



ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

RAPPORT DE PRÉSENTATION

Mai 2017

Cadre&Cité

Sommaire

Introduction	3
Partie I : Les objectifs du RLP de Lillebonne	4
Partie II: Contexte	5
2.1 Localisation et topographie de la commune	5
2.2 Le patrimoine bâti – l'AVAP	9
2.3 Les espaces naturels	11
2.4 Réseau viaire	15
2.5 Données chiffrées	15
2.6 Activités économiques	16
Partie III : La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité	19
3.1 Les principales étapes de la procédure	19
3.2 Les éléments constitutifs du RLP	21
3.3 Définitions	22
3.4 La question des limites d'agglomération	30
Partie IV : Le diagnostic	32
4.1 Étude terrain	33
4.1.1 Les chiffres clef de la publicité	33
4.1.2 Typologie des dispositifs publicitaires	35
4.1.3 Les chiffres clef des enseignes	37
4.2 Les règles du RNP applicables sur le territoire de Lillebonne	38
4.2.1 La situation de la publicité au regard du RNP	40
4.2.2 La situation des enseignes au regard du RNP	44
4.3 Impact des publicités	46
4.4 Impact des enseignes	46
Partie V : Premières préconisations	48
5.1 Préconisations en matière de publicité	48
5.1.1 Préconisation n° 1 : Réintroduire la publicité dans l'AVAP	48
5.1.2 Préconisation n° 2 : Travailler la densité	48
5.1.3 Préconisation n° 3 : Fixer les horaires d'extinction nocturne	48
5.2 Préconisations en matière d'enseigne	49
5.2.1 Préconisation n° 1 : Enseignes en façade	49
5.2.3. Préconisation n° 2 : Interdite les enseignes sur clôture ou mur de clôture	49
5.2.4 Préconisation n° 3 : Réglementer les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol	49
5.2.5 Préconisation n° 4 : Réglementer les enseignes lumineuses, notamment numériques	49
5.2.6 Préconisation n° 5 : Fixer les horaires d'extinction nocturne	49
Partie VI : Explication des choix	50

Introduction

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a procédé à une refonte du droit de la publicité extérieure dont la portée se mesure notamment à l'occasion de l'institution par les communes ou leurs groupements d'un règlement local de publicité (RLP).

Ce document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, lorsqu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, a pour but, dans un objectif de protection du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale de la publicité (RNP) aux caractéristiques des territoires en permettant l'institution de règles plus restrictives que celles issues du RNP.

Aujourd'hui, ce sont les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) qui disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLPi). A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document.

Lillebonne est compétente pour élaborer un RLP puisqu'elle n'appartient pas à une communauté d'agglomération détenant la compétence en matière de PLU. La commune n'est pas dotée d'un règlement local de publicité.

Les évolutions tant législatives et réglementaires, qu'urbanistiques, commerciales et démographiques de la commune ont conduit son conseil municipal à prescrire, par délibération en date du 24 septembre 2015, l'élaboration de sa réglementation afin de mettre en conformité et de transférer le pouvoir de police au maire.

Le décret d'application de la loi 12 juillet 2010 du 30 janvier 2012 prévoit qu'un RLP est constitué au moins par :

- un rapport de présentation ;
- un règlement et ses documents graphiques ;
- des annexes (arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération, document graphique portant sur les limites d'agglomération).

Il est précisé que le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune. Prenant en compte les secteurs à forts enjeux environnementaux, architecturaux ou paysagers et l'harmonisation sur le territoire, il explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Partie I : Les objectifs du RLP de Lillebonne

Par délibération en date du 24 septembre 2015, la commune a donc prescrit l'élaboration de son règlement local de publicité (RLP).

Avec pour ligne directrice de traduire l'ambition de la ville en matière de publicité extérieure, les objectifs suivants ont été retenus:

Point 1 : Définir sous quelle forme la publicité peut être réintroduite dans la ZPPAUP, en cours de transformation en AVAP ;

Point 2 : Favoriser le cadre de vie et les économies d'énergie en maîtrisant les nouveaux modes de communication (numérique) ;

Point 3 : Harmoniser la publicité sur le territoire aggloméré ;

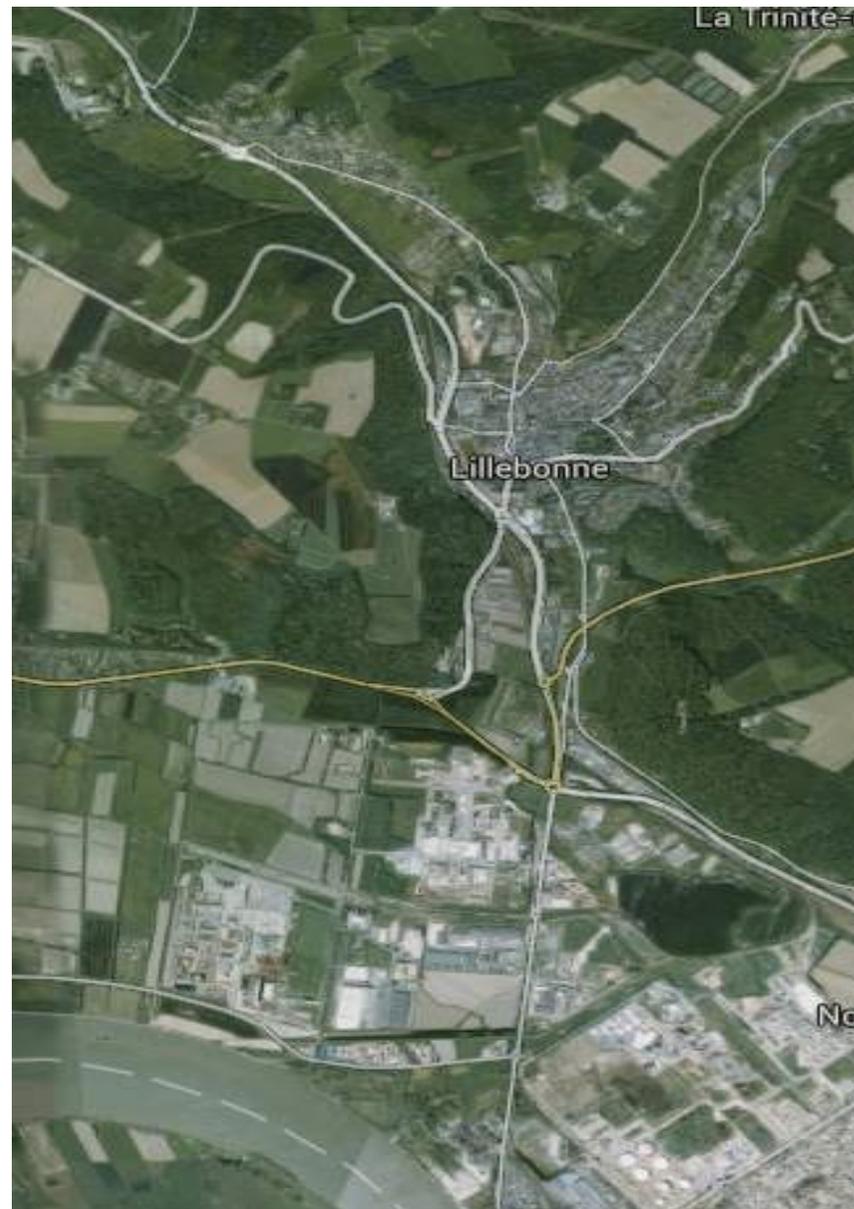
Point 4 : Assurer l'intégration des enseignes en préservant l'activité économique ;

Point 5 : Fixer les horaires d'extinction nocturne pour les publicités et les enseignes.

Orienté nord-sud, le territoire se divise en deux entités paysagères bien distinctes

Au nord, les coteaux boisés et l'agglomération située au confluent des vallées de la rivière Noire vers le Becquet et de la rivière de Lillebonne vers le Puits Maillé.

Au sud, la plaine alluviale de la Seine dédiée aux zones d'activités artisanales et aux activités pétrolières.





Perspective vers le nord sur la RD 17



Vue des coteaux vers l'est depuis la RD 173



Perspective rue Victor Hugo vers l'ouest



Place du général de Gaulle



Vue vers le nord depuis la route industrielle



Vue vers l'ouest depuis l'avenue de Port-Jérôme



Zone industrielle sur les bords de Seine – Perspective vue de Quilleboeuf

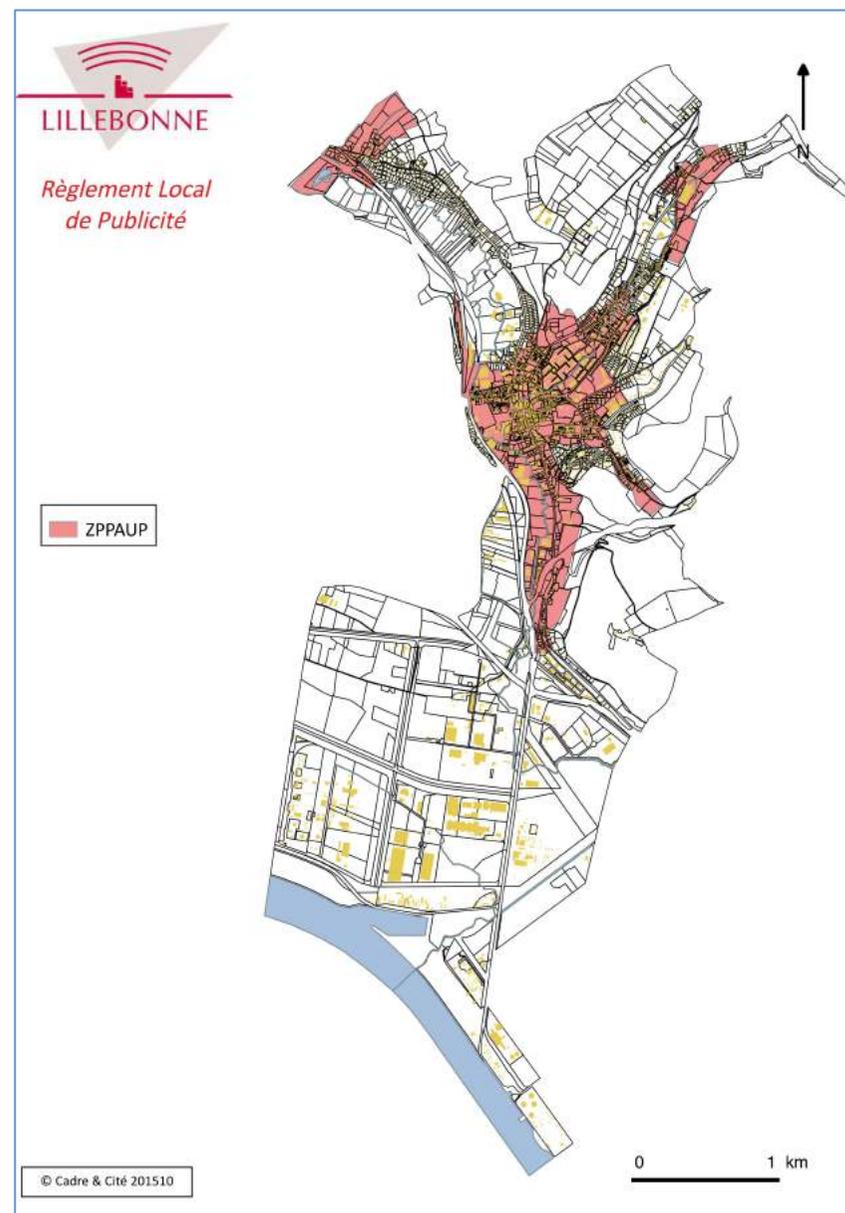
2.2 Le patrimoine bâti – l'AVAP

La ville a créé une zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager en 1992. Cette ZPPAUP a été transformée en aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) en 2015.

Les édifices classés au titre des monuments historiques se trouvent tous à l'intérieur de cette zone :



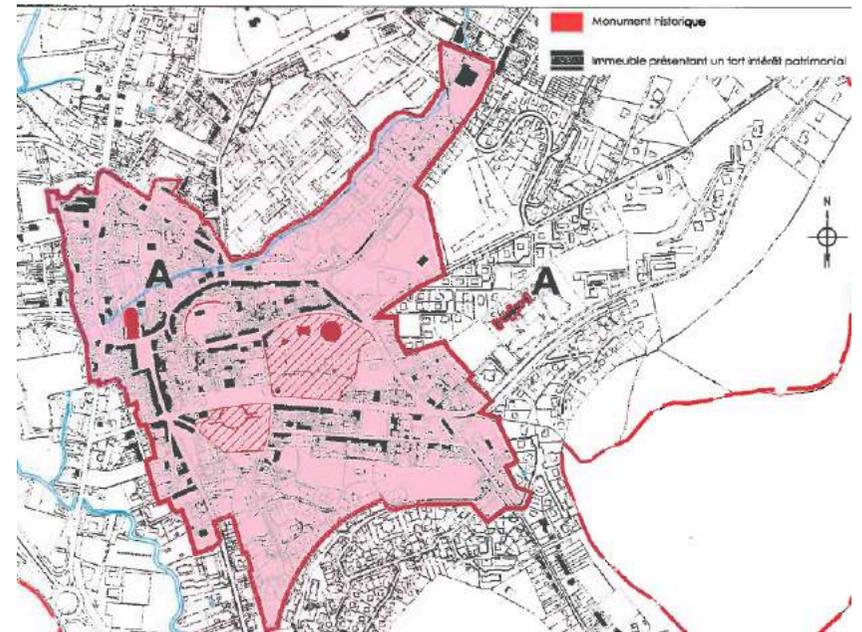
Église Notre Dame – Le clocher





Le théâtre antique est situé dans l'AVAP

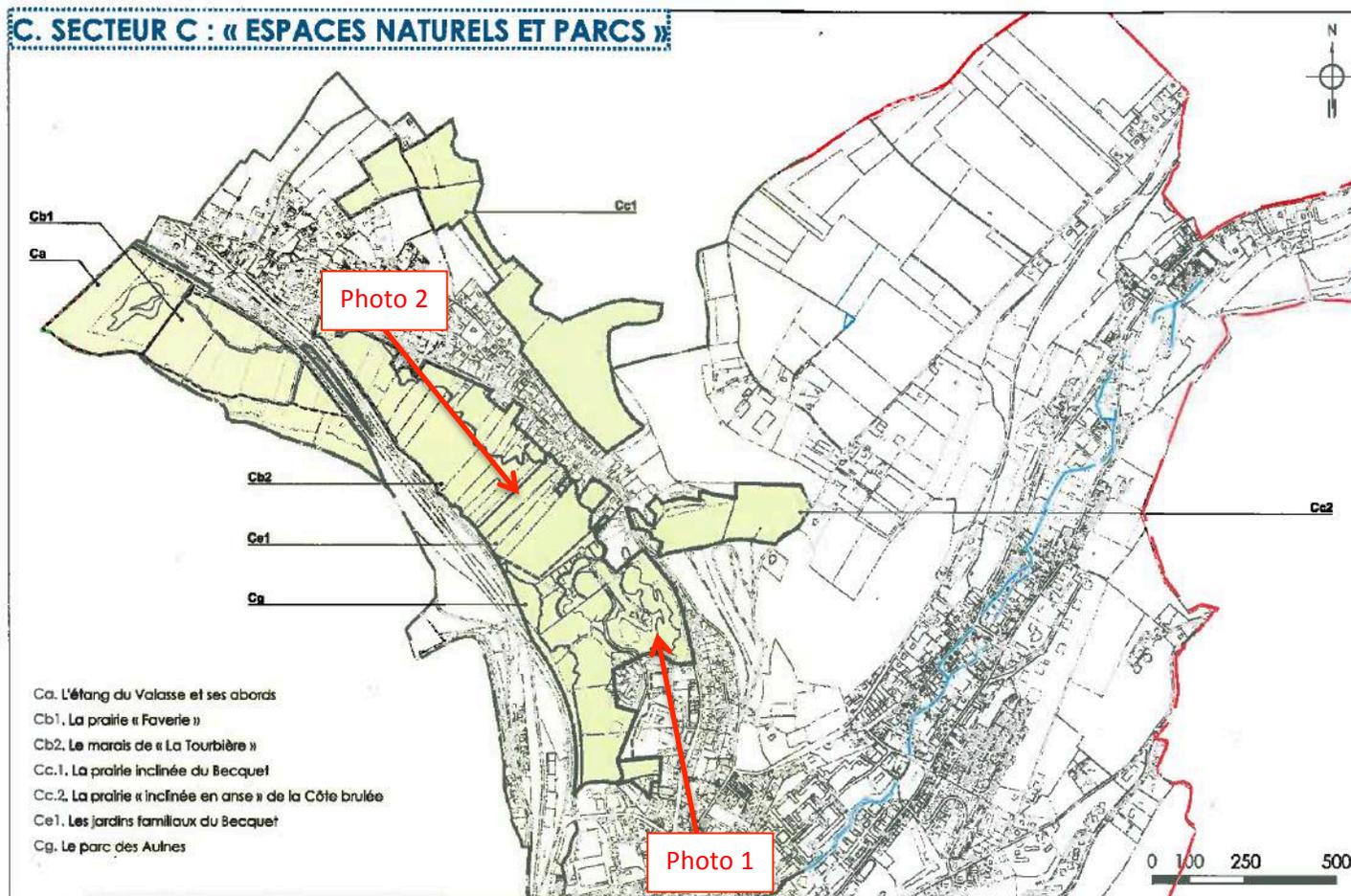
Sont également concernés par la protection les monuments historiques le donjon du château et la maison de maître rue Césarine (décors intérieurs).



Carte des monuments historiques (Source AVAP – Xavier Derbanne / Samuel Craquelin)

2.3 Les espaces naturels

Ils sont situés au nord-ouest du territoire communal,



Cartes des espaces naturels et parcs (Source AVAP – Xavier Derbanne / Samuel Craquelin)

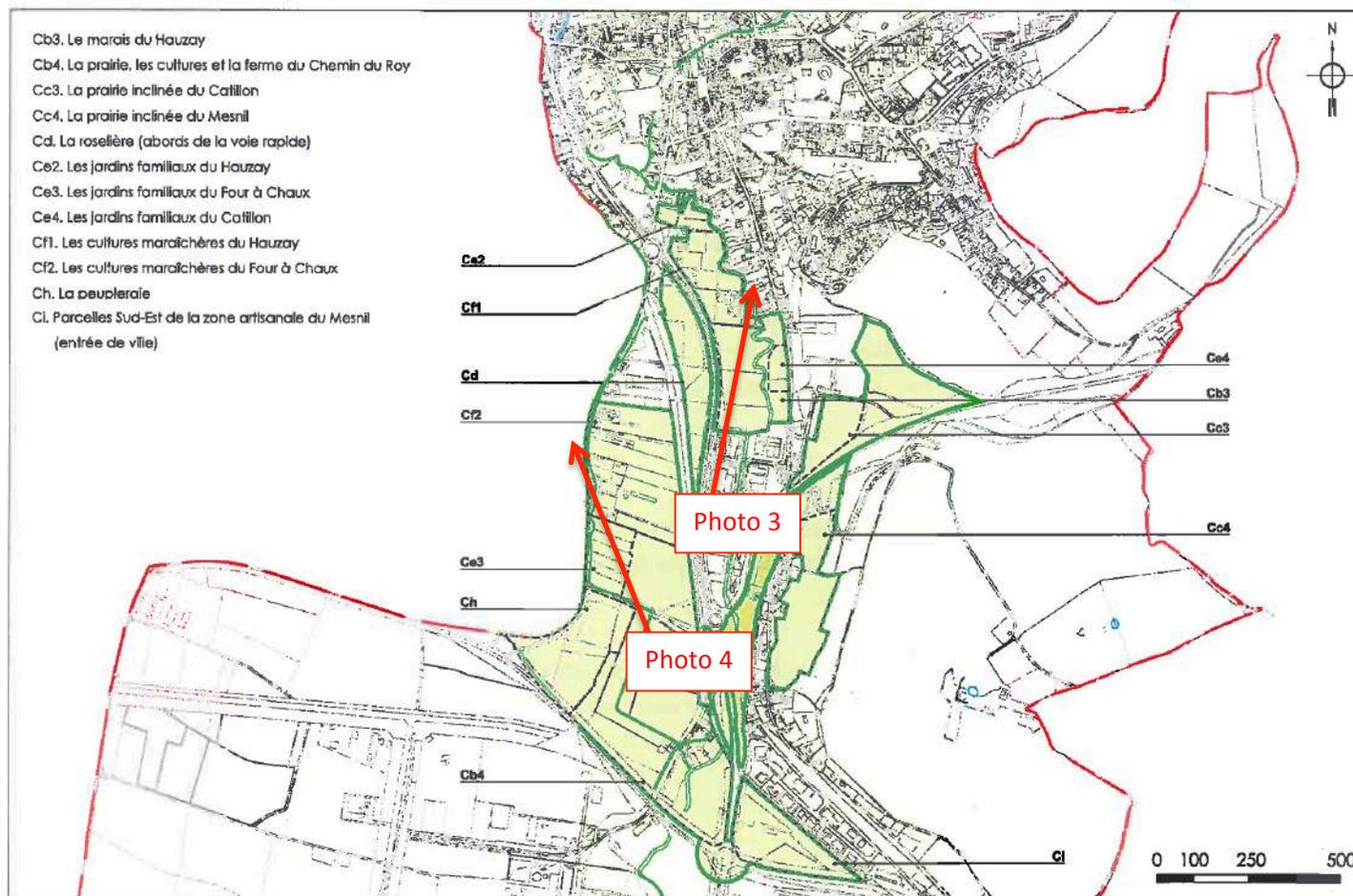


Vue du centre-ville - hôtel de ville - vers le nord-ouest (photo 1)



Perspective du nord-ouest - avenue Victor Bettencourt - vers le centre-ville (photo 2)

et également au centre de la commune.



Cartes des espaces naturels et parcs (Source AVAP – Xavier Derbanne / Samuel Craquelin)



Perspective vers le nord - route de Port-Jérôme - (photo 3)



Perspective vers le nord-ouest - route de Port-Jérôme - (photo 4)

2.4 Réseau viaire

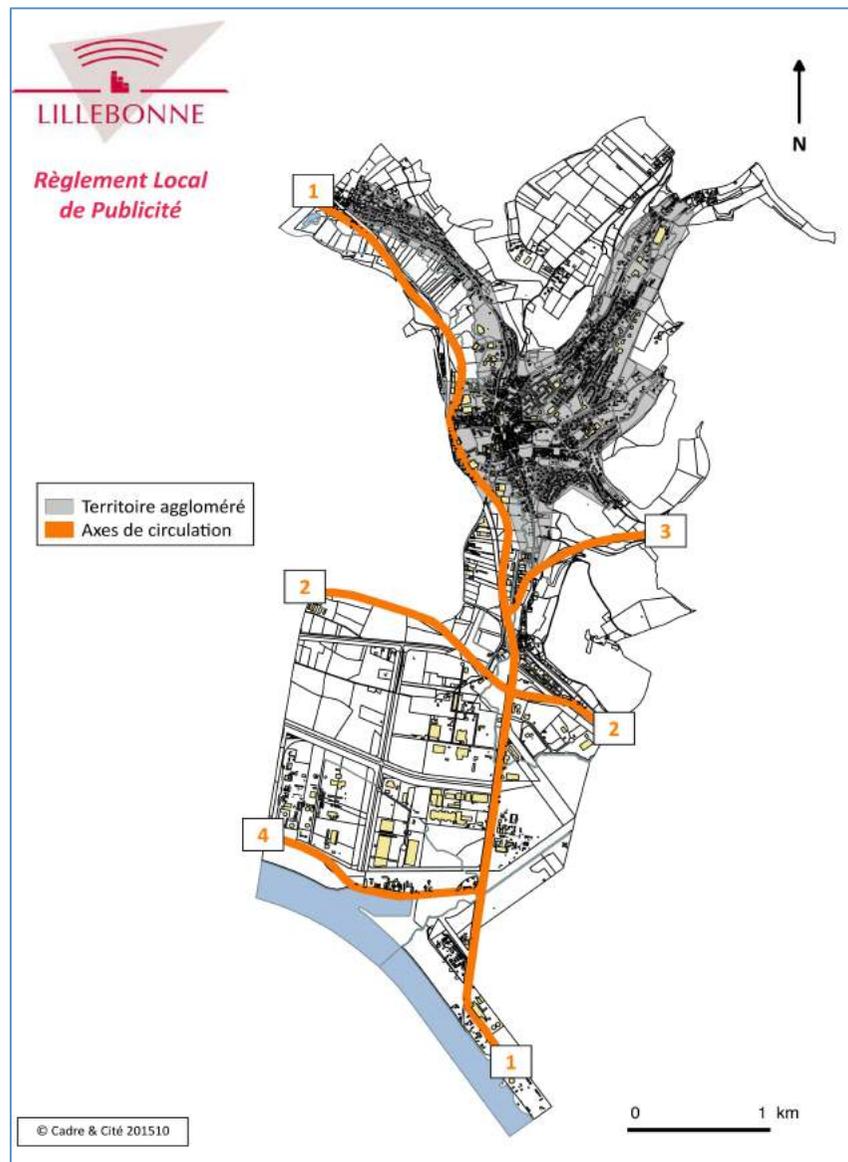
Le réseau routier de Lillebonne est composé de 4 axes principaux :

1. la RD 173 du nord (Bolbec) au sud (Quilleboeuf sur la rive gauche de la Seine). Cet axe de circulation très fréquenté est propice au développement de la publicité puisqu'il assure une forte visibilité pour les annonceurs ;
2. la RD 81 de l'est (Notre-Dame-de-Gravenchon) à l'ouest (Tancarville). Cet axe se situe au sud de la partie agglomérée du territoire ;
3. la RD 484 au nord-est qui part de la RD 173 vers la Frénaye ;
4. la route industrielle et portuaire, au sud le long de la Seine de la RD 173 vers Tancarville.

2.5 Données chiffrées

La population s'élève à 9 495 habitants (source INSEE de 2012).

La superficie de la commune est de 530 hectares.



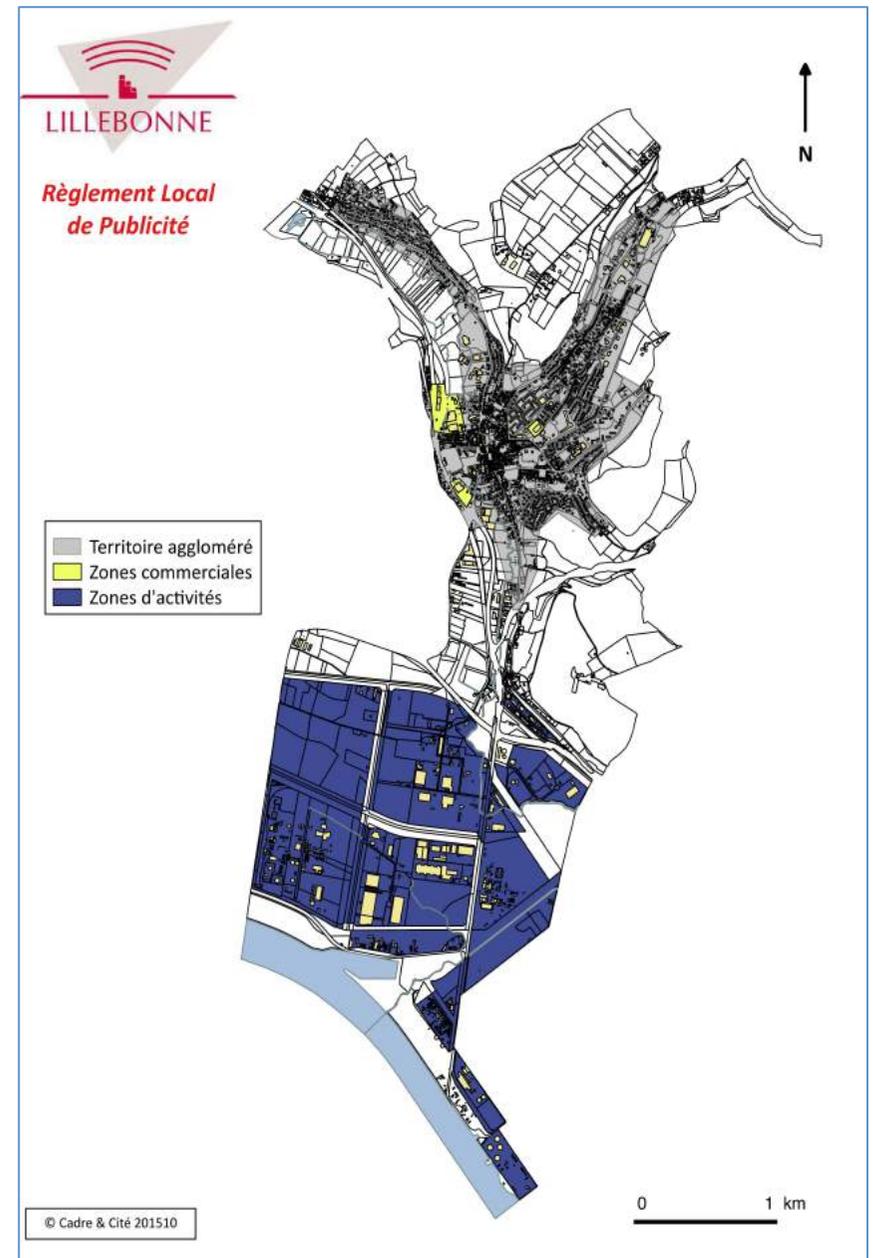
Les principaux axes structurant de Lillebonne

2.6 Activités économiques

Le centre-ville abrite des commerces de proximité, ainsi que quelques grandes surfaces de distribution alimentaires, bricolage, services en périphérie.



Centre- ville- Rue Gambetta



Les zones commerciales et d'activités



Périphérie centre-ville - Avenue du maréchal Leclerc

Les zones activités industrielles sont situées au sud de la ville, hors territoire aggloméré.



ZA Les Herbages – Activités industrielles



Zone d'activités Route industrielle et portuaire

L'enjeu essentiel de la réglementation à Lillebonne est la préservation de l'AVAP.

Partie III : La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité

3.1 Les principales étapes de la procédure

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur celle du PLU. Comme il a été indiqué, la commune de Lillebonne étant compétente en matière de PLU, elle l'est également en matière de RLP. La procédure d'élaboration de son règlement de publicité est donc placée sous l'autorité du maire.

La délibération prescrivant l'élaboration du règlement de publicité du 24 septembre 2015 a précisé les objectifs poursuivis (cf. partie I) et a défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLP (Art. L.123-6 du code de l'urbanisme). Celles-ci devront revêtir la forme suivante :

- la rédaction d'au moins un article dans le journal municipal consacré aux enjeux de cette élaboration ;
- une information sur le site internet de la commune ;
- une réunion avec les personnes publiques associées (PPA);
- une réunion avec les acteurs économiques locaux ;
- une réunion publique ;
- la mise à disposition d'un registre destinés aux observations de toute personne intéressée, en mairie au service Urbanisme Habitat et Gestion Foncière aux heures d'ouverture habituelles.

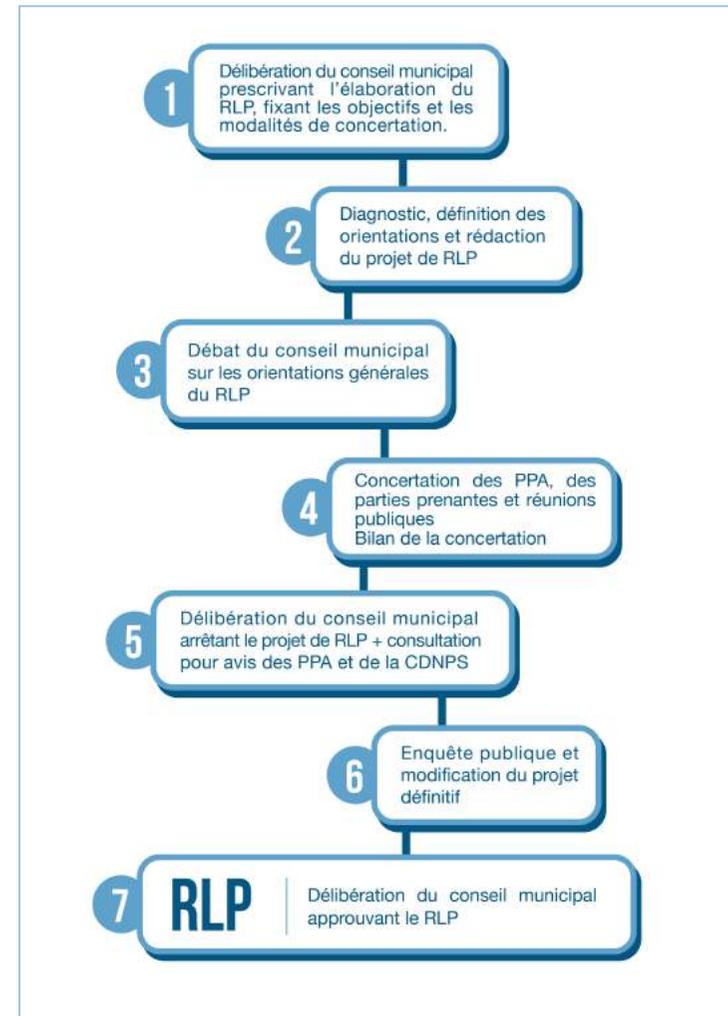
Cette délibération est notifiée aux personnes publiques associées (PPA). Le préfet transmet à la collectivité le porter-à-connaissance qui synthétise les recommandations de l'Etat pour le projet.

Parallèlement à l'élaboration du projet, un débat sur les orientations du règlement est organisé deux mois au moins avant son arrêt. Lors de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet est ensuite soumis pour avis aux PPA ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS). A la suite de quoi le projet, objet d'une enquête publique et éventuellement de modifications mineures pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, est définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, il entre en vigueur. Le RLP est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais n'est exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son entrée en vigueur que deux ans plus tard (art. R.581-

88 du code de l'environnement) et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du code de l'environnement). Les dispositifs qui ne sont pas conformes au règlement national ne disposent d'aucun délai.

La procédure d'élaboration du RLP est résumée dans le schéma ci-contre :



3.2 Les éléments constitutifs du RLP

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, lexique, etc.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure, à savoir la publicité, les préenseignes et les enseignes sur le territoire, en mesurant son impact sur le cadre de vie et en analysant leur conformité au RNP et au RLP. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport définit les orientations et objectifs en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il présente les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié.

La partie réglementaire comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables à la commune.

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones. A ceci s'ajoutent l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le document graphique les matérialisant.

3.3 Définitions

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.



Dispositifs destinés à recevoir de la publicité – Route de Saint-Romain
Bien que ne comportant pas d’affiche, ce sont des publicités

Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut donc générale. Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

- leurs conditions d’implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, sur bâches, publicité apposée sur du mobilier urbain) ;
- leur taille ;
- leur caractère lumineux ou non.



Publicité scellée au sol – Avenue du maréchal Leclerc



Publicité murale – Rue de la République



Publicité sur mobilier urbain – Rue de l'Etang



Affichage libre – Rue Goubermoulines



Affichage « sauvage » apposé sans l'autorisation du propriétaire
Bd de Lattre de Tassigny



Signalétique – Rue Thiers face mairie



Dispositifs de petit format (photo prise dans une commune autre que Lillebonne)

9

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s’y exerce » (article L.581-3 du code de l’environnement).

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d’implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes en toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol.



Enseigne murale à plat - Chemin de la Darse



Enseigne murale à plat – Rue Henri Messager



Enseignes perpendiculaires – Rue Gambetta



Enseignes perpendiculaires – Rue Victor Hugo



Enseigne scellée au sol – ZA Les Herbages



Enseigne scellé au sol – Avenue Victor Bettencourt



Enseigne lumineuse – Rue Victor Hugo



Enseigne numérique – Rue de la République au 1^{er} étage entre les fenêtres

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 du code de l'environnement).

Préenseignes et enseignes présentent de grandes similitudes en ce qu'elles ont pour objet de signaler une activité. Mais elles se distinguent par le fait que l'enseigne est implantée sur le lieu même de l'activité signalée, alors que la préenseigne est localisée plus loin, sur une autre unité foncière, et informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19 du code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier.



Préenseigne scellée au sol – Avenue du maréchal Leclerc



Préenseignes murales – Rue Henri Messager

Toutefois, parmi les préenseignes, existent des préenseignes dites « dérogatoires » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération.

Jusqu'au 13 juillet 2015, certaines activités pouvaient bénéficier de ces dispositifs dérogatoires. Ces exceptions sont désormais interdites.

A compter du 13 juillet 2015, pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.



Ancienne préenseigne dérogatoire illégale depuis le 13/07/2015- Le Becquet



Ancienne préenseigne dérogatoire illégale depuis le 13/07/2015 - Route de Radicate1



Préenseigne dérogatoire illégale- Le Becquet

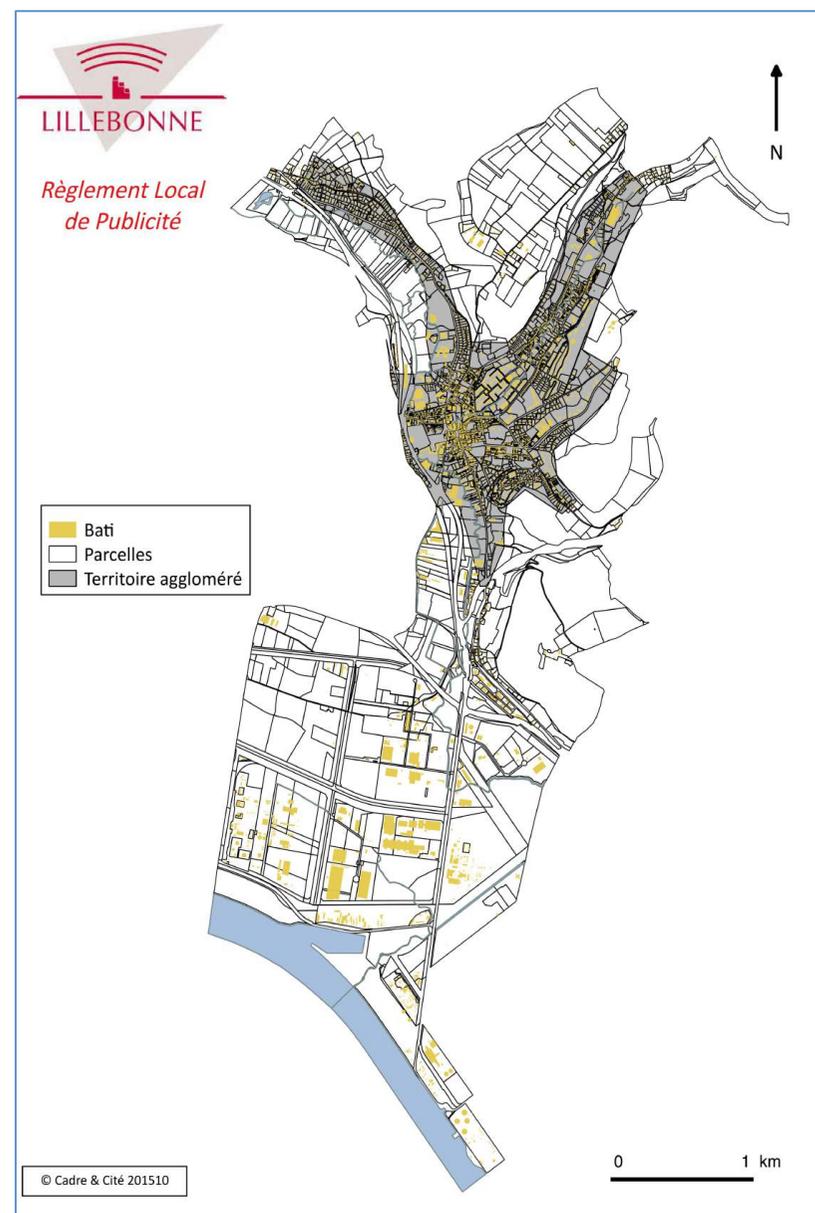
3.4 La question des limites d'agglomération

Le cadre réglementaire :

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'importance de cette détermination est renforcée par l'obligation d'annexer, au futur RLP, l'arrêté municipal fixant les dites limites, ainsi que le document graphique afférent.

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du code de la route qui prévoit qu'il s'agit du secteur où sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et signalé par des panneaux d'entrée et de sortie (EB-10/EB-20).

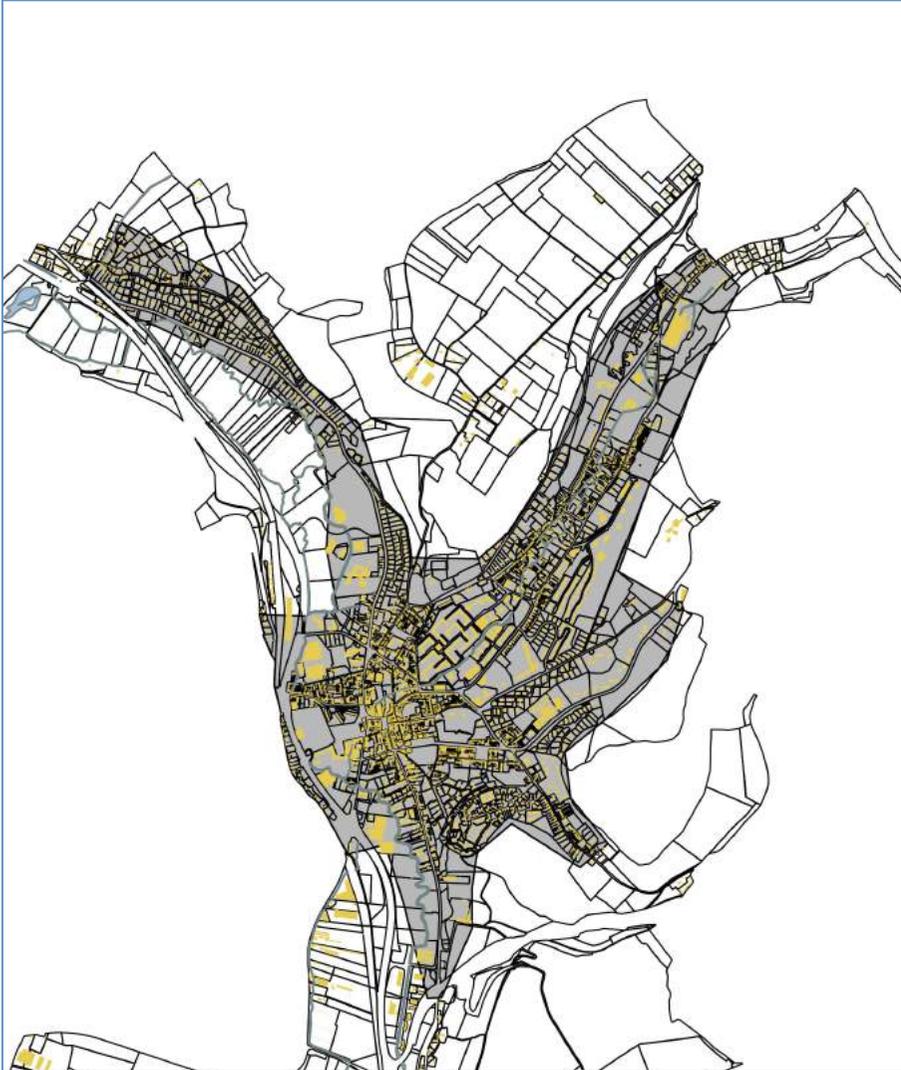
La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, il convient de vérifier que les panneaux sont correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.



Le territoire aggloméré de Lillebonne

La situation de Lillebonne :

Certaines zones nécessitent de préciser les limites d'agglomération, plus particulièrement vers les parcs d'activités du Manoir et du Mesnil ou avenue René Coty.



Extrait de la carte du territoire aggloméré (Source Cadre & Cité)



avenue René Coty (panneau EB 20)



avenue du Mesnil (panneau EB 10)

Dans le cadre de l'élaboration du RLP, les limites d'agglomération ont été vérifiées et sont correctement fixées.

Partie IV : Le diagnostic

Le diagnostic a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Cette analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Elle s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public :

- La publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec le bâti et les plantations, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique ;
- La qualité de vie des riverains et des usagers de l'espace public : nuisances visuelles, intrusions, pollutions diverses ;
- L'impact des dispositifs lumineux et numériques s'il y a lieu.

4.1 Étude terrain

Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée à son territoire, la ville de Lillebonne a souhaité que l'intégralité de sa surface agglomérée soit analysée. Il a donc été procédé à un relevé exhaustif des publicités, des préenseignes et des enseignes sur tous les axes et les rues de la commune.

4.1.1 Les chiffres clef de la publicité

Le recensement des publicités et préenseignes s'est déroulé en juillet/août 2015.

Le mobilier urbain est compris dans l'étude.

Le nombre de dispositifs relevés effectués s'élève à **75** dont 13 double-face. Ceci représente 98 faces publicitaires.

Les différentes caractéristiques de chaque dispositif sont regroupées sous forme de fiche individuelle (modèle ci-contre).

Ce recensement donne une connaissance parfaite de la structure de la publicité sous les aspects :

- Typologie
- Légalité
- Qualité
- Lieux d'implantation
- Impacts

Chaque emplacement a fait l'objet d'une fiche.

 14/10/2015

Lillebonne
76170

Numéro du panneau :	<input type="text" value="46"/>	Date de déclaration préalable :	<input type="text" value="_/_/"/>
		Date d'installation :	<input type="text" value="_/_/"/>
		Date de retrait :	<input type="text" value="_/_/"/>

Adresse :

Code postal : Ville :

Société :

Adresse locale de la société :

Propriété :	<input type="text" value="Privé"/>	Format :	<input type="text" value="12"/>
Support :	<input type="text"/>	Autre format :	<input type="text" value="0,00"/>
Scellé :	<input type="text" value="Double face"/>	Mécanique du panneau :	<input type="text"/>
Pied :	<input type="text" value="Bipied"/>	Eclairage :	<input type="text"/>
Mobilier Urbain :	<input type="text"/>		
Autre mobilier :	<input type="text"/>		

Légalité :

Illégalité :

Autre infraction :

Commentaire :

Code attribué par la société exploitante :





Date de création de la fiche panneau : Date de modification de la fiche panneau :

Nombre de fiches : 1

1/1

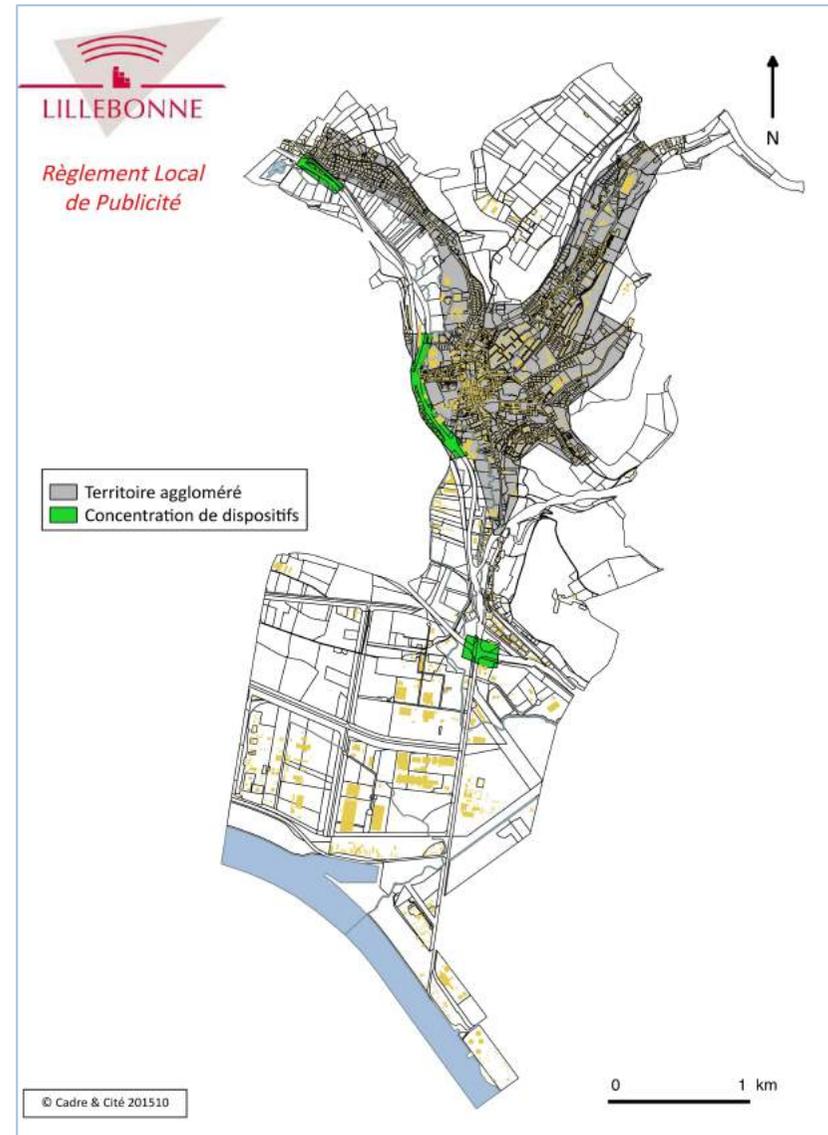
Exemple de fiche de recensement

La répartition géographique des publicités est la suivante et laisse apparaître de fortes concentrations.

Secteur	Nombre de dispositifs
Le Becquet	10
Avenue du maréchal Leclerc	30
Rond-Point du Mesnil	5
TOTAL	45

La concentration de plus de la moitié des dispositifs est située sur la RD 173, en agglomération (avenue du maréchal Leclerc) ou hors agglomération (au nord le Becquet et au sud au rond-point du Mesnil).

Les autres dispositifs (30), y compris le mobilier urbain (10) sont disséminés sur le reste du territoire aggloméré.



Principales localisations des dispositifs publicitaires

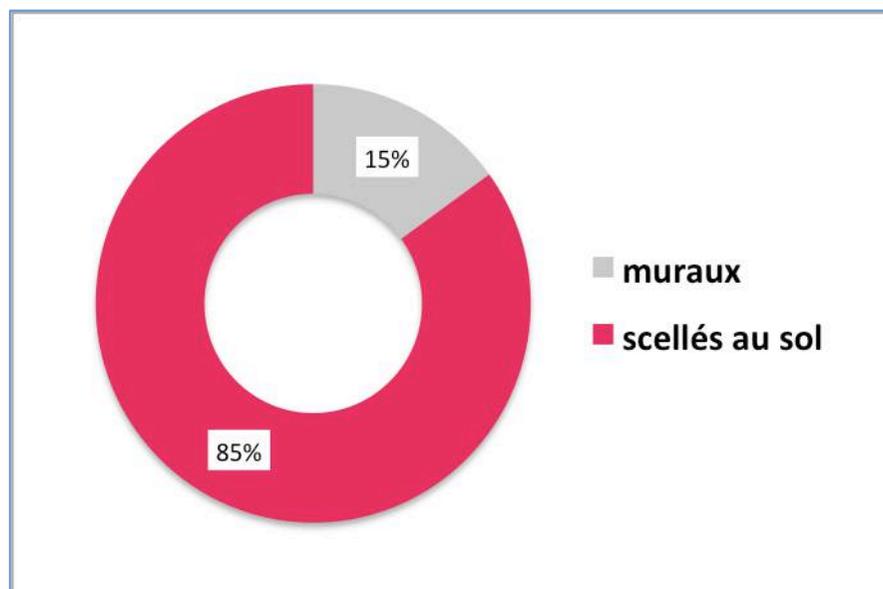
4.1.2 Typologie des dispositifs publicitaires

Les dispositifs sont soit installés sur mur (mural) soit scellés au sol.

Les dispositifs de grande surface (12 m² et 8 m²) historiquement très utilisés par les sociétés de publicité extérieure, sont présents sur l'avenue du maréchal Leclerc.

Dans les rues moins significatives en matière de déplacement, divers types de mobiliers sont installés.

Total des dispositifs	Muraux	Scellés au sol
75	11	64
100 %	15 %	85 %

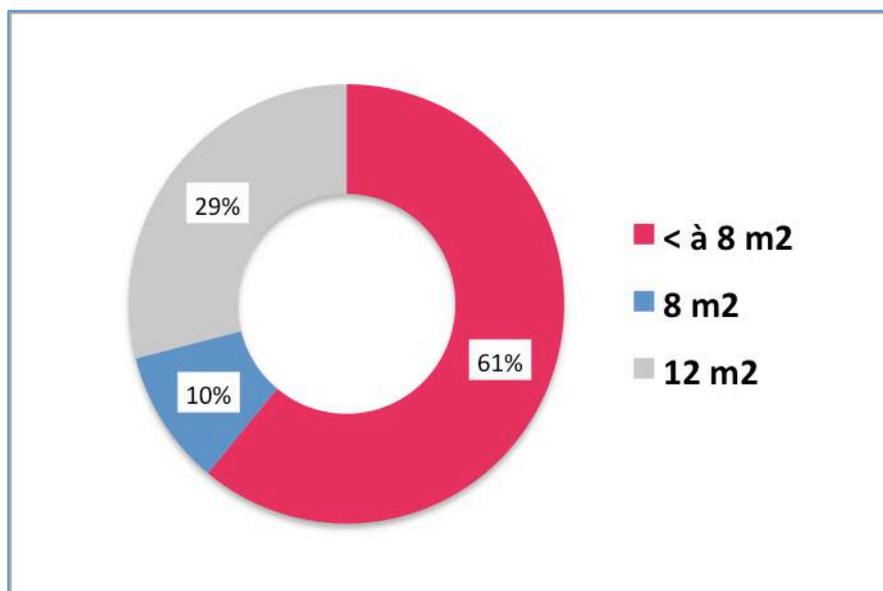


Répartition des dispositifs par support

On constate le très faible pourcentage de dispositifs muraux, la principale attractivité commerciale pour la publicité se situant hors du centre-ville.

La segmentation par surface est la suivante :

Surface	< à 8 m ²	8 m ²	12 m ²
Nombre	46	6	23
%	61	10	29



Répartition des dispositifs par format

10 mobiliers urbains d'une surface de 2 m², communication ou abri-voyageurs, sont recensés.

Seul le mobilier urbain est éclairé par projection ou transparence. L'absence de publicité lumineuse de type numérique est à remarquer.

4.1.3 Les chiffres clef des enseignes

1 000 enseignes pour **280** établissements environ ont été recensées sur la totalité du territoire communal.

Les différents types d'enseignes sont :



à plat



perpendiculaire



caisson



scellées au sol



lumineuse

4.2 Les règles du RNP applicables sur le territoire de Lillebonne

L'INSEE dresse la liste des communes qui sont membres d'unités urbaines et indique, pour chacune d'entre elles, le chiffre de leur population.

Pour Lillebonne, les données INSEE sont les suivantes (source INSEE 2010 - mises à jour en 2012) :

Code géographique de l'unité urbaine	Libellé de l'unité urbaine	Unité urbaine internationale	Nbre de communes	Population municipale 2007	Taille de l'unité urbaine	Type d'unité urbaine
76402	Lillebonne	0	4	20 271	4	2

Département - commune	Libellé de la commune	Région	Dpt	Type de commune	Statut de la commune	Population municipale 2007
76281	La Frénaye	23	76	URBAIN	B	1 779
76384	Lillebonne	23	76	URBAIN	C	9 495
76476	Notre-Dame-de-Gravenchon	23	76	URBAIN	C	8 254
76712	La Trinité-du-Mont	23	76	URBAIN	B	743

Lillebonne est donc une commune de 9 495 habitants faisant partie d'une unité urbaine de 20 271 habitants (source INSEE 2007). Le recensement INSEE de 2012 fait apparaître une population de 8 926 habitants.

De ce fait, Lillebonne ayant moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, c'est le régime des villes de moins de 10 000 habitants qui s'applique.

En matière de publicité :

La publicité est donc admise dans les conditions les plus restrictives de la réglementation nationale :

- surface jusqu'à 4 m² ;
- sur mur aveugle uniquement ;
- la hauteur par rapport au sol restant inférieure à 6 m.

La publicité sur bâches est interdite.

La publicité lumineuse autre que la publicité éclairée par projection ou transparence est interdite.

En matière d'enseigne :

La seule règle applicable aux enseignes tenant compte de l'importance de la population de la commune concerne les enseignes scellées au sol qui ne peuvent dépasser une superficie de 6 m².

Tous les autres types d'enseigne peuvent être installés sous réserve de respecter les règles fixées par le RNP.

Ainsi, les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées, ne pas dépasser 3 m de haut ni une superficie maximale cumulée de 60 m².

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires à la façade qui les supportent ne doivent pas dépasser une superficie cumulée supérieure à 15 % de la superficie de la dite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50 m² ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m².

4.2.1 La situation de la publicité au regard du RNP

Les infractions au code de l'environnement sont très nombreuses.

La publicité est interdite sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures de surface < à 0,50 m².

Dispositifs muraux	Infractions
11	6

La surface des dispositifs sur mur ou mur de clôture de surface doit être inférieure ou égale à 4 m².



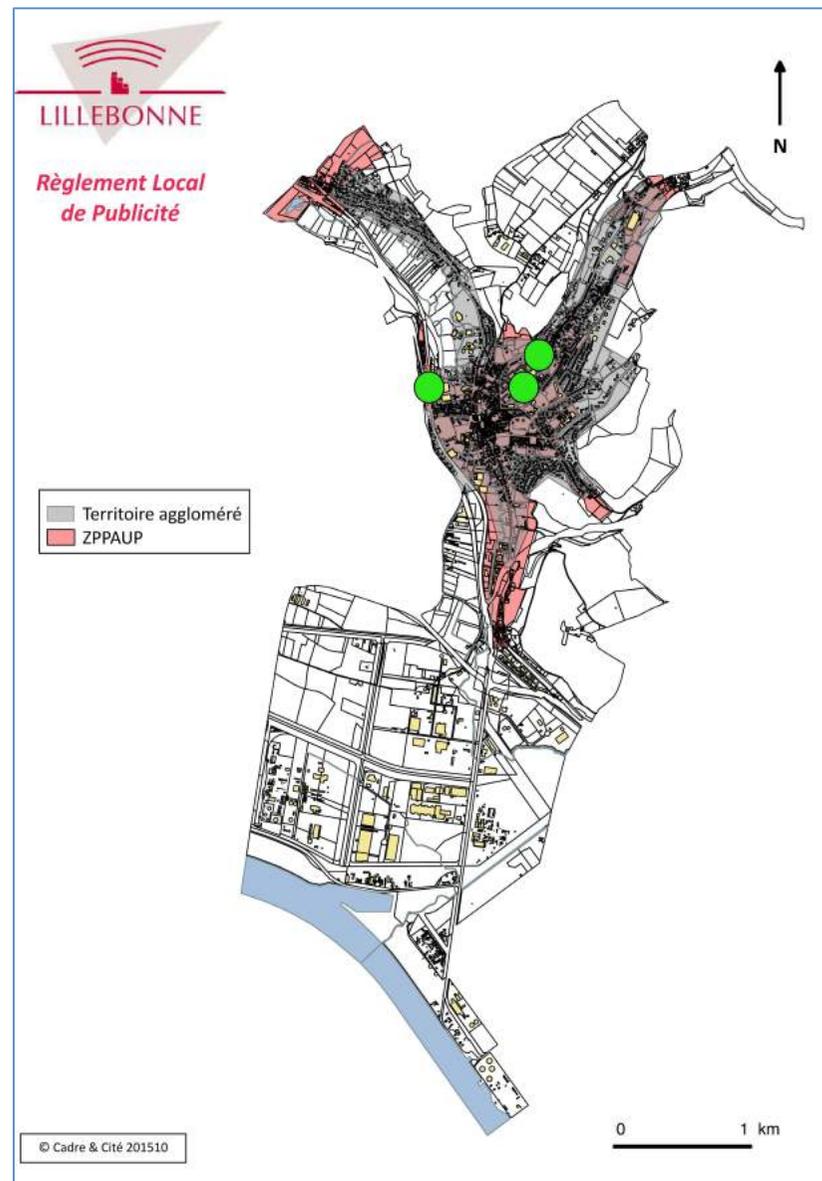
Dispositifs sur mur non aveugle (illégaux) - Rue Henri Messenger



Surface > à 4 m² (illégaux) -Avenue du maréchal Leclerc

Toute forme de publicité est interdite sur le périmètre d'une aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine. (Art. L581-8, I, 6^e alinéa).

Les 5 dispositifs muraux restant se situent dans la zone couverte par l'AVAP.
Tous ces dispositifs sont donc illégaux.



Localisation des 5 dispositifs muraux dans l'AVAP.

La majorité des dispositifs publicitaires installés sur le territoire de Lillebonne est scellée au sol et donc en infraction.

Sur les 64 dispositifs scellés au sol, 19 sont hors agglomération et sont des anciennes préenseignes dérogatoires.

Préenseignes dérogatoires	Interdites depuis le 13 juillet 2015
19	19

Principalement installées au Becquet, route de Radicatel et à proximité du rond-point du Mesnil, ces dispositifs sont illégaux depuis le 13 juillet 2015.



Préenseignes illégales depuis le 13 juillet 2015 : Le Becquet et Radicatel

Les 45 dispositifs restant, situés en agglomération, sont illégaux.

Le mobilier urbain, compris dans ces 45, situé dans l'AVAP est en infraction avec l'interdiction qui est faite d'y installer de la publicité.

Dispositifs scellés au sol en agglomération	Infractions
45	45



Dispositifs scellés au sol illégaux – Avenue du maréchal Leclerc

100 % des dispositifs installés sur le territoire de Lillebonne sont illégaux.

4.2.2 La situation des enseignes au regard du RNP

Un certain nombre d'enseignes scellées au sol ne respectent pas les prescriptions de l'article R.581-65 et dépassent 6 m² de surface ou 6,5 m de hauteur. D'autres sont irrespectueuses de l'art. R.581-64 sur la règle du H/2* par rapport à la propriété voisine ou de la limitation à 1 enseigne scellée au sol par voie bordant l'établissement.

* /.../ 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.



Avenue du maréchal Leclerc - enseigne scellée au sol illégale : surface > à 6 m²



Rue Desgénétais - enseigne scellée au sol hauteur > à 6,5 m



Rue le la République - enseigne scellée au sol ne respecte pas le H/2



Route du bord de Seine - enseignes scellées au sol > à 1

La surface des enseignes à plat est limitée à 25 % de la totalité de la façade commerciale lorsque la surface de la-dite façade est inférieure à 50 m² (Art.R.581-63).

Les enseignes doivent être supprimées dans les trois mois suivant la cessation d'activité (art R.581-58).

Les enseignes en façade ne peuvent pas dépasser la ligne d'égout du toit (art. R.581-60).

Les enseignes en toiture doivent présenter des lettres découpées.



Rue Victor Hugo – Surface > à 25 % (illégal)



Rue du Havre – Enseignes maintenues après cessation d'activité (illégal)



Rue Edmond Pigoreau – L'enseigne dépasse la ligne d'égout du toit (illégal)



Rue Henri Messager – Enseigne en toiture sans lettres découpées (illégal)

4.3 Impact des publicités

Les publicités ont un très fort impact sur l'environnement qui leur est proche. Plus particulièrement celles-situées le long de l'avenue du maréchal Leclerc au pied du coteau boisé.

4.4 Impact des enseignes

Les surcharges sur certains sites, les enseignes installées sur clôture, le non-respect de l'architecture des bâtiments sur lesquels elles sont apposées constituent des perturbations dans la lecture et la lisibilité de la ville



Rue Henri Messager – Surcharge



Rue Auguste Desgénétais - Enseignes sur clôture



Rue Gambetta - Dégradation de l'architecture - les fenêtres du 1^{er} étage sont masquées

Partie V : Premières préconisations

Au vu des objectifs fixés par la commune et des éléments du diagnostic, il est possible de définir les premières préconisations tant en matière de publicité que d'enseigne.

5.1 Préconisations en matière de publicité

5.1.1 Préconisation n° 1 : Réintroduire la publicité dans l'AVAP

Dans l'AVAP, la publicité est interdite. Il est proposé de la réintroduire sur le mobilier urbain, en limitant la surface à 2 m², et sur les chevalets.

5.1.2 Préconisation n° 2 : Travailler la densité

Sur le territoire aggloméré, hors AVAP, un seul dispositif par mur support est autorisé.

5.1.3 Préconisation n° 3 : Fixer les horaires d'extinction nocturne

La règle nationale (1h à 6 h) doit être adaptée à Lillebonne. Les horaires d'extinction de 23h à 7 h sont proposés.

5.2 Préconisations en matière d'enseigne

5.2.1 Préconisation n° 1 : Réglementer les enseignes en façade

Afin de préserver l'architecture, Il est préconisé de réglementer les surfaces et dispositions sur les immeubles.

5.2.3. Préconisation n° 2 : Réglementer les enseignes sur clôture ou mur de clôture

Pour pallier les installations dégradantes de ces enseignes, il est recommandé de les réduire en nombre.

5.2.4 Préconisation n° 3 : Réglementer les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Il est proposé de reprendre les règles nationales qui sont très restrictives. Il sera utile cependant de déterminer une forme commune pour éviter un effet de disparité.

5.2.5 Préconisation n° 4 : Réglementer les enseignes lumineuses, notamment numériques

Les enseignes numériques ont vocation à se développer. Il est préconisé de les soumettre à un régime tenant compte de leurs lieux d'implantation.

5.2.6 Préconisation n° 5 : Fixer les horaires d'extinction nocturne

Dans un objectif de cohérence, de simplification et d'économies d'énergie, les horaires prévus pour la publicité s'appliqueront aux enseignes.

Partie VI : Explication des choix

Le RLP est divisé en deux parties.

La première concerne les règles générales qui sont applicables à l'ensemble du territoire aggloméré, destinées à cadrer les implantations, formes, horaires d'extinction des différents dispositifs.

La deuxième détermine spécifiquement les règles particulières par zone.

Les règles générales :

Lillebonne étant une commune de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les règles du code de l'environnement en matière de publicité sont très restrictives. Principalement, la publicité scellée au sol est interdite et la surface maximum des publicités murales est limitée à 4 m². Le RLP ajoute pour sa part des règles qualitatives, afin que les publicités prennent place de manière harmonieuse sur les supports : Les publicités sont interdites sur toutes les formes de murs de clôture et clôtures afin de ne pas dénaturer ces composantes du paysage et doivent respecter les éléments de décoration de l'architecture des pignons ou façades : Les publicités ne doivent pas recouvrir la modénature ou les chainages d'angle.

L'installation des préenseignes temporaires, souvent anarchique, est encadrée dans le temps : la durée pendant laquelle elles peuvent être installées est réduite. Le RNP prévoit 3 semaines avant l'évènement et une semaine après, le RLP abaisse la durée à 10 jours avant et 3 jours après. Ce choix diminue le nombre de préenseignes visibles concomitamment, nettoyant le paysage tout en rendant leur perception plus efficace.

En matière d'enseignes, les règles déterminent les lieux d'interdiction ou de restrictions d'installation. Comme pour les publicités, une restriction est apportée sur clôtures et les murs de clôtures où les enseignes sont limitées en nombre mais toutefois pas totalement interdites pour permettre aux entreprises de signaler leur présence. Afin de respecter la végétation, les enseignes sont interdites sur les arbres et plantations.

La possibilité de demander au propriétaire, à défaut du commerçant, la suppression des dispositifs après cessation de l'activité est rappelée.

Les horaires d'extinction pour la publicité et les enseignes sont identiques, pour obtenir une harmonisation sur la commune. Afin de contribuer aux économies d'énergie, la plage horaire d'extinction du RNP (1h-6h) est allongée : 23h-7h.

Publicité : Explication des choix

Zone 1:

Cette zone correspond à l'aire de l'AVAP en agglomération.

Ce secteur est fortement protégé par le code de l'environnement, puisque toute forme de publicité y est interdite, l'interdiction pouvant toutefois être levée par le RLP. La collectivité souhaite pouvoir disposer d'outils de communications et favoriser l'animation commerciale. Aussi le RLP ouvre-t-il la possibilité d'implanter des mobiliers urbains supportant de la publicité et permet-il aux commerçants d'installer des chevalets. De même, les dispositifs de petit format sont réintroduits pour leur participation à l'animation commerciale de la zone. Leur surface cumulée est limitée à la moitié de celle autorisée par le code de l'environnement.

Zone 2 :

Cette zone couvre le territoire aggloméré hors secteur AVAP. La publicité y trouve sa place, avec une précision pour la densité afin de prévenir la multiplication des dispositifs sur un mur : deux publicités au maximum peuvent être installées par unité foncière.

Enseignes : Explication des choix

Zone 1:

L'intégration des enseignes dans l'architecture est un élément constitutif de préservation de la qualité environnementale. Les règles fixent le positionnement, le nombre et la forme que doivent prendre les enseignes en façade. Les enseignes numériques voient leur surface réduite à 2m², le RNP ne fixant pas de surface maximum.

La hauteur et la surface des enseignes scellées au sol sont réduites pour limiter leur impact dans les perspectives.

Zone 2 :

Secteur hors AVAP, les règles d'intégration restent identiques à celle de la zone 1, pour ne pas créer de rupture dans la ville. Cependant, la nature du territoire permet de fixer, pour les enseignes scellées au sol, de plus amples dimensions. Elles se conforment en surface totale aux 6 m² du RNP.

La surface des enseignes numériques en façade est portée à 8 m².