

Département de la Seine-Maritime

Communauté de communes Caux Austreberthe



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPI)

Tome 1a : Rapport de présentation

*Projet de RLPI vu pour être annexé à la délibération n°14 /2022
du Conseil Communautaire du 21 novembre 2022*

*Le Président de la Communauté de Communes Caux-
Austreberthe, Christophe Bouillon*

Table des matières

Table des matières	2
Introduction.....	5
Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure	8
1. Définitions.....	9
a) <i>Le Règlement Local de Publicité intercommunal</i>	9
b) <i>Les dispositifs visés par le code de l'environnement</i>	9
c) <i>La notion de surface unitaire</i>	11
d) <i>La notion d'agglomération</i>	11
e) <i>La notion d'unité urbaine</i>	14
2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire.....	14
a) <i>Les interdictions absolues</i>	14
b) <i>Les interdictions relatives</i>	18
3. Règles applicables au territoire intercommunal.....	21
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	24
a) <i>L'autorisation préalable</i>	24
b) <i>La déclaration préalable</i>	24
5. Compétences en matière de publicité extérieure	24
6. Délais de mise en conformité	25
Enjeux liés au parc local de publicité extérieure	26
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes	26
a) <i>Généralités</i>	26
b) <i>Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain</i>	29
c) <i>Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	34
d) <i>Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture</i>	38
e) <i>La densité publicitaire</i>	42
f) <i>Les bâches publicitaires</i>	44
g) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales</i>	46
h) <i>Les dispositifs de dimension exceptionnelle</i>	47
i) <i>Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération</i>	47
j) <i>Les publicités et préenseignes lumineuses</i>	48
2. Les enjeux en matière d'enseignes	54
a) <i>Généralités</i>	54
b) <i>Les enseignes parallèles au mur</i>	57
c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur</i>	60
d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale</i>	62
e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	62
f) <i>Les enseignes sur clôture</i>	68
g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu</i>	69
h) <i>Les enseignes lumineuses</i>	71
i) <i>Les enseignes temporaires</i>	74
Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure	77
1. Les objectifs	77
2. Les orientations.....	77
Justification des choix retenus	78
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	78
2. Les choix retenus en matière d'enseignes	81
Annexe : Tableau des abréviations utilisées	85

Table des illustrations photographiques et cartographiques

Secteurs agglomérés de la communauté de communes Caux Austreberthe.....	14
Photographies des monuments historiques et du site classé engendrant les interdictions absolues de publicité sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe.....	16
Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe.....	20
Plan de zonage du RLP en vigueur à Barentin.....	23
Localisation des publicités et préenseignes sur la communauté de communes Caux Austreberthe.....	28
Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public.....	30
Possibilités publicitaires sur un kiosques à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public.....	30
Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches.....	31
Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.....	31
Publicité supportée par un abri destiné au public à Blacqueville (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales à Bouville (photo de droite).....	32
Panneaux d'affichage administratif et local à Sainte-Austreberthe (cliché de gauche) et à Émanville (cliché de droite).....	33
Publicité apposée sur mobilier d'informations locales située dans le site classé du Château d'Esneval et son parc à Pavilly.....	33
Publicités et préenseigne non conformes aux règles nationales car scellées au sol à Limésy (photo de gauche) et Goupillières (photo de droite).....	35
Publicités et préenseigne scellées au sol localisées à Barentin.....	35
Publicités et préenseignes de petit format conformes au code de l'environnement (clichés respectivement pris à Villers-Écalles et Sainte-Austreberthe).....	40
Publicités et préenseignes de moyen format conformes au code de l'environnement (clichés pris à Pavilly).....	40
Préenseigne et publicité non conformes car excédant le format maximal autorisé par le code de l'environnement (photos respectivement prises à Bouville et Barentin).....	41
Préenseignes non conformes aux règles nationales car dépassant les limites de l'égout du toit (photo de gauche prise à Limésy) et apposée sur clôture non aveugle (photo de droite prise à Barentin).....	41
Publicités murales non conformes aux règles nationales car situées en site classé à Pavilly.....	42
Cartographie de la pollution lumineuse en France.....	49
Préenseignes lumineuses apposée sur mur à Bouville (photo de gauche) et publicité scellée au sol lumineuse à Barentin (photo de droite).....	52
Localisation des enseignes sur la communauté de communes Caux Austreberthe.....	56
Exemples d'enseignes parallèles au mur présentes sur la communauté de communes Caux Austreberthe (clichés pris à Bouville, Pavilly, Barentin, Limésy, Villers-Écalles et Blacqueville).....	58
Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'intégration aurait mérité d'être mieux travaillée (photos prises à Barentin et Pavilly).....	59
Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur présentes sur la communauté de communes Caux Austreberthe (clichés pris à Sainte-Austreberthe, Bouville, Villers-Écalles, Blacqueville, Pavilly et Barentin).....	60
Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Pavilly et Barentin.....	62
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (clichés pris à Blacqueville, Bouville, Villers-Écalles, Pavilly et Barentin).....	63
Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre (clichés pris à Blacqueville, Pavilly et Limésy).....	65
Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la surface maximale admise à Pavilly et Barentin.....	66
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la hauteur maximale admise (photos prises à Bouville et Barentin).....	67
Exemples d'enseignes scellées au sol en mauvais état d'entretien (photos prises à Limésy et Barentin).....	67
Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m ² scellées au sol ou installées directement sur le sol sur la communauté de communes Caux Austreberthe (clichés pris à Sainte-Austreberthe, Villers-Écalles et Pavilly).....	68
Exemples d'enseignes sur clôture sur la communauté de communes Caux Austreberthe (clichés pris à Sainte-Austreberthe, Villers-Écalles et Limésy).....	69
Exemples d'enseignes sur toiture.....	69
Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence (photos prises à Sainte-Austreberthe, Blacqueville, Limésy, Bouville, Pavilly et Barentin).....	73
Exemples d'enseignes numériques (photos prises à Barentin et Pavilly).....	73
Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED (photos prises à Barentin et Pavilly).....	74
Exemples d'enseignes temporaires (clichés pris à Barentin).....	76

<i>Plan de zonage « publicité » de la communauté de communes Caux Austreberthe</i>	<i>79</i>
<i>Tableau de synthèse des règles envisagées en matière de publicités et préenseignes</i>	<i>81</i>
<i>Tableau de synthèse des règles envisagées en matière d'enseignes.....</i>	<i>83</i>
<i>Plan de zonage « enseigne » de la communauté de communes Caux Austreberthe.....</i>	<i>84</i>

Introduction

La communauté de communes Caux Austreberthe compte 9 communes et regroupe 24 846 habitants¹. Elle se situe dans le département de la Seine-Maritime en Région Normandie.

Commune	Nombre d'habitants
Barentin	12 034
Pavilly	6 364
Villers-Écalles	1 787
Limésy	1 565
Bouville	996
Émanville	718
Blacqueville	716
Sainte-Austreberthe	617
Goupillières	422
Communauté de communes Caux Austreberthe	25 219

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression², qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴ afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP) de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi (Règlement Local de Publicité intercommunal).

¹ Données INSEE de population légale millésimée 2017

² L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

³ Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes

⁴ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP(i) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régulant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions réglementaires de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment sans que cela soit exhaustif :

- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- la réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- la précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares afin de tenir compte de leur spécificité ;
- l'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 juillet 2022⁵.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1^{er} du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1^{er} du code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour la révision du RLP⁶ puisque l'article L581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La communauté de communes Caux Austreberthe disposant de la compétence en matière de PLU(i)⁷, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient. **Le Règlement Local de Publicité devient donc intercommunal (RLPi).**

Le RLPi est élaboré sur la même base normative que les PLUi et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **la partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de

⁵ Article L581-14-3 du code de l'environnement

⁶ Article L581-14 du code de l'environnement

⁷ Article L5219-5 alinéa 1 du Code Général des Collectivités Territoriales

l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au RLP.

Le présent document constitue ainsi le rapport de présentation qui, sur la base d'un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire intercommunal, définit des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui seront décrits, expliqués et justifiés par ledit document.

Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de covisibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

Depuis la loi dite « Climat et Résilience » du 22 août 2021, conformément à l'article L.581-14-4 du code de l'environnement, désormais, par dérogation à l'article L.581-2 du même code, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses. Ne demeurent donc exclues du champ de la publicité extérieure que les communications non lumineuses situées à l'intérieur de ces locaux.

En application du code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, ...

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires tel le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, ...).

Le code de l'environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLPi, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes concernées par le RLPi⁸. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLPi. C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU⁹.

Enfin, le code de l'environnement renvoie également aux dispositions du code de la route afin d'encadrer la publicité par rapport à des impératifs de sécurité routière. Ainsi, les articles R418-1 à R418-9 du code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité.

Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

⁸ Article L581-14-2 du code de l'environnement

⁹ Article L621-30 du Code du Patrimoine

1. Définitions

a) Le Règlement Local de Publicité intercommunal

Le RLPi est un document réglementaire opposable aux tiers qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en une ou plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

Le RLPi comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le code de l'environnement constituant la réglementation nationale (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹⁰.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLPi approuvé est annexé aux PLU et au PLUi le cas échéant.

b) Les dispositifs visés par le code de l'environnement

Constitue **une publicité**¹¹, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.



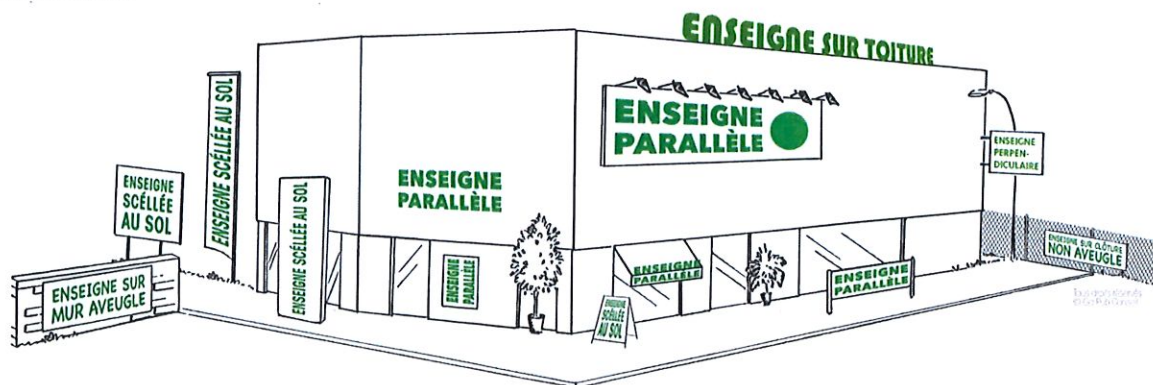
En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du code de l'environnement. Dès lors, le fait de

¹⁰ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains

¹¹ Article L581-3 alinéa 1 du code de l'environnement

présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

Constitue **une enseigne**¹² toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

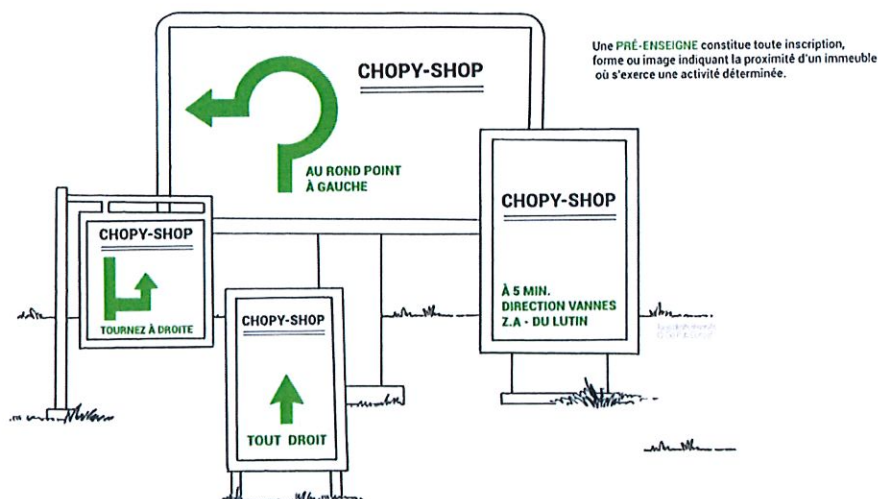


Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

L'immeuble doit ici être entendu au sens du Code Civil, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « relatif à une activité » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public. Il est précisé que le RLP ne régit pas le contenu des enseignes.

Constitue **une préenseigne**¹³ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

¹² Article L581-3 alinéa 2 du code de l'environnement

¹³ Article L581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

c) La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif mentionnée dans les articles du code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹⁴ ou non¹⁵ apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

L'article R581-42 du code de l'environnement n'autorisant l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction, conformément à l'« Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités », les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires et dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

d) La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route »¹⁶. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde »¹⁷.

Ses limites sont fixées normalement par arrêté du Maire¹⁸ et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité¹⁹.

La notion d'agglomération est donc définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

Aux termes de l'article L581-7 du code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière²⁰, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places²¹. Elle peut aussi être autorisée par le RLPi à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes, étant soumises aux mêmes règles que la publicité, sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des **préenseignes dites dérogatoires** :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, ...) ;

¹⁴ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

¹⁵ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

¹⁶ Article L581-7 du code de l'environnement

¹⁷ Article R110-2 du code de la route

¹⁸ Article R.411-2 du code de la route

¹⁹ Article R581-78 alinéa 2 du code de l'environnement

²⁰ Article R110-2 du code de la route

²¹ Article L581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

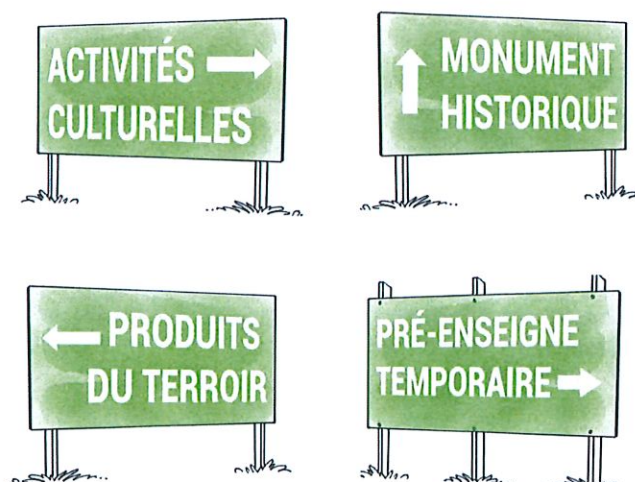
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Le RLPi n'est pas habilité à règlementer les préenseignes dérogatoires.

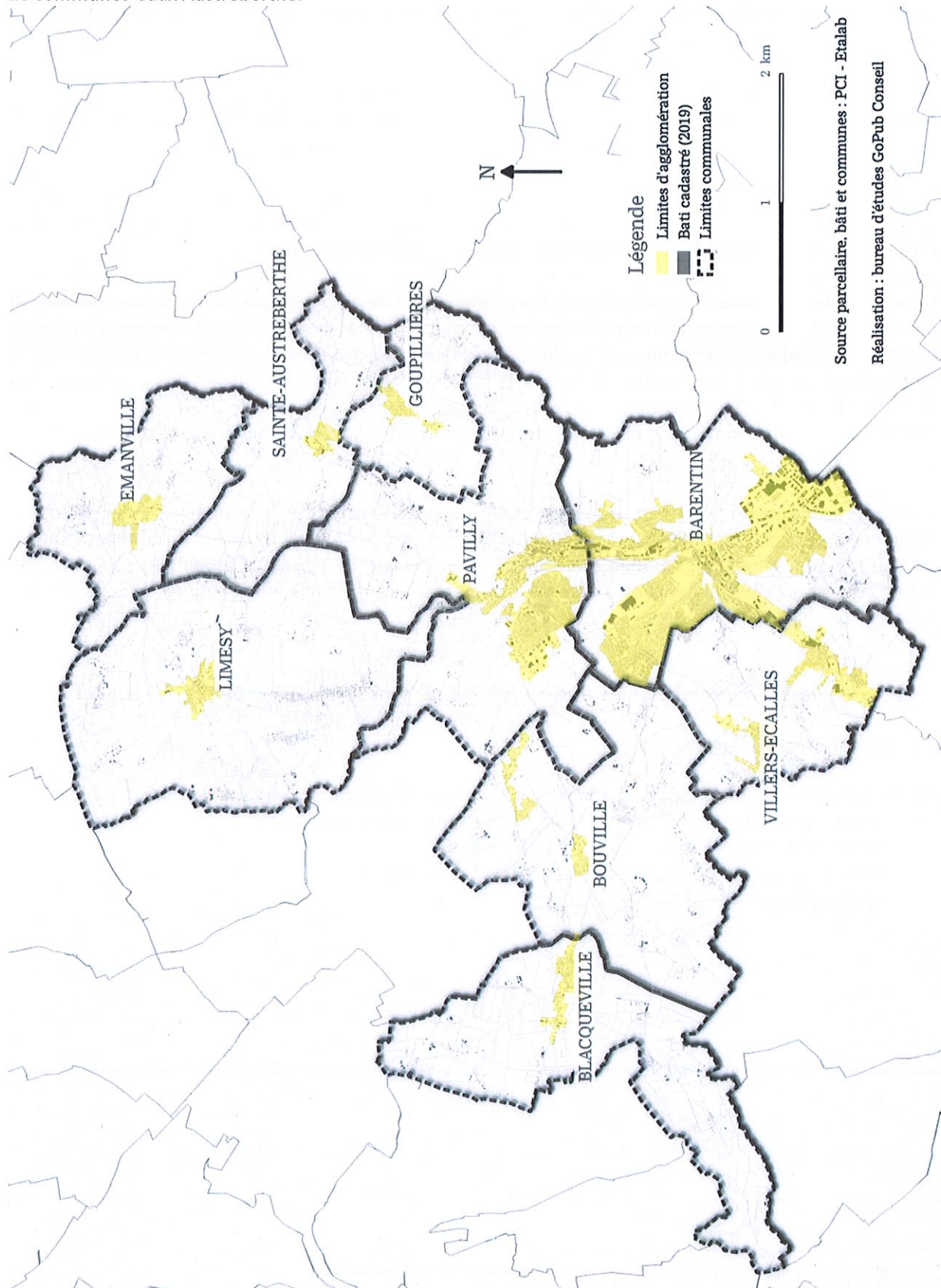
Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route ou encore des Relais Information Service (RIS).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques ouverts à la visite	Préenseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositifs par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations < à 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine > à 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place d'une Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.



Les agglomérations du territoire intercommunal de la Caux Austreberthe se déterminent commune par commune conformément à la réglementation nationale. On note que seule l'agglomération de Barentin compte plus de 10 000 habitants. La carte ci-dessous présente les secteurs agglomérés de la communauté de communes Caux Austreberthe.



e) La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine ne correspond pas à une collectivité juridique particulière telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine.

Elle repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit ainsi l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Les neuf communes de la communauté de communes Caux Austreberthe font soit partie de l'unité urbaine de Barentin (Barentin, Pavilly, Villers-Écalles)²², soit sont considérées comme des communes rurales isolées (Blacqueville, Bouville, Émanville, Goupillières, Limésy et Sainte-Austreberthe).

Le fait pour les communes composant cette intercommunalité de ne pas appartenir à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ni de compter d'agglomération communale de plus de 10 000 habitants (exception faite de Barentin) a pour conséquence de durcir considérablement les règles nationales issues du code de l'environnement. Ainsi donc, au sein de toutes les agglomérations de la communauté de communes Caux Austreberthe (sauf celle de Barentin qui compte plus de 10 000 habitants), de nombreux supports sont strictement interdits comme les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ou encore les publicités numériques.

En outre, aucune commune de l'intercommunalité n'étant incluse dans une unité urbaine de plus de 800 000 habitants, « les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes »²³.

2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

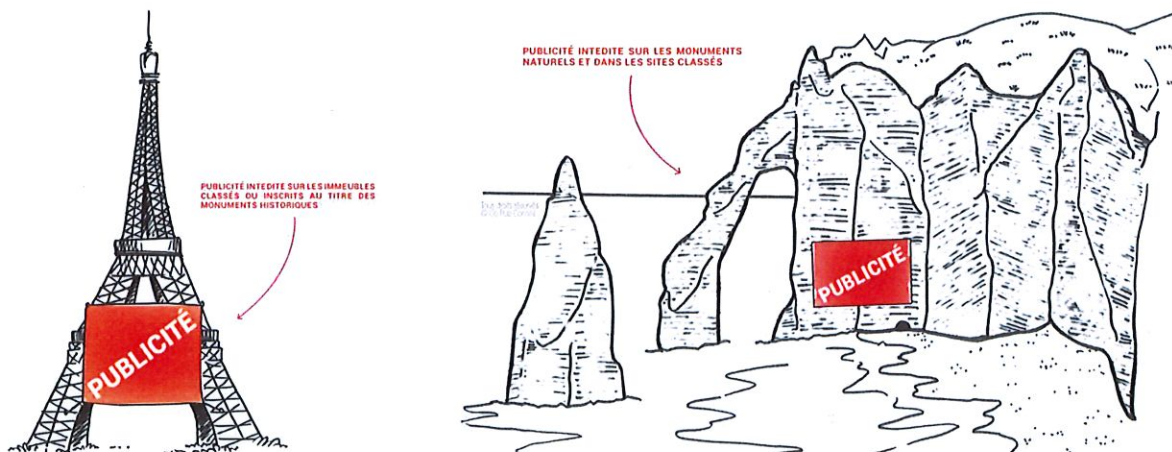
a) Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L581-4 du code de l'environnement, toute publicité est interdite :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.

²² 20 185 habitants selon les données INSEE de population légale millésimée 2017

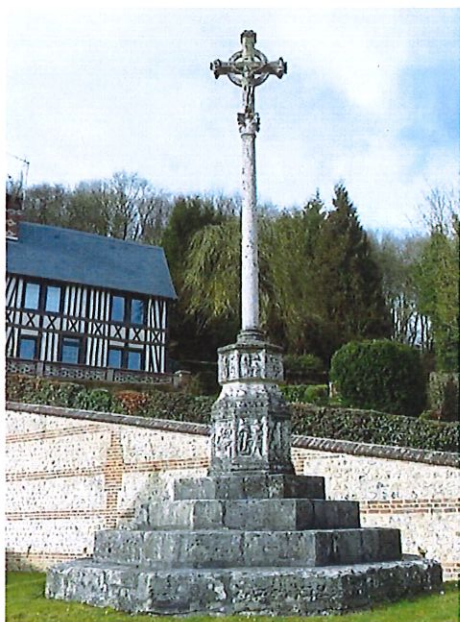
²³ Article R581-35 du code de l'environnement



Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporé au classement de protection.

En l'espèce la communauté de communes Caux Austreberthe est concernée par l'interdiction de publicité absolue :

- sur la croix du cimetière de Sainte-Austreberthe (classée le 21 mars 1910 – photo n°1),
- sur la chapelle Sainte-Austreberthe à Pavilly (inscrite le 26 mars 1994 – photo n°2),
- sur le château d'Esneval à Pavilly (classé le 2 mars 1970 – photo n°3),
- sur le calvaire dit la Croix de Pierre à Bouville (classé le 16 août 1976 – photo n°4),
- sur le presbytère de Barentin (inscrit le 22 mai 1964 – photo n°5),
- sur l'église de Bouville (inscrite le 28 mars 1939 – photo n°6),
- dans le site classé du Château d'Esneval et son parc à Pavilly (classés en deux fois les 20 décembre 1972 et 25 juillet 1974 – photo n°3).





Photographies des monuments historiques et du site classé engendrant les interdictions absolues de publicité sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe

Par ailleurs, la partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions²⁴.

Ainsi, la publicité est également interdite :

- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;

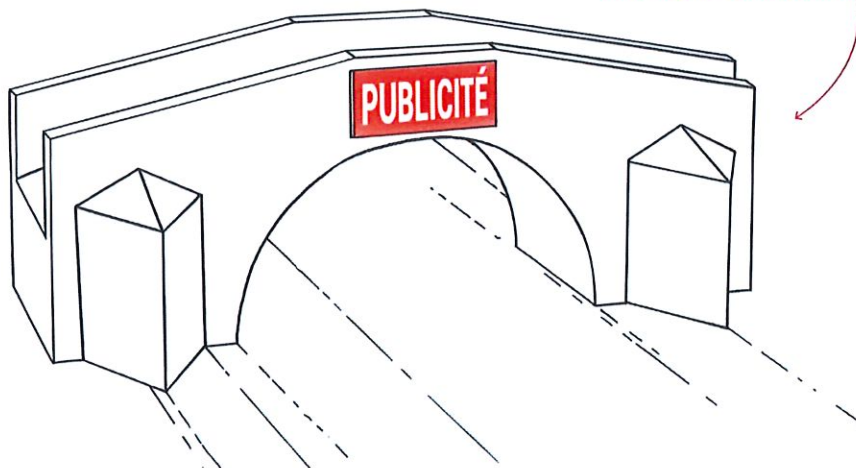
²⁴ Article R581-22 du code de l'environnement



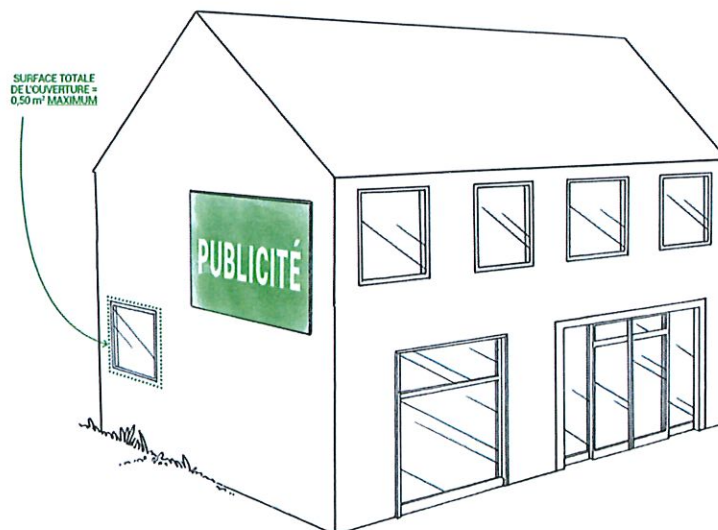
PUBLICITÉ INTERDITE SUR LES INSTALLATIONS D'ÉCLAIRAGE PUBLIC, LES PÔTEAUX DE TRANSPORT ET DE DISTRIBUTION D'ÉLECTRICITÉ ET LES PÔTEAUX DE TÉLÉCOMMUNICATION



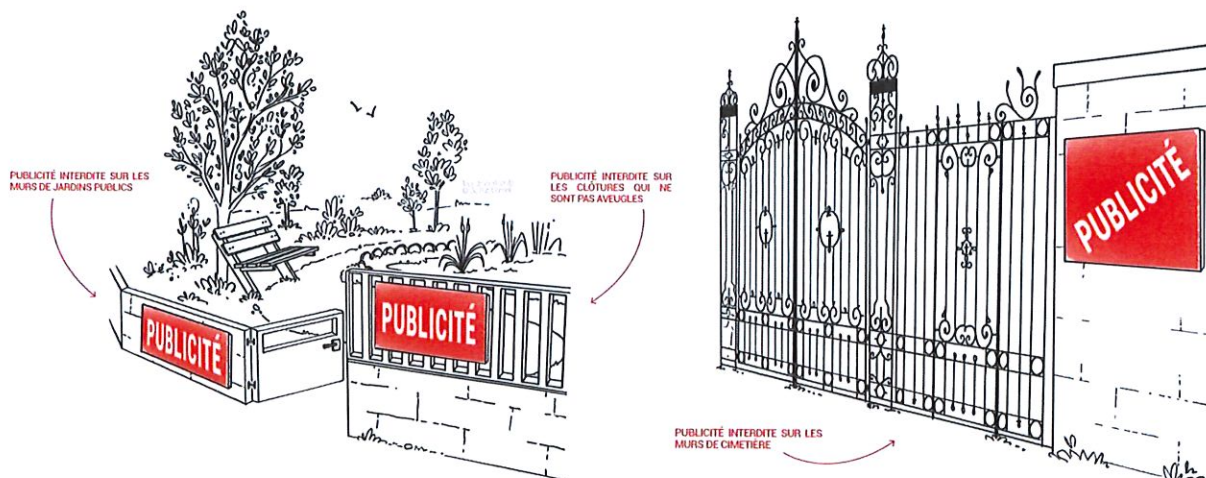
PUBLICITÉ INTERDITE SUR LES ÉQUIPEMENTS PUBLICS RELATIFS À LA CIRCULATION



- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à $0,50 \text{ m}^2$;



- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.



b) Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLPI²⁵.

Ces interdictions relatives concernent :

- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L631-1 du même Code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L581-4 du code de l'environnement ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L414-1 du code de l'environnement.

Le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci »²⁶.

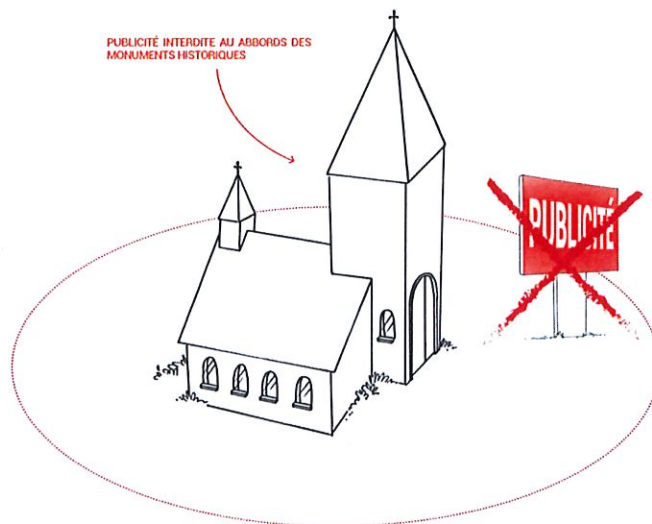
« La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé »²⁷.

En l'espèce, cette protection s'applique à la liste de monuments classés et inscrits énumérés ci-avant.

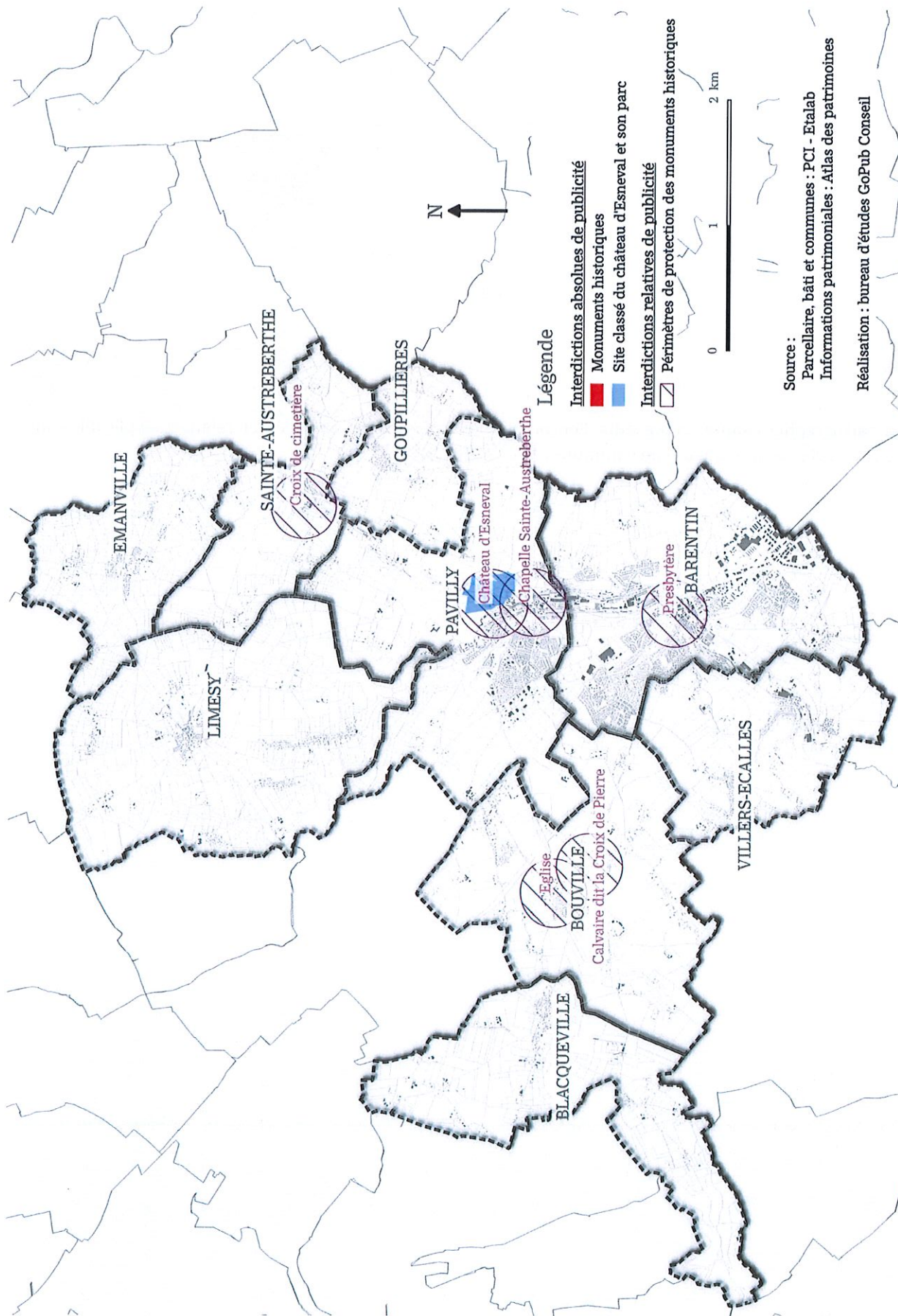
²⁵ Article L581-8 du code de l'environnement

²⁶ Article L621-30 du Code du Patrimoine

²⁷ Article L621-30 du Code du Patrimoine



La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe.



Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe

3. Règles applicables au territoire intercommunal

Les règles qui s'appliquent sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe varient d'une commune à l'autre en fonction du nombre d'habitants des différentes agglomérations et de l'appartenance, ou non, à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

En l'espèce, la commune de Barentin compte 12 034 habitants²⁸ et dispose de la seule agglomération regroupant plus de 10 000 habitants. A contrario, les huit autres communes de l'intercommunalité comptent moins de 10 000 habitants (elles ne peuvent donc abriter d'agglomérations supérieures à ce seuil) et ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

A ce titre, en l'absence de dispositions locales, c'est le régime national des agglomérations de moins de 10 000 habitants qui s'applique sur la totalité du territoire intercommunal, à l'exception notable de Barentin où s'applique les règles opposables aux agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Il convient de rappeler qu'à ce jour, seule la commune de Barentin dispose d'un Règlement Local de Publicité adopté le 13 décembre 1985.

Dit de « première génération » puisque mis en place sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982²⁹, ce RLP aurait dû devenir caduc en juillet 2020 conformément à la réforme de la loi dite « Grenelle II »³⁰. Cependant, la loi « *vie locale et proximité* »³¹ ayant allongé de deux ans le délai de caducité des RLP dit de « première génération » lorsqu'un RLPi est en cours d'élaboration³², le RLP actuellement en vigueur sur la commune de Barentin ne sera caduc qu'en juillet 2022.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* »³³.

Le tableau ci-dessous synthétise les caractéristiques principales du règlement actuellement en vigueur à Barentin qui divisait le territoire en trois zones distinctes :

- un secteur de protection renforcée dit « secteur A » ;
- un secteur protégé dit « secteur B » ;
- un secteur de protection limitée dit « secteur C ».

Dans ce tableau figure en rouge, les dispositions incompatibles avec la réglementation nationale applicable aujourd'hui.

²⁸ Données INSEE de population légale millésimée 2017

²⁹ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes

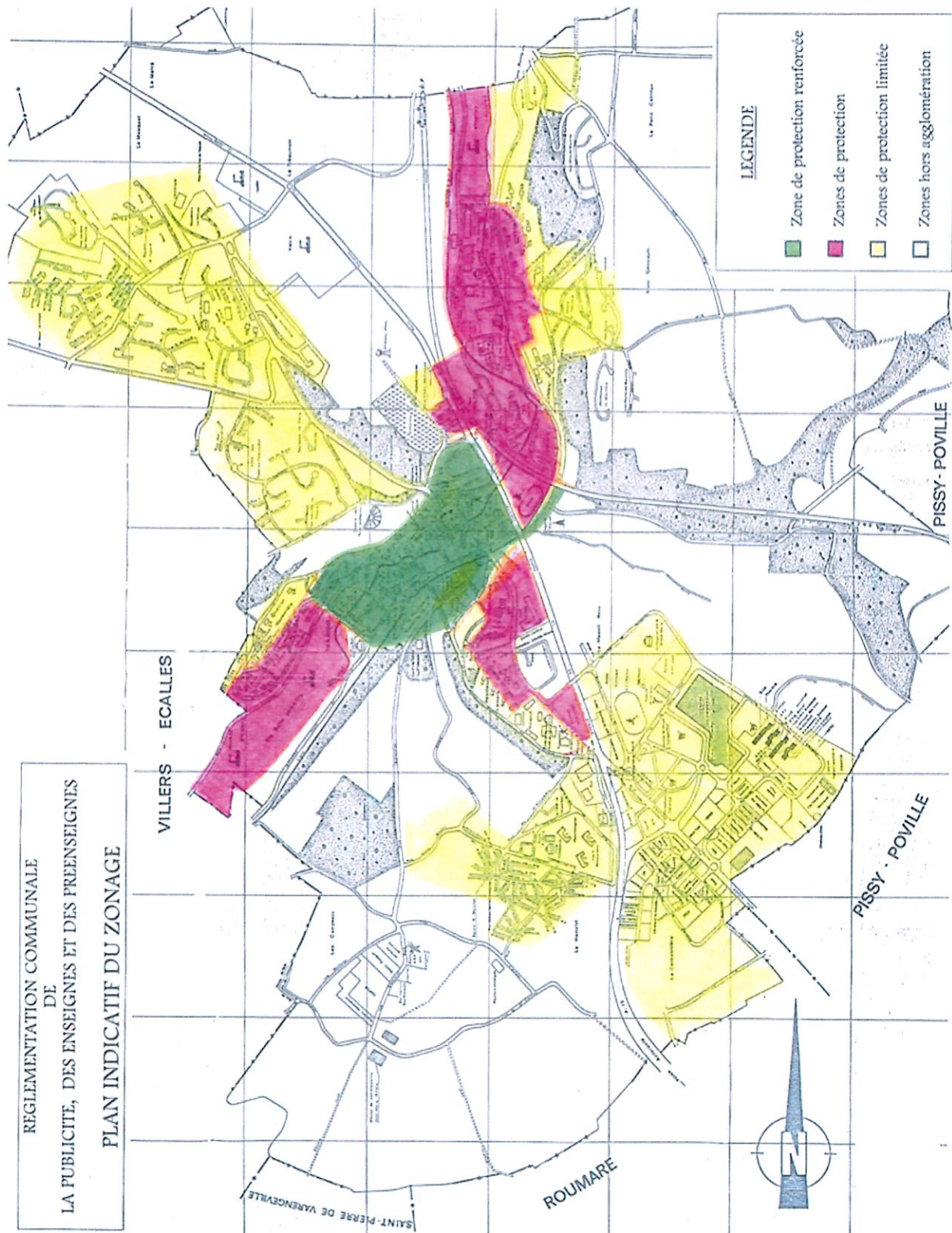
³⁰ Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement

³¹ Articles 22 et 23 de la loi n°2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique

³² Article L581-14-3 du code de l'environnement

³³ Article L581-14 du code de l'environnement

	Secteur A : secteur de protection renforcée	Secteur B : secteur protégé	Secteur C : secteur de protection limitée
Publicité sur un mur ou une clôture	Interdite	Surface ≤ 4 m ²	Surface ≤ 12 m ² Distance minimale de 80 m entre chaque panneau
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Interdite	Interdite	
Publicité sur les palissades de chantier	Surface ≤ 12 m ²		
Publicité supportée par le mobilier urbain	Règles nationales issues du code de l'environnement		
Préenseignes	Uniquement exceptionnelles et provisoires liées à des services publics ou d'urgence ou à des manifestations particulières	Règles nationales issues du code de l'environnement dans la limite des règles locales applicables aux publicités	
Publicité lumineuse	Interdite	Règles de la publicité non lumineuse	Aucune règle
Densité publicitaire	Superposition et jumelage des panneaux interdits		
Enseigne perpendiculaire	Saillie ≤ 0,80 m Nombre ≤ 2 m par commerce	Saillie ≤ 0,80 m ou ≤ 1 m si la largeur des voies le permet Nombre ≤ 2 m par commerce	
Enseigne lumineuse	Chenilles lumineuses interdites Clignotements autorisés si compatibles avec l'environnement	Aucune règle	



Plan de zonage du RLP en vigueur à Barentin

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

a) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité ;
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L581-4 et L581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP ;
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L 581-8 ;
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

b) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

5. Compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLPi	Présence d'un RLPi
Compétence d'instruction	Préfet	Maire de chaque commune
Compétence de police	Préfet	Maire de chaque commune

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLPi	Présence d'un RLPi
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

6. Délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous³⁴ :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction au RLPi
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité

³⁴ Articles L581-43 et R581-88 du code de l'environnement

Enjeux liés au parc local de publicité extérieure

Un inventaire exhaustif des publicités et préenseignes (partiel en ce qui concerne la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain) ainsi qu'un recensement partiel des enseignes (échantillonnage qualitatif des zones à enjeux en particulier) situées sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe a été effectué en avril 2019. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité intercommunal a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire intercommunal.

1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

a) Généralités

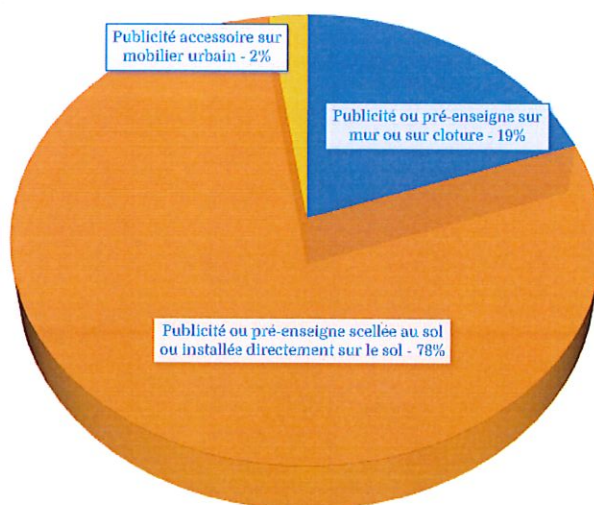
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. En outre, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires.

C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le code de l'environnement précise que « toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer. »³⁵ Par ailleurs, « les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent »³⁶.

262 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe. Elles représentent au total près de 1 480 m² de surface d'affichage.

Le graphique ci-dessous illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de la communauté de communes en fonction de leur type.



³⁵ Article L581-5 du code de l'environnement

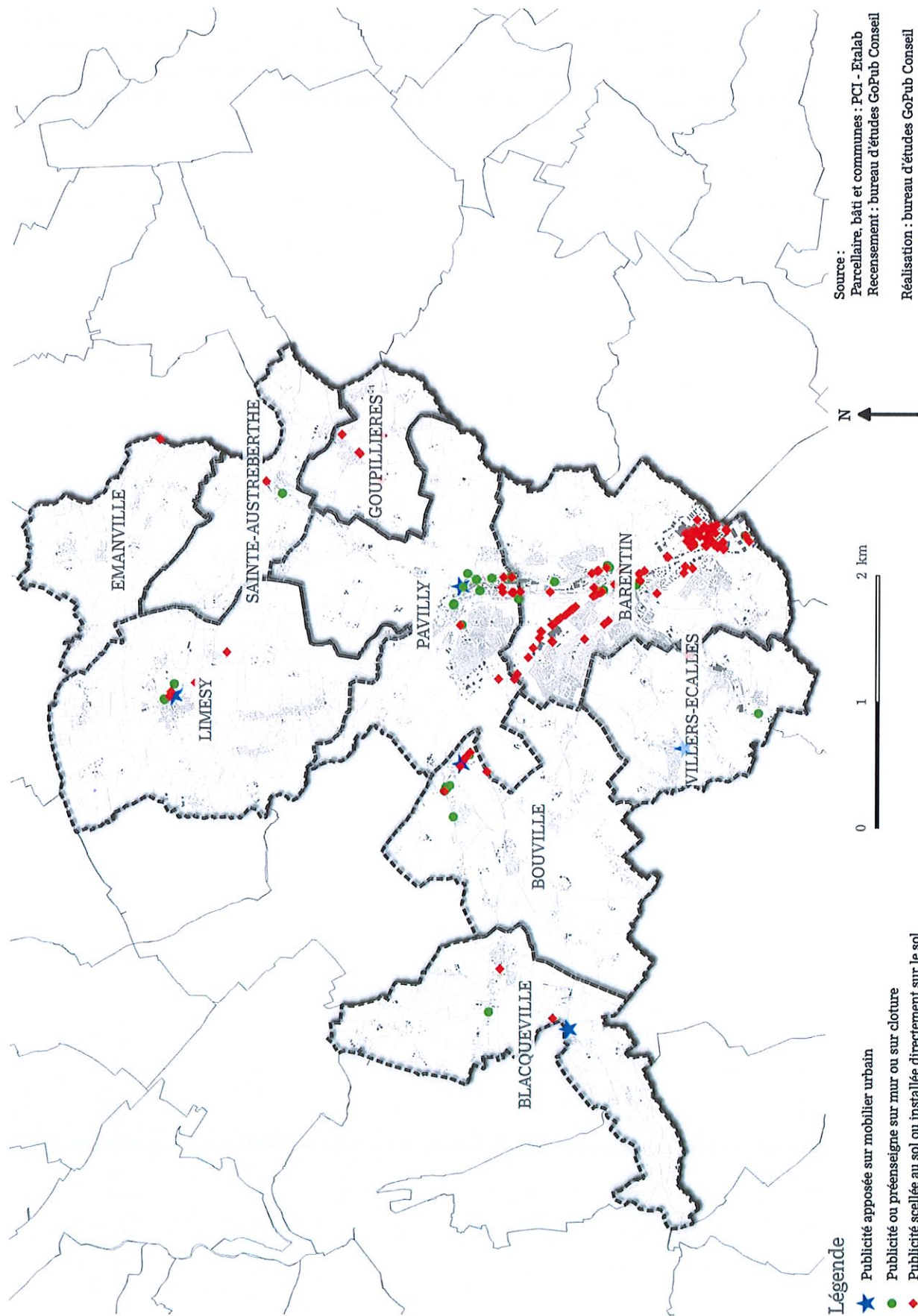
³⁶ Article R581-24 du code de l'environnement

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (78% des dispositifs intercommunaux). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (19%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage³⁷. On compte également de rares dispositifs de mobilier urbain affichant de la publicité à titre accessoire.

En termes de localisation spatiale, on constate :

- une pression publicitaire forte sur l'axe Barentin / Pavilly aux abords des zones d'activités économiques et des axes routiers (RD 6015 et 142) ;
- quelques dispositifs à Bouville autour de la RD 6015 et à Limésy dans le bourg ;
- ailleurs le fait publicitaire est très peu présent.

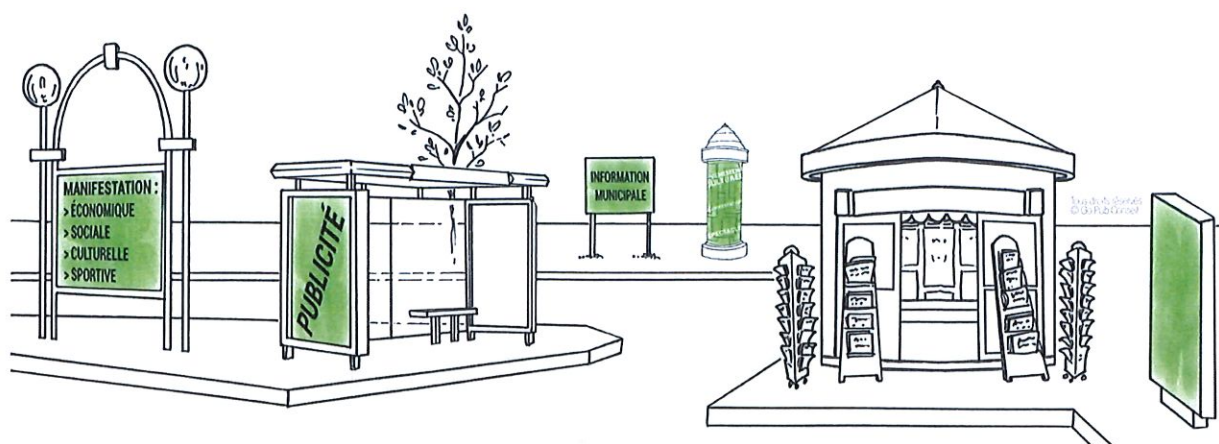
³⁷ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul des formats des publicités



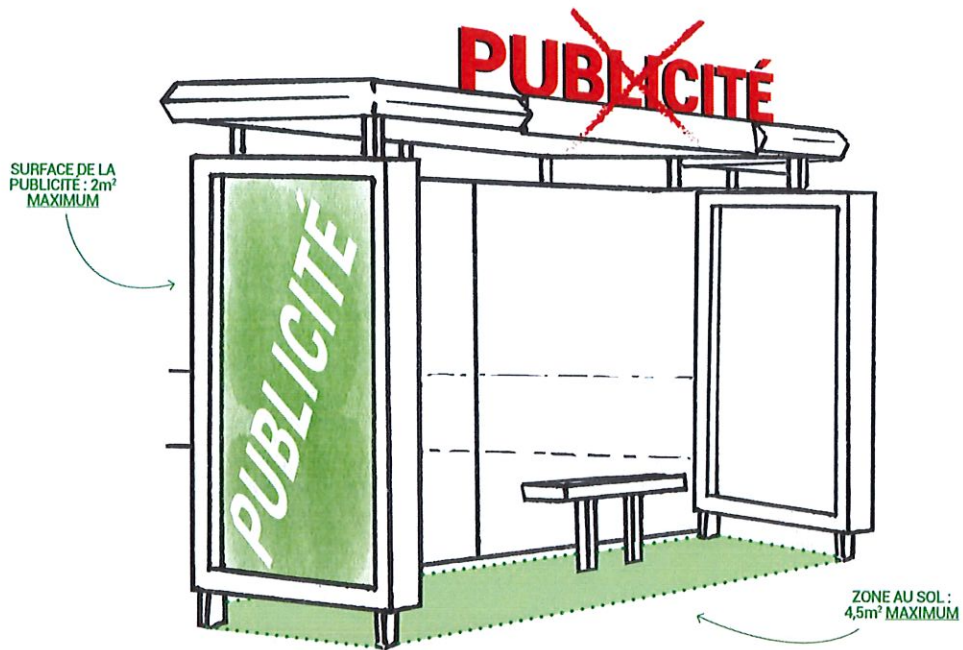
Localisation des publicités et préenseignes sur la communauté de communes Caux Austreberthe

b) Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité :



Type	Règles applicables
Abris destinés au public <i>(illustration n°1 ci-dessous)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public <i>(illustration n°2 ci-dessous)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Colonnes porte-affiches <i>(illustration n°3 ci-dessous)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mâts porte-affiches <i>(illustration n°3 ci-dessous)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives - Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques <i>(illustration n°4 ci-dessous)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; - Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : <ul style="list-style-type: none"> • Interdit si les affiches qu'il supporte 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 ; • Ne peut ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m^2 (8 m^2 si numérique) ; • Ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



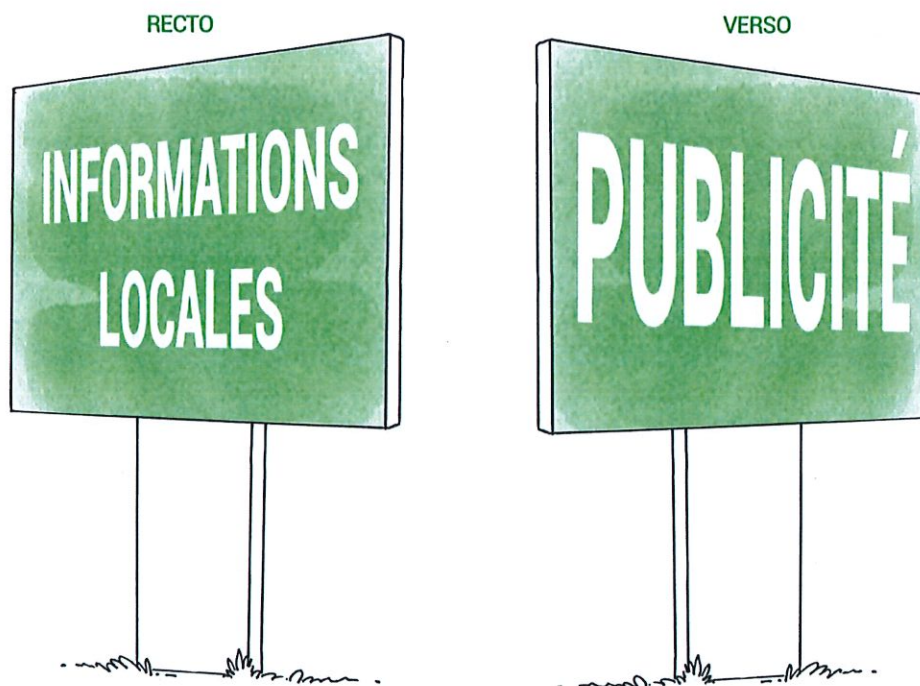
Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public



Possibilités publicitaires sur un kiosques à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public



Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches



Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

Le mobilier urbain peut donc, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique (uniquement à Barentin dont l'agglomération compte plus de 10 000 habitants, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants la publicité numérique est interdite).

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les parcs naturels régionaux ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols ;
- si les affiches qu'il supporte 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.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories mais seulement deux sont présentes sur le territoire intercommunal de la Caux Austreberthe, à savoir :

- des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m² ;
- des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* ».



Publicité supportée par un abri destiné au public à Blacqueville (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales à Bouville (photo de droite)

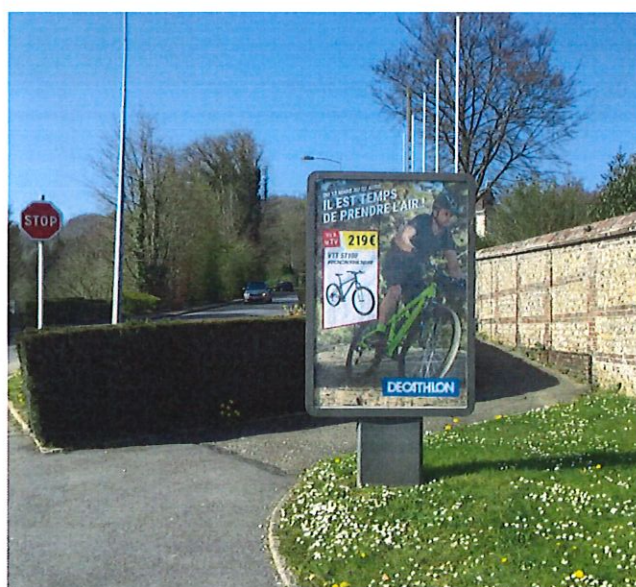
Les publicités supportées par les mobiliers urbains sont toutes de petit format (2 m²). Aucune publicité ne s'élève au-dessus de ce seuil et seuls les panneaux d'affichage administratif local présents en cœur de chacune des villes membres de l'intercommunalité sont plus grands (3 m²) mais ils ne sont pas concernés par la réglementation de la publicité extérieure.



Panneaux d'affichage administratif et local à Sainte-Austreberthe (cliché de gauche) et à Émanville (cliché de droite)

On ne recense par ailleurs aucun dispositif numérique relevant du mobilier urbain. Pour rappel, lorsque ces dispositifs ne diffusent que de l'information générale ou locale ou des œuvres artistiques, ils ne sont pas soumis à la réglementation de la publicité extérieure.

Par ailleurs, un seul dispositif existant (une « sucette ») semble être non conforme au code de l'environnement puisqu'il est situé dans le périmètre d'un site classé (cf. photo ci-dessous).



Publicité apposée sur mobilier d'informations locales située dans le site classé du Château d'Esneval et son parc à Pavilly

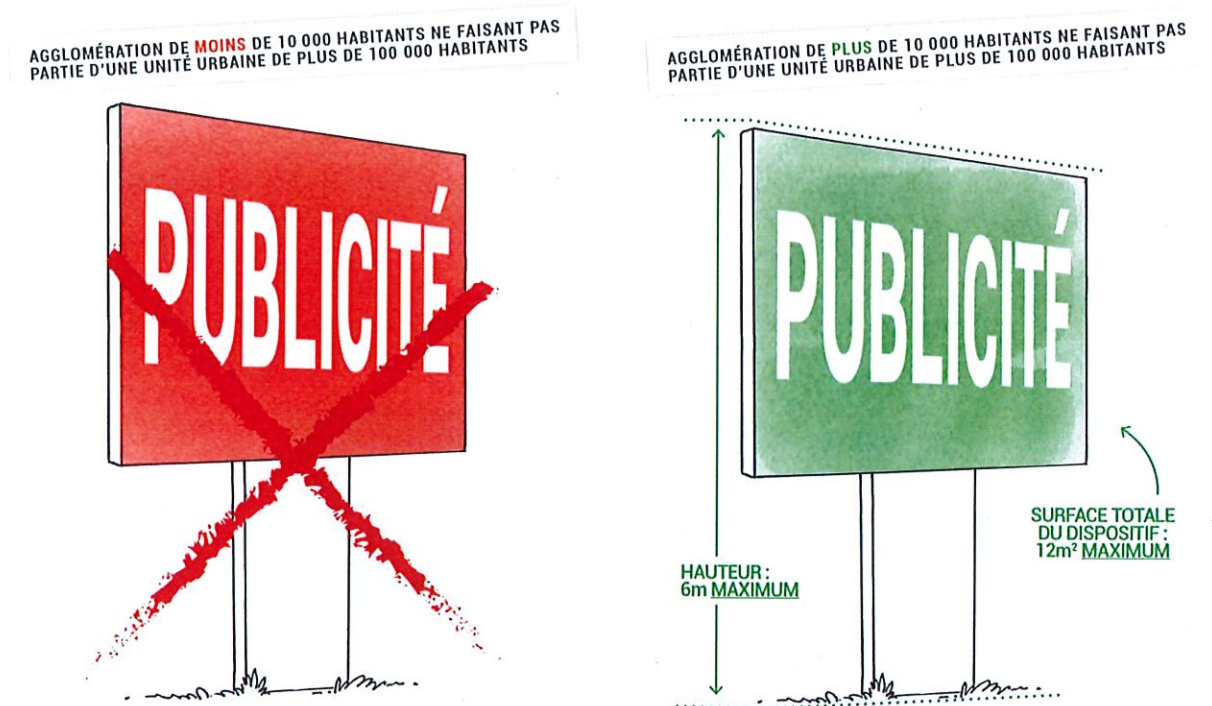
Finalement malgré le fait que le format de ces publicités soit généralement moins impactant pour les paysages, ce type de dispositifs accessoires occupe une place moindre dans le paysage urbain en termes de nombre (2% du total des publicités) mais aussi de surface (car de faible format).

Néanmoins compte tenu des restrictions nationales légales en terme de publicité sur huit des neuf communes de la Caux Austreberthe (communes ne disposant d'agglomération de plus de 10 000 habitants ni incluses dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants), la place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire intercommunal devra être posée de manière spécifique dans la future réglementation locale sachant qu'il pourrait constituer un outil de communication non négligeable pour les collectivités.

Enfin le caractère éventuellement numérique de ces dispositifs ne se posera que pour la commune de Barentin qui, forte d'une agglomération de plus de 10 000 habitants, est la seule habilitée à en disposer si elle l'autorise dans le cadre du RLPi.

c) Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite quel que soit son format dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. C'est le cas pour l'ensemble des communes de la communauté de communes Caux Austreberthe à l'exception de Barentin.



De ce fait l'ensemble des dispositifs de ce type recensés à Blacqueville, Bouville, Émanville, Goupillières, Limésy, Pavilly, Sainte-Austreberthe et Villers-Écalles sont non conformes.



Publicités et préenseigne non conformes aux règles nationales car scellées au sol à Limésy (photo de gauche) et Goupillières (photo de droite)

Pour ces communes, le seul cas où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est autorisée est celui des préenseignes dérogatoires³⁸.

En ce qui concerne la commune de Barentin qui elle dispose d'une agglomération comprenant plus de 10 000 habitants, le code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres.

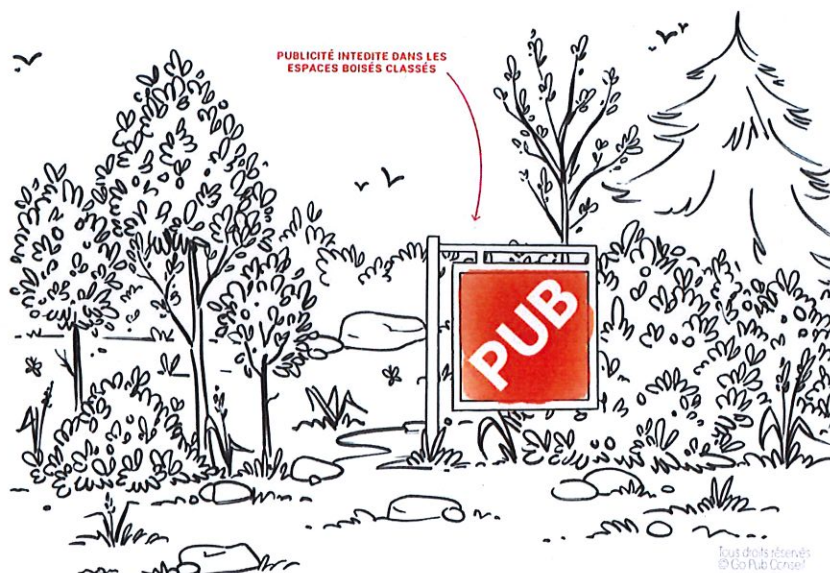


Publicités et préenseigne scellées au sol localisées à Barentin

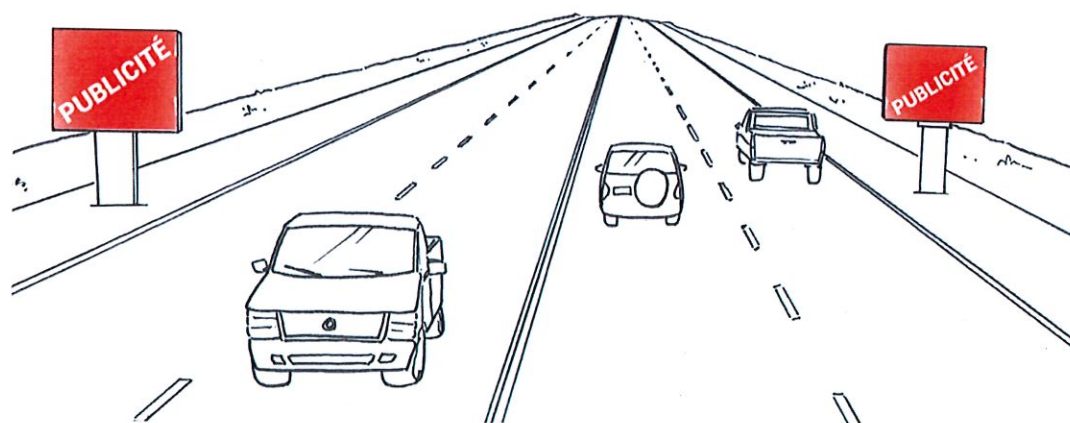
³⁸ Article R581-66 et R581-67 du code de l'environnement

Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

- dans les espaces boisés classés³⁹,
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur un Plan d'Occupation des Sols (POS).

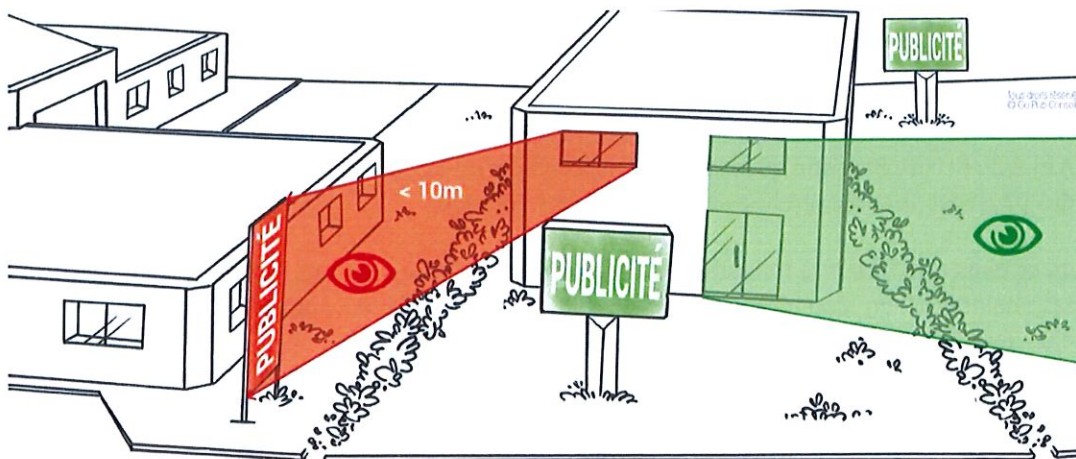


En outre les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

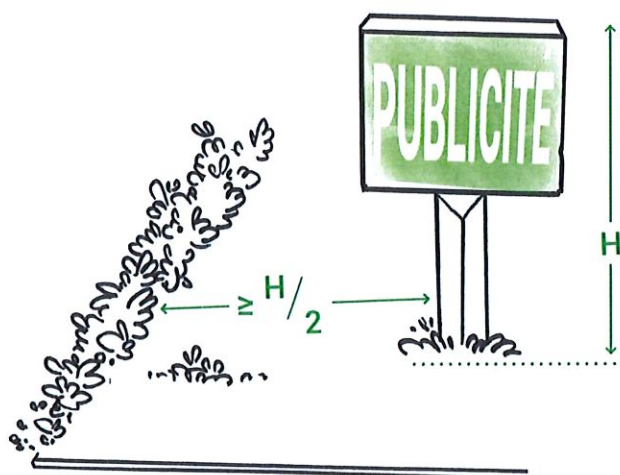


De plus, un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

³⁹ Article L113-1 du code de l'urbanisme



Enfin l'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



A Barentin, seule commune de l'intercommunalité pouvant accueillir des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol dans son agglomération, on remarque qu'une soixantaine de dispositifs excèdent la « surface hors tout » (surface du dispositif encadrement compris) de 12 m², format maximum autorisé par le code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II » et rappelé par la ministre de la transition écologique et solidaire⁴⁰.

En conséquence, plus du tiers des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol peut donc être qualifié de grand format (surface supérieure ou égale à 12 m²) auxquels s'ajoutent 32 dispositifs (18% du total) dont la surface est comprise entre 4 et 8 m² et 83 dispositifs (47%) dont la surface est inférieure à 4 m². Il faut néanmoins noter que 29% des publicités scellées au sol n'excèdent pas 2 m² (soit 51 dispositifs).

Ainsi sur le territoire intercommunal, les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont principalement leur implantation (interdiction de ce type de dispositifs hors agglomération de Barentin⁴¹, recul minimal par rapport aux limites séparatives de propriété non respecté⁴²), leurs dimensions importantes (surface, hauteur au sol) et leur densité ayant un impact paysager non négligeable compte tenu de la fermeture visuelle qu'ils sont susceptibles de causer.

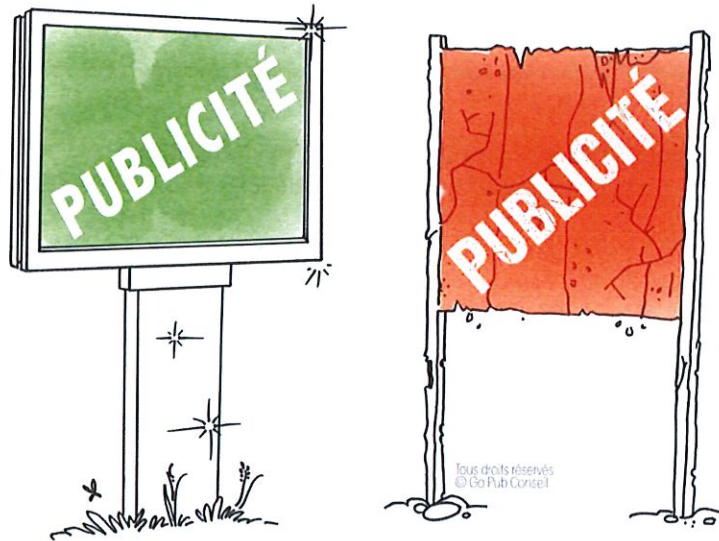
⁴⁰ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

⁴¹ Article R581-31 du code de l'environnement

⁴² Article R581-33 du code de l'environnement

Le RLPi pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants. Il pourra également préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme dans les secteurs à vocation résidentielle en particulier pavillonnaire mais aussi les secteurs A et B du RLP de Barentin qui excluaient déjà ce type de dispositif. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Par ailleurs et dans une moindre mesure, lors de l'inventaire, il a également été relevé quelques supports n'étant pas maintenus en bon état d'entretien (affichage décollé du support)⁴³ ou installés sur des équipements liés à l'électricité, les télécommunications ou la circulation⁴⁴.



Quoiqu'il en soit, cette identification des dispositifs publicitaires posant des problèmes règlementaires et paysagers pourrait permettre une action de mise en conformité de ces supports qui représentent tout de même un part non négligeable des dispositifs publicitaires scellés au sol existant actuellement sur le territoire intercommunal (44% du total des publicités recensées).

d) Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture

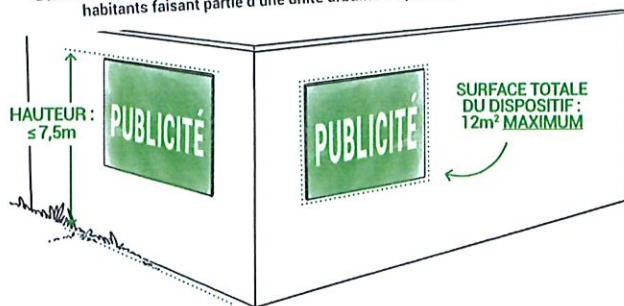
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$ à Barentin et $\leq 4 \text{ m}^2$ dans les autres communes de la Caux Austreberthe
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5$ mètres et ≤ 6 mètres dans les autres communes de l'intercommunalité.

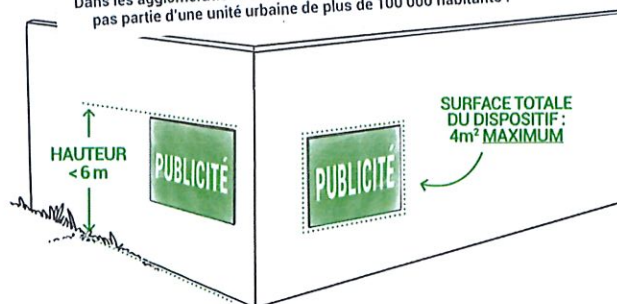
⁴³ Article R581-24 du code de l'environnement

⁴⁴ Article R581-22 du code de l'environnement

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

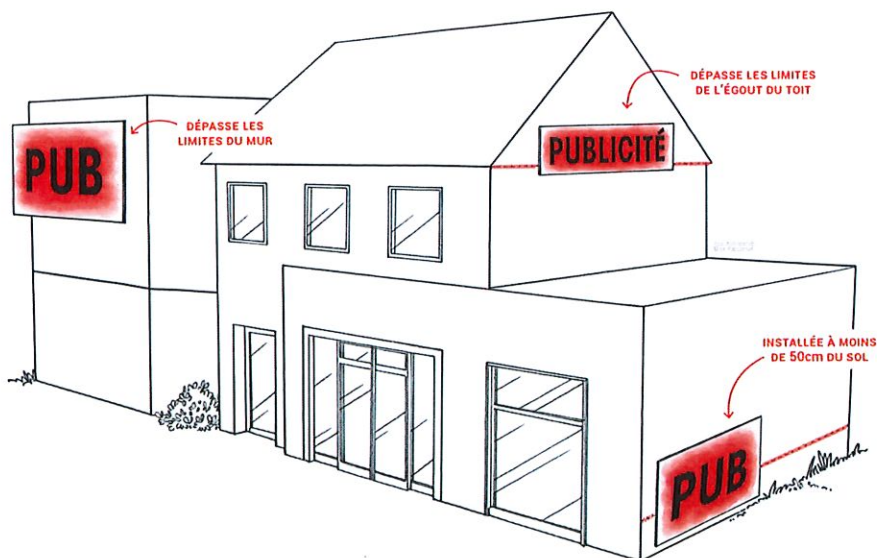


Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :



Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

- apposées à moins de 50 cm du niveau du sol ;
- dépassent les limites du mur qui la supporte ;
- dépassent les limites de l'égout du toit ;
- apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 centimètres.

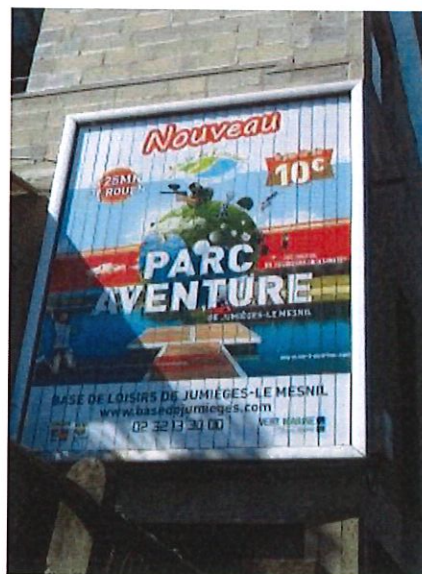
Au terme de l'inventaire réalisé sur le territoire intercommunal, les publicités apposées sur mur ou clôture ne représenteraient que 19% des dispositifs publicitaires relevés sur la Caux Austreberthe, soit 51 publicités ou préenseignes.

Il s'agit pourtant du type de dispositifs s'intégrant le mieux à l'environnement, « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »⁴⁵.

On remarque que 59% des dispositifs ont une surface inférieure à 4 m² (dispositifs de « petit » format) et 18% ont une surface comprise entre 4 et 8 m² (« moyen » format). Seuls 12 dispositifs (24% du total) dépassent 8 m² et parmi ceux-ci tous excèdent les 12 m² fixés par le code de l'environnement depuis la loi « Grenelle II ».



Publicités et préenseignes de petit format conformes au code de l'environnement (clichés respectivement pris à Villers-Écalles et Sainte-Austreberthe)



Publicités et préenseignes de moyen format conformes au code de l'environnement (clichés pris à Pavilly)

⁴⁵ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

Les publicités sur mur ou clôture sont principalement impactées par des non-conformités à la réglementation nationale liées à leur format trop important (10 dispositifs supérieurs à 12 m² inventoriés à Barentin, 7 dispositifs supérieurs à 4 m² relevés ailleurs).



Préenseigne et publicité non conformes car excédant le format maximal autorisé par le code de l'environnement (photos respectivement prises à Bouville et Barentin)

D'autres dispositifs font l'objet d'une mauvaise implantation. Ainsi, six dispositifs dépassent des limites de l'égout du toit et deux sont installés sur des clôtures ou mur non-aveugle. Ces dernières sont généralement des publicités qu'on pourrait qualifier de « sauvages » car posées sans autorisation, souvent oubliées et servant principalement de préenseignes pour guider les usagers vers une activité déterminée ou pour leur indiquer son existence.



Préenseignes non conformes aux règles nationales car dépassant les limites de l'égout du toit (photo de gauche prise à Limésy) et apposée sur clôture non aveugle (photo de droite prise à Barentin)

On relève également deux publicités prohibées car situées au sein du site classé du Château d'Esneval à Pavilly.



Publicités murales non conformes aux règles nationales car situées en site classé à Pavilly

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont globalement identiques à ceux des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol : ils concernent le format et l'implantation.

Une réflexion pourra être portée sur l'harmonisation, si possible, des règles de densité entre ces deux types de publicités pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces deux catégories de dispositifs. Un encadrement similaire en matière de surface pourra être choisi.

Enfin, cette catégorie étant pour 45% de ses dispositifs en infraction avec le code de l'environnement, la collectivité pourra utiliser ce diagnostic pour mettre en œuvre une action de mise en conformité permettant de retrouver des paysages urbains plus apaisés et qualitatifs.

e) La densité publicitaire

Outre les règles d'implantations spécifique en fonction de la typologie des publicités, le code de l'environnement pose la règle de densité suivante⁴⁶ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol :

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

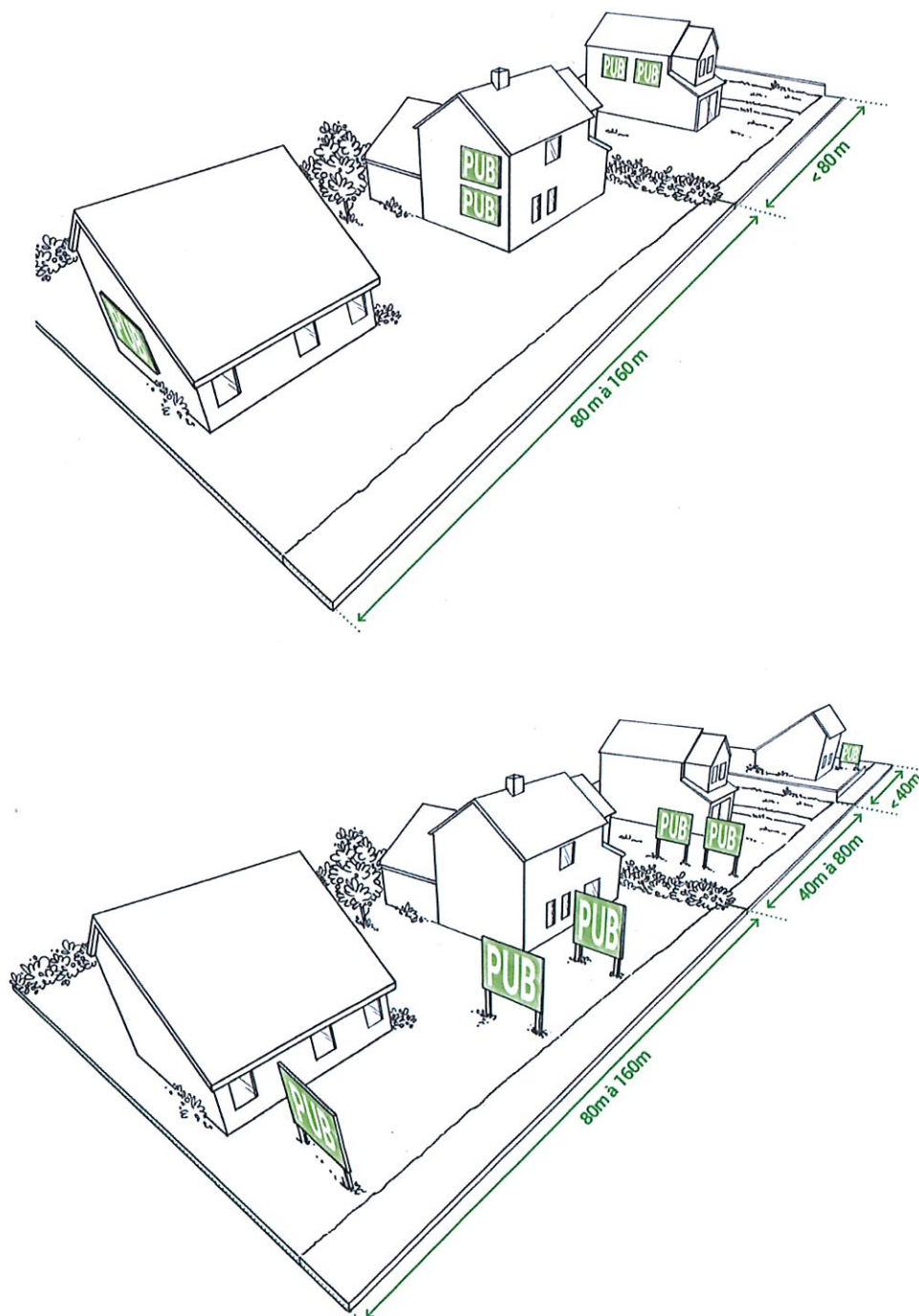
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

⁴⁶ Article R581-25 du code de l'environnement

II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.



L'actuel RLP de Barentin instituait trop de peu de règles concernant la densité publicitaire admise et il n'existe aucune réglementation locale sur les autres communes de l'intercommunalité. Il paraît donc impératif de

mettre en place une règle de densité pour faire face aux nouveaux enjeux du territoire et éviter la surenchère de dispositifs publicitaires.

f) Les bâches publicitaires

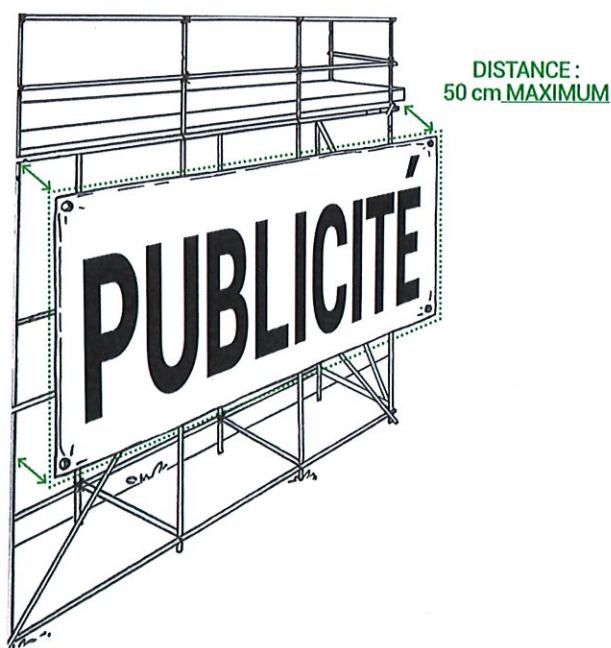
Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du code de l'environnement. Ainsi, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

On compte deux types de bâches :

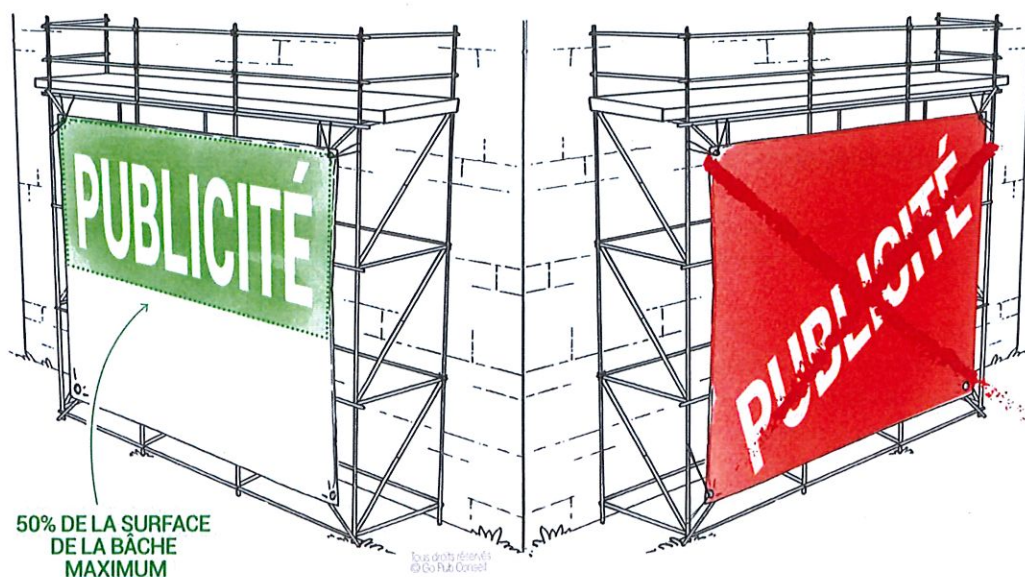
- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R418-7 du code de la route.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 centimètres par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. En outre, la durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des échafaudages pour les travaux et la surface de cet affichage ne peut excéder 50% de la surface de la bâche⁴⁷.

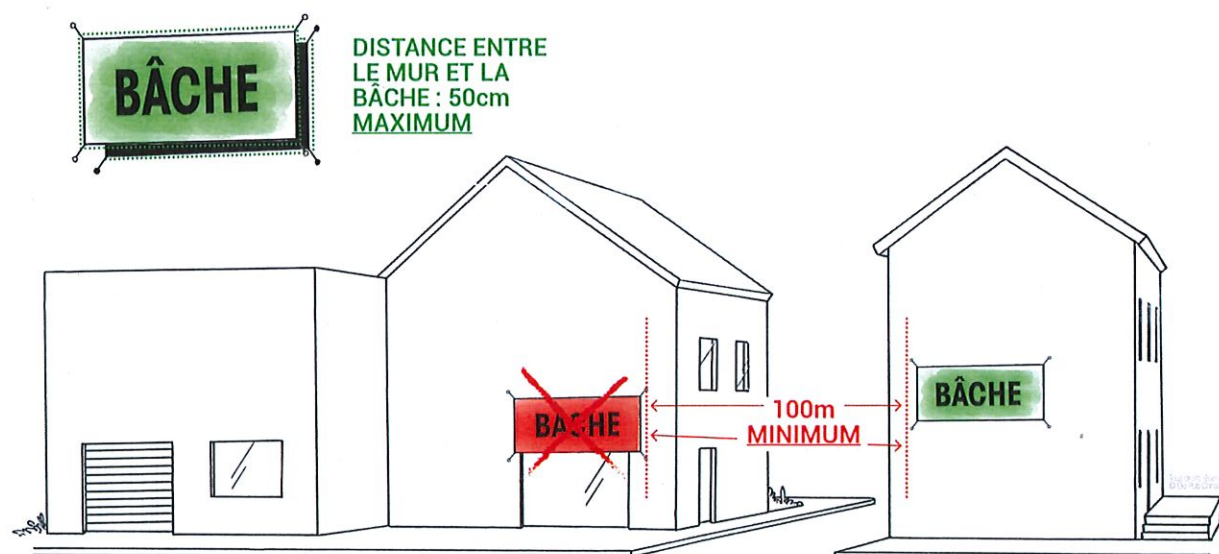


⁴⁷ L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 centimètres, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 mètres.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité apposée sur bâches notamment le fait qu'elle doit être installée à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucune bâche n'a été relevée sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe. Quoiqu'il en soit le code de l'environnement n'autorisant pas les bâches à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants⁴⁸ (soit sur tout le territoire intercommunal à l'exception de l'agglomération de Barentin), le futur RLPi pourra imposer une réglementation locale spécifique pour

⁴⁸ Article R581-53 du code de l'environnement

harmoniser le cadre applicable sur territoire et ainsi se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

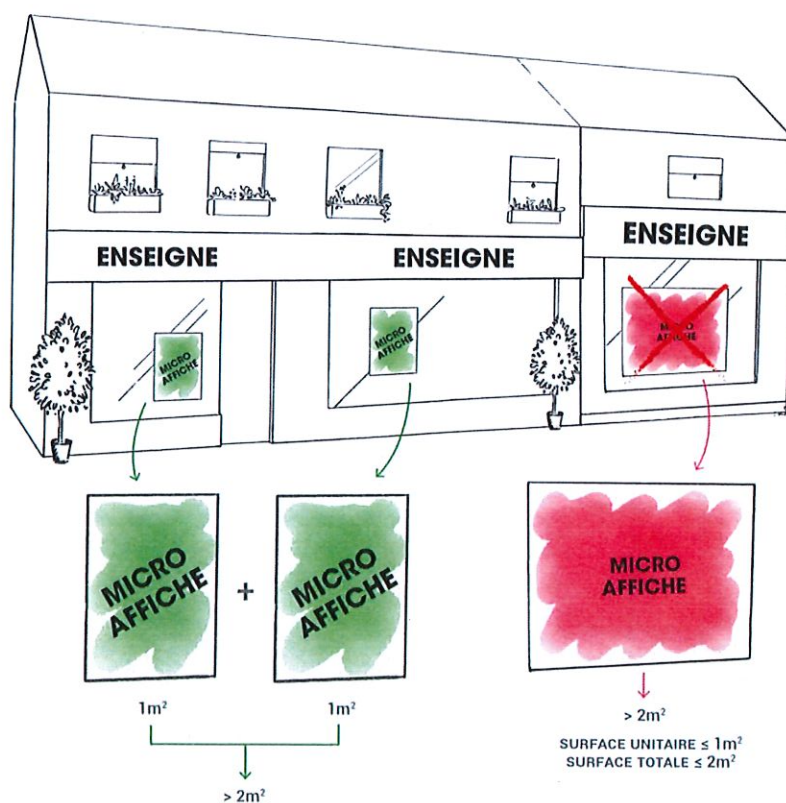
g) Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit désormais d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1 m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* »

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueille en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit pour autant d'une source de revenu pour ces activités.

Le code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Généralement on constate que plusieurs dispositifs sont installés sur une même activité. Cela a pour effet d'accroître le phénomène de saturation des façades. En effet, ces dispositifs ne sont pas comptabilisés dans le calcul de la surface cumulée des enseignes institué par le code de l'environnement.

h) Les dispositifs de dimension exceptionnelle

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R418-7 du code de la route.

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 m².

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevée sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe. Pour autant, au même titre que les bâches, le code de l'environnement n'autorisant pas de tels dispositifs à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants⁴⁹, à l'exception de la commune l'agglomération de Barentin, les autres agglomérations du territoire sont déjà préservées règlementairement des problématiques paysagères induites par ce type de publicité. Le futur RLPi pourra réfléchir à l'harmonisation de cette interdiction sur tout le territoire intercommunal.

i) Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération

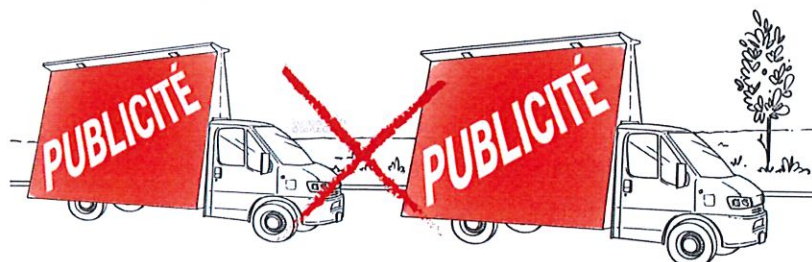
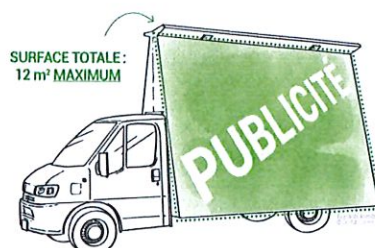
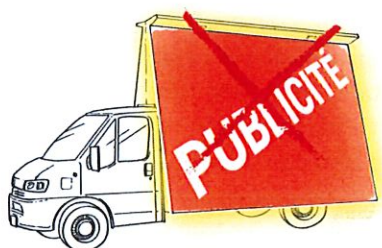
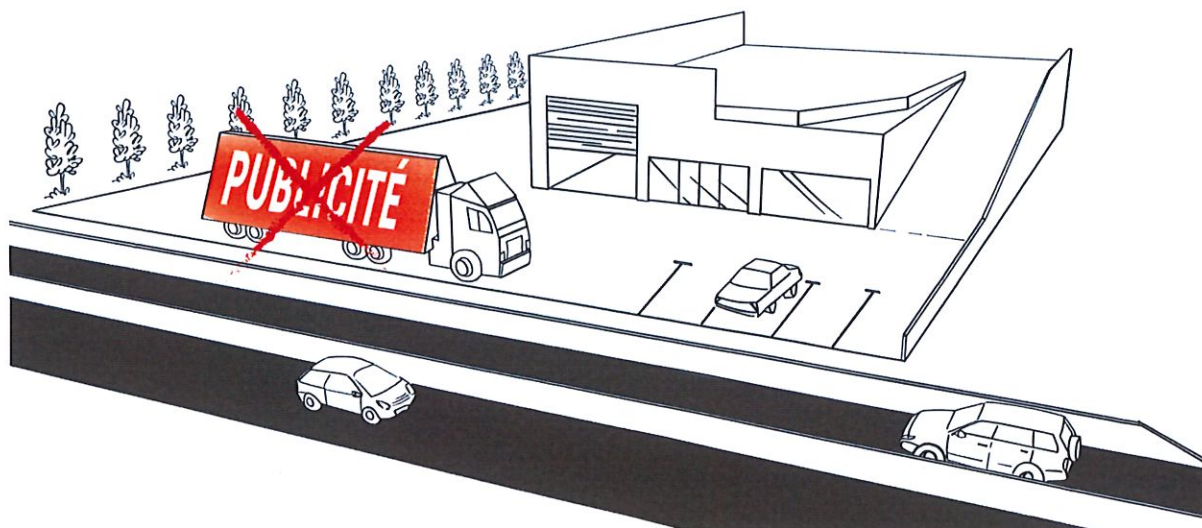
Type	Caractéristiques	
Publicité non lumineuse sur mur ou clôture	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 7,5 m	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 6 m	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
Publicité lumineuse	Surface ≤ 8 m ² Hauteur ≤ 6 m	-

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

Les publicités sur les véhicules terrestres⁵⁰ sont également règlementées par le code de l'environnement.

⁴⁹ Article R581-56 du code de l'environnement

⁵⁰ Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires



j) Les publicités et préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieure des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les

publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire nationale.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh⁵¹.



Cartographie de la pollution lumineuse en France⁵²

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue notamment par la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « patrimoine de la Nation » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « Prévention des nuisances lumineuses ».

Le code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

⁵¹ https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf

⁵² <http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>



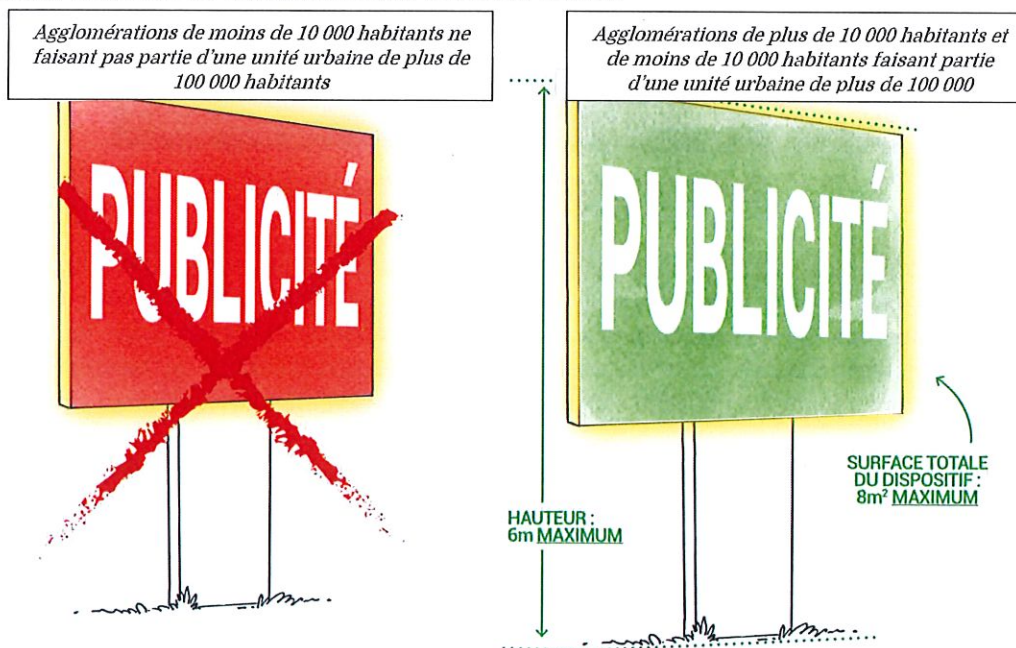
ENTRE 1H ET 6H : PUBLICITÉ ÉTEINTE

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵³.

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

La publicité numérique et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence sont une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elles sont donc soumises aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse à savoir :

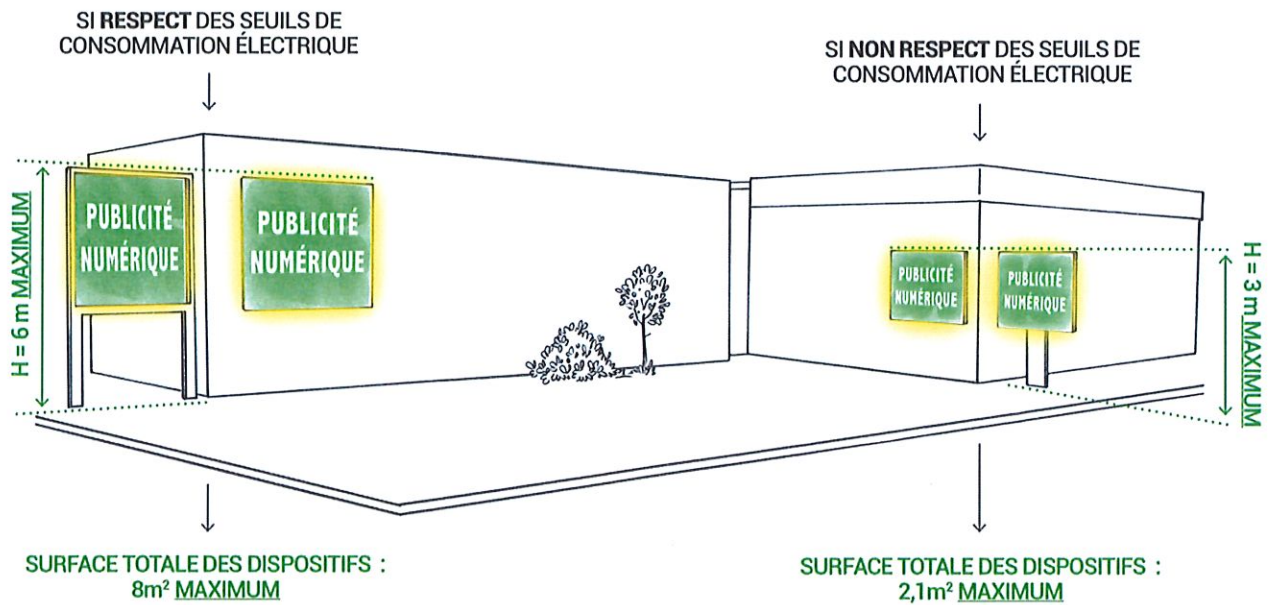
- surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres.



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel⁵⁴, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

⁵³ Arrêté ministériel non publié à ce jour

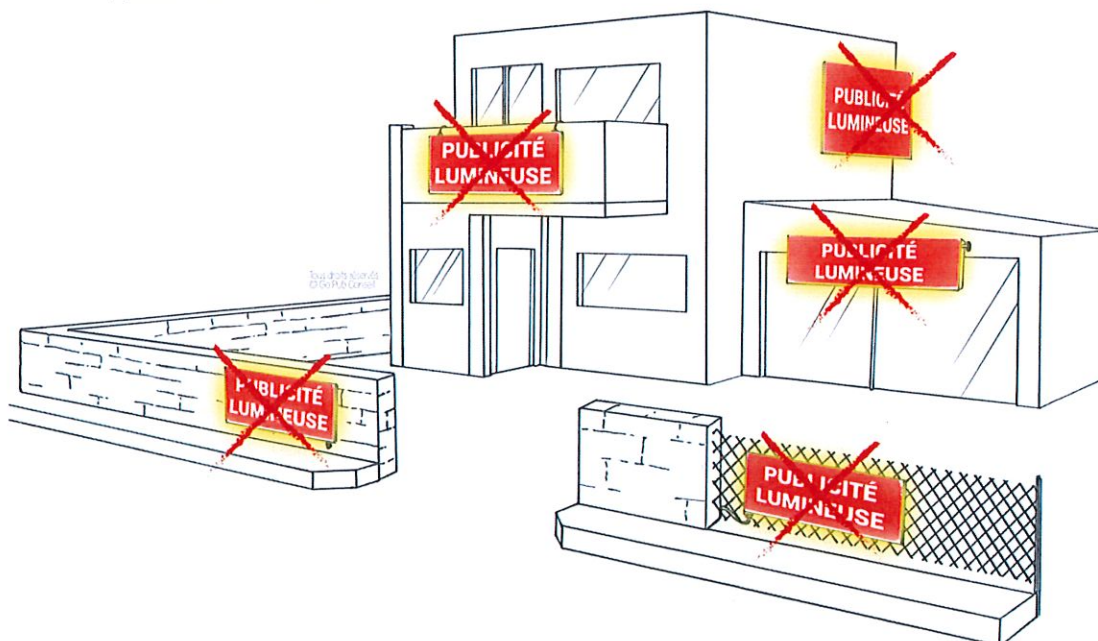
⁵⁴ Arrêté ministériel non publié à ce jour



La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

La publicité lumineuse ne peut :

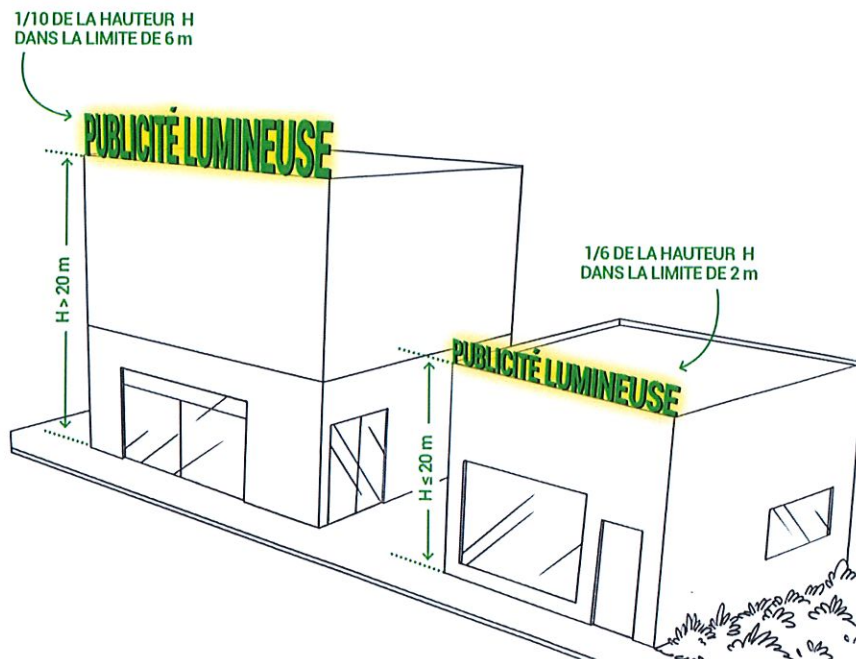
- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 centimètres.

Hauteur maximale des publicités sur toiture

Hauteur de la façade ≤ 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade > 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



En l'espèce, la publicité lumineuse est très peu présente sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe puisque seulement 5% des dispositifs hors mobilier urbain sont lumineux, soit 13 publicités. Tous ces dispositifs lumineux sont éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

Deux d'entre elles sont installées sur une façade d'habitation à Bouville, les autres étant localisées dans la ville centre de l'intercommunalité à Barentin (10 publicités scellées au sol 1 murale).



Préenseignes lumineuses apposée sur mur à Bouville (photo de gauche) et publicité scellée au sol lumineuse à Barentin (photo de droite)

Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques.

Cependant, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire ;
- réduire la puissance des lampes si elles sont surdimensionnées ;
- remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;
- moduler la durée d'éclairage, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Ainsi, même si l'intercommunalité ou une de ses communes n'appartiennent pas à une unité urbaine qui compte plus de 800 000 habitants, il semble préférable que le RLPi indique une plage d'extinction nocturne des dispositifs publicitaires, d'enseignes et de préenseignes « renforcée » afin de limiter la pollution lumineuse qu'ils génèrent.

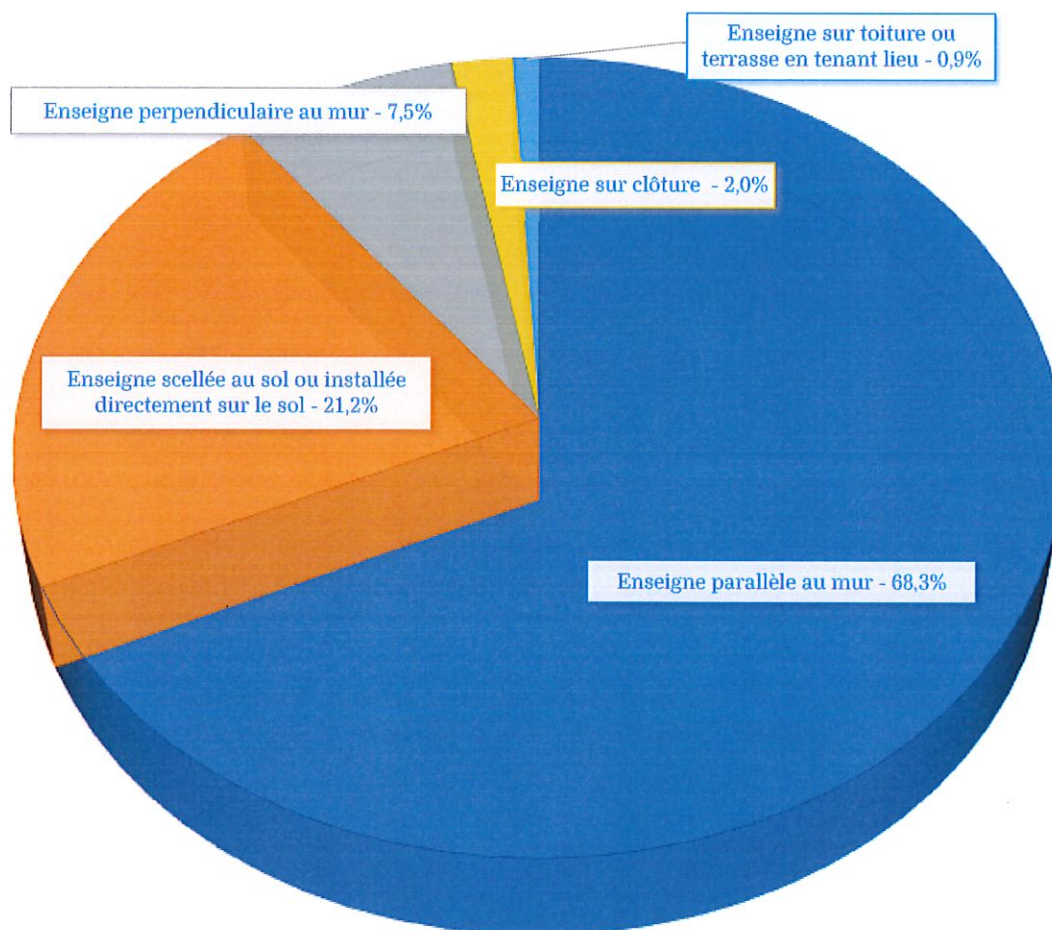
2. Les enjeux en matière d'enseignes

a) Généralités

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou dans d'autres secteurs où il y a peu d'enseignes (zones résidentielles, espaces naturels et agricoles, ...).

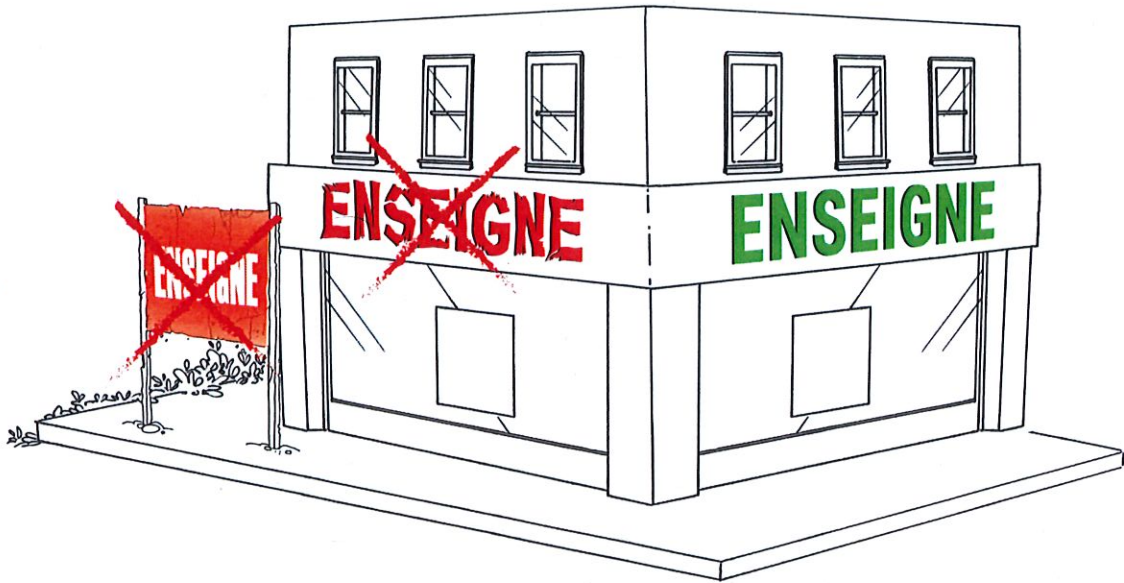
Un échantillonnage sélectif des enseignes lors de l'inventaire terrain a permis de dénombrer cinq grandes catégories d'enseignes sur le territoire intercommunal réparties de la manière suivante :

- des enseignes parallèles au mur ;
- des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- des enseignes perpendiculaires au mur ;
- des enseignes sur une clôture.



Quel que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes soient :

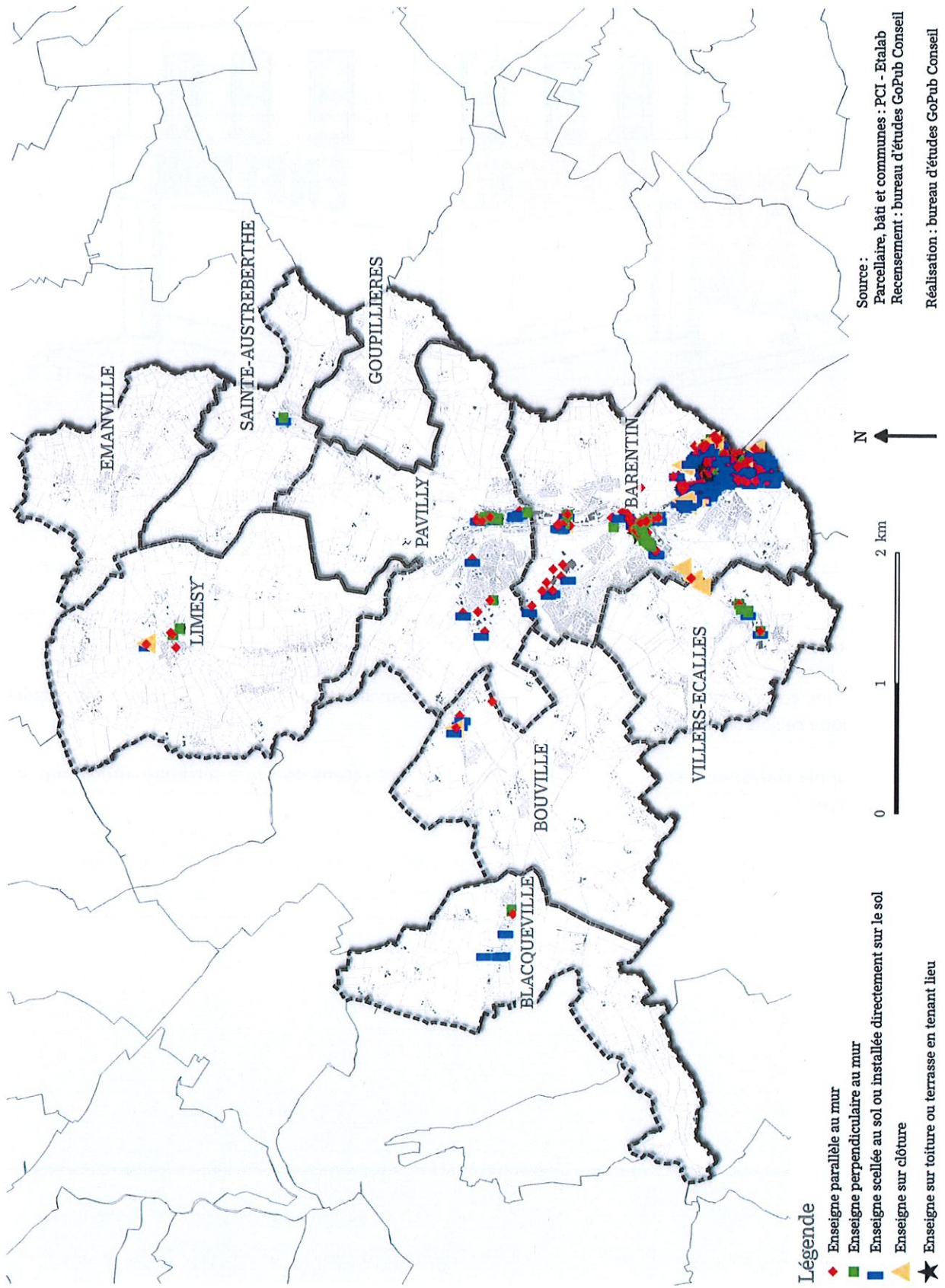
- constituées par des matériaux durables ;
- maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;
- supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).



Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense soit :

- au cœur des zones d'activités économiques de Barentin (centre commercial du Mesnil Roux, zone d'activités La Carbonnière, centre-ville) ;
- dans le centre-ville et la zone d'activités de la Rouge Grange à Pavilly ;
- dans les cœurs de villes de Villers-Écalles, Limésy, Bouville (Hameau de la Route) et Blacqueville quoique ce soit de façon plus éparse.

La cartographie ci-dessous expose l'implantation des enseignes recensées sur le territoire intercommunal selon leur type :



Localisation des enseignes sur la communauté de communes Caux Austreberthe

b) Les enseignes parallèles au mur

Une très large part des enseignes présentes sur le territoire intercommunal sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support (1375 enseignes soit 68,3% du total). Elles se présentent sous diverses formes (en lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches) et on les retrouve tant en cœur de ville qu'au sein des secteurs dévolus aux commerces de grande taille.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface⁵⁵. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

- ne pas dépasser les limites de ce mur ;
- ne pas constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 centimètres ;
- ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.



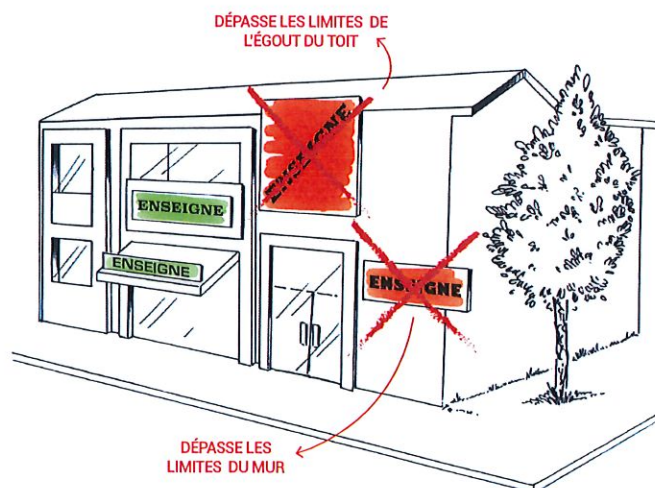
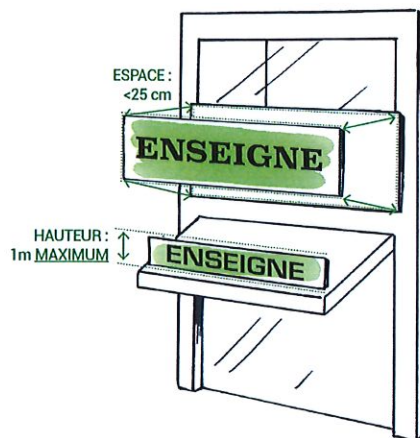
⁵⁵ Articles R581-60 et R581-63 du code de l'environnement



Exemples d'enseignes parallèles au mur présentes sur la communauté de communes Caux Austreberthe (clichés pris à Bouville, Pavilly, Barentin, Limésy, Villers-Écalles et Blacqueville)

Dans la typologie des enseignes parallèles au mur, on retrouve les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées si elles respectent les règles suivantes :

- 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 25 centimètres par rapport à lui.



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, les enseignes sur balcon, auvent ou marquise viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent

peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.

Leur rareté voire leur absence sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe pourrait amener la collectivité à réfléchir à leur interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

Sur l'ensemble des enseignes parallèles au mur, d'enseignes dans le RLP de 1999, on relève des enseignes permettant de valoriser les activités et devantures commerciales. En effet, on relève plusieurs devantures ou les enseignes parallèles au mur sont particulièrement soignées.

Globalement les enseignes parallèles au mur posent peu de problèmes paysagers sur le territoire intercommunal malgré l'absence totale de règles locales en la matière y compris dans le RLP de Barentin. L'immense majorité des établissements concernés respecte la réglementation nationale en vigueur même si certaines devantures auraient pu être plus soignées notamment en termes d'entretien, de redondance de la signalisation ou d'implantation (cf. photos ci-dessous).



Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'intégration aurait mérité d'être mieux travaillée (photos prises à Barentin et Pavilly)

Outre les quelques cas spécifiques dont ceux-ci affichés en exemple ci-dessus, ces enseignes posent donc peu de problèmes règlementaires et paysagers notables. La régularisation des rares non conformités au code de l'environnement rencontrées sera en mesure de régler les quelques écarts paysagers observés sur cette catégorie d'enseignes.

c) Les enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 7,5% des enseignes du territoire et sont de taille assez modeste comparativement aux autres types d'enseignes. Elles sont principalement présentes dans les cœurs de ville.



Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur présentes sur la communauté de communes Caux Austreberthe (clichés pris à Sainte-Austreberthe, Bouville, Villers-Écalles, Blacqueville, Pavilly et Barentin)

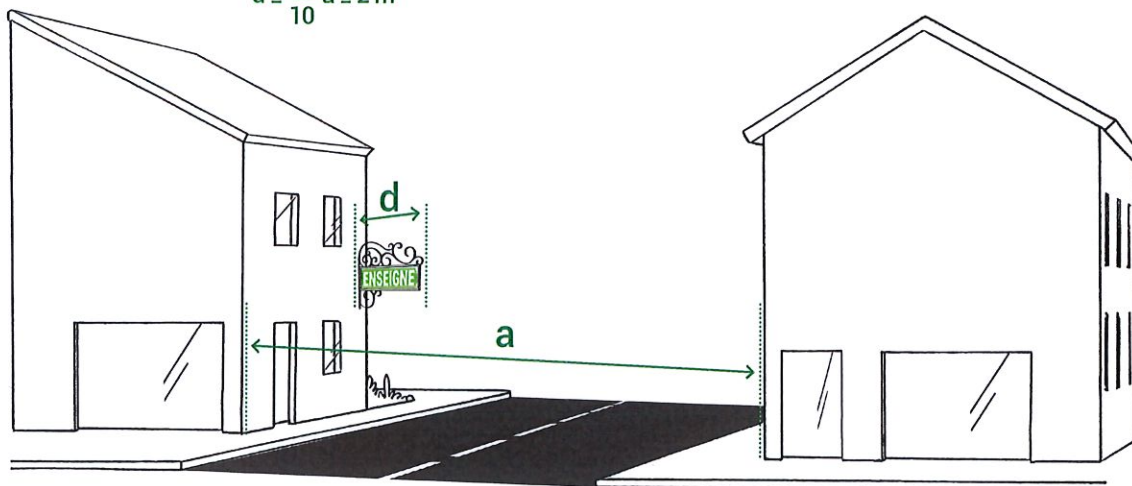
La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- ne dépassent la limite supérieure de ce mur ;
- ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon ;

- ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



Les seuls problèmes paysagers notables posés par ces enseignes sont liés à leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade.

C'est souvent le cas des bars-tabacs-presses voire des restaurants qui signalent parfois tout ou partie de leurs activités et/ou produits sur des dispositifs individuels qui se chevauchent et/ou se succèdent (cf. exemples ci-dessus). Cependant cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité et/ou lisibilité de l'activité.

Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites des centralités urbaines avec des fermetures de vue vers le grand paysage naturel ou le patrimoine bâti (vue vers les monuments historiques en particulier).

Sur la communauté de communes Caux Austreberthe, plus du tiers des activités disposant d'une enseigne de ce type en exploite au moins deux par façade dont la saillie n'excède que rarement un mètre et la surface est majoritairement inférieure au mètre carré.

Par ailleurs, on peut aussi noter qu'un certain nombre d'enseignes perpendiculaires (34 dispositifs soit 22% du total) sont situées à l'étage supérieur du lieu qu'elles occupent ce qui induit là encore des difficultés de lecture des paysages urbains.

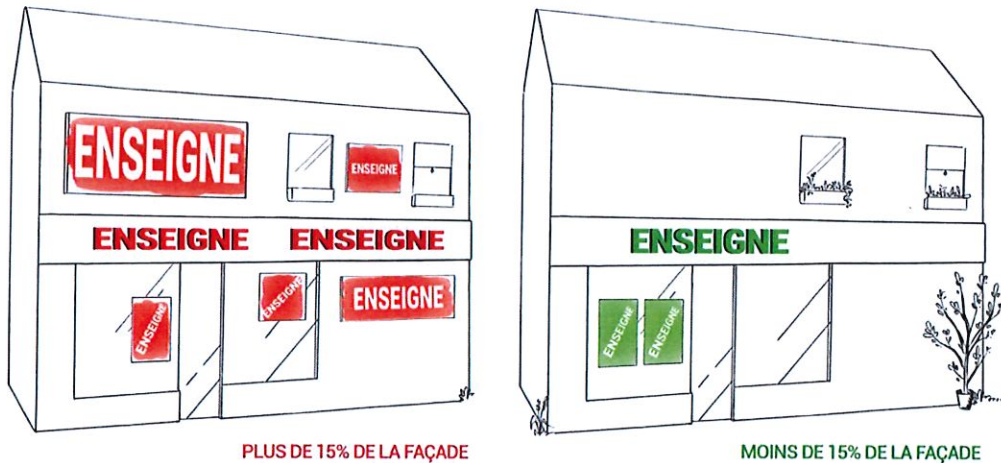
Une seule enseigne perpendiculaire est véritablement non conforme avec les règles nationales compte tenu de son mauvais état d'entretien.

Le futur RLPi pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité, notamment dans le centre historique des communes membres de l'intercommunalité. Le nombre d'enseignes, leur implantation, taille, saillie ou encore hauteur peuvent être réglementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes. La mise en place d'actions pédagogiques accompagnant l'approbation et l'application du futur RLPi participera également d'une meilleure insertion des enseignes sur le territoire intercommunal.

d) La notion de surface cumulée sur une façade commerciale

Apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure, cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade⁵⁶. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

Dans le cas de cette règle, les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale rencontrés notamment dans les centres historiques mais elle touche peu les communes de Caux Austreberthe.



Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Pavilly et Barentin

e) Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue sur le territoire intercommunal (21,2%).

⁵⁶ Article R581-63 du code de l'environnement ; cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'exposition d'arts plastiques

Elles sont particulièrement présentes sur les secteurs d'activités économiques de la communauté de communes, où les unités foncières plus généreuses par rapport aux centres-villes, permettent de les installer assez aisément.

Par leur implantation, leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, elles participent activement à une saturation des paysages loin d'être négligeable sachant que ces caractéristiques pas toujours moindres se cumulent visuellement. Cet impact visuel particulièrement important est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (par exemple des panneaux dits « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités / préenseignes et enseignes.

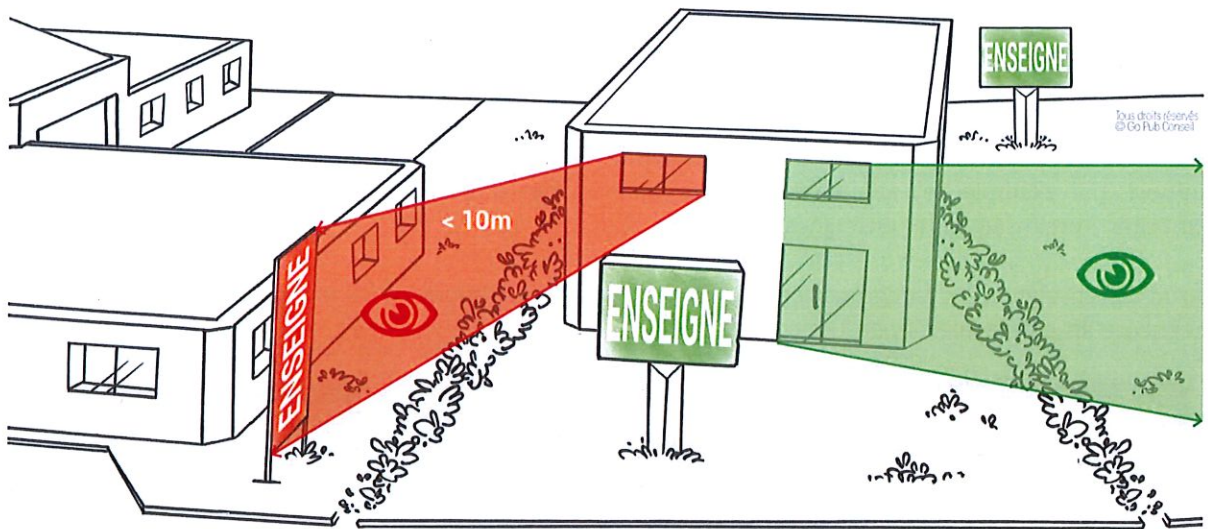
Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems, les chevalets ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



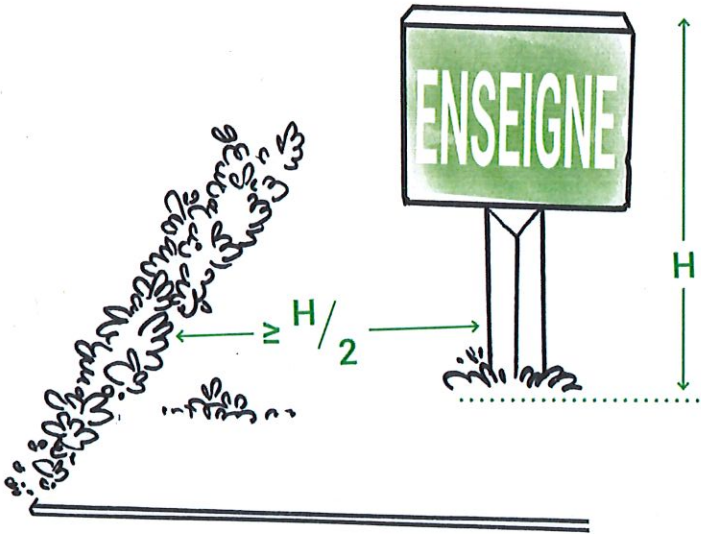
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (clichés pris à Blacqueville, Bouville, Villers-Écalles, Pavilly et Barentin)

Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations.

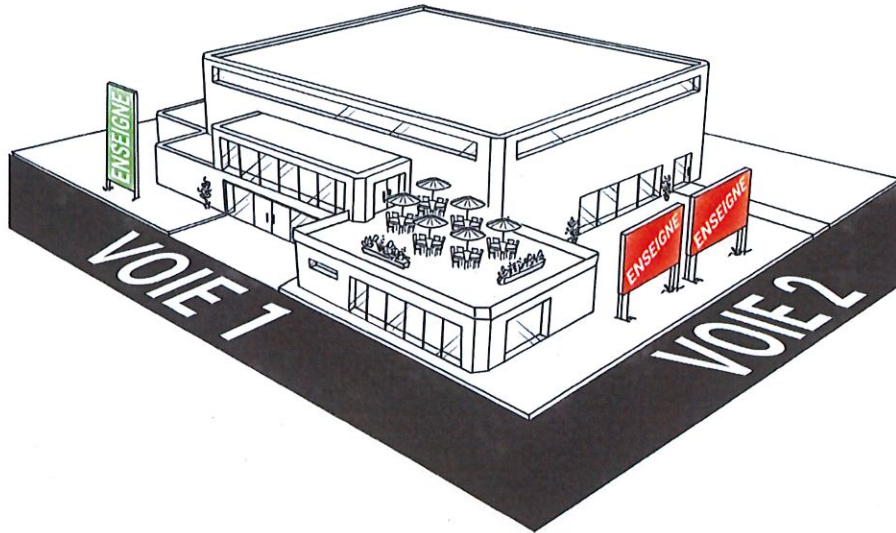
Ainsi, les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



De plus ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également 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.



Enfin la surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, soit uniquement à Barentin.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Sur le territoire de la Caux Austreberthe, en termes de conformité aux règles nationales, on relève majoritairement des établissements ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant une activité donnée.



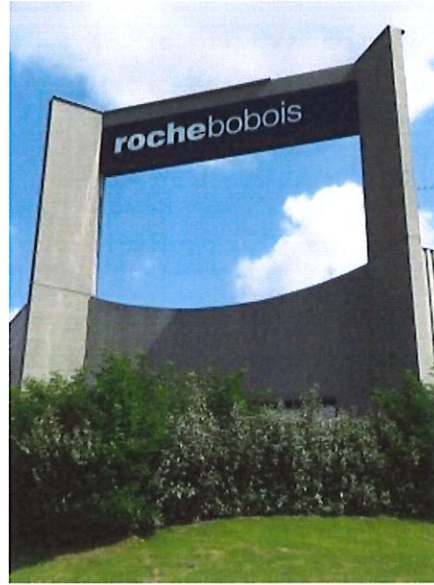
Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre (clichés pris à Blacqueville, Pavilly et Limésy)

Le deuxième problème paysager et réglementaire le plus important (pas moins de 25 activités touchées) concerne le format de ces enseignes et notamment leur surface qui ne doit pas dépasser 12 m² à Barentin et 6 m² dans les autres communes.



Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la surface maximale admise à Pavilly et Barentin

Deux enseignes scellées au sol de plus de 1 m² ne respectent pas les règles de hauteur.



Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la hauteur maximale admise (photos prises à Bouville et Barentin)

Enfin quelques enseignes de ce type (souvent des mâts porte-drapeaux) ne font pas l'objet d'un maintien dans un état correct (mauvais état d'entretien) notamment à Barentin sur la zone d'activité commerciale autour du Mesnil Roux.



Exemples d'enseignes scellées au sol en mauvais état d'entretien (photos prises à Limésy et Barentin)

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas règlementée par le code de l'environnement dès lors qu'elle mesure moins d'un mètre carré. Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que les activités utilisent la plupart du temps une seule enseigne de ce type lorsqu'elles sont situées sur le domaine public (notamment les commerces et services de proximité en centre-ville, attention toutefois à la régularité de tels dispositifs qui nécessitent d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public pour être installés et être qualifiés d'enseignes ; sinon il s'agira de publicités ou préenseignes puisque situées hors de l'unité foncière dédiée à l'activité signalée) alors qu'elles ont tendance à être redondantes lorsqu'elles sont placées sur une unité foncière privée (par exemple sur les parkings des établissements en zone d'activités commerciales).



Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sur la communauté de communes Caux Austreberthe (clichés pris à Sainte-Austreberthe, Villers-Écalles et Pavilly)

L'ensemble de ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale en vue d'en réduire les nuisances visuelles. Il pourra s'agir notamment de limiter leurs dimensions (surface, hauteur, largeur) et/ou leur nombre.

Par ailleurs, le RLPi pourra instituer des règles locales spécifiques aux enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.

En toute logique, l'information pédagogique et la sensibilisation des acteurs économiques suite à l'élaboration de ce RLPi devrait également permettre d'améliorer la situation avec une mise en conformité progressive des enseignes en infraction.

f) Les enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont relativement rares sur le territoire de la Caux Austreberthe puisqu'elles représentent 2,1% du total des enseignes (42 enseignes répertoriées).

Elles sont le plus souvent présentes en zones d'activités économiques et se présentent toutes sous forme de bâches ou de pancartes accrochées à des clôtures non aveugles, ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages par la fermeture de point de vue malgré des surfaces contenues (seulement cinq enseignes recensées mesurent plus de 4 m²).

Cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le code de l'environnement. Il y a donc un fort enjeu local à fixer une limite en nombre et en surface sur cette catégorie d'enseignes voire à les proscrire a fortiori lorsqu'elles ne sont pas apposées sur un support aveugle dans un souci de parallélisme avec les publicités et préenseignes de caractéristiques similaires. Ainsi au même titre que les autres enseignes, la mise en place d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLPi permettra de mieux maîtriser l'insertion de ces enseignes dans leur environnement.



Exemples d'enseignes sur clôture sur la communauté de communes Caux Austreberthe (clichés pris à Sainte-Austreberthe, Villers-Écalles et Limésy)

g) Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu constituent la catégorie d'enseignes la moins rencontrée sur le territoire intercommunal. L'inventaire n'en a comptabilisé que 19 soit 0,9% du total, toutes localisées dans la zone commerciale du Mesnil Roux à Barentin.

Tout comme les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles ont un impact visuel et donc paysager important puisque leurs caractéristiques propres les destinent à être vues de loin. Une attention particulière doit donc être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. En outre ces enseignes peuvent également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



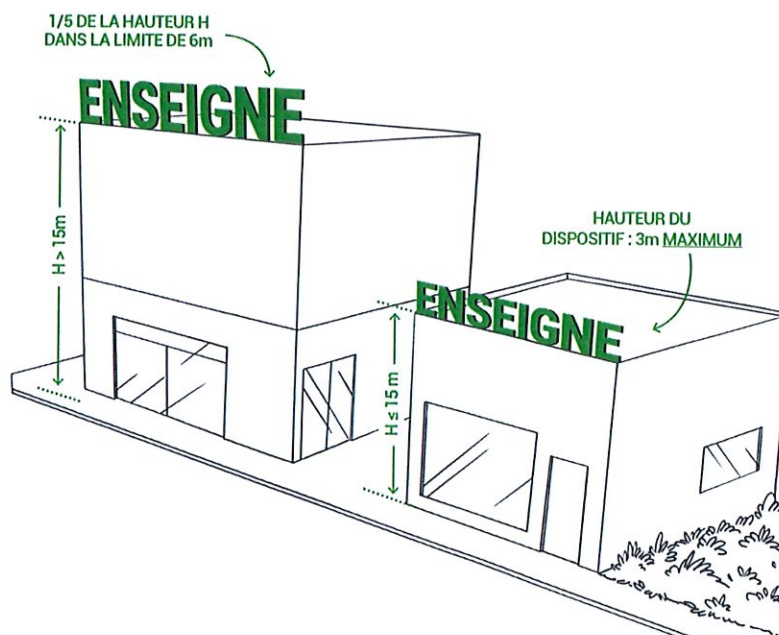
Exemples d'enseignes sur toiture

Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques.

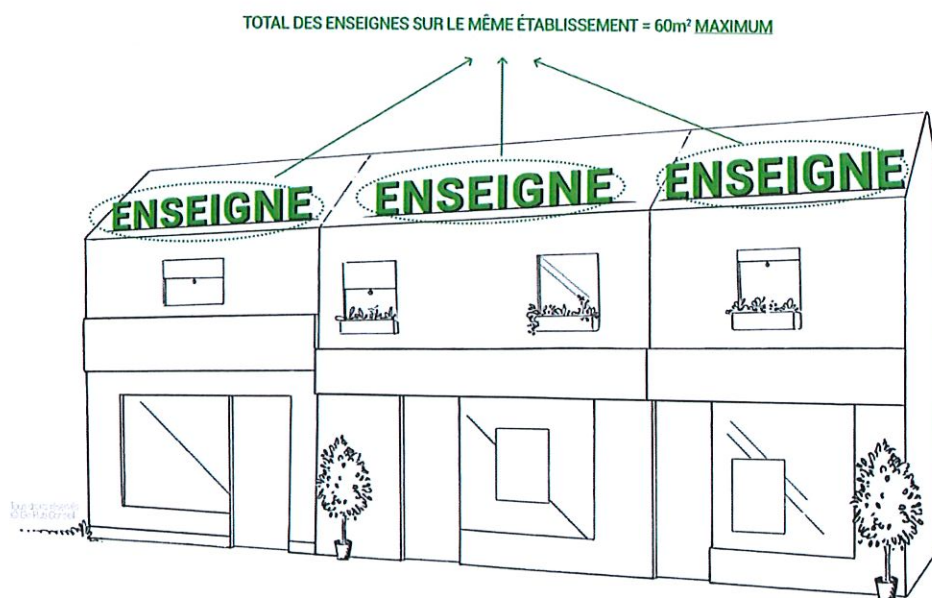
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 50 centimètres de haut.

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



De plus, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement⁵⁷ est inférieure ou égale à 60 m². Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



⁵⁷ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

Outre l'impact paysager dû à leur grande visibilité, ces enseignes ne posent pas vraiment de soucis au niveau de leur réalisation quoique leurs fixations soient parfois très visibles. Une sensibilisation des commerçants du territoire pourrait être menée en parallèle de cette révision afin d'améliorer la situation actuelle.

Afin de remédier à ces problématiques, le RLPi pourra par exemple proposer de réduire le format de ces enseignes voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

h) Les enseignes lumineuses

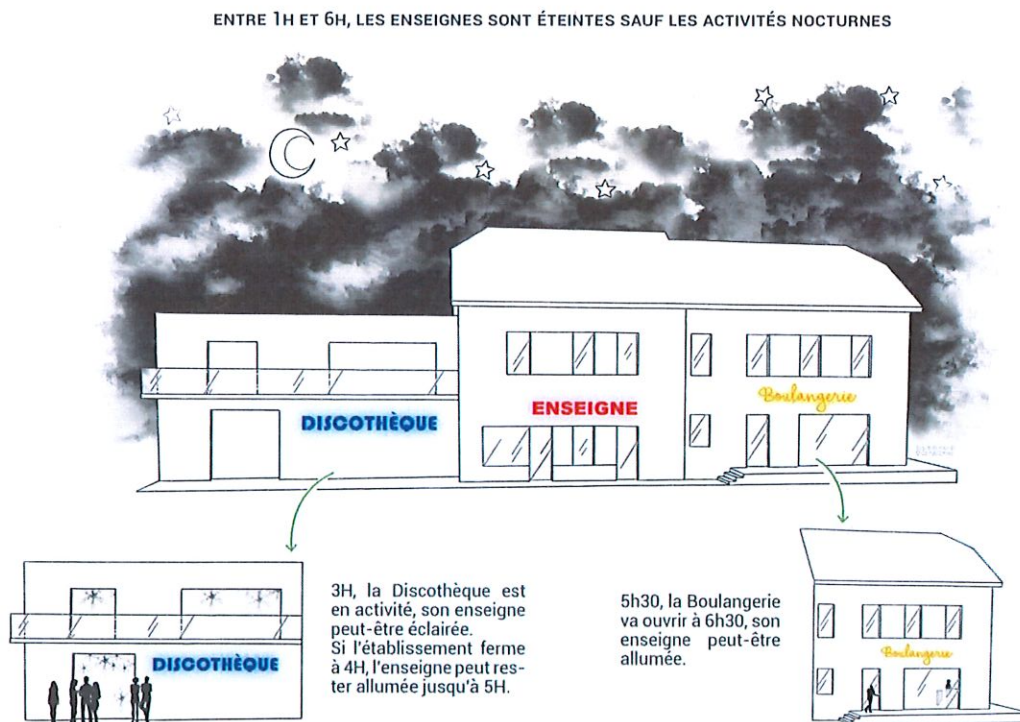
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type.

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁸.

Elles sont éteintes⁵⁹ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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

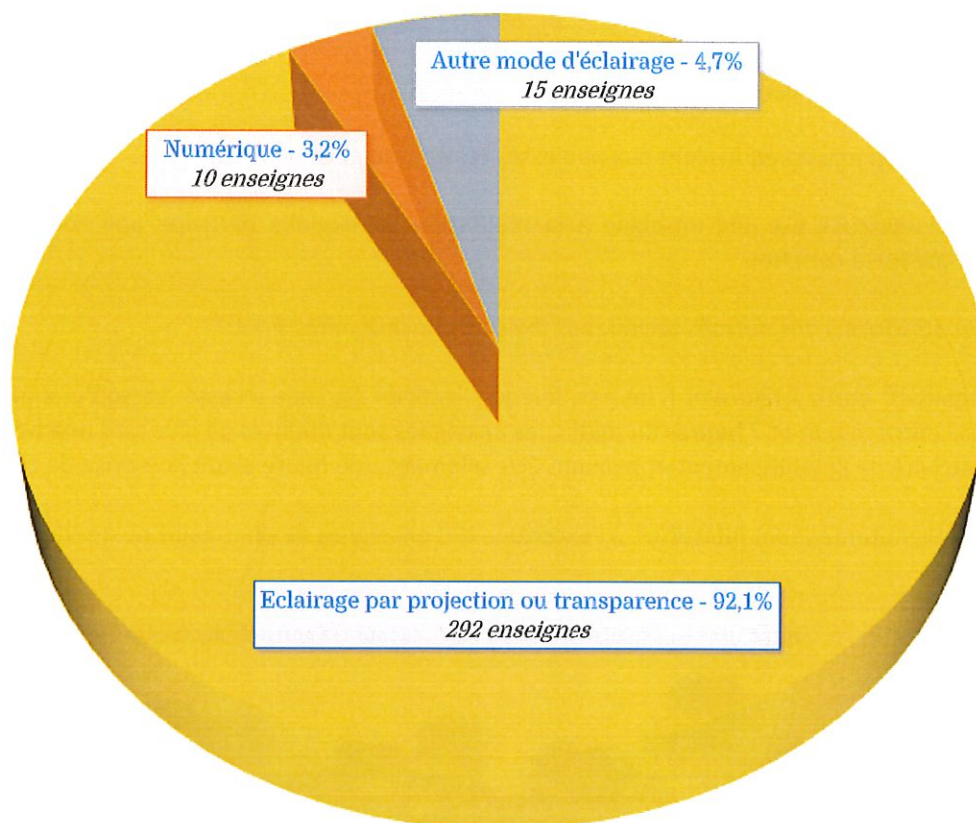


⁵⁸ Arrêté non publié à ce jour

⁵⁹ L'article R581-59 du code de l'environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

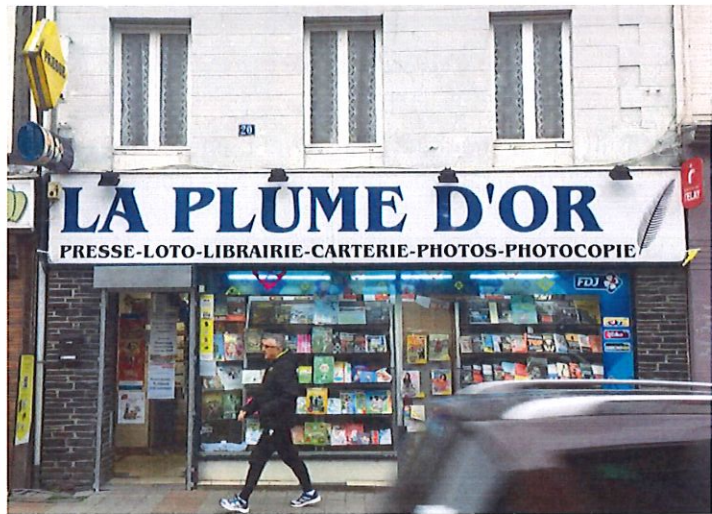
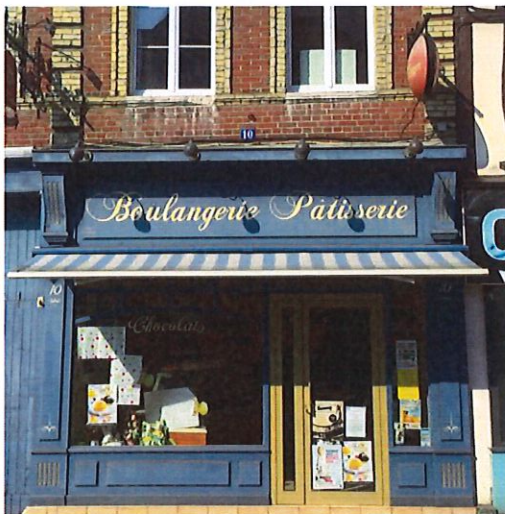
Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-dessus peuvent être lumineuses et le recensement effectué a permis de les caractériser : non lumineuses, en lettres découpées néons, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ...

317 enseignes présentent un caractère lumineux sur le territoire de la communauté de communes Caux Austreberthe soit environ 16% du total des enseignes surtout localisées à Barentin, Pavilly et Limésy.

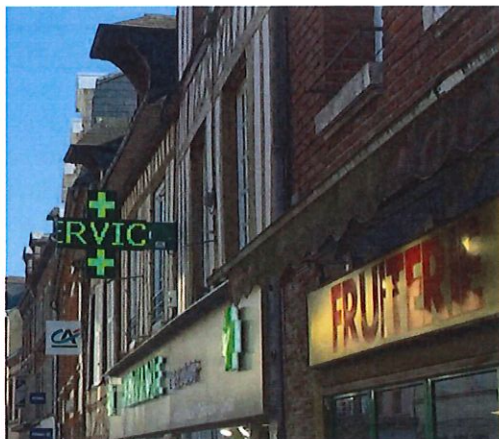


Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence alors que seulement dix enseignes sont numériques signalant principalement des pharmacies et des stations-services.





Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence (photos prises à Sainte-Austreberthe, Blacqueville, Limésy, Bouville, Pavilly et Barentin)



Exemples d'enseignes numériques (photos prises à Barentin et Pavilly)



Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED (photos prises à Barentin et Pavilly)

Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Sur la communauté de communes Caux Austreberthe, à l'exception des stations-services affichant le prix des carburants, ce type d'enseigne a un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement.

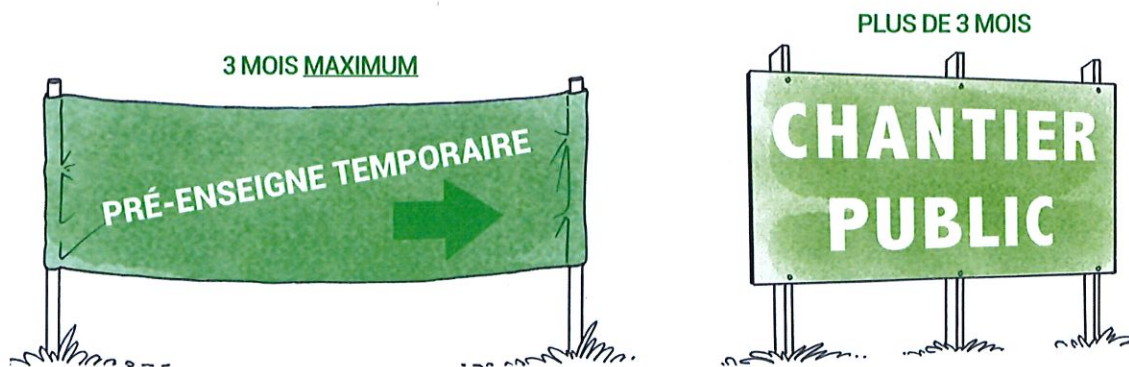
Globalement, le principal problème paysager posé par les enseignes lumineuses est lié à leur extinction nocturne qui n'est pas souvent respectée. Il conviendra donc de s'appuyer sur la procédure d'élaboration de RLPi afin d'informer les acteurs économiques de leur obligation en la matière de manière à limiter la pollution lumineuse ainsi engendrée.

i) Les enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes temporaires :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées trois 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.



3 SEMAINES AVANT
L'ÉVÈNEMENT.



1 SEMAINE APRÈS
L'ÉVÈNEMENT.

Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement⁶⁰ » à la réglementation des enseignes « permanentes » présentée précédemment, notamment :

- les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁶¹ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁶².

Enfin, en fonction de leur typologie, les enseignes temporaires doivent respecter les règles suivantes :

- *pour les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :*
 - saillie ≤ 25 centimètres ;
 - ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
 - ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit ;
- *pour les enseignes temporaires perpendiculaires au mur :*
 - ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
 - saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 mètres ;
- *pour les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :*
 - surface totale $\leq 60 \text{ m}^2$
- *pour les enseignes temporaires de plus de 1 m^2 , scellées au sol ou installées directement sur le sol :*
 - une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
 - règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
 - surface $\leq 12 \text{ m}^2$ (si 2° alinéa).

⁶⁰ Cf. règles du code de l'environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport

⁶¹ Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

⁶² Arrêté non publié à ce jour

Sur le territoire de la Caux Austreberthe ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes scellées au sol et parfois apposées sur une clôture non aveugle pour des opérations immobilières, la promotion de locaux d'activités vacants ou des opérations commerciales ponctuelles ainsi que la signalisation de manifestations locales de la collectivité comme des associations. Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.



Exemples d'enseignes temporaires (clichés pris à Barentin)

Le futur RLPi pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact paysager de ces dispositifs sur le territoire mais aussi économique de sorte qu'aucun établissement n'ait la tentation de multiplier les enseignes temporaires pour bénéficier de droits qu'il n'aurait pas s'il s'agissait d'enseignes permanentes.

Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Dans sa délibération de prescription en date du 16 octobre 2018, le Conseil Communautaire de la communauté de communes Caux Austreberthe s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Élaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs publicitaires et d'enseignes afin d'adapter localement les nouvelles règles au regard des spécificités du territoire communal ;
- Intégrer les nouveaux territoires urbains et les quartiers périphériques ;
- Assurer une cohérence dans le traitement des voies structurantes traversant les communes en fonction de l'évolution passée et à venir du système viaire :
 - Prendre en compte la requalification des axes structurants : RD 6015, raccordement de l'A150 ;
 - Revoir le statut des voies déchargées de trafic : RD 6015 déclassée en voirie communale sur le plateau est de Barentin ;
- Concilier la possibilité de se signaler pour les activités économiques, la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie avec la nécessité de protéger l'environnement bâti et naturel, le patrimoine et l'image de la Communauté de Communes Caux Austreberthe et le cadre de vie des habitants ;
- Préserver la qualité visuelle des zones commerciales et renforcer leur lisibilité ;
- Accompagner la valorisation des centres bourgs ;
- Harmoniser les dispositifs publicitaires sur le territoire en faveur de la qualité des paysages urbains et ruraux ;
- Tenir compte des nouveaux dispositifs en matière de publicité et d'enseignes correspondant à des modes de communication induits par les nouvelles technologies.

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, la communauté de communes Caux Austreberthe s'est donné les orientations suivantes :

- **Orientation 1** : Encadrer l'implantation des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol (publicités, préenseignes et enseignes) qui peuvent avoir un impact important sur le paysage ;
- **Orientation 2** : Réduire la densité publicitaire ;
- **Orientation 3** : Encadrer l'implantation de dispositifs lumineux en particulier numériques (publicités, préenseignes et enseignes) et renforcer leur plage d'extinction nocturne ;
- **Orientation 4** : Restreindre la réglementation applicable aux enseignes perpendiculaires et sur clôture ;
- **Orientation 5** : Limiter les possibilités d'implantation de nouvelles enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- **Orientation 6** : Renforcer la réglementation applicable aux enseignes temporaires ;
- **Orientation 7** : Conforter les règles applicables à la publicité accessoire supportée par le mobilier urbain pour maintenir la qualité des paysages.

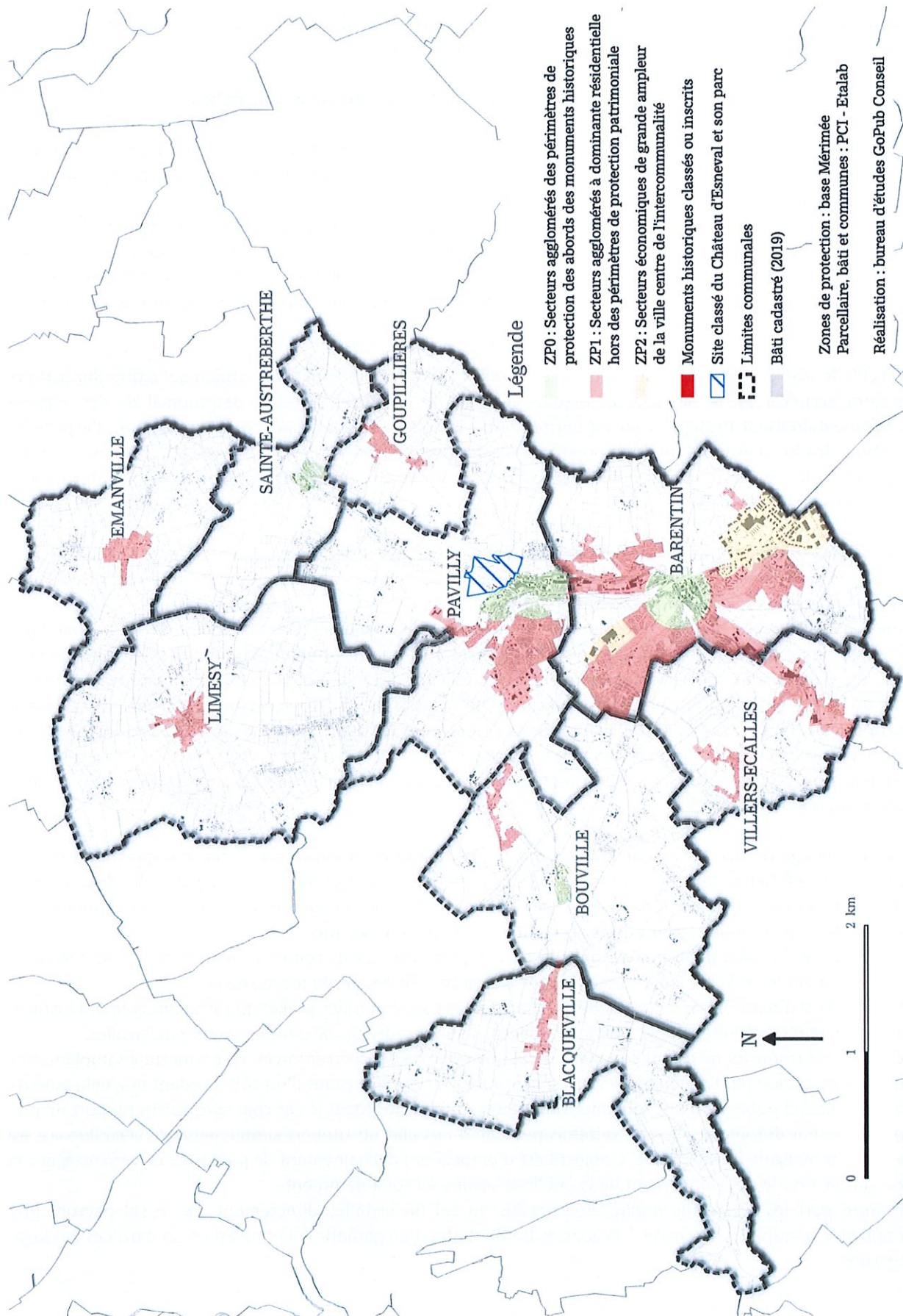
Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de publicités et préenseignes, trois zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal. Elles couvrent l'ensemble des agglomérations du territoire intercommunal :

- la zone de publicité n°0 (ZP0) couvre les périmètres des abords des monuments historiques situés en agglomération à Barentin, Bouville, Pavilly et Sainte-Austreberthe. Il s'agit de secteurs avec des protections particulières compte tenu de leur caractère patrimonial historique, architectural et esthétique ;
- la zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les différentes centralités du territoire intercommunal (centres-villes et centres-bourgs) ou des pôles urbains secondaires soit des secteurs principalement résidentiels. Il s'agit de secteurs où très peu de publicités et préenseignes conformes aux règles nationales ont été observées lors de investigations de terrain où l'on doit tenir compte de la mixité des fonctions entre habitations et activités économiques de proximité. Il y a donc un fort enjeu de préservation des paysages dans cette zone tout en permettant une communication économique minimale ;
- la zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les secteurs dévolus aux activités économiques de grande ampleur situés sur la commune de Barentin, seule commune disposant de plus 10 000 habitants dans son agglomération. Il s'agit de secteurs localisés en entrées de ville et d'agglomération qui concentrent la plupart des publicités et des préenseignes du territoire intercommunal. Il y a donc un fort enjeu d'amélioration des paysages dans cette zone.

A noter que les autres secteurs (zones blanches sur la carte) sont des zones non agglomérées (interdiction de publicité et préenseignes comme le rappelle l'article L581-7 du code de l'environnement).



Plan de zonage « publicité » de la communauté de communes Caux Austreberthe

Dans l'ensemble des zones de publicité, pour des questions de qualité paysagère, sont interdites :

- les publicités ou préenseignes apposées sur une clôture ;
- les bâches publicitaires ;
- les publicités ou préenseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

En toutes zones, les publicités ou préenseignes peuvent être supportées à titre accessoire par du mobilier urbain à l'exception du site classé du Château d'Esneval et son parc à Pavilly où il n'est pas dérogé à l'interdiction patrimoniale de publicité.

Ces supports respecteront les règles nationales contenues dans le code de l'environnement hormis le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques qui ne pourra avoir une surface unitaire excédant 2 m² ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol en ZP0 et ZP1 alors qu'ils pourront aller jusqu'à 8 m² et 6 mètres au-dessus du niveau du sol en ZP2.

En ZP0, les seules possibilités publicitaires sont celles décrites pour le mobilier urbain qui à titre dérogatoire pourra accueillir de la publicité accessoire. Il s'agit de conforter le cadre patrimonial de ces espaces règlementairement protégés tout en permettant à la collectivité de disposer d'un minimum d'espace de communication à destination de sa population et des usagers. Cette possibilité s'explique donc par l'intérêt général et le service rendu au public par les abris destinés aux voyageurs et les mobiliers d'informations générales ou locales.

En ZP1, les contraintes adoptées par l'intercommunalité ont pour but de préserver les espaces publics ainsi que le cadre de vie des habitants et usagers de la commune dans des secteurs très majoritairement résidentiels qu'ils soient centraux ou périphériques.

Ainsi, au sein de ces espaces, qui sont tous compris dans des agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas une unité urbaine de 100 000 habitants à l'exception de Barentin, il s'agit de reprendre les règles nationales applicables en pareil cas. La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est donc interdite et outre son apposition sur du mobilier urbain à titre accessoire (voir plus avant dans le propos), elle ne pourra être installée que sur des murs aveugles dans la limite de 4 m² de surface unitaire et de 6 mètres de hauteur au-dessus du niveau du sol.

Afin de protéger ces espaces d'un surnombre publicitaire, il ne sera en outre possible d'installer qu'un unique dispositif par unité foncière.

En ZP2, il s'agit de trouver un équilibre entre la réglementation nationale applicable aux agglomérations de plus de 10 000 habitants et les fortes restrictions projetées en ZP1 et plus encore en ZP0 afin de permettre une signalisation suffisante des activités économiques tout en préservant un cadre de vie apaisé notamment du fait de l'interface de certains de ces secteurs avec le tissu résidentiel.

De ce fait les formats publicitaires sont réduits à 10,5 mètres carrés contre 12 mètres carrés actuellement (encadrement inclus)⁶³ et leur hauteur limitée à 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

L'objectif est d'harmoniser le format des supports qu'ils soient muraux, scellés au sol ou directement installés sur le sol et d'en réduire l'impact sur les paysages et sur le cadre de vie dans ce secteur particulier.

De plus, ces dispositions seront complétées par une règle de densité renforcée ne permettant l'implantation que d'une unique publicité ou préenseigne par unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique d'une longueur supérieure à 50 mètres (dans le cas contraire aucun support ne sera possible). Par dérogation, il sera toutefois possible d'installer un support supplémentaire si ce linéaire est supérieur ou égale à 100 mètres. L'objectif est d'empêcher l'enchaînement de publicités ou préenseignes et de limiter ainsi le développement de la publicité scellée au sol notamment.

D'autre part les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol devront être implantés perpendiculairement à la voie les bordant afin d'en garantir la bonne insertion dans ces paysages urbains.

⁶³ Dans la réalité, les publicités et préenseignes dépassent souvent 13 mètres carrés avec l'encadrement.

Enfin, dans l'ensemble de ces zones, lorsqu'elles seront autorisées, les publicités ou préenseignes lumineuses seront éteintes entre 22 heures et 6 heures y compris celles supportées à titre accessoire par le mobilier urbain, ceci dans le but de faire des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse nocturne.

En ZP0 et ZP1, pour protéger au maximum le cadre de vie des habitants, les publicités ou préenseignes numériques sont interdites. En revanche, en ZP2, compte tenu des caractéristiques des secteurs considérés, les supports numériques pourront être admis mais seulement si leurs images sont fixes et qu'ils n'excèdent pas 4 m² de surface et 3 mètres de hauteur au niveau du sol.

	ZP0 : secteurs patrimoniaux préservés	ZP1 : secteurs urbains mixtes majoritairement résidentiels	ZP2 : zones d'activités économiques d'importance
Dispositions générales	<ul style="list-style-type: none"> Intégration paysagère des dispositifs doit être respectueuse de leur environnement bâti et naturel Encadrement des publicités et pré-enseignes doit être réalisé dans des couleurs neutres et teintes discrètes Accessoires liés à l'entretien et/ou la pose des publicités (passerelles, échelles, jambes de force, gouttières à colles, ...) sont interdits Interdiction générale de publicité sur les clôtures, sur les toitures ou terrasses en tenant lieu et sur les bâches et des dispositifs de dimensions exceptionnelles 		
Publicité sur un mur non lumineux	<p>Interdite sauf dérogation uniquement pour la publicité apposée sur mobilier urbain à titre accessoire</p> <p>Luminosité par transparence uniquement avec extinction entre 22h et 6h</p>	<ul style="list-style-type: none"> Surface < 4 m² Hauteur ≤ 6 m 	<ul style="list-style-type: none"> Surface < 10,5 m² encadrement compris (8 m² d'affiche) Hauteur ≤ 6 m
Publicité installée / scellée au sol non lumineuse		Interdite	<ul style="list-style-type: none"> Surface ≤ 10,5 m² encadrement compris (8 m² d'affiche) Hauteur ≤ 6 m Implantation perpendiculaire à la voie les bordant Obligation du mono-pied de largeur ≤ 0,80 m Obligation d'habillage de toute face non exploitée
Publicité lumineuse		<ul style="list-style-type: none"> Extinction entre 22h et 6h Numérique interdit 	<ul style="list-style-type: none"> Extinction entre 22h et 6h Numérique limité ≤ 4 m² et ≤ 3 m de hauteur au sol avec des images fixes
Densité		<ul style="list-style-type: none"> 1 support par unité foncière 	<ul style="list-style-type: none"> 1 support si unité foncière d'une longueur de façade sur voie > 50 m + 1 support si longueur de façade sur voie > 100 m 0 dispositif sinon

Tableau de synthèse des règles envisagées en matière de publicités et préenseignes

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, les règles retenues concernent, sauf mention contraire, l'ensemble du territoire intercommunal, y compris hors agglomération.

Deux zones d'enseigne sont instituées :

- la ZE1 constituée des zones agglomérées de centralité regroupant les commerces et services communément retrouvés dans les cœurs de ville et autres pôles urbains hors des zones d'activités économiques spécifiques ;
- la ZE2 couvrant les zones d'activités économiques d'ampleur présentes à Barentin et Pavilly où on retrouve les établissements économiques spacieux (grandes surfaces commerciales, industries, artisans, ...).

Les secteurs non concernés par ces deux zones sont pour l'heure situés hors agglomération mais ils seront couverts par les règles de la ZE2 pour éviter toute distorsion économique entre des établissements semblables selon leur localisation et/ou qualitative entre des règles nationales plus permissives que les règles locales.

En se fondant sur les similarités urbanistiques et économiques des différents tissus urbains identifiés, le but est de simplifier et harmoniser au maximum les règles afin de garantir un cadre de vie de qualité pour tous tout en prenant en compte les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdira l'installation de toute enseigne sur :

- les arbres et les plantations ;

- les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les auvents et les marquises ;
- les balcons ou balconnets ;
- les barres d'appui de fenêtre, balcon, balconnet ou baie ;
- les clôtures.

En toutes zones les enseignes apposées perpendiculairement à un mur seront limitées à une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée, leur saillie devra être inférieure à 80 centimètres et leur hauteur ne pourra excéder le mètre. Ces règles d'implantation et de format ont pour but de préserver l'harmonie architecturale des ensembles bâtis en particulier dans le tissu mixte des centralités urbaines.

En ce qui concerne les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, il est d'abord rappelé la règle nationale de limite de nombre à une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. En secteurs d'activités économiques d'importance (**ZE2**), elles ne pourront avoir une surface unitaire excédant 6 mètres carrés alors qu'en secteurs résidentiels mixtes (**ZE1**) elles se limiteront à 4 mètres carrés. De plus leur hauteur maximale sera harmonisée à 6 mètres au-dessus du niveau du sol en tout secteur afin de réduire d'autant leur place dans les paysages urbains de la Caux-Austreberthe.

Dans le cas où plusieurs établissements exercent leurs activités sur une même unité foncière, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol devront être regroupées sur un (ou plusieurs) même support(s) à raison de la mention d'au maximum 10 établissements par enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol. Cela vise à éviter d'avoir un dispositif par activité ce qui pourrait avoir un effet très préjudiciable en termes de paysage avec la multiplication des supports sur un même espace.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne font pas l'objet de règles particulières dans la réglementation nationale (chevalets, kakémonos, ...). Pourtant, elles posent un problème paysager important notamment en centres villes sur le domaine public où elles sont le plus souvent implantées mais aussi le long des voies et axes structurants. La collectivité a donc fait le choix de limiter leur nombre à une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée en **ZE1** et par dérogation à 2 en **ZE2**. De plus, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur est limitée à 1,50 mètre au-dessus du niveau du sol en **ZE1** et 6 mètres en **ZE2**.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu seront strictement interdites en cœur de ville ou de bourg (**ZE1**) considérant que leur impact paysager au regard des tissus urbains considérés est rédhibitoire. En revanche, elles seront fortement contraintes mais tout de même autorisées en **ZE2** afin de permettre la signalisation d'activités importantes avec une implantation obligatoire au plus près de l'acrotère ou du plan de toiture et une hauteur limitée à 2 mètres.

Par souci d'harmonisation avec la plage d'extinction nocturne des publicités et préenseignes lumineuses, les enseignes lumineuses seront éteintes entre 22 heures et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé. Ce choix vise aussi à limiter la pollution lumineuse et réaliser des économies d'énergie.

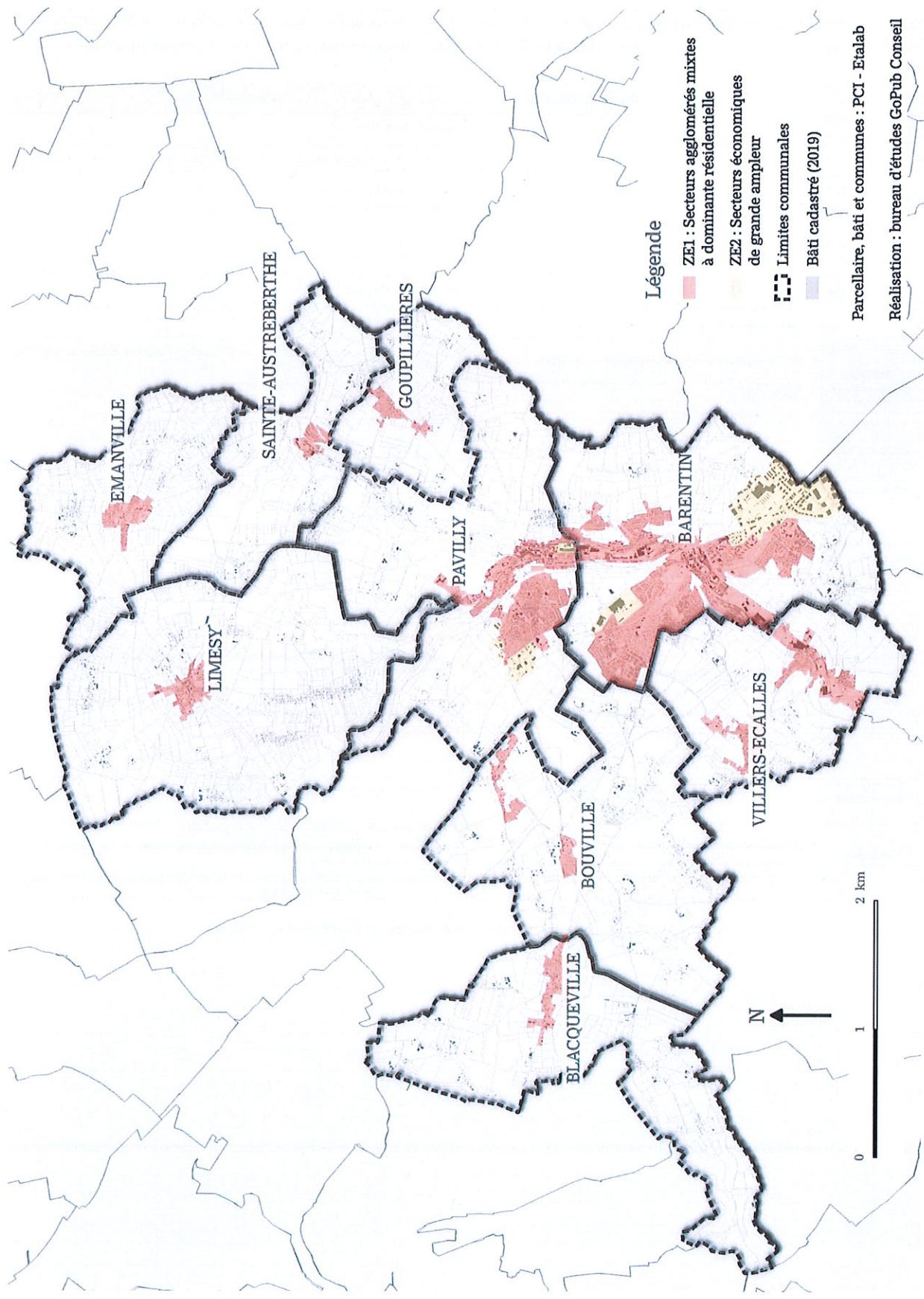
Les enseignes numériques seront limitées à une seule par établissement d'une surface maximale de 4 mètres carrés. Dans le cas où plusieurs activités s'exercent sur une même unité foncière, leurs enseignes numériques doivent être regroupées sur un même support afin d'en atténuer les éventuelles nuisances.

Enfin, les enseignes temporaires seront soumises aux mêmes interdictions et règles que les enseignes permanentes vues précédemment pour les mêmes raisons. Cela permettra d'éviter la surenchère

d'enseignes à l'occasion de manifestation temporaire ou encore d'opérations immobilières ou commerciales. Dans une optique de développement durable, les enseignes lumineuses seront strictement interdites.

	Règles nationales en l'absence de RLP/RLPI	Projet de RLPI
Dispositions générales	<ul style="list-style-type: none"> Intégration paysagère des dispositifs doit être respectueuse de leur environnement bâti et naturel Obligation de maintien des dispositifs dans un bon état d'entretien 	<p>Interdictions générales sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> les arbres et les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ; les auvents et les marquises ; les balcons ou balconnets ; les barres d'appui de fenêtre, balcon, balconnet ou baie ; les clôtures.
Enseigne parallèle au mur	<ul style="list-style-type: none"> Si façade > 50 m², surface cumulée maximale < 15% de la façade Si façade < 50 m², surface cumulée maximale ≤ 25% de la façade Ne doit pas dépasser les limites du mur support ni de l'égoût du toit Saillie limitée à 25 cm 	<ul style="list-style-type: none"> Implantation sous la limite supérieure du RDC pour les activités exercées en RDC, sauf impossibilité technique à démontrer En ZEI, installation de l'enseigne parallèle au mur principale au même niveau que l'enseigne perpendiculaire au mur, sauf impossibilité technique à démontrer
Enseigne perpendiculaire au mur	<ul style="list-style-type: none"> Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support Saillie ≤ 1/10^e de la distance séparant 2 alignements de la voie publique, limitée à 2 m Interdit devant un balcon ou une fenêtre 	<ul style="list-style-type: none"> Implantation sous la limite supérieure du RDC pour les activités exercées en RDC (sauf impossibilité technique à démontrer) Nombre : 1 par façade d'un même établissement Saillie ≤ 0,80 m Hauteur ≤ 1 m
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ≤ 1 m²	Pas de règle spécifique	<ul style="list-style-type: none"> En ZEI, 1 enseigne par établissement avec hauteur ≤ 1,5 m En ZE2, 2 enseignes par établissement avec hauteur ≤ 6 m
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol > 1 m²	<ul style="list-style-type: none"> 1 enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité Surface unitaire ≤ 6 m² (12 m² si agglo > 10 000 habitants) Hauteur maximale : <ul style="list-style-type: none"> ✓ 6,5 m si largeur > 1 m ✓ 8 m si largeur < 1 m Recul de 10 m si située en avant par rapport à une baie d'un immeuble situé sur fonds voisin 	<ul style="list-style-type: none"> 1 enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité Obligation d'habillage de toute face non exploitée Surface unitaire ≤ 4 m² (ZE1) ou 6 m² (ZE2) Hauteur ≤ 6 m
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	<ul style="list-style-type: none"> Si façade > 15 m, hauteur limitée à 1/5 de la façade dans la limite de 6 m Si façade < 15 m, hauteur limitée à 3 m 	<ul style="list-style-type: none"> Interdite en ZE1 En ZE2, 1 enseigne par établissement implantée au plus près de l'acrotère ou du plan de toiture avec une hauteur < 2 m
Enseigne temporaire	<ul style="list-style-type: none"> Installation : 3 semaines avant la manifestation Retrait : 1 semaine après la manifestation 	<ul style="list-style-type: none"> Mêmes règles que les enseignes permanentes ci-dessus Enseignes temporaires lumineuses interdites
Enseigne hors agglomération	<ul style="list-style-type: none"> Pas de règle spécifique, même règles qu'en agglomération 	<ul style="list-style-type: none"> Mêmes règles que les enseignes situées en ZE2
Enseigne lumineuse	<ul style="list-style-type: none"> Extinction de 1h à 6h sauf activités nocturnes ouvertes Dérogation permettant l'allumage 1h après la fermeture et 1h avant l'ouverture pour les activités commençant entre minuit et 7h 	<ul style="list-style-type: none"> Extinction de 22h à 6h sauf activités nocturnes ouvertes Si activité commençant ou cessant entre 22h et 6h, extinction dès que l'activité a cessé / allumage à l'ouverture de l'activité Enseigne numérique limitée à 1 support ≤ 4 m² par établissement et un support unique en cas de multi-activités sur l'unité foncière

Tableau de synthèse des règles envisagées en matière d'enseignes



Légende

- ZE1 : Secteurs agglomérés mixtes à dominante résidentielle
- ZE2 : Secteurs économiques de grande ampleur
- Limites communales
- Bâti cadastré (2019)

Parcellaire, bâti et communes : PCI - Etalab
 Réalisation : bureau d'études CoPub Conseil

Plan de zonage « enseigne » de la communauté de communes Caux Austreberthe

Annexe : Tableau des abréviations utilisées

ABF	Architecte des Bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan Local d'Urbanisme
RIS	Relais Information Service
RLP	Règlement Local de Publicité
RLPi	Règlement Local de Publicité intercommunal
RNP	Règlement National de Publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
UDAP	Unités Départementales de l'Architecture et du Patrimoine
ZE	Zone d'enseigne
ZP	Zone de publicité

