 Les principaux secteurs à enjeux

## Cartographie synthétique



CENTRE HISTORIQUE COMMERCANT



TERRIL

BOULEVARD FOSSE 2



ZONE D'ACTIVITE DE LA CHENAIE



ZONE COMMERCIALE



- Dispositifs non conformes
- Dispositifs conformes
- Secteur dégradé
- Secteur préservé

Cartographie Alkhos 05-2018

## 1.3 Les non conformités relevées

### Publicités

(30 dispositifs non conformes relevés)



# 1.3 Les non conformités relevées (Code de l'environnement)

## Publicités hors agglomération

- Publicités interdites hors agglomérations. (Article L.581-7 du Code de l'Environnement)



2 dispositifs non conformes

# 1.3 Les non conformités relevées

## Publicités sur mobilier urbain en agglomération

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



*Une seule face publicitaire.  
Absence de plan au dos*



*Face non publicitaire « peu » accessible.  
(L'autre face est blanche d'ailleurs)*

La totalité des mobiliers urbains supports de publicité de type mupi (mobilier urbain pour l'information) sont dans ce cas de figure. Assimilables à des publicités classiques, ces dispositifs scellés au sol sont interdits par le RLP de 2005. **5 dispositifs non conformes.**

# 1.3 Les non conformités relevées

## Publicités avec fonction d'enseigne

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

21 dispositifs non conformes relevés, en particulier en drapeau dans le centre ville.



## 1.3 Les non conformités relevées

### Préenseignes

(9 dispositifs non conformes relevés)



## 4. Les non conformités relevées (Code de l'environnement) Préenseignes sur supports interdits

La publicité est interdite sur les poteaux de télécommunication et de signalisation routière (Article R 581-22)



3 dispositifs non conformes

## 4. Les non conformités relevées

Préenseignes en agglomération de type chevalets ou bâches

Un chevalet apposé sur le domaine public est assimilable à une préenseigne ou une publicité scellée ou posée au sol est interdite par le RLP de 2005. Ou en l'absence d'autorisation de voirie.



5 dispositifs  
comptabilisés  
mais ils sont plus  
nombreux !



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

## 1.3 Les non conformités relevées

### Enseignes

(48 dispositifs non conformes relevés)



# 1.3 Les non conformités relevées

Enseigne à plat ou perpendiculaire dépassant du mur support

(Articles R581-60 et R581-61 du Code de l'Environnement)



**2 dispositifs non conformes relevés**

# 1.3 Les non conformités relevées

Enseigne à plat dépassant de la ligne d'égout du toit

(Articles R581-60 et R581-61 du Code de l'Environnement)



**6 dispositifs non conformes relevés**

Rq : disposition grenelle 2 qui ne s'appliquera qu'à compter de l'abrogation du RLP de 2005.



# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes apposées sur une façade commerciale

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



**9 dispositifs non conformes relevés**



Rq : disposition grenelle 2 qui ne s'appliquera qu'à compter de l'abrogation du RLP de 2005.

# 1.3 Les non conformités relevées

Plus d'une enseigne par établissement et par voie bordant l'activité

Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée (Article R. 581-64 du Code de l'Environnement et RLP de 2005)



**6 dispositifs non conformes relevés**



# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes scellées au sol

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



**11  
Dispositifs non  
conformes**



# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond. (Article R.581-62 du Code de l'Environnement)



**1 dispositif non conforme relevé**

# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes à plat

Les enseignes à plat ne peuvent avoir une saillie supérieure à 0,25 m.  
(Article R581-60 du Code de l'Environnement)



# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes à plat surnuméraires (RLP 2005)

Une seule enseigne en bandeau par façade et par activité  
(Chapitre 2, article 2 du RLP de 2005)



## 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

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

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes sur façade d'habitation

### Dispositifs conformes



Enseignes mal intégrées à la façade support et portant préjudice à la qualité de la devanture et à l'architecture du bâtiment.  
Les caissons lumineux ancienne génération s'intègrent mal dans un centre historique.

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes sur façade

### Dispositifs conformes



Les enseignes de type bâche plastique contribuent à déprécier l'image de l'activité signalée.



Enseigne mal intégrée sur la façade support ne tenant pas compte des modénatures.

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes scellées au sol

### Dispositifs conformes



Enseignes scellées au sol peu qualitatives et /ou dont la hauteur excessive contribue à masquer les perspectives paysagères.



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

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes scellées au sol

### Dispositifs conformes



De trop nombreuses enseignes temporaires grand format pour tenter de remplir les zones d'activité.

### Dispositifs conformes



Les enseignes sur toiture terrasse contribuent à masquer les perspectives paysagères.

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes de type bâche plastique

### Dispositifs conformes



Les enseignes sur clôture aveugle ont le même impact que les enseignes scellées au sol. Les bâches, souvent mal tendues, contribuent à déprécier l'image de l'activité.

## 1.5 L'affichage libre

### Affichage libre



## 1.5 L'affichage libre

### Les règles d'implantation de l'affichage libre

Le code de l'environnement prévoit les dispositions relatives à l'affichage d'opinion dans ses articles L.581-13 et R.581-2 à 4.

Ces règles concernent l'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux associations sans but lucratif.

- **Chaque commune doit prendre un arrêté municipal définissant la localisation et la surface des emplacements réservés à l'affichage d'opinion** dans les conditions fixées par le Code de l'Environnement.
- Le Code de l'Environnement prévoit notamment une **surface minimale réservée à l'affichage d'opinion en fonction de la population de la commune concernée.**
- Pour une commune comme Rouvroy, dont la population est comprise entre 8 000 et 10 000 habitants, la surface minimale réservée à l'affichage d'opinion est de 8 m<sup>2</sup>.
- Cette obligation ne semble pas respectée à Rouvroy qui compte 2 emplacements d'affichage libre de 2,13 m<sup>2</sup> dont un double face soit **6,4 m<sup>2</sup>**.
- Tout point situé en agglomération doit en outre se situer à moins d'un kilomètre d'un emplacement réservé à l'affichage d'opinion. Cette obligation n'est pas non plus respectée à Rouvroy.

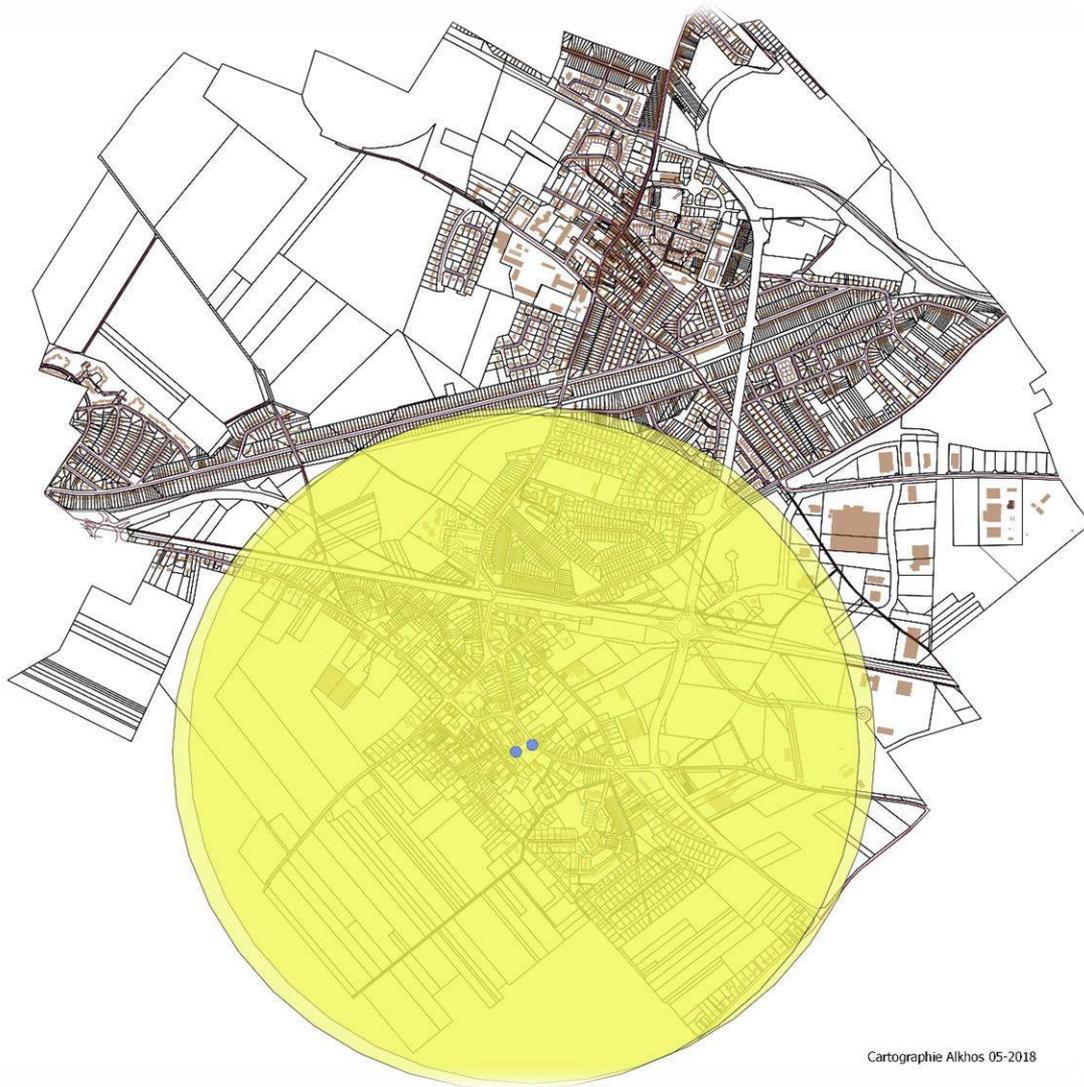
# 1.5 L'affichage libre

## Les règles d'implantation de l'affichage libre



### Localisation de l'affichage libre

Certains secteurs agglomérés de la ville de Rouvroy se trouvent à moins d'un kilomètre d'un support d'affichage libre.



Cartographie Alkhos 05-2018

## 1.6 Analyse du RLP de 2005

**Un règlement globalement ambitieux qui propose des règles qualitatives pour l'ensemble du territoire, que ce soit pour les enseignes ou les publicités. Certaines catégories d'enseignes et de publicité ne sont en revanche pas traitées.**

### **Les évolutions nécessaires liées à l'évolution de la réglementation nationale :**

- Les nouvelles dispositions post Grenelle ne s'appliquent pas sur les portions du territoire couvertes par le RLP :
  - Limitation du nombre d'enseignes scellées au sol en agglomération à une par voie bordant l'établissement.
  - Limitation de la surface cumulée des enseignes à 15 % (voire 25 %) de la surface de la façade support ;
  - Interdiction des enseignes parallèle à un mur dépassant la ligne d'égout du toit...
  
- Les nouveaux RLP doivent en outre couvrir l'intégralité du territoire communal en distinguant secteurs agglomérés et non agglomérés.

## 1.6 Analyse du RLP de 2005

### Les évolutions souhaitables

#### **Liées à l'insuffisance certaines dispositions.**

Publicités d'un format d'affiche de 12 m<sup>2</sup> autorisées, ce qui n'est plus compatible avec la réglementation Grenelle.

Pas de prescriptions pour les enseignes sur toiture dans les zones d'activité.

#### **Certaines dispositions sont en revanche trop restrictives et non appliquées.**

Limitation à une seule enseigne en bandeau par façade.

# 1.6 Analyse du RLP de 2005

## Synthèse des dispositions

Dispositions en agglomération	Réglementation nationale (hors secteurs protégés)	RLP
Publicité/ préenseigne sur façade	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup> 1/pignon
Publicité/ préenseigne scellée	12 m <sup>2</sup>	Non
Mobilier urbain	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>
Publicité numérique	Non	-
Enseignes à plat sur façade	15 % de la façade 25 % pour les façades < 50 m <sup>2</sup>	1/ façade 12 m <sup>2</sup> maximum
Enseignes en drapeau		1/façade 2 m <sup>2</sup> maximum 0,8 m de saillie
Enseignes scellées	1/ voie bordant l'établissement 6 m <sup>2</sup> 6,5 ou 8 m de haut	2 maximum si angle de rue 6 m de haut
Enseignes sur toiture	3 m de haut, 60 m <sup>2</sup>	-

La commune de Rouvroy compte environ 8 600 habitants mais elle appartient à l'unité urbaine de Douai-lens. Elle est donc soumise aux dispositions des agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants où la publicité scellée au sol est autorisée ainsi que le grand format (12 m<sup>2</sup>) pour les publicités.

Elle est cependant couverte par un RLP datant de 2005 interdisant la publicité scellée au sol mais, s'agissant d'un RLP ante Grenelle, ce sont donc, pour les dispositions non modifiées, les règles moins restrictives ante Grenelle qui continuent de s'appliquer.

La commune dispose d'un patrimoine architectural et paysager important et protégé puisque une part non négligeable du centre ville est compris dans le périmètre de protection de monuments historiques.

**Au global, en dépit des 87 dispositifs non conformes relevés, la commune fait plutôt figure de bon élève si on la compare avec d'autres communes de taille similaire. Cela est à nuancer du fait que certains dispositifs, bien que conformes, portent préjudice au cadre de vie et à la lisibilité des acteurs économiques.**

# Conclusions du diagnostic

- **Les points noirs paysagers se situent essentiellement au niveau de la zone commerciale du Carrefour Market au sud de la commune** du fait en particulier du surnombre et des formats des enseignes scellées au sol **et au niveau du rond point à l'intersection entre les D40 et D46**, du fait de la présence de nombreuses enseignes temporaires scellées au sol grand format.
- On peut constater en outre que **les enseignes de centres villes sont globalement de qualité médiocre.**
- A noter également que le mobilier urbain en place support de publicité, bien que limité à 2 m<sup>2</sup>, ne respecte pas sa fonction accessoirement publicitaire.
- **Pour les points positifs, la publicité commerciale est peu présente grâce à l'interdiction de la publicité scellée au sol.**
- **Il y a également peu de préenseignes non conformes le long des principaux axes hors agglomération et au niveau des entrées de ville et des zones d'activité.**

## 2. Les actions à mettre en œuvre

2.1 Les mise en conformité

2.2 Orientations pour le RLP

2.3 Le plan de signalisation commerciale

## 2.1 Les mises en conformité

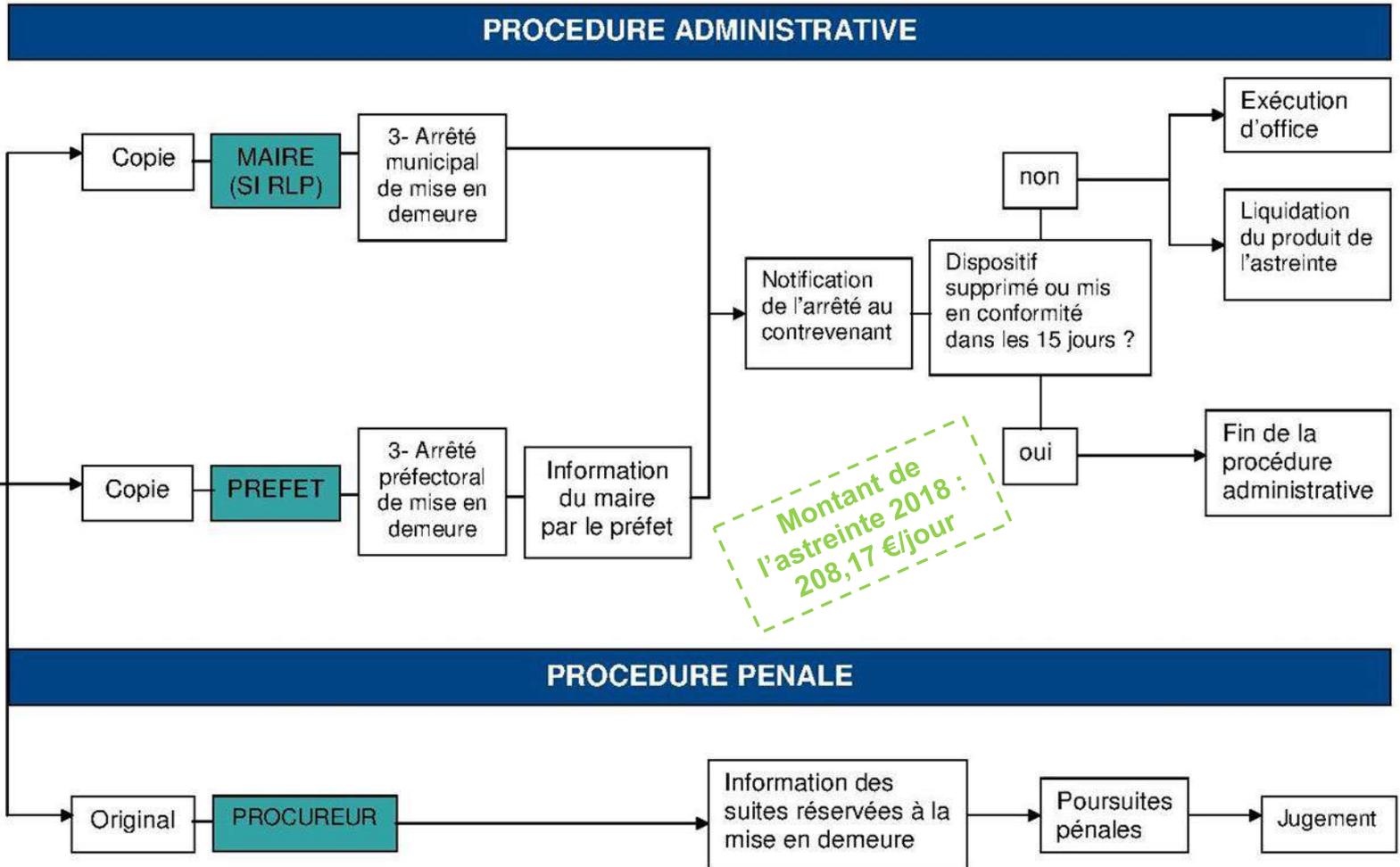
### Les procédures

- **Si elle constate une publicité, une préenseigne ou une enseigne irrégulière** au regard du code de l'Environnement, **l'autorité compétente** (le préfet en règle générale ou le maire, qui agit au nom de la commune lorsqu'un RLP ou un RLPi est en vigueur sur son territoire) **est tenu d'engager la procédure de sanction administrative adéquate** à l'encontre du contrevenant. Le type de procédure engagé dépend du type d'infraction :



- ✓ Procédure classique de sanction au titre du code de l'Environnement
- ✓ Procédure d'exécution immédiate en cas d'infraction aux articles L. 581-4, 5, 8 et 24 du code de l'Environnement
- ✓ Procédure de sanction en cas d'irrégularité de la déclaration préalable
- ✓ Procédure de sanction au titre du Code de la Route

# Procédure de sanction classique au titre du code de l'environnement



- **Elles sont nécessaires** (et même obligatoires) puisque de nombreux dispositifs de publicité extérieure sont non conformes vis-à-vis du code de l'environnement et/ou du RLP en vigueur.
  - **Pour les publicités non régularisables** (préenseignes et publicités hors agglomération par exemple), **on peut agir dès maintenant.**
  - **Dans les autres cas, Il vaut mieux attendre :**
    - **Que le futur RLP soit opposable\*** ;
    - pour éviter aux afficheurs de démonter des dispositifs non conformes qui pourraient être régularisés par le RLP (mobiliers urbains notamment)
    - pour éviter aux entreprises (pour les enseignes) d'avoir à se mettre deux fois en conformité (avec le régime général puis, le cas échéant, avec le RLP)
    - **Qu'un éventuel plan de signalisation des commerces soit mis en place**, afin de ne pas supprimer les préenseignes existantes sans solution alternative.
- \*Conformément aux dispositions du décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013 :
- Toutes **les publicités et préenseignes doivent être conformes** aux dispositions du Règlement local de publicité les concernant, au plus tard **2 ans à compter de la date d'entrée en vigueur du RLP** .
  - Ce délai est porté à 6 ans pour les enseignes.
  - Ces délais ne s'appliquent cependant pas aux dispositifs non conformes aux dispositions antérieures au nouveau RLP.

## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

- Objectifs du RLP
- Grandes orientations
- Scénarios d'orientations publicités
- Scénarios d'orientations préenseignes
- Scénarios d'orientations enseignes

Le RLP est un outil d'aménagement du territoire qui doit permettre d'atteindre les objectifs annoncés dans la délibération initiale :

- L'intégration au PLU du Règlement Local de Publicité (évolution juridique de la Zone de Publicité Restreinte)
- La préservation et la mise en valeur du patrimoine paysager de la commune, en prescrivant des règles adaptées au centre ville et au secteur de sensibilité paysagère.
- La réduction de la pression de l'affichage publicitaire le long des axes routiers structurants.
- L'encouragement à la réalisation d'économie d'énergie en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux, mais adaptés aux différents secteurs économiques.

#### **Grandes orientations pour mettre en œuvre les objectifs :**

- Renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes sur l'ensemble du territoire, avec un effort qualitatif supplémentaire dans les centres historiques ;
- Maitriser la densité et les formats de la publicité sur façade et proscrire la publicité scellée au sol, dans la continuité du RLP de 2005). Maintien de l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques.
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies. Réduire la consommation d'énergie (dans un souci de développement durable) ;
- Proscrire les préenseignes. Les remplacer par une signalisation routière rationnelle et homogène adaptée aux besoins des entreprises du territoire ;

#### Trois niveaux de proposition :

- **Zone réglementée n° 1 (ZR1) : Habitations et équipements**

Cette zone concerne l'intégralité des secteurs agglomérés dont le bâti a une vocation principale d'habitat.

- **Zone réglementée n° 2 (ZR2) : zones d'activité**

Cette zone regroupe les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle dont les bâtiments ont, en majorité, une architecture adaptée à ce type d'activités.

- **Zone réglementée n° 3 (ZR3) : secteurs hors agglomération**

Cette zone comprend l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération. Elle concerne les activités isolées ou les zones d'activité en projet.

## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

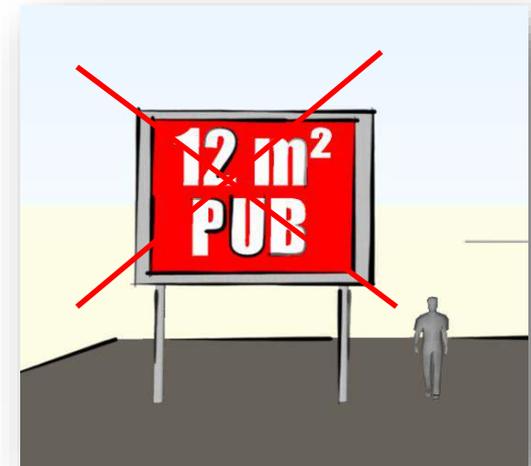
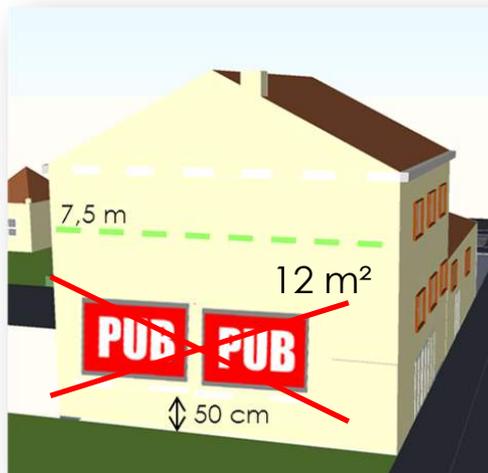
### Scénarios d'orientations publicité

Scénario 1

### ZR1 : Habitations, équipements

- Scénario 1 :** Micro affichage (1 m<sup>2</sup>) uniquement sur façade  
**Scénario 2 :** 4 m<sup>2</sup> sur façade uniquement  
**Scénario 3 :** 8 m<sup>2</sup> sur façade uniquement

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



## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

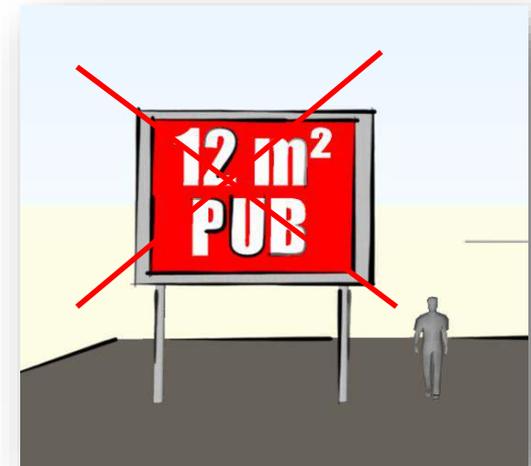
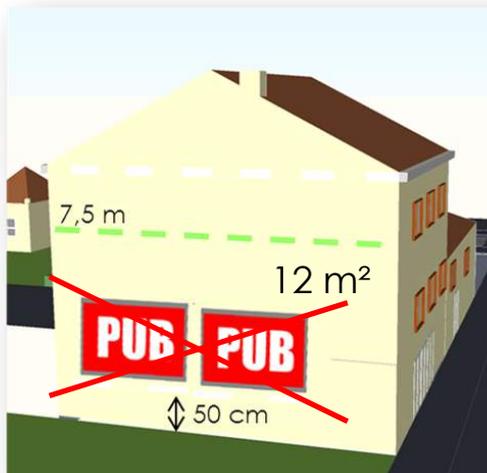
### Scénarios d'orientations publicité

Scénario 2

### ZR1 : Habitations, équipements

- Scénario 1 :** Micro affichage (1 m<sup>2</sup>) uniquement sur façade  
**Scénario 2 :** 4 m<sup>2</sup> sur façade uniquement  
**Scénario 3 :** 8 m<sup>2</sup> sur façade uniquement

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



## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

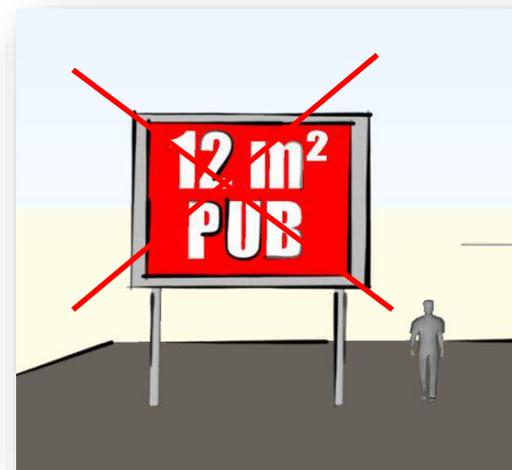
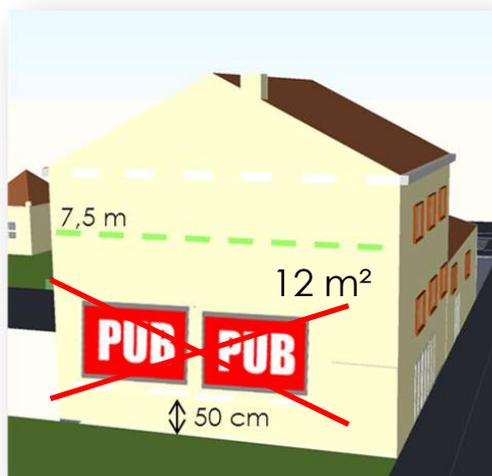
### Scénarios d'orientations publicité

**Scénario 3**

### ZR1 : Habitations, équipements

- Scénario 1 :** Micro affichage (1 m<sup>2</sup>) uniquement sur façade
- Scénario 2 :** 4 m<sup>2</sup> sur façade uniquement
- Scénario 3 :** 8 m<sup>2</sup> sur façade uniquement

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



## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

### Scénarios d'orientations publicité

Scénario 1

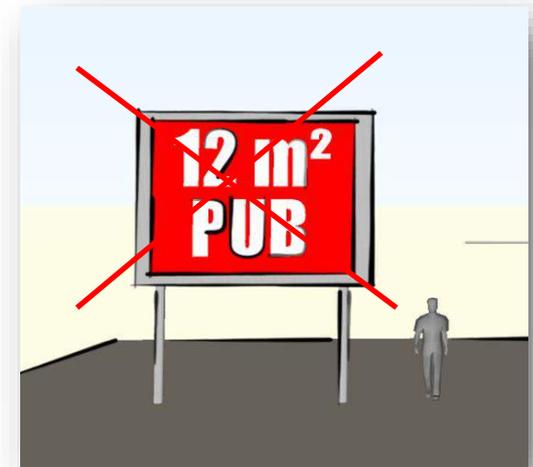
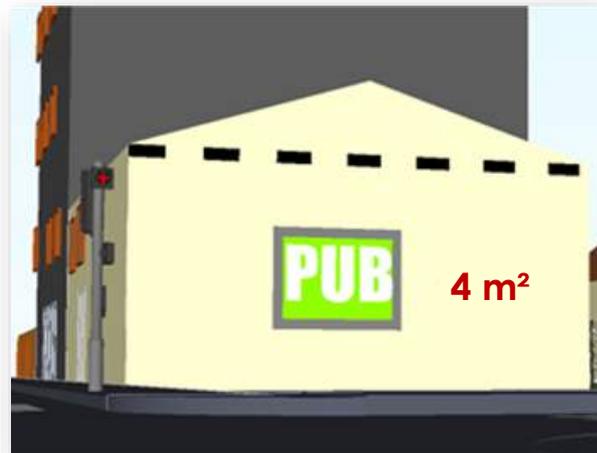
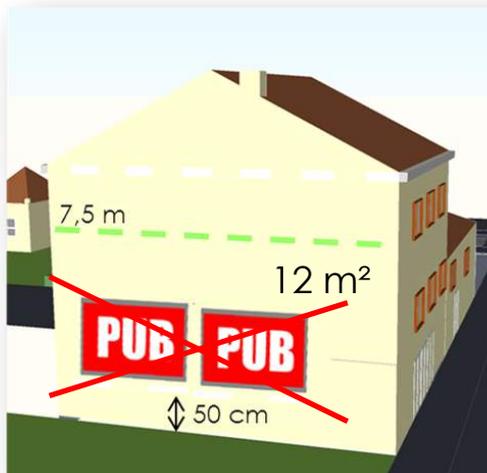
#### ZR 2 : Activités

**Scénario 1 :** 4 m<sup>2</sup> sur façade uniquement

**Scénario 2 :** 8 m<sup>2</sup> sur façade uniquement

**Scénario 3 :** 8 m<sup>2</sup> + densité

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



## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

### Scénarios d'orientations publicité

**Scénario 2**

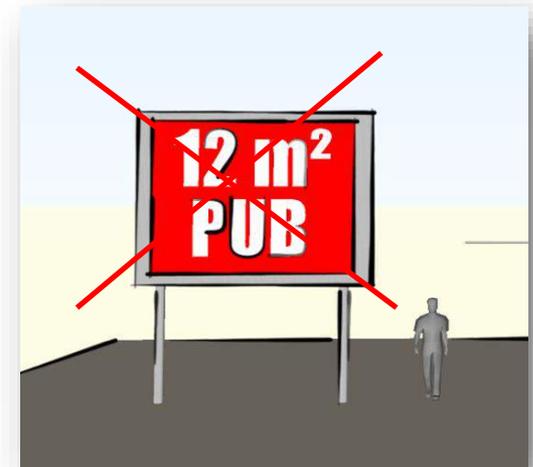
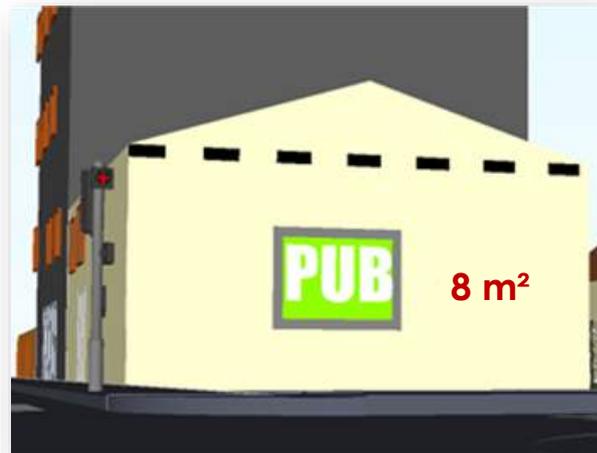
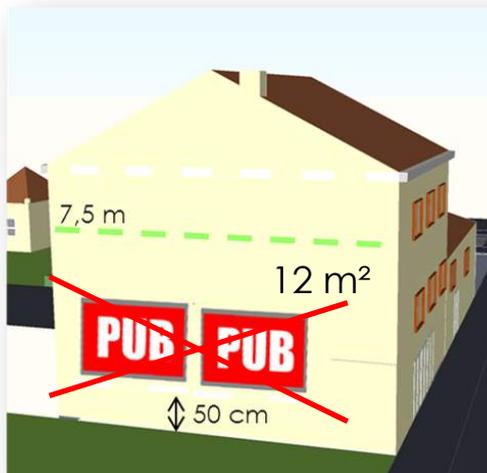
#### ZR 2 : Activités

**Scénario 1 :** 4 m<sup>2</sup> sur façade uniquement

**Scénario 2 :** 8 m<sup>2</sup> sur façade uniquement

**Scénario 3 :** 8 m<sup>2</sup> + densité

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



## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

### Scénarios d'orientations publicité

**Scénario 3**

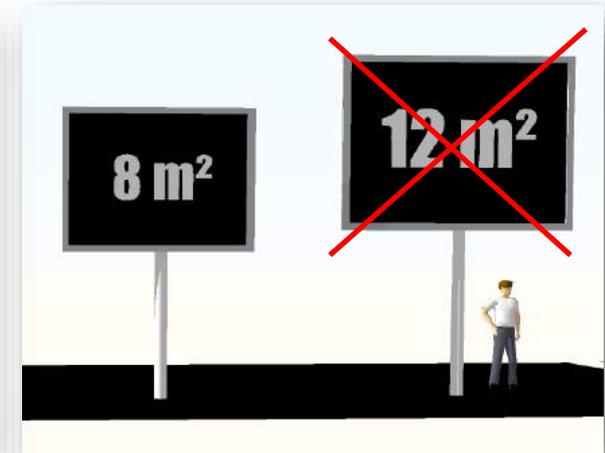
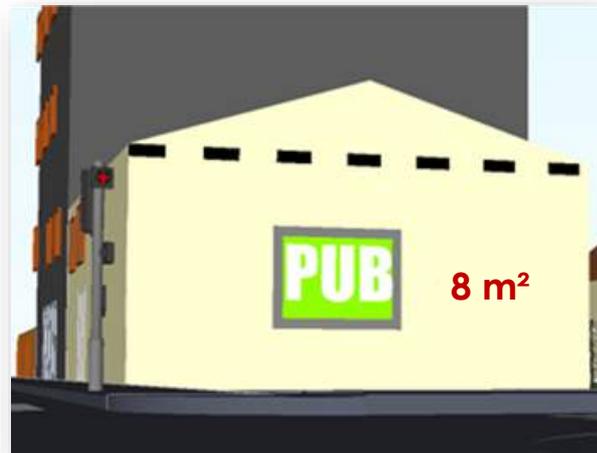
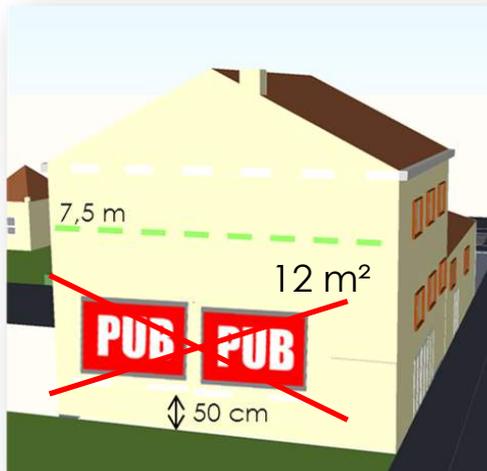
#### ZR 2 : Activités

**Scénario 1 :** 4 m<sup>2</sup> sur façade uniquement

**Scénario 2 :** 8 m<sup>2</sup> sur façade uniquement

**Scénario 3 :** 8 m<sup>2</sup> + densité

Justification : Les zones d'activité sont propices à l'apposition de publicité scellée au sol.



## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

### Scénarios d'orientations publicité

Scénario 1

#### Dispositions applicables au mobilier urbain

**Scénario 1 :** Publicité limitée à 2 m<sup>2</sup> sur abris voyageur en ZR2 uniquement + affichage culturel

**Scénario 2 :** Publicité limitée à 2 m<sup>2</sup>

**Scénario 3 :** Publicité limitée à 2 m<sup>2</sup> en ZR1 et à 8 m<sup>2</sup> en ZR2



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



MUPI 2 m<sup>2</sup>



colonne Morris

## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

### Scénarios d'orientations publicité

**scénario 2**

#### Dispositions applicables au mobilier urbain

**Scénario 1 :** Publicité limitée à 2 m<sup>2</sup> sur abris voyageur en ZR2 uniquement + affichage culturel

**Scénario 2 :** Publicité limitée à 2 m<sup>2</sup>

**Scénario 3 :** Publicité limitée à 2 m<sup>2</sup> en ZR1 et à 8 m<sup>2</sup> en ZR2



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



MUPI 2 m<sup>2</sup>



colonne Morris

## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

### Scénarios d'orientations publicité

**Scénario 3**

#### Dispositions applicables au mobilier urbain

Scénario 1 : Publicité limitée à 2 m<sup>2</sup> sur abris voyageur en ZR2 uniquement + affichage culturel

Scénario 2 : Publicité limitée à 2 m<sup>2</sup>

**Scénario 3 : Publicité limitée à 2 m<sup>2</sup> en ZR1 et à 8 m<sup>2</sup> en ZR2**



MUPI grand format (8 m<sup>2</sup>)



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



MUPI 2 m<sup>2</sup>



colonne Morris

## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

### Scénarios d'orientations publicité

### Scénarios d'orientations dispositions applicables à la publicité numérique

Publicités	Régime général Rouvroy (hors périmètre MH)	Scénario 1		Scénario 2		Scénario 3	
		ZR1	ZR2	ZR1	ZR2	ZR1	ZR2
Numérique	<b>8 m<sup>2</sup></b>	Non	4 m <sup>2</sup> façade	Non	4 m <sup>2</sup> façade + 2 m <sup>2</sup> MU	Non	4 m <sup>2</sup>



Publicité numérique de 4 et 2 m<sup>2</sup>



Publicité numérique de 8 m<sup>2</sup>



Journal numérique d'information municipal **non publicitaire** de 4 m<sup>2</sup>

## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

### Scénarios d'orientations publicité

**Tableau comparatif synthétique des possibilités réglementaires d'affichage**  
(hors RLP en vigueur) **et des 3 différents scénarios proposés.**

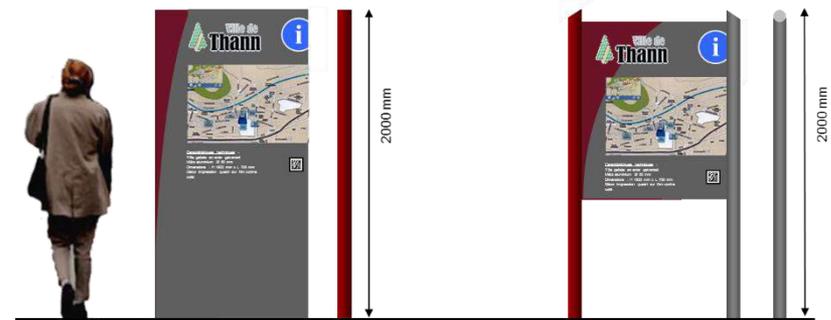
Publicités	Régime général Rouvroy (hors périmètre MH)	Scénario 1		Scénario 2		Scénario 3	
		ZR1	ZR2	ZR1	ZR2	ZR1	ZR2
Scellée ou posée au sol	12 m <sup>2</sup>	Non	Non	Non	Non	Non	8 m <sup>2</sup> + densité
Murale	12 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	Non	4 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>
Sur mobilier urbain MUPi	12 m <sup>2</sup>	Non	Non	2 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>
Sur mobilier urbain (abris voyageur)	2 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup> ?	2 m <sup>2</sup> ?	2 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>
Numérique	8 m <sup>2</sup>	Non	4 m <sup>2</sup> façade	Non	4 m <sup>2</sup> façade + 2 m <sup>2</sup> MU	Non	4 m <sup>2</sup>

## Préenseignes scellées au sol (hors préenseignes dérogatoires)



Remplacer les préenseignes en agglomération par de la signalétique de type SIL (ou de la SIL ?) et une signalétique de zones.

## Préenseignes scellées au sol



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

## Enseignes



## Enseignes sur façade ZR1



**Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales** en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement.

## Enseignes sur façade ZR1



**Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales** en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement.

## Enseignes sur façade sur bâtiment à vocation d'activité (ZR2 en particulier)



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

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

## Enseignes scellées au sol



**Elles sont proscrites en ZR1 pour préserver le paysage urbain, sauf retrait suffisant.**

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

**Favoriser la qualité des dispositifs ?**

## Enseignes sur toiture



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

## Enseignes numériques



A limiter ?

## 2.2 Objectifs et orientations pour le RLP

### Synthèse orientations enseignes

Enseignes	Régime général	Orientations ZR 1 Centre historique	Orientations ZR 2 Activités	Orientations ZR 3 Hors agglomération
Scellée ou posée au sol	6 m <sup>2</sup>	Oui pour cas particuliers	6 m <sup>2</sup> + prescriptions qualitatives	6 m <sup>2</sup> + prescriptions qualitatives
A plat sur façade	15 % du support (25 % si < 50 m <sup>2</sup> )	15 % + prescriptions qualitatives, limitation en nombre	15 % + limitation en nombre ?	15 % + limitation en nombre ?
En drapeau	15 % du support (25 % si < 50 m <sup>2</sup> )	15 % + prescriptions qualitatives, limitation en nombre	15 % + limitation en nombre ?	15 % + limitation en nombre ?
Sur toiture	60 m <sup>2</sup>	Non	Limitations ?	Limitations ?
Lumineuse (numérique)	Oui	Non ?	Limitations ?	Non ?

### Constat :

- les **préenseignes existantes sont inefficaces** ;
- les **préenseignes dérogatoires sont amenées à quasiment disparaître**, et ne peuvent pas être réglementées par un RLP ;

### Solution :

- Une solution légale de signalisation des activités et services : le **plan de signalisation locale**.

### Contenu :

- **La charte de la signalisation locale** qui définit les **principes de signalisation** et le type de mobilier à utiliser.
- **Le schéma directeur** qui définit concrètement l'emplacement et le contenu des panneaux implantés.



## 3. Questions - réponses

**Merci de votre attention**

**Prochaine réunion du comité technique RLP :**

**Présentation du diagnostic de la publicité extérieure  
et des orientations et objectifs du futur RLP**





Siège :  
49 rue Ambroise Paré  
71850 CHARNAY-LES-MACON

Agence :  
37, rue de la Liberté 38600 FONTAINE

tel : 03.85.38.14.54 – fax : 03.85.38.41.02 –  
mail : [contact@alkhos.fr](mailto:contact@alkhos.fr) –  
site web : [www.alkhos.fr](http://www.alkhos.fr)

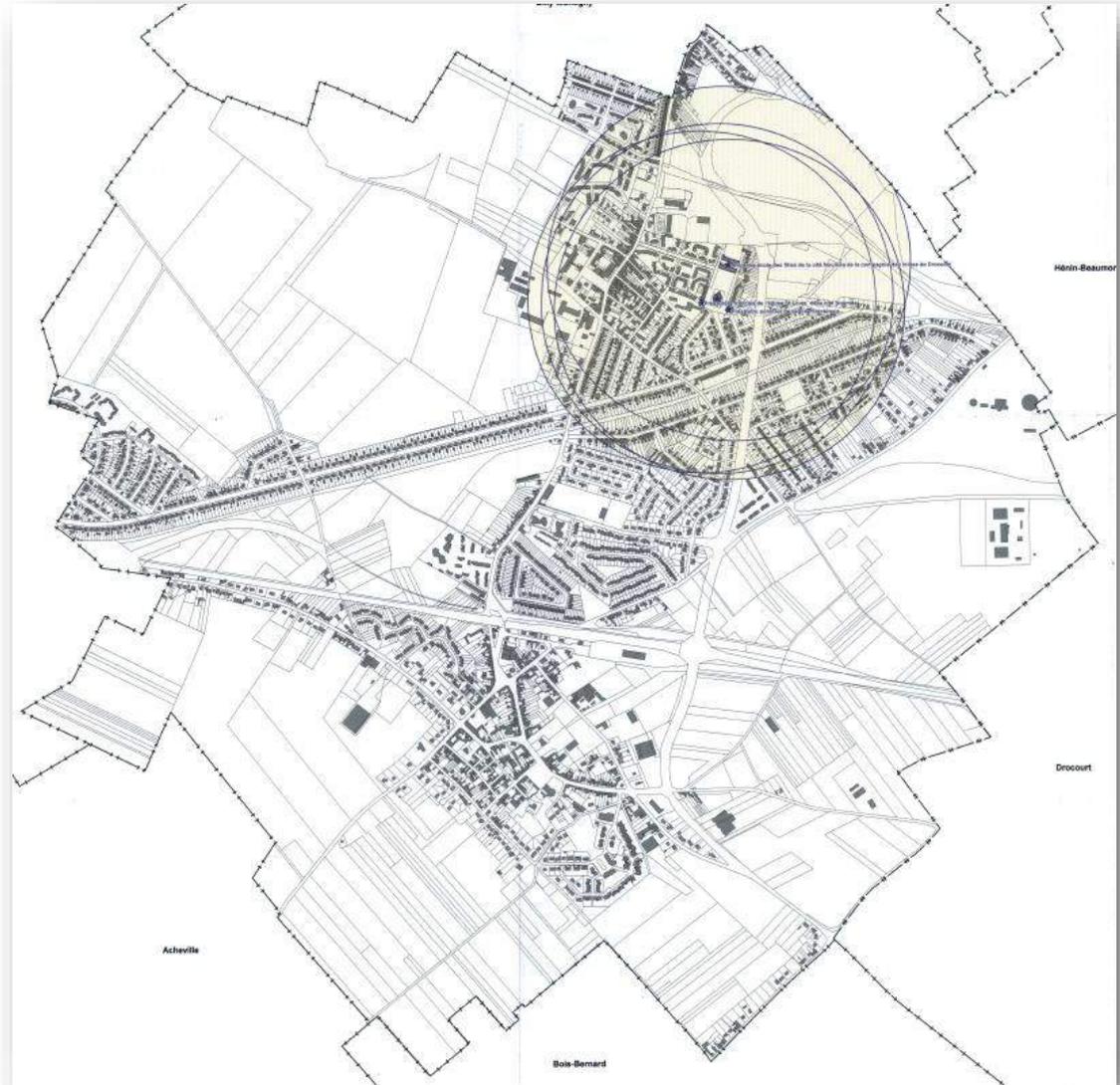
## 2.3 Contexte réglementaire

### I. Incidence des secteurs protégés

Rouvroy compte 4 monuments historiques inscrits (Eglise St-Louis, presbytères français et polonais, ancienne école de filles de la cité Nouméa)

- **Sur les monuments historiques, à moins de 500 m et dans le champ de visibilité de ces derniers, la publicité est interdite par défaut.**
- **Elle peut cependant être réintroduite dans certains secteurs** (pas sur les monuments historiques) **par l'instauration d'un RLP.**
- L'installation des enseignes est soumise à autorisation après accord de l'architecte des bâtiments de France à moins de 500 m et dans le champ de visibilité d'un monument historique.

## 2.3 Contexte réglementaire



**Monuments historiques inscrits  
et périmètres de 500 m**

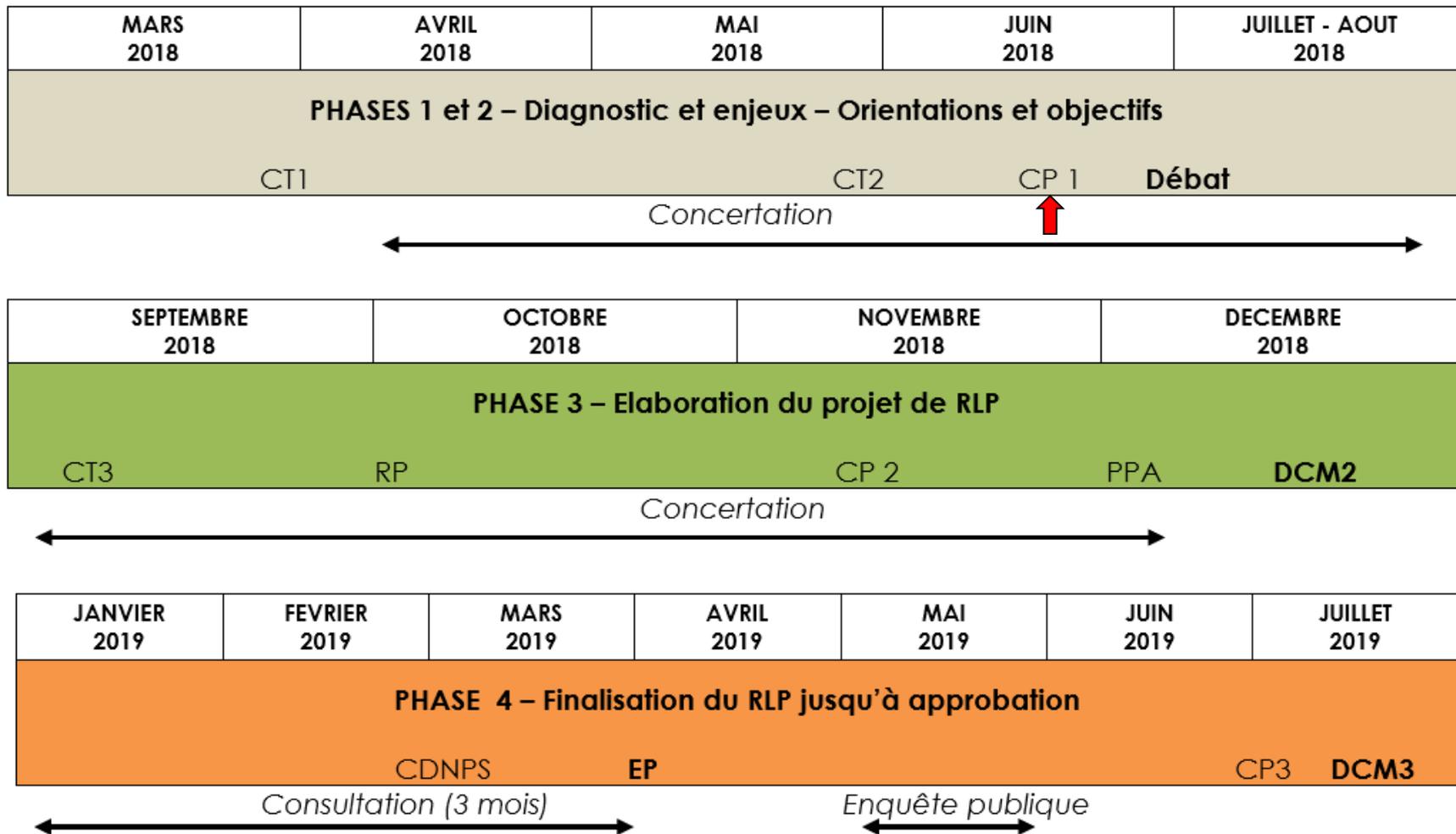


## *Révision du règlement local de publicité (RLP)*

### ***Restitution du diagnostic et validation des orientations***



# Calendrier prévisionnel



# Déroulement de la réunion

## 1. Le diagnostic

- 1.1 Analyse statistique
- 1.2 Les principaux secteurs à enjeux
- 1.3 Les non conformités relevées
- 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés
- 1.5 L'affichage libre
- 1.6 Analyse du RLP de 2005
- Conclusion

## 2. Validation des orientations

- 2.1 Objectifs du RLP
- 2.2 Grandes orientations
- 2.3 Orientations publicités
- 2.4 Orientations préenseignes
- 2.5 Orientations enseignes

# 1. Le diagnostic

Le diagnostic du territoire de Rouvroy répond à plusieurs objectifs :

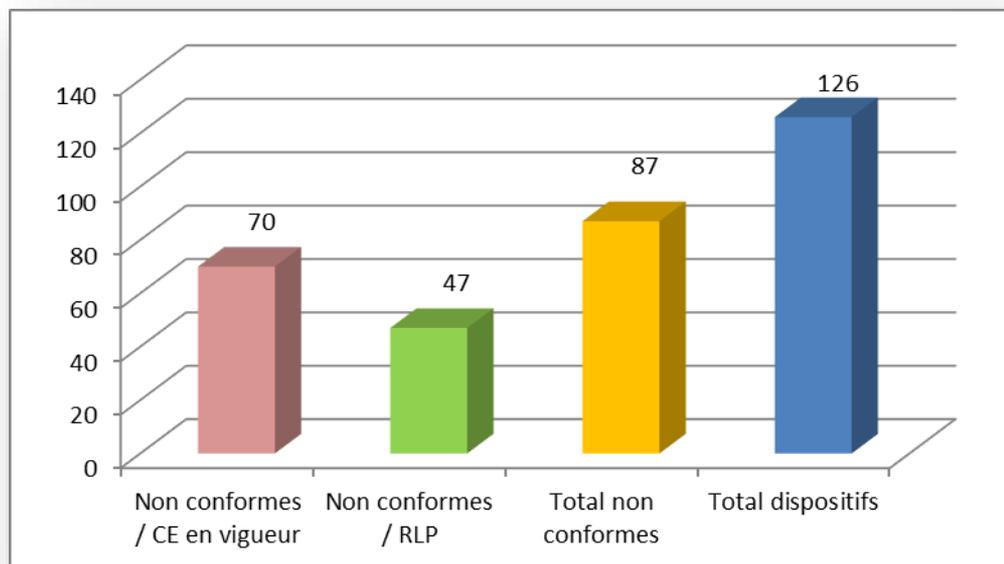
- L'identification des secteurs à enjeux en raison, notamment, de la densité de dispositifs de publicité extérieure et de la quantité de dispositifs non conformes, mais aussi de la qualité architecturale et/ou paysagère des sites.
- Le recensement exhaustif des publicités et préenseignes conformes et en infraction vis-à-vis du Code de l'environnement. En ce qui concerne les enseignes, une sélection de dispositifs non conformes vis-à-vis du régime général ont également été relevés.
- Ont en outre été photographiés des dispositifs conformes portant cependant un préjudice à la qualité et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent et pouvant justifier une adaptation locale des règles nationales.

# 1.1 Analyse statistique

## Nombre de dispositifs recensés et non conformes

Dans la commune de Rouvroy :

- **126 publicités, enseignes et préenseignes ont été relevés**
- **87 d'entre eux sont conformes avec les réglementations nationale et/ou locale.**
- **17 dispositifs sont non conformes uniquement au titre du RLP de 2005.**  
 (On ne peut toutefois en déduire un pourcentage d'infraction, toutes les enseignes n'ayant pas été recensées.)

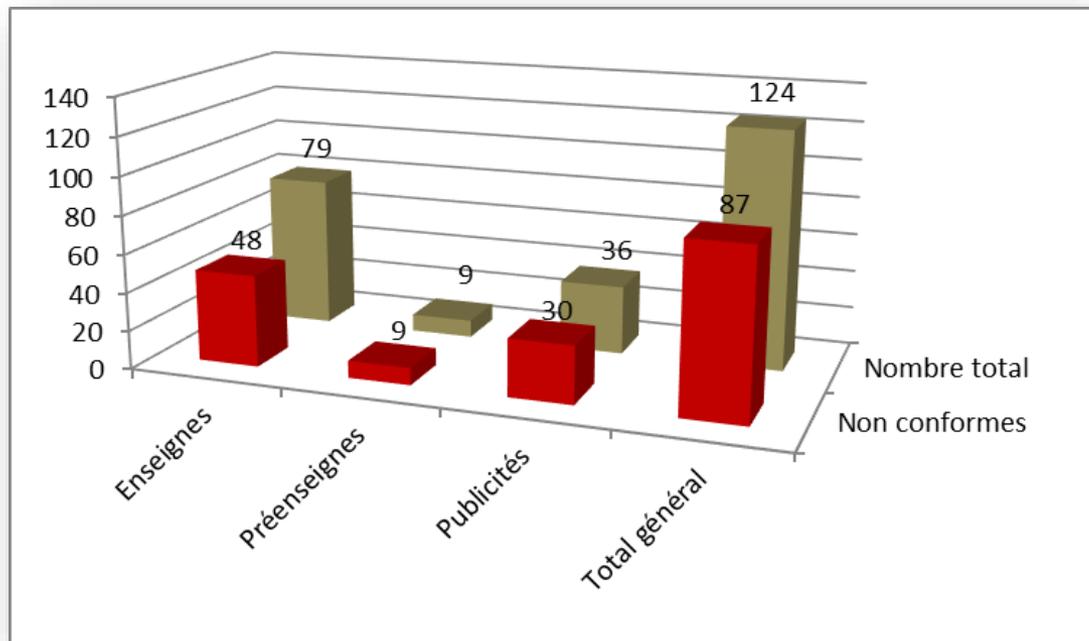


### Remarque :

Certaines non conformités (très minoritaires : 9 dispositifs concernés) relevées au regard de la réglementation nationale actuellement en vigueur (Code de l'environnement post Grenelle 2 de l'environnement) le sont à titre d'information. Les dispositifs en question ne sont en effet pas encore en infraction et donc verbalisables. Ils le seront après l'abrogation du RLP de 2005 de Rouvroy.

# 1.1 Analyse statistique

## Nombre de dispositifs recensés par type



Les enseignes représentent, près des 2 tiers des dispositifs relevés (63,7%).

Les publicités représentent 29 % des dispositifs recensés.

Les préenseignes fixes (en excluant les chevalets amovibles) représentent seulement 7,3 % du total.

Les enseignes représentent plus de la moitié des dispositifs en infraction (55,2 %). Les publicités représentent plus d'un tiers des infractions (34,5%).

Les proportions de dispositifs non conformes par type de dispositif sont en revanche sensiblement différentes.

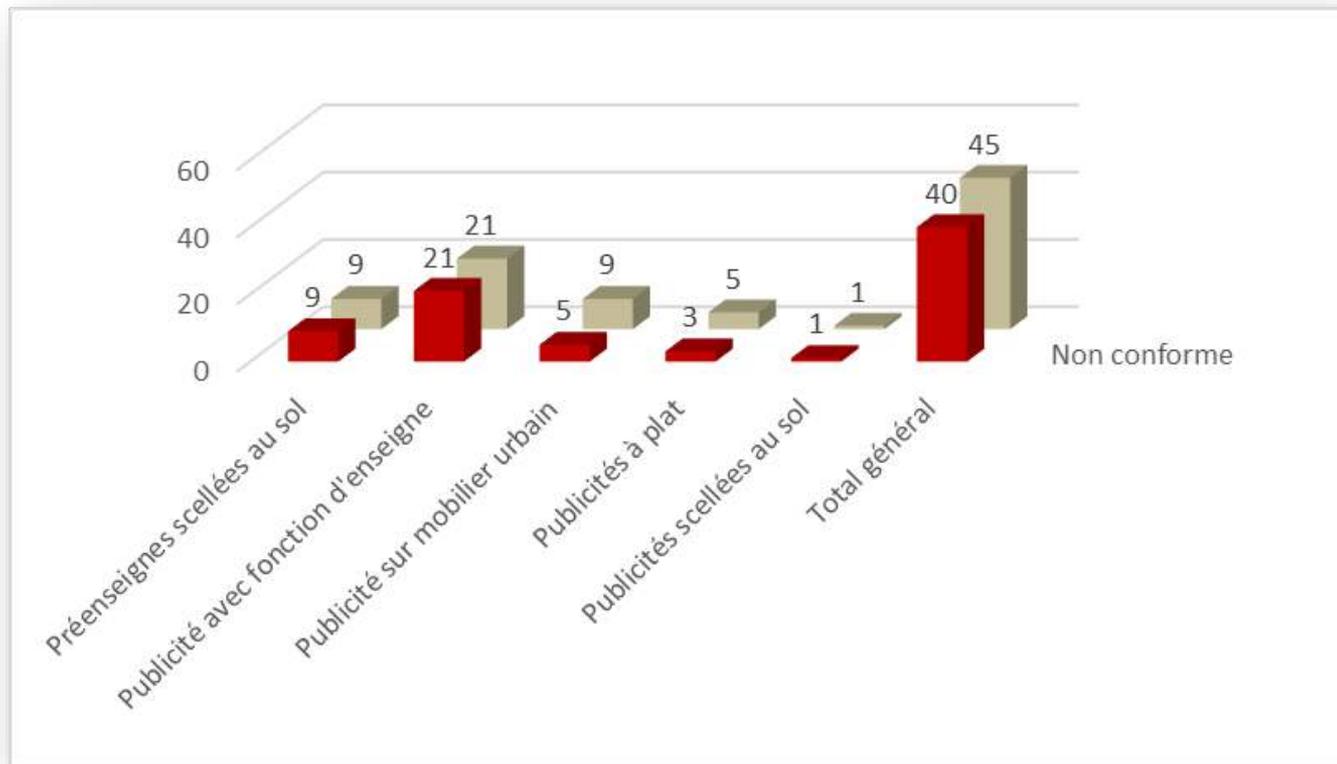
Un peu plus de 4 publicité sur 5 (83,3 %) n'est pas conforme avec les réglementations en vigueur.

La totalité des préenseignes n'est pas conforme vis-à-vis du code de l'environnement.

Quant aux enseignes, il n'est pas possible de donner une proportion d'infraction, l'ensemble des dispositifs conformes n'ayant pas été relevé. Elle est cependant certainement supérieure à un tiers de dispositifs non conformes.

## 2.1 Analyse statistique

### Nombre de publicités par catégorie

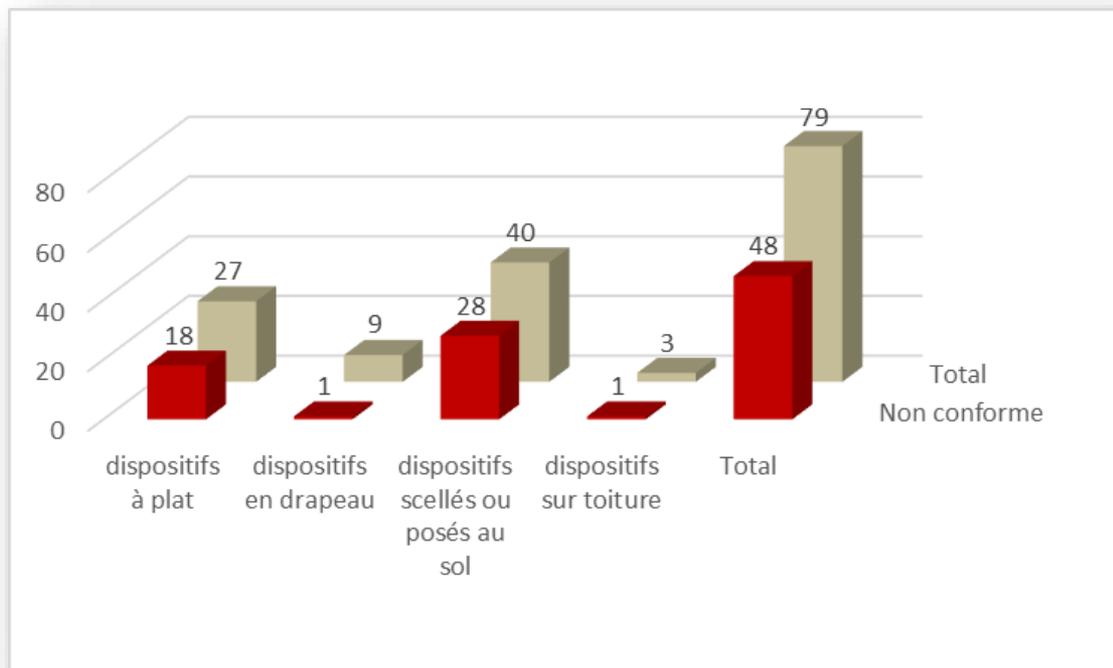


Près de la moitié des publicités (46,7 %) ont une fonction première d'enseigne. Les publicités classiques, hors mobilier urbain, sont en définitive très peu nombreuses : à peine 5 dispositifs apposés à plat.

Parmi les publicités, à noter que la quasi totalité des dispositifs ne sont pas conformes.

# 1.1 Analyse statistique

## Nombre d'enseignes non conformes par catégorie



Les enseignes scellées ou posées au sol représentent la grande majorité des dispositifs non conformes relevés.

Ce sont en effet elles qui ont le plus d'impact dans le paysage urbain et que nous avons relevées prioritairement à l'occasion de ce diagnostic non exhaustif.

Le nombre d'enseignes non conformes apposées à plat et perpendiculairement à la façade est en réalité beaucoup plus important si on prend en compte toutes les enseignes du centre ville de Rouvroy,

## 1.2 Les principaux secteurs à enjeux

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

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

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

# 2.2 Les principaux secteurs à enjeux

## Cartographie synthétique



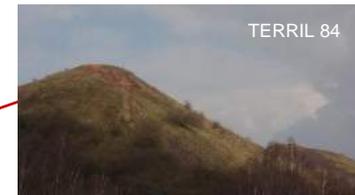
CENTRE HISTORIQUE COMMERCANT

BOULEVARD FOSSE 2



- Dispositifs non conformes
- Dispositifs conformes
- Secteur dégradé
- Secteur préservé

ZONE COMMERCIALE



TERRIL 84



MONUMENTS HISTORIQUES  
PLACE A. BLANCHANT



ZONE D'ACTIVITE DE LA CHENAIE

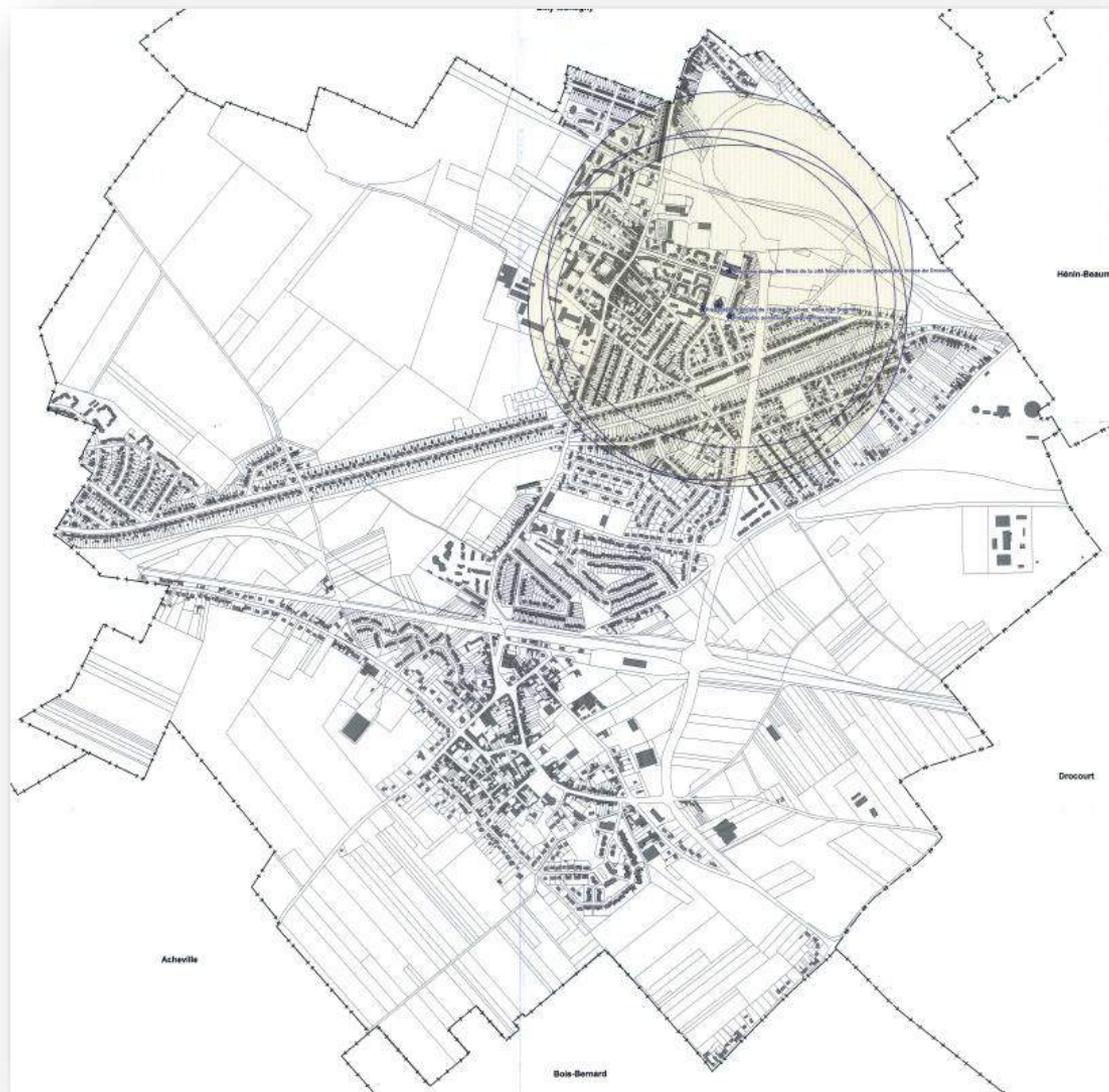


Cartographie Alkhos 05-2018

## 2.2 Les principaux secteurs à enjeux

### Cartographie des sites protégés

Rouvroy compte 4 monuments historiques inscrits (Eglise St-Louis, presbytères français et polonais, ancienne école de filles de la cité Nouméa).



**Monuments historiques inscrits  
et périmètres de 500 m**

## 1.3 Les non conformités relevées

### Publicités

(30 dispositifs non conformes relevés)



# 1.3 Les non conformités relevées (Code de l'environnement)

## Publicités hors agglomération

- Publicités interdites hors agglomérations. (Article L.581-7 du Code de l'Environnement)



2 dispositifs non conformes

# 1.3 Les non conformités relevées

## Publicités sur mobilier urbain en agglomération

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



*Une seule face publicitaire.  
Absence de plan au dos*



*Face non publicitaire « peu » accessible.  
(L'autre face est blanche d'ailleurs)*

La totalité des mobiliers urbains supports de publicité de type mupi (mobilier urbain pour l'information) sont dans ce cas de figure. Assimilables à des publicités classiques, ces dispositifs scellés au sol sont interdits par le RLP de 2005. **5 dispositifs non conformes.**

# 1.3 Les non conformités relevées

## Publicités avec fonction d'enseigne

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

21 dispositifs non conformes relevés, en particulier en drapeau dans le centre ville.



## 1.3 Les non conformités relevées

### Préenseignes

(9 dispositifs non conformes relevés)



# 4. Les non conformités relevées (Code de l'environnement)

## Préenseignes sur supports interdits

La publicité est interdite sur les poteaux de télécommunication et de signalisation routière (Article R 581-22)



3 dispositifs non conformes

## 4. Les non conformités relevées

Préenseignes en agglomération de type chevalets ou bâches

Un chevalet apposé sur le domaine public est assimilable à une préenseigne ou une publicité scellée ou posée au sol est interdite par le RLP de 2005. Ou en l'absence d'autorisation de voirie.



5 dispositifs  
comptabilisés  
mais ils sont plus  
nombreux !



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

## 1.3 Les non conformités relevées

### Enseignes

(48 dispositifs non conformes relevés)



# 1.3 Les non conformités relevées

Enseigne à plat ou perpendiculaire dépassant du mur support

(Articles R581-60 et R581-61 du Code de l'Environnement)



**2 dispositifs non conformes relevés**

# 1.3 Les non conformités relevées

Enseigne à plat dépassant de la ligne d'égout du toit

(Articles R581-60 et R581-61 du Code de l'Environnement)



**6 dispositifs non conformes relevés**

Rq : disposition grenelle 2 qui ne s'appliquera qu'à compter de l'abrogation du RLP de 2005.



# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes apposées sur une façade commerciale

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



**9 dispositifs non conformes relevés**



Rq : disposition grenelle 2 qui ne s'appliquera qu'à compter de l'abrogation du RLP de 2005.

# 1.3 Les non conformités relevées

Plus d'une enseigne par établissement et par voie bordant l'activité

Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée (Article R. 581-64 du Code de l'Environnement et RLP de 2005)



**6 dispositifs non conformes relevés**



# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes scellées au sol

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



**11  
Dispositifs non  
conformes**



# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond. (Article R.581-62 du Code de l'Environnement)



**1 dispositif non conforme relevé**

# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes à plat

Les enseignes à plat ne peuvent avoir une saillie supérieure à 0,25 m.  
(Article R581-60 du Code de l'Environnement)



# 1.3 Les non conformités relevées

## Enseignes à plat surnuméraires (RLP 2005)

Une seule enseigne en bandeau par façade et par activité  
(Chapitre 2, article 2 du RLP de 2005)



## 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

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

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes sur façade d'habitation

### Dispositifs conformes



Enseignes mal intégrées à la façade support et portant préjudice à la qualité de la devanture et à l'architecture du bâtiment.  
Les caissons lumineux ancienne génération s'intègrent mal dans un centre historique.

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes sur façade

### Dispositifs conformes



Les enseignes de type bâche plastique contribuent à déprécier l'image de l'activité signalée.



Enseigne mal intégrée sur la façade support ne tenant pas compte des modénatures.

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes scellées au sol

### Dispositifs conformes



Enseignes scellées au sol peu qualitatives et /ou dont la hauteur excessive contribue à masquer les perspectives paysagères.



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

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes scellées au sol

### Dispositifs conformes



De trop nombreuses enseignes temporaires grand format pour tenter de remplir les zones d'activité.

### Dispositifs conformes



Les enseignes sur toiture terrasse contribuent à masquer les perspectives paysagères.

# 1.4 Dispositifs conformes mal intégrés

## Enseignes de type bâche plastique

### Dispositifs conformes



Les enseignes sur clôture aveugle ont le même impact que les enseignes scellées au sol. Les bâches, souvent mal tendues, contribuent à déprécier l'image de l'activité.

## 1.5 L'affichage libre

### Affichage libre



## 1.5 L'affichage libre

### Les règles d'implantation de l'affichage libre

Le code de l'environnement prévoit les dispositions relatives à l'affichage d'opinion dans ses articles L.581-13 et R.581-2 à 4.

Ces règles concernent l'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux associations sans but lucratif.

- **Chaque commune doit prendre un arrêté municipal définissant la localisation et la surface des emplacements réservés à l'affichage d'opinion** dans les conditions fixées par le Code de l'Environnement.
- Le Code de l'Environnement prévoit notamment une **surface minimale réservée à l'affichage d'opinion en fonction de la population de la commune concernée**.
- Pour une commune comme Rouvroy, dont la population est comprise entre 8 000 et 10 000 habitants, la surface minimale réservée à l'affichage d'opinion est de 8 m<sup>2</sup>.
- Cette obligation est respectée à Rouvroy qui compte 3 emplacements d'affichage libre dont deux de 2,13 m<sup>2</sup> (un double face) et un sur façade de 6 m<sup>2</sup> soit **12,4 m<sup>2</sup>**.
- Tout point situé en agglomération doit en outre se situer à moins d'un kilomètre d'un emplacement réservé à l'affichage d'opinion. Cette obligation n'est pas tout à fait respectée à Rouvroy.

# 1.5 L'affichage libre

## Les règles d'implantation de l'affichage libre

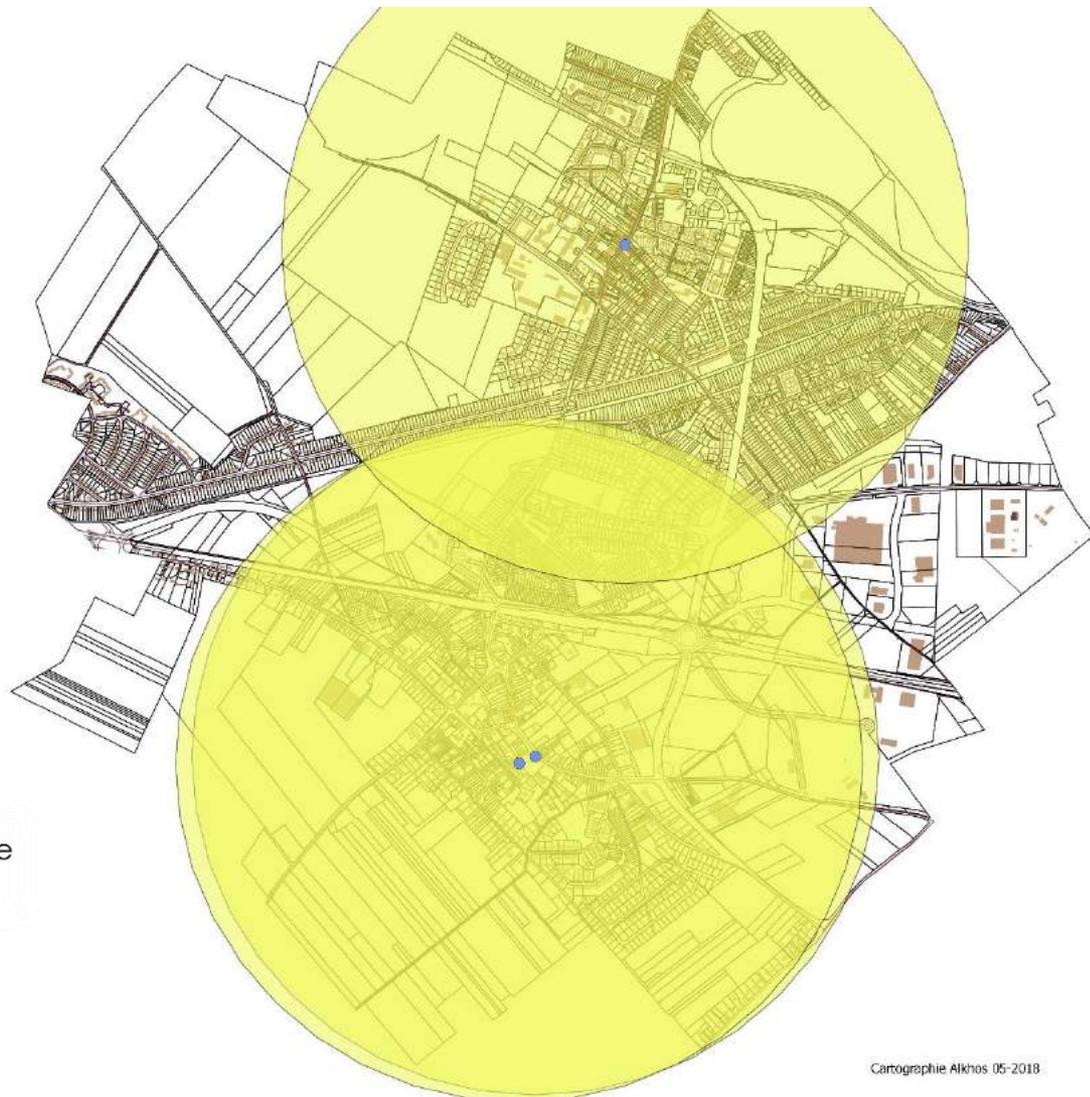


### Localisation de l'affichage libre

Certains secteurs agglomérés de la ville de Rouvroy se trouvent à plus d'un kilomètre d'un support d'affichage libre.

- Dispositif d'affichage libre
- 1 km de rayon

0 250 500 m



Cartographie Alkhos 05-2018

## 1.6 Analyse du RLP de 2005

**Un règlement globalement ambitieux qui propose des règles qualitatives pour l'ensemble du territoire, que ce soit pour les enseignes ou les publicités. Certaines catégories d'enseignes et de publicité ne sont en revanche pas traitées.**

### **Les évolutions nécessaires liées à l'évolution de la réglementation nationale :**

- Les nouvelles dispositions post Grenelle ne s'appliquent pas sur les portions du territoire couvertes par le RLP :
  - Limitation du nombre d'enseignes scellées au sol en agglomération à une par voie bordant l'établissement.
  - Limitation de la surface cumulée des enseignes à 15 % (voire 25 %) de la surface de la façade support ;
  - Interdiction des enseignes parallèle à un mur dépassant la ligne d'égout du toit...
  
- Les nouveaux RLP doivent en outre couvrir l'intégralité du territoire communal en distinguant secteurs agglomérés et non agglomérés.

## 1.6 Analyse du RLP de 2005

### Les évolutions souhaitables

#### **Liées à l'insuffisance certaines dispositions.**

Publicités d'un format d'affiche de 12 m<sup>2</sup> autorisées, ce qui n'est plus compatible avec la réglementation Grenelle.

Pas de prescriptions pour les enseignes sur toiture dans les zones d'activité.

#### **Certaines dispositions sont en revanche trop restrictives et non appliquées.**

Limitation à une seule enseigne en bandeau par façade.

# 1.6 Analyse du RLP de 2005

## Synthèse des dispositions

Dispositions en agglomération	Réglementation nationale (hors secteurs protégés)	RLP
Publicité/ préenseigne sur façade	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup> 1/pignon
Publicité/ préenseigne scellée	12 m <sup>2</sup>	Non
Mobilier urbain	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>
Publicité numérique	Non	-
Enseignes à plat sur façade	15 % de la façade 25 % pour les façades < 50 m <sup>2</sup>	1/ façade 12 m <sup>2</sup> maximum
Enseignes en drapeau		1/façade 2 m <sup>2</sup> maximum 0,8 m de saillie
Enseignes scellées	1/ voie bordant l'établissement 6 m <sup>2</sup> 6,5 ou 8 m de haut	2 maximum si angle de rue 6 m de haut
Enseignes sur toiture	3 m de haut, 60 m <sup>2</sup>	-

La commune de Rouvroy compte environ 8 600 habitants mais elle appartient à l'unité urbaine de Douai-lens. Elle est donc soumise aux dispositions des agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants où la publicité scellée au sol est autorisée ainsi que le grand format (12 m<sup>2</sup>) pour les publicités.

Elle est cependant couverte par un RLP datant de 2005 interdisant la publicité scellée au sol mais, s'agissant d'un RLP ante Grenelle, ce sont donc, pour les dispositions non modifiées, les règles moins restrictives ante Grenelle qui continuent de s'appliquer.

La commune dispose d'un patrimoine architectural et paysager important et protégé puisque une part non négligeable du centre ville est compris dans le périmètre de protection de monuments historiques. Le nord du territoire communal compris dans le bassin minier est inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco pour la valeur universelle et exceptionnelle de ce paysage culturel évolutif.

**Au global, en dépit des 87 dispositifs non conformes relevés, la commune fait plutôt figure de bon élève si on la compare avec d'autres communes de taille similaire. Cela est à nuancer du fait que certains dispositifs, bien que conformes, portent préjudice au cadre de vie et à la lisibilité des acteurs économiques.**

- **Les points noirs paysagers se situent essentiellement au niveau de la zone commerciale du Carrefour Market au sud de la commune** du fait en particulier du surnombre et des formats des enseignes scellées au sol **et au niveau du rond point à l'intersection entre les D40 et D46**, du fait de la présence de nombreuses enseignes temporaires scellées au sol grand format.
- On peut constater en outre que **les enseignes de centres villes sont globalement de qualité médiocre.**
- A noter également que le mobilier urbain en place support de publicité, bien que limité à 2 m<sup>2</sup>, ne respecte pas sa fonction accessoirement publicitaire.
- **Pour les points positifs, la publicité commerciale est peu présente grâce à l'interdiction de la publicité scellée au sol.**
- **Il y a également peu de préenseignes non conformes le long des principaux axes hors agglomération et au niveau des entrées de ville et des zones d'activité.**

## 2. Validation des orientations pour le RLP

- 2.1 Objectifs du RLP
- 2.2 Grandes orientations
- 2.3 Orientations publicités
- 2.4 Orientations préenseignes
- 2.5 Orientations enseignes

## 2.1 Objectifs et orientations pour le RLP

### Objectifs

Le RLP est un outil d'aménagement du territoire qui doit permettre d'atteindre les objectifs annoncés dans la délibération initiale :

- L'intégration au PLU du Règlement Local de Publicité (évolution juridique de la Zone de Publicité Restreinte)
- La préservation et la mise en valeur du patrimoine paysager de la commune, en prescrivant des règles adaptées au centre ville et au secteur de sensibilité paysagère.
- La réduction de la pression de l'affichage publicitaire le long des axes routiers structurants.
- L'encouragement à la réalisation d'économie d'énergie en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux, mais adaptés aux différents secteurs économiques.

#### **Grandes orientations pour mettre en œuvre les objectifs :**

- Renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes sur l'ensemble du territoire, avec un effort qualitatif supplémentaire dans les centres historiques ;
- Maitriser la densité et les formats de la publicité sur façade et proscrire la publicité scellée au sol, dans la continuité du RLP de 2005). Maintien de l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques.
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies. Réduire la consommation d'énergie (dans un souci de développement durable) ;
- Proscrire les préenseignes. Les remplacer par une signalisation routière rationnelle et homogène adaptée aux besoins des entreprises du territoire ;

#### Trois niveaux de proposition :

- **Zone réglementée n° 1 (ZR1) : Habitations et équipements**

Cette zone concerne l'intégralité des secteurs agglomérés dont le bâti a une vocation principale d'habitat.

- **Zone réglementée n° 2 (ZR2) : zones d'activité**

Cette zone regroupe les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle dont les bâtiments ont, en majorité, une architecture adaptée à ce type d'activités.

- **Zone réglementée n° 3 (ZR3) : secteurs hors agglomération**

Cette zone comprend l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération. Elle concerne les activités isolées ou les zones d'activité en projet.

# 2.2 Validation des orientations pour le RLP

## Avant-projet de zonage



Règlement local de publicité  
Avant-projet de zonage

-  ZR1 - Habitats et équipements
-  ZR2 - Activités
-  ZR3 - Hors agglomération



Cartographie Alkhos 06-2018

## 2.3 Objectifs et orientations pour le RLP

### Orientations publicité

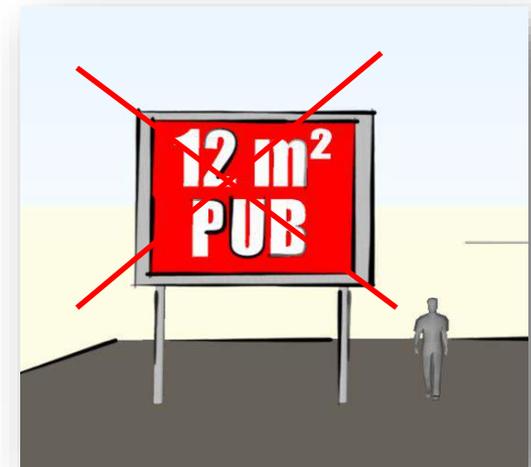
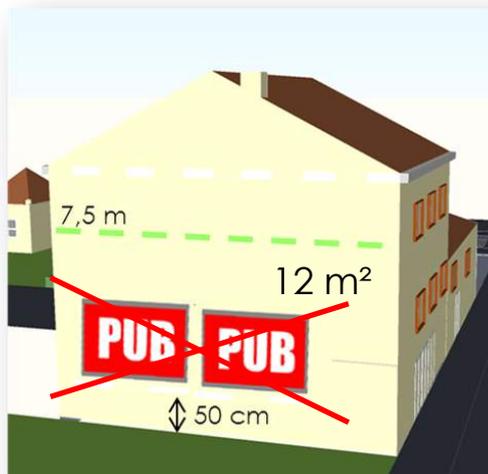
#### ZR2 : Zones d'activité

- Publicité scellée au sol et sur mur interdite.

#### ZR1 : Habitations, équipements

- Publicité de 4 m<sup>2</sup> maximum sur mur uniquement, avec règles de densité et de hauteur.

Justification : L'interdiction de la publicité scellée au sol constitue le meilleur moyen de protéger les entrées de villes, de préserver les perspectives paysagères et de favoriser la lisibilité des enseignes commerciales (moins de concurrence).



#### Dispositions applicables au mobilier urbain

- Interdiction de la publicité sur mobilier urbain sauf pour l'affichage culturel ?

Justification : Préservation de l'espace public et préservation du cadre de vie et des perspectives paysagères. Il n'y a que trois abris voyageurs supports de publicité actuellement dans la commune.



Abris voyageur sans publicité



Abris voyageur avec  
publicité de 2 m<sup>2</sup>



MUPI 2 m<sup>2</sup>



colonne Morris

## 2.3 Objectifs et orientations pour le RLP

### Orientations publicité

#### Dispositions applicables à la publicité numérique :

- Limitation à 4 m<sup>2</sup> sur support existant en ZR2 uniquement.



Publicité numérique de 4 et 2 m<sup>2</sup>



Publicité numérique de 8 m<sup>2</sup>



Journal numérique d'information municipal **non publicitaire** de 4 m<sup>2</sup>

## 2.3 Objectifs et orientations pour le RLP

### Orientations publicité

**Tableau comparatif synthétique des possibilités réglementaires d'affichage et des orientations proposées.**

Publicités	Régime général Rouvroy (hors périmètre MH)	RLP	
		ZR1	ZR2
Scellée ou posée au sol	12 m <sup>2</sup>	Non	Non
Murale	12 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	Non
Sur mobilier urbain MUPi	12 m <sup>2</sup>	Non	Non
Sur mobilier urbain (abris voyageur)	2 m <sup>2</sup>	?	?
Numérique	8 m <sup>2</sup>	Non	4 m <sup>2</sup> façade

## 2.4 Objectifs et orientations pour le RLP

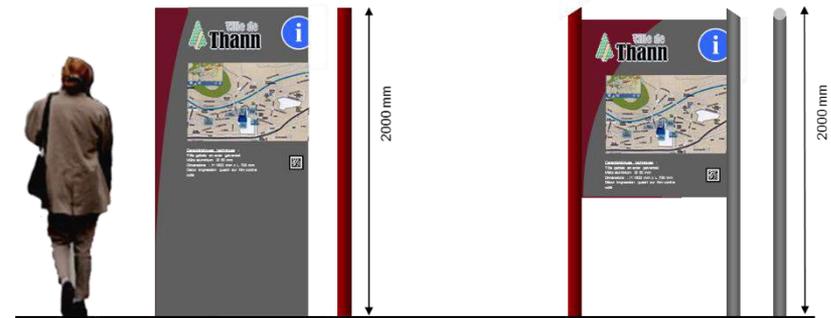
### Orientations préenseignes

### Préenseignes scellées au sol (hors préenseignes dérogatoires)



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

## Préenseignes scellées au sol



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

## 2.5 Objectifs et orientations pour le RLP

### Orientations enseignes

## Enseignes



### Enseignes sur façade ZR1



**Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales** en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement.

### Enseignes sur façade ZR1



**Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales** en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement.

## Enseignes sur façade sur bâtiment à vocation d'activité (ZR2 en particulier)



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

### Enseignes scellées au sol



**Elles sont proscrites en ZR1 pour préserver le paysage urbain, sauf retrait suffisant.**

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

### Enseignes sur toiture



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

### Enseignes sur toiture



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

## 2.5 Objectifs et orientations pour le RLP

### Orientations enseignes

## Enseignes numériques



**Sur façade uniquement en ZR2**

## 2.5 Objectifs et orientations pour le RLP

### Orientations enseignes

Enseignes	Régime général	Orientations ZR 1 Centre historique	Orientations ZR 2 Activités	Orientations ZR 3 Hors agglomération
Scellée ou posée au sol	6 m <sup>2</sup>	Oui pour cas particuliers	6 m <sup>2</sup> + prescriptions qualitatives	6 m <sup>2</sup> + prescriptions qualitatives
A plat sur façade	15 % du support (25 % si < 50 m <sup>2</sup> )	15 % + prescriptions qualitatives, limitation en nombre	15 % + limitation en nombre	15 % + limitation en nombre
En drapeau	15 % du support (25 % si < 50 m <sup>2</sup> )	15 % + prescriptions qualitatives, limitation en nombre	15 % + limitation en nombre	15 % + limitation en nombre
Sur toiture	60 m <sup>2</sup>	Non	Interdit sur toit terrasse	Interdit sur toit terrasse
Lumineuse (numérique)	Oui	Non	Sur façade uniquement	Non ?

**Merci de votre attention**

**Prochaine réunion du comité technique RLP :  
Présentation de l'avant-projet du futur RLP**





Siège :  
49 rue Ambroise Paré  
71850 CHARNAY-LES-MACON

Agence :  
37, rue de la Liberté 38600 FONTAINE

tel : 03.85.38.14.54 – fax : 03.85.38.41.02 –  
mail : [contact@alkhos.fr](mailto:contact@alkhos.fr) –  
site web : [www.alkhos.fr](http://www.alkhos.fr)

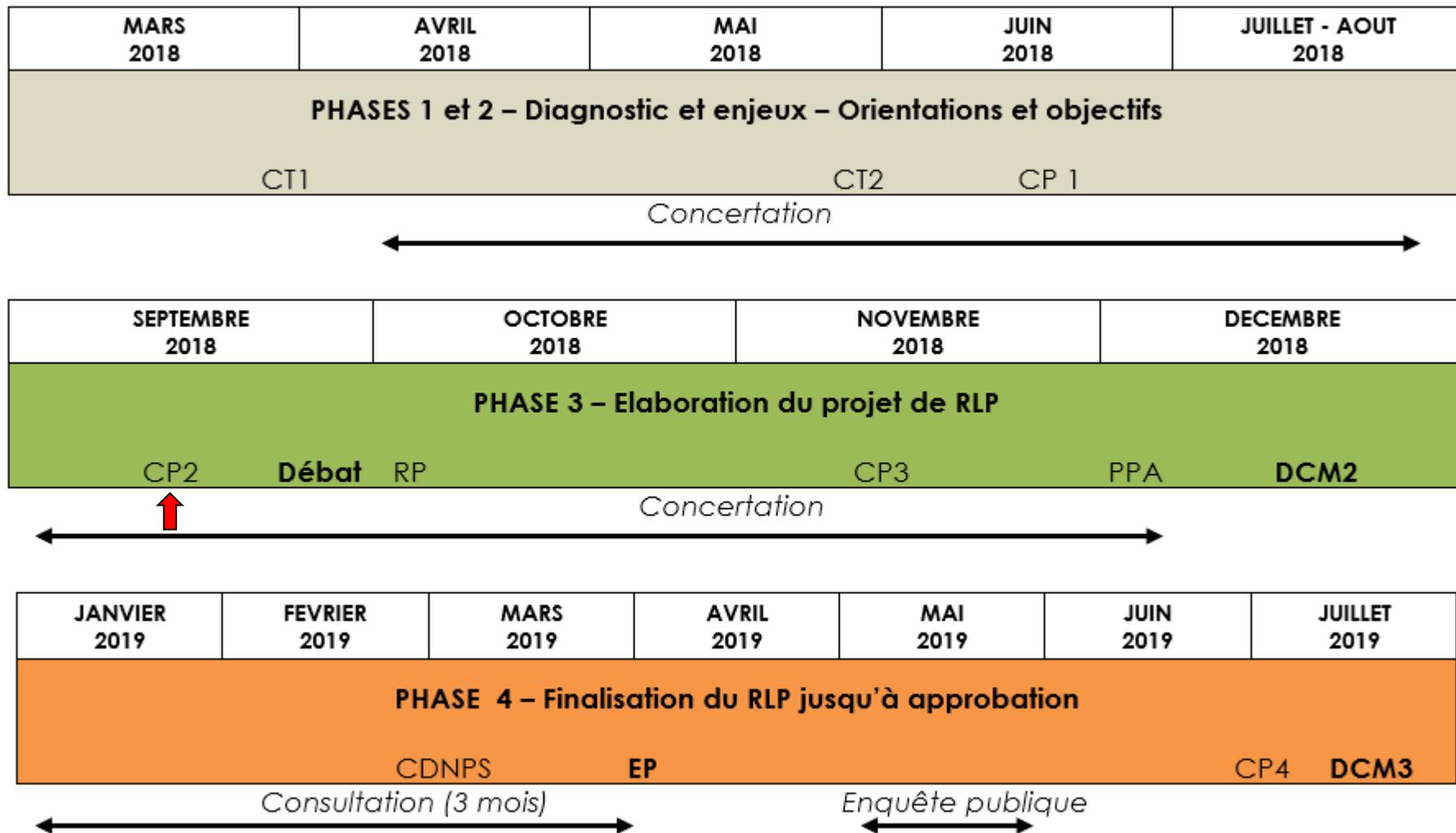


## *Révision du règlement local de publicité (RLP)*

### ***Réunion de restitution de l'avant-projet de RLP***



# Calendrier prévisionnel



# Déroulement de la réunion

## 1 – Orientations retenues et avant-projet de zonage

### 2 – Prescriptions publicités

- Secteurs d'interdiction
- Publicité scellée au sol
- Publicité sur mobilier urbain
- Publicité à plat
- Publicité lumineuse
- Les autres formes de publicité

### 3 – Prescriptions préenseignes

- Préenseignes dérogatoires
- Préenseignes de type signalétique
- Préenseignes temporaires
- Préenseignes de type chevalets

### 4 – Prescriptions enseignes

- Enseignes scellées au sol
- Enseignes à plat sur façade
- Enseignes perpendiculaires à la façade
- Enseignes sur toiture
- Systèmes interdits
- Enseignes lumineuses
- Enseignes temporaires

# 1. Orientations retenues et plan de zonage

- Renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes sur l'ensemble du territoire, avec un effort qualitatif supplémentaire dans les centres historiques ;
- Maitriser la densité et les formats de la publicité sur façade et proscrire la publicité scellée au sol, dans la continuité du RLP de 2005). Maintien de l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques.
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies. Réduire la consommation d'énergie (dans un souci de développement durable) ;
- Proscrire les préenseignes. Les remplacer par une signalisation routière rationnelle et homogène adaptée aux besoins des entreprises du territoire ;

# Orientations pour le RLP

## Avant-projet de zonage



### Règlement local de publicité Avant-projet de zonage

-  ZR1 - Habitats et équipements
-  ZR2 - Activités
-  ZR3 - Hors agglomération



## 2. Prescriptions relatives à la publicité

- Secteurs d'interdiction
- Publicité scellée au sol
- Publicité sur mobilier urbain
- Publicité à plat
- Publicité lumineuse
- Les autres formes de publicité



"Toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention"

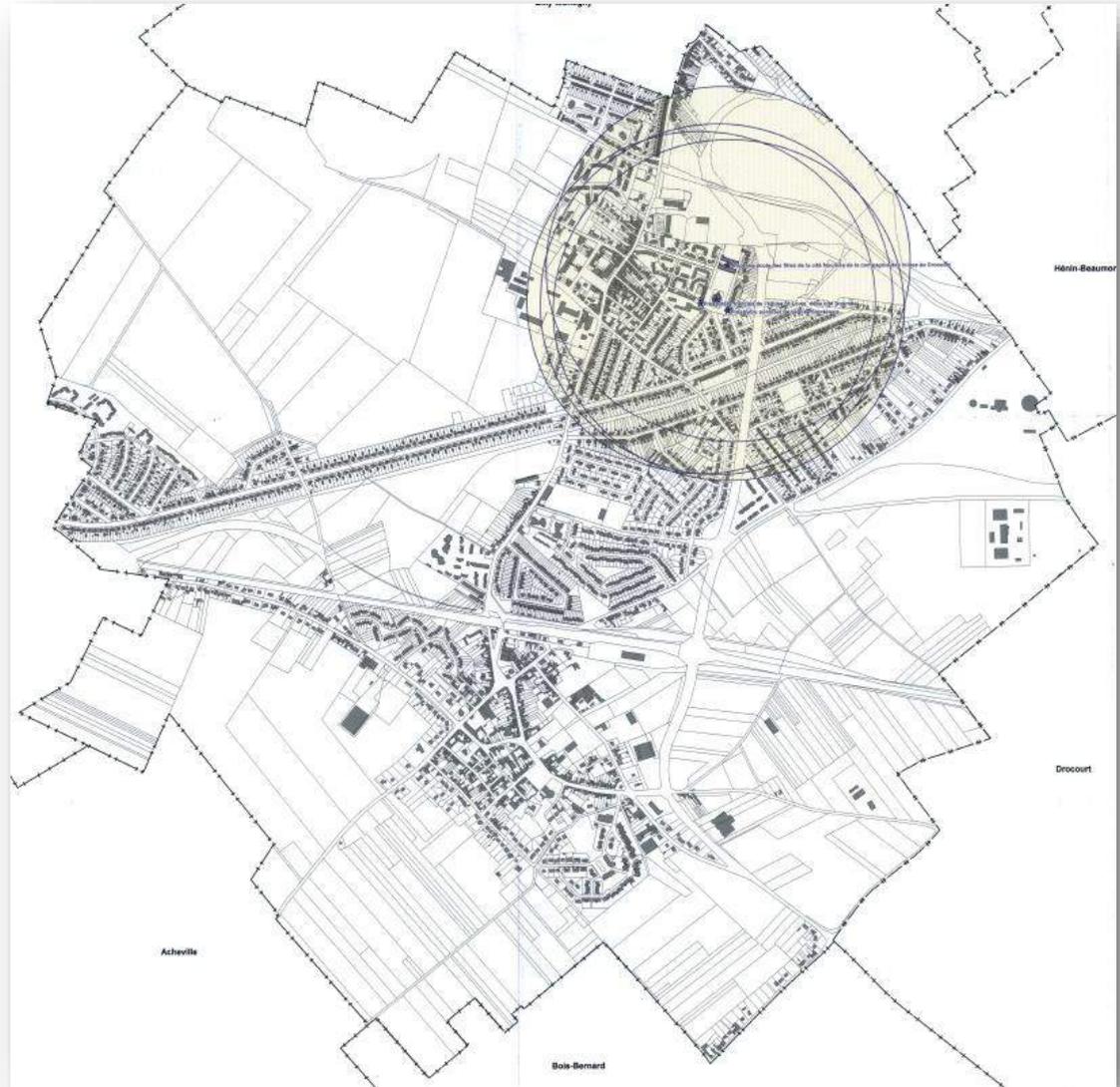
## 2. Prescriptions publicité

### Les lieux et supports interdits pour la publicité

Rouvroy compte 4 monuments historiques inscrits (Eglise St-Louis, presbytères français et polonais, ancienne école de filles de la citée Nouméa).

Article L.581-8 du Code de l'Environnement

- La Publicité est interdite à **moins de 500 m (et dans le champ de visibilité)** des monuments historiques classés et inscrits ;

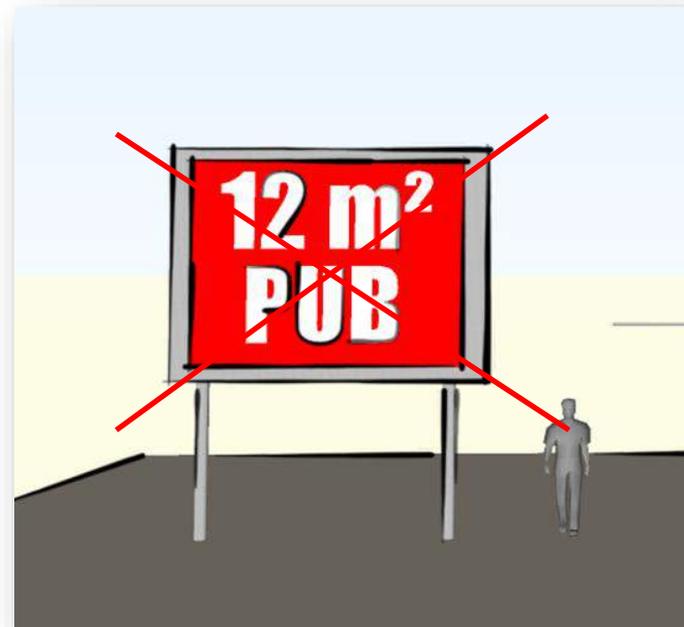


**Monuments historiques inscrits  
et périmètres de 500 m**

### Toutes zones :

- La publicité scellée ou posée au sol est interdite.

Justification : L'interdiction de la publicité scellée au sol constitue le meilleur moyen de protéger les entrées de villes, de préserver les perspectives paysagères et de favoriser la lisibilité des enseignes commerciales (moins de concurrence).



### Toutes zones :

- Interdiction de la publicité sur mobilier urbain

Justification : Préservation de l'espace public et préservation du cadre de vie et des perspectives paysagères.



Abris voyageur sans publicité



Abris voyageur avec  
publicité de 2 m<sup>2</sup>



MUPI 2 m<sup>2</sup>  
(Démonté)

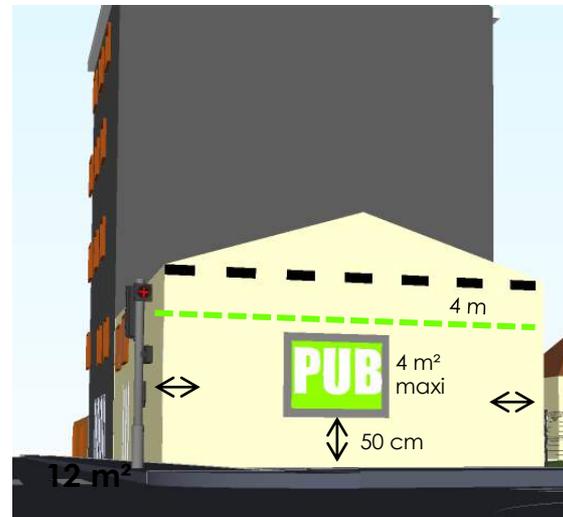
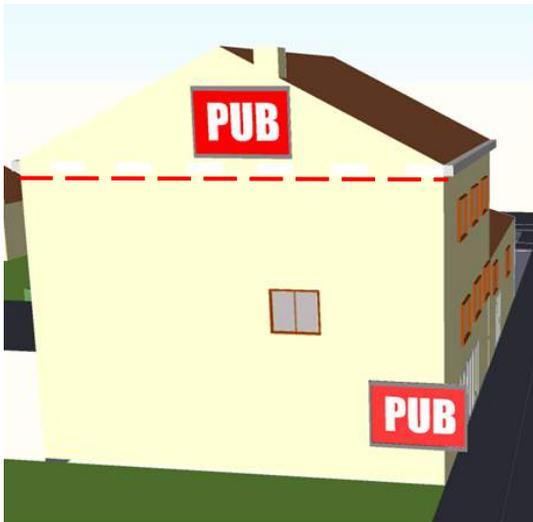
## 2. Prescriptions publicité

### Les publicités apposées à plat

#### En ZR1 uniquement hors périmètres de protection des MH

La publicité à plat ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. (Article R.581-27 du CE)

- ✓ Il ne peut être admis qu'**un dispositif maximum par façade (RN 2 alignés) et par unité foncière.**
- ✓ Seuls les murs strictement aveugles peuvent recevoir de la publicité, la RN prévoit **une tolérance des ouvertures < 0,5 m<sup>2</sup>.**
- ✓ La surface des dispositifs ne doit pas excéder **un tiers** de la surface du support.
- ✓ Le dispositif doit être installé à 0,5 m en retrait des bords du support.
- ✓ Le dispositif doit être implanté à une hauteur maximum de 4 m (RN = 7,5 m) et il ne peut être apposé à moins de 0,5 m du niveau du sol.
- ✓ Les dispositifs publicitaires apposés à plat doivent faire 4 m<sup>2</sup> (RN = 12 m<sup>2</sup>) de surface unitaire d'affichage. L'encadrement ne peut pas dépasser 10 cm de large.



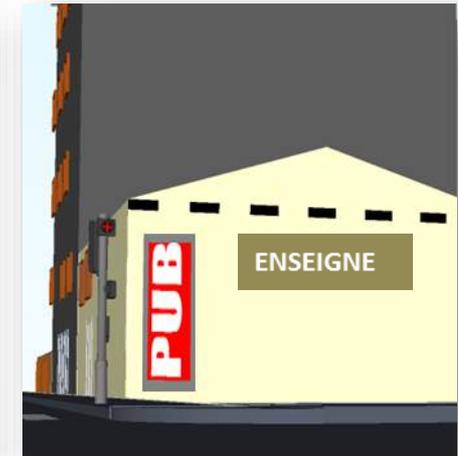
## 2. Prescriptions publicité

Les publicités apposées à plat

RLPi + RN

**ALKHOS**  
DONNONS DU SENS A VOS PROJETS

- ✓ Les murs de clôture et de soutènement : RN = interdiction uniquement sur clôtures non aveugles.
- ✓ Interdiction d'installer une publicité sur un mur supportant déjà une enseigne.
- ✓ Les formats en hauteur (hauteur supérieure à la largeur) sont interdits.



## 2. Prescriptions publicité

### Les publicités apposées à plat

RLP + RN

**ALKHOS**  
DONNONS DU SENS A VOS PROJETS

#### Procédés interdits :

- ✓ Les passerelles, échelles, gouttières à colle et autres dispositifs annexes fixes ou escamotables.
- ✓ Publicité lumineuse (éclairée par projection externe ou par transparence)  
(RN : la publicité doit être éteinte entre 1 h et 6 h.)



## 2. Prescriptions publicité

### Publicité lumineuse numérique

RLP + RN

**ALKHOS**  
DONNONS DU SENS A VOS PROJETS

**Elle ne peut être admise qu'en ZR2 apposée à plat sur mur**

- ✓ La surface unitaire maximum autorisée est de 4 m<sup>2</sup>, encadrement compris. (RN = 8 m<sup>2</sup>)
- ✓ Le dispositif doit être implanté à une hauteur maximum de 4 m.
- ✓ Le dispositif ne peut se cumuler avec une enseigne.
- ✓ La publicité numérique doit être éteinte entre 22 h et 7 h. (RN = 1 h à 6 h)



Publicité numérique de 4 m<sup>2</sup> sur façade.



Journal numérique d'information municipal non publicitaire

## 2. Prescriptions publicité

### Publicités de type micro affichage

#### **Toutes zones,**

L'article R.581-57 du code de l'environnement prévoit que :

- ✓ La surface unitaire des dispositifs petit format est inférieure à 1 m<sup>2</sup>.
- ✓ Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m<sup>2</sup>.
- **Interdiction à moins de 500 m et dans le champ de visibilité d'un MH maintenue.**



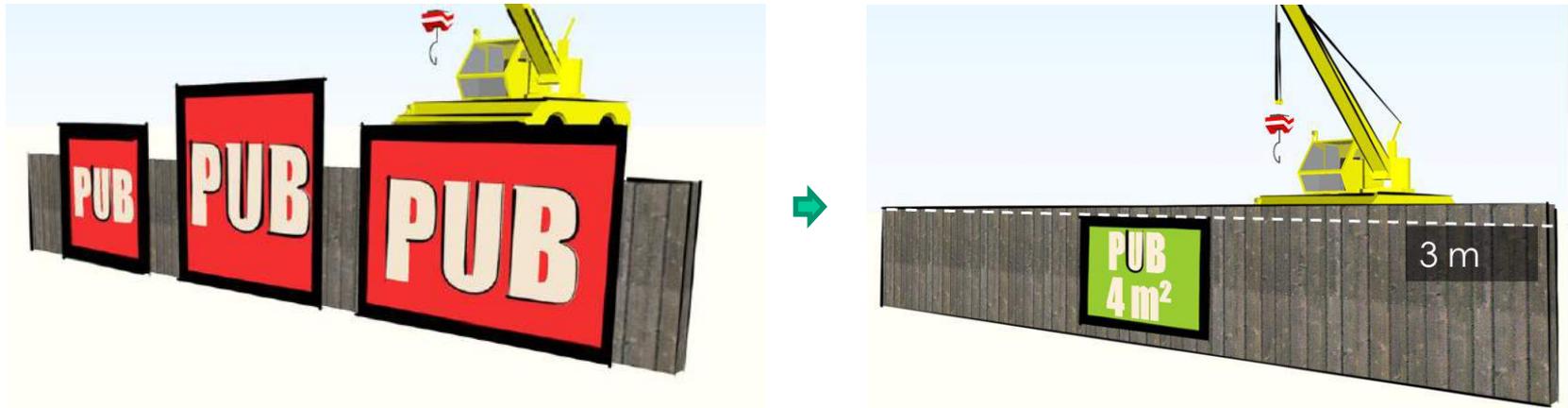
Publicité de petit format sur devanture commerciale

## 2. Prescriptions publicité

### Publicités sur palissades de chantier

#### Toutes zones, (sauf ZR3, hors agglomération)

- ✓ Il peut être admis un seul dispositif par palissade le long d'une même voirie pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.
- ✓ **Il ne doit pas dépasser les limites de la palissade.**
- ✓ La surface unitaire maximale est de 4 m<sup>2</sup>, encadrement compris
- ✓ La partie supérieure du dispositif doit être implantée à une hauteur maximale de 3 m par rapport au sol.
- ✓ La durée d'installation est limitée à la durée du chantier.



### Tableau comparatif synthétique des possibilités réglementaires d'affichage et des orientations proposées.

Publicités	Régime général Rouvroy (hors périmètre MH)	RLP	
		ZR1	ZR2
Scellée ou posée au sol	12 m <sup>2</sup>	Non	Non
Murale	12 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	Non
Sur mobilier urbain MUPi	12 m <sup>2</sup>	Non	Non
Sur mobilier urbain (abris voyageur)	2 m <sup>2</sup>	Non	Non
Numérique	8 m <sup>2</sup>	Non	4 m <sup>2</sup> façade

### 3. Prescriptions préenseignes

- Les préenseignes assimilables à la publicité.
- Les préenseignes de type signalétique d'orientation
- Les préenseignes dérogatoires.
- Les préenseignes temporaires
- Préenseignes de type chevalet sur domaine public



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

### 3. Prescriptions préenseignes

Préenseignes assimilables à la publicité

**En agglomération, les préenseignes sont soumises aux règles applicables à la publicité :**

- ✓ mêmes interdictions
- ✓ mêmes conditions d'installation

On peut les assimiler à des publicités.



### 3. Prescriptions préenseignes

Préenseignes de type signalétique

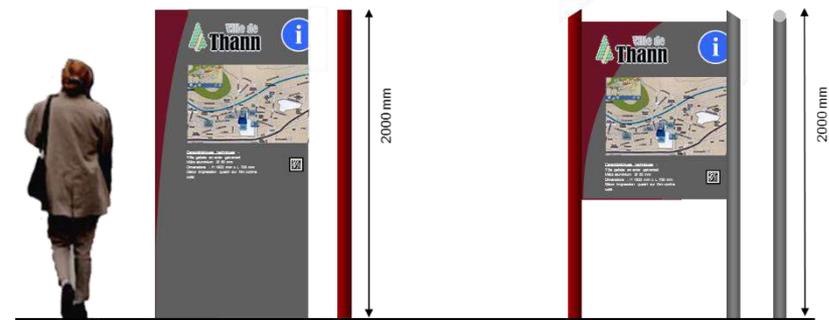
Remplacer les préenseignes en agglomération par de la signalisation d'information locale (SIL) et une signalétique de zones.



Dispositif relevant du code de l'environnement interdit

Dispositifs relevant du code de la route

### 3. Prescriptions préenseignes Préenseignes de type signalétique



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