



RLPi prescrit le 25 novembre 2021,  
Arrêté le 22 septembre 2022,  
Enquête publique du 16 janvier au 15 février 2023,  
Approuvé le 29 juin 2023,

Le président,  
Bernard Leroy

# Rapport de présentation





# Table des matières

INTRODUCTION .....	4
Le contexte législatif .....	4
Le contexte local .....	4
<b>Les objectifs du RLPI de l'Agglomération Seine Eure</b> .....	5
PARTIE 1 .....	6
LE CADRE RÉGLEMENTAIRE ET LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RLPI .....	6
I. <b>La constitution du RLPI de l'Agglomération Seine Eure</b> .....	7
A. Les éléments constitutifs du RLPI .....	7
B. <b>Les conditions d'application du RLPI</b> .....	8
II. <b>Le champ d'application du RLPI</b> .....	9
A. Les catégories de dispositifs réglementés .....	9
B. <b>Les supports d'affichage spécifiques</b> .....	13
C. <b>Les dispositifs qui ne relèvent pas du Code de l'environnement</b> .....	15
III. Les critères géographiques et démographiques qui conditionnent le cadre réglementaire .....	15
A. <b>Les limites d'agglomération</b> .....	15
B. Le critère démographique .....	17
IV. Les dispositions du RNP applicables sur le territoire Seine-Eure .....	18
A. Le régime national pour la publicité et la pré enseigne .....	19
B. <b>Le régime national pour l'enseigne</b> .....	22
PARTIE 2 .....	24
LE DIAGNOSTIC TERRITORIAL .....	24
I. <b>L'Agglo Seine-Eure</b> .....	25
A. La situation géographique .....	25
II. <b>Les caractéristiques de l'Agglomération</b> .....	25
A. Le contexte démographique .....	25
B. Le contexte économique .....	26
C. Le contexte mobilité .....	30
III. <b>Le contexte patrimonial et naturel</b> .....	33
A. Les sites de protection patrimoniale bâtis .....	33
B. Les sites de protection naturelle .....	34
PARTIE 3 : .....	40

LE DIAGNOSTIC DES PUBLICITÉS, DES PRÉ ENSEIGNES ET DES ENSEIGNES .....	40
I. La méthodologie de travail .....	41
A. Une analyse quantitative des dispositifs de publicité et de pré enseigne .....	41
B. Une analyse qualitative des enseignes.....	42
II. La situation des publicités et des pré enseignes .....	42
A. <b>L’approche</b> statistique des publicités et des pré enseignes.....	42
B. Les lieux stratégiques de concentration publicitaire .....	53
C. Les enjeux du territoire issus du diagnostic de publicité et de pré enseigne .....	59
III. La situation des enseignes .....	60
A. <b>Les typologies d’enseignes</b> .....	60
B. <b>L’analyse par secteurs</b> .....	61
C. Les enjeux du territoire issus du diagnostic des enseignes .....	69
PARTIE 4 : .....	72
LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES .....	72
Orientation 1 : Préserver la qualité des paysages naturels et de sensibilité environnementale. ....	74
Orientation n°2 : Promouvoir le développement économique durable du territoire .....	76
Orientation n°3 : <b>Protéger les noyaux historiques et l’ambiance des cœurs de vie</b> pour améliorer la qualité du cadre de vie des habitants et visiteurs.....	76
Orientation n°4 : <b>Maîtriser l’image du territoire et son attractivité à travers ses espaces vitrines</b> .....	78
<b>Orientation n°5 : S’engager dans une démarche de sobriété énergétique plus large</b> et lutter contre la pollution lumineuse.....	80
PARTIE 5 : .....	82
LES JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS .....	82
I. Justifications des choix du zonage règlementaire.....	83
A. Les justifications de la ZPR.1 .....	85
B. Les justifications de la ZPR.2 .....	85
C. Les justifications de la ZPR.3 .....	86
D. Les justifications de la ZPR.4 .....	86
E. Les justifications de la ZPR.5 .....	87
II. Les justifications des choix règlementaires.....	88
A. Les justifications des règles relatives à la publicité et à la pré enseigne .....	88

B. **Les justifications des règles relatives à l'enseigne** .....96

## INTRODUCTION

### Le contexte législatif

Depuis 1902, de nombreuses législations se sont succédées pour réglementer l'implantation de la publicité, de la pré enseigne et de l'enseigne afin de préserver l'esthétisme des lieux et de protéger le cadre de vie.

**C'est depuis la loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré enseignes, qu'il est possible d'adapter les dispositions nationales du Code de l'environnement aux spécificités locales.**

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 octobre 2000 et constitue ainsi le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (articles L.581-1 à L.581-45) du livre V « Prévention des pollutions, des risques et nuisances » du Code de l'environnement.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (dite loi ENE ou « Grenelle II ») est le dernier texte législatif adoptant des dispositions en matière de publicité, de pré enseigne et d'enseigne. Cette loi a réformé par décret ministériel (n°2012-118) la partie du Code constituant le Règlement National de la Publicité (RNP). Les nouvelles dispositions nationales ont pour objectif de limiter la publicité extérieure, tout en conciliant la préservation du cadre de vie et la liberté d'expression, du commerce et de l'industrie.

C'est à compter de la loi ENE que les Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) compétents en matière de Plan Locaux d'Urbanisme intercommunaux (PLUi) peuvent élaborer sur l'ensemble de leur territoire un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi). Il permet aux communes d'avoir la maîtrise sur les publicités, sur les pré enseignes et sur les enseignes en tenant compte des espaces spécifiques du territoire intercommunal (entrées de ville, cœurs de ville, périmètre de protection du patrimoine bâti et naturel, zones d'activités etc.). La réforme est entrée en vigueur au 1er juillet 2012. Ainsi, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions.

L'élaboration du RLPi est ainsi encadrée par le Code de l'environnement. Tout RLP institue toujours des règles plus restrictives que celles issues du Code.

### Le contexte local

L'Agglomération Seine Eure disposant de la compétence en matière d'élaboration du Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi), l'élaboration ou la révision d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) lui revient, en application de l'article L. 581-14 du Code de l'environnement.

Ainsi, par délibération du 25 novembre 2021, le conseil communautaire de l'Agglomération Seine Eure a prescrit l'élaboration de son RLPi sur l'ensemble du territoire. Il a vocation de se substituer aux trois Règlements Locaux de Publicité (RLP) existants, qui sont:

- Le RLP de Louviers approuvé le 06 juin 2008,
- Le RLP de Saint Aubin Sur Gaillon approuvé le 11 décembre 2014,
- Le RLP du Vaudreuil approuvé le 06 juillet 2017.

Il est à noter que le RLP de Louviers est dit « non grenellisé ». Approuvé en 2008, il n'a depuis pas été modifié pour intégrer les dispositions de la loi Grenelle II et devait selon l'article 36 être caduc à partir du 13 juillet 2020. Puis, l'article 22 de la loi n°2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et la proximité de l'action publique a complété la rédaction de l'article L.581-14-3 du Code de l'environnement afin de prolonger de deux ans l'échéance de caducité des RLP. Dans le cas de Louviers, sa date limite de validité est repoussée au 13 juillet 2022. À compter du 14 juillet 2022, le Règlement National de Publicité est ainsi applicable sur la commune de Louviers et cela, jusqu'à la date d'approbation du RLPi. Le RLP du Vaudreuil et de Saint Aubin Sur Gaillon deviendront automatiquement caducs dès l'approbation du RLPi.

## Les objectifs du RLPI **de l'Agglomération Seine Eure**

Les objectifs énoncés par la délibération de prescription répondent aux enjeux en matière d'affichage extérieur. Il s'agit de :

- **Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire** notamment la loi portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et réduire la consommation énergétique des dispositifs.
- **Participer à la mise en œuvre du projet de territoire en contribuant à la préservation de l'environnement, la mise en valeur des paysages et la qualité de vie** sur le territoire.
- Adopter des règles pour une communication extérieure harmonieuse **et ainsi renforcer l'identité** du territoire.
- Améliorer la qualité esthétique des dispositifs de publicité, **d'enseignes** et de pré enseignes existants et à venir dans le but de **préserver l'attractivité de l'Agglomération**.
- Contribuer à la mise en valeur des entrées de ville structurantes du territoire.

**Bien que la réglementation nationale encadre l'affichage publicitaire** de manière à limiter son impact sur le cadre de vie et à protéger les sites les plus sensibles, elle peut apparaître insuffisante ou inadaptée au regard des enjeux locaux.

**Le RLPI vise ainsi à généraliser et à harmoniser la réglementation nationale, en l'adaptant aux spécificités locales, et cela de manière plus stricte. Ce document d'urbanisme est un moyen de renforcer l'identité du territoire.**

# PARTIE 1

## LE CADRE RÉGLEMENTAIRE ET LA PROCÉDURE **D'ÉLABORATION DU RLP**

# I. La constitution du RLPI **de l'Agglomération Seine Eure**

## A. Les éléments constitutifs du RLPI

Le règlement local de publicité intercommunal comprend un rapport de présentation, un règlement et des annexes (**en application de l'article R.581-72 du Code de l'environnement**).

### 1. LE RAPPORT DE PRESENTATION

Le rapport de présentation **s'appuie sur la réalisation d'un diagnostic faisant l'état des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes sur le territoire Seine-Eure**. Ce recensement est en mesure **d'évaluer leur degré d'impact sur le cadre de vie et sur la qualité paysagère rurale et urbaine**. Plus précisément, le diagnostic :

- Dresse un état des lieux du paysage **vis-à-vis de l'affichage publicitaire**,
- Recense les enjeux architecturaux et paysagers, et notamment les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu des dispositions législatives (articles L.581-4 et L.581-8).
- Identifie les spécificités des différents espaces : ceux sous pression publicitaires nécessitant une **réflexion sur l'avenir souhaité et ceux à enjeux économiques**.
- Identifie les critères de pollution visuelle.
- Analyse la conformité des dispositifs existants avec le Règlement National de Publicité (RNP).

**A l'issue du diagnostic, ce rapport** détermine les espaces à enjeux et définit les orientations stratégiques répondant aux spécificités territoriales.

Enfin, et au regard de la définition des orientations, le rapport de présentation vient expliquer les choix généraux, **communs à l'ensemble du territoire**, et spécifiques, relatifs aux espaces identifiés à **enjeux en matière d'affichage extérieur**.

### 2. LE REGLEMENT

Le règlement se constitue de prescriptions réglementaires traduisant les orientations débattues. Le **règlement écrit s'accompagne d'un règlement graphique délimitant** les zones dans lesquelles **s'appliqueront les règles spécifiques pour chaque espace identifié (Article R.581-78 du Code de l'environnement)**. **Qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées, ces prescriptions** sont toujours plus restrictives que les dispositions du RNP.

**Le RLPI se doit d'édicter des règles simples et facilement applicables. Par exemple, il ne peut être** préconisé de format publicitaire non commercialisé. Les formats de 12m<sup>2</sup>, 8m<sup>2</sup> et 4m<sup>2</sup> sont les **formats d'affichage courants**.

**Afin de clarifier l'application du règlement et d'éviter** les confusions entre les différents dispositifs, les notions sont définies au sein du glossaire intégré au règlement.

### 3. LES ANNEXES

Les annexes se constituent des documents graphiques, matérialisant le zonage réglementaire applicable pour chaque commune, ainsi que les arrêtés municipaux fixant **les limites d'agglomération** de chaque commune du territoire.

## B. Les conditions d'application du RLPi

### 1. LES OBLIGATIONS ET LIMITATIONS REGLEMENTAIRES

Bien qu'elles soient plus restrictives que le RNP, les dispositions du RLPi doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les opérateurs économiques, et la protection du cadre de vie. Le RLPi doit également veiller au respect du principe d'égalité, c'est-à-dire qu'il ne peut pas instituer de discriminations entre les sociétés d'affichage. Il peut toutefois traiter de manière différentes la publicité d'une situation à une autre ou d'une zone à une autre. Néanmoins, le RLPi ne peut pas fixer des règles distinctes de celles de la publicité pour les pré enseignes (non dérogatoires).

Le RLPi ne peut en aucun cas instituer des procédures administratives complémentaires, c'est-à-dire qu'il ne peut soumettre à autorisation préalable d'autres dispositifs que ceux que la loi énumère (article L.581-9 pour la publicité et L.581-18 pour les enseignes), ou même instituer des procédures spécifiques d'instruction autre que celles appartenant à l'autorité de police prévue par le Code de l'environnement.

Le RLPi ne peut pas réintroduire la publicité hors agglomération, ni définir des règles concernant :

- Les dispositifs de petit format intégrés aux devantures commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie, ou lorsqu'il s'agit de la devanture d'un établissement temporairement fermé pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire.
- Les emplacements aménagés et réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.
- Les publicités dans l'emprise des gares hors agglomération et à l'intérieur des espaces clos.
- La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs.
- Les pré enseignes dérogatoires installées hors agglomération.

Par ailleurs, le RLPi ne peut pas interdire :

- La publicité ou l'enseigne de façon générale.
- Les dispositifs soumis à autorisation préalable, comme la publicité sur bâches publicitaires, la publicité lumineuse (autre qu'éclairée par projection ou transparence), les dispositifs de dimensions exceptionnelles.
- La publicité sur les palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsqu'elles s'implantent dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés et dans les secteurs sauvegardés (article L.518-4 du CE).
- La publicité numérique de façon générale.

Le RLPi a pour rôles :

- D'édicter des règles simples venant restreindre le nombre de dispositifs par façade sur rue d'unité foncière.
- De réduire les surfaces et les hauteurs d'affichage.
- D'imposer les conditions d'installation des dispositifs d'affichage.
- D'interdire certains supports d'affichage (sur clôture, par exemple).
- D'imposer des horaires d'extinction nocturne élargies.

### 2. L'EXERCICE DU POUVOIR DE POLICE

En l'absence de RLP ou de RLPi applicable, le pouvoir de police et l'instruction appartiennent par principe au préfet de département. En revanche, dès l'approbation du RLPi, chaque maire se devra d'agir au nom de sa commune et obtiendra la compétence sur l'ensemble de son territoire communal, même dans les zones où le RLPi prévoirait une simple application du Code de l'environnement (en particulier dans les espaces situés en dehors des zones bâties, classés en ZPR.5 du règlement).

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant, un accord ou un avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF) ou du préfet de région.

## II. Le champ d'application du RLPi

Le Code de l'environnement défini en article L.581-3 les dispositifs soumis à la réglementation local de publicité : la publicité, les enseignes et les pré enseignes.

Les pré enseignes dérogatoires, sous-catégorie des pré enseignes, font l'objet d'une définition particulière.

### A. Les catégories de dispositifs réglementés



#### 1. LA PUBLICITE

En application du Code de l'environnement, la publicité est définie comme « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. »

Les dispositifs destinés à recevoir les publicités sont considérés comme de la publicité, même s'ils ne comportent aucune affiche publicitaire.

Les dispositions réglementaires nationales fixent les règles relatives à l'implantation des publicités en fonction des dispositifs utilisés, des caractéristiques des supports (dimensions, lumineux ou non) et de la situation démographique des agglomérations concernées.

Le Code de l'environnement régit les procédés publicitaires suivants :

<ul style="list-style-type: none"> <li>La publicité murale, ou sur clôture</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol</li> </ul> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>La publicité sur mobiliers urbains</li> </ul> 

- La publicité sur bache



- La publicité numérique



## 2. L'ENSEIGNE

L'enseigne est définie comme « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ».

### E N S E I G N E

#### ENSEIGNE



Les dispositions nationales fixes les règles relatives à leur installation (hauteur, surface) en fonction du procédé utilisé et de la nature de l'activité.

E

E

Pour les enseignes lumineuses, le RNP fixe les règles d'extinction nocturne.

Le Code de l'environnement régit :

- Les enseignes parallèles à la façade, aussi appelées enseignes « en bandeau »



- Les enseignes perpendiculaires à la façade, dites « en drapeau »



- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



- Les enseignes en toiture ou terrasse en tenant lieu



- Les enseignes temporaires\*



- Les enseignes lumineuses (à l'extérieur et à l'intérieur des vitrines)



\*Sont considérées comme des enseignes temporaires :

- Les enseignes signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois, disposées sur l'unité foncière de l'opération.
- Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement (comme illustré ci-dessus), 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, disposées sur l'unité foncière de l'opération.

PRÉ-ENSEIGNE ↑

### 3. LA PRE ENSEIGNE

La pré enseigne est définie comme « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ». Elles sont soumises aux mêmes dispositions que celles qui régissent la publicité.

Le Code de l'environnement régit :

- Les pré enseignes murales



- Les pré enseignes scellées au sol ou installées directement au sol



- Les pré enseignes sur mobilier urbain



Comme les publicités, les pré enseignes peuvent être éclairées par projection, par transparence, ou numériques.

#### 4. LE CAS PARTICULIER DES PRE ENSEIGNES DEROGATOIRES

Parmi les pré enseignes, il existe la catégorie dite « dérogatoire » ayant son propre régime. Lorsque les pré enseignes signalent certaines activités, **elles peuvent s’implanter hors agglomération, ce que l’article L.581-7 interdit à toute publicité.** Elles doivent alors respecter certaines conditions de format, de hauteur **et de distance d’implantation par rapport à l’activité indiquée.**

Depuis la loi du 13 juillet 2015, hors agglomération, seules les activités suivantes peuvent être signalées par des pré enseignes dérogatoires :

- la fabrication ou la vente de produits du terroir
- **la proximité d’un monument historique classé ou inscrit, ouvert à la visite,**
- les activités culturelles (spectacles, expositions etc.).



Elles doivent se conformer aux règles de format, hauteur et distance suivantes :

	<i>Format</i>	<i>Hauteur / sol</i>	<i>Distance / l'activité</i>
Produits du terroir	1m x 1,50m	2	5km
Activités culturelles		2	5km
Monument historique		2	10km

Toute autre activité signalée est illégale, comme la signalisation d’un restaurant, d’un hôtel, d’un supermarché, d’un garage ou d’une station-service.

## B. Les supports d’affichage spécifiques

### 1. LE MOBILIER URBAIN

Le mobilier urbain est réglementé aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l’environnement.



*Illustration issue du Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure.*

Implantés sur le domaine public, les mobiliers urbains pouvant supporter de la publicité sont :

- les abris public (abribus) ;
- les kiosques à usage commercial (kiosques à journaux) ;
- les colonnes porte-affiches (dont la plus célèbre colonne « Morris ») : **uniquement pour l’annonce de spectacles ou de manifestations culturelles** (à gauche du kiosque) ;
- les mâts porte-affiches : **uniquement pour l’annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives** ;
- le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, **ou des œuvres artistiques. Généralement de 2m<sup>2</sup>, communément appelé « sucette », ou de 8m<sup>2</sup>** (généralement sous forme de panneau mono-pied).

### 2. LES BACHES

Les bâches sont réglementées à l’article R.581-53 du Code de l’environnement. Elles se classent en deux catégories :

- Les bâches de chantier comportant de la publicité, installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

Celles installées sur les immeubles classés ou inscrits ne sont pas soumises au régime du Code de l’environnement. Elles sont néanmoins **soumises à l’accord de l’architecte des Bâtiments de France**. La surface de la publicité sur bâche de chantier ne peut excéder 50% de sa surface totale. Ce plafond peut néanmoins être dépassé par décision de l’autorité de police (si les travaux de rénovation peuvent permettre à l’immeuble d’obtenir le label « BBC rénovation »).

- Les bâches publicitaires (toute autre bâche). Leur surface est liée au mur qui les supporte puisqu’elles ne doivent pas dépasser les limites de ce mur, ni, le cas échéant, les limites de l’égout du toit. Elles ne sont autorisées que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

### 3. LA PUBLICITE DE PETIT FORMAT

La publicité de petit format est réglementée à l'article R.581-57 du Code de l'environnement. Le Code permet l'installation de dispositifs de petits formats intégrés à la devanture commerciale, dès lors qu'ils ne recouvrent que partiellement la baie. Il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1m<sup>2</sup>. La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2m<sup>2</sup>.

### 4. LA PUBLICITE DE DIMENSIONS EXCEPTIONNELLES

La publicité de dimensions exceptionnelles est réglementée à l'article R.581-56 du Code de l'environnement.

Ces publicités sont délivrées sous autorisation du maire et après avis de la CDNPS (Commission Départementale compétente en matière de Nature, Paysages et Sites). Il s'agit de dispositifs de très grand format exclusivement utilisés pour des manifestations temporaires.

La durée d'installation de ce type de dispositif ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après la manifestation. Il n'existe pas de règle liée à la surface maximale, que le dispositif soit apposé sur un mur ou scellé au sol. Sauf exception pour les panneaux numériques dont la surface unitaire ne peut pas dépasser 50m<sup>2</sup>.

La publicité de dimensions exceptionnelles est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

### 5. L’AFFICHAGE D’OPINION

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont réglementés par les articles L.581-13 et R.581-2 à 4 du Code de l'environnement.



Le code exige que chaque commune réserve sur l'ensemble du territoire communal des emplacements disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux. L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage dans chacune des communes. La surface minimale ainsi réservée est de :

<i>Population communale</i>	<i>Surface d'affichage libre</i>
≤ 2000 habitants	4m <sup>2</sup>
> 2000 et < 10.000 habitants	4m <sup>2</sup> et 2m <sup>2</sup> supplémentaire par tranche de 2000 habitants
≥ 10.000 habitants	12m <sup>2</sup> et 5m <sup>2</sup> supplémentaire par tranche de 10.000 habitants

## 6. LA PUBLICITE SUR LES VEHICULES TERRESTRES

La publicité sur les véhicules terrestres est réglementée à l'article R.581-48 du Code de l'environnement. Il s'agit des véhicules utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de supports de publicité. Ce sont donc les véhicules supportant des messages publicitaires qui circulent ou stationnent et n'ont pas d'autre utilité que de supporter ces messages. Ils ne peuvent circuler en convoi, ni rouler à une vitesse anormalement réduite. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12m². La publicité sur les véhicules de transport en commun, sur les taxis, sur les véhicules des artisans ou sur les véhicules particuliers n'entre pas dans le champ d'application du Code de l'environnement.

### C. Les dispositifs qui ne relèvent pas du Code de l'environnement

Malgré leur apparence, certains dispositifs n'entrent pas dans le champ de compétence du règlement national, tel est le cas des :

<p>▪ <b>Signalisations d'informations Locales (SIL) et des Relais d'Informations Services (RIS)</b></p>  <p>Elles sont régies par le Code de la route. Elles se matérialisent en un seul support via un dispositif de « réglottes » qui permettent d'harmoniser, de regrouper les informations et donner la lisibilité aux activités économiques</p>	<p>1. Journaux Électroniques d'Informations (JEI)</p>  <p>Les dispositifs lumineux utilisés uniquement pour de l'informations communales à caractère d'intérêt général.</p>
<p>▪ <b>Dispositifs situés à l'intérieur d'un local</b></p> <p>A l'exception des publicités et des enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation.</p>	<p>▪ Publicités sur véhicules de transports en communs, sur taxis et <b>autres véhicules lorsqu'ils ne sont pas utilisés et équipés à des fins essentiellement publicitaire.</b></p>

## III. Les critères géographiques et démographiques qui conditionnent le cadre règlementaire

### A. Les limites d'agglomération

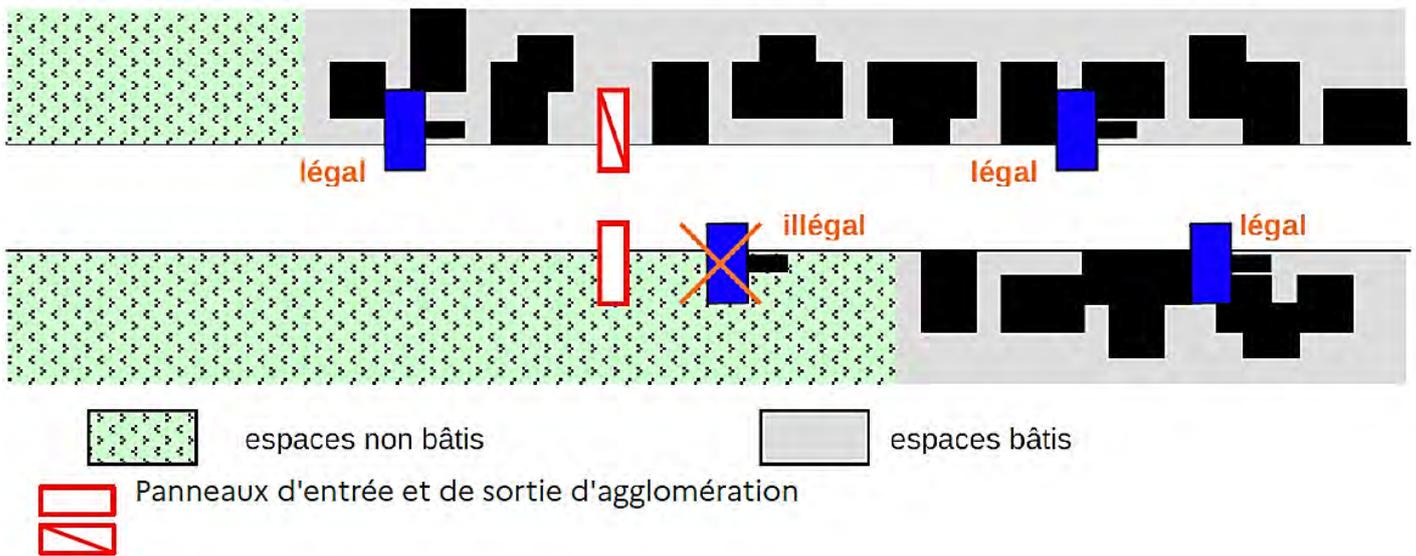
Conformément à l'article L.581-7, l'agglomération se définit par l'article R.110-2 du Code de la route, comme « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ». Ainsi, pour chaque commune, il convient de fixer les limites physiques de son agglomération afin de pouvoir déterminer les espaces où la publicité est autorisée.

L'implantation des panneaux d'entrée (type EB 10) et de sortie (type EB 20) d'agglomération est fixée par arrêté municipal (article R.411-2 du Code de la route). Les arrêtés municipaux faisant apparaître les limites d'agglomérations du territoire sont en annexes du RLPi.

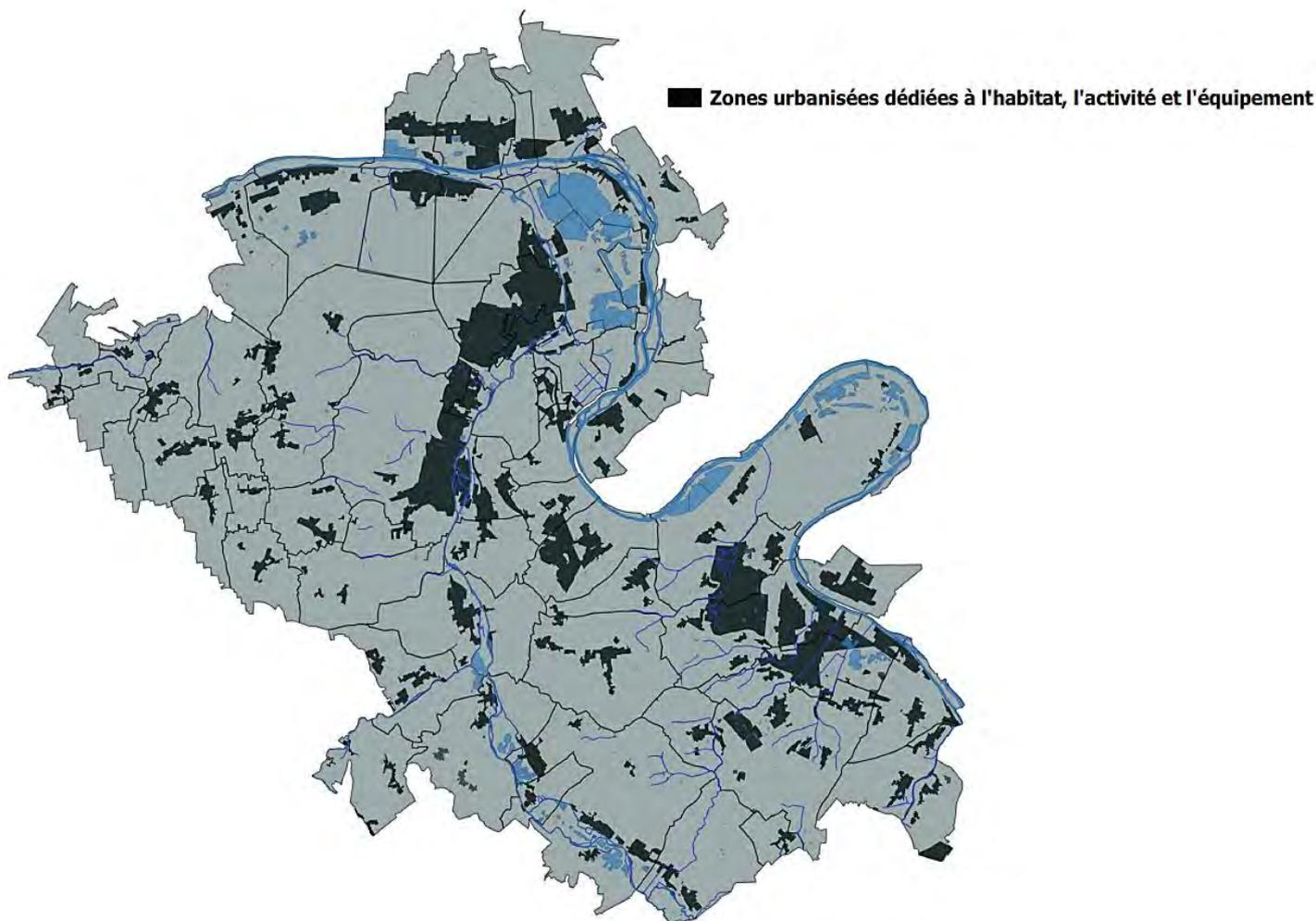
En effet, le premier principe du RNP est **d'interdire la publicité hors agglomération**. Il importe donc de connaître précisément les lieux situés en agglomération et hors agglomération. En cas de contentieux, **s'il n'existe aucune concordance entre le secteur où sont situés les immeubles bâtis rapprochés et les panneaux**, le juge administratif fait prévaloir la matérialité de l'agglomération. La réalité physique du bâti prime sur l'implantation des panneaux.

La réalité physique de l'agglomération correspond aux espaces bâtis qui se caractérisent par :

- Un espacement entre deux bâtis de 50m maximum ;
- Des bâtiments proches de la route ;
- Une fréquentation **significative d'accès de riverains** ;
- **Des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée.**



*Schéma illustrant la « réalité physique » de l'agglomération*



*Cartographie des zones bâties sur l'Agglomération Seine Eure*

## B. Le critère démographique

### 1. LE SEUIL DE POPULATION

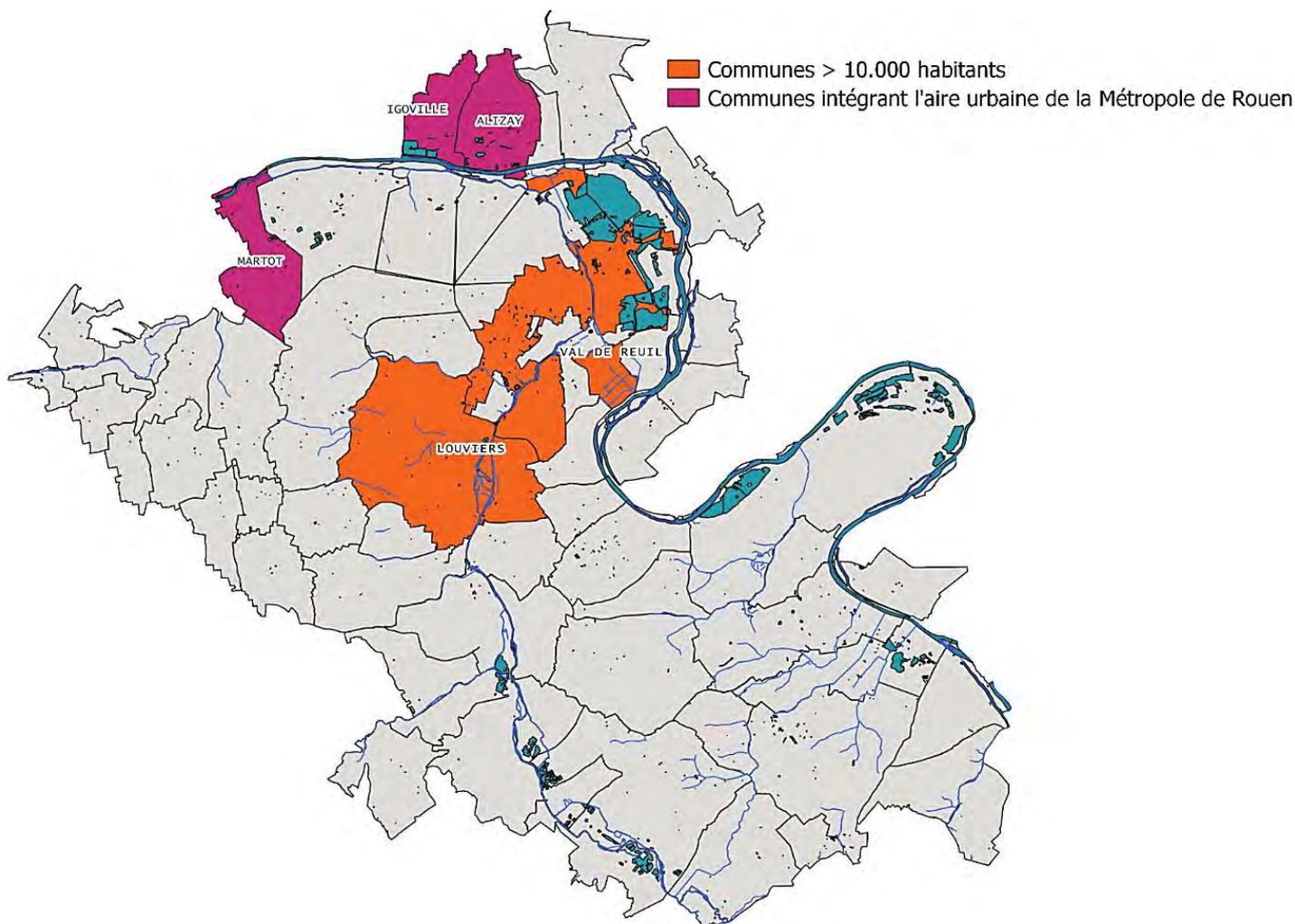
Les règles applicables à la publicité et aux pré enseignes dépendent du nombre d'habitants de la commune concernée. En effet, le Code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10.000 habitants et un second régime pour celles qui sont supérieures à 10.000 habitants. **Toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10.000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10.000 habitants s'y applique, à l'exception de quelques règles.**

En 2018, selon les données de l'INSEE, la population de Louviers s'élève à 18.348 habitants et celle du Val de Reuil à 13.114 habitants. Les 58 autres communes de l'Agglomération ont une population inférieure à 10.000 habitants.

### 2. LA NOTION D'UNITÉ URBAINE (SELON L'INSEE)

L'unité urbaine repose sur le nombre d'habitants et sur la continuité du bâti.

Ainsi, elle se caractérise comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (sans zone non bâtie de plus de 200m entre deux constructions) et qui compte au moins 2000 habitants.



Une partie du territoire Seine-Eure se situe dans l'unité urbaine de Rouen, qui, suivant l'INSEE, regroupe **50 communes ayant une continuité de bâti autour de la Ville de Rouen**. En 2018, l'unité urbaine de Rouen rassemble 470.369 habitants, la plaçant au premier rang de la Région Normandie et au 13ème rang au niveau national. **L'unité urbaine de Rouen se compose de 44 communes appartenant à la Métropole de Rouen, Seine-Maritime, et de 6 communes du Département de l'Eure dont 3 appartenant à l'Agglomération Seine Eure : Alizay, Igoville et Martot**. En revanche, il est souhaité que les règles du RLPi soient harmonisées pour l'ensemble des communes de moins de 10.000 habitants, sans distinction sur l'appartenance ou non à l'unité urbaine.

#### IV. Les dispositions du RNP applicables sur le territoire Seine-Eure

Le décret du 30 janvier 2012 est applicable depuis le 1er juillet 2012 aux publicités, aux pré enseignes et aux enseignes nouvellement implantées.

**En l'absence de RLP**, les publicités et les pré enseignes installées avant le 1<sup>er</sup> juillet 2012 devaient s'y conformer dans les deux ans, soit au plus tard le 13 juillet 2015. Les enseignes disposaient de six ans, elles devaient s'y conformer au 1er juillet 2018.

En revanche, dans les communes dotées d'un RLP, ce sont les règles du RLP modifiant le Code de l'environnement qui s'appliquent jusqu'à l'approbation du RLPi.

Pour rappel, seules sont soumises à la réglementation nationale, les publicités, les enseignes et les pré enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, implantées sur une dépendance du **domaine public ou sur une unité foncière (publique ou privée), en applicable de l'article L.581-2 du Code de l'environnement.**

## A. Le régime national pour la publicité et la pré enseigne

### 1. LA REGLE NATIONALE DES INTERDICTIONS

Le RNP interdit pour toute agglomération **l'apposition de** dispositifs publicitaires :

- Sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (article R.581 27).
- Au-dessus des limites du mur qui la supporte et au-dessus des limites de l'égout de toit (et cela, en tout point du panneau) (article R.581 27).
- Sur les arbres (article R.581-4).
- 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 (article R.581-22).
- Sur les murs des bâtiments sauf si ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50m<sup>2</sup> (article R.581-22).
- Sur les clôtures non aveugles (article R.581-22).
- Sur les murs de cimetière et de jardin public (article R.581-22).

Dans l'objectif de préserver l'environnement et le cadre de vie, le RNP définit d'ores et déjà des secteurs d'interdiction à l'implantation publicitaire :

<b>SECTEURS D'INTERDICTION ABSOLUE</b>
Le RLPi ne peut pas déroger à ces interdictions
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hors agglomération (hormis pour les pré enseignes dérogatoires)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques</li> <li>▪ Sur les monuments naturels et dans les sites classés</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Dans les cœurs des parcs nationaux</b> et les réserves naturelles</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dans les Espaces Boisés Classés (EBC)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 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 esthétiques ou écologique</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Au sol, dans les zones visibles d'une autoroute ou d'une bretelle</b> de raccordement à une autoroute</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ En façade : la publicité et les enseignes publicitaires et pré enseignes <b>visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci</b>, sur une largeur de 40m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée</li> </ul>

## SECTEURS D'INTERDICTION RELATIVE

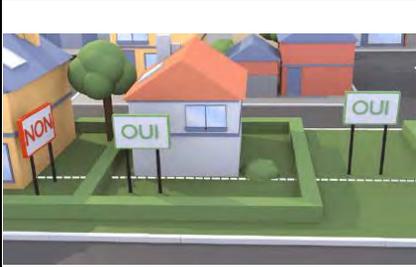
(L.581-7 et **8 du Code de l'environnement**)

Le RLPi peut réintroduire l'affichage extérieur

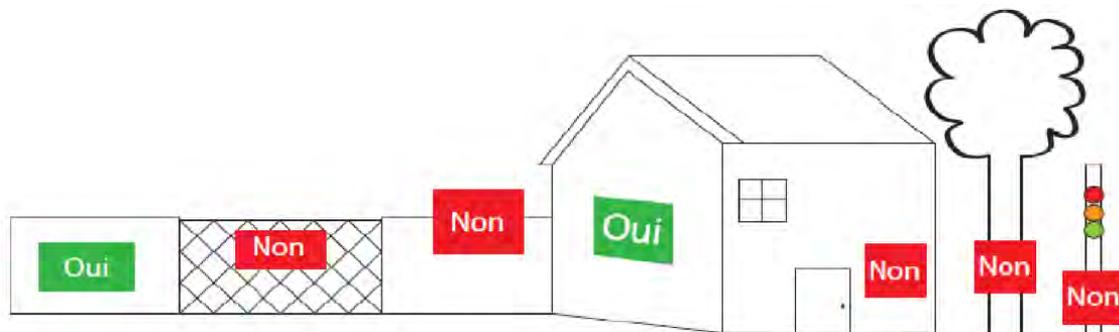
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dans les parcs naturels régionaux.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dans les sites inscrits.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal après avis de la CDNPS).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dans les ZPPAUP (Zones de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager) et les AVAP (Aires de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dans l'air d'adhésion des parcs nationaux.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 (sites Natura 2000).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ suivant l'article L.581-7, la publicité peut 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 et des critères, en particulier relatifs à la densité.</li> </ul>

## 2. LES REGLES L'IMPLANTATION

<p>Sur le bâtiment</p> <p><i>(article R.581-27 du Code de l'environnement)</i></p>	<p>Le dispositif publicitaire ne peut pas dépasser les limites du mur qui le supporte, ni les limites de l'égout du toit. Si les deux lignes d'égout situées de part et d'autre du pignon sont à des hauteurs différentes, la plus proche du dispositif peut être retenue.</p> <p>La publicité doit être apposée à plus de 0,50m du sol.</p> <p>La saillie sur façade doit être d'au maximum 0,25m.</p>	
--	---	--

<p><b>Au sol, sur l'unité foncière</b></p> <p><i>(article R.581-33 du Code de l'environnement)</i></p>	<p>1) Le dispositif publicitaire scellé au sol ou installé au sol ne peut pas l'être à moins de 10m 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.</p>	
	<p><i>Les 3 dispositifs publicitaires sont installés à moins de 10m des baies de la maison centrale :</i></p> <p><i>Celui de droite est admis car il est implanté sur un fonds voisin et en retrait du plan du mur où est située la baie (pointillé blanc). Celui du centre est admis car il est situé sur le fonds propre. En revanche, celui de gauche est illégal.</i></p>	
	<p>2) La publicité doit s'implanter par rapport à la limite séparative de propriété, à une distance supérieure à la moitié de sa hauteur</p>	
	<p><i>Le dispositif publicitaire doit être installé au minimum à la moitié de sa hauteur par rapport au fonds voisin, mais peut être à l'aplomb d'une voie ouverte à la circulation publique.</i></p>	

**Exemples d'implantations d'affichage publicitaire suivant le RNP**



### 3. LES REGLES DE SURFACE ET DE HAUTEUR

Comme évoqué dans la partie précédente, le RNP définit le seuil démographique communal de 10.000 habitants pour déterminer les règles applicables pour chaque agglomération du territoire. Les agglomérations de population inférieure à 10.000 habitants sont soumises à des règles plus restrictives que les agglomérations de population supérieure à 10.000 habitants.

	Agglomérations de plus de 10.000 habitants <i>Louviers et Val de Reuil</i>		Agglomérations de moins de 10.000 habitants <i>Autres communes</i>	
	Surface maximale	Hauteur maximale	Surface maximale	Hauteur maximale
Publicité scellée ou installée directement au sol	12m <sup>2</sup>	6m	Interdite	
Publicité murale	12m <sup>2</sup>	7,50m	4m <sup>2</sup>	6m
Publicité sur mobilier urbain	2m <sup>2</sup> sur abris bus, kiosque, mât porte-affiche  12m <sup>2</sup> pour les autres	6m	2m <sup>2</sup> sur abris bus, kiosque, mât porte-affiche  4m <sup>2</sup> pour les autres	6m
Publicité lumineuse par projection ou transparence	12m <sup>2</sup>	6m (au sol)	4m <sup>2</sup>	6m
		7m50 (murale)	<i>Uniquement murale et sur mobilier urbain</i>	
Publicité numérique	8m <sup>2</sup>	6m	Interdite	

### 4. L'OBLIGATION D'EXTINCTION NOCTURNE

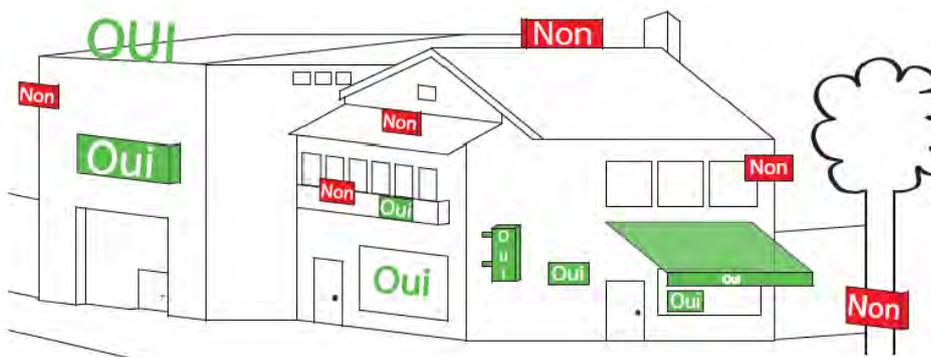
Conformément au RNP, la publicité lumineuse, qu'elle soit éclairée par projection, transparence, ou de manière numérique, est soumise à une obligation d'extinction nocturne : elle doit être éteinte entre 1h et 6h du matin. Le RLPi a la possibilité d'élargir cette plage horaire. Seule la publicité sur mobilier urbain affecté aux services de transports, bénéficie d'une dérogation durant les heures de passages desdits transports.

#### B. Le régime national pour l'enseigne

Le régime des enseignes diffère selon si les enseignes sont posées à plat ou perpendiculairement à un mur (en façade), scellées au sol ou directement installées sur le sol, installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, lumineuses ou non.

	Surface maximale	Hauteur maximale	Conditions d'implantation / Densité
Enseigne en façade	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Surface de façade <math>\geq</math> 50m<sup>2</sup> : 25% de surface d'enseigne cumulée</li> <li>▪ Surface de façade <math>\leq</math> 50m<sup>2</sup> : 15% de surface d'enseigne cumulée</li> </ul>	<p>Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie <math>&gt;</math> à 0,25 m.</p> <p>Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie <math>&gt;</math> au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.</p> <p>Sont interdites les enseignes apposées perpendiculairement à une fenêtre ou à un balcon.</p>	
Enseigne scellée au sol ou installée directement au sol	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Agglomérations <math>\geq</math> 10.000 habitants : 12m<sup>2</sup></li> <li>▪ Agglomérations <math>\leq</math> 10.000 habitants : 6m<sup>2</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Largeur <math>\geq</math> 1m : 6,5m de haut</li> <li>▪ Largeur <math>\leq</math> 1m : 8m de haut</li> </ul>	<p>Enseigne <math>\geq</math> 1m<sup>2</sup> : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble</p> <p>Enseignes <math>\leq</math> 1m<sup>2</sup> : non règlementé</p> <p>Etre placées à une distance <math>\leq</math> 10m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.</p> <p>Etre placées à une distance <math>\geq</math> à la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété.</p>
Enseigne en toiture ou sur terrasse en tenant lieu	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 60m<sup>2</sup> de surface d'enseigne cumulée (à l'exception des établissements culturels)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauteur de façade <math>\leq</math> 15m : 3m</li> <li>▪ Hauteur de façade <math>\geq</math> 15m : 6m, et 20% de la hauteur</li> </ul>	<p>Lettres découpées dissimulant leurs fixations et sans panneaux de fond (<math>&gt;</math> 0.50m)</p>
Enseigne lumineuse			
<p>L'obligation d'extinction nocturne est fixée de 1h à 6h du matin dès lors que 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.</p> <p>Les enseignes clignotantes, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence sont interdites.</p>			

### Exemples d'implantations d'enseignes suivant le RNP



# PARTIE 2

## LE DIAGNOSTIC TERRITORIAL

## I. L'Agglo Seine-Eure

### A. La situation géographique

Située dans la région Normandie et dans le département de l'Eure, la communauté d'Agglomération Seine-Eure est au cœur de la vallée de la Seine. Constitué de vastes zones agricoles et naturelles (plateau du Neubourg, plateau de Madrie, coteaux de l'Eure et de la Seine), placé entre au Nord le Pays du Vexin Normand à l'Est le Bassin Parisien, au Sud le Plateau d'Evreux-Saint-André et à l'Ouest le Roumois, le territoire (60 communes) représente 543,70 km<sup>2</sup> pour une population de 103 346 habitants (Source INSEE 2019).

Idéalement située à 30 minutes de Rouen, et environ une heure des villes du Havre, de Paris et de Caen, les échanges avec les collectivités limitrophes sont nombreux et les axes que sont la Seine et l'Eure, l'A13 et la voie SNCF sont fédérateurs de synergies importantes.

### B. Présentation du territoire

La Communauté d'Agglomération Seine-Eure compte 60 communes. Elle est le fruit de la fusion entre la communauté d'Agglomération Seine-Eure (43 communes) et la communauté de communes Eure-Madrie-Seine (17 communes) depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2019.

L'organisation territoriale de l'Agglo Seine-Eure se polarise autour d'un axe structurant sur le Bipôle Louviers/Val de Reuil ainsi que sur les communes de Gaillon et du Val d'Hazey.

Aujourd'hui, l'Agglomération Seine-Eure se compose de 2 communes de plus de 10000 habitants Louviers et Val de Reuil.

## II. Les caractéristiques de l'Agglomération

### A. Le contexte démographique

La Communauté d'Agglomération Seine-Eure comptait en 2019, 103 346 habitants<sup>1</sup>, soit 17.23 % de la population du département de l'Eure (599 507 habitants). On observe une densité moyenne de 201.8 hab. / km<sup>2</sup>.

Ainsi l'organisation territoriale actuelle se répartie entre :

- Les centres urbains denses constitués par les bipôles Louviers/Val de Reuil et Gaillon/Le Val d'Hazey. Près de 42.25 % de la population de l'Agglomération Seine-Eure se concentre dans les villes de Louviers, de Val de Reuil, de Gaillon et du Val d'Hazey (42.25% de la population en 2019) qui constituent le cœur économique de la communauté d'Agglomération.
- Les « bassins de vie » du territoire se structurent ensuite autour de 4 polarités :
  - Confluence Seine-Eure avec les communes de Pont de l'Arche, Igoville, Alizay, pîtres
  - Plateau du Neubourg avec La Haye-Malherbe, La Saussaye et Surville
  - Vallée de Seine avec Saint-Pierre du Vauvray et Andé
  - Vallée de l'Eure avec Acquigny et Clef-Vallée-d'Eure.



En effet, les Espaces de vie du Centre Seine-Eure et Coteaux de Seine affichent des densités respectivement de 473 et 275 hab. / km<sup>2</sup>, tandis que les secteurs ruraux du Plateau du Neubourg, de la Vallée de Seine et de la vallée de l'Eure concentrent respectivement 116.25 hab./km<sup>2</sup>, 111 hab /km<sup>2</sup> et 89 hab./km<sup>2</sup>.

En comparaison le département de l'Eure affiche une densité de près 100 hab./km<sup>2</sup>.

Les secteurs du Val de Seine et du Val de Seine Nord sont les deuxièmes plus peuplés (11% chacun). Etant situés à proximité de l'autoroute, ces secteurs représentent un bon compromis pour les familles souhaitant s'installer sur de grandes parcelles avec jardin tout en restant proches à la fois des pôles urbains et d'un axe de circulation principal.

### B. Le contexte économique

La communauté d'Agglomération Seine-Eure se situe au cœur de la vallée de Seine qui du Grand Paris jusqu'au littoral Normand constitue un écosystème mondial reconnu pour son excellence logistique et industrielle, ses activités économiques innovantes et ses sites touristiques.

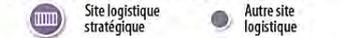
# La Vallée de la Seine, axe majeur de développement durable

## Un territoire économiquement puissant

### De grands pôles économiques,



### raccordés à des sites logistiques performants,



### connectés à l'international.



## Un territoire de grands projets

### Des projets de transport ambitieux,

métro automatique  
Grand Paris Express (GPE) pour une métropole attractive

ferroviaire  
Ligne nouvelle Paris-Normandie (LNP) pour une meilleure liaison voyageurs

Un itinéraire supplémentaire du corridor ouest-est européen pour massifier le fret...

... par l'électrification du tronçon Serqueux - Gisors

fluvial  
Port Seine Métropole (PSM)

Amélioration des accès nautiques du port de Rouen

routier  
Liaison / aménagement

## et des projets d'énergies marines renouvelables (EMR).

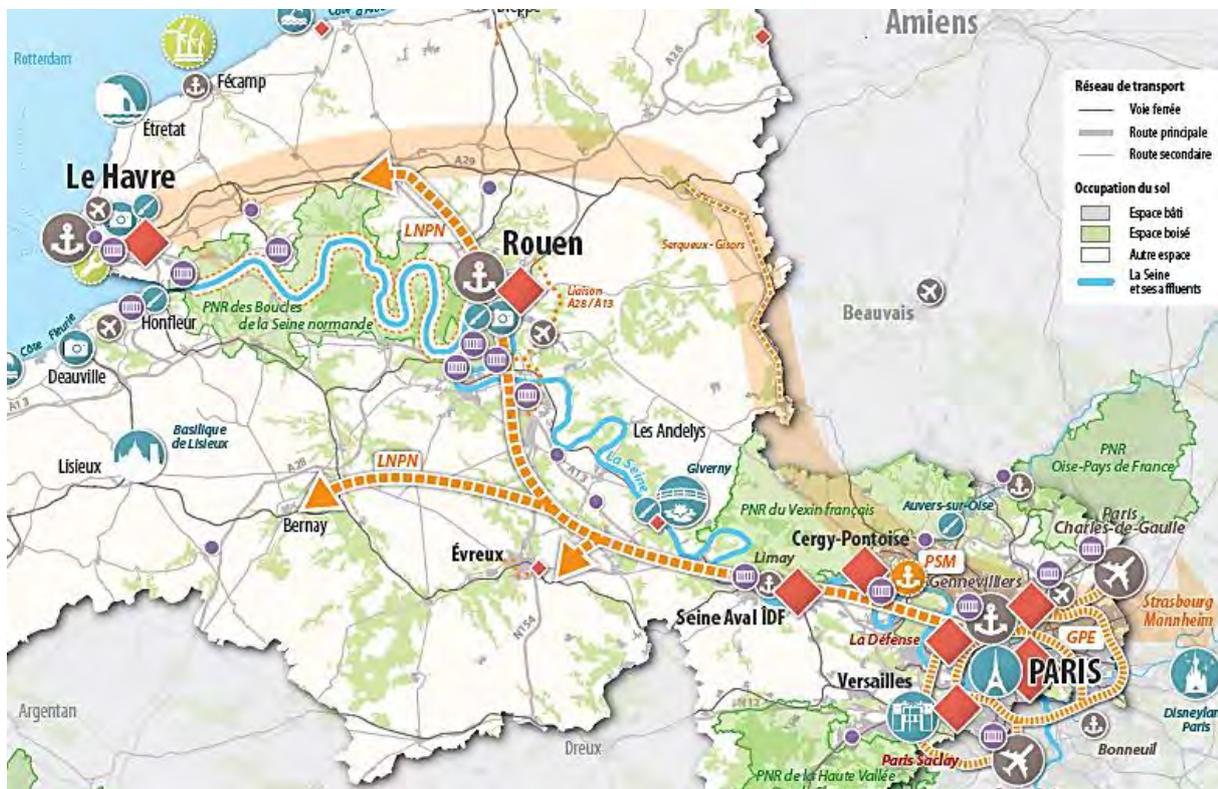


## Un cadre de vie exceptionnel

### Des sites touristiques de renommée mondiale,



### des paysages exceptionnels, un environnement préservé.



Le projet d'aménagement de la Vallée de la Seine (Sources : CCI Normandie et CCI Paris Île-de-France, 2016)

En 2019, on dénombre près de 26 000 emplois sur un territoire marqué historiquement par l'activité industrielle.

La croissance du secteur tertiaire est visible à travers l'augmentation des services aux entreprises qui génère près de 2400 emplois mais qui ne comble pas un retard du développement de ce secteur d'activité.

## 1. DES POLITIQUES PUBLIQUES NOMBREUSES POUR LE MAINTIEN DU COMMERCE

Le pourcentage d'emplois dans l'industrie est en baisse depuis 2010 (-8,2%) tout comme celui des commerces, transports et services (-2,1%) et de la construction (-11,4%).

La politique de l'agglomération met en œuvre également des actions pour le maintien du commerce de proximité à travers la réalisation d'opération Collective de Modernisation (OCM) de l'artisanat et du commerce pour les communes de moins de 10 000 habitants dont les objectifs sont :

- La création d'emplois
- Le maintien d'une offre commerciale en zone rurale
- La modernisation du tissu artisanal et commercial, pour améliorer son image, sa compétitivité et sa rentabilité.
- L'accessibilité des commerces et PME aux personnes à mobilité réduite

Sur Louviers et Val-de-Reuil, des opérations urbaines collectives accompagnées sur Louviers d'une charte des enseignes et des façades ont permis l'évolution des centres-villes vers une plus grande qualité et attractivité des commerces.

Ces actions sont financées par le Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) qui a pour vocation de répondre aux menaces pesant sur l'existence des entreprises commerciales, artisanales et de services de proximité dans des zones rurales ou des zones urbaines fragilisées par l'évolution démographique ou par une situation économique parfois difficile.

## 2. L'ARTISANAT, UN SECTEUR EVOLUTIF

Les conditions d'accueil de l'activité artisanale doivent être optimum. Des zones d'activités dédiées à l'artisanat apparaissent sur le territoire avec pour exemple la récente création d'un village artisanal à Pont-de-l'Arche.

Le développement d'un artisanat de haute qualité en lien avec les pôles de compétitivité de l'industrie des biotechnologies et d'un artisanat d'art en lien avec les industries cosmétiques et le développement sont des leviers d'actions permettant de renouveler l'activité artisanale à travers des synergies avec les activités historiques du territoire.

## 3. L'ACTIVITE AGRICOLE A VALORISER

L'activité agricole s'étend sur 32 % de la surface du territoire. La structuration de l'agglomération et son attractivité implique l'apparition d'une pression foncière qui s'exerce sur les milieux ruraux et agricole. La structure de l'activité est en évolution avec une diminution des cultures fruitières et de l'élevage au profit des grandes cultures et du maraichage

L'agriculture intensive céréalière concentrée sur les Plateaux de Madrie, du Neubourg et du Vexin représente 3 % du territoire départemental.

On observe une forte diminution des exploitations dont le nombre a baissé d'1/3 en dix ans.

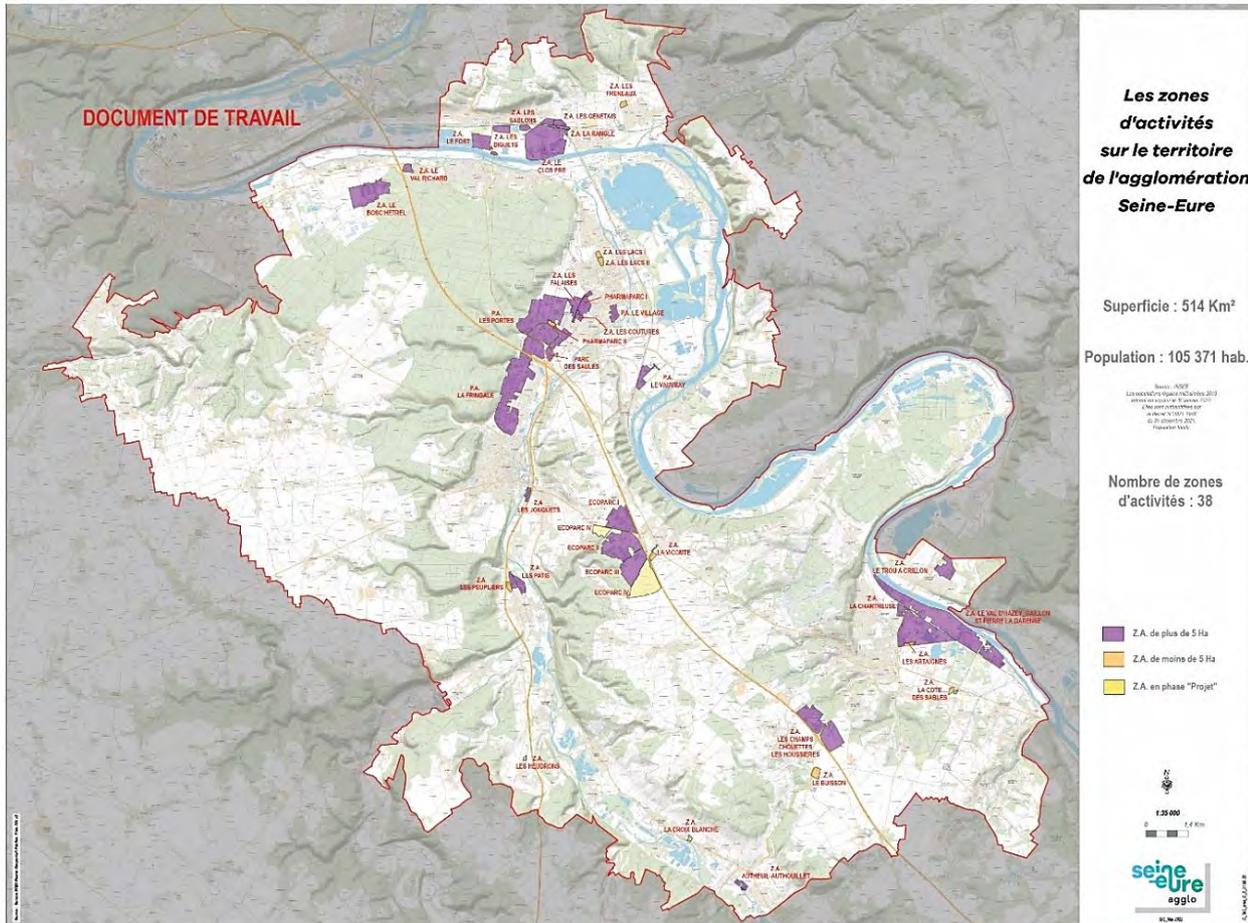
Des dynamiques dirigées vers l'agro-tourisme, la production d'énergie biomasse et le développement des circuits courts basé sur la proximité des bassins de consommation ouvre de nouvelles perspectives pour le développement de ce secteur d'activité tout en conservant une productivité significative.

## 4. LES ZONES D'ACTIVITES

L'Agglomération Seine-Eure bénéficie de dynamiques de développement d'une économie à haute valeur ajoutée en lien avec le grand Rouen et lui permettent de s'équiper de zones d'activités au rayonnement large, d'un pôle de compétitivité logistique complémentaire au Projet Port 2000 du Havre.

L'offre foncière et immobilière d'entreprise est renforcée à travers l'optimisation des capacités d'accueil actuelles et la requalification des zones existantes et des friches. L'offre foncière se développe et se structure autour des axes stratégiques. Le rythme de commercialisation annuel de l'agglomération s'élève à une moyenne de 5 à 6 ha/an de foncier économique.

L'attractivité des zones d'activité se construit également à travers le développement de l'offre de services aux entreprises (pépinières « le satellite », crèche d'entreprises, ...). Le territoire de l'agglomération est composé de 33 zones d'activités économiques.



## 5. LE TOURISME

Le patrimoine naturel et historique permet de conforter le tourisme déjà présent sur le territoire. **L'identité fluviale est structurante pour l'activité touristique de loisirs portée par la base de loisirs de Poses** déjà implantée et en cours de développement. Les qualités paysagères du territoire permettent également de diriger le tourisme vers de la randonnée et un tourisme fluvial allénique.

La base de Loisirs de Léry-Poses est un atout qui vient structurer le développement d'un tourisme de loisir en lien avec l'identité fluviale du territoire avec la présence de la serre zoologique Biotropica. De nombreuses autres activités sont disponibles sur cette base de loisirs, notamment grâce à la présence de **l'étang des Deux Amants, qui couvre cinq communes de l'agglomération (Léry, Poses, Porte de Seine, Le Vaudreuil et Val-de-Reuil)** sur une surface totale de 1 300 hectares.



*Vue du Château de Gaillon*

Le Château de Gaillon constitue un autre élément phare du patrimoine du territoire. **Puisqu'il** présente une fréquentation assez intéressante même si celle-ci pourrait fortement augmenter avec une plus grande mise en valeur de ce monument au sein de la vallée de la Seine.

**De plus, de nombreux circuits touristiques sont disponibles sur l'ensemble** du territoire : notamment la voie verte Seine-Eure **d'une distance de 30 km le long de l'Eure entre Pont-de-l'Arche et Pinterville. Un** circuit véloroute « Seine à Vélo », allant de Paris au Havre est actuellement en projet. Cet itinéraire passera par les communes de Martot, Pont-de-l'Arche, **Léry, Poses et Saint-Etienne-du-Vauvray. Des Trois Lacs, du Val d'Hazey, et de Courcelles-sur-Seine.**

### C. Le contexte mobilité

Le territoire de **l'Agglo Seine-Eure** profite **d'une** situation centrale entre deux polarités **d'influence** européenne, **le Havre et Paris, reliées par l'autoroute A13.**

**L'Agglomération** Seine-Eure est ainsi reliée à Paris en 1h30, et au Havre en 1h15 en rejoignant **l'A131.** Plus **à l'ouest, l'A13 dessert** Caen en 1h30.

Dans un périmètre plus proche, **l'A13** rejoint Rouen en 45min environ. Le territoire est relié à Evreux via **l'A154** et la N154 en 25 min, puis plus au sud, à Dreux en 1h et à Chartres en 1h30.

Le territoire bénéficie de la liaison ferroviaire Paris-Rouen-Le Havre. La connexion avec la gare de Mantes-la-Jolie relie le territoire au réseau du Grand Paris en plein développement. De plus, le projet de Ligne Nouvelle Paris-Normandie (LNPN), actuellement en phase **d'études** préalables, vise le renforcement de la liaison entre les bassins parisien et normand.



## 1. LE RESEAU ROUTIER STRUCTURANT

Le territoire de l'Agglo bénéficie d'une très bonne accessibilité avec la présence d'un réseau routier dense.

Parcouru par l'A13 du Nord-Ouest au Sud-Est, le territoire est desservi par quatre échangeurs, dont deux gratuits, localisés sur les communes de Criquebeuf-sur-Seine, Incarville, Heudebouville et Saint-Aubin sur Gaillon qui constituent des points d'accès majeurs au territoire. Leur fréquentation est fortement liée aux zones d'activités localisées à leurs abords.

L'A154 et la RN154 relie l'A13 au Val-de-Reuil et qui dessert la vallée de l'Eure. La RN154 est une route à 2 fois 2 voies et fonctionne comme une autoroute. L'Agglo Seine-Eure est desservie par deux sorties. Une dans le sens Evreux/Val-de-Reuil à Acquigny et une autre dans le sens Val-de-Reuil/Evreux, au hameau « Les Planches » à Acquigny.

## 2. LES AXES SUPPORTANT UN FORT TRAFIC, AVEC PLUS DE 10 000 VEHICULES PAR JOUR

La D6015 qui relie Paris à Rouen et le Havre, en passant par Vernon, Gaillon, Louviers, Pont-de-l'Arche, constitue l'un des axes qui supporte les flux les plus importants. On note une différence de fréquentation entre le nord (20 630 véhicules/jour, dont 6,1% de poids lourds) ; et le sud (20 369 véhicules/jour, dont 6,8% de poids lourds) ;

La D321 au nord du territoire qui relie les communes du Val de Seine de Pont-l'Arche à Elbeuf (16635 véhicules/jour, dont 13,2% de poids lourds) et dessert l'échangeur de Criquebeuf-sur-Seine (21549 véhicules/jour, dont 9% de poids lourds), puis la deuxième portion sur la rive en face qui relie Alizay à l'est du territoire (11 241 véhicules/jour, dont 6,8% de poids lourds) ;

La D6154 qui assure la desserte de Val-de-Reuil depuis l'A13, fréquentée par 13 973 véhicules/jour, dont 4,3% de poids lourds ;

La D71 qui relie Louviers et Val-de-Reuil **et dessert les zones d'activités, fréquentée par 11 745 véhicules/jour** (en 2015), dont 6,7% de poids lourds.

En interne des tronçons supportent un fort trafic qui draine les zones stratégiques du territoire :

- La D77 de Pont-de-l'Arche au Vaudreuil, **10 867 véhicules/jour**, dont 1,8% de poids lourds ;
- La façade ouest du territoire comprend deux axes fréquentés, reliant les pôles urbains ;
- La D313 entre Louviers et Elbeuf, avec 3 641 véhicules/jour, dont 1,4% de poids lourds ;
- La D133 entre Louviers et le Neubourg, avec 4 331 véhicules/jour, dont 5,9% de poids lourds.

- La D316 est la route reliant Evreux à la RD6014 (axe Magny-en-Vexin/Rouen) via Gaillon/Aubevoye **et les Andelys. Elle traverse les communes d'Autheuil-Authouillet, Saint-Aubin-sur-Gaillon, Gaillon, Val d'Hazey, et Courcelles-sur-Seine.** La RD316 est un axe stratégique qui a une place particulièrement importante pour l'accessibilité du territoire puisqu'il s'agit de l'axe desservant la sortie 17 de l'A13, mais également le franchissement de la Seine entre Val d'Hazey et Courcelles-sur-Seine.

- La D836 est l'axe reliant Acquigny à Pacy-sur-Eure dans la vallée de l'Eure. Il traverse les communes de Heudreville-sur-Eure, Fontaine-Heudebourg, La Croix-Saint-Leufroy, Ecardenville-sur-Eure et Autheuil-Authouillet.

On note une évolution contrastée ces huit dernières années avec :

- Des flux entre Rouen et le territoire en augmentation : une fréquentation journalière moyenne annuelle en hausse de 10,4% entre 2010 et 2018 sur la partie nord de la D6015.

- Des variations différentes sur les axes internes : une hausse de 6% sur la D6154 entre 2010 et 2018 **et une baisse de 9% entre 2010 et 2015 sur la D71, l'axe structurant entre Louviers et Val de Reuil** (D71 en 2010 : 12 952 véhicules/jour).

### 3. SEINE-EURE AVENUE : RECOMPOSITION URBAINE DE LA RUE DU 11 NOVEMBRE A LOUVIERS

Seine Eure Avenue constitue une véritable opération de restructuration urbaine et de développement urbain à l'échelle du territoire Seine-Eure, voire même des territoires limitrophes.

L'opération globale vise à reconstituer l'ensemble de l'axe structurant entre Louviers et Val-de-Reuil avec le doublement de l'espace public pour intégrer l'ensemble des modes de transports : réaménagement des voiries, végétalisation des espaces, développement des modes doux... De plus, sur la rue du 11 novembre, l'ensemble du front bâti sera reconstitué pour offrir des constructions denses et diversifiées permettant de mixer les fonctions économiques, résidentielles, sociales et de services au cœur du territoire Seine-Eure. Il s'agit donc aussi d'un projet de revitalisation des 2 centres urbains.

Le projet d'aménagement de Seine-Eure Avenue intègre deux projets : l'aménagement d'une ligne de Bus à Haut Niveau de Service (BHNS) entre Louviers et Val-de-Reuil et la recomposition urbaine de la rue du 11 novembre à Louviers. Au-delà d'enjeux d'amélioration de la mobilité, ce projet contribue aux ambitions d'amélioration du cadre de vie et du développement durable du territoire.

### III. Le contexte patrimonial et naturel

#### A. Les sites de protection patrimoniale bâtis

Le classement ou l'inscription engendre des contraintes de construction dans un périmètre de 500 m autour du monument en question, dénommé périmètre des abords depuis la parution de la loi CAP du 8 juillet 2016. De plus, l'article L.621-31 du Code du patrimoine stipule que « Lorsqu'un immeuble est situé dans le champ de visibilité d'un édifice classé au titre des monuments historiques ou inscrit, il ne peut faire l'objet, tant de la part des propriétaires privés que des collectivités et établissements publics, d'aucune construction nouvelle, d'aucune démolition, d'aucun déboisement, d'aucune transformation ou modification de nature à en affecter l'aspect, sans une autorisation préalable... ».

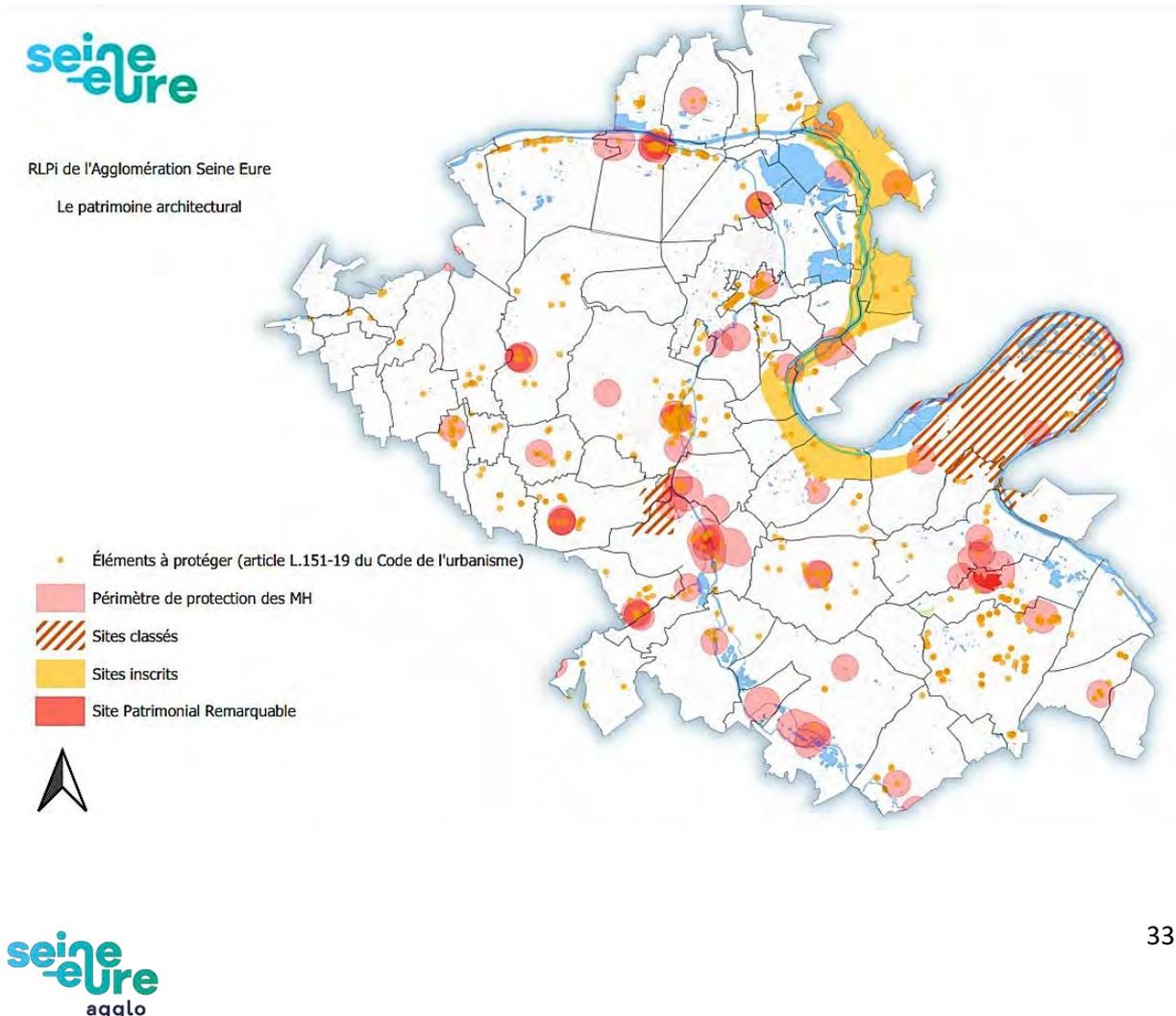
Pour information, la co-visibilité entre un lieu et un monument historique classé ou inscrit peut se définir comme suit : il y a co-visibilité si :

- Du terrain d'assiette on voit le monument historique ;
- Du monument on voit le bâtiment sur lequel se trouve le projet ;
- D'un troisième point, qui peut être situé en dehors du périmètre de 500m, on voit à la fois le monument et le bâtiment sur lequel se trouve le projet

Le patrimoine bâti de l'Agglomération Seine-Eure est riche de 114 éléments inscrits au titre des Monuments Historiques (MH).

La commune de Gaillon est la seule commune aujourd'hui dotée d'un Site Patrimonial Remarquable (SPR) – ex-Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP) depuis le 12 septembre 1997.

Enfin à travers les deux documents d'urbanisme intercommunaux (PLUiH et PLUi valant SCoT), l'Agglomération Seine-Eure et les communes protègent 666 éléments remarquables du patrimoine.



## B. Les sites de protection naturelle

### 1. LES SITES CLASSES ET INSCRITS

La loi du 2 mai 1930, intégrée depuis dans les articles L.341-10 à L.341-22 du Code de l'Environnement, permet de préserver les monuments naturels et les sites naturels à caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque. Ceci implique, au nom de l'intérêt général, leur conservation en l'état et la préservation de toutes atteintes graves. La politique des sites a pour objectif de préserver les espaces de qualité et remarquables sur le plan paysager.



*Site classé d'Acquigny*



*Site inscrit à Amfreville-sous-les-Monts*

Deux types de protection sont distingués :

- Un site classé est un site à caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque, dont la qualité appelle, au nom de l'intérêt général, la conservation en l'état et la préservation de toute atteinte grave.
- Un site inscrit est un espace naturel ou bâti à caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque qui nécessite d'être conservé.

D'après les données de la DREAL Normandie, 23 sites inscrits ou classés sont ainsi recensés sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Seine-Eure :

L'unique site inscrit « Les Falaises de l'Andelle et de la Seine, protégé par arrêté d'inscription du 26/10/1981. Ce site est très important, il porte sur 3940,89 ha et sur les communes Amfreville-sous-les-Monts, Andé, Connelles, Herqueville, Heudebouville, Pitres, Porte-Joie, Poses, Saint-Pierre-du-Vauvray, Tournedos-sur-Seine, l'ensemble urbain du Vaudreuil, et Vironvay par les falaises de l'Andelle.

Les sites classés sont plus restreints, essentiellement des sites autour d'un monument important, comme le Clos Saint-Mauxe à Acquigny ou, l'église et son cimetière au Bec-Thomas, à Heudebouville, et à Porte-Joie ou le site classé de la Côte des deux Amants à Amfreville-sous-les Monts.

NOM	STATUT DE PROTECTION	DE	DATE DE PROTECTION	COMMUNES CONCERNEES
La "Côte des deux Amants"	Classé	2	29/01/193	Amfreville-sous-les-Monts
Le Calvaire et les tilleuls de Surtauville	Classé	2	11/02/194	Surtauville

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL – RAPPORT DE PRESENTATION

NOM	STATUT DE PROTECTION	DATE DE PROTECTION	COMMUNES CONCERNEES
Cèdre du Liban dans la propriété du Dr Blanchet, 76 Fbg de Rouen	Classé	03/05/1939	Louviers
Le château d'Acquigny et son parc limité à l'est par l'Eure et à l'ouest par le chemin de St Lambert	Classé	27/02/1948	Acquigny
Le clos Saint-Mauxe	Classé	25/05/1926	Acquigny
L'église et le cimetière d'Amfreville-sous-les-Monts	Classé	10/10/1929	Amfreville-sous-les-Monts
L'église et le cimetière de Porte-Joie et le mur de clôture au bord de la Seine	Classé	28/05/1926	Porte-Joie
L'église avec son clocher et le cimetière d'Heudebouville	Classé	25/05/1926	Heudebouville
Le vallon de Becdal	Classé	21/12/1993	Acquigny
			Le Mesnil-Jourdain
<b>L'Eglise et le cimetière</b> du Bec-Thomas et les arbres qui l'entourent	Classé	07/04/1925	Le Bec-Thomas
Sapin, buis et massif <b>d'arbustes dans le cimetière</b> communal	Classé	10/10/1929	Le Manoir
Ensemble formé par le calvaire et les 6 tilleuls à <b>l'intersection des routes du</b> Neubourg à Pont-de-l'Arche et de Montfort à Louviers	Classé	11/02/1942	Surteauville
Avenue de tilleuls, emplacement de l'ancien cimetière avec le calvaire, l'if et les arbres qui l'entourent	Classé	20/07/1928	Ailly
Ensemble formé par la Boucle de la Seine dite de Château Gaillard	Classé	5/12/2006	Courcelles-sur-Seine, Les Trois Lacs (Bernières-sur-Seine, Venables et Tosny), le Val d'Hazey (Aubevoye) et Villers-sur-le-Roule
L'if du cimetière	Classé	20/07/1926	Fontaine-Bellanger
Église, cimetière, calvaire et arbres de la place	Classé	28/05/1926	Saint-Julien-de-la-Liègue
<b>l'église, du calvaire et de l'if</b> du cimetière	Classé	1926	Saint-Barbe-sur-Gaillon
Façades et toitures des immeubles visibles de la rue Aristide Briand depuis le <b>bras forcé de l'Iton (à</b>	Inscrit	27/02/1948	Acquigny

NOM	STATUT DE PROTECTION	DATE DE PROTECTION	COMMUNES CONCERNEES
l'ouest) jusqu'à l'Eure (à l'est), l'église avec sa place (au sud), le cimetière communal avec sa chapelle située dans le parc du <b>château au sud de l'église</b> ; emplacement du pont de l'Eure			
Ensemble formé par l'église, le château et ses abords	Inscrit	02/05/1974	Andé
Le moulin d'Andé et ses abords, parcelles 197 à 199	Inscrit	03/09/1943	Andé
Les falaises de l'Andelle et de la Seine	Inscrit	26/10/1981	Pîtres, Saint-Pierre-du-Vauvray, Vironvay, Porte-Joie, Poses, Herqueville, Heudebouville, Connelles, Andé, Amfreville-sous-les-Monts, Tournedos-sur-Seine, Val-de-Reuil
Les rives de la Seine : Ensemble formé par les lieux-dit la Seigneurie, le Val <b>d'Anglais, les Cagnères, le Souffle-Vent, les Croix, le Choucroute</b> et délimité au <b>nord par le CR 11 dit d'Andé</b> , les limites nord des parcelles 190, 191, 192, 196, et 198 ; <b>à l'est le plan d'eau de la Seine et la limite est de la parcelle 197</b> ; au sud, les limites sud des parcelles 231 à 234, 248, le CR5 dit de Bellangault, les limites sud des parcelles 296 à 2999, 301 ; <b>à l'ouest la RN 182 de Mantes à Rouen</b>	Inscrit	02/04/1948	Vironvay
Collégiale Saint Louis, cimetière et Place du village	Inscrit		La Saussaye
L'if près de l'église	Classé		Mandeville

Tableau répertoriant les sites classés et inscrits dans la Communauté d'Agglomération Seine-Eure

## 2. LES SITES NATURA 2000

Le réseau Natura 2000 est un ensemble de sites naturels européens, terrestres et marins, identifiés pour la rareté ou la fragilité des espèces sauvages, animales ou végétales, et de leurs habitats. Il correspond à deux types de sites :

- les zones de protection spéciale (ZPS), visant la conservation des espèces **d'oiseaux** sauvages figurant à **l'annexe I de la Directive "Oiseaux"** ;
- les zones spéciales de conservation (ZSC), visant la conservation des habitats, des espèces animales et végétales figurant aux annexes I et II de la Directive "Habitats". Certains sites sont désignés sites d'**importance communautaire (SIC) avant d'être désignés ZSC.**

Ces sites bénéficient d'une protection renforcée : tout projet susceptible de leur porter atteinte doit faire l'objet d'une évaluation de ses incidences. De plus, ces sites disposent ou disposeront à terme d'un Document d'Objectifs (DOCOB) qui précise les activités et/ou occupations du sol interdites, réglementées ou favorisées.

Le territoire de l'Agglomération Seine Eure comporte 5 sites Natura 2000. Leurs caractéristiques principales sont synthétisées dans le tableau ci-après. Dans les paragraphes suivants, chacun des sites est décrit de manière plus approfondie.

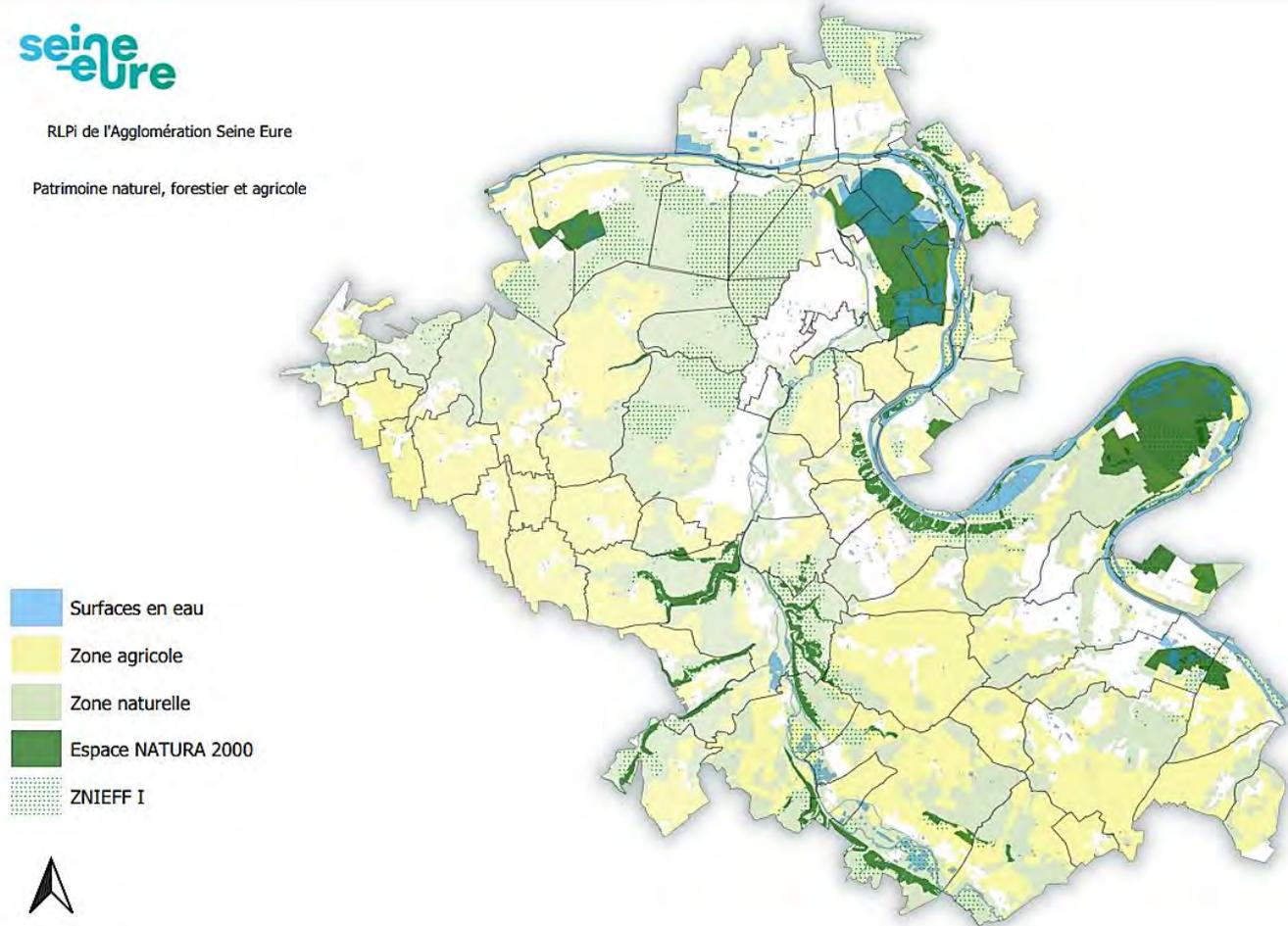
Nom - code	Type	Caractéristiques	Vulnérabilités
Boucles de la Seine amont d'Amfreville à Gaillon - FR2300126	ZSC	Ensemble des coteaux de la vallée de la Seine. Terrasses alluviales avec maintien des pelouses sèches sur sable.	Embossaillement lié à l'abandon du pastoralisme. Urbanisation, exploitation de granulats, mise en culture, sports motorisés.
Vallée de l'Eure - FR2300128	ZSC	Pelouses et bois calcicoles <b>éclatés sur l'ensemble de la</b> vallée. Milieux interstitiels de pauvre qualité : urbanisation et cultures.	Embossaillement lié à l'abandon du pastoralisme (pelouses calcaires).
La vallée de l'Iton au lieu-dit le Hom – FR2302010	ZSC	<b>Lit majeur de l'Iton. Terrains</b> non bâtis situés au nord d'une boucle.	Situation en isolat. Abandon de l'élevage avec transformation des prairies et disparition des mares. Urbanisation.
Iles et berges de la Seine dans l'Eure - FR2302007	ZSC	Diversité de milieux aquatiques et rivulaires. Capacité importante d'échanges et de transferts : hydriques, biologiques et énergétiques.	Aménagements pour la navigation, urbanisation, industrialisation, agriculture intensive, etc. Risques d'aggravation de l'artificialisation.
Terrasses alluviales de la Seine - FR2312003	ZPS	Grande partie des terrasses alluviales de la Seine entre Poses et Vernon.	Fréquentation du public et la qualité de l'eau. Milieux post-extraction de granulats : dépendants de l'utilisation ultérieure des parcelles, généralement non-maîtrisée, et du développement spontané de la végétation

*Détail des sites Natura 2000 sur le territoire de l'Agglomération*



RLPI de l'Agglomération Seine Eure

Patrimoine naturel, forestier et agricole



*Cartographie relative au patrimoine naturel, forestier et agricole*



# PARTIE 3 :

## LE DIAGNOSTIC DES PUBLICITÉS, DES PRÉ ENSEIGNES ET DES ENSEIGNES

Le diagnostic porte sur l'impact paysager des dispositifs de publicité, d'enseigne, de pré enseigne, et de mobilier urbain (portant accessoirement de la publicité). Il permet de :

- Recenser les enjeux paysagers et architecturaux.
- **D'identifier les spécificités des différents secteurs du territoire** : les espaces aux enjeux économiques et les espaces sous pression publicitaire.
- **D'identifier les critères de pollution visuelle.**
- **De relever le taux d'illégalités avec la Règlementation Nationale de Publicité.**

## I. La méthodologie de travail

### A. Une analyse quantitative des dispositifs de publicité et de pré enseigne

L'élaboration du RLPi nécessite un recensement représentatif des dispositifs d'affichage existants sur le territoire.

Le recensement détaillé des publicités et des pré enseignes présentes sur l'intercommunalité, photographié et géo référencé, a été en partie réalisé par le prestataire Urban Connect durant l'été 2021. Il s'agit d'un recensement non-exhaustif, mais couvrant l'intégralité du territoire permettant d'obtenir un échantillon représentatif du parc publicitaire existant sur le territoire.

Ainsi, il a été dressé un état des lieux des dispositifs actuellement non-conformes avec la Règlementation Nationale de Publicité et il a été mis en évidence les secteurs les plus impactés par la présence de la publicité.

Les caractéristiques de chaque dispositif ont été renseignées au sein d'une base de données. Il a été relevé :

- L'implantation (au sol, mural ou mobilier urbain) ;
- Le format ;
- Le domaine d'implantation (public ou privé) ;
- L'objectif de communication (institutionnel, promotionnel ou directionnel). Les dispositifs de direction, ayant pour finalité d'indiquer un itinéraire ou un temps de trajet sont de la pré enseigne.

La société Urban Connect a élaboré pour chaque dispositif recensé une fiche d'identification, comme-ci illustré :

Publicité

Pré enseigne

Publicité	Pré enseigne
<b>IDENTIFICATION</b> Référence : 6 Société : Clear Channel Ville : Lourdes Adresse : 211 Chaussée de Paris Type de dispositif : Panneau simple face Format : 12m Objet : Publicité Parcelle Cadastrique : 6678	<b>IDENTIFICATION</b> Référence : 272 Société : Autre Ville : Le Sud-Ouest Adresse : 2 Rue de la Justice Type de dispositif : Panneau double face Format : Autre Objet : Publicité Parcelle Cadastrique : 16511
<b>ECONOMIE DU DISPOSITIF</b> Objectif communication : Promotionnel National/Local : NATIONAL EU/Relevé : Irrelevé	<b>ECONOMIE DU DISPOSITIF</b> Objectif communication : Directionnel National/Local : LOCAL EU/Relevé : LC
<b>RÈGLEMENTAIRE</b> Distance Minimum Hauteur : plus de 500m Limite de Hauteur (en mètres) : 25 mètres Conformité réglementation Nationale : Non Mairie : 672 Etat du dispositif : Bon	<b>RÈGLEMENTAIRE</b> Distance Minimum Hauteur : plus de 500m Limite de Hauteur (en mètres) : 25 mètres Conformité réglementation Nationale : Non Mairie : Panneau portatif dans une ville de moins de 10 000 habitants Etat du dispositif : Bon
COMMENTAIRES :	COMMENTAIRES :

Extrait de l'inventaire Urban Connect

## B. Une analyse qualitative des enseignes

L'état des lieux des enseignes n'a pas fait l'objet d'un inventaire quantitatif comme celui pour les publicités et les pré enseignes. Une analyse qualitative a été plus appropriée. Pour cela, un reportage de photographies exposant diverses problématiques a été réalisé en arpentant le territoire. Un dénombrement exhaustif des enseignes n'est pas envisageable à l'échelle intercommunale.

Le nombre d'enseignes équivaut au nombre d'activités présentes sur le territoire. Elles sont par ailleurs d'aspect varié, lié à la spécificité de l'activité. L'approche qualitative a permis d'évaluer l'esthétisme général des enseignes, leur intégration et leur impact sur les différentes ambiances urbaines.

Les points de jugement pour l'évaluation qualitative d'une enseigne sont les suivants :

<b>L'harmonie et la cohérence</b> architecturale	<b>Le système d'éclairage</b>
Le format	La densité en façade et/ou au sol
La perception paysagère	La hauteur

## II. La situation des publicités et des pré enseignes

L'élaboration du RLPi a nécessité d'élaborer un diagnostic sur la situation actuelle du territoire de l'Agglomération en matière d'affichage extérieur.

L'état des lieux a permis :

- D'identifier la conformité du parc publicitaire avec le Règlement National de Publicité (RNP) ;
- D'obtenir une approche dite « sensible » en évaluant la place de l'affichage extérieure dans le paysage, ses impacts et ses influences sur le cadre de vie des habitants.

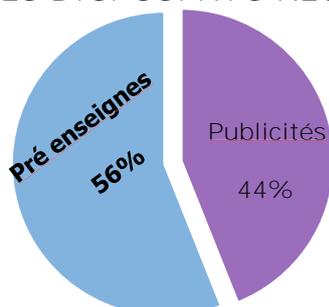
### A. L'approche statistique des publicités et des pré enseignes

Le recensement a été réalisé durant l'été 2021, il ne prend pas en compte les évolutions postérieures.

#### 1. LA REPARTITION TERRITORIALE EN QUELQUES CHIFFRES

Sur l'ensemble du territoire, 142 dispositifs de publicité et de pré enseigne ont été recensés. Un échantillon suffisant pour pouvoir réaliser des études statistiques et évaluer la réalité du parc publicitaire. Une grande partie du parc publicitaire se concentre dans les communes de Louviers, Gaillon, Le Val d'Hazey et Heudebouville, soit environ 64% de l'ensemble des dispositifs recensés : 28% à Louviers, 18% à Gaillon, 11% au Val d'Hazey et 7% à Heudebouville.

#### RÉPARTITION DES DISPOSITIFS RECENSÉS



Les dispositifs publicitaires se concentrent majoritairement aux abords des axes majeurs du territoire :

- L'axe départemental traversant Igoville et Pont de l'Arche (RD.6015) ;
  - L'axe départemental traversant la Vallée d'Eure (RD.836) ;
  - L'axe départemental traversant Gaillon et Le Val d'Hazey (RD.316).
- Ces axes sont aussi considérés comme portes d'entrée de l'Agglomération.



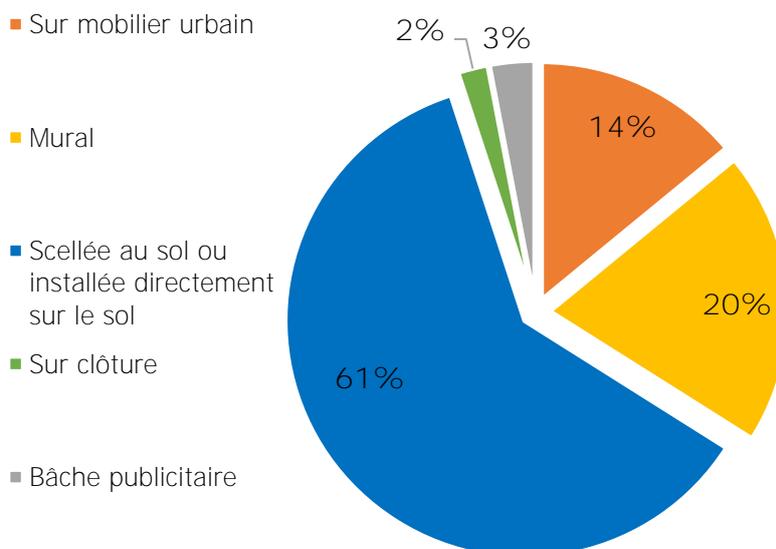
Localisation des dispositifs recensés

### Typologies d'implantation

Sur le territoire Seine-Eure, la publicité est principalement scellée au sol ou posée directement au sol, sur du mobilier urbain, au mur ou sur une clôture :

- 61% des dispositifs sont dits « scellés ou posés directement sur le sol » ;
- 20 % sont muraux ;
- 14% sont sur du mobilier urbain.

### IMPLANTATION PAR TYPOLOGIE



### Surface d’affichage

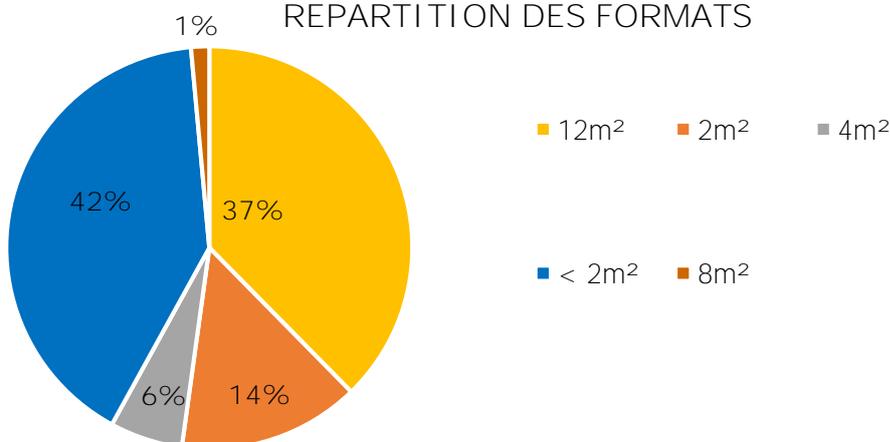
Le recensement permet de constater une prépondérance de l’affichage de petit format (inférieur ou égal à 2m<sup>2</sup>) à hauteur de 56%. Cette majorité de dispositifs s’explique par une part importante :

- De pré enseignes opérés de façon « sauvage » (la pose est quelquefois anarchique).
- De mobilier urbain disposant d’un affichage souvent de 2m<sup>2</sup> (elle correspond aux affiches sur abribus ou sur planimètre, communément appelé « sucette »).

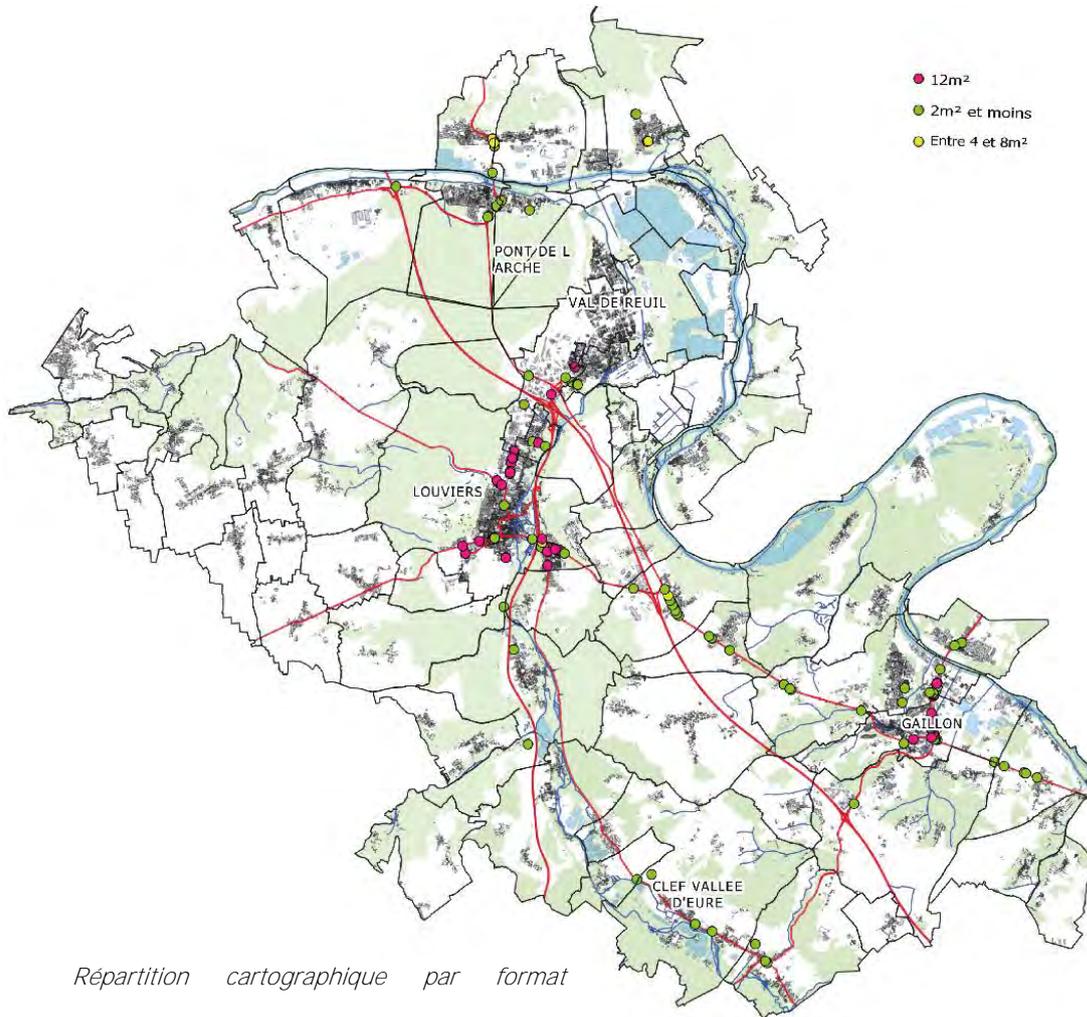
L’affichage grand format (12m<sup>2</sup>) représente sur le territoire une part presque tout aussi importante.

Ces affiches correspondent à des dispositifs scellés au sol ou apposés au mur. Cette surface est le seuil maximal autorisé par la réglementation nationale dans les agglomérations de plus de 10.000 habitants et des communes de moins de 10.000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100.000 habitants.

### REPARTITION DES FORMATS



Les plus grands formats se localisent pour la plupart au sein de la Ville de Louviers et de Gaillon, en particulier le long des grands axes routiers les traversant et en entrée de ville d'agglomération.



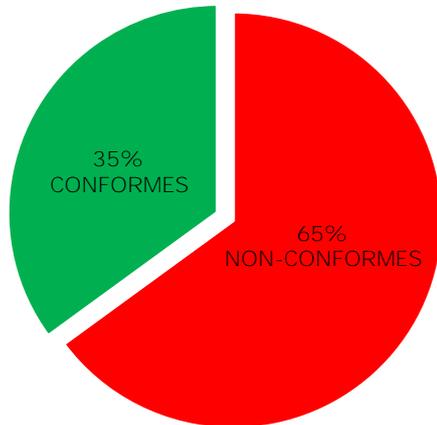
<p>Petit format (2m<sup>2</sup> et moins)</p>		
<p>Entre 4m<sup>2</sup> et 8m<sup>2</sup></p>		
<p>Grand format (de 8m<sup>2</sup> à 12m<sup>2</sup>)</p>		

## 2. LA CONFORMITE AU REGARD DU REGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITE

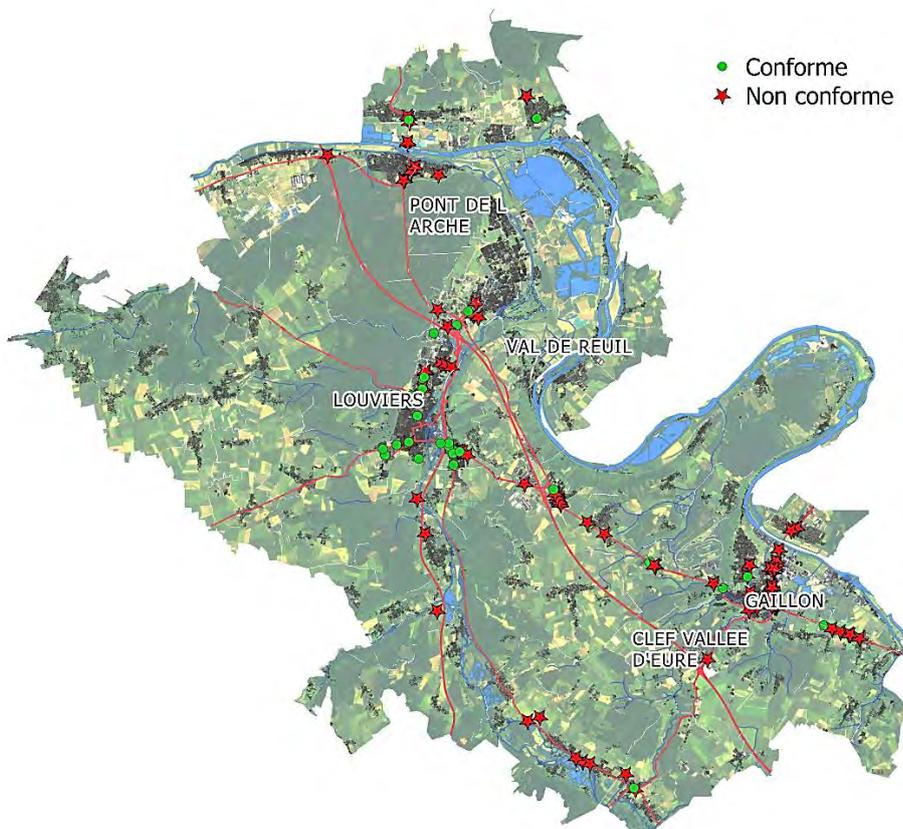
Le diagnostic a également permis d'avoir un aperçu de la conformité du parc publicitaire avec le Règlement National de Publicité (RNP).

Il a ainsi été constaté qu'une forte proportion des dispositifs existants sur le territoire est illégal vis-à-vis du RNP. En effet, près de 65% de supports sont à mettre en conformité.

### MISE EN CONFORMITÉ AU REGARD DU RNP



Il est à noter que cette analyse ne prend pas en compte la conformité aux Règlements Locaux de Publicité (RLP) existants. En effet, des dispositifs peuvent respecter le RLP communal et non le RNP, comme ce peut être le cas pour les implantations au sein d'un **périmètre de protection relative** auquel les RLP sont en droit de déroger.



Répartition des dispositifs conformes et à mettre en conformité avec le RNP

En moyenne, 20% des infractions sont dues à l'implantation de dispositifs dans les zones interdites à l'affichage extérieur, et 80% sont dues à leur typologie.

### Lieux d'interdiction absolue

Le Code de l'Environnement dispose en article L.581-4 et 7 que toute publicité ou pré enseigne autre que dérogatoire est interdite dans les lieux suivants :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Sur les arbres ;
- Hors agglomération.

#### Article L581-7 du Code de l'environnement :

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est

Lors du diagnostic, il a été relevé un bon nombre de dispositifs en infraction qui s'implantent hors agglomération et visibles d'une voie ouverte à la circulation du public.



Des pré enseignes sont recensées hors agglomération. Elles sont en infraction puisqu'elles n'entrent pas dans le régime dérogatoire (signalisation d'un restaurant, d'un hôtel ou d'un supermarché).

Une succession de panneaux publicitaires s'implantent le long des axes les plus fréquentés. Ceci s'explique notamment par l'audience induite. Cette accumulation publicitaire participe à une sensation de surdensité venant dégrader le paysage rural. Ces axes sont aussi des portes d'entrée vers les agglomérations et, représentent ainsi la première et la dernière image perçue par l'automobiliste.

Il s'agit le plus souvent d'implantation de nombreuses pré enseignes installées de manière sauvage, d'aspects et de dimensions variables, nuisant à la qualité paysagère des sites naturels et des entrées de ville.



Saint-Pierre-La-Garenne



Gaillon



Gaillon



Saint-Aubin-Sur-Gaillon



Saint-Pierre-La-Garenne

Illustration d'une succession de pré enseignes accrochées aux arbres, illégales au regard du RNP.

### Lieux d'interdiction relative

Le Code de l'environnement dispose en article L.581-8 qu'à l'intérieur des agglomérations, toute publicité est interdite :

- Aux abords des monuments historiques (suivant l'article L.621-30 du Code du Patrimoine) ;
- Dans le périmètre des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) ;
- Dans les sites inscrits ;
- A moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits ;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciale ;
- Dans les parcs naturels régionaux.

Par application de la réglementation nationale, la présence d'un dispositif au sein d'un périmètre d'interdiction relative est une infraction. Toutefois, elle ne le sera pas dans le cadre du RLPi si ce dernier s'engage à réintroduire l'implantation des publicités et des pré enseignes dans ces zones (voir le tableau ci-dessous).

Cependant, le RLPi a pour possibilité de déroger ces interdictions et d'autoriser (sous conditions), la publicité et la pré enseigne dans ces lieux d'interdiction relative.

Seulement quelques infractions très localisées sont constatées :



Louviers – Avenue Henri Dunant



Heudebouville – Route nationale



Des dispositifs situés à moins de 100 mètres d'un immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques.

La typologie du dispositif

► Pour les communes < 10.000 habitants :

■ Affichage mural > 4m<sup>2</sup>

■ Publicité scellée au sol

► Pour l'ensemble des communes :

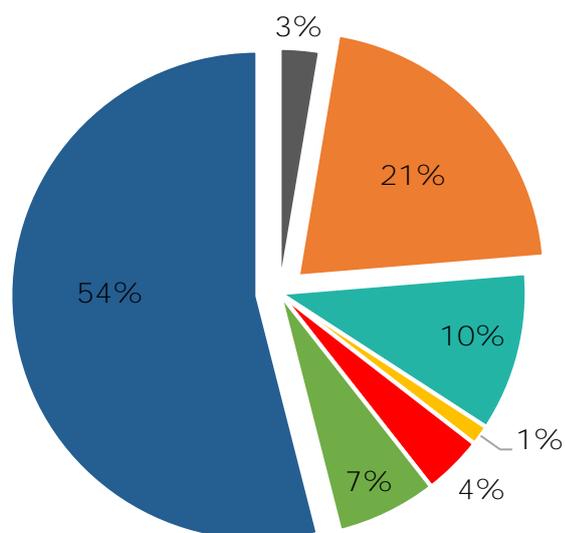
■ Sur poteau d'éclairage public

■ Sur mobilier urbain : Surface de publicité > surface d'informations

■ Affichage mural au-dessus du niveau de la gouttière

■ Hauteur du panneau /2 > largeur de la voie

■ Sur clôture non-aveugle



Les principaux motifs d’infraction relevés en agglomération qui sont liés à la typologie du dispositif sont les suivants :

- L’implantation de dispositifs scellés au sol dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants n’appartenant pas à l’unité urbaine de Rouen (54% des motifs de mise en conformité).
- L’apposition excessive de publicité sur du mobilier urbain, dont sa fonction de support publicitaire ne doit être qu’accessoire (21% des motifs de mises en conformité).
- Des dispositifs muraux situés au-dessus du niveau de la gouttière (10% des motifs de mise en conformité).
- Des dispositifs muraux de format supérieur à 4m<sup>2</sup> dans une commune < 10 000 habitants (hors unité urbaine > 100.000 habitants) (7% des motifs de mise en conformité).
- Des dispositifs localisés sur un mur non aveugle (4% des motifs de mise en conformité).
- Des dispositifs accrochés sur un poteau d’éclairage public (3% des motifs de mise en conformité).
- Des dispositifs ne respectant pas la règle de prospect. L’implantation d’un dispositif scellé au sol ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d’une limite séparative de propriété (1% des motifs de mise en conformité).

➤ Infraction n°1 :

Les publicités scellées au sol ou posées directement au sol au sein des agglomérations de moins de 10.000 habitants.

Article R581-31 du Code de l’environnement :

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les communes de moins de 10.000 habitants ne faisant pas partie d’une unité urbaine de plus de 100.000

Il est observé qu’au sein d’agglomérations de population inférieure à 10.000 habitants, les panneaux de publicité et de pré enseigne scellés au sol ou posés directement au sol priment. De plus, elles sont pour la plupart de grand format, ce qui provoque un impact non négligeable sur le paysage.



Le Val d’Hazey – Avenue de l’Europe



Incarville - Rue de la Fringale



Gaillon – rue de Pacy

Quelquefois, ces panneaux scellés au sol se cumulent, créant un réel allourdissement pour ces paysages urbains et ruraux.

- Infraction n°2 :  
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère **général ou local, ou des œuvres artistiques.**

**Article R581-22 du Code de l'environnement :**

Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres.

Autrement dit, la surface publicitaire ne peut excéder 2m<sup>2</sup> sur ce mobilier urbain (de type planimètre, dit « sucette »).

Or, il a été constaté que parmi ces dispositifs recensés, la plupart ne respectent pas la disposition nationale : les deux faces sont utilisées à des fins publicitaires.



Acquigny



Le Val d'Hazey



- Infraction n°3 :  
**Plusieurs règles nationales liées à l'affichage mural ne sont pas respectées.**



Acquigny

**Article R581-22 du Code de l'environnement :**

La publicité est interdite sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m<sup>2</sup>.

**Article R581-22 du Code de l'environnement :**

La publicité est interdite sur les clôtures qui ne sont pas aveugles.

**Article R581-22 du Code de l'environnement :**

La publicité ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni dépasser les limites de l'égout de toit.



Igoville



Clef Vallée d'Eure



Courcelles Sur Seine



Louviers



Autheuil-Authouillet

La publicité disposée au-dessus d'un grillage ou en dépassement des limites d'un mur est en conséquence strictement interdite par le Code.

Article R581-26 du Code de **l'environnement** :

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité apposée sur un mur ou une clôture aveugle ne peut avoir une surface unitaire excédant les 4m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6m de hauteur.



Heudebouville

➤ Infraction n°4 :

**L'implantation des publicités au sol entre les terrains d'habitation**

Article R581-33 du Code de **l'environnement** :

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

Au cœur de l'Agglomération Seine Eure, des panneaux publicitaires scellées au sol grand format (12m<sup>2</sup>) sont implantés entre les terrains d'habitation et généralement, à la limite de l'unité foncière. Cette observation porte atteinte au cadre de vie des habitants à cause de l'impact visuel que ces panneaux génèrent. Bien que ces grands formats soient autorisés dans les communes de plus de 10.000 habitants, la surface excessive d'affichage vient brouiller le paysage et ses perceptives.

Tel est le cas au sein de la Ville de Louviers :



➤ Infraction n°5 :

**Publicité sur poteau électrique, de télécommunication d'éclairage public ou d'équipement public de circulation**

**Article R581-22 du Code de l'environnement :**

La publicité est interdite sur 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.



Le Val d'Hazey



Clef Vallée d'Eure

La publicité lumineuse

Quatre panneaux d'affichage numérique scellés au sol (de type Digital) au sein de la Ville de Louviers sont recensés. Ils sont conformes à la réglementation nationale au regard de leur surface ( $\leq 8\text{m}^2$  de surface d'affichage) et de leur hauteur ( $\leq 6\text{m}$ ). Il s'agit de mobiliers urbains implantés sur domaine public.



Dispositifs numériques de la Ville de Louviers

Ces panneaux s'implantent le plus souvent au niveau des giratoires et des intersections aux flux automobiles importants. Des questions de sécurité routière peuvent se poser, puisque ces dispositifs attirent fortement l'attention des conducteurs, surtout à l'aube et au crépuscule.

Les dispositifs publicitaires numériques ont l'avantage de pouvoir diffuser sur un même support des messages diversifiés. Cependant, leur développement soulève également des craintes quant à l'impact sur les ambiances urbaines qu'ils créent (forte luminosité), sur les consommations énergétiques engendrées ou encore sur les perturbations de la biodiversité (préservation de la trame noire).

**Article R581-35 du Code de l'environnement :**

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1h00 et 6h00 du matin, 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.

**B. Les lieux stratégiques de concentration publicitaire**

Le recensement du parc publicitaire a permis de déterminer les lieux surchargés par la publicité. En effet, l'affichage publicitaire s'installe prioritairement dans les lieux stratégiques tels qu'aux abords des axes principaux, aux alentours des giratoires, ainsi qu'aux niveaux des entrées de ville et des portes d'entrée de l'Agglomération.

Ces zones nécessitent le maintien d'un cadre paysager qualitatif, or la publicité a tendance à dessiner des entrées dévalorisant l'image des communes et du territoire. En effet, les voyageurs peuvent percevoir dans un premier plan l'affichage publicitaire avant même de percevoir le paysage communal.

**1. LES AXES STRUCTURANTS**

Les routes départementales traversant le territoire sont sujets à l'installation de nombreux dispositifs de publicité et de pré enseigne.

Ce sont particulièrement le long de la RD.6015, traversant une large partie du territoire, et de la RD.316 traversant le secteur Coteaux de Seine (communes de Courcelles S/Seine, Le Val d'Hazey, Gaillon et Saint Aubin S/Gaillon) que la présence publicitaire vient davantage brouiller la perception paysagère. En effet, ces axes concentrant une densité de flux importants (d'automobilistes et de piétons locaux ou touristiques), et en fait des lieux stratégiques pour l'affichage publicitaire.

Le long de ces axes, de multiples panneaux se sont implantés aussi bien en agglomération, qu'en dehors d'agglomération :

En agglomération :

Louviers – Incarville :

Avenue Winston Churchill – rue de la Fringale (RD 71)

Ce tronçon de la RD.71 est à la fois une vitrine importante de l'Agglomération Seine Eure et à la fois porte d'entrée des communes de Louviers et d'Incarville. Seulement, il se trouve impacté par un bon nombre de panneaux publicitaires :



Incarville



Louviers

Les dispositifs portatifs sont néanmoins illégaux sur la commune d'Incarville (commune de moins de 10.000 habitants ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Rouen).

**L'opération « Seine Eure Avenue » en projet sur cette zone a pour finalité d'améliorer le cadre de vie des habitants, notamment par la revalorisation du patrimoine et du paysage existant. Ces enjeux sont aussi ceux du RLPI qui doit assurer cette véritable reconquête de renouvellement urbain.**

Gaillon – Le Val d'Hazey (RD 316)

L'axe routier RD 316, traversant une partie du plateau du Madrie (Autheuil-Authouillet, Saint-Aubin-sur-Gaillon, Gaillon, Val d'Hazey et Courcelles-sur-Seine) est un également un axe stratégique pour l'installation de publicités, puisqu'il s'agit de l'axe desservant l'échangeur de l'A13 (sortie 17) et du franchissement de la Seine entre Le Val d'Hazey et Courcelles-sur-Seine. Ce pôle urbain présente un nombre non négligeable de dispositifs scellés au sol de grand format, impactant fortement la qualité des entrées de ville de Gaillon et du Val d'Hazey. Dans ces agglomérations de moins de 10 000 habitants, ces dispositifs sont illégaux au regard du RNP.



Le Val d'Hazey



Gaillon

Cette voie principale présente aussi de nombreux affichages publicitaires, principalement supportés par le mobilier urbain (abribus et sucettes).



Le Val d'Hazey

Hors agglomération :

Les entrées et les sorties de l'autoroute A13 doivent également faire l'objet d'un traitement soigné en matière d'affichage publicitaire puisque ce sont les portes d'entrée du territoire de l'Agglomération Seine Eure. L'identité du territoire est perçue par les voyageurs.

L'échangeur de l'autoroute A13 situé en dehors de la zone agglomérée de Criquebeuf S/Seine est fortement marqué par des publicités et des pré enseignes peu qualitatifs, disposés successivement le long de l'axe RD.321. L'ensemble de ces dispositifs sont interdits vis-à-vis de la réglementation nationale de publicité.



Criquebeuf S/ Seine

Hors agglomération, le long de l'axe de la RD 316 et de la RD 6015 :



RD 316 - Gaillon



RD 6015 – Saint Pierre la Garenne

Le long de ces grands axes, les zones de contact entre l'espace naturel et l'espace urbain méritent une attention particulière puisqu'elles définissent en partie l'image de la commune.

## 2. LES ENTREES DE VILLE

Certaines entrées d'agglomération situées sur les principaux axes routiers de l'Agglomération sont marquées par la publicité et la pré enseigne. L'entrée de ville constitue la vitrine économique de la commune, reflétant son développement, son dynamisme et son attractivité.

La qualité et la préservation de ces espaces constituent un enjeu majeur dans l'élaboration du RLPi. D'ailleurs, il est important de rappeler que l'un des grands objectifs du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) Seine Eure Forêt de Bord, approuvé le 14 décembre 2011, est la mise en valeur des entrées de villes et bourgs par un traitement paysager soigné. Le territoire Eure Madrie Seine joue aussi un rôle sur la préservation des qualités urbaines et paysagères des entrées de villes et bourgs dans l'application du Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) valant SCoT.

Louviers :

**L'axe Route de Paris – Chaussée de Paris**

Cet axe présente un caractère très linéaire créant une longue perspective **demandant d'être valorisée**. En effet, la publicité s'est développée de façon anarchique et hétéroclite, accentuant son manque de qualité paysagère. La présence d'activités économiques à proximité explique en partie le nombre de dispositifs, qui plus est sont mal intégrés. Les grands formats dominent les abords de cet axe.



Louviers :

Avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny  
Rue de Pacy  
Route du Neubourg

Elles laissent également une image peu qualitative de la Ville. Il a été constaté une présence notable de **panneaux scellés au sol de grand format s'intégrant mal dans le paysage et d'état quelquefois vétuste** :



*Avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny*

*Rue de Pacy (RD 164)*

*Route du Neubourg (RD 133)*

### 3. LES ZONES D'ACTIVITES

Le territoire de l'Agglomération se définit comme un espace économique attractif et dynamique, favorisant le développement des entreprises existantes et à venir. Le développement économique est une des priorités de l'Agglomération en offrant aux entreprises des sites aux conditions d'accueil optimum. Le PLUi-H de l'Agglomération Seine Eure a pour objectif de minimiser l'impact des bâtiments d'activités et d'assurer leur bonne intégration paysagère à travers une réglementation architecturale strict. Le RLPi doit poursuivre cette volonté et se tenir à la valorisation de ces zones.

### Les zones commerciales

Les zones commerciales sont des lieux où peuvent se concentrer de nombreuses publicités et pré enseignes.

A Louviers, au sein de la zone commerciale du Becquet, des panneaux scellés au sol grand format dépassent la hauteur du mur existant. Ils sont non-conformes à la Réglementation Nationale de Publicité.

Louviers :

Aux abords et au sein de la zone commerciale Le Becquet



Les entrées et parkings des supermarchés sont des lieux attractifs de l’affichage publicitaire. Une mixité de dispositifs de pré enseignes et de publicités viennent s’y implanter, créant un brouillage d’informations, une perte de lisibilité et un véritable impact paysager. La disposition nationale relative à la densité publicitaire n’y est d’ailleurs pas respectée.



En complément de l’accumulation d’enseignes en drapeau, des bâches publicitaires sur clôture viennent s’accumuler. Elles sont non-conformes sur les clôtures non-aveugles.

A Igoville, la zone commerciale concentre également de nombreux supports d’affichage dans un espace quelque peu restreint :



### Les zones d'activités tertiaires, industrielles et artisanales

Les zones d'activités autres que commerciales sont moins marquées par l'affichage extérieur. Néanmoins, il existe tout de même des zones où des publicités et des pré enseignes de faible format se rassemblent.



*Le Vaudreuil – Rue Sainte Marguerite*  
Concentration de dispositifs publicitaires illégaux



*Val de Reuil – Voie des Clouets*  
Succession de pré enseignes



*ZAC des Champs Chouette – Saint Aubin Sur Gaillon*



*Parc d'activités Écoparc 2 - Heudebouville*

Paysages industrialisés des parcs d'activités, épargnés de la publicité.

## 4. UN PATRIMOINE HISTORIQUE ET NATUREL PRESERVE DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE

Le territoire de l'Agglomération Seine Eure présente une grande richesse paysagère. Cette identité paysagère se dessine à travers le maillage de vallées et de coteaux arborés et calcaires, contribuant à des ambiances de vie apaisées et à la perception d'un lieu de qualité.

Les grands paysages et espaces naturels que composent le territoire sont dans leur globalité, préservés de l'affichage publicitaire. Une observation expliquée au fait que le règlement national dispose d'exigences liées à ces profils ruraux, telle que l'interdiction de toute publicité hors agglomération et l'interdiction des dispositifs au sol dans les communes de moins de 10.000 habitants.

Les secteurs revêtant un patrimoine historique sont protégés de l'affichage extérieur. Les seules publicités et pré enseignes existantes, hormis les dispositifs temporaires, sont de petits format sur du mobilier urbain (de type « sucette » et abribus). Pour rappel, les dispositifs sur mobilier urbain sont admis s'il comporte de l'affichage communal ou intercommunal sur 50% de sa surface.

Les centres des villes de Gaillon, Pont de l’Arche et Louviers sont quasi dépourvus de publicité et de pré enseigne.



Gaillon



Pont de l’Arche



Louviers

### C. Les enjeux du territoire issus du diagnostic de publicité et de pré enseigne

Le RLPI est voué à prendre en considération les éléments de patrimoine architectural, paysager et naturel que composent l’Agglomération Seine Eure dans le but de maintenir au maximum l’attractivité de son cadre de vie.

Bien que le territoire Seine-Eure reste globalement préservé de l’abus d’affichage publicitaire, le diagnostic et l’arpentage du territoire ont permis de constater les problématiques majeures sur lesquelles le RLPI doit être amené à solutionner :

- Une concentration **d’affichage en entrée de ville** ;
- Une implantation excessive de pré enseignes non dérogoires souvent opérée de manière « sauvage » le long des grands axes ;
- Un grand nombre de panneaux grands formats impactant le cadre de vie et le paysage urbain ;
- Un taux **d’infractions au RNP non négligeable nécessitant l’exercice d’un pouvoir de police assidu.**

Le RLPI est un vecteur pour supprimer ou mettre en conformité les publicités et les pré enseignes illégales à la réglementation nationale. En deçà, viennent ensuite les enjeux propres au territoire liés à la protection du paysage patrimonial, naturel, urbain, à la préservation du cadre de vie, ainsi qu’à la visibilité de l’ensemble des acteurs économiques. Le diagnostic a mis en évidence les différents secteurs à enjeux :

Les grands espaces naturels, paysagers **et/ou d’intérêt** patrimoniaux

- Préserver les grands paysages de protection environnementale : **interdiction stricte d’affichage (assurer la conformité au RNP hors agglomération)**, ainsi que la qualité des espaces verts de tourisme et de loisirs (parcs et voies vertes).

Les axes majeurs

- Un allègement de la présence publicitaire sur les axes majeurs en **limitant la densité et les formats d’affichage.**

Les entrées de ville

- **Veiller à améliorer l’image de la commune.**
- **Encadrer l’implantation des dispositifs** : adapter les formats et les modes d’implantation au contexte.

Les centralités commerçantes et pôles de proximité urbains

- **Préserver de l’affichage publicitaire les cœurs de vie en limitant fortement le nombre et en adaptant le format.**
- **Conserver la qualité paysagère des abords de l’Eure.**

Les zones résidentielles et bourgs ruraux

- Limiter fortement le nombre et adapter le format au contexte rural.

**Les zones d'activités**

- Veiller à améliorer la qualité des zones **d'activités** et notamment leur lecture.
- Limiter fortement le nombre de dispositifs et leur format.

### III. La situation des enseignes

Sur le territoire d'envergure intercommunale, un recensement exhaustif des enseignes n'est pas envisageable. C'est pourquoi une analyse qualitative a été privilégiée permettant de dégager les principales caractéristiques, atouts, faiblesses des enseignes et ainsi d'évaluer les conséquences qu'elles provoquent sur les différentes ambiances urbaines du territoire.

#### A. Les typologies d'enseignes

Plusieurs familles d'enseignes ont été recensées :

Les enseignes en façade :

*À plat, murales, apposées sur la façade (en bandeau)*



*Perpendiculaire à la façade (en drapeau)*



*En vitrophanie (adhésifs sur baies)*



*Sur store*



Les enseignes au sol

*Totem*



*Oriflamme*



*Panneau scellé*



*Cheval*



Les enseignes en toiture



Les enseignes (temporaires ou non) sur bâche



Les enseignes sur clôture



Les enseignes lumineuses\*



*\*L'article R.581-59 du Code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet »*

Le type d'enseigne est assurément lié au contexte dans lequel l'activité est implantée. Les enseignes en façade sont nettement observables dans les zones commerciales de proximité (centres des villes et villages et autres pôles de commerces), alors que les enseignes au sol et en toiture se retrouvent pour la plupart en zones d'activités.

## B. L'analyse par secteurs

### 1. AU SEIN DES CENTRES VILLES ET CENTRES BOURGS

La qualité paysagère des centres se conditionne et s'exprime par la qualité des enseignes. A l'intérieur des cœurs de vie, les enseignes des commerces de proximité s'implantent de manière générale en façade (en bandeau, perpendiculaire et/ou en vitrophanie). Ces enseignes sont conçues pour une bonne visibilité du commerce et de manière à ce qu'elles soient perçues à l'échelle du piéton.

Dans ces centres, la densité des enseignes est importante. Le paysage urbain se trouve ainsi directement impacté par la multitude de devantures, c'est pourquoi, un traitement adapté est essentiel à sa préservation.

### **Les centres villes historiques de Louviers, de Pont de l'Arche et de Gaillon**

La Ville de Louviers, de Gaillon et de Pont de l'Arche disposent d'un centre historique animé et riche d'une grande diversité de commerces et de services.

A Louviers, les activités installées offrent un panel esthétique d'enseignes plutôt harmonieuses les unes des autres, généralement en adéquation avec l'environnement architectural et urbain existant. La qualité des enseignes s'explique par la volonté du Conseil Municipal d'avoir approuvé une charte graphique des enseignes et des façades commerciales en 2013.



*Centre-ville de Louviers*

La qualité des enseignes s'évalue particulièrement en rapport avec l'intégration architecturale recherchée. Chaque devanture commerciale doit avoir pour principal but d'embellir le cœur de ville. Il est primordial qu'elles prennent en compte et qu'elles préservent le caractère patrimonial du site de manière à assurer l'attractivité du territoire et la vitalité de ses commerces.

Le diagnostic a permis de constater les atouts et les faiblesses d'un large échantillon de devantures, et ainsi d'énoncer les caractéristiques permettant aux enseignes de mettre en valeur le patrimoine architectural.

Dans certains secteurs historiques, des enseignes sont hétéroclites, rendant la lecture du paysage difficile :



Centre-ville de *Pont de l'Arche*



Centre-ville de *Gaillon*



Centre-ville de *Louviers*



Parfois, des enseignes ont un impact visuel important. En effet, des formats indiscrets et une gamme de couleurs criarde sont choisis dans le but premier d'attirer l'œil des usagers. On observe des bandeaux grand format, des teintes ne respectant pas le caractère des lieux, de la vitrophanie imposante, occultant une vaste partie de la baie vitrée.

D'autre part, on retrouve des enseignes perpendiculaires à la façade de l'immeuble qui viennent perturber davantage la lecture de la rue commerçante en apportant un désordre visuel. En effet, elles se situent pour la plupart au-dessus de l'enseigne bandeau. Elles ne respectent donc pas l'harmonie architecturale du site, créant ainsi sa dénaturation.



Centre-ville de *Gaillon*



Centre-ville de *Louviers*



Centre-ville de *Pont de l'Arche*

La problématique liée à la surdensité des enseignes s’observe fréquemment sur les devantures commerciales des Tabac-Presse. Les façades deviennent encombrées et dévalorisées par la multitude d’enseignes, ce qui provoque une réelle pression visuelle (comme l’illustre l’exemple ci-dessus au centre-ville de Pont de l’Arche).

Des axes d’amélioration sont possibles et des efforts sont à entreprendre sur l’intégration architecturale et la qualité des enseignes de ces cœurs de vie aux intérêts patrimoniaux. Les leviers d’amélioration doivent notamment porter sur :

- L’utilisation de lettrage découpé sans panneau de fond ;
- L’adaptation des formats au gabarit du bâti et aux lignes de composition architecturale ;
- Une meilleure cohérence du rythme urbain en adaptant le format et la hauteur d’apposition des enseignes perpendiculaire ;
- Une limitation de l’opacification des vitrines.

Illustration de bons exemples :



Centre-ville de Louviers



Centre-ville de Pont de l’Arche

Par ailleurs, la question des enseignes posées au sol (chevalets ou oriflamme par exemple) est mise en avant. Leur densité et leur format peuvent nuire à l’ambiance urbaine et à la préservation des espaces patrimoniaux. En effet, bien qu’elles puissent permettre une meilleure visibilité des commerces, notamment pour ceux peu visibles depuis l’espace public (exemple des commerces situés en fond de cour ou dans une impasse), cette situation peut être dommageable à la perception des rues commerçantes, du bâti et du patrimoine de la ville. Par ailleurs, la localisation des enseignes posées au sol (généralement devant la devanture, sur le trottoir), doit garantir la préservation des règles de sécurité et d’accessibilité du domaine public.



Centre-ville de Louviers

Les centres bourgs des villages périphériques

Les pôles commerciaux des centres bourgs se caractérisent par une plus faible concentration d'activités et donc une densité moins importante d'enseignes. Celles-ci se rassemblent à l'échelle de pôles de proximité de commerces de première nécessité : pharmacie, boulangerie, boucherie, superette, bar-tabac, restaurants etc.

Des enseignes de qualité, sobres et discrètes sont observées. Elles ont fait l'objet d'un esthétisme particulier de façon à s'intégrer dans la mesure du possible au bâti. Le lettrage découpé, les formats et le choix des couleurs permettent de signaler l'activité en respectant les lignes de composition du bâti sans surcharger les façades.



Centre-bourg d'Alizay



Centre-bourg de Le Vaudreuil

En revanche, d'autres viennent encombrer le champ visuel à cause d'une densité et d'un format trop imposant pour le paysage rural environnant.



Authouillet



Acquigny

Une dissimulation des détails architecturaux.

Une superposition d'enseignes sur un même support fixé au sol.

La question de l'intégration du système d'éclairage sur la devanture doit également être traitée. En effet, en plus de limiter la dénaturation architecturale, la luminosité des dispositifs doit s'adapter de manière à ne pas être éblouissante par son intensité. Elle ne doit pas induire de dangers, ni causer de troubles excessifs ou porter atteinte à l'environnement de proximité. Le but du RLPi est de réduire l'impact des dispositifs d'éclairage sur le ciel nocturne et de limiter la pollution lumineuse ainsi que les nuisances éventuelles sur la faune.



*Clef Vallée d'Eure*



*Authueil Authouillet*



*Louviers*

## 2. AU SEIN DES ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES

Etant peu nombreuses et de tailles relativement réduites, les zones d'activités ont un faible impact sur le paysage général de l'Agglomération Seine Eure.

Elles représentent néanmoins des lieux de concentration d'enseignes, de formats et de typologies diversifiés.

Des panneaux au grand format scellés au sol créent des effets de surdensité d'informations, nuisant à la qualité du paysage. Ce type d'enseigne provoque une confusion fréquente entre l'enseigne et la publicité, un enjeu à prendre en compte dans l'écriture réglementaire du RLPi.



*Val de Reuil*



*Courcelles S/Seine*

Les totems permettent de limiter l'impact paysager, notamment grâce à leur verticalité, constituant un obstacle moins important dans l'environnement qu'un panneau à double pieds. Puis, afin de dé-densifier les abords immédiats de la zone d'activités, il sera favorisé de recourir à la mutualisation des enseignes sur un seul totem (lorsque plusieurs activités exercent sur la même unité foncière).



Val de Reuil



Pitres

Au sein des zones d'activités, les enseignes scellées au sol sont particulièrement nombreuses, et sont parfois la cause d'illégalités au Code de l'environnement. En effet, le RNP limite les enseignes au sol à un seul dispositif de plus d'un m<sup>2</sup> le long de chaque voie publique ouverte à la circulation bordant l'activité. Il a été observé des successions de drapeaux bordant la devanture d'un supermarché ou sur le terrain d'un garage automobile. Des bâches temporaires sur clôture viennent parfois s'y ajouter nuisant d'autant plus la qualité de ces zones.



Le Val d'Hazey



Val de Reuil



Clef Vallée d'Eure



Louviers

La multiplication des dispositifs d’enseigne provoque une surdensité, qui au-delà de la dégradation paysagère, génère une perte de lisibilité et de compréhension de l’activité.

D’autres infractions au règlement national sont causées par la pose d’enseignes en toiture, souvent réalisées en lettrage découpé mais laissant les fixations métalliques visibles. Il est primordial que le RLPi définisse les lieux où l’enseigne en toiture pourra être autorisée au regard du besoin de visibilité et de la nécessité économique, et les lieux où sa présence ne sera pas admise en raison de la préservation des perspectives paysagères.



Louviers



Le Val d'Hazey

En revanche, au sein des zones d’activités plutôt artisanales, industrielles et logistiques, le nombre d’enseignes par activité est réduit. Celles-ci sont plus discrètes et implantées généralement en façade des bâtiments. Elles sont pour la plupart qualitatives, de bonne intégration architecturale et adaptées aux bâtiments activités.



Val de Reuil



Val de Reuil



ZAC Les Champs Chouette – Saint Aubin S/Gaillon



Ecoparc 2 - Heudebouville

On constate également des efforts d’harmonisation des enseignes sur un même bâtiment regroupant plusieurs activités. Un travail d’alignement et de cohérence des formats a été recherché.



*Le Vaudreuil*

### 3. AUX ABORDS DES GRANDS AXES STRUCTURANTS HORS AGGLOMERATION

Contrairement à la publicité et à la pré enseigne (non dérogoaire), l’enseigne est autorisée hors agglomération. Elles y sont bien moins présentes qu’en agglomération mais, dans le but d’attirer le regard des automobilistes, certaines activités situées le long des grands axes structurants sont très démonstratives. L’utilisation de divers supports d’enseigne créé une surdensité d’informations et une nuisance à la qualité du paysage rural.



*RD6015 – Fontaine Bellenger*



*RN15 – Saint Aubin S/Gaillon*

### C. Les enjeux du territoire issus du diagnostic des enseignes

Le principal objectif du RLPI est de préserver les qualités paysagères du territoire et ses éléments du patrimoine bâti qui en font son identité et ainsi, un atout indéniable à la qualité du cadre de vie. **C’est dans cette optique que ce règlement d’urbanisme ambitionne de promouvoir des modalités d’enseigne adaptées aux différents enjeux présents (paysagers, architecturaux) afin de limiter leur impact visuel.**

**Le diagnostic démontre qu’un bon nombre d’activités existantes au sein des espaces patrimoniaux et touristiques présentent globalement des devantures qualitatives. Il a été constaté que des efforts de qualité dans le traitement de l’affichage extérieur ont été entrepris. Néanmoins, à l’échelle globale de l’Agglomération, des enseignes « banalisantes » sont observés. Ce manque de qualité est généralement dû à :**

- Des dispositifs peu qualitatifs, de grand format et parfois en surnombre ;
- **Une surface d’enseignes en devanture trop importantes provoquant une quasi occultation des vitrines et une abondance d’informations ;**
- Une surcharge de dispositifs pour une même devanture provoquant un encombrement visuel de la façade, voire de la rue commerçante.

Le rôle du RLPI est, dans un premier temps, de mettre en conformité les enseignes présentant une illégalité avec le règlement national. Le diagnostic a permis de répartir les enjeux du RLPI par secteur :

**Au sein des cœurs**  
de villes et villages

- Valoriser et préserver les secteurs patrimoniaux.
- Maintenir la visibilité de tous les commerçants, la diversité **commerciale et ainsi l'attractivité des centres.**
- **Harmoniser l'aspect des enseignes (format, densité, typologie d'implantation etc.).**

Au sein des zones  
**d'activités**

- Améliorer la lecture et la qualité des zones commerciales et **garantir la visibilité de l'ensemble des acteurs économiques.**
- Améliorer la qualité du cadre de vie des résidents limitrophes.

Le long des axes  
structurants hors  
agglomération

- Préserver la qualité des enseignes situées hors agglomération.



# PARTIE 4 :

## LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

L'enjeu central du RLPi correspond à l'équilibre entre l'implantation des dispositifs de publicité, de pré enseigne et d'enseigne, la préservation paysagère et la valorisation du cadre de vie.

Par la délibération du 25 novembre 2021, l'Agglomération a prescrit son RLPi en inscrivant les objectifs suivants :

- Prendre en compte les évolutions législatives et notamment la loi portant Engagement Nationale pour l'Environnement (ENE) du 12 juillet 2010.
- Adapter les règles nationales au contexte local du territoire Seine-Eure. Les dispositifs et leur traitement devront être adaptés au territoire.
- Adopter des règles pour une communication extérieure harmonieuse. Les dispositifs et leur traitement feront l'objet d'une cohérence d'ensemble.
- **Améliorer la qualité esthétique des dispositifs de publicité, d'enseigne et de pré enseigne existants et à venir.** Le patrimoine architectural, paysager et environnemental devra être respecté.
- Contribuer à la mise en valeur des centres villes et villages, des entrées de ville et du territoire. Les dispositifs devront être maîtrisés au niveau des principaux axes structurants du territoire.

A la suite de l'analyse issue du diagnostic, cinq grandes orientations stratégiques ont émergé pour la constitution du RLPi :

- Orientation n°1 : Préserver la qualité des paysages naturels et de sensibilité environnementale.
- Orientation n°2 : Promouvoir le développement économique durable du territoire.
- **Orientation n°3 : Protéger les noyaux historiques et l'ambiance des cœurs de vie** pour améliorer la qualité du cadre de vie des habitants et visiteurs.
- **Orientation n°4 : Maîtriser l'image du territoire et son attractivité** à travers ses espaces vitrines.
- **Orientation n°5 : S'engager dans une démarche de sobriété énergétique plus large** et lutter contre la pollution lumineuse.

Elles ont été débattues au sein du Conseil Communautaire le 28 avril 2022 et au sein de chacun des conseils municipaux.

Chacune des orientations se décline en plusieurs objectifs répondant concrètement à l'ampleur des enjeux révélés lors du diagnostic.

Des objectifs de prévention, de protection et de mise en valeur des paysages et du cadre bâti ont été ciblés de manière raisonnée et cohérente par typologie d'espace :

- Les grands paysages
- Les espaces du quotidien
- Les infrastructures de déplacement
- **Les zones d'activités**

L'intégration des besoins de visibilité des acteurs économiques est un objectif transversal du RLPi. L'Agglomération Seine Eure considère que les acteurs économiques du territoire font partie intégrante du processus du RLPi puisqu'ils sont concernés par ces restrictions réglementaires. Ainsi, la

règlementation s'adaptera aussi bien aux cœurs de villes et villages, aux zones d'activités, qu'aux abords des grands axes.

## Orientation 1 : Préserver la qualité des paysages naturels et de sensibilité environnementale.

- *Orientation 1.1 : Mettre en valeur les grands paysages et les vues emblématiques du territoire*
- *Orientation 1.2 : **Valoriser les Vallée de Seine, de l'Eure, de l'Iton et de l'Oison, les coteaux calcaires et les terrasses alluviales de la Seine, la Forêt de Bord et tout autre massif forestier.***

Le territoire de l'Agglomération étant riche d'un patrimoine naturel, l'ambition fixée est de préserver de l'affichage extérieur ses composantes paysagères. Garanties de la qualité du cadre de vie et de l'attractivité territoriale, elles sont aussi sources de bien-être. Le respect des aménités paysagères est une volonté de maîtriser les risques de co-visibilité entre l'affichage extérieur et le grand paysage. Il s'agit de préserver les rapports de vues et de valoriser les relations visuelles aux paysages.

Le diagnostic a permis de constater que les espaces ruraux sont préservés de l'affichage. Cela s'explique par le fait que la réglementation nationale empêche d'ores et déjà l'affichage dans ces zones situées hors agglomération. Puis, ces sites ne représentent pas d'enjeux pour les professionnels de l'affichage et les acteurs économiques.

Le RLPI est le gardien de la préservation des grands paysages constitutifs de l'identité du territoire.



Panorama du Plessis – Amfreville-sous-les-

- *Orientation 1.3 : Maintenir et conforter les continuités écologiques en prenant en considération les éléments de la trame verte et bleue.*

Le RLPI a pour objectif de limiter l'implantation des dispositifs dans les secteurs de transition entre les axes principaux de circulation et les secteurs de continuités écologiques (grands espaces ruraux). L'interdiction des dispositifs de publicité et de pré enseigne reste bien évidemment maintenue dans les secteurs situés hors agglomération.



Le long de la RD.321 – Criquebeuf S/Seine

- **Orientation 1.4 : Conserver la qualité paysagère lors de projets d'aménagement durable** de tourisme et de loisirs.

Le RLPI vient étendre l'interdiction d'affichage au sein des continuités paysagères aménagées en agglomération (parcs, jardins et voies vertes), ainsi qu'aux abords des rives de l'Eure et de la Seine.

## L'échelle des GRANDS PAYSAGES



Illustration schématique

### Orientations du RLPi à l'échelle des espaces paysagers, naturels, agricoles et forestiers

## Orientation n°2 : Promouvoir le développement économique durable du territoire

*Orientation 2.1 : Soutenir l'activité locale, permettre son évolution et répondre au besoin de communication des commerçants.*

*Orientation 2.2 : Accompagner le dynamisme touristique, gage d'attractivité territoriale.*

L'élaboration du RLPi vise à renforcer la visibilité des activités économiques, touristiques et culturelles du territoire. Il s'agit d'apporter une réponse adéquate et adaptée aux besoins de communication extérieure des acteurs économiques.



RD.6015 – Saint Pierre la Garenne



Entrée de ville de Gaillon

Sans les invoquer, l'ambition de ce projet de territoire est aussi d'assurer la visibilité des activités de promotion du terroir et de ventes direct à la ferme, reconnues comme moteurs de l'économie locale. Le traitement des dispositifs doit néanmoins garantir une intégration cohérente dans le paysage rural.

Conjointement à l'ambition de l'Agglomération Seine Eure de développer ses attraits touristiques, une harmonisation des dispositifs de signalisation d'informations locales (SIL) est en étude. Il s'agit néanmoins d'un projet de charte intercommunale pour de la signalétique qui n'entre pas dans le cadre du RLPi. La SIL peut tout à fait être une alternative à la démultiplication du nombre de pré enseignes et à leur diversité.

*Orientation 2.3 : Améliorer la lecture de l'organisation des zones d'activités et la lisibilité des entreprises.*

Les zones d'activités sont des lieux de concentration de publicités, d'enseignes et de pré enseignes aux formats divers et variés. Le rôle du RLPi est d'apaiser ces zones pour améliorer le paysage urbain, parfois saturé par l'affichage, ainsi que la lecture et la visibilité des activités présentes. Le RLPi doit permettre une réglementation des enseignes cohérente à l'ensemble des zones d'activités. Elle recherche notamment l'harmonisation entre l'affichage extérieur, la conception du bâtiment et le paysage environnant.

## Orientation n°3 : Protéger les noyaux historiques et l'ambiance des cœurs de vie pour améliorer la qualité du cadre de vie des habitants et visiteurs

*Orientation 3.1 : Protéger les secteurs patrimoniaux de la publicité.*

**Orientation 3.2. Encadrer les dispositifs d'affichage extérieur dans les centres villes et bourgs.**

Le RLPi se doit de limiter au maximum l'affichage extérieure pour ainsi réduire les impacts sur le patrimoine et l'architecture et valoriser les ambiances urbaines, patrimoniales et touristiques.

Ce souhait se traduit par la volonté politique d'utiliser le mobilier urbain comme seul support publicitaire possible et d'adapter des modalités d'enseigne de manière cohérente avec l'architecture du bâti et les ambiances de ces secteurs d'intérêts patrimoniaux et touristiques. Il s'agit bien de préserver le patrimoine bâti et ses abords de l'affichage publicitaire.



*Rue d'intérêt patrimonial de Louviers*

Ces espaces sont favorables aux flux quotidiens de piétons, liés aux activités présentes. C'est aussi au regard de cet enjeu que les enseignes feront l'objet d'un encadrement strict, traduisant ainsi la valorisation des cœurs de vie et l'amélioration de l'organisation des rues commerçantes et de leur lecture.



*Rue commerçante de Gaillon*

*Orientation 3.3 : Respecter l'ambiance apaisée des quartiers résidentiels et pérenniser leurs aménités environnementales.*

L'objectif du RLPi est de s'adapter au contexte résidentiel dédié à l'habitat, de répondre à la volonté de préservation des zones résidentielles et des espaces de ressourcement. Le RLPi agit pour le confort visuel quotidien des habitants par un encadrement strict des implantations et des formats des dispositifs publicitaires.

## L'échelle des ESPACES DU QUOTIDIEN

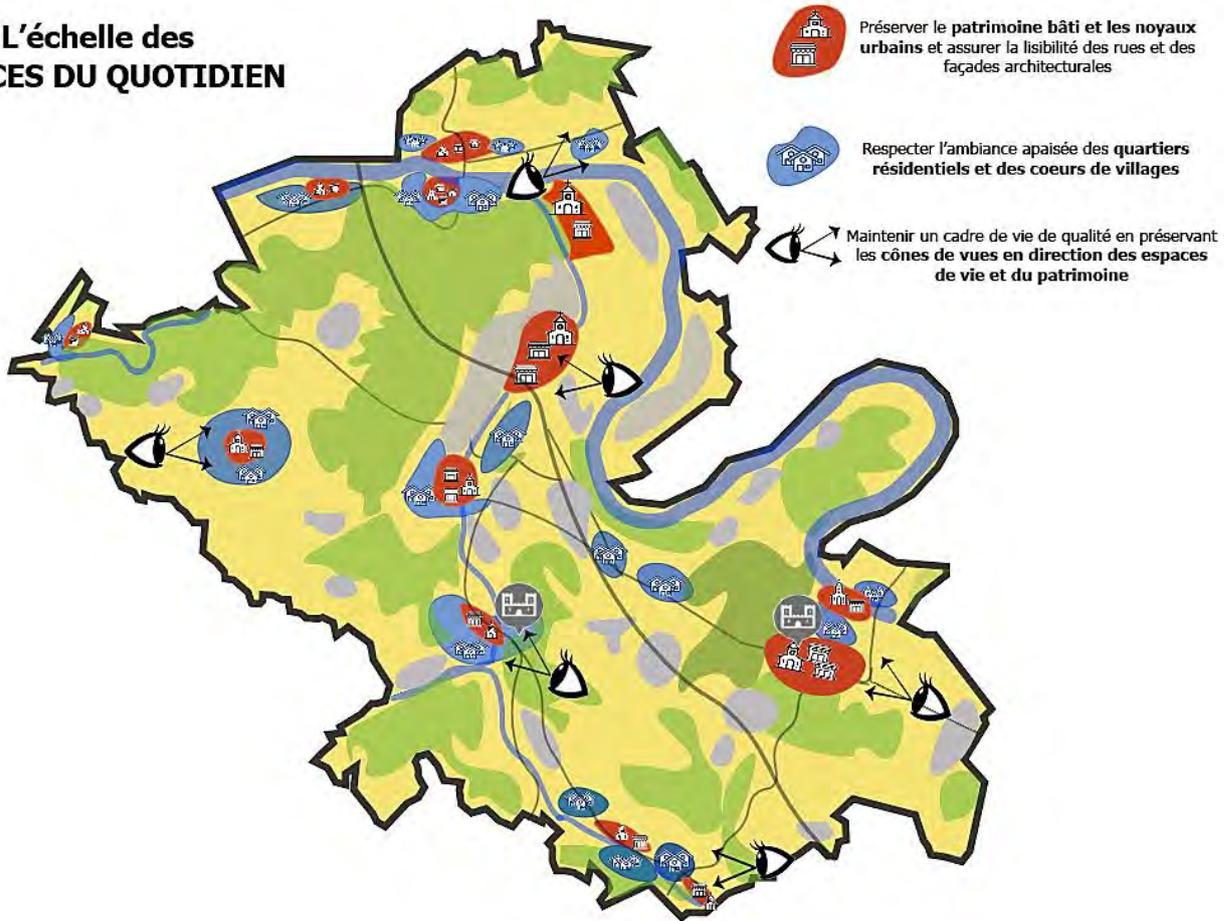


Illustration schématique  
Orientations du RLPi à l'échelle des coeurs de vie et résidentielle

### Orientation n°4 : Maîtriser l'image du territoire et son attractivité à travers ses espaces vitrines

Cette orientation correspond à maîtriser l'implantation des publicités, des enseignes et des pré enseignes au niveau des grands axes routiers du territoire.

Les axes structurants desservant les agglomérations du territoire sont des zones privilégiées pour la communication et l'affichage publicitaire. Le parc publicitaire présent sur ces zones mérite un traitement spécial pour préserver et requalifier la qualité des paysages environnants, vecteurs de l'identité et de l'attractivité de l'Agglomération Seine Eure.



Chaussée de Paris - Louviers

**Orientation 4.1. Veiller à la qualité de l’affichage publicitaire situé au niveau des portes d’entrée du territoire et mettre en valeur les entrées de villes et villages (interfaces villes/campagnes)**

Le projet politique vise à adapter l’affichage extérieur avec la toile de fond du paysage du quotidien, à caractère plus ou moins urbain, naturel ou patrimonial. Il est souhaité que sur ces secteurs aux flux automobiles importants, soit offert un apaisement visuel aux perceptions recentrées dans un premier temps sur le paysage naturel et bâti, plutôt que sur l’affichage extérieur.

**Orientation 4.2 : Lutter contre la banalisation paysagère et l’accumulation des dispositifs le long des principaux axes routiers**

L’objectif est ainsi de règlementer l’emprise visuelle (format et densité) afin d’intégrer de manière optimale les dispositifs d’affichage sur les axes majeurs, de trouver un équilibre entre l’expression publicitaire et la qualité de la perception paysagère de ces espaces traversés. Cette orientation s’attache à anticiper le projet Seine Eure Avenue, en tant que futur axe structurant de perception du territoire.



Avenue Winston Churchill - Louviers

**L'échelle des GRANDES INFRASTRUCTURES : Espaces vitrines**

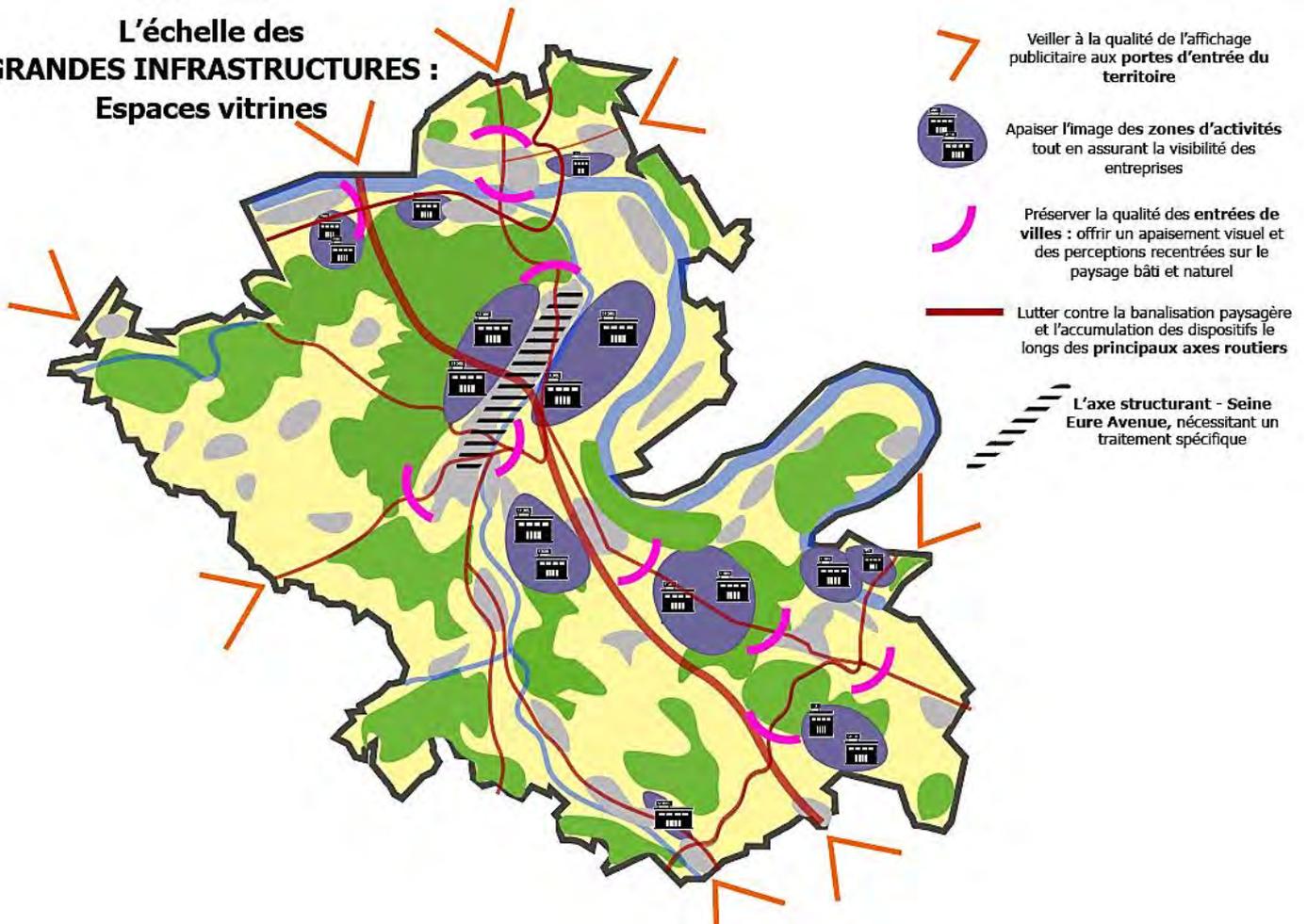


Illustration schématique  
Orientations du RLPi à l’échelle des espaces vitrines du territoire

## Orientation n°5 : S'engager dans une démarche de sobriété énergétique plus large et lutter contre la pollution lumineuse

Dans le cadre du RLPi, il est primordial de répondre aux problématiques liées aux dispositifs lumineux et numériques. La dernière loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et le renforcement de la résilience, dite Climat et Résilience, vient offrir des leviers au Code de l'environnement, permettant au RLPi de pouvoir agir sur les publicités et les enseignes lumineuses installées derrière des baies commerciales, comme les horaires d'extinction, par exemple.

*Orientation 5.1. Limiter le besoin d'une énergie pour une croissance verte (réduction des consommations énergétiques)*

Une des ambitions du projet de territoire est d'œuvrer en faveur de la sobriété énergétique.

Le panneau numérique est un procédé moderne en développement pouvant participer à la densification de l'affichage extérieur. Néanmoins, le RLPi a pour rôle de les encadrer, de concilier leurs avantages technologiques avec la qualité du cadre de vie et la préservation de l'environnement. Une règle d'extinction des publicités et des enseignes sur une plage horaire plus importante que la norme nationale (1h – 6h du matin) conduirait à réduire la facture énergétique et à lutter contre la pollution lumineuse. Toujours en lien avec les nouvelles dispositions prévues par la loi Climat et Résilience, le RLPi est en droit de définir une réglementation spécifique pour l'affichage lumineux en vitrine.



Acquigny



Rond-point des Bequets -

*Orientation 5.2 : Développer un environnement sain pour la santé et le bien-être des habitants et de la biodiversité*

L'objectif du RLPi est de lutter contre la pollution lumineuse nocturne et les nuisances potentielles sur la biodiversité.

La dégradation et la fragmentation des habitats naturels généralement causées par l'éclairage artificiel seront limitées. En effet, un excès d'éclairage artificiel n'est pas sans conséquence. En plus de représenter un gaspillage énergétique non négligeable, les dispositifs lumineux sont une source de perturbations importantes pour la biodiversité. Pour cela, le règlement local de publicité intercommunal se doit aussi de limiter les formats et la densité d'implantation de la publicité numérique, qui, quoi qu'il en soit est autorisée uniquement dans la Ville de Louviers et du Val de Reuil (communes de plus de 10.000 habitants).

Le RLPi tient ses engagements écologiques et émet davantage de prescriptions relatives à la lutte contre la pollution lumineuse. L'orientation des lumières et la température de couleur (l'intensité lumineuse) seront encadrées.



# PARTIE 5 :

## LES JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS

Pour rappel, le RLPi émet des prescriptions plus restrictives que le Règlement National de Publicité. Ainsi, le RNP continue de s'appliquer pour les volets non réglementés par le RLPi.

## I. Justifications des choix du zonage réglementaire

Le diagnostic a fait ressortir différents secteurs à enjeux sur le territoire de l'Agglomération Seine Eure : paysagers, environnementaux, patrimoniaux, touristiques et économiques. Ces secteurs ont des problématiques d'affichage propres. Ils sont classés en Zones de Publicité Restreinte (ZPR) :

Cinq ZPR ont été définies afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur.

<u>ZPR</u>	<u>Description</u>
ZPR.1	<b>Les secteurs de protection patrimoniale des cœurs de villes et villages.</b> Les centres anciens bâtis aux caractères historiques et pittoresques.
ZPR.1.bis	La ZPR.1.bis délimite les rues commerçantes du Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Gaillon
ZPR.2*	ZPR.2A Les secteurs mixtes à dominance résidentielle des communes de Louviers et du Val de Reuil (> 10.000 habitants).
	ZPR.2B Les secteurs à dominance résidentielle des autres communes (< 10.000 habitants) et les hameaux.
ZPR.3	Des tronçons de voies structurantes traversant les zones agglomérées de Louviers. <b>La zone s'étend au domaine privé sur une bande de 20m de profondeur de part et d'autre de l'alignement de la voie.</b>
ZPR.4	Les zones d'activités de l'ensemble du territoire.
ZPR.4bis	Le secteur des Clouets du Val de Reuil.
ZPR.5	<b>Les espaces naturels, agricoles et forestiers, d'intérêt paysager à conserver.</b>

\*La ZPR.2 est divisée en deux sous-zones correspondant à la taille démographique des communes (plus ou moins 10 000 habitants).

En plus des dispositions spécifiques à chaque zone, le RLPi prévoit des dispositions générales communes à l'ensemble des zones.

Le découpage territorial retenu se justifie par les orientations stratégiques du RLPI :

<u>ZPR</u>	<u>Description</u>
ZPR.1	<p><u>Orientation n°3</u> : Protéger les noyaux historiques et <b>l’ambiance des cœurs de vie pour améliorer la qualité du</b> cadre de vie des habitants et visiteurs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Protéger les secteurs patrimoniaux de la publicité.</li> <li>▪ <b>Encadrer les dispositifs d’affichage extérieur dans les centres villes et bourgs.</b></li> </ul>
ZPR1.bis	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Valoriser et préserver la qualité patrimoniale et paysagère des sites à protéger.</li> </ul> <p><u>Orientation n°2</u> : Promouvoir le développement économique durable du territoire</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Soutenir l’activité locale, permettre son évolution et</b> répondre au besoin de communication des commerçants.</li> <li>▪ <b>Accompagner le dynamisme touristique, gage d’attractivité</b> territoriale.</li> </ul>
ZPR.2A	<p><u>Orientation n°3</u> : Protéger les noyaux historiques et <b>l’ambiance des cœurs de vie pour améliorer la qualité du</b> cadre de vie des habitants et visiteurs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Respecter l’ambiance apaisée des quartiers résidentiels et</b> pérenniser leurs aménités environnementales.</li> </ul> <p><u>Orientation n°2</u> : Promouvoir le développement économique durable du territoire</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Soutenir l’activité locale, permettre son évolution et</b> répondre aux besoins de communication des commerçants.</li> <li>▪ <b>Accompagner le dynamisme touristique, gage d’attractivité</b> territoriale.</li> </ul>
ZPR.2B	
ZPR.3	<p><u>Orientation n°4</u> : <b>Maîtriser l’image du territoire et son</b> attractivité à travers ses espaces vitrines</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veiller à la <b>qualité de l’affichage publicitaire</b> situé au niveau des <b>portes d’entrée du territoire et mettre en valeur les entrées de</b> villes et villages (interfaces villes/campagnes)</li> </ul>
ZPR.4	<p><u>Orientation n°2</u> : Promouvoir le développement économique durable du territoire</p>
ZPR.4bis	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Améliorer la lecture de l’organisation des zones d’activités et la</b> lisibilité des entreprises.</li> </ul>
ZPR.5	<p><u>Orientation 1</u> : Préserver la qualité des paysages naturels et de sensibilité environnementale.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mettre en valeur les grands paysages et les vues emblématiques du territoire</li> <li>▪ Valoriser les vallées <b>de Seine, de l’Eure, de l’Iton et de l’Oison</b>, les coteaux calcaires et les terrasses alluviales de la Seine, la Forêt de Bord et tout autre massif forestier.</li> <li>▪ Maintenir et conforter les continuités écologiques en prenant en considération les éléments de la trame verte et bleue.</li> </ul>

	<p><u>Orientation n°2 :</u> Promouvoir le développement économique durable du territoire</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Soutenir l'activité locale, permettre son évolution</b> et répondre aux besoins de communication des commerçants.</li> <li>▪ <b>Accompagner le dynamisme touristique, gage d'attractivité territoriale.</b></li> </ul>
--	---

### A. Les justifications de la ZPR.1

La Zone de Publicité Restreinte n°1 offre un cadre réglementaire répondant aux enjeux de protection patrimoniale, du paysage urbain et de mise en valeur architecturale **de l'espace urbanisé**. L'affichage extérieur y est ainsi strictement encadré. La ZPR1 comprend les centres villes et bourgs et toutes zones urbaines à dominante habitat de valeur patrimoniale et/ou de caractère architectural ancien à préserver. **Elle s'applique dans les secteurs d'interdiction relative du RNP** (article L.581-8 du Code de l'environnement) :

- Aux abords des monuments historiques (article L.621-30 du Code du Patrimoine),
- Dans le périmètre des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) (article L.631-1 du Code du Patrimoine),
- Dans les sites inscrits et classés,
- **A moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 du Code du Patrimoine).**

La ZPR.1 réintroduit de manière mesurée la publicité **dans ces secteurs d'interdiction**. Seul l'affichage publicitaire sur mobilier urbain et sur les dispositifs de micro-affichage est en effet autorisé. Aussi, bien que le centre-ville de Louviers soit de nature à être protégé en raison de ses enjeux patrimoniaux, le panneau numérique (interdit dans les communes de moins de 10.000 habitants) est admis. Comme **l'impact visuel de ces dispositifs en voie de développement peuvent être important**, le RLPi les encadre spécifiquement. Ainsi, la publicité numérique sur mobilier urbain est admise sous réserve **qu'elle ne dépasse pas une surface de 6m<sup>2</sup>, qu'elle soit éteinte aux horaires d'extinction prescrites par le RLPi et que sa luminance ne soit pas éblouissante**.

La ZPR.1.bis correspond à un zonage relatif aux enseignes des rues commerçantes du SPR de Gaillon. **Elle s'inscrit dans le même esprit que pour la ZPR1. Cette sous-zone répond à l'enjeu de valorisation et de préservation de la qualité patrimoniale et paysagère reconnue par le SPR.**

### B. Les justifications de la ZPR.2

La Zone de Publicité Restreinte n°2 regroupe les espaces urbanisés à dominance résidentielle. La réglementation vise à préserver les qualités environnementales des quartiers **d'habitations** et les activités commerciales locales (commerces de proximité, petits pôles commerciaux, commerces isolés) situées dans ces espaces.

**S'agissant majoritairement de lieux d'habitation, la publicité** est fortement réglementée notamment pour préserver le cadre de vie de la population et la qualité des paysages environnants.

Les entrées de ville et village présentant ces caractéristiques urbaines font parties de la ZPR.2 (sauf les axes structurants de Louviers classés en ZPR.3). La réglementation a pour but de préserver le grand paysage, **composés d'interfaces** entre les espaces urbanisés et les espaces agro-naturels.

Deux sous-zones sont délimitées en fonction du critère démographique des communes et du caractère résidentiel de la zone :

- La ZPR2.A est constituée des secteurs mixtes (mêlant habitations, commerces, services et équipements) des communes de plus de 10.000 habitants (Louviers, Val de Reuil).

→ La ZPR.2.B est constituée de tous les secteurs ruraux et champêtres. Ils correspondent aux villages et **à l'ensemble des** hameaux, avec des caractéristiques architecturales qui ne justifient pas leur classement en ZPR.1.

Les espaces délimités en ZPR.2.A permettent à la Ville de Louviers et du Val de Reuil de bénéficier davantage de souplesses que les autres communes classés en ZPR.2.B, comme :

- l'implantation de panneaux numériques,
- des format d'affichage publicitaire plus importants.

**Le Code de l'environnement émet en effet des règles plus permissives pour les communes de plus de 10.000 habitants.** Le RLPI suit ainsi la même logique réglementaire.

### C. Les justifications de la ZPR.3

La Zone de Publicité Restreinte n°3 délimite des sections **d'axes structurants du territoire** traversant **l'agglomération de Louviers** et le long desquelles il a été observé une concentration **d'affichage publicitaire**. Il s'agit de :

- l'Avenue Winston Churchill et la rue de la Fringale (Seine Eure Avenue),
- la Chaussée de Paris (entrée de ville de Louviers).

**L'affichage publicitaire est encadré sur une bande tampon de 20m de part et d'autre de l'axe routier.** La bande tampon a été choisie de façon à comprendre les trottoirs et les façades des bâtiments longeant **les axes, permettant ainsi une préservation des perceptions d'ensemble à leurs abords.**

La réglementation a pour **ambition de maîtriser l'image de l'Agglomération Seine Eure** et son attractivité en valorisant ses espaces vitrines et tout en assurant le développement économique de ses entreprises.

Les axes classés en ZPR.3 connaissent de forts flux automobiles. Ils sont de ce fait des lieux stratégiques **d'affichage et de communication pouvant ainsi assurer le développement et la pérennisation des** entreprises locales. La signalisation des activités étant nécessaire, le RLPI permet de répondre aux besoins des entreprises tout en encadrant **l'affichage afin d'éviter qu'il soit trop abusif et démesuré.** Le RLPI **est le moyen d'apporter plus de restrictions sur la taille et la densité** des panneaux scellés au sol et muraux.

### D. Les justifications de la ZPR.4

La Zone de Publicité Restreinte n°4 couvre **l'ensemble des zones d'activités économiques** du territoire. La majorité sont à vocation industrielle, artisanale ou de logistique. Le diagnostic a révélé peu de dispositifs publicitaires au sein de ces zones. Le RLPI a ainsi pour objectif de renforcer cette réalité, en **réduisant les possibilités d'implantation publicitaire offertes par le Code de l'environnement.** Seul **l'affichage publicitaire sur mobilier urbain est ainsi autorisé en ZPR.4.**

Au sein des zones commerciales, une trop forte présence publicitaire peut leur provoquer une image négative, ou du moins peu valorisante. Le RLPI, en application des dispositions du Code de **l'environnement,** maintient **la possibilité d'afficher des dispositifs d'enseignes temporaires à caractère commercial sur l'unité foncière où a lieu l'opération (pour une promotion, par exemple).**

**Les bâtiments des zones d'activités représentent généralement de grandes surfaces et se situent en** retrait des voies publiques. Les Plans Locaux **d'Urbanisme intercommunaux en vigueur (PLUi-H et PLUi valant SCoT)** impose en effet un **retrait d'implantation d'une distance minimum de 10m par rapport à la limite de l'emprise publique des voies.** Ainsi, RLPI émet des prescriptions pour assurer un affichage **d'enseigne adapté, cohérent et répondant aux besoins des acteurs économiques.**

La réglementation prévoit notamment un regroupement des enseignes de 6m<sup>2</sup> à l'entrée des zones, ce qui favorise **l'affichage collectif sur un seul dispositif.** Le RLPI permet de tendre vers davantage de qualité dans les pratiques d'affichage afin d'améliorer la lecture et l'organisation des zones d'activités.

La ZPR.4bis est une sous-zone de la ZPR.4. Elle a pour but de permettre le maintien et éventuellement **la réalisation d'enseignes en toiture** sur le secteur des Clouets du Val de Reuil. **Il s'agit d'un secteur situé en contrebas de l'autoroute A13** où se concentre majoritairement des hôtels et des chaînes de

restauration. L'enseigne en toiture, déjà existante pour certains bâtiments, est un moyen d'assurer la visibilité de l'activité depuis l'autoroute. Le RLPi encadre toutefois les enseignes en toiture pour limiter l'atteinte au cadre de vie qu'elles peuvent engendrer. Ainsi, seules les lettres découpées sans panneau de fond sont autorisées.

Ce type d'enseigne, souvent irrespectueux des obligations réglementaires, reste visuellement impactant. C'est pourquoi, il a été convenu de les interdire au-delà de cette zone.

### E. Les justifications de la ZPR.5

La ZPR.5 est dédiée aux espaces situés en dehors des zones agglomérées, où toute publicité est interdite par la réglementation nationale, hormis les dispositifs de pré enseignes dérogatoires (régis par le Code de l'environnement). Elle vise uniquement à l'encadrement des enseignes pour les activités économiques présentes de façon ponctuelle. Les espaces classés en ZPR.5 sont ainsi non urbanisés. Il s'agit généralement des zones agricoles et des zones naturelles identifiées au PLUi-H et au PLUi valant SCoT. L'enjeu du RLPi est de proposer un règlement adapté à la protection des espaces agricoles, forestiers et naturels lorsqu'ils se situent en dehors d'un secteur aggloméré, et d'offrir une protection maximale dans l'ensemble des secteurs environnementaux sensibles.

## II. Les justifications des choix règlementaires

### A. Les justifications des règles relatives à la publicité et à la pré enseigne

Le RLPi **est un moyen de limiter l'introduction de** la publicité et de la pré enseigne sur le territoire. Les dispositions générales justifient **l'orientation générale qui vise à respecter la qualité des paysages et à protéger le cadre de vie des habitants et des visiteurs.**

#### 1. LES PRESCRIPTIONS COMMUNES RELATIVES A LA PUBLICITE ET A LA PRE ENSEIGNE

- a. **Les lieux d'interdiction absolue** pour la publicité et la pré enseigne, ainsi que leur **réintroduction en secteurs d'interdiction relative**

Le RLPi étend les lieux d'interdiction strictes énumérés par le Code de l'environnement. Par conséquent, au regard du fort impact paysager qu'elles sont susceptibles de générer, la publicité et la pré enseigne ne doivent pas s'implanter :

- Sur toute clôture, qu'elle soit aveugle ou non. Il s'agit de pouvoir limiter de manière globale l'affichage sur tout grillage ou mur de clôture. Il est parfois effectué de façon « sauvage » et disgracieuse le long des voies publiques.
- Sur garde-cors de balcon ou balconnet, sur marquises ou auvent, afin d'éviter de dissimuler ces éléments d'architecture de façade.
- Sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Le RLPi est un moyen d'anticiper le développement de ce type de publicité à fort impact paysager.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal permet par ailleurs, de façon contrôlée et par dérogation à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, de réintroduire la publicité et la pré enseigne dans les lieux dits « d'interdiction relative » :

- 1) Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- 2) Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code;
- 3) Dans les parcs naturels régionaux ;
- 4) Dans les sites inscrits ;
- 5) A moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4.

Le RLPi déroge au Code de l'environnement. Il permet l'implantation dans les lieux précédemment cités des seuls dispositifs suivants :

- La publicité supportée par le mobilier urbain, dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à **47 du Code de l'environnement** et dans la limite de surface unitaire applicable dans chacune des zones de publicité restreinte.  
Ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Il apparaît indispensable **de conserver l'affichage sur mobilier urbain dans** les périmètres patrimoniaux puisque ce type de publicité vise à conserver dans ces lieux le mobilier nécessaire à certains usages (abris-voyageurs) et à diffuser les informations municipales ou intercommunales. Le format du mobilier urbain est par ailleurs **mieux adapté à l'environnement majoritairement piétonnier de ces lieux urbains à protéger.**
- Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, tel que prévu par les articles L.581-13 et R.581-2 à 4 du même code. L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage dans chacune des

communes. Les emplacements réservés devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (R581-3).

- Les dispositifs de micro-affichage sur devanture commerciale.
- **La publicité temporaire installée sur palissade et sur bâche de chantier liée à la rénovation d'un monument historique (en application de l'article L.621-29-8 du Code du Patrimoine).**
- Les pré enseignes temporaires, pour **la communication ponctuelle d'évènements locaux.**

b. **Les dimensions des dispositifs d'affichage (règles de surface)**

**La maîtrise du format des dispositifs d'affichage permet de limiter l'accroissement de la présence publicitaire dans les paysages urbains du quotidien.**

Le règlement précise que les surfaces fixées par chacune des zones spécifiques sont des surfaces « utiles », **correspondant à la dimension de l'affiche seule.** Pour les mobiliers urbains, la surface réglementée concerne la taille même du dispositif.

Par ailleurs, pour assurer la qualité du parc publicitaire, **le règlement impose que les deux faces d'un dispositif publicitaire soient de mêmes dimensions, alignées et placées dos à dos et cela, sans espace visible entre elles.**

**La surface d'affichage se justifie selon les spécificités du secteur dans lequel le dispositif s'implante :**

- En ZPR.1, il est essentiel de préserver le paysage des centralités communales de façon à protéger et à améliorer le cadre de vie des habitants et des visiteurs. Pour cela, les petites surfaces **publicitaires de 2m<sup>2</sup> d'affichage** sur mobilier urbain sont mieux adaptées à ces centres urbains à **protéger et d'envergure plutôt piétonnière.**
- Au sein des secteurs mixtes et péri-urbains de la Ville de Louviers et du Val de Reuil, classés en ZPR.2.A et pour lesquels la réglementation nationale est **à l'origine plus souple (communes de plus de 10 000 habitants)**, le RLPi restreint néanmoins la surface utile **d'affichage à 4m<sup>2</sup> pour tout type de dispositif (qu'il soit au sol ou mural).** Le but étant de **préserver les possibilités d'affichages** publicitaires de ces secteurs et de répondre aux enjeux économiques des activités présentes en répondant à leur besoin de communication.
- **La réglementation nationale limite fortement l'implantation publicitaire dans les villages de moins de 10.000 habitants.** La ZPR.2B du RLPi suit cette logique, elle admet des publicités et des pré enseignes murales d'une surface de 4m<sup>2</sup> maximale (les dispositifs au sol sont interdits dans ces communes).

Ainsi, le RLPi **permet d'uniformiser un format d'affichage de 4m<sup>2</sup> au sein de l'ensemble** des zones à dominance résidentielle.

- **Les abords des axes structurants classés en ZPR.3 sont des secteurs urbains d'enjeux économiques** pour lesquels la surface utile **du dispositif d'affichage peut s'élever jusqu'à 8m<sup>2</sup>.** Ces zones supportent des flux quotidiens d'**usagers importants, elles sont donc un support d'audience non négligeable** pour les acteurs économiques du territoire.  
Ces axes sont aussi identifiés comme vecteurs de l'**identité de l'Agglomération Seine Eure.** Le RLPi **encadre ainsi l'affichage** extérieur en conciliant qualité paysagère et attractivité touristique avec développement économique du territoire.

Le RLPi tient compte du **fleurissement et de l'appréciation de l'affichage sur mobilier urbain géré par les communes.** Le format de 2m<sup>2</sup> s'est en effet développé avec le mobilier urbain et il **reste aujourd'hui très majoritaire sur le territoire de l'Agglomération Seine Eure.** Le RLPi prévoit notamment le développement du mobilier urbain sous forme de panneaux numériques. Il lui appartient de prendre des précautions

quant à leur format et leur extinction nocturne. Seules les villes de Louviers et du Val de Reuil sont concernées par la possibilité d'implanter de la publicité numérique. Elles ont toutes les deux fait le choix de l'autoriser uniquement sur du mobilier urbain et d'une surface limitée à 6m<sup>2</sup>. En conséquence, toute publicité numérique en domaine privé est refusée d'office par l'application du RLPi.

#### c. **L'esthétisme des dispositifs d'affichage**

La recherche d'une harmonie qualitative des dispositifs de publicité et de pré enseigne s'entend aussi par le respect de critères esthétiques, comme l'habillage du dos des faces non utilisées, l'utilisation d'une couleur non agressive, l'interdiction de pieds échelle, etc. Des prescriptions permettant d'intégrer au mieux les supports à leur environnement paysager.

Le RLPi impose que l'affichage se réalise dans un cadre rectiligne, sans ajout ni extension dépassant le format initial du dispositif (par exemple, l'ajout de passerelles non amovibles).

Les dispositifs à doubles faces publicitaires ne doivent pas présenter de séparation visible, c'est pourquoi le RLPi interdit de fait les supports plus imposants comme ceux implantés en « V ». Ce principe vise à limiter la surcharge visuelle des dispositifs dans le paysage.

Il convient de rappeler qu'au sein des périmètres de protection patrimoniale bâtie et naturelle, l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) sera sollicité pour avis, ce qui permet d'obtenir une garantie supplémentaire à la bonne intégration des dispositifs.

#### d. **La hauteur des dispositifs d'affichage**

Afin d'éviter des dispositifs publicitaires trop hauts venant perturber les vues sur le paysage lointain, la hauteur des dispositifs (muraux ou au sol) est limitée à 6m par rapport au niveau du sol.

#### e. **L'éclairage et l'extinction nocturne des dispositifs d'affichage**

Au Code de l'environnement, la publicité lumineuse se divise en trois catégories :

- la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ;
- la publicité numérique.

Dans l'optique de répondre à l'orientation liée à l'engagement d'une démarche de sobriété énergétique et de lutte contre la pollution lumineuse, le RLPi est un moyen d'élargir la plage d'extinction nocturne pour les publicités lumineuses et numériques, y compris celles supportées par le mobilier urbain (sauf celui affecté aux services de transports et durant les heures de passage).

La réglementation nationale exige une extinction de 1h à 6h du matin (5h d'extinction). Le RLPi l'augmente de 4h supplémentaires en reportant les horaires d'extinction de 22h à 7h. Une évolution qui œuvre à restaurer la biodiversité dans des paysages nocturnes plus apaisés et qui limite l'impact sur la qualité du cadre de vie des habitants.

Le RLPi est aussi un moyen de réduire les nuisances lumineuses en formulant des obligations sur la température de couleur mise en œuvre et l'orientation de la projection lumineuse.

Les dispositifs numériques sont autorisés pour les communes de plus de 10.000 habitants, comme le régit le Code de l'environnement. Le RLPi encadre la publicité numérique en limitant leur format et en imposant un seuil maximum de luminance (fixés par l'arrêté du 30 août 1977 du Code de la route). Les panneaux numériques permettent une communication rapide et visible. L'objectif est de prendre en compte cette évolution technologique, tout en concourant à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement. La publicité numérique est autorisée uniquement sur domaine public au travers de contrats de mobiliers urbains conclus entre la collectivité et un prestataire privé, permettant ainsi à la collectivité d'être attentive à l'implantation des panneaux numériques, à la qualité du matériel et à leur maintenance.

f. La densité **des dispositifs d'affichage**

La règle de densité du RLPi est plus stricte que celle imposée par le Code de l'environnement. Cette règle vise à encadrer le nombre de dispositifs publicitaires placés le long des voies ouvertes à la circulation publique, et éviter toute superposition ou juxtaposition de panneaux.

Elle a pour but d'alléger les impacts paysagers. En effet, l'implantation des publicités scellées au sol, si elle est mal maîtrisée, peut engendrer une surdensité d'affichage, notamment lorsqu'elle se mêle aux mobiliers urbains.

C'est en faveur de ce désencombrement que le règlement précise que tout dispositif publicitaire se limite à un seul par unité foncière présentant un linéaire sur voie de 20m à 80m (un dispositif supplémentaire si le linéaire excède 80m). Deux dispositifs muraux peuvent éventuellement être admis seulement s'ils s'implantent en alignement sur un même mur aveugle et que leur surface totale n'excède 4m<sup>2</sup> d'affichage. L'implantation publicitaire est interdite pour les parcelles présentant un linéaire sur rue inférieur à 20m, ce qui permet d'éviter la concentration de dispositifs installés successivement le long d'une voie composée de plusieurs petits linéaires d'unité foncière.

La densité se calcule par linéaire de voie bordant l'unité foncière. Pour les parcelles situées en angle de rue, la longueur des deux voies publiques se cumule.

Concernant la publicité sur domaine public, les lieux d'implantation et le nombre de mobiliers urbains sont gérés par les communes. Néanmoins, dans le but de réguler la densité des panneaux numériques le long des axes routiers et d'alléger leurs impacts, le RLPi impose une règle d'inter-distance de 100m minimum entre deux faces numériques si elles sont en covisibilité sur un même linéaire de voie.

Les règles de densité permettent de pouvoir maîtriser la quantité d'affiches publicitaires et leur impact sur le paysage, tout en permettant leur présence.

g. Les pré enseignes temporaires

Dans l'objectif de pérenniser le dynamisme de la vie locale, il est essentiel de pouvoir assurer la bonne visibilité de l'information événementielle et culturelle, aussi bien en agglomération que hors agglomération. Pour cela, le RLPi n'apporte pas plus de restrictions à la réglementation des pré enseignes temporaires que celle applicable par le Code de l'environnement, hormis sur la période d'implantation : les dispositifs doivent être installées au plus tôt 10 jours avant le début de l'évènement signalé et doivent être retirées au plus tard 3 jours après. Cette réduction a pour but de maintenir le caractère temporaire du message et d'éviter une accumulation des dispositifs due à une succession d'évènements.

## 2. LES PRESCRIPTIONS SPECIFIQUES RELATIVES A LA PUBLICITE ET A LA PRE ENSEIGNE

a. Les dispositions relatives aux publicités et aux pré enseignes en ZPR.1

Dans l'optique d'améliorer la lecture des rues commerçantes et la perception des façades bâties, le RLPi interdit en ZPR.1 :

- Les dispositifs de publicité et de pré enseigne scellés ou posés au sol. En effet, l'implantation de nouveaux volumes risque d'encombrer les rues et dénoter l'ambiance patrimoniale de la zone.
- Les dispositifs muraux, bien que le support d'implantation soit existant.

Seule la publicité sur mobilier urbain est admise dans la limite d'une surface unitaire maximale de 2m<sup>2</sup> d'affichage, ce qui réduit fortement l'impact paysager. Ce format est le plus adapté au contexte urbain (tissus commerçants denses et rues piétonnes parfois étroites). La surface est rehaussée à 6m<sup>2</sup> s'il s'agit d'un panneau numérique.

Les dispositifs de micro-affichage sont également admis conformément au règlement national. Néanmoins, pour protéger les devantures commerciales existantes au sein du Site Patrimonial Remarquable de Gaillon, il a été choisi de les interdire.

Tableau synthétisant les interdictions et les autorisations des différents types **d'affichage** publicitaire en ZPR.1 :

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Au sol</li> </ul> 	<p>X ZPR.1</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Murale</li> </ul> 	<p>X ZPR.1</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sur mobilier urbain</li> </ul> 	<p>Uniquement sur domaine public</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lumineuse (dont numérique)</li> </ul> 	<p>Affichage éclairé par projection ou transparence. Numérique autorisé sur mobilier urbain des communes &gt; 10.000 habitants</p>

b. Les dispositions relatives aux publicités et pré enseignes en ZPR.2

Cette zone regroupe une large partie du territoire aggloméré. Ce sont des zones qui s'avèrent à enjeux pour l'affichage extérieur : des espaces résidentiels qui accueillent ponctuellement des commerces.

Les dispositifs muraux d'une surface maximale de 4m<sup>2</sup> sont autorisés (il s'agit du maximum fixé par le règlement national pour les communes de population inférieure à 10.000 habitants). En plus de les limiter à un seul dispositif par façade aveugle (ou deux, s'ils respectent les conditions de surface totale et d'alignement), ils se conjuguent à la règle de densité.

Les secteurs à dominances résidentielle classés en ZPR.2B n'ont pas de réelles vocations économiques. Afin de préserver le cadre de vie des habitants, l'affichage publicitaire est ainsi limité aux dispositifs muraux, notamment pour privilégier l'exploitation des volumes préexistants (bâti) et éviter qu'un nouveau volume ne vienne s'implanter au sein de la densité urbaine de ces secteurs.

La publicité scellée au sol ou posée directement sur le sol est uniquement autorisée dans les secteurs mixtes classés en ZPR.2.A (communes de population > 10.000 habitants). La surface d'affichage se retreint également à 4m<sup>2</sup>. Elle est rehaussée à 6m<sup>2</sup> s'il s'agit d'un panneau numérique sur domaine public.

En ZPR2.B, l'affichage sur mobilier urbain est autorisé mais dans la limite d'un format de 2m<sup>2</sup>, puisque ces formats s'adaptent mieux aux ambiances et aux morphologies des secteurs résidentiels de communes plutôt rurales.

Tableau synthétisant les interdictions et les autorisations des différents types d'affichage publicitaire en ZPR.2 :

<ul style="list-style-type: none"> <li>Au sol</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ZPR.2A</li> <li>X ZPR.2B</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Murale</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ZPR.2A</li> <li>✓ ZPR.2B</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sur mobilier urbain</li> </ul> 	<p>Uniquement sur domaine public</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lumineuse (dont numérique)</li> </ul> 	<p>Affichage éclairé par projection ou transparence.</p> <p>Numérique autorisé sur mobilier urbain des communes &gt; 10.000 habitants</p>

c. Les dispositions relatives aux publicités et pré enseignes en ZPR.3

La ZPR.3 concernent des tronçons de grands axes structurants traversant la Ville de Louviers. Leur caractère urbain aux flux d'automobiles importants et aux audiences intéressantes pour les acteurs économiques du territoire, nécessite la recherche d'un compromis entre la communication extérieure et la préservation de ces espaces vitrines. Ainsi, aux abords de ces tronçons, tout affichage est admis au format maximal de 8m<sup>2</sup> d'affichage.

**Tableau synthétisant les interdictions et les autorisations des différents types d'affichage publicitaire en ZPR.3 :**

<p>▪ Au sol</p> 	<p>✓ ZPR.3</p>
<p>▪ Murale</p> 	<p>✓ ZPR.3</p>
<p>▪ Sur mobilier urbain</p> 	<p>Uniquement sur domaine public</p>
<p>▪ Lumineuse (dont numérique)</p> 	<p>Affichage éclairé par projection ou transparence. Numérique autorisé sur mobilier urbain des communes &gt; 10.000 habitants</p>

d. Les dispositions relatives aux publicités et pré enseignes en ZPR.4

Les zones d'activités économiques, qu'elles soient commerciales, artisanales, industrielles, tertiaires ou de logistiques, concentrent de l'affichage répondant aux besoins de visibilité et d'attractivité des entreprises.

En zones commerciales, le diagnostic constate une surabondance de dispositifs sur un champ visuel restreint (pré enseignes, publicités, panneaux d'entrée de zone, enseignes etc.), ce qui nuit à leur lecture par la complexité et la densité des messages. Face à cette observation, la Signalétique d'Information Locale (SIL) est une solution alternative pour réduire le nombre de pré enseignes existantes. Pour rappel, ces dispositifs n'entrent pas dans le champ de compétences du RLPi.

La réglementation de la ZPR.4 est identique pour l'ensemble des zones d'activités du territoire pour une question d'homogénéité.

Ainsi, et au regard de la préservation du paysage rural abordant les zones d'activités, toute publicité au est interdite, hormis celle sur du mobilier urbain. L'implantation de panneaux numériques est autorisée. Cela se justifie par la volonté de prendre en compte le développement des nouvelles technologies et de dé-densifier le champ visuel en permettant l'affichage de plusieurs publicités sur un seul support.

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Au sol</li> </ul> 	<p>X ZPR.4</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Murale</li> </ul> 	<p>X ZPR.4</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sur mobilier urbain</li> </ul> 	<p>Uniquement sur domaine public</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lumineuse (dont numérique)</li> </ul> 	<p>Affichage éclairé par projection ou transparence. Numérique autorisé sur mobilier urbain des communes &gt; 10.000 habitants</p>

e. Les dispositions relatives aux publicités et pré enseignes en ZPR.5

Il s'agit des zones situées en dehors des espaces agglomérés pour lesquelles l'objectif du RLPi est de favoriser la valorisation et la perception des paysages emblématiques et identitaires du territoire. La réglementation nationale de publicité s'applique en vertu de laquelle seule la pré enseigne dite dérogatoire est autorisée dans les conditions édictées par celle-ci.

## B. Les justifications des règles relatives à l'enseigne

Le principe du RLPi est d'intégrer le mieux possible les enseignes au sein du bâti ou de la parcelle où elles sont implantées.

### 1. LES PRESCRIPTIONS COMMUNES RELATIVES AUX ENSEIGNES

a. Les dérogations possibles

Le Code de l'environnement impose en son article R.581-58, que toute enseigne doit être supprimée par la personne qui exerçait l'activité après sa cessation. Néanmoins, si l'enseigne en place présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque, elle pourra être laissée en l'état, par dérogation au règlement national.

b. Les interdictions communes en matière d'enseigne

Le RLPi interdit plusieurs types d'enseigne et lieux d'emplacement, estimés peu qualitatifs au risque d'impacter fortement la lecture du patrimoine bâti.

Toute enseigne qui peut avoir un impact paysager important est interdite par le RLPi, et particulièrement lorsqu'elle se localise sur un lieu présentant une toile de fond d'intérêt. Ces raisons justifient le fait que les enseignes apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu sont interdites sur la quasi-totalité du territoire. La ZPR.4.bis est une exception à la règle d'interdiction des enseignes en toiture.

c. Les enseignes en façade

Le RLPi a défini des règles qui visent à optimiser au mieux l'intégration des enseignes dans les lignes de façade des bâtiments et à améliorer la lecture globale du paysage urbain des rues.

De manière générale, les enseignes en façade doivent respecter et s'harmoniser avec l'architecture des bâtiments, le rythme de composition des façades, et ne doivent pas dissimuler les éléments de décors architecturaux.

Le RLPi est un moyen d'éviter la surcharge des devantures en limitant le nombre d'enseignes par façade commerciale.

Par ailleurs, le règlement national de publicité prévoit des règles limitant la surface maximale des enseignes pouvant être apposées sur une même façade commerciale en fonction de la surface de cette façade :

- 25% de surface d'enseigne maximale si la surface de la façade est inférieure à 50m<sup>2</sup> ;
- 15% de surface d'enseigne maximale si la surface de la façade est supérieure ou égale à 50m<sup>2</sup>.

La règle des surfaces s'applique uniquement pour l'extérieur de la vitrine, puisque le RLPi n'est pas compétent pour régler l'intérieur des locaux (sauf les panneaux numériques installées derrière les baies, considérés comme enseignes).

Pour répondre à la préservation et à la valorisation du patrimoine, il a été fait le choix d'imposer :

- des enseignes en lettres découpées, indépendantes et au matériau opaque ;
- des lettres peintes (pouvant être liées) ;
- un alignement de l'enseigne disposée en bandeau avec celle en drapeau. Elles sont limitées pour chacune à une seule par façade et par voie ouverte à la circulation.

Le format, la hauteur, la saillie des enseignes sont également encadrés pour permettre davantage **d'intégration, tout en tenant compte des impératifs d'accessibilité** et de sécurité des personnes sur **l'espace public**.

Aussi, le RLPi limite la surface des enseignes adhésifs à 10% de la surface de la vitrine du commerce (vitrophanie), et ce, dans les limites du cumul des surfaces fixées par la réglementation nationale. Les enseignes adhésives collées sur baie **risquent d'engendrer** une multiplication des messages et images sur une même devanture, pouvant devenir une nuisance quant **à la lisibilité du commerce ainsi qu'à son attractivité**.

d. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

**Les enseignes scellées au sol risquent d'impacter fortement le paysage, notamment si elles se mêlent à la publicité au sol.** Elles sont autorisées **sur l'ensemble du territoire puisqu'elles sont nécessaires à rendre visible** une activité située en retrait du domaine public. En revanche, leur format est encadré en fonction de la largeur des voies et de la typologie du bâti des différentes ZPR.

**Leur aspect fait également l'objet d'un encadrement strict, en cohérence avec celui des panneaux publicitaires** : limitation à deux faces, sans séparation visible, un cadre rectiligne, sans ajout ni extension dépassant le format initial du dispositif etc.

**L'enseigne scellée au sol et celle sur clôture ne peuvent pas se cumuler. C'est-à-dire qu'une enseigne scellée au sol ne peut pas être admise s'il existe déjà une enseigne sur clôture, et inversement. Cette disposition permet d'éviter une surdensité et une accumulation d'enseignes pour une même activité.**

Les enseignes posées au sol de type chevalet ou oriflamme peuvent être admises aux abords des établissements commerciaux **qu'ils signalent, sous réserve de l'obtention préalable d'une autorisation** de voirie. Leur installation sur le domaine public est également soumise à une condition de largeur du trottoir, afin de préserver la fonction première de circulation des piétons.

**Le recours au totem est favorisé. Leur verticalité limite l'impact paysager ainsi que la confusion entre l'enseigne et la publicité. La lisibilité du commerce est ainsi améliorée. Dans le cas de plusieurs activités** installées sur un même site, le règlement impose la mutualisation des enseignes sur un même support.

Le règlement national **n'encadre pas les enseignes scellées ou installées directement sur le sol d'un format inférieur à 1m<sup>2</sup>.** La multiplication de ces petits dispositifs est susceptible de brouiller le paysage **des cœurs de ville.** Ainsi, le RLPi interdit les enseignes scellées au sol de format inférieur à 1m<sup>2</sup>.

e. Les enseignes sur clôture

**Elles sont autorisées sur l'ensemble du territoire puisqu'elles peuvent être nécessaires à rendre visible** une activité située en retrait du domaine public. Le but étant de ne pas compromettre la bonne signalisation des activités commerciales qui seraient installées derrière une clôture.

L'enseigne sur clôture est limitée à une seule **par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité.** Sa surface et son esthétisme sont règlementés **différemment suivant la zone dans laquelle elle s'implante** et la nature architecturale de la clôture.

**L'implantation d'une enseigne est néanmoins interdite sur les clôtures végétales. D'une manière générale, la pose d'une enseigne sur tout élément végétal est interdite.** Le RLPi interdit aussi les bâches sur clôture **puisque'elles ont impact négatif pour la préservation paysagère.**

f. Les enseignes temporaires

Au même titre que les pré enseignes temporaires, le traitement des enseignes temporaires doit avant **tout répondre à l'objectif de dynamisme et d'attractivité du territoire. Les enseignes temporaires sont régies de la même manière pour l'ensemble du territoire** et seules les dispositions du Code de l'environnement s'appliqueront. Il s'agit :

- Des enseignes temporaires qui signalent des manifestations exceptionnelles de moins de trois mois à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles. Elles sont limitées à une surface de 4m<sup>2</sup>.
- Des enseignes temporaires de plus de trois mois qui signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente, elles sont limitées à une surface de 8m<sup>2</sup>.

Ces enseignes temporaires, au même titre que les pré enseignes temporaires, doivent être installées **sur le lieu de l'opération au plus tôt 10 jours avant le début de l'évènement signalé et doivent être retirées au plus tard 3 jours après. La période d'implantation des dispositifs temporaires est réduite par rapport à celle du Code de l'environnement dans le but d'éviter l'accumulation des dispositifs dans le temps due à une succession d'évènements.**

Les enseignes temporaires immobilières doivent quant à elles être installées uniquement pendant la période effective où le bien est à vendre **ou à louer. Ces panneaux font également l'objet de dispositions par le RLPi afin de maîtriser leur installation et d'éviter de dénaturer les façades.** A savoir que les affiches « vendu » et « loué » sont considérées comme de la publicité, elles doivent respecter les règles liées à l'affichage publicitaire.

g. Les enseignes lumineuses

**Le RLPi encadre la luminosité des enseignes afin qu'il n'y ait pas d'abus, que ce soit sur leur intensité que sur leur durée d'éclairage. Elle ne doit en aucun cas porter atteinte à la biodiversité nocturne et au cadre de vie des habitants.**

La loi « Climat et Résilience » du 24 août 2021 est venue préciser le champ de compétence du RLPi sur les enseignes lumineuses, **et notamment ses capacités d'encadrement.**

**L'enseigne lumineuse est entendue comme tout dispositif installé à l'extérieur du commerce (sur son assiette foncière), ainsi que tout dispositif situé à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial destiné à être visible d'une voie ouverte à la circulation publique.**

En réponse aux ambitions environnementales, **l'éclairage des enseignes se doit d'être le moins agressif possible pour les piétons, tout en rendant les enseignes commerciales suffisamment visibles.** Le règlement privilégie un éclairage indirect des enseignes par rétro-éclairage ou par projection. **Les lettres éclairantes sur caissons opaques et la projection par spots pelles sont les seuls modes d'éclairage autorisés par le RLPi. L'orientation de l'éclairage vers le ciel est proscrite.**

Pour répondre aux objectifs de lutte contre le gaspillage énergétique, de réduction de la consommation **et de protection du cadre de vie, le RLPi prévoit une règle d'extinction pour les enseignes entre 22h et 7h du matin (il s'agit de la même plage horaire applicable pour les publicités lumineuses).** Dans tous les cas, **les enseignes lumineuses doivent être éteintes lorsque l'établissement n'est pas en activité.** Le RLPi tient compte de la nécessité des activités exerçant au de-là de ces horaires de se signaler. La plage horaire d'extinction nocturne leur est élargie. **Le règlement précise que les enseignes doivent être éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité, et peuvent être rallumées une heure au plus tôt avant la reprise.** Aussi, il est possible **de déroger à la règle d'extinction nocturne lors d'évènements exceptionnels, sous condition d'une autorisation de la commune.**

h. **La suppression d'une enseigne et la remise en état des lieux**

Le RLPi rappelle l'obligation au propriétaire du local ou à la personne qui exerçait l'activité, de supprimer l'enseigne dans les trois mois suivant la cessation de l'activité signalée. En effet, si le local n'est pas reloué, la devanture commerciale et les baies peuvent devenir le support d'affichages sauvages, se dégrader, et ainsi donner une mauvaise image à l'immeuble et porter atteinte à la qualité paysagère du lieu.

2. **LES PRESCRIPTIONS SPECIFIQUES RELATIVES A L'ENSEIGNE PAR ZONE**

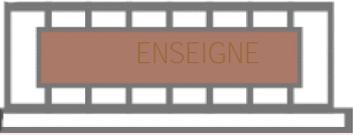
a. Les dispositions relatives aux enseignes en ZPR.1

Le RLPi encadre les enseignes des tissus historiques et des **abords des périmètres bâtis d'intérêt** de manière strict et harmonieuse, afin de répondre aux enjeux de préservation du patrimoine et de **valorisation des cœurs de vie**.

Pour éviter la surcharge des dispositifs posés sur les façades et devant les devantures commerciales, le **RLPi fixe des limites d'implantation et de surface**. **Les dispositifs dont l'impact paysager est le plus fort** et le moins adapté aux caractéristiques paysagères et patrimoniales de ces espaces sont interdits, notamment les enseignes en toiture et les panneaux scellés au sol.

**Les dispositions spécifiques à la ZPR.1 s'appliquent** en plus des dispositions générales.

**Tableau synthétisant les dispositions spécifiques à la ZPR.1 en matière d’enseigne :**

<p>▪ Enseignes en façade</p>  <p>✓ En drapeau ✓ Sur lambrequin ✓ Parallèle (à plat au mur) ✓ Vitrophanie ✓ Panneau numérique derrière la vitrine.</p> <p>X Sur toiture X Sur balcon X Sur marquise X Sur auvent</p>	<p>Les enseignes en façade doivent se fondre dans les lignes de composition du bâtiment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Un alignement de l’enseigne perpendiculaire avec l’enseigne parallèle.</b></li> <li>▪ Des dimensions encadrées :             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ne pas dépasser les limites latérales de la baie.</li> <li>→ La saillie, fixation comprise, est limitée.</li> <li>→ La hauteur est encadrée pour des soucis <b>d’esthétisme et de sécurité publique.</b></li> </ul> </li> <li>▪ Une obligation de recourir aux lettres découpées ou peintes.</li> <li>▪ <b>Le nombre d’enseignes</b> par façade commerciale est limité à deux.</li> <li>▪ <b>Le règlement prévoit des exceptions si l’activité s’exerce sur plusieurs étages</b> ou uniquement en étage, sauf en ZPR.1.bis où toute enseigne en étage est interdite.</li> <li>▪ <b>La surface maximale dédiée à l’enseigne par façade est celle du Code de l’environnement</b> (règle reprise dans les dispositions générales du règlement).</li> </ul>
<p>▪ Enseignes au sol</p>  <p>✓ Totem ✓ Chevalet</p> <p>X Oriflamme X Drapeau X Panneau sur pieds</p>	<p>Elles doivent s’adapter au contexte urbain des centralités commerçantes. Ainsi, leur gabarit et leur nombre sont limités de manière à faciliter une meilleure intégration :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Une seule enseigne posée au sol mesurant <b>jusqu’à 1m<sup>2</sup></b> (de type chevalet, porte-menu) le long de <b>chaque voie bordant l’activité.</b></li> <li>▪ Une enseigne scellée au sol de type totem d’une surface limitée à 2m<sup>2</sup> peut être admise sous conditions.</li> </ul>
<p>▪ Enseignes sur clôture</p> 	<p>Elles doivent permettre de valoriser les murs de clôture situés dans les périmètres patrimoniaux, ainsi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leur surface est limitée à 1m<sup>2</sup>.</li> <li>▪ Les murs traditionnels en moellons seront préservés : pose de lettres découpées et de couleur sobre.</li> </ul>

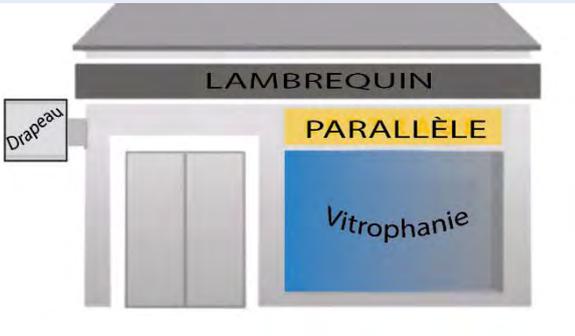
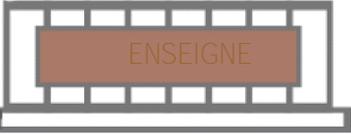
b. Les dispositions relatives aux enseignes en ZPR.2 et ZPR.5

**Les dispositions du RLPi visent à préserver la qualité paysagère des zones d’habitat** et en dehors des espaces agglomérés. **Plus précisément, l’objectif du RLPi est de permettre un traitement des enseignes œuvrant au maintien de la vie économique locale et à la valorisation du terroir, tout en garantissant une intégration avec le paysage résidentiel et naturel de proximité.** Ainsi, il a été fait le choix de maîtriser **les typologies et l’esthétisme des enseignes de la même manière en zone résidentielle (ZPR.2) qu’en zone agro-naturelle (ZPR.5).** Le RLPi a l’ambition de conserver la bonne visibilité des activités présentes dans ces zones.

**Les règles retenues concernant l’enseigne perpendiculaire sont identiques à la ZPR.1.** Leur fort impact paysager nécessite de maintenir le même niveau de prescriptions.

Les règles concernant les enseignes parallèles sont quant à elles assouplies, permettant plus de **possibilités d’implantation, mais toujours sous conditions d’une bonne intégration dans l’environnement et de respecter l’architecture du bâti.**

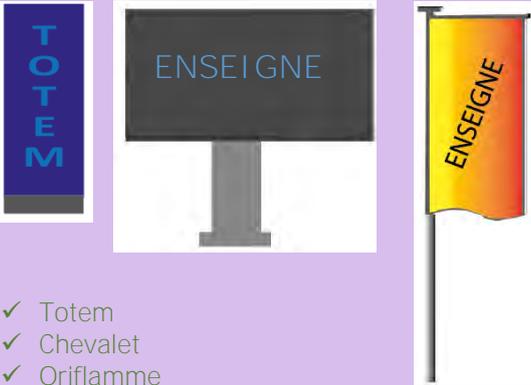
Tableau synthétisant les dispositions spécifiques à la ZPR.2 (A et B) et à la ZPR.5 en matière d'enseigne :

<p>▪ Enseignes en façade</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Perpendiculaire</li> <li>✓ Sur store</li> <li>✓ Parallèle (à plat au mur)</li> <li>✓ Vitrophanie</li> <li>✓ Numérique (derrière la vitrine)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>X Sur toiture</li> <li>X Sur balcon</li> <li>X Sur marquise</li> <li>X Sur auvent</li> </ul>	<p>Elles doivent se fondre dans les lignes de composition du bâtiment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Un alignement de l'enseigne perpendiculaire avec l'enseigne parallèle.</li> <li>▪ Des dimensions encadrées : <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ne pas dépasser les limites latérales de la baie.</li> <li>→ La saillie, fixation comprise, est limitée.</li> <li>→ La hauteur est encadrée pour des soucis d'esthétisme et de sécurité publique.</li> </ul> </li> <li>▪ Le panneau sérigraphié en bandeau est admis.</li> <li>▪ Le nombre d'enseignes par façade commerciale est limité à trois.</li> <li>▪ La surface maximale dédiée à l'enseigne par façade est celle du Code de l'environnement (règle reprise dans les dispositions générales du règlement).</li> </ul>
<p>▪ Enseignes au sol</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Totem</li> <li>✓ Chevalet</li> <li>✓ Oriflamme</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>X Drapeau sur mât</li> <li>X Panneau sur pieds</li> </ul>	<p>Elles doivent s'adapter au contexte urbain des centralités commerçantes, ainsi leur gabarit et leur nombre sont limités de manière à faciliter une meilleure intégration :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Jusqu'à deux enseignes maximum posées au sol limitées à 1m<sup>2</sup> de surface (de type chevalet, porte-menu et/ou oriflamme) le long de chaque voie bordant l'activité.</li> <li>→ Si elle est indispensable à la bonne visibilité de l'activité, une enseigne de type totem sur domaine privé est admise, d'une surface limitée à 2m<sup>2</sup>.</li> </ul>
<p>▪ Enseignes sur clôture</p> 	<p>Elles doivent permettre de valoriser les murs de clôture situés dans les périmètres patrimoniaux, ainsi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Leur surface est limitée à 1m<sup>2</sup>.</li> <li>→ Selon l'architecture du mur, il peut être imposé qu'elles soient réalisées en lettres ou signes découpées. L'esthétisme de l'enseigne en lettrage permet de valoriser les murs, contrairement au panneaux pleins qui s'insèrent plus difficilement.</li> </ul>

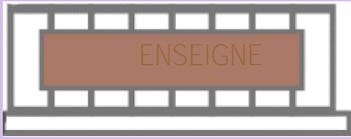
c. Les dispositions relatives aux enseignes en ZPR.4

Les entreprises présentent sur les zones d'activités se conforment généralement à une charte graphique nationale. Ainsi, les enseignes ne respectent pas forcément l'environnement paysager de proximité et engendrent des résultats peu qualitatifs. Ainsi, le RLPi vient assurer une cohérence d'ensemble et une homogénéité de traitement des zones d'activités. Il vise une meilleure lisibilité des activités qui y siègent.

Tableau synthétisant les dispositions spécifiques à la ZPR.2 (A et B) et à la ZPR.5 en matière d'enseigne :

<p>▪ Enseignes en façade</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Parallèle (à plat au mur)</li> <li>✓ Vitrophanie</li> <li>✓ Sur toiture</li> <li>✓ Numérique (derrière la vitrine)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>X Sur balcon</li> <li>X Sur marquise</li> <li>X Sur auvent</li> <li>X Perpendiculaire</li> </ul>	<p>Le règlement encadre la hauteur de l'enseigne au mur ainsi que sa saillie.</p> <p>La surface maximale dédiée à l'enseigne par façade est celle du Code de l'environnement (règle reprise dans les dispositions générales du règlement).</p> <p>L'enseigne en toiture est uniquement autorisée en ZPR.4bis située à Val de Reuil.</p>
<p>▪ Enseignes au sol</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Totem</li> <li>✓ Chevalet</li> <li>✓ Oriflamme</li> <li>✓ Drapeau sur mât</li> </ul>	<p>Le RLPi autorise un dispositif scellé au sol par voie bordant l'établissement, d'une surface maximale de 6m<sup>2</sup> et d'une hauteur maximale de 6m. Le règlement vient réduire de 50% la surface des enseignes au sol dans les communes de plus de 10 000 habitants, pour lesquelles la limite fixée par le Code de l'environnement est à 12m<sup>2</sup>.</p> <p>En zone d'activités, l'utilisation d'enseignes au sol est assouplie. Le RLPi autorise ainsi l'utilisation d'un totem, d'un panneau sérigraphié mono-pied ou d'un drapeau sur mât (à hauteur maximale de 8m), dans la limite d'un seul dispositif par voie bordant l'activité.</p> <p>Dans le cas d'unités foncières regroupant plusieurs activités, le RLPi demande une mutualisation des enseignes sur un même totem.</p>

▪ Enseignes sur clôture



En ZPR.4, la taille plus importante des parcelles et le bâti généralement situé en retrait, **laissent la possibilité d'une enseigne sur clôture d'une plus grande envergure que les autres zones.** Le format d'enseigne cumulé sur clôture par voie bordant l'activité s'élève à 4m<sup>2</sup> en zone d'activités.





**Hôtel d'Agglomération**  
1, place Ernest Thorel  
27405 Louviers Cedex

02 32 50 85 50  
agglo@seine-eure.com

agglo-seine-eure.fr

 AggloSeineEure

 Agglo Seine-Eure

 agglo\_seineeure

 agglo.seine.eure

