

Département du Val d'Oise

Commune de Domont



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

Tome 1 : Rapport de présentation

*Vu pour être annexé à la délibération du Conseil
Municipal du 28 septembre 2023*

Table des matières

Table des matières.....	2
Table des illustrations photographiques et cartographiques	3
Introduction	4
Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure.....	6
1. Définitions	7
a) <i>Le Règlement Local de Publicité</i>	<i>7</i>
b) <i>Les dispositifs visés par le code de l'environnement.....</i>	<i>7</i>
c) <i>La notion de surface unitaire.....</i>	<i>9</i>
d) <i>La notion d'agglomération</i>	<i>9</i>
e) <i>La notion d'unité urbaine</i>	<i>13</i>
2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	13
a) <i>Les interdictions absolues.....</i>	<i>13</i>
b) <i>Les interdictions relatives</i>	<i>16</i>
3. Règles applicables au territoire communal	19
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	22
a) <i>L'autorisation préalable.....</i>	<i>22</i>
b) <i>La déclaration préalable.....</i>	<i>22</i>
5. Compétences en matière de publicité extérieure	22
6. Délais de mise en conformité	23
Enjeux liés au parc local de publicité extérieure.....	24
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes.....	24
a) <i>Généralités</i>	<i>24</i>
b) <i>Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain</i>	<i>27</i>
c) <i>Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....</i>	<i>32</i>
d) <i>Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture</i>	<i>36</i>
e) <i>La densité publicitaire</i>	<i>38</i>
f) <i>Les bâches publicitaires</i>	<i>40</i>
g) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales</i>	<i>42</i>
h) <i>Les dispositifs de dimensions exceptionnelles</i>	<i>43</i>
i) <i>Les publicités et préenseignes lumineuses</i>	<i>43</i>
2. Les enjeux en matière d'enseignes.....	49
a) <i>Généralités</i>	<i>49</i>
b) <i>Les enseignes parallèles au mur.....</i>	<i>52</i>
c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur.....</i>	<i>54</i>
d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale.....</i>	<i>57</i>
e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	<i>59</i>
f) <i>Les enseignes sur clôture</i>	<i>63</i>
g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.....</i>	<i>65</i>
h) <i>Les enseignes lumineuses</i>	<i>68</i>
i) <i>Les enseignes temporaires</i>	<i>71</i>
Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure	74
1. Les objectifs	74
2. Les orientations	74
Justification des choix retenus	75
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	75
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	78

Table des illustrations photographiques et cartographiques

Agglomérations identifiées sur la commune de Domont	12
Photographies de l'Église Sainte-Madeleine, monument historique classé engendrant l'interdiction absolue de publicité sur la commune de Domont	14
Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune de Domont.....	18
Synthèse des règles relatives aux publicités et préenseignes dans le RLP caduc de la commune de Domont	20
Synthèse des règles relatives aux enseignes dans le RLP caduc de la commune de Domont.....	20
Plan de zonage du RLP caduc de Domont	21
Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de Domont	26
Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public	28
Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public.....	28
Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches.....	29
Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.....	29
Publicités supportées par un abri destiné au public (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales (photo de droite)	31
Panneau numérique d'affichage communal non publicitaire (cliché de gauche) et dispositif dit « d'affiche libre » occupée indument par de la publicité (cliché de droite).....	31
Exemples de publicités et préenseignes scellées au sol.....	33
Publicités scellées au sol présentant un grand format.....	35
Exemples de préenseignes apposées sur un mur aveugle et une clôture non aveugle	37
Cartographie de la pollution lumineuse en France.....	44
Panneau publicitaire scellé au sol éclairé par projection (photo de gauche) et panneau numérique d'affichage communal non publicitaire (cliché de droite).....	47
Localisation des enseignes sur la commune de Domont	51
Exemples d'enseignes parallèles au mur recensées à Domont	53
Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Domont.....	56
Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Domont.....	58
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol à Domont	60
Exemple d'enseigne inférieure ou égale à 1 m ² scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	63
Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Domont	65
Exemples d'enseignes sur toiture identifiées à Domont.....	66
Exemple d'enseigne éclairée par projection relevée à Domont	69
Exemples d'enseignes numériques recensées à Domont	70
Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED à Domont.....	71
Plan de zonage « publicité » de la commune de Domont	77
Plan de zonage « enseigne » de la commune de Domont.....	80

Introduction

La commune de Domont regroupe 15 685 habitants¹. Elle se situe dans le département du Val d'Oise en région Île-de-France.

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 d'harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et les 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).

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 ;

¹ Données INSEE de population légale millésimée 2020 en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2022

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

- 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 janvier 2021⁵.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des 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 PLU, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune de Domont disposant de la compétence en matière de PLU⁷, l'élaboration ou la révision du règlement local de publicité lui revient.

Le RLP est élaboré sur la même base normative que les PLU 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 RLP 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 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 communal, définit des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui seront décrits, expliqués et justifiés par ledit document.

⁵ Article L581-14-3 du code de l'environnement modifié par la loi du 17 juin 2020

⁶ Article L581-14 du code de l'environnement

⁷ Article L5219-5 alinéa I du code général des collectivités territoriales

Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de publicités, enseignes et préenseignes 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 (sauf exception). 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, le contenu des publicités, enseignes et préenseignes 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 contenu diffusé par les publicités, enseignes et préenseignes telles que 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 RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes concernées par le RLP⁸. 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 RLP. 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 comme c'est le cas à Domont où un Périmètre Délimité des Abords (PDA) de l'église Sainte-Madeleine est en vigueur.

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

⁹ Article L621-30 du code du patrimoine

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.

1. Définitions

a) Le Règlement Local de Publicité

Le RLP 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 RLP 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).

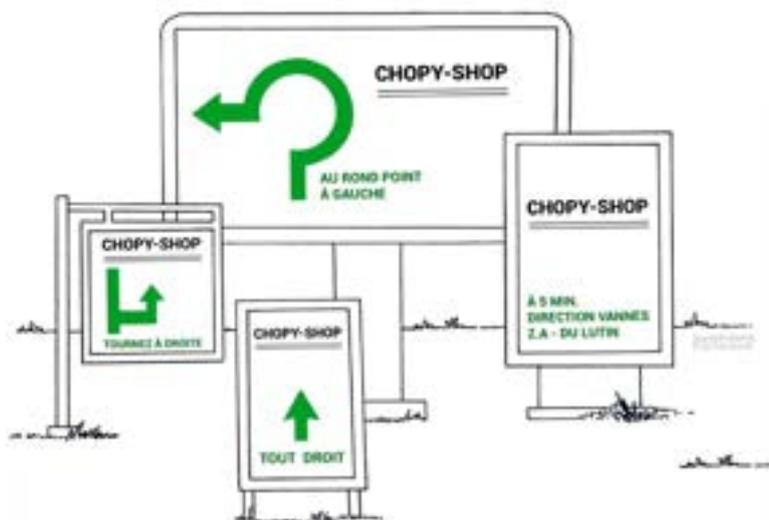
Le RLP approuvé est annexé au PLU le cas échéant.

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.

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

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



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.

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

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

par arrêté du Maire et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité¹⁸.

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 routière¹⁹, 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 places²⁰. Elle peut aussi être autorisée par le RLP 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, ...) ;
- 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 RLP n'est pas habilité à réglementer 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).

¹⁸ Article R581-78 alinéa 2 du code de l'environnement

¹⁹ Article R110-2 du code de la route

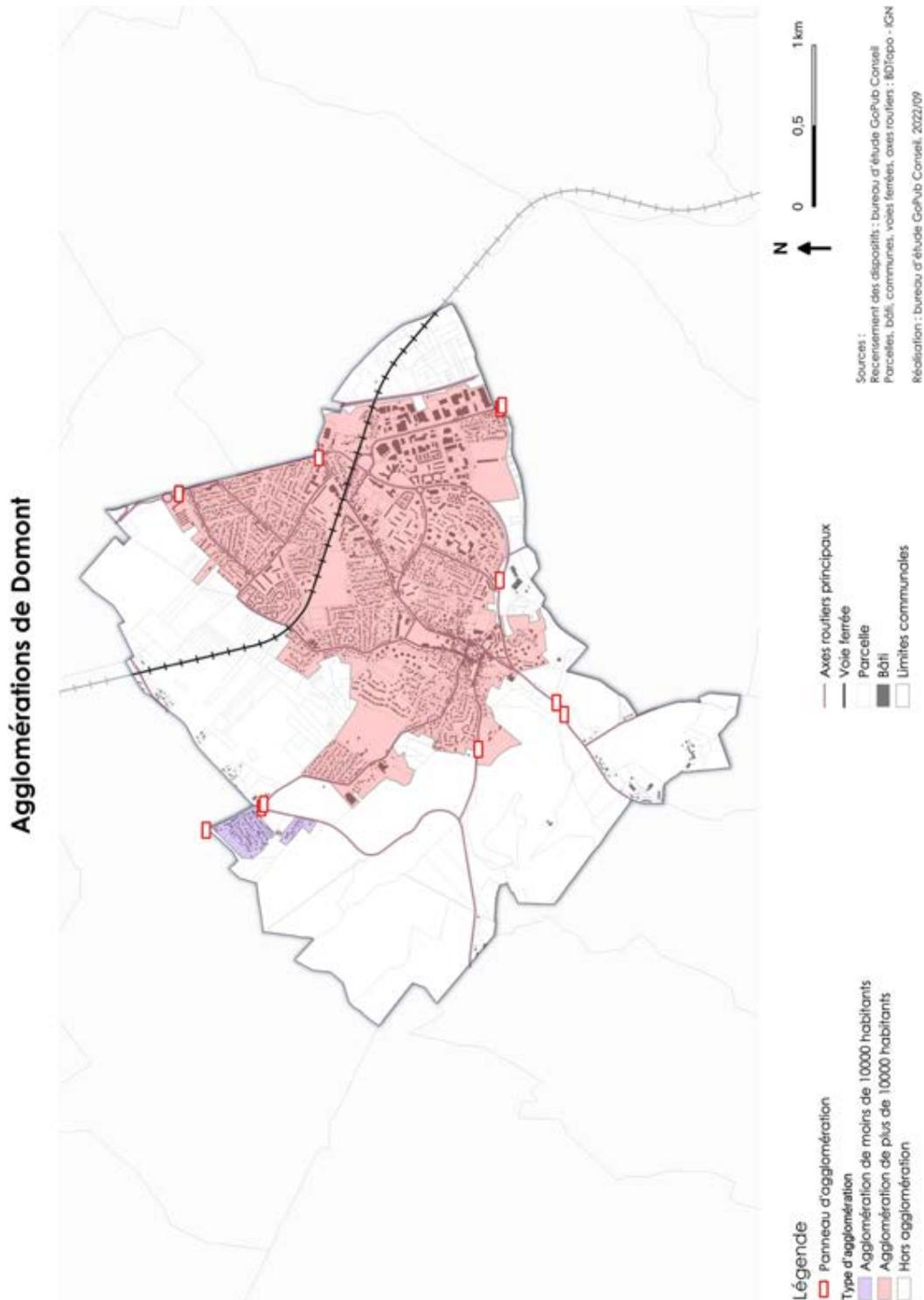
²⁰ Article L581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

	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 SIL relevant du code de la route.



La commune de Domont compte plus de 10 000 habitants quasiment tous réparties dans deux agglomérations. D'une part, une zone agglomérée principale constituée autour du cœur de ville historique avec un tissu mixte majoritairement résidentiel mais aussi une zone d'activités d'importance au sud-est (zone d'activités des Fauvettes). Ce grand secteur regroupe la majorité des habitants de la commune et compte largement plus de 10 000 habitants en son sein. D'autre part, une zone agglomérée secondaire située au nord-ouest du territoire qui est quasiment exclusivement résidentielle et compte très clairement moins de 10 000 habitants. La carte ci-dessous présente ces agglomérations, identifiées conformément à la réglementation nationale.



Agglomérations identifiées sur la commune de Domont

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.

La commune de Domont fait partie de l'unité urbaine de Paris, plus grande unité urbaine de France, qui regroupe 411 communes et compte 10 816 803 habitants²¹.

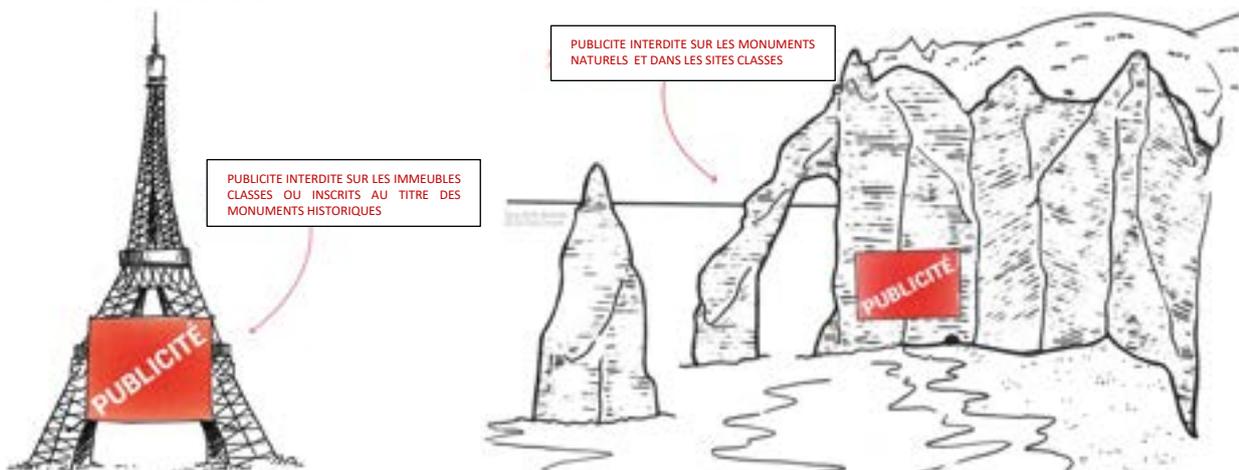
Le fait pour Domont d'appartenir à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants alors que l'une des deux agglomérations identifiées sur son territoire ne compte pas plus de 10 000 habitants a pour conséquence d'offrir à celle-ci un panel de possibilités en termes de publicité extérieure quasiment aussi important que l'agglomération principale de la commune qui elle compte bien plus de 10 000 habitants. Ainsi donc, par exemple, les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont-elles permises dans les deux agglomérations de Domont alors qu'elles sont normalement strictement interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

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.



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.

²¹ Données INSEE de population légale millésimée 2018 parues le 21 mars 2022

En l'espèce la commune de Domont est uniquement concernée par l'interdiction de publicité absolue sur l'Église Sainte-Madeleine (cf. photo ci-dessous) classée monument historique par arrêtés du 22 juillet 1913 (chœur et croisée du transept) et du 10 septembre 1935 (terrains communaux contigus à l'église).



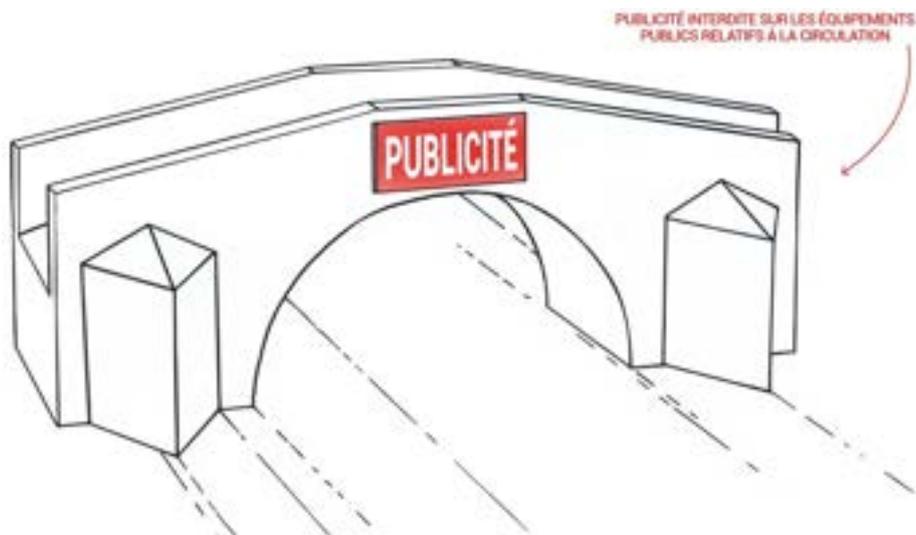
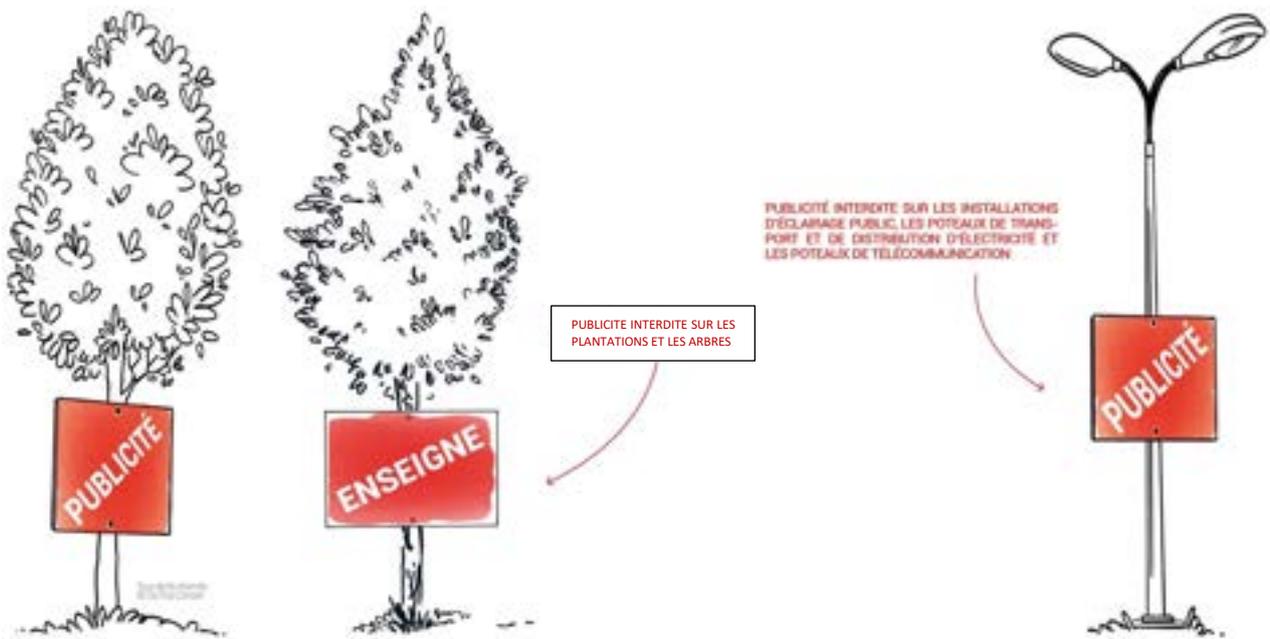
Photographies de l'Église Sainte-Madeleine, monument historique classé engendrant l'interdiction absolue de publicité sur la commune de Domont

Par ailleurs, la partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions²².

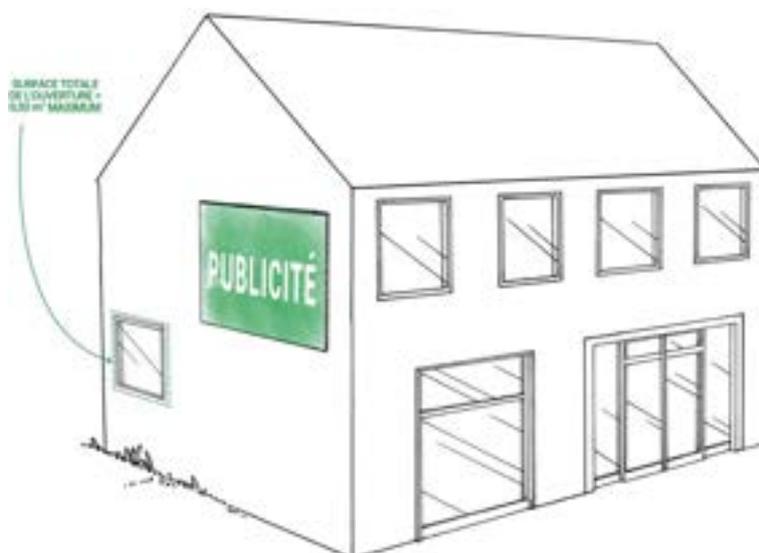
Ainsi, la publicité est également interdite :

- 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 ;

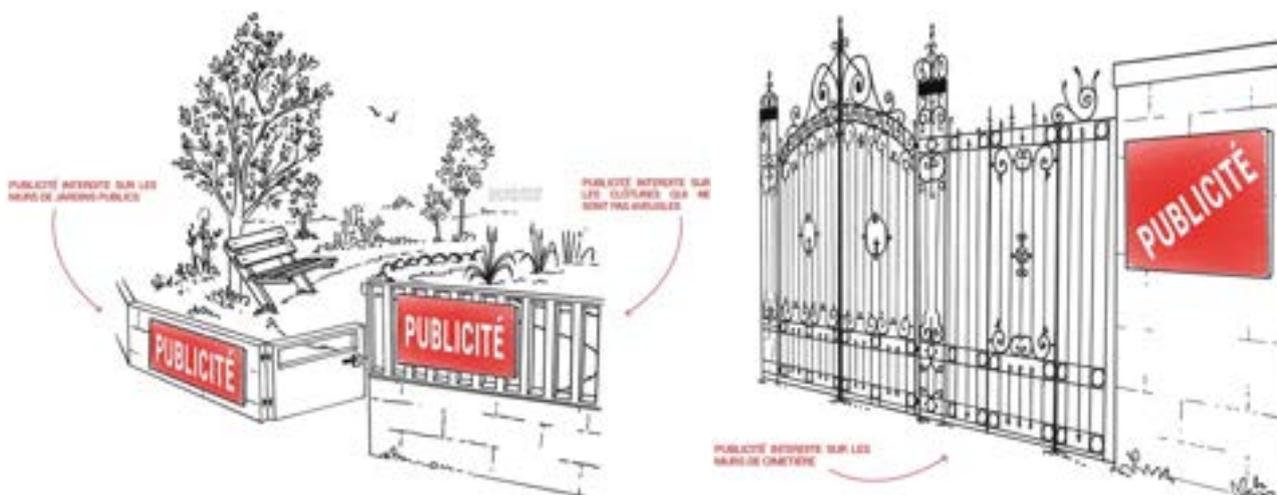
²² Article R581-22 du code de l'environnement



- 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 m² ;



- 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 RLP²³.

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 cités 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 ;

²³ Article L581-8 du code de l'environnement

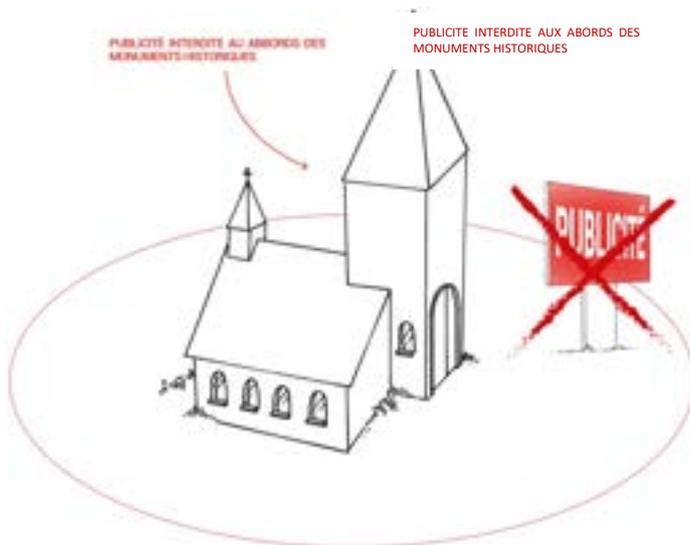
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L414-1 du code de l'environnement.

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* »²⁴.

« 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 »²⁵.

En l'espèce, cette protection s'applique aux abords délimités de l'église Sainte-Madeleine cités ci-avant.

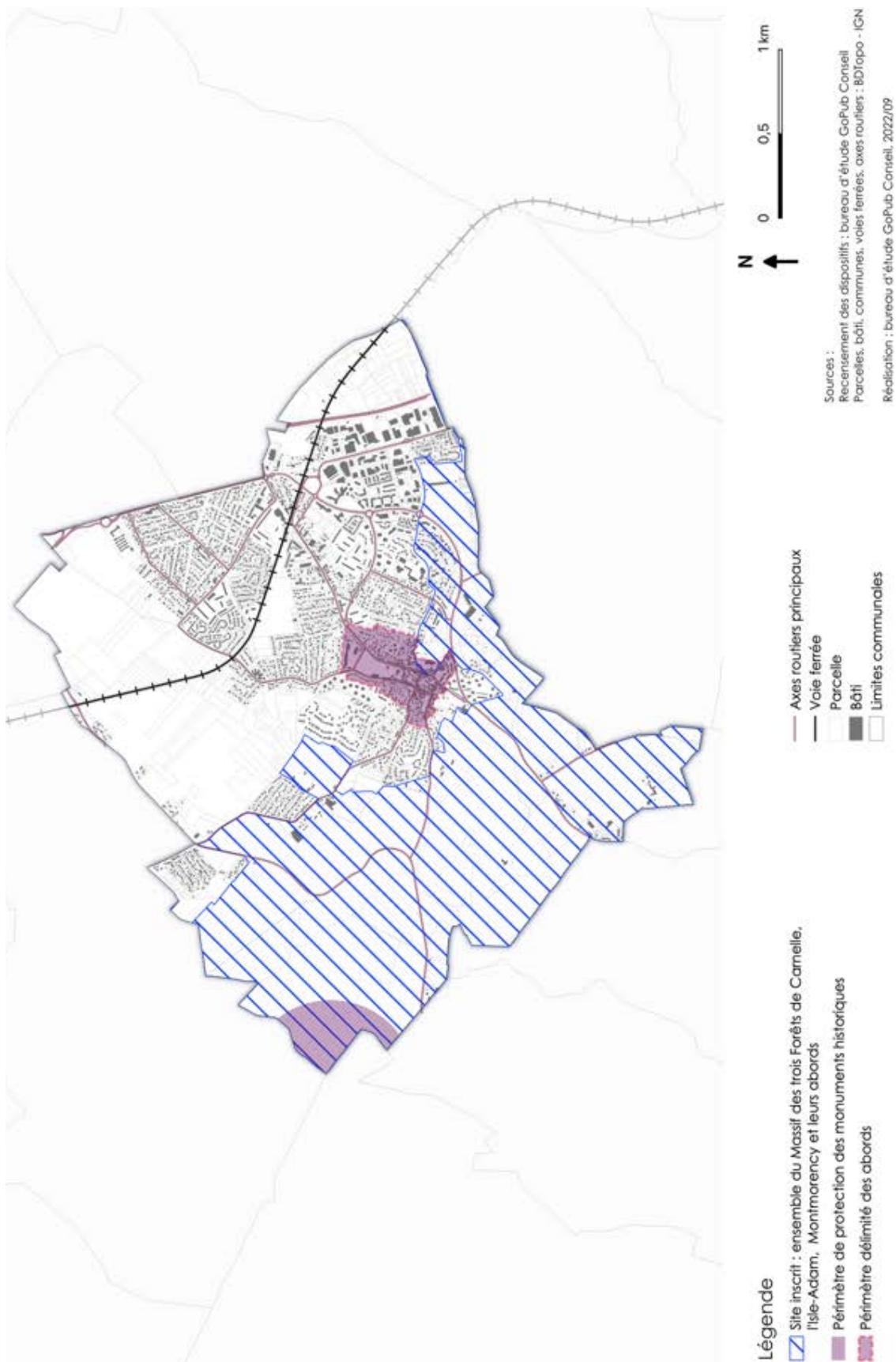
Elle s'applique également dans le site naturel inscrit de l'ensemble du Massif des trois forêts de Carnelle, l'Isle-Adam et Montmorency et leurs abords (inscrit en 1976).



²⁴ Article L621-30 du code du patrimoine

²⁵ Article L621-30 du code du patrimoine

La cartographie ci-après présente l'ensemble des interdictions relatives « patrimoniales » applicables sur le territoire de la commune de Domont.



Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune de Domont

3. Règles applicables au territoire communal

Les règles qui s'appliquent sur le territoire communal de Domont sont celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant plus de 10 000 habitants (agglomération principale) mais aussi celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant moins de 10 000 habitants (agglomération secondaire) et appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Il convient de rappeler que la commune de Domont disposait d'un RLP adopté le 11 juillet 1995.

Dit de « première génération » puisque mis en place sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982²⁶, ce RLP est caduc depuis le 13 janvier 2021 conformément à la réforme de la loi dite « Grenelle II »²⁷, modifiée ensuite pour faire face au confinement lié à la COVID-19²⁸.

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* »²⁹.

Les tableaux ci-dessous synthétisent les caractéristiques principales du règlement précédemment en vigueur à Domont qui divise le territoire en trois zones de publicité restreinte distinctes :

- la ZPR1 qui couvre les périmètres patrimoniaux et notamment le centre ancien ;
- la ZPR2 qui concerne en particulier les axes structurants et les secteurs économiques bordant l'avenue Jean Rostand, la voie de franchissement du réseau ferroviaire, l'avenue de l'Europe et la place de la gare sur le domaine ferroviaire ;
- la ZPR3 qui couvre le reste de l'agglomération.

²⁶ 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

²⁷ Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement

²⁸ Article L581-14-3 du code de l'environnement modifié par la loi du 17 juin 2020

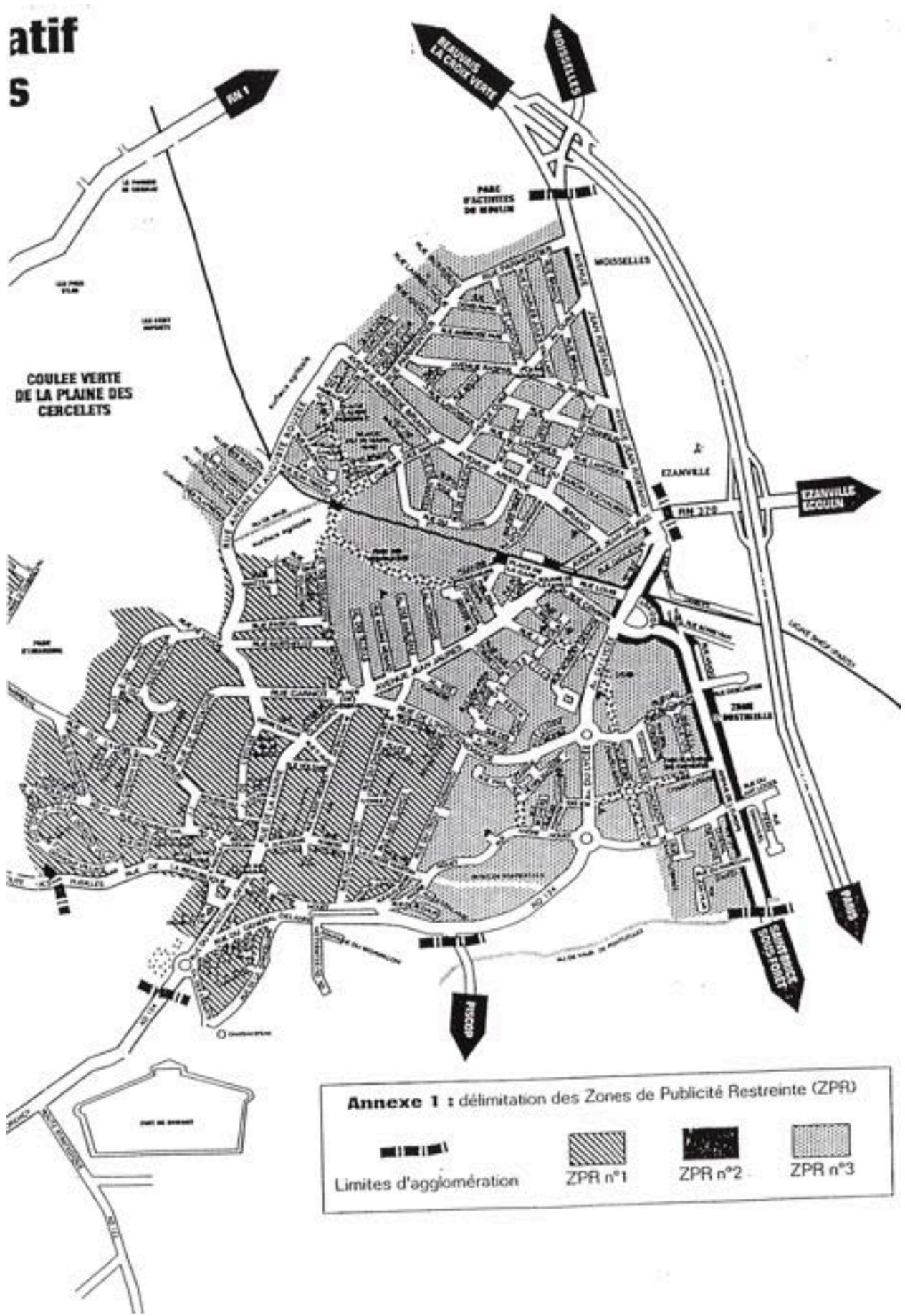
²⁹ Article L581-14 du code de l'environnement

	ZPR1 : secteurs patrimoniaux	ZPR2 : axes structurants	ZPR3 : reste de l'agglomération
Publicité (ou préenseigne) apposée sur un mur ou une clôture	Toute publicité interdite	surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Publicité murale interdite en ZI	surface $\leq 6 \text{ m}^2$
Publicité (ou préenseigne) scellée au sol		surface $\leq 12 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 6 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 4,5 \text{ m}$
Publicité accessoire sur mobilier urbain		Règles nationales	Règles nationales
Publicité lumineuse		Règles nationales	Règles nationales
Dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles		Règles nationales	Règles nationales
Bâches comportant de la publicité		Règles nationales	Règles nationales
Densité		1 dispositif / unité foncière si linéaire de façade $> 20 \text{ m}$ + 1 supplémentaire en ZI si linéaire de façade $> 40 \text{ m}$ Par exception, 3 dispositifs tri-vision éclairés sur le domaine ferroviaire	1 dispositif / unité foncière si linéaire de façade non bâtie $> 20 \text{ m}$

Synthèse des règles relatives aux publicités et préenseignes dans le RLP caduc de la commune de Domont

	ZPR1 : secteurs patrimoniaux	ZPR2 : axes structurants	ZPR3 : reste de l'agglomération
Enseigne parallèle au mur	Enseigne « bandeau » $\leq 6 \text{ m}^2$ par devanture en façade sur rue	Règles nationales	Règles nationales
Enseigne perpendiculaire au mur	1 enseigne apposée en rupture d'immeuble $\leq 1 \text{ m}^2$ si façade de magasin $> 10 \text{ m}$	Uniquement si locaux situés en retrait de la voie Obligation de regroupement sur un seul support en cas d'immeuble abritant plusieurs activités surface $\leq 12 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 5 \text{ m}$ si largeur $> 1 \text{ m}$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ si largeur $< 1 \text{ m}$	Règles nationales
Enseigne sur clôture	Règles nationales	Règles nationales	surface $\leq 6 \text{ m}^2$
Enseigne scellée au sol	Interdite	Règles nationales	surface $\leq 6 \text{ m}^2$
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Interdite	Interdite	Règles nationales

Synthèse des règles relatives aux enseignes dans le RLP caduc de la commune de Domont



Plan de zonage du RLP caduc de Domont

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 quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798*01 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 ou 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799*01 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 RLP	Présence d'un RLP
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 RLP	Présence d'un RLP
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) 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-dessous³⁰ :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction au RLP
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 RLP 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 RLP pour se mettre en conformité

³⁰ Articles L581-43 et R581-88 du code de l'environnement

Enjeux liés au parc local de publicité extérieure

Un inventaire partiel des publicités et préenseignes ainsi que des enseignes situées sur le territoire de la commune de Domont a été effectué durant l'été 2022. C'est sur la base de ces données que le présent diagnostic 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 communal.

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. »³¹ 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 »³².

Seules 24 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la commune de Domont.

Les dispositifs publicitaires apposés sur mur ou sur une clôture sont moins présents sur le territoire communal (25% du total). Il s'agit des dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage³³.

Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la très grande majorité des dispositifs recensés (75% du total) et leur impact paysager potentiel est nettement plus dommageable.

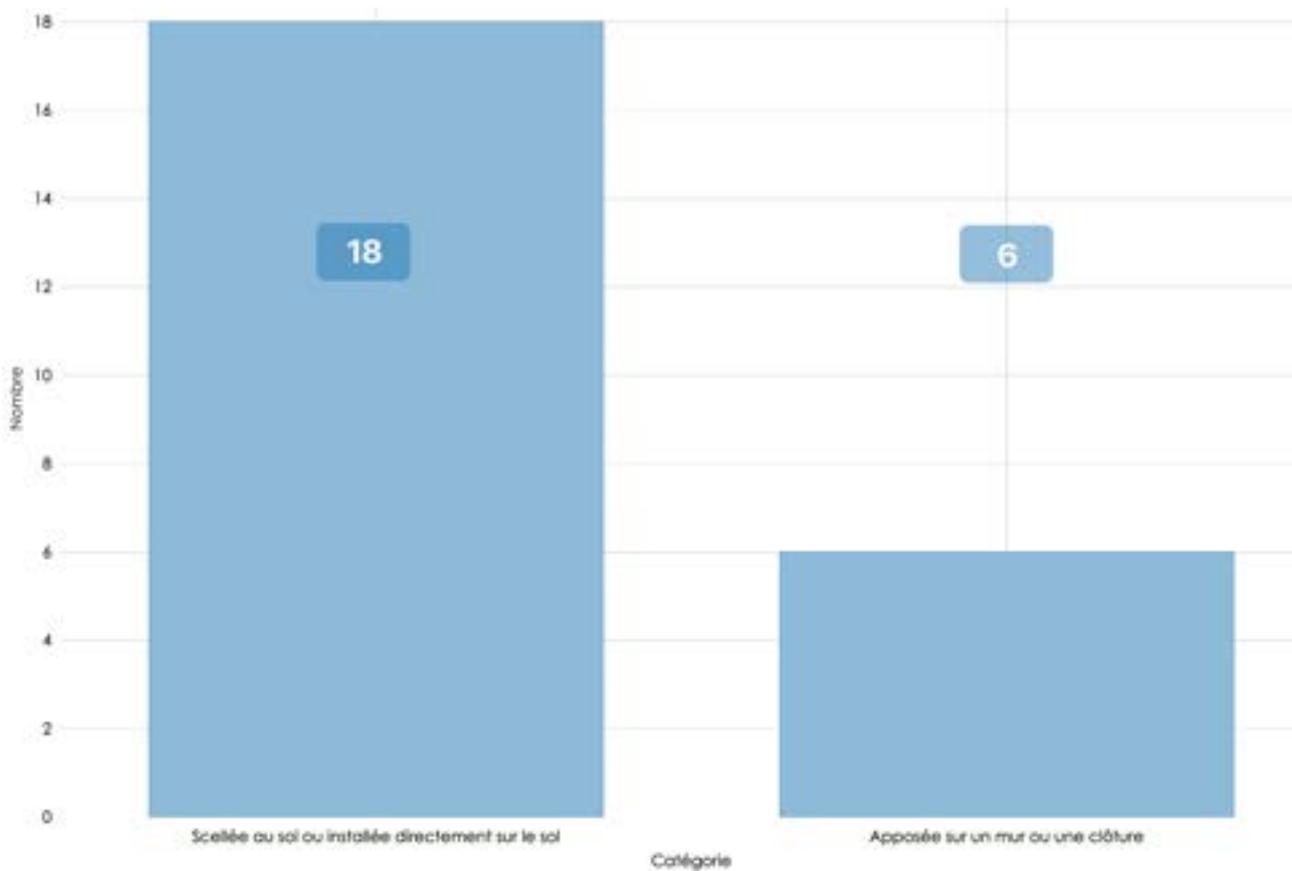
On observe également de manière encore plus ponctuelle quelques mobiliers urbains (abris destinés au public et mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques) affichant de la publicité à titre accessoire.

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

³¹ Article L581-5 du code de l'environnement

³² Article R581-24 du code de l'environnement

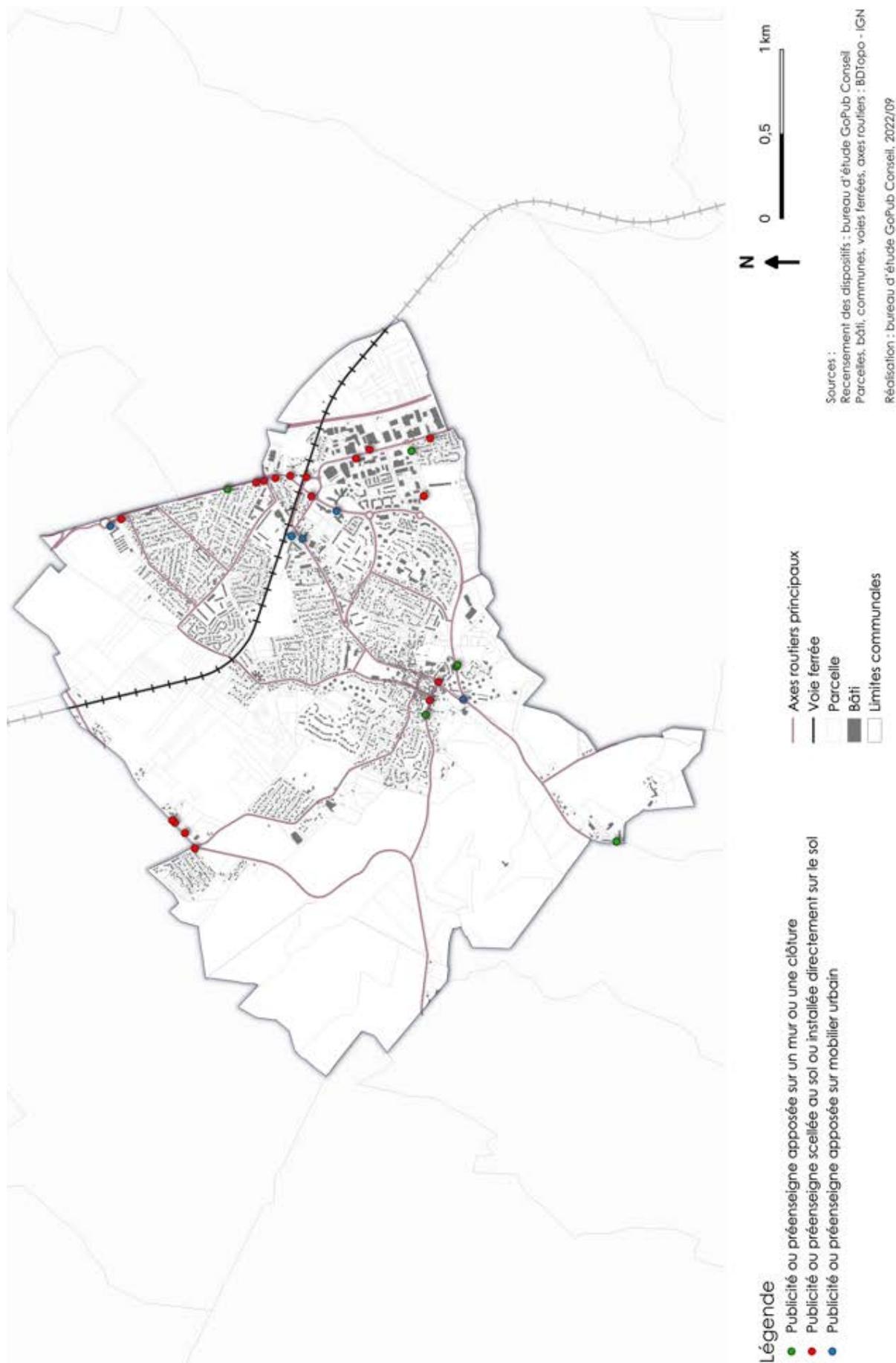
³³ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul des formats des publicités



En termes de localisation spatiale, la présence publicitaire se ressent surtout en entrée de ville et le long des axes routiers structurants :

- Avenue Rostand – RD 11 en limite d'Ézanville ;
- Avenue de l'Europe – RD 11 ;
- RD 11 en limite de Bouffémont ;
- Rue de la République.

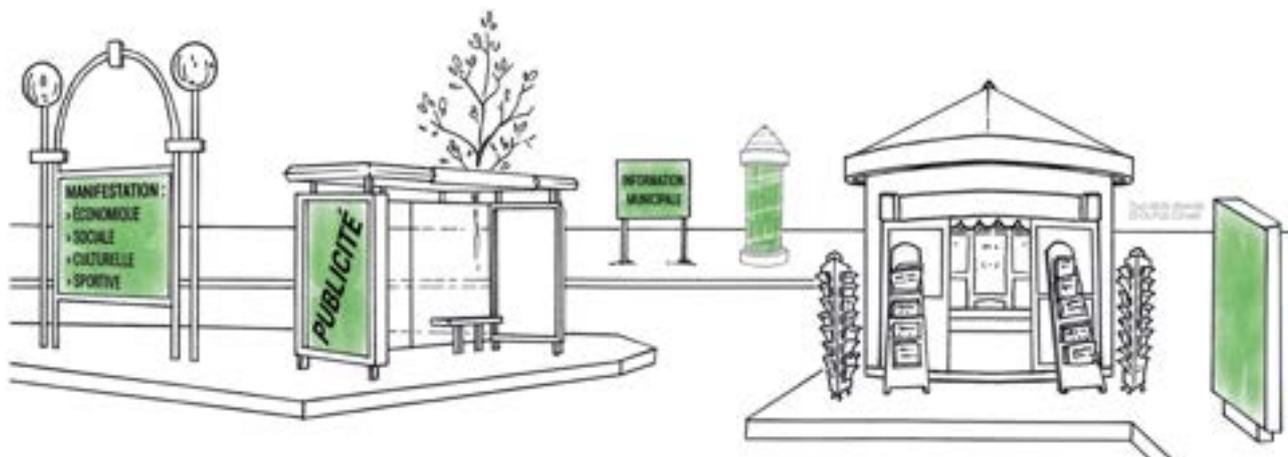
Par ailleurs quelques dispositifs sont recensés dans les secteurs d'habitat individuel. Ailleurs la publicité n'est pas présente.



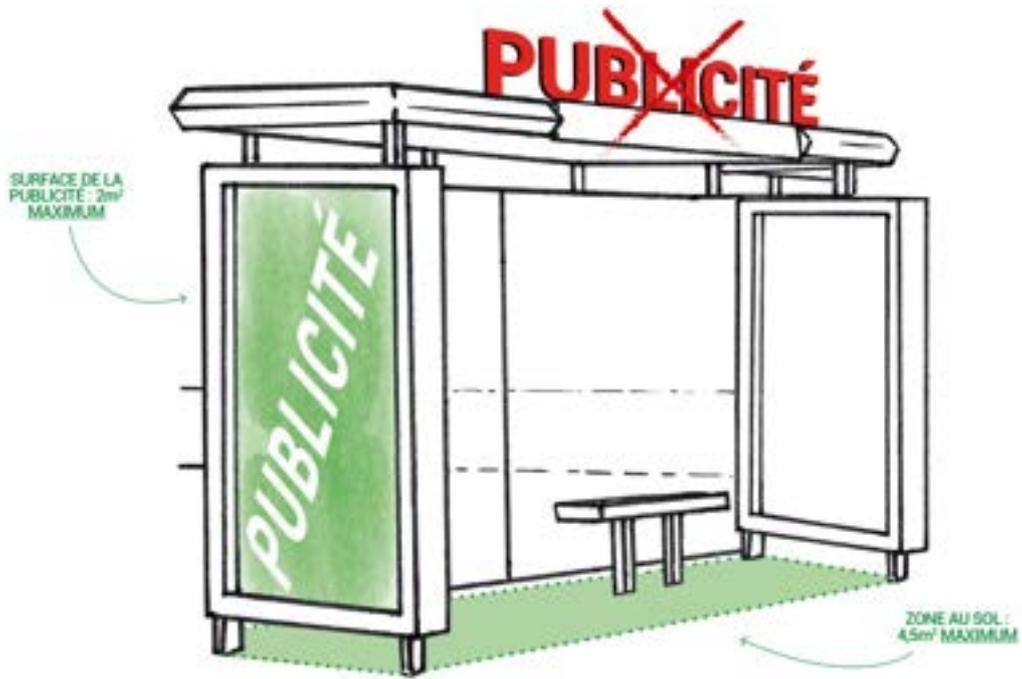
Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de Domont

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 (illustration n°1 ci-dessous)	<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 (illustration n°2 ci-dessous)	<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 (illustration n°3 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mâts porte-affiches (illustration n°3 ci-dessous)	<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 (illustration n°4 ci-dessous)	<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.



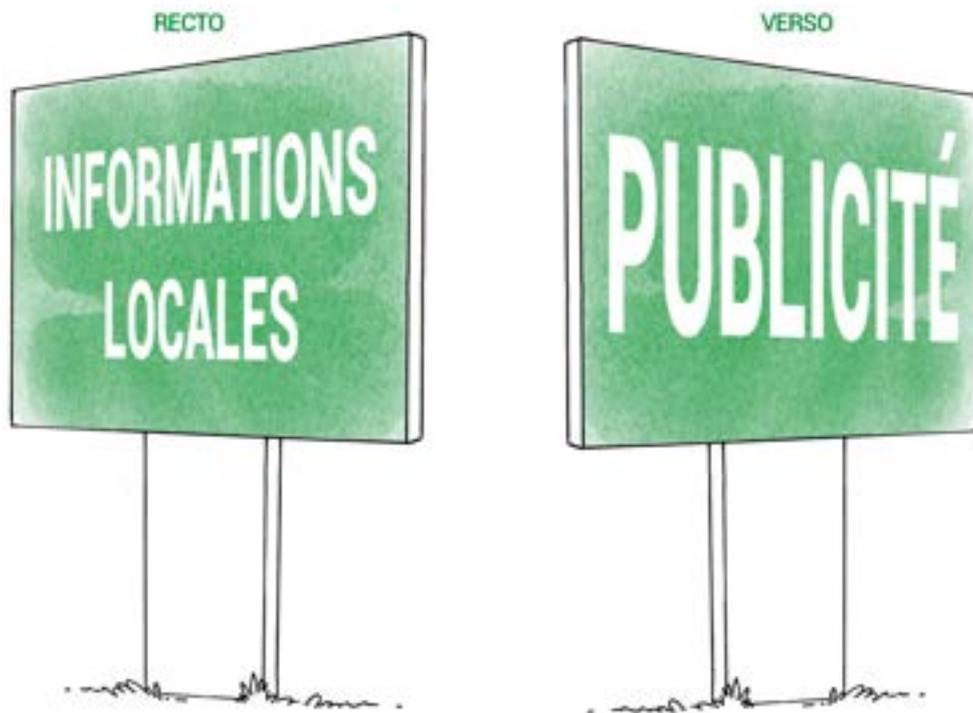
Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public



Possibilités publicitaires sur un kiosque 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 (impossible dans l'agglomération secondaire puisque 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 :

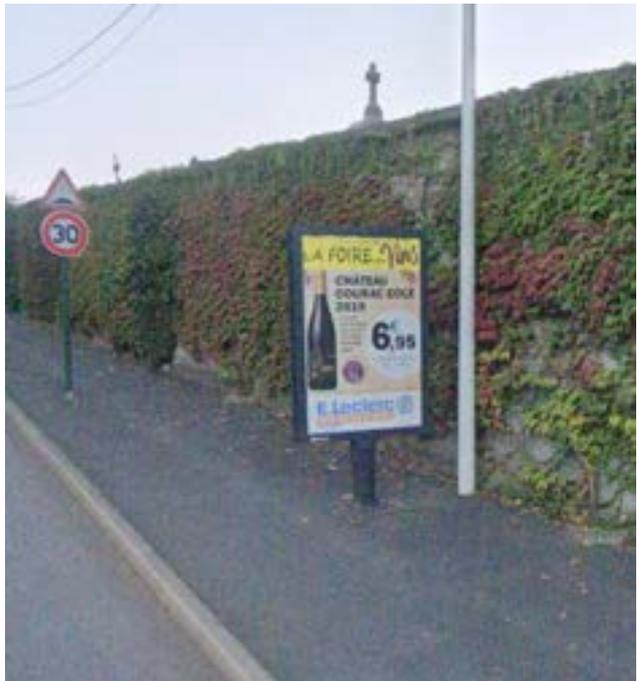
- dans les espaces boisés classés en application de l'article L130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme 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 fixes³⁴.

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories mais seulement deux sont présentes sur le territoire communal de Domont, 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* ».

³⁴ Conformément à l'article 4 du décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022 entrant en vigueur le 1^{er} juin 2023 pour les publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain, toutes « les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, et de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes » (article R581-35 du code de l'environnement).



Publicités supportées par un abri destiné au public (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales (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 même les panneaux strictement communaux ou dits « d'affichage libre » n'y dérogent pas même s'ils ne sont pas concernés par la réglementation de la publicité extérieure dès lors qu'il n'y a pas de référence à des activités commerciales.



Panneau numérique d'affichage communal non publicitaire (cliché de gauche) et dispositif dit « d'affiche libre » occupée indument par de la publicité (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 (cf. photo ci-dessus).

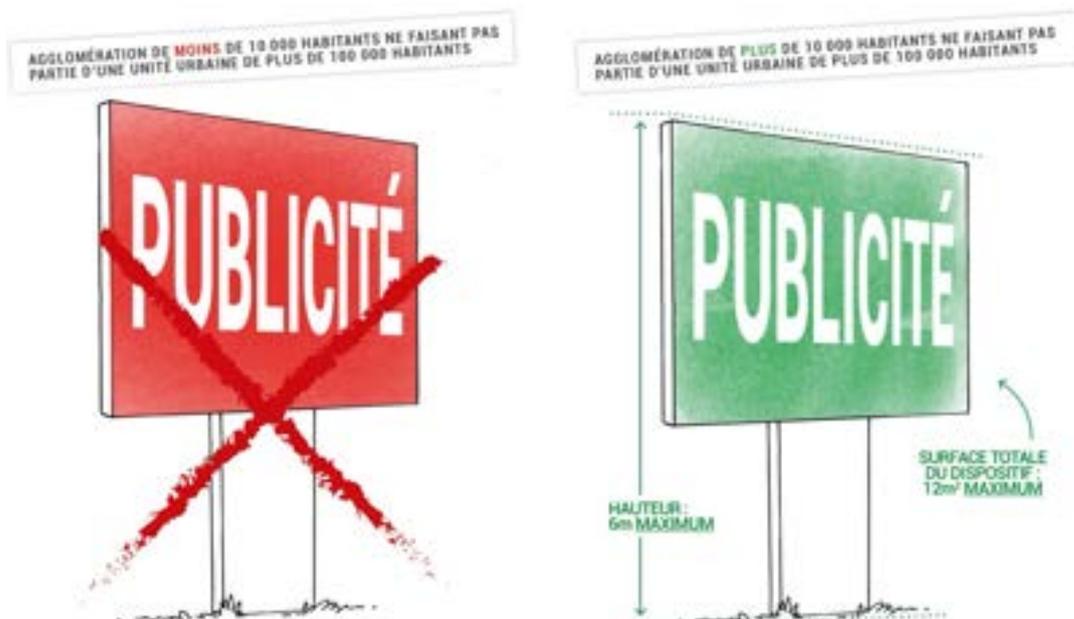
Finalement compte tenu du format contenu de ces publicités, ce type de dispositifs accessoires est généralement peu impactant pour les paysages domontois d'autant plus qu'ils sont relativement rares.

La convention de mise à disposition de mobilier urbain (couplée à des dispositifs de signalisation d'informations locales et des préenseignes) arrive à échéance en 2030. Si un tel partenariat devait être renouvelé, il devra suivre le cadre local envisagé par le futur RLP en cours d'élaboration.

Enfin le caractère lumineux et éventuellement numérique de ces dispositifs devra être posé puisque l'agglomération principale de Domont comptant plus de 10 000 habitants, elle peut potentiellement disposer de publicités et préenseignes numériques.

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. Étant donné l'inclusion de la commune de Domont dans l'unité urbaine de Paris, quelle que soit la taille démographique de ses agglomérations, elles échappent à cette restriction et peuvent accueillir de tels dispositifs en leur sein.



Ainsi, le code de l'environnement prévoit pour Domont 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.



Exemples de publicités et préenseignes scellées au sol

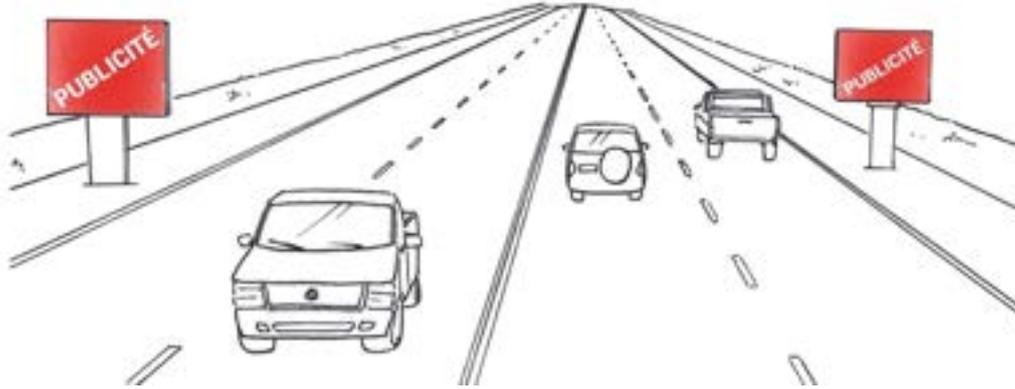
Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

- dans les espaces boisés classés³⁵,
- 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).

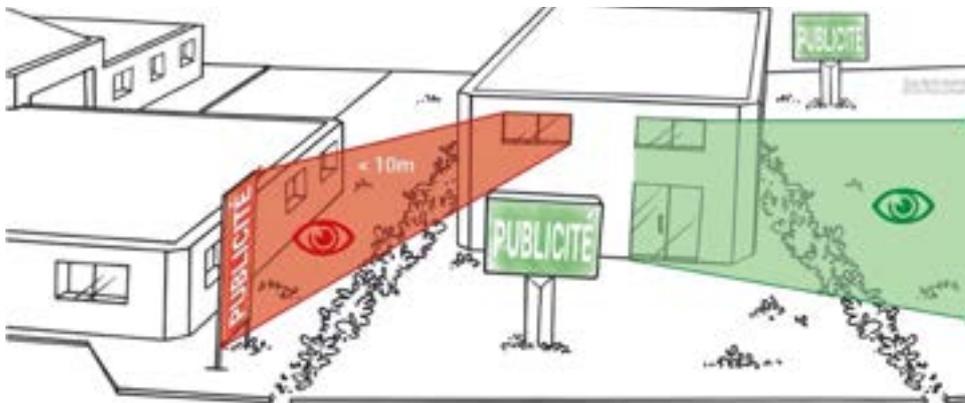


En outre les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors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

³⁵ Article L113-1 du code de l'urbanisme



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.



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 Domont, on remarque qu'une part non négligeable des 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 solidaire³⁶.



Publicités scellées au sol présentant un grand format

Cette publicité peut être qualifiée de grand format (surface supérieure ou égale à 8 m²) très impactant pour les paysages d'autant plus compte tenu de leur localisation stratégique en entrées de ville et le long des axes importants de circulation routière.

Pour autant, même si le tiers de la publicité est de grand format, il faut surtout mettre en lumière la petitesse généralisée des formats publicitaires à Domont puisque plus de 60% des publicités ont une surface inférieure à 4 m².

Ainsi il semble que sur le territoire domontois, les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont principalement leurs dimensions parfois importantes (surface, hauteur au sol), leur implantation (interdiction de publicité hors agglomération³⁷), et leur densité ayant un impact paysager non négligeable compte tenu de la fermeture visuelle qu'ils sont susceptibles de causer.

Alors que le RLP désormais caduc de la commune permettrait d'installer des dispositifs de grand format jusqu'à 12 m², le futur RLP 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. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Quoi qu'il en soit, cette identification des dispositifs publicitaires posant des problèmes réglementaires et paysagers pourrait permettre une action de mise en conformité de ces supports

³⁶ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

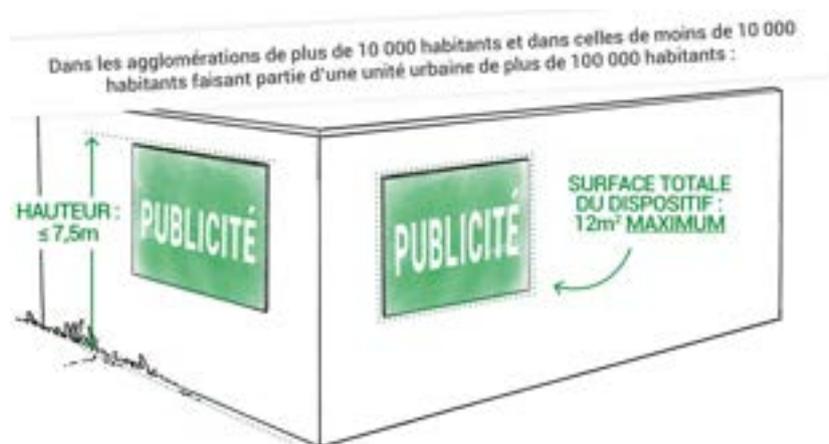
³⁷ Article L581-7 du code de l'environnement

qui représentent tout de même une part non négligeable des dispositifs publicitaires scellés au sol existant actuellement sur le territoire communal.

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

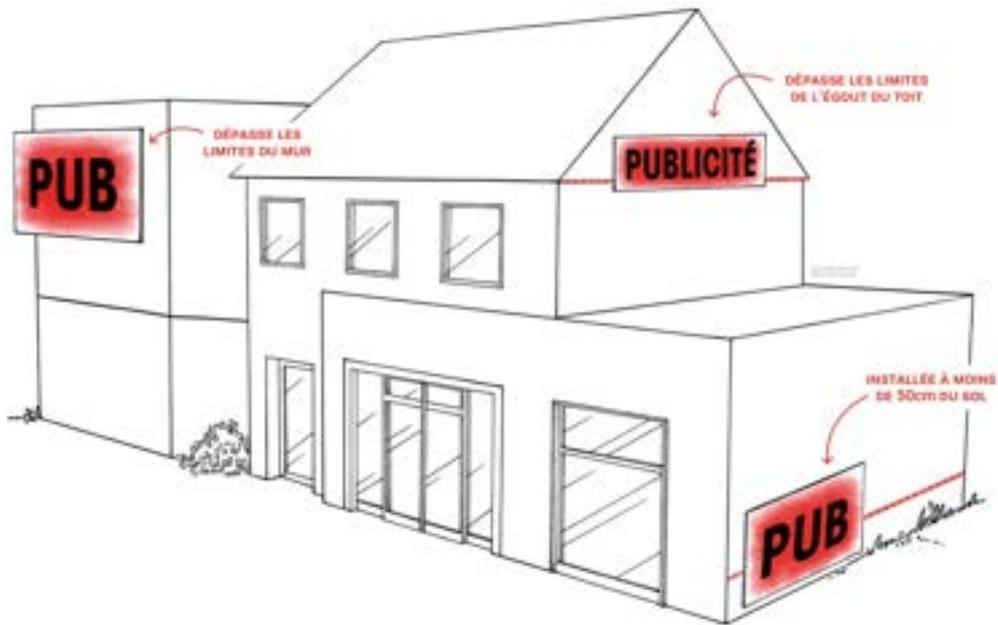
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5$ mètres.



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 communal, les publicités apposées sur mur ou clôture représentent un quart des dispositifs publicitaires relevés sur la commune de Domont soit 6 publicités ou préenseignes.

Il s'agit 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 »³⁸.

On remarque que presque la totalité des dispositifs recensés ont une surface inférieure à 4 m² et peuvent donc être qualifiés de dispositifs de « petit » format.



Exemples de préenseignes apposées sur un mur aveugle et une clôture non aveugle

³⁸ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

Les publicités apposées sur mur ou clôture sont principalement impactées par des non-conformités à la réglementation nationale liées à leur mauvaise implantation (mur ou clôture non aveugle, hauteur du niveau du sol inférieur à 50 cm) comme le montre les photos ci-dessus.

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture concernent donc essentiellement l'implantation des dispositifs notamment sur les clôtures ou murs de clôture alors que le RLP précédent n'encadre que les affichages muraux.

Une réflexion pourra être portée sur l'harmonisation, si possible, des règles de densité entre les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol et les publicités apposées sur un mur ou sur une clôture pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces deux catégories de dispositifs. Un encadrement similaire en matière de surface pourra également être choisi.

Enfin, cette catégorie de publicité présentant certains 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 spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le code de l'environnement pose la règle de densité suivante³⁹ 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.

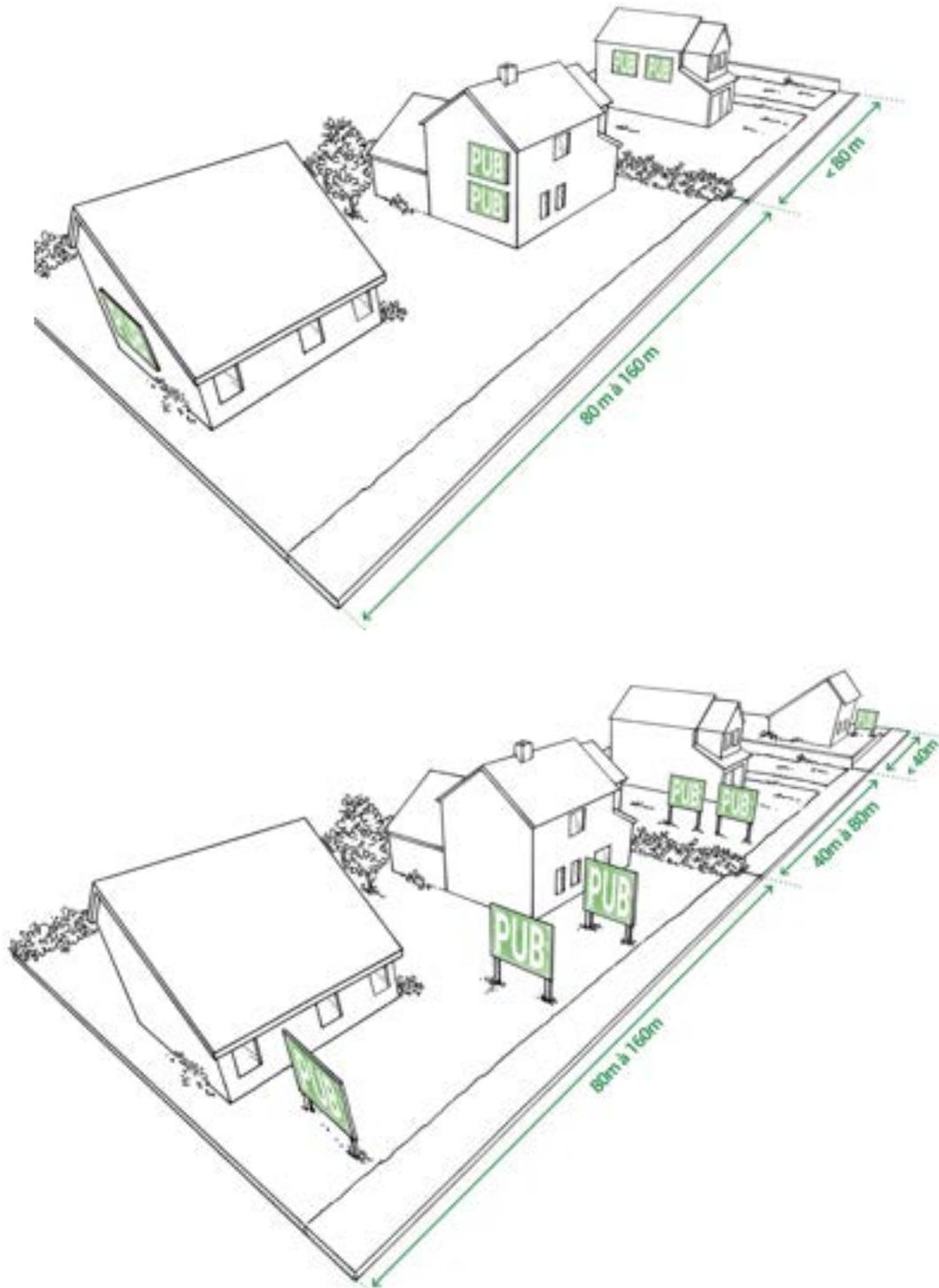
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

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.

³⁹ Article R581-25 du code de l'environnement

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



De façon très ponctuelle, on peut retrouver à Domont des espaces sur lesquels la publicité est règlementairement trop présente (cf. photo ci-dessous). Le RLP contraignait déjà fortement la densité publicitaire (au maximum 2 publicités ou préenseignes par voie bordant une unité foncière), le futur RLP pourra conforter cette réglementation harmonisée bien plus stricte que les règles nationales afin de 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 :

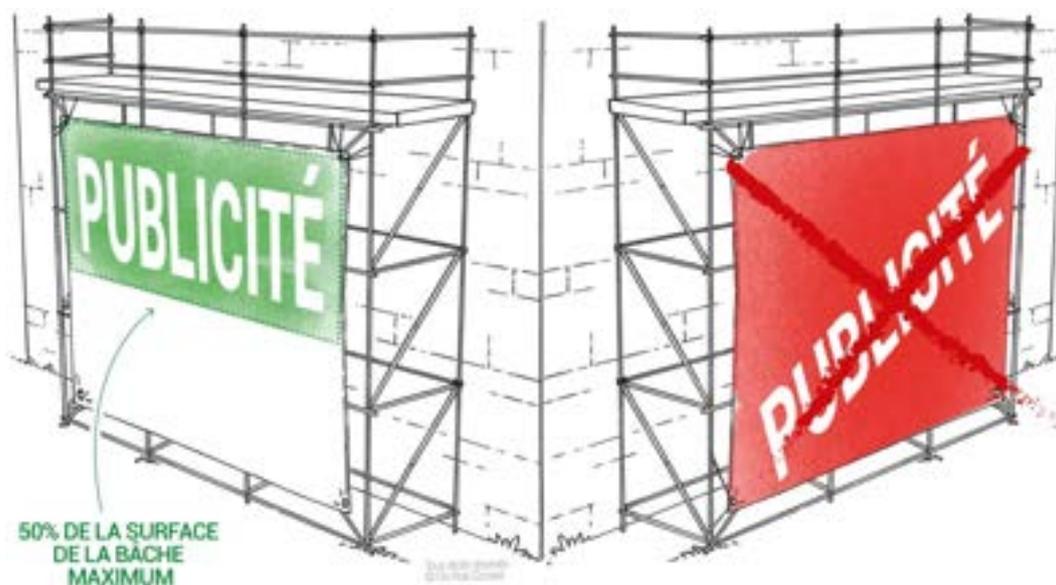
- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

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 bâche⁴⁰.

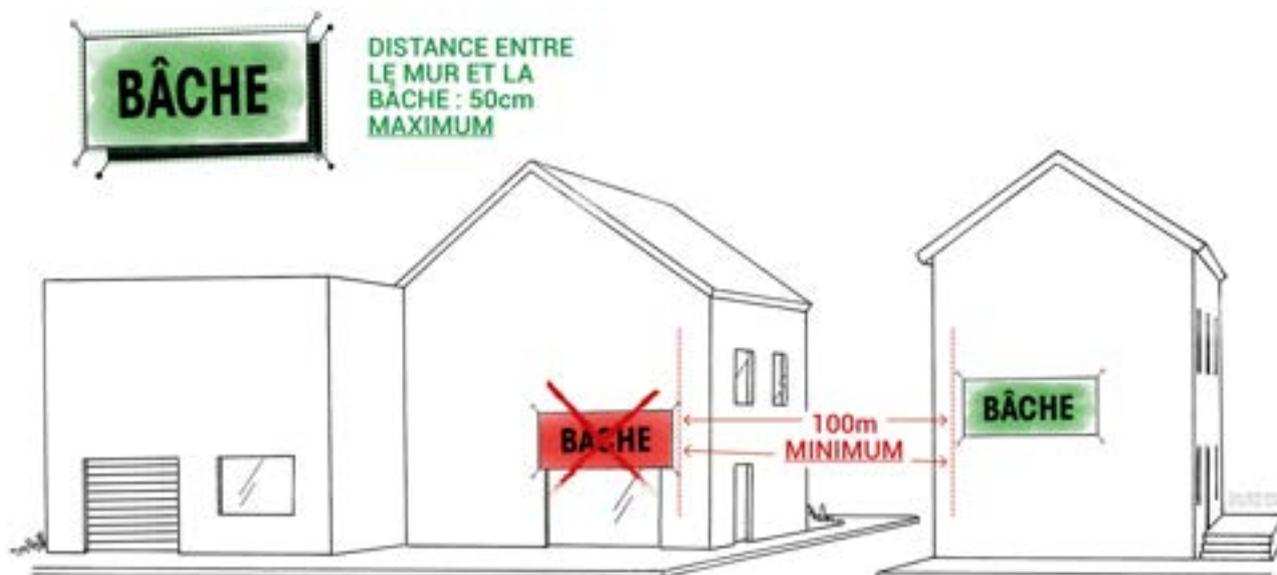


⁴⁰ L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



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 publicitaire ni bâche de chantier n'a été relevée sur le territoire de la commune de Domont.

Le code de l'environnement n'autorisant pas les bâches à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants⁴¹ mais les admettant dans celles supérieures à ce seuil, le futur RLP pourra se poser la question de l'élaboration d'une réglementation locale permettant d'harmoniser l'interdiction de ces dispositifs ou tout au moins réduisant leur format et leur densité afin de se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

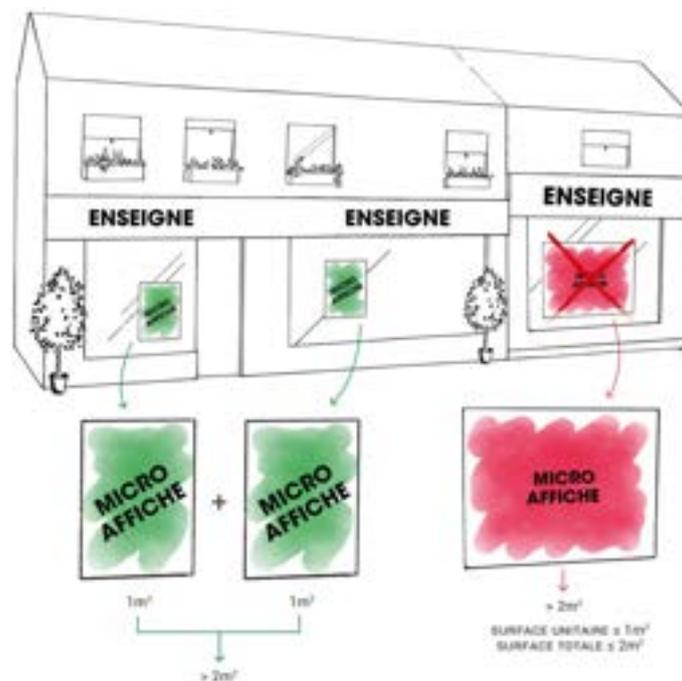
g) Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue à la suite de 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 un mètre carré, 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.

⁴¹ Article R581-53 du code de l'environnement

Généralement on constate que plusieurs dispositifs sont installés sur une même activité. Cela a pour effet d'accentuer 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 dimensions exceptionnelles

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 communal. Pour autant, au même titre que les bâches, le code de l'environnement n'autorise pas de tel dispositif à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants⁴² mais le permet dans celles supérieures à ce seuil démographique, la commune de Domont est donc partiellement préservée règlementairement des problématiques paysagères induites par ce type de publicité. Le RLP sera l'occasion d'harmoniser cette protection ou en tout cas de la renforcer localement.

i) 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.

⁴² Article R581-56 du code de l'environnement

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieur 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 national.

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 kWh⁴³.



Cartographie de la pollution lumineuse en France⁴⁴

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.

⁴³ https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf

⁴⁴ <http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>



La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴⁵. 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.

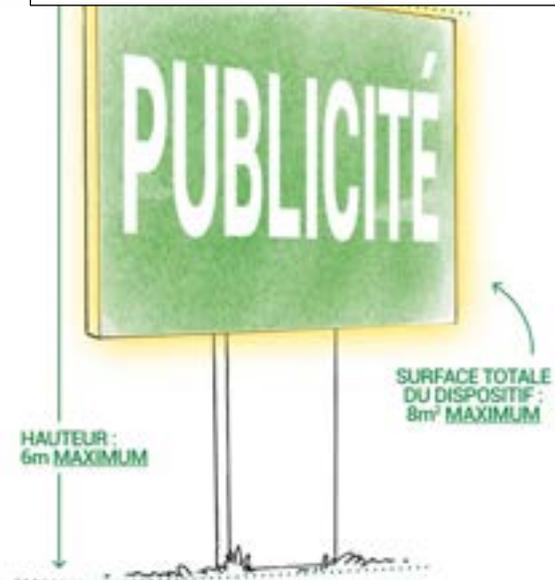
La publicité numérique et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence sont une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elles sont donc soumises aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse à savoir :

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

Agglomérations < 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine > 100 000 habitants

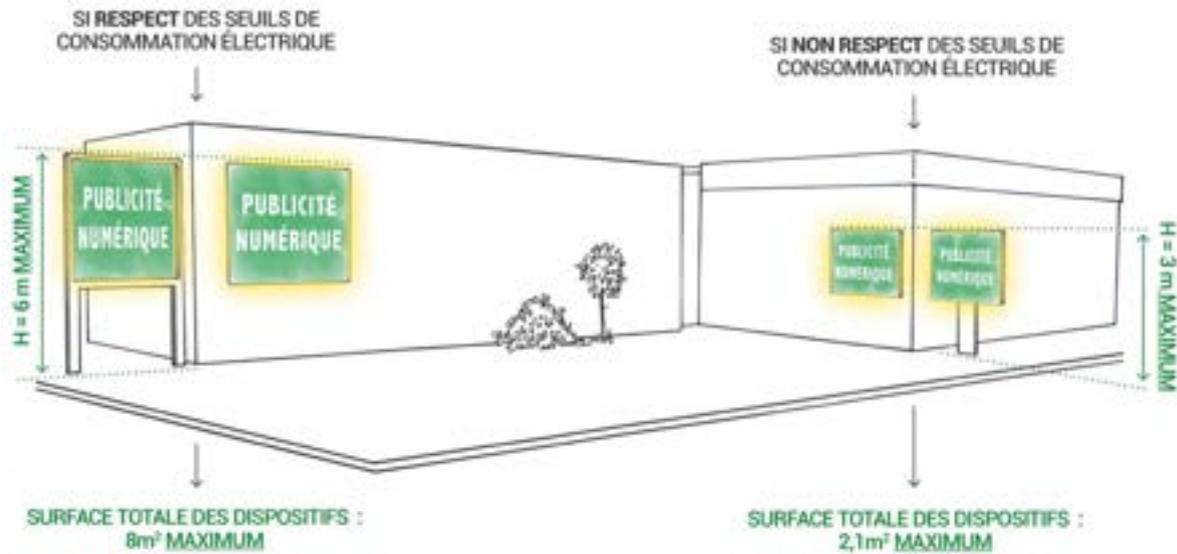


Agglomérations > 10 000 habitants et < 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine > 100 000 habitants



⁴⁵ Arrêté ministériel non publié à ce jour

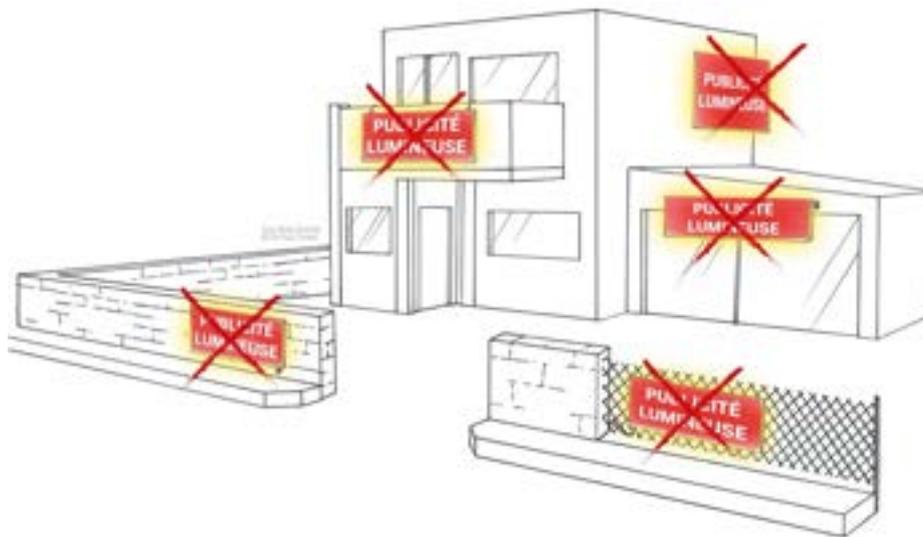
Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel⁴⁶, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.



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.

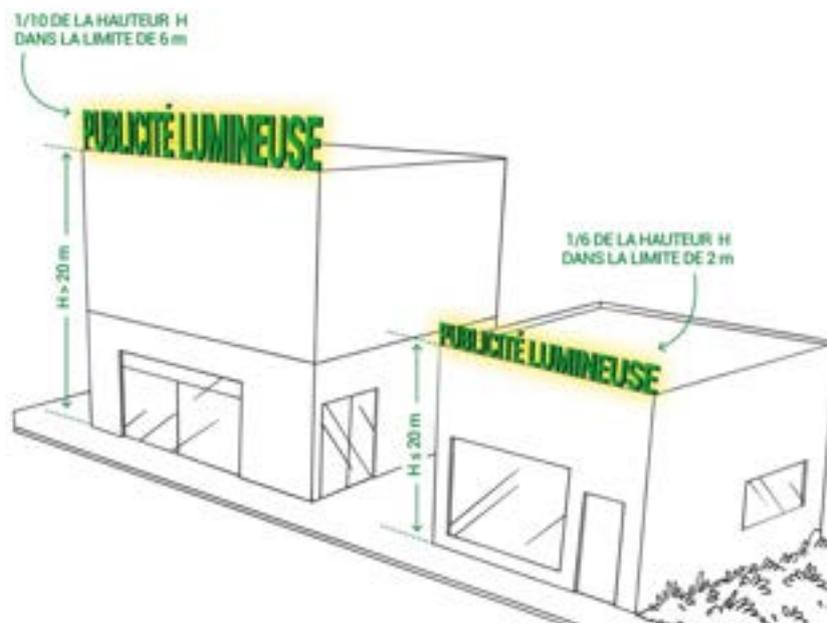


Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports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

⁴⁶ Arrêté ministériel non publié à ce jour

Hauteur maximale des publicités sur toiture

Hauteur de la façade \leq 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 rare à Domont (un dispositif observé) et le recensement n'a mis en évidence aucun dispositif publicitaire numérique (les seuls panneaux numériques observés n'affichent que des communications municipales dans des secteurs stratégiques du cœur de ville).



Panneau publicitaire scellé au sol éclairé par projection (photo de gauche) et panneau numérique d'affichage communal non publicitaire (cliché de droite)

Cependant, compte tenu des 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, surtout dans le contexte actuel de transition écologique et de crise énergétique.

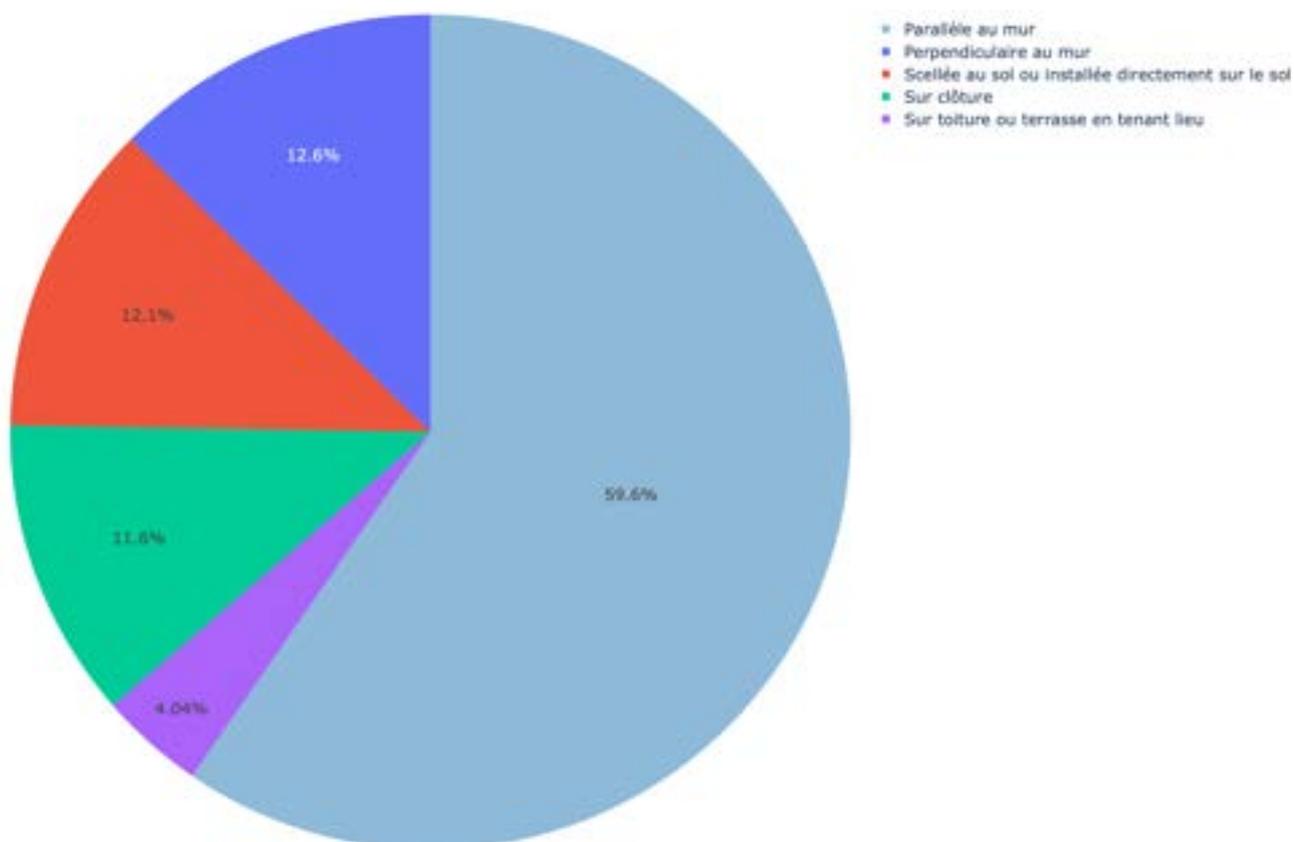
2. Les enjeux en matière d'enseignes

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, ...).

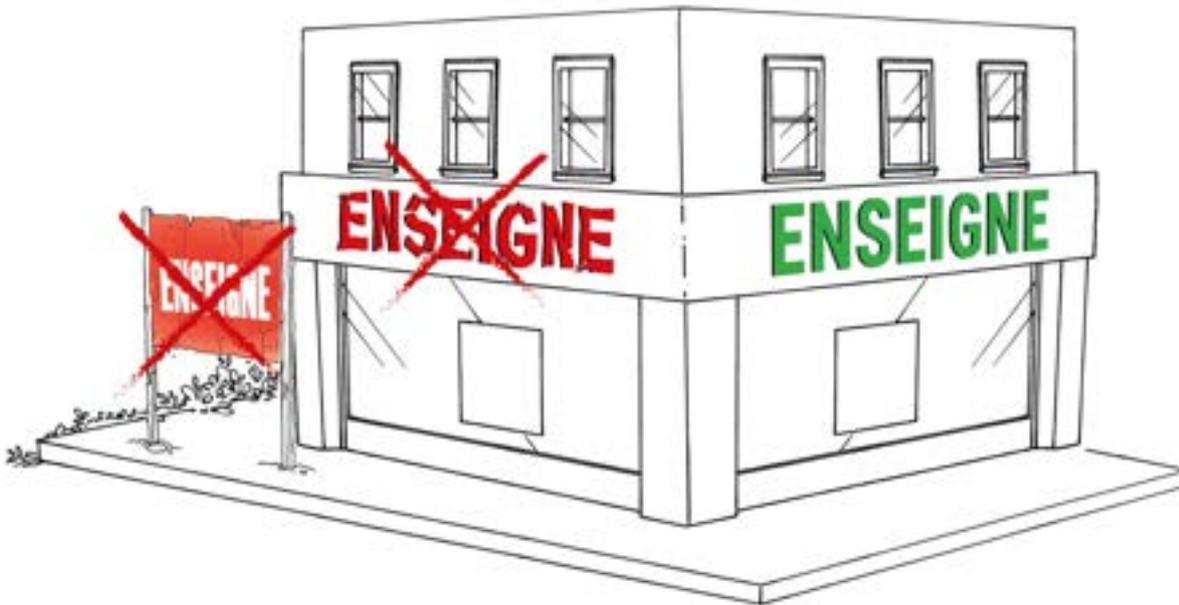
Un échantillonnage sélectif des enseignes lors de l'inventaire terrain a permis de dénombrer cinq grandes catégories d'enseignes sur le territoire communal, réparties de la manière suivante :

- 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.



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

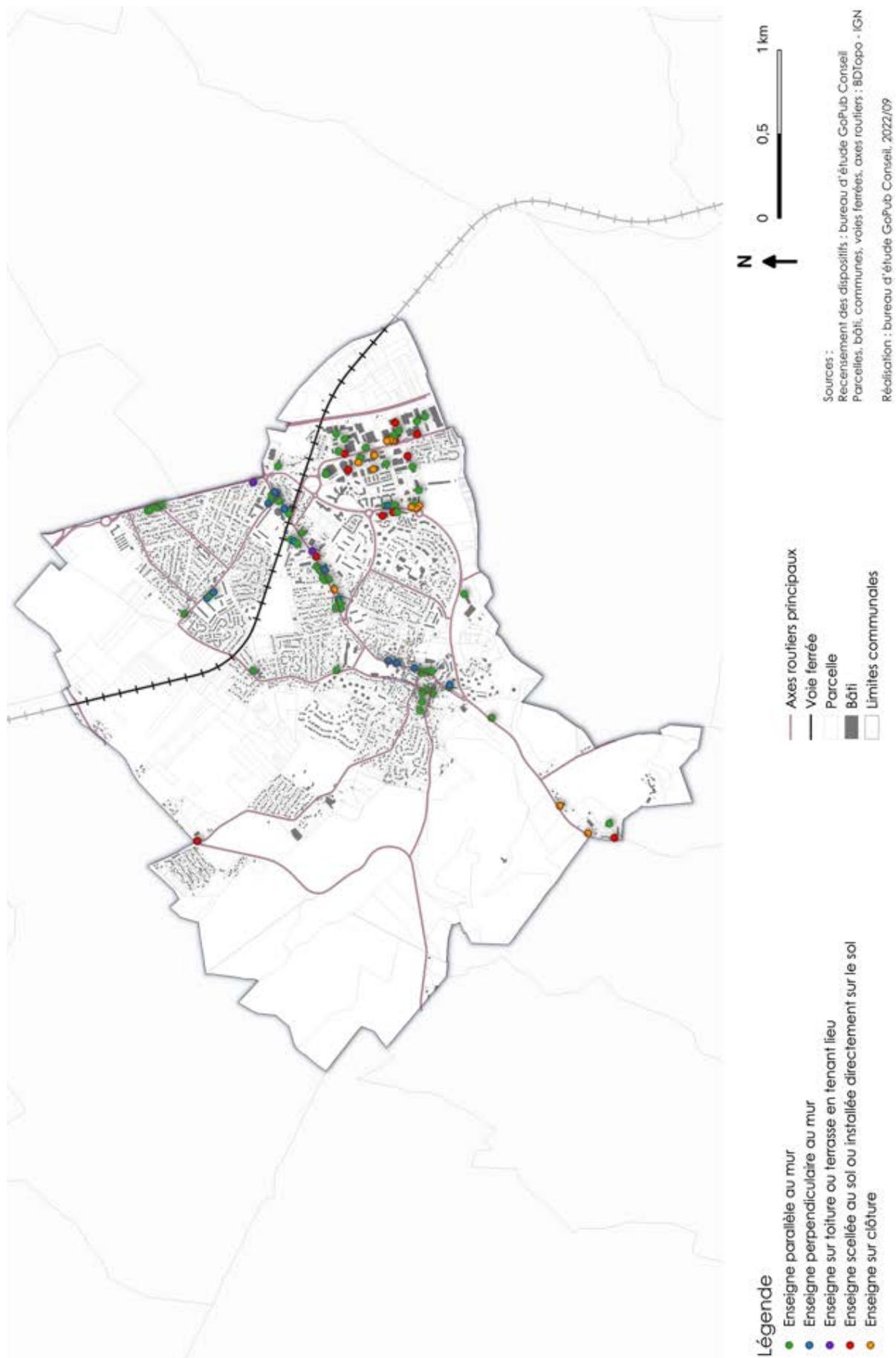
- constituées par des matériaux durables ;
- maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;
- supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux remis en état dans les trois mois de la cessation de cette 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 essentiellement le cœur de ville (Avenue Glandaz, Avenue Jean Jaurès, Rue de la mairie) et la zone d'activités des Fauvettes.

Ailleurs les activités sont plus éparées dans le tissu urbain et on recense des enseignes de façon plus rare et très ponctuelle.

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



Localisation des enseignes sur la commune de Domont

b) Les enseignes parallèles au mur

Une très large part des enseignes présentes sur le territoire communal sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support (près de 60% 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 de la zone d'activités.

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 surface⁴⁷. 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.



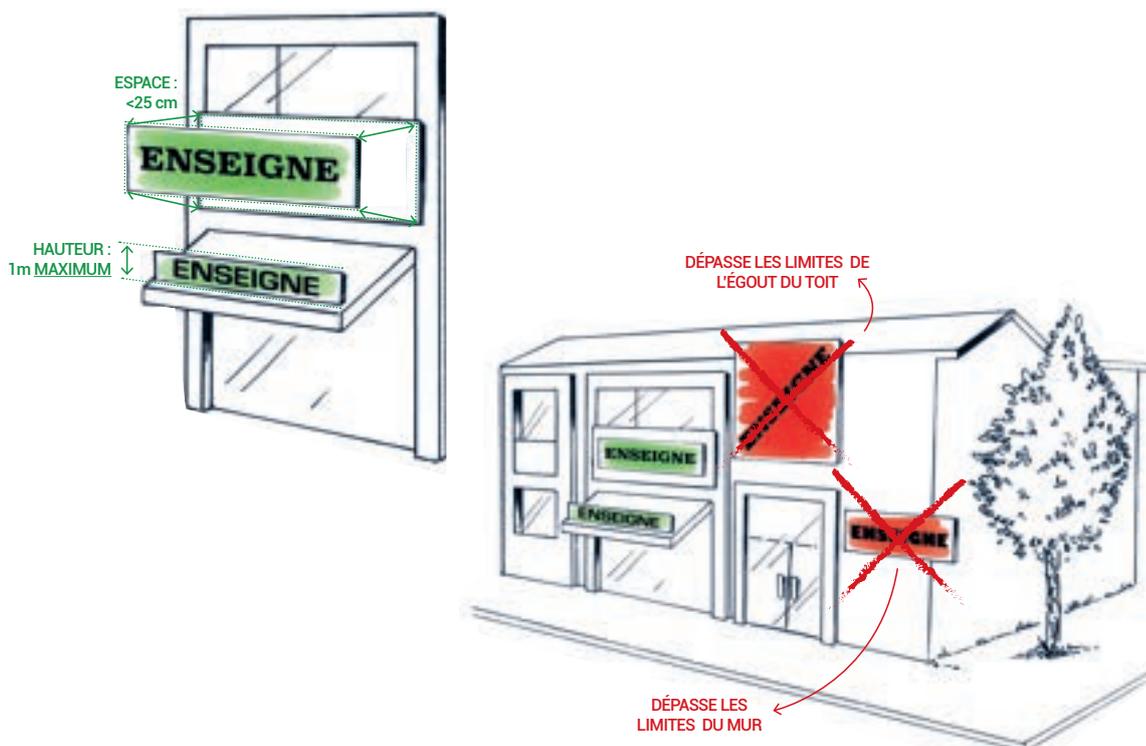
⁴⁷ Articles R581-60 et R581-63 du code de l'environnement



Exemples d'enseignes parallèles au mur recensées à Domont

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 absence sur le territoire de la commune de Domont (consécutif certainement à leur interdiction en ZPR dans le RLP de 1995) 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.

Globalement les enseignes parallèles au mur posent peu de problèmes réglementaires et paysagers notoires sur le territoire communal en partie grâce à des règles locales diversement appliquées mais qui encadrent déjà le nombre et le format de ces enseignes au sein de la ZPR. 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-dessus).

La régularisation des rares non-conformités au code de l'environnement rencontrées devrait être en mesure de régler les quelques écarts paysagers observés sur cette catégorie d'enseignes et la reprise de certaines règles de cumul et de format issues de l'ancien RLP pourrait harmoniser la signalisation des activités de manière très qualitative.

c) Les enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent la seconde typologie d'enseignes présentes à Domont et sont de taille assez modeste comparativement aux autres types d'enseignes. Elles sont principalement présentes dans la centralité commerciale et de services du cœur de ville.





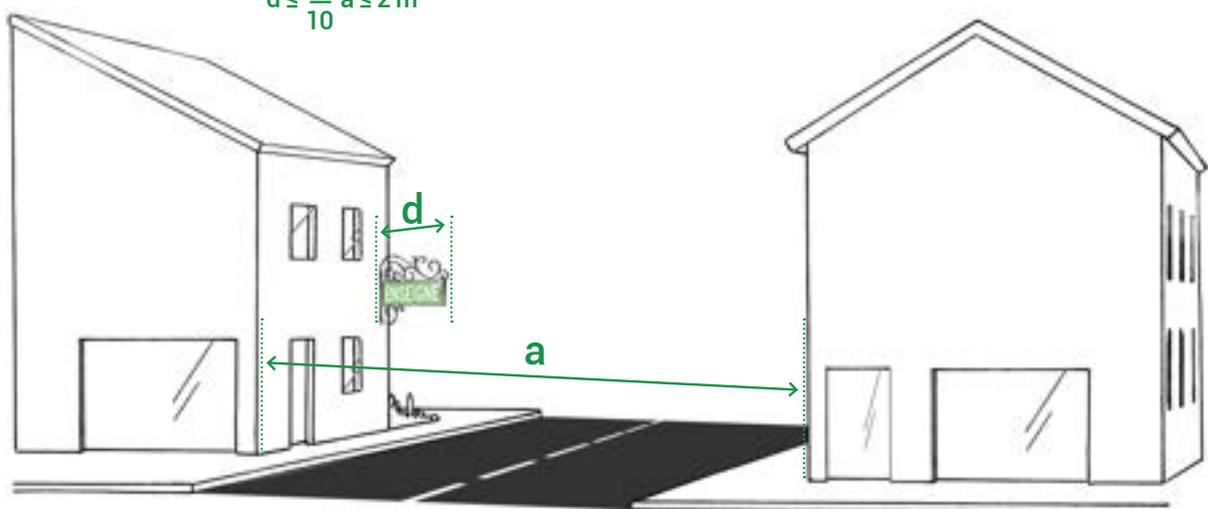
Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Domont

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 nombre parfois important sur une même façade, leur implantation à l'étage supérieure de l'activité voire plus rarement leur mauvais d'entretien.

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 plus ou moins étroites des centralités urbaines avec des fermetures de vue vers le grand paysage naturel ou le patrimoine bâti ou encore des outils de signalisation routière.

Pour autant leur format reste plutôt mesuré. Ainsi aucune enseigne perpendiculaire au mur n'a de saillie qui excède le mètre et leur surface est majoritairement inférieure au mètre carré.

Par ailleurs, on peut tout de même noter que certaines enseignes perpendiculaires sont situées à l'étage supérieur du lieu où l'activité signalée se déroule réellement ce qui induit là encore des difficultés de lecture des paysages urbains.

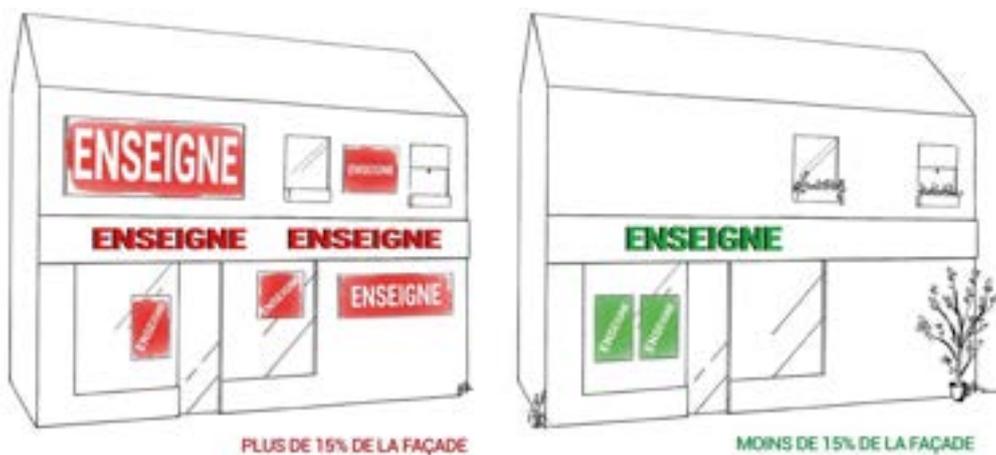
Sur la base des règles existantes en ZPR dans l'ancien RLP, le futur RLP pourra mettre en place des règles locales privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité, notamment dans le centre historique. Le nombre d'enseignes, leur implantation, taille, saillie ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire (en particulier les vues depuis et vers le patrimoine bâti) de l'impact de ces enseignes. La mise en place d'actions pédagogiques accompagnant l'approbation et l'application du futur RLP participera également d'une meilleure insertion des enseignes sur le territoire communal.

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 façade⁴⁸. 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.

⁴⁸ 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'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à « petite » façade commerciale rencontrés notamment dans les centres historiques mais elle touche pourtant Domont de façon mesurée (une quinzaine d'établissements concernés).



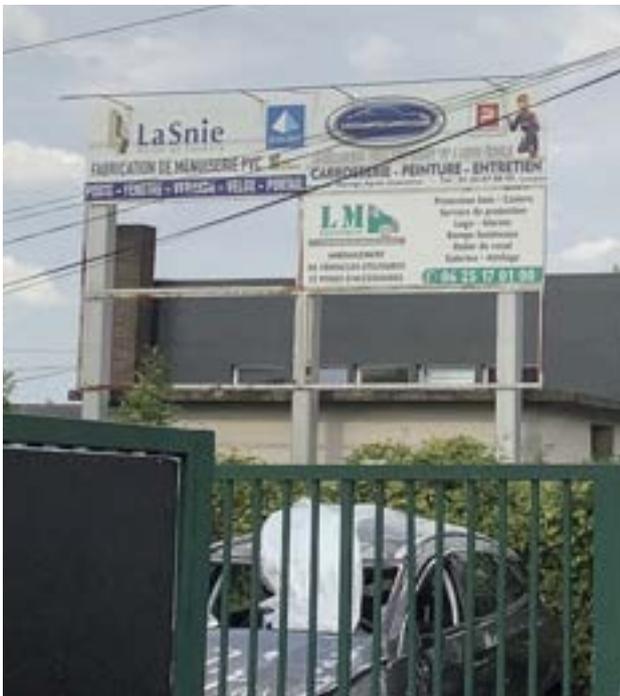
Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Domont

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 troisième catégorie d'enseignes la plus répandue sur le territoire communal avec une proportion similaire aux enseignes perpendiculaires au mur et aux enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Elles sont particulièrement présentes dans la zone d'activités économiques de la commune (ZA des Fauvettes) où les unités foncières plus généreuses par rapport aux centralités urbaines permettent de les installer assez aisément.

Par leur implantation, leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, de telles enseignes 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 mêmes supports (par exemple des panneaux dits « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités / préenseignes et enseignes.

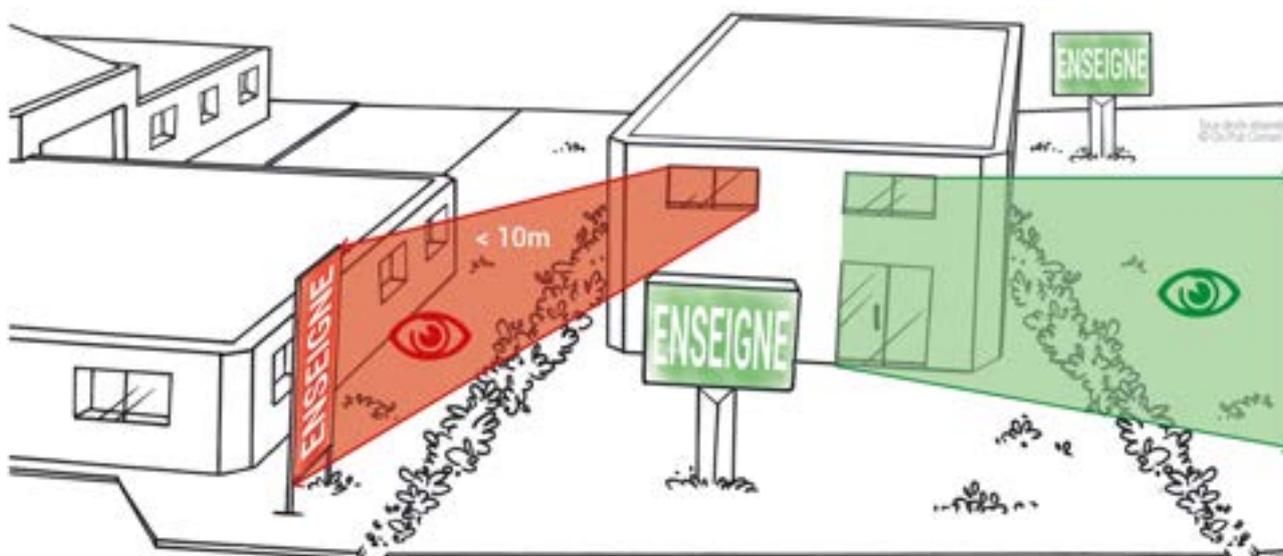




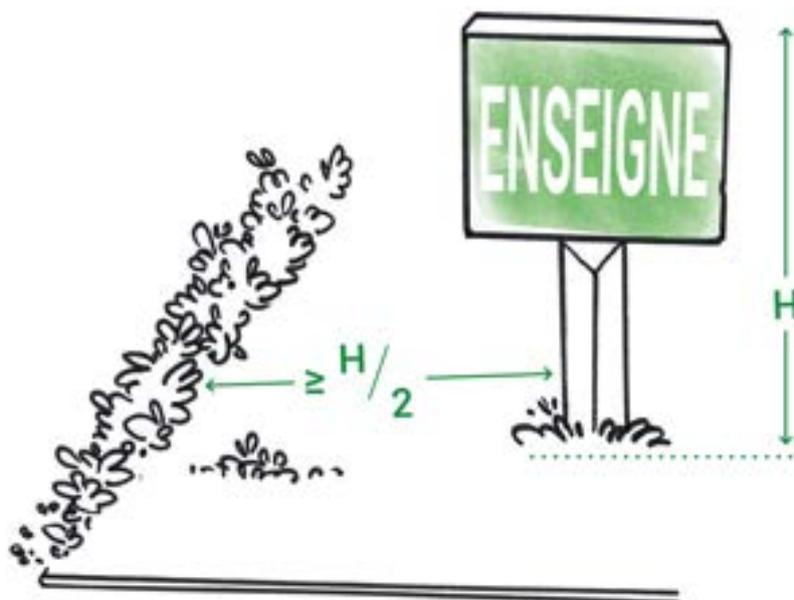
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol à Domont

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'implantation.

Ainsi, les enseignes de plus de 1 m², 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 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et de 6 m² dans les autres agglomérations. On retrouve ces deux cas à Domont selon que l'on soit dans l'agglomération principale (cas n°1) ou dans l'agglomération secondaire (cas n°2).

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 domontois, 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.

Autre problème paysager et réglementaire ponctuel pour ce type d'enseignes : quelques dispositifs ne font pas l'objet d'un maintien dans un état correct (mauvais état d'entretien).

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée 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 peuvent être redondantes lorsqu'elles sont placées sur une unité foncière privée (par exemple sur les parkings des établissements en zone d'activités).



Exemple d'enseigne inférieure ou égale à 1 m² scellée au sol ou installée directement sur le sol

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 RLP 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 de la commune à la suite de l'élaboration de ce RLP 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 très présentes sur le territoire domontois puisqu'elles représentent 11,6% du total des enseignes.

On les retrouve en particulier dans la zone d'activités des Fauvettes et se présentent toutes sous forme de bâches ou de pancartes accrochées à des clôtures la plupart du temps 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 (près de ¾ des enseignes sur clôture sont de petit format mais une proportion non négligeable (13%) est supérieure à 8 m²).

Cette catégorie d'enseignes n'est pas spécifiquement 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 RLP permettra de mieux maîtriser l'insertion de ces enseignes dans leur environnement.





Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Domont

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 communal. Elles ne comptent que pour 4% du total des enseignes, localisées tant dans la zone d'activités des Fauvettes que dans le cœur de ville.

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.





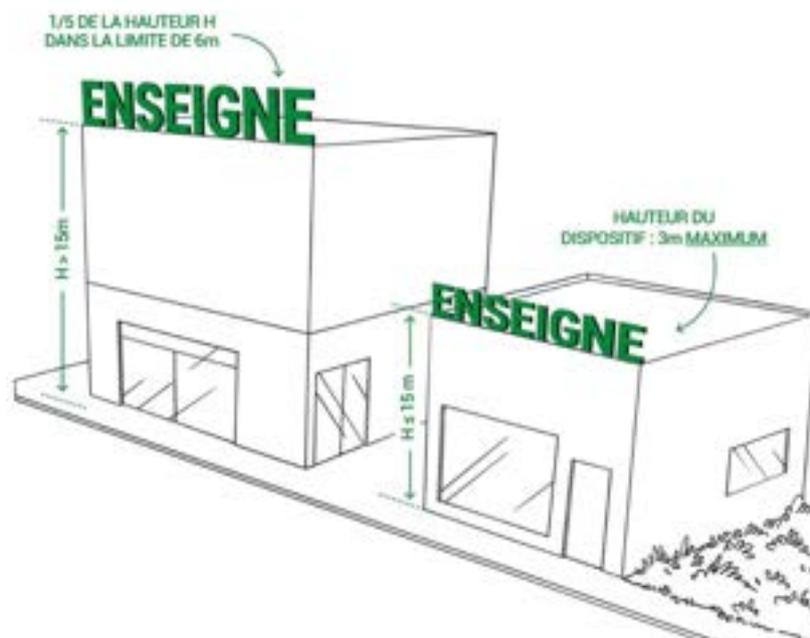
Exemples d'enseignes sur toiture identifiées à Domont

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

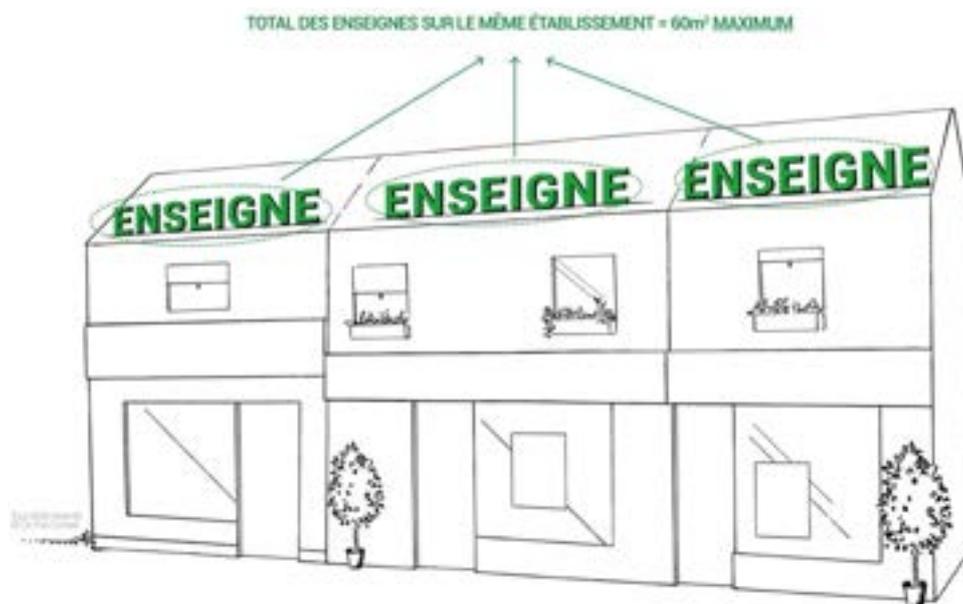
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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 \leq 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 établissement⁴⁹ est inférieure ou égale à 60 m². Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



Outre l'impact paysager dû à leur grande visibilité, la seule enseigne relevée ne pose pas vraiment de soucis au niveau de sa réalisation quoique sa fixation soit très visible. Malgré tout cette implantation apparaît comme indispensable compte tenu de la situation encaissée de l'activité concernée.

Afin d'éviter ces problématiques, le RLP pourra par exemple proposer de réduire le format de ces enseignes voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

⁴⁹ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

h) Les enseignes lumineuses

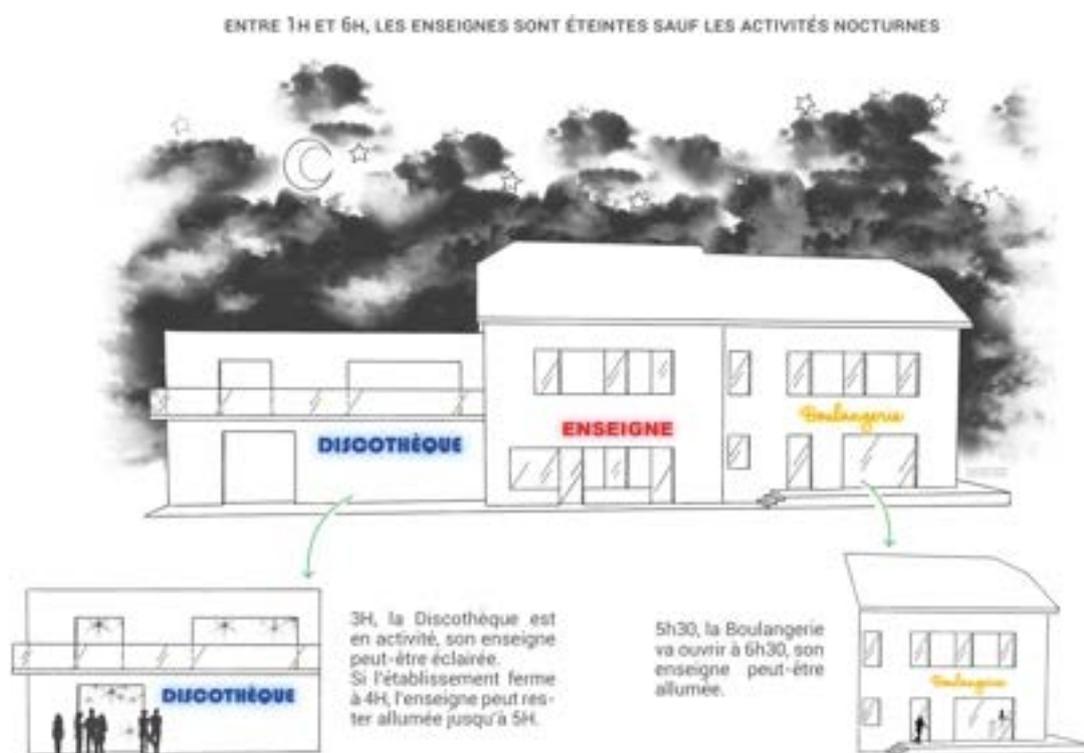
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type.

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 ministériel⁵⁰.

Elles sont éteintes⁵¹ 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.

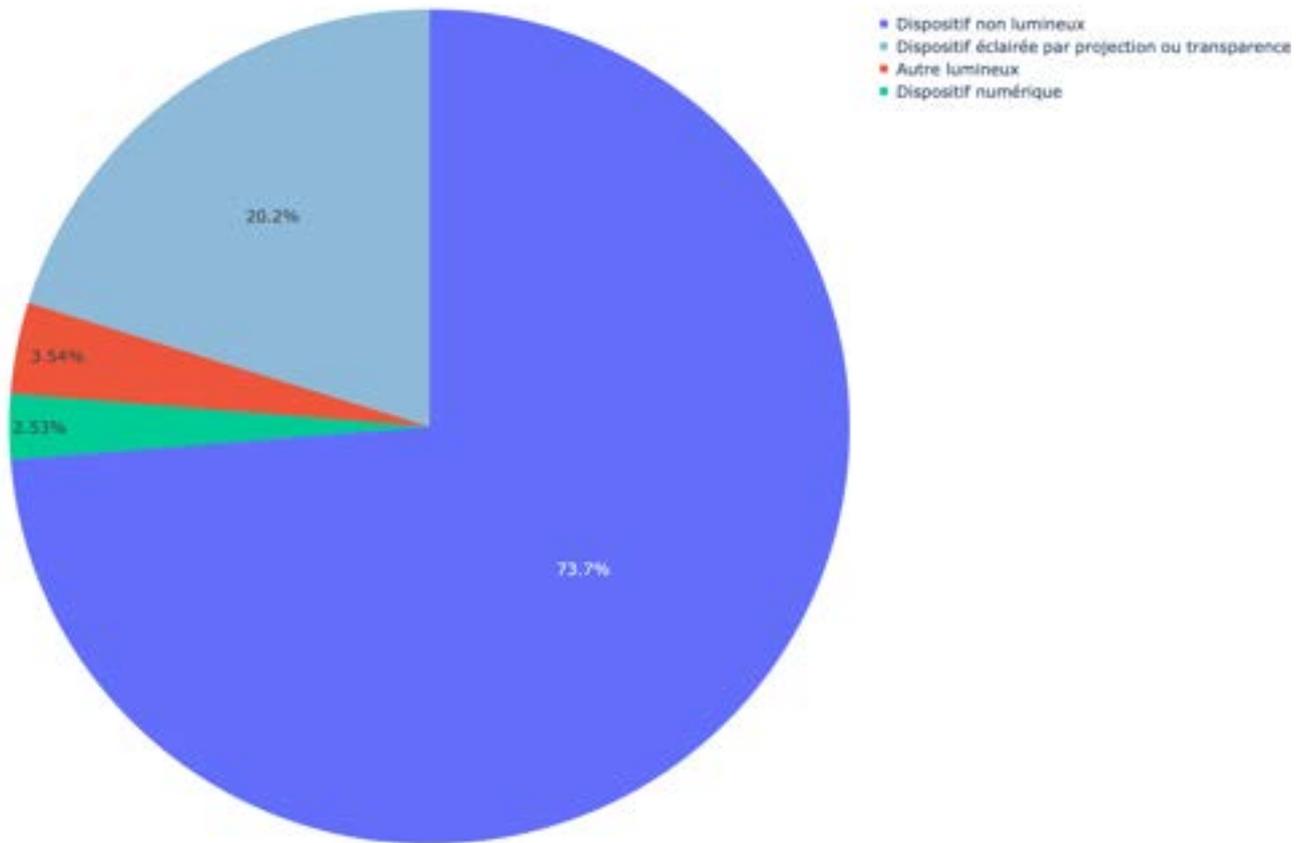


Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-dessus peuvent être lumineuses et le recensement effectué a permis de les caractériser : non lumineuses, en lettres découpées néons ou LED, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ...

Les enseignes ayant un caractère lumineux sont notablement présentes sur le territoire domontois puisque près du quart du total des enseignes sont lumineux (tous type de lumineux confondus).

⁵⁰ Arrêté non publié à ce jour

⁵¹ 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 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 trois enseignes sont numériques signalant une pharmacie et des stations-services.



Exemple d'enseigne éclairée par projection relevée à Domont



Exemples d'enseignes numériques recensées à Domont





Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED à Domont

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.

A Domont, à l'exception d'une station-services affichant le prix des carburants, ce type d'enseigne a un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement.

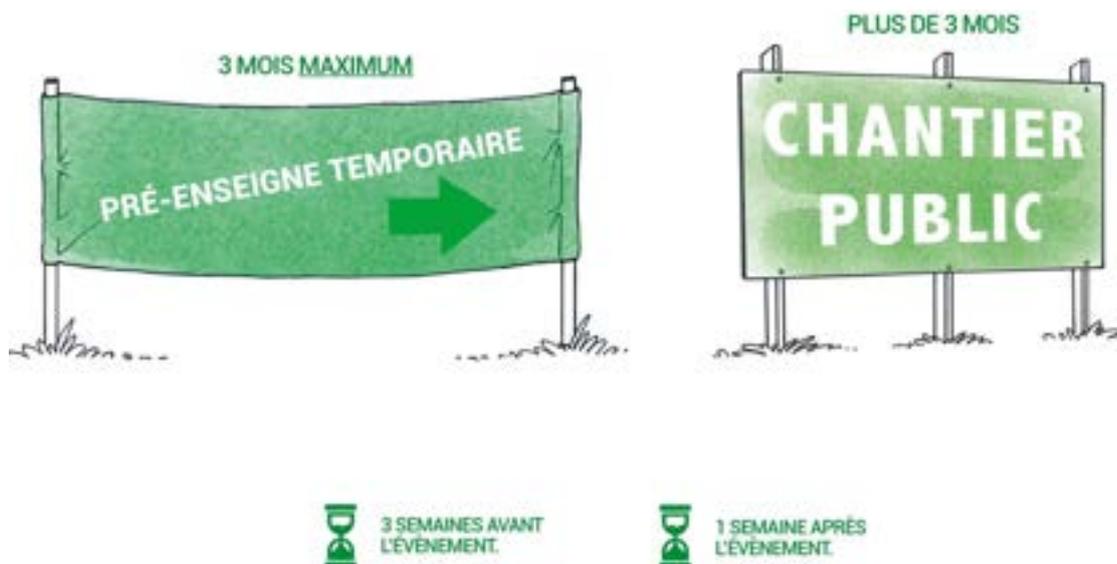
Globalement, le principal problème paysager posé par les enseignes lumineuses est lié à leur extinction nocturne qui n'est pas souvent respectée. Il conviendra donc de s'appuyer sur la procédure de révision de RLP afin d'informer les acteurs économiques de leur obligation en la matière de manière à limiter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

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.



Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement⁵² » 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 éteintes⁵³ 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 ministériel⁵⁴.

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 :

⁵² Cf. règles du code de l'environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport

⁵³ Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

⁵⁴ Arrêté non publié à ce jour

- 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 $\leq 6 \text{ m}^2$.

Généralement ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes apposées sur une clôture ou un mur non aveugle et parfois scellées au sol pour des opérations immobilières, la promotion de locaux à vendre ou à louer 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.

Le futur RLP 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 14 mai 2019, le Conseil Municipal de la commune de Domont s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Mise à jour du RLP pour tenir compte de la réforme introduite par la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, notamment en ce qui concerne les règles de densité, et permettre ainsi au maire de conserver le pouvoir de police ;
- Adaptation de la réglementation aux différents quartiers de la commune de Domont, en tenant compte de leurs spécificités et de la protection du patrimoine historique local (centre-ville, zones d'activités, zones commerciales, axes urbains, etc.) ;
- Préservation du cadre de vie et la lutte contre la pollution visuelle publicitaire ;
- Prise en compte de l'arrivée des nouvelles technologies en matière de publicité extérieure ;
- Amélioration de la qualité paysagère des entrées de ville.

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, la commune de Domont a choisi et débattu les orientations suivantes :

- **Orientation 1** : Préserver les richesses naturelles, paysagères et bâti de Domont ainsi que le cadre de vie des usagers ;
- **Orientation 2** : Réguler la pression publicitaire aux abords des entrées de ville et des zones d'activités et harmoniser les formats des dispositifs admis ;
- **Orientation 3** : Améliorer la qualité et la lisibilité donc l'attractivité des activités mais aussi l'image de la commune ;
- **Orientation 4** : Limiter les implantations très impactantes pour les paysages et le cadre de vie afin de lutter contre la banalisation des paysages ;
- **Orientation 5** : Réglementer les dispositifs ne faisant pas l'objet de règles spécifiques dans le code de l'environnement ;
- **Orientation 6** : Encadrer le développement de la signalisation lumineuse.

Ces orientations ont fait l'objet d'un débat lors du Conseil Municipal du 18 décembre 2022.

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 communal. Elles couvrent l'ensemble des agglomérations du territoire communal.

Les trois zones de publicité se découpent de la manière suivante (cf. carte ci-dessous) :

- la zone de publicité n°1 (notée ZP1) couvre les zones agglomérées du territoire communal autour du cœur de ville historique, soit une zone urbanisée au tissu mixte majoritairement résidentiel. Ce secteur est concerné par le site inscrit de l'ensemble du Massif des trois Forêts de Carnelle, l'Isle-Adam, Montmorency et leurs abords ainsi que le périmètre délimité des abords (PDA) de l'église Sainte-Madeleine ;
- la zone de publicité n°2 (notée ZP2) couvre la zone agglomérée secondaire de la commune située au nord-ouest du territoire soit des secteurs urbanisés quasi exclusivement résidentiels ;
- la zone de publicité n°3 (notée ZP3) couvre la zone d'activités des Fauvettes.

Hors agglomération, les règles nationales demeurent et la publicité et les préenseignes y sont interdites à l'exception des préenseignes dérogatoires, conformément au Code de l'environnement.

Dans l'ensemble des zones de publicité, pour des questions de qualité paysagère, sont interdites les dispositifs de dimensions exceptionnelles, les publicités ou préenseignes apposées sur une clôture ou un mur de clôture ou un mur de pierre ainsi que les publicités ou préenseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

En outre, dans l'ensemble de ces zones, lorsqu'elles seront autorisées, les publicités ou préenseignes lumineuses seront éteintes entre 22 heures et 7 heures y compris celles supportées à titre accessoire par le mobilier urbain (exception faite des abris destinés au public durant le temps de service des lignes de transport public qui les desservent), ceci dans le but de faire des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse nocturne.

En toutes zones, les publicités ou préenseignes supportées à titre accessoire par du mobilier urbain respectent les règles nationales contenues dans le code de l'environnement à l'exception du 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.

Conformément aux constats de terrain et aux besoins identifiés par la commune, ce type de publicité sera donc de petit format lorsqu'elle est autorisée. Par ailleurs et par exception, en ZP1, ces publicités seront toutefois admises dans les secteurs patrimoniaux suivants (identifiés par des hachures bleues sur la carte ci-dessous) : périmètre délimité des abords (PDA) de l'église Sainte-Madeleine (sous réserve de non-covisibilité, cf. l'article L.621-30 du code du patrimoine) et périmètre du site inscrit de l'ensemble du Massif des trois Forêts de Carnelle, l'Isle-Adam, Montmorency et leurs abords. Cette dérogation permettra de lever les interdictions relatives⁵⁵ et pérenniser les dispositifs actuellement présents dans ce secteur.

⁵⁵ Le code l'environnement interdit la publicité lumineuse ou non dans les périmètres indiqués dans son article L581-8.

Il s'agit de préserver la qualité des paysages bâtis et des espaces publics ainsi que le cadre de vie des habitants et usagers de la commune de Domont dans les secteurs de protection patrimoniale règlementaire comme dans les secteurs majoritairement résidentiels mais aussi d'uniformiser les règles applicables sur tout le territoire.

Pour les mêmes questions de préservation de la qualité urbaine et résidentielle, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en ZP1 et ZP2. On relève aujourd'hui quelques dispositifs publicitaires scellés au sol de de grand format dans ces secteurs (en entrées de ville ou aux abords des axes routiers importants), conformes ou non aux règles nationales.

En plus des publicités sur mobilier urbain, les publicités murales seront admises dans des formats contenus (5 m² encadrement compris en ZP1 comme en ZP2) et une densité contrôlée (au mieux un dispositif par unité foncière).

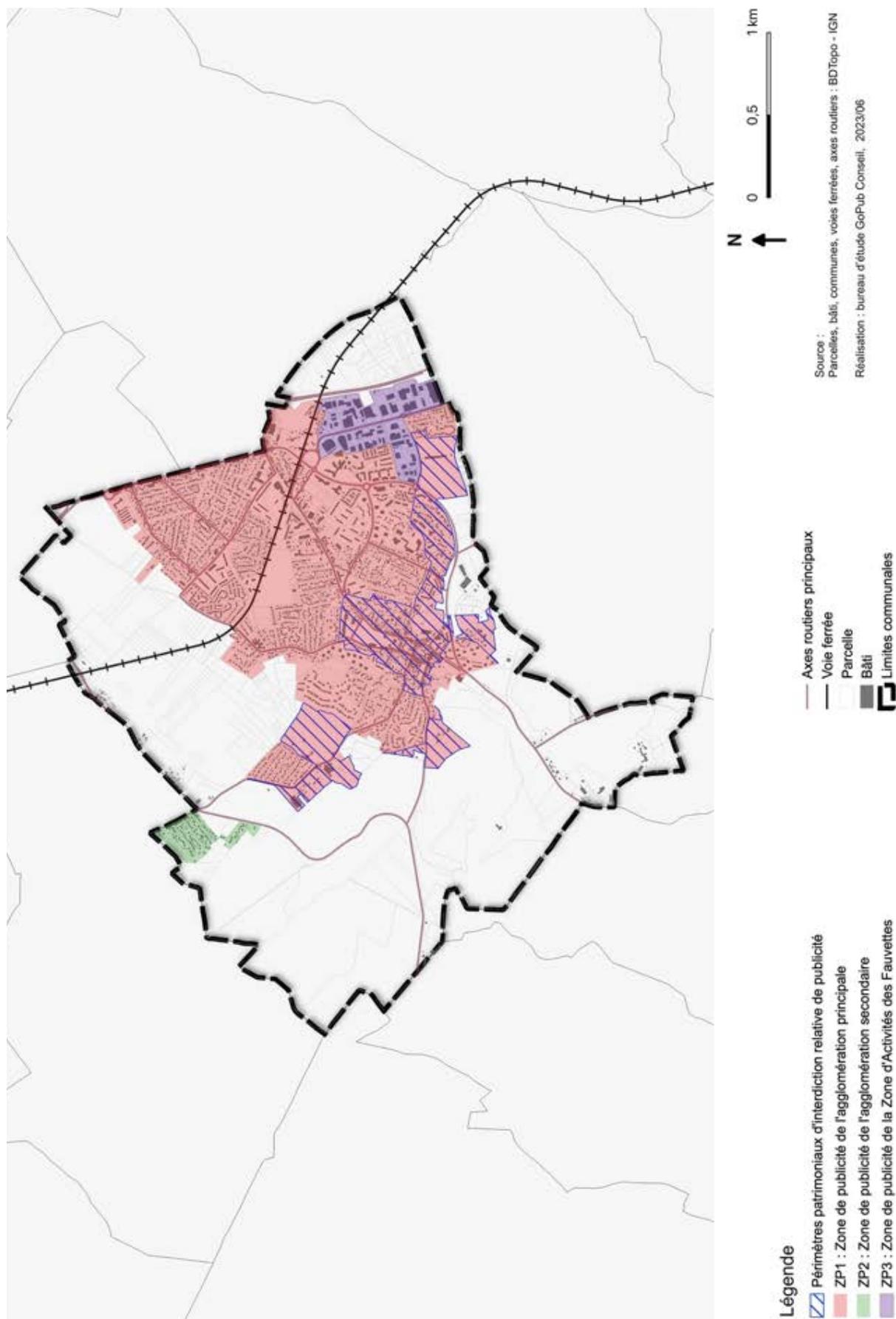
En ZP3, il s'agit de trouver un équilibre entre la réglementation nationale applicable aux agglomérations de plus de 10 000 habitants et les plus fortes restrictions projetées en ZP1 et ZP2 afin de permettre à la fois une signalisation suffisante des activités économiques et préserver le cadre de vie des habitants et les paysages d'entrées de ville.

De ce fait les formats publicitaires sont réduits à 10,5 mètres carrés contre 12 mètres carrés actuellement (encadrement inclus)⁵⁶ 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 économique. Les bâches comportant de la publicité seront admises selon le même format avec toutefois une limitation à 50% d'occupation publicitaire sur les bâches de chantier.

De plus, ces dispositions seront complétées par une règle de densité renforcée permettant l'implantation d'une unique publicité ou préenseigne par unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique. L'objectif est d'empêcher l'enchaînement excessif de publicités ou préenseignes et limiter notamment le développement de la publicité scellée au sol dans ce secteur d'activité situé en entrée de ville.

D'autre part les publicités et préenseignes numériques seront exclusivement autorisées en ZP2 mais dans un format plus contraint que les maxima nationaux soit 2,5 m² (encadrement compris) et 3 mètres au-dessus du niveau du sol. Ce format est plus contenu que la publicité lumineuse non numérique pour tenir compte de la pollution lumineuse supérieure créée par les dispositifs numériques.

⁵⁶ Dans la réalité, les publicités et préenseignes dépassent souvent 13 mètres carrés avec l'encadrement.



Plan de zonage « publicité » de la commune de Domont

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, les règles retenues concernent, sauf mention contraire, l'ensemble du territoire communal, y compris hors agglomération (ce sont alors les règles de la ZE2 qui s'appliquent). Le but est d'harmoniser au maximum les règles afin de garantir un cadre de vie de qualité pour tous.

Les deux zones d'enseigne présentées ci-dessous se découpent de la manière suivante (cf. carte ci-dessous) :

- la zone d'enseigne n°1 (notée ZE1) couvre les zones agglomérées de Domont à l'exception de la zone d'activités des Fauvettes ;
- la zone d'enseigne n°2 (notée ZE2) couvre la zone d'activités des Fauvettes.

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, les enseignes seront interdites 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 garde-corps et les barres d'appui de fenêtres, de baies, de balcons ou de balconnets ;
- les clôtures ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu ;
- les bâches.

En toutes zones les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur devront être implantées au-dessous des limites du plancher du premier étage lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée (sauf en cas d'impossibilité technique ou incompatibilité architecturale à démontrer) afin de préserver l'harmonie architecturale des ensembles bâtis en particulier dans le tissu mixte des centralités urbaines.

Cette règle d'implantation est également valable pour les enseignes perpendiculaires dans le même but de favoriser une meilleure intégration des enseignes dans les devantures commerciales des rez-de-chaussée d'immeubles avec un impact moindre sur l'espace public.

Dans le cas d'activités exercées uniquement en étage, il ne sera admis qu'une seule enseigne à l'étage de l'activité pour la dénomination commerciale.

Dans les deux zones d'enseigne, les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une seule par façade d'un même établissement, le but est de ne pas surcharger les façades avec ce type d'enseignes. La hauteur minimale par rapport au sol est fixée à 2,50 mètres pour éviter d'altérer l'accessibilité des espaces publics et la saillie sera par ailleurs limitée à 80 centimètres maximum contre 2 mètres dans le code de l'environnement pour ne pas avoir de dispositif débordant trop sur le domaine public et fermant le paysage. Il s'agit d'instaurer des règles proches des observations de terrain qui amoindrissent l'impact de ces enseignes sur l'espace public notamment dans les zones de centralités commerciales.

En ZE1 pour des critères d'intégration esthétique, l'enseigne perpendiculaire au mur et l'enseigne parallèle au mur principale doivent être apposées dans le même alignement et plus globalement l'ensemble des enseignes apposées sur les façades devront être implanter de manière cohérentes entre elles et avec l'environnement proche.

En ZE2, secteur où les enseignes en façade ne posent pas de problèmes paysagers particuliers, il ne sera pas possible de cumuler une enseigne perpendiculaire au mur avec une enseigne scellée au sol de plus d'un mètre carré pour signaler un même établissement sur une même unité foncière.

Les enseignes sur clôture ne font pas l'objet de règles particulières dans la réglementation nationale. Pourtant, elles posent un problème paysager récurrent en entrées de villes et dans la zone d'activités, où on les retrouve le plus, avec une répétition du message en plus des autres enseignes. Elles seront donc strictement interdites pour annihiler ces problématiques.

De même, en ZE1, les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, seront interdites considérant que d'autres types d'enseignes sont à privilégier (en façade des bâtiments en particulier) à la fois pour des questions patrimoniales (préservation du cadre de vie des usagers et des paysages bâtis) et pour une visibilité efficiente et contrôlée des commerces et services.

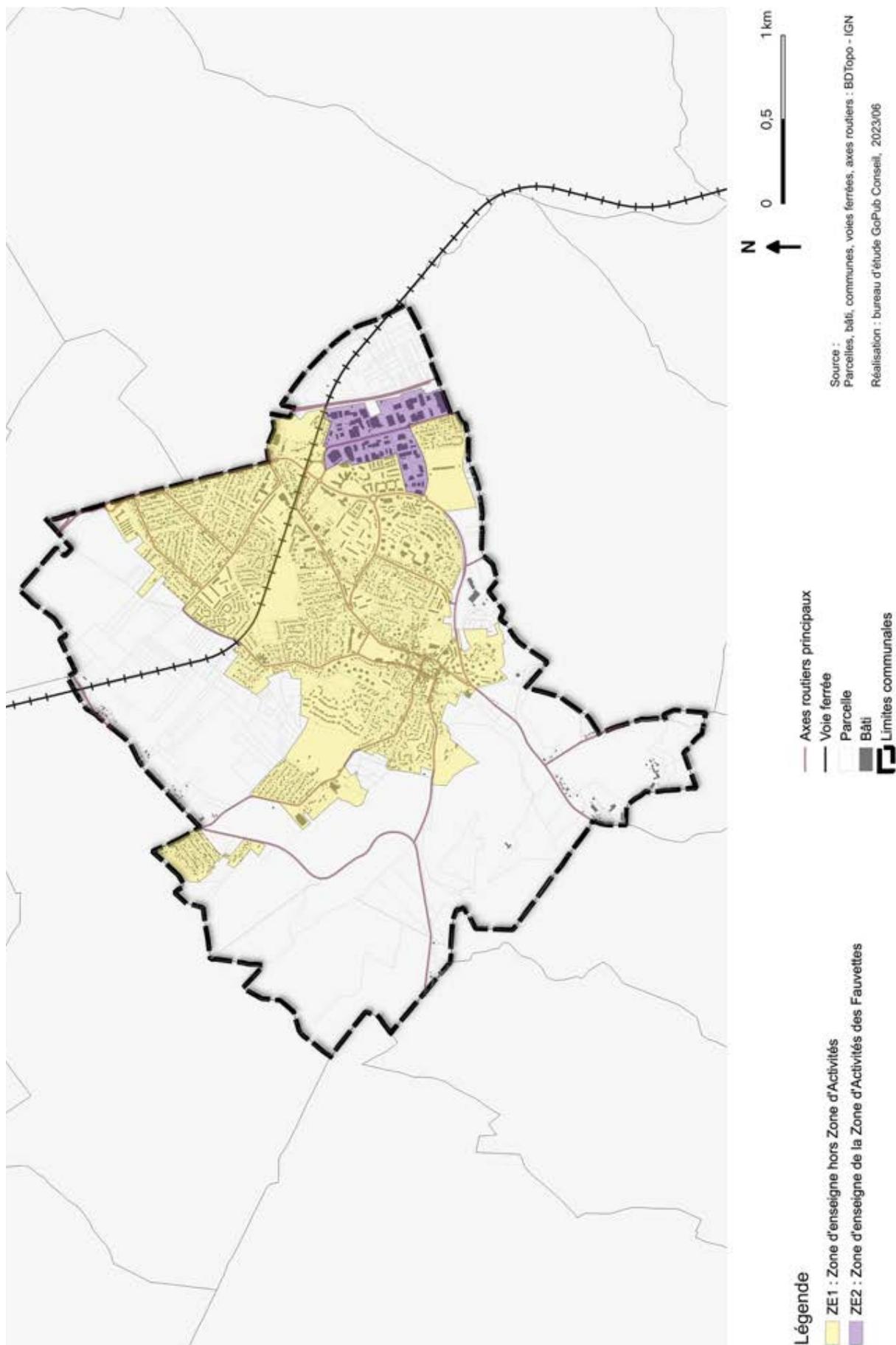
En revanche, en ZE2, ces enseignes seront admises mais sans pouvoir excéder une surface unitaire de 6 mètres carrés afin d'harmoniser leur format maximal y compris hors agglomération. De plus ces enseignes, ne pourront s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol soit un format similaire aux publicités et préenseignes du même type.

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 sont susceptibles de poser un problème paysager important notamment en entrées de villes, dans la zone d'activités, le long des voies et axes structurants où elles sont très souvent implantées mais aussi en centre-ville sur le domaine public. 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 secteurs résidentiels (ZE1) et deux en secteur économique (ZE2). Par ailleurs, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur sera limitée à 1,20 mètre au-dessus du niveau du sol en ZE1 et 6 mètres en ZE2.

Par souci d'harmonisation avec la plage d'extinction nocturne des publicités et préenseignes lumineuses, les enseignes lumineuses seront éteintes entre 22 heures et 7 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 autorisées pour toutes les activités en ZE2 mais uniquement pour les pharmacies ou tout autre service d'urgence en ZE1. Elles seront limitées à une seule par établissement. L'enseigne numérique ou partie de l'enseigne qui est numérique ne pourra excéder 1 mètre carré en ZE1. En ZE2, la surface de l'enseigne numérique est limitée à 6 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'atténuer leur impact.

Enfin, les enseignes temporaires seront soumises aux mêmes interdictions 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.

Les espaces situés hors agglomération respectent les règles de la ZE1.



Plan de zonage « enseigne » de la commune de Domont