

Département de l'Oise

Commune de Crépy-en-Valois

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

Tome 1 : Rapport de présentation

*Arrêté au Conseil Municipal du
12 décembre 2023*



Table des matières

Table des matières	2
Introduction	3
Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure	5
1. Définitions	6
a) <i>Le Règlement Local de Publicité</i>	6
b) <i>Les dispositifs visés par le Code de l'Environnement</i>	6
c) <i>La notion de surface unitaire</i>	8
d) <i>La notion d'agglomération</i>	8
e) <i>La notion d'unité urbaine</i>	11
2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	11
a) <i>Les interdictions absolues</i>	11
b) <i>Les interdictions relatives</i>	14
3. Règles applicables au territoire communal	16
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	20
a) <i>L'autorisation préalable</i>	20
b) <i>La déclaration préalable</i>	20
5. Délais de mise en conformité	20
6. Compétences en matière de publicité extérieure	21
Enjeux liés au parc local de publicité extérieure	22
1. Les enjeux en matière de publicités et pré-enseignes	22
a) <i>Généralités</i>	22
b) <i>Les publicités et pré-enseignes supportées par le mobilier urbain</i>	25
c) <i>Les publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	28
d) <i>Les publicités et pré-enseignes apposées sur un mur ou une clôture</i>	33
e) <i>Les publicités et pré-enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu</i>	36
f) <i>La densité publicitaire</i>	36
g) <i>Les bâches publicitaires</i>	38
h) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales</i>	40
i) <i>Les dispositifs de dimension exceptionnelle</i>	41
j) <i>Les publicités et pré-enseignes lumineuses</i>	41
2. Les enjeux en matière d'enseignes	47
a) <i>Généralités</i>	47
b) <i>Les enseignes parallèles au mur</i>	50
c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur</i>	53
d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale</i>	57
e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	58
f) <i>Les enseignes sur clôture</i>	62
g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu</i>	63
h) <i>Les enseignes lumineuses</i>	65
i) <i>Les enseignes temporaires</i>	68
Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure	70
1. Les objectifs	70
2. Les orientations	70
Justification des choix retenus	71
1. Le zonage	71
1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes	72
2. Les choix retenus en matière d'enseignes	75
Annexe : Tableau des abréviations utilisées	78

Introduction

La commune de Crépy-en-Valois regroupe 14 788 habitants¹. Elle se situe dans le département de l'Oise en région Hauts-de-France. Elle appartient à la Communauté de Communes du Pays de Valois qui regroupe 62 communes et compte 55 842 habitants².

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression³, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif, et les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

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

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE », ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012⁴, ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁵ afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP) de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et pré-enseignes.

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

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

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

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

¹ Données INSEE de population légale millésimée 2019

² Données INSEE de population légale millésimée 2019

³ L'article L. 581-1 du Code de l'Environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes

⁴ Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes

⁵ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux pré-enseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le Code de l'Environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 janvier 2021⁶.

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

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour la révision du RLP⁷ puisque l'article L. 581-14 du Code de l'Environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune de Crépy-en-Valois disposant de la compétence en matière de PLU⁸, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient.

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

- **le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **la partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au RLP.

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

⁶ Article L. 581-14-3 du Code de l'Environnement

⁷ Article L. 581-14 du Code de l'Environnement

⁸ Article L. 5219-5 alinéa 1 du Code Général des Collectivités Territoriales

Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure

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

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

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

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

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

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes concernées par le RLP⁹. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP. C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU¹⁰.

Enfin, le Code de l'Environnement renvoie également aux dispositions du Code de la Route afin d'encadrer la publicité par rapport à des impératifs de sécurité routière. Ainsi, les articles R. 418-1 à R. 418-9 du Code de la Route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et pré-enseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité.

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

⁹ Article L. 581-14-2 du Code de l'Environnement

¹⁰ Article L. 621-30 du Code du Patrimoine

1. Définitions

a) Le Règlement Local de Publicité

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

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

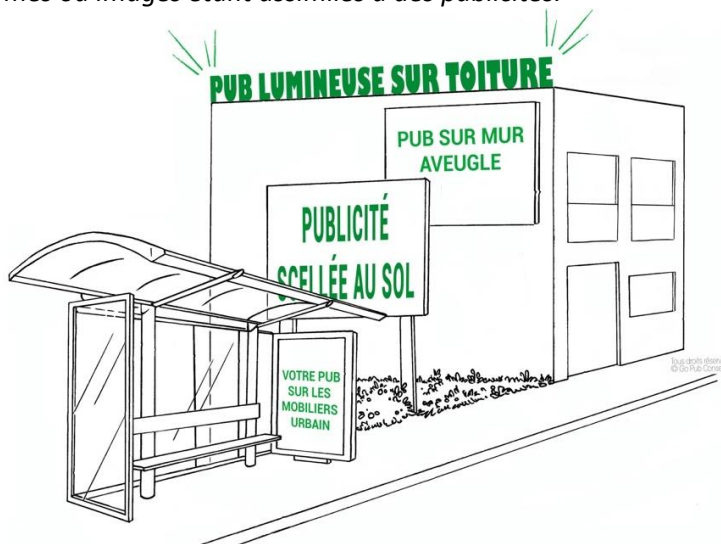
Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le Code de l'Environnement constituant la réglementation nationale (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹¹.

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

Le RLP approuvé est annexé au PLU le cas échéant.

b) Les dispositifs visés par le Code de l'Environnement

Constitue **une publicité**¹², à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.



En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du Code de l'Environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

¹¹ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains

¹² Article L. 581-3 alinéa 1 du Code de l'Environnement

c) La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif mentionnée dans les articles du Code de l'Environnement (pour les publicités et pré-enseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹⁵ ou non¹⁶ apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

L'article R. 581-42 du Code de l'Environnement n'autorisant l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction, conformément à l'« *Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités* », les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires et dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

d) La notion d'agglomération

« *La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et pré-enseignes est définie par le Code de la Route* »¹⁷. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations en particulier les notions de « *partie actuellement urbanisée* » ou de « *zone urbanisée* » au sens du Code de l'Urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « *espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* »¹⁸.

Ses limites sont fixées normalement par arrêté du Maire¹⁹ et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité²⁰.

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

Aux termes de l'article L. 581-7 du Code de l'Environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière²¹, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places²². Elle peut aussi être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les pré-enseignes, étant soumises aux mêmes règles que la publicité, sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

¹⁵ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

¹⁶ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

¹⁷ Article L. 581-7 du Code de l'Environnement

¹⁸ Article R. 110-2 du Code de la Route

¹⁹ Article R.411-2 du Code de la Route

²⁰ Article R. 581-78 alinéa 2 du Code de l'Environnement

²¹ Article R. 110-2 du Code de la Route

²² Article L. 581-3 alinéa 3 du Code de l'Environnement

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

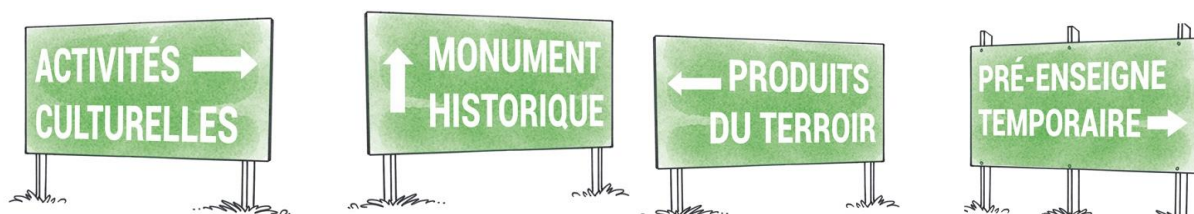
- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, ...) ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Le RLP n'est pas habilité à régler les pré-enseignes dérogatoires.

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

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

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



La commune de Crépy-en-Valois compte plus de 10 000 habitants et une seule agglomération. La carte ci-dessous présente l'agglomération identifiée conformément à la réglementation nationale.

Limites d'agglomération de Crépy-en-Valois



- limites d'agglomération
- Panneaux d'entrée et sortie d'agglomération
- Bâti
- Parcelles
- Limites communales

e) La notion d'unité urbaine

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

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

La commune de Crépy-en-Valois fait partie de l'unité urbaine de Crépy-en-Valois formée de son seul territoire et comptant donc moins de 100 000 habitants²³.

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

a) Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement, toute publicité est interdite :

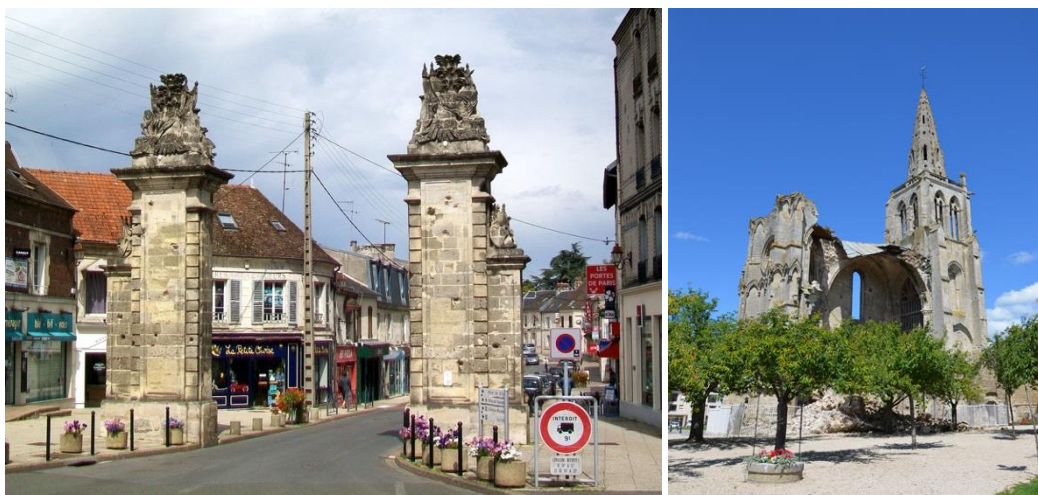
- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.

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

En l'espèce la commune de Crépy-en-Valois est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur les quatorze immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques recensés sur son territoire :

- la porte de Paris ;
- les restes de l'église Saint-Thomas ;
- la maison le Corandon (photo n°4) ;
- la maison du 9 rue Nationale ;
- la maison du 15 Place Gambetta ;
- l'église Saint-Denis (photo n°3 à gauche) ;
- l'église de Bouillant ;
- l'ancien château Saint-Aubin ;
- la maison du 17 rue Jeanne d'Arc (ancien hôtel d'Orléans) ;
- la maison du 18 rue de la Cloche ;
- la maison du 13 rue Alphonse-Cardin ;
- l'ancienne abbaye Saint-Arnoul ;
- l'hôtel de la Rose ;
- le maison dite du « Fond Marin ».

²³ Données INSEE de population légale millésimée 2017



La porte de Paris et les restes de l'église Saint-Thomas, Crépy-en-Valois.



L'ancienne abbaye Saint-Arnoul, Crépy-en-Valois.



13 rue Alphonse Cardin et l'hôtel de la Rose, Crépy-en-Valois.

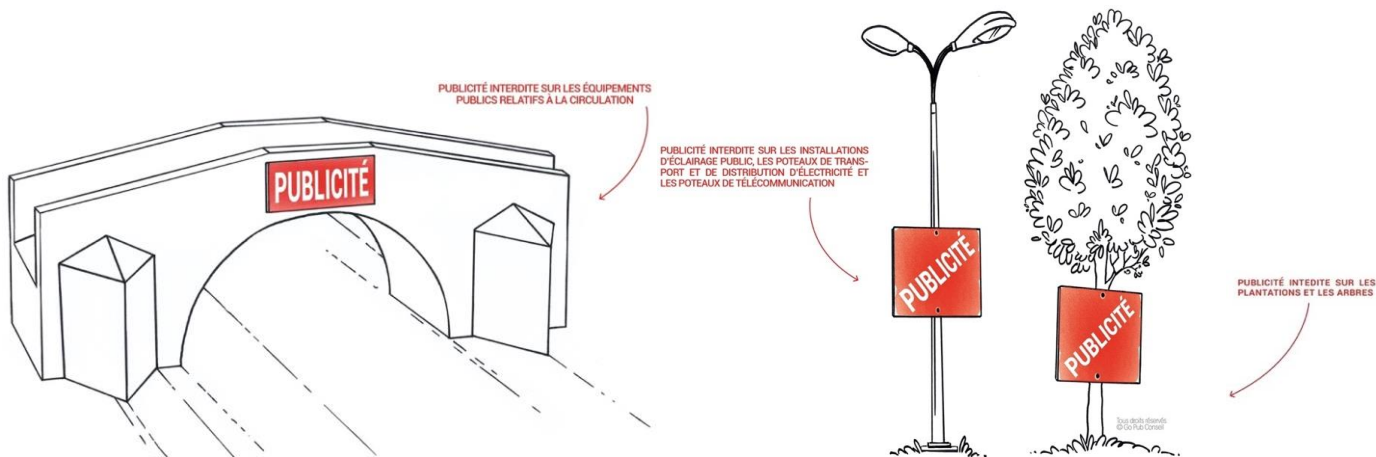
D'autres immeubles peuvent présenter localement un intérêt esthétique, historique ou pittoresque notamment en centre-ville. Ils sont susceptibles de faire l'objet d'une protection particulière, le maire pouvant prendre un arrêté les protégeant de la publicité de la même manière que les immeubles inscrits ou classés²⁴.

²⁴ Article L. 581-4 2° du Code de l'Environnement

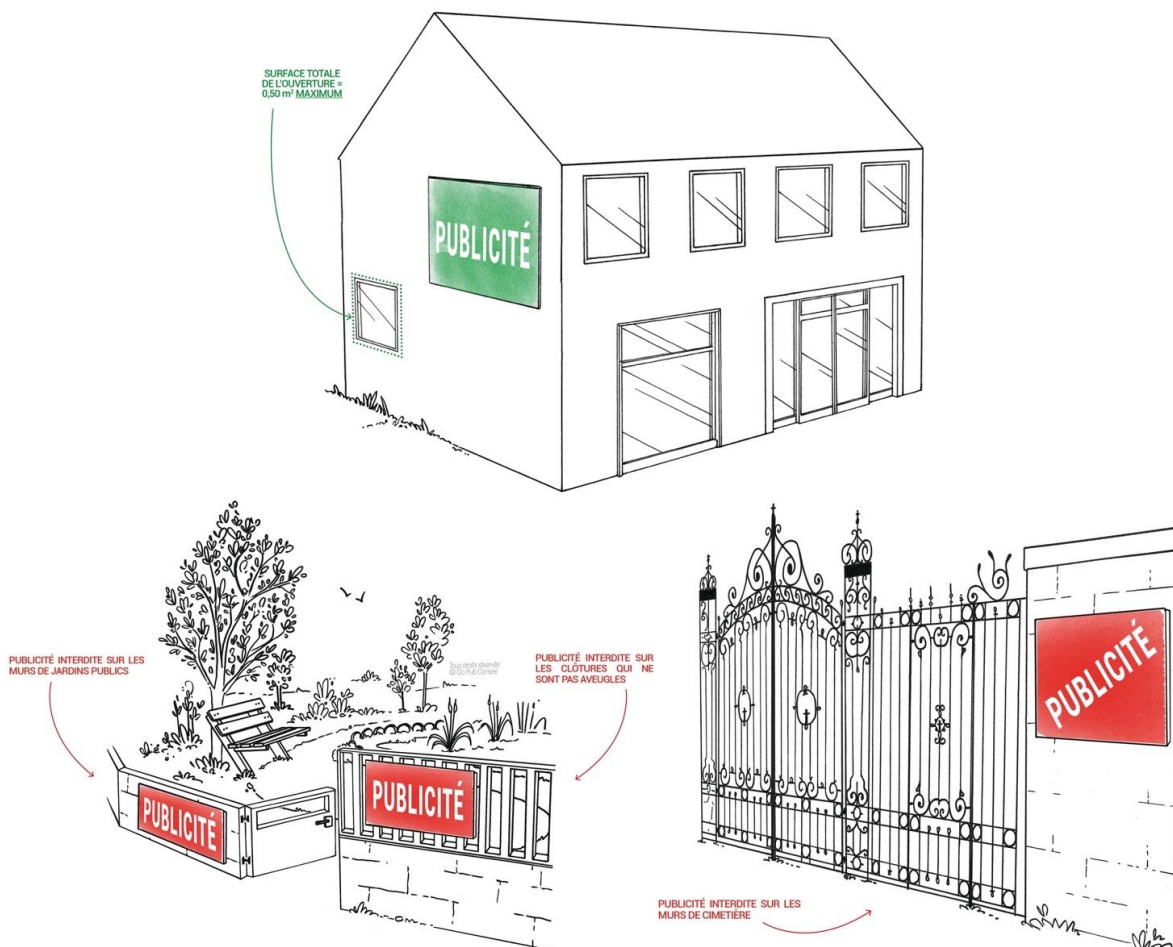
Par ailleurs, la partie réglementaire du Code de l'Environnement prévoit d'autres interdictions²⁵.

Ainsi, la publicité est également interdite :

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



- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m²
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.



²⁵ Article R. 581-22 du Code de l'Environnement

b) Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP²⁶.

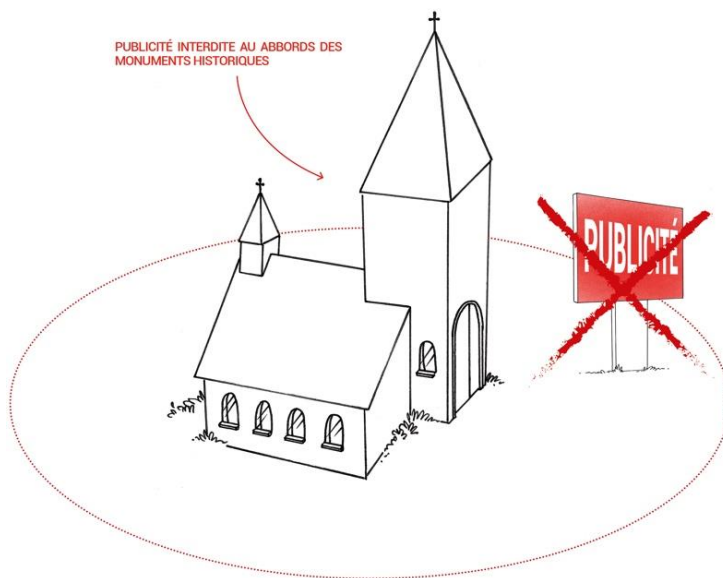
Ces interdictions relatives concernent :

- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables cités à l'article L. 631-1 du même Code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 du Code de l'Environnement.

Le territoire de la commune de Crépy-en-Valois est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci »²⁷.

« La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé »²⁸.

En l'espèce, cette protection s'applique aux abords délimités des monuments historiques classés ou inscrits cités ci-avant.



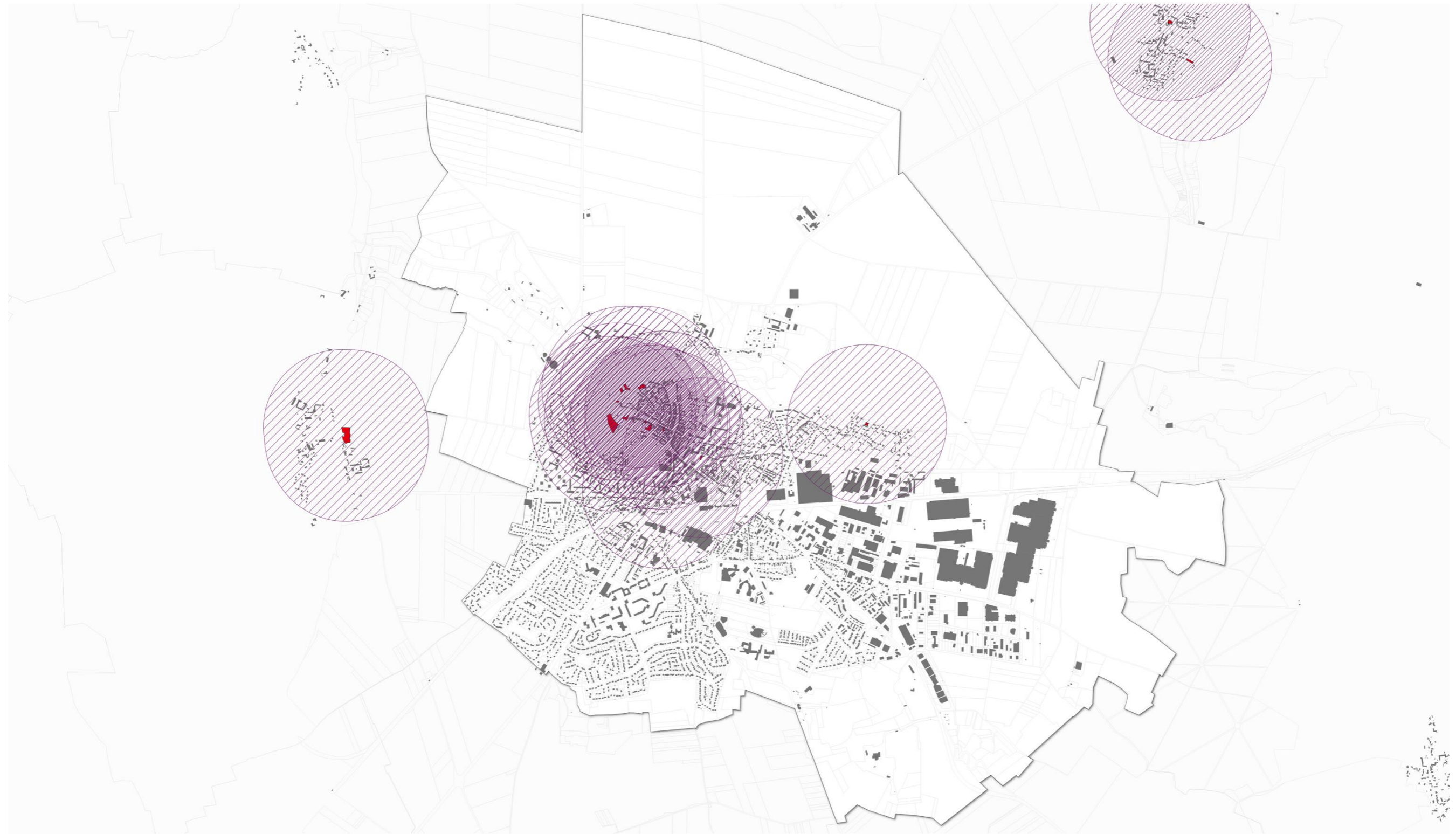
La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de la commune de Crépy-en-Valois.

²⁶ Article L. 581-8 du Code de l'Environnement

²⁷ Article L. 621-30 du Code du Patrimoine

²⁸ Article L. 621-30 du Code du Patrimoine

Localisation des interdictions absolues et relatives de publicité / préenseigne sur Crépy-en-Valois



- Monuments historiques classés / inscrits
- ▨ Périmètres de protection aux abords des monuments historiques
- Bâti
- ▭ Parcelles
- ▭ Limites communales

Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune de Crépy-en-Valois

3. Règles applicables au territoire communal

Les règles qui s'appliquent sur le territoire communal de Crépy-en-Valois sont :

- pour l'agglomération principale : celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant plus de 10 000 habitants ;
- pour l'agglomération secondaire : celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Il convient de rappeler qu'à ce jour, la commune de Crépy-en-Valois dispose d'un Règlement Local de Publicité adopté le 6 août 2003.

Dit de « première génération » puisque mis en place sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982²⁹, ce RLP est devenu caduc le 13 janvier 2021 conformément à la réforme de la loi dite « Grenelle II »³⁰, modifiée depuis pour faire face au confinement lié à la COVID-19³¹.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L. 581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* »³².

Le précédent RLP en vigueur encadrait les publicités, pré-enseignes et enseignes quoique certaines typologies particulières ne faisaient pas l'objet de restrictions locales (publicité lumineuse, enseigne sur clôture, publicité sur bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles, ...).

Ce règlement divisait le territoire en quatre zones de publicité restreinte distinctes (cf. plan ci-dessous) et les tableaux de synthèse récapitulent les principales règles applicables :

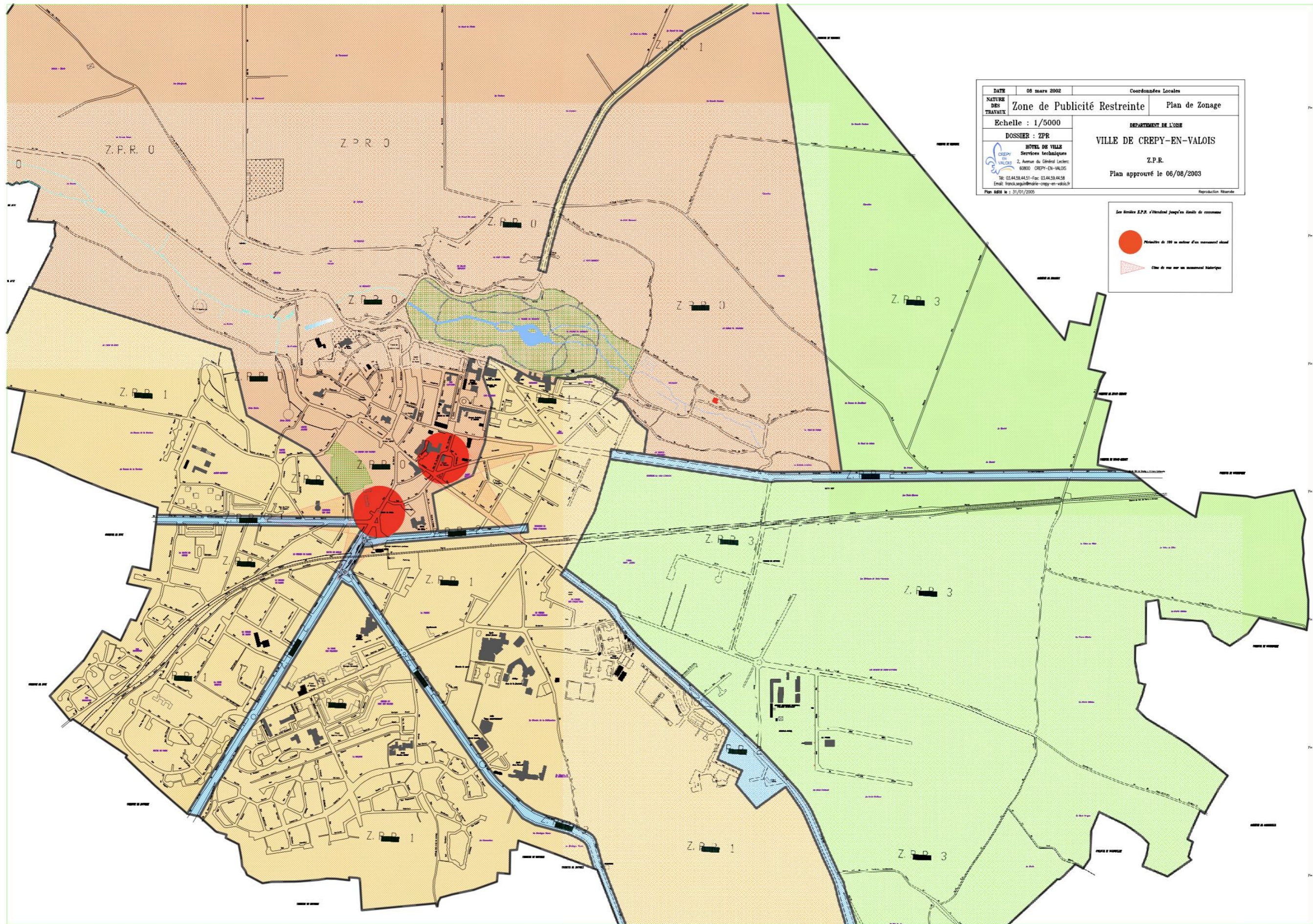
- **la ZPRO** est une zone dont le caractère architectural ancien doit être préservé qui reprenait à l'époque le périmètre de la future ZPPAUP ;
- **la ZPR1** qui correspond à une zone d'habitat principalement pavillonnaire ;
- **la ZPR2** qui comprend les grands axes routiers (Avenue de Senlis, Avenue Levallois-Perret, Rue Marie Rotsen, Boulevard Victor Hugo, Avenue Sadi-Carnot, Rue Henri Laroche, Route de Soissons, ...) ;
- **la ZPR3** qui couvre une zone principalement industrielle recevant quelques commerces de grandes surfaces.

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

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

³¹ Article L. 581-14-3 du Code de l'Environnement modifié par la loi du 17 juin 2020

³² Article L. 581-14 du Code de l'Environnement



Plan de zonage du RLP en vigueur à Crépy-en-Valois

	ZPRO	ZPR1	ZPR2	ZPR3
Publicité / pré-enseigne sur mur ou clôture non lumineuse	Interdite	surface ≤ 1,5 m ² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m
		Distance ≥ 0,50 m du bord du mur Saillie ≤ 0,15 m Distance > 1 m de l'alignement de la parcelle par rapport au domaine public 1 dispositif / façade	Distance ≥ 0,20 m du bord du mur Saillie ≤ 0,15 m Distance > 1 m de l'alignement de la parcelle par rapport au domaine public 1 dispositif / façade	
Publicité / pré-enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse	Interdite	surface ≤ 1,5 m ² hauteur ≤ 6 m Double-face autorisée 1 dispositif / unité foncière uniquement si façade sur voie ouverte au public > 20 m Distance ≥ 100 m d'un autre dispositif	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m Double-face autorisée 1 dispositif / unité foncière uniquement si façade sur voie ouverte au public > 50 m Distance ≥ 100 m d'un autre dispositif	
Bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles	Interdite	Code de l'Environnement		
Publicité lumineuse	Interdite	Code de l'Environnement		

Tableau récapitulatif des principales règles de publicité du RLP en vigueur à Crépy-en-Valois

	ZPRO	ZPR1	ZPR2	ZPR3
Enseigne parallèle au mur (enseigne en applique)	<p>Interdiction de dépasser la largeur d'une baie, masquer les bandeaux entre deux étages ou être située au-dessus du plancher du premier étage</p> <p>Obligation de lettres ou signes découpés pour les garde-corps, auvents et marquise sans panneau de fond</p> <p>Possibilité d'utilisation de bannes si repliables, ne dépassent pas les baies qu'elles protègent et que leurs graphismes se limitent aux lambrequins sans excéder 0,30 m de hauteur</p>			
	surface unitaire ≤ 6 m ²		surface unitaire ≤ 8 m ²	
Enseigne perpendiculaire au mur (enseigne drapeau)	<p>Interdiction de masquer les bandeaux entre deux étages ou être située au-dessus du plancher du premier étage</p> <p>Obligation de lettres ou signes découpés pour les garde-corps, auvents et marquise sans panneau de fond</p>			
	surface unitaire ≤ 1 m ²		Code de l'Environnement	
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ≥ 1 m ²	<p>Interdiction des dispositions comportant plus de deux faces</p> <p>1 dispositif sur portatif simple ou double face par magasin ou activité</p>			
	Surface unitaire ≤ 1 m ² Hauteur au sol ≤ 3 m	Surface unitaire ≤ 1,50 m ²	Surface unitaire ≤ 6 m ²	Surface unitaire ≤ 12 m ²
	Distance ≥ 100 m d'une enseigne scellée au sol			Distance ≥ 50 m d'une enseigne scellée au sol
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	<p>Interdite sauf terrasse recouvrant les rez-de-chaussée sans pouvoir excéder 0,60 m de hauteur au-dessus du niveau de l'acrotère et une surface unitaire de 3 m²</p>		<p>surface unitaire ≤ 6 m²</p> <p>hauteur au-dessus du niveau de l'acrotère ≤ 0,80 m</p>	
Enseigne lumineuse	<p>Interdiction des textes lumineux défilants ou clignotants sauf emblèmes des services d'urgence</p> <p>Interdiction des tubes néons dans les périmètres de protection des monuments historiques</p>			

Tableau récapitulatif des principales règles d'enseigne du RLP en vigueur à Crépy-en-Valois

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

a) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

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

b) La déclaration préalable

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

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

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

5. Délais de mise en conformité

Le Code de l'Environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'Environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et pré-enseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous³³ :

	Infraction au Code de l'Environnement	Infraction au RLP
Publicités et pré-enseignes	Mise en conformité sans délai	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes		Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

³³ Articles L. 581-43 et R. 581-88 du Code de l'Environnement

6. Compétences en matière de publicité extérieure

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

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

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

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

Cette répartition des compétences sera totalement refondée d'ici janvier 2024. En effet, la loi « *Climat et Résilience* » a prévu le transfert aux maires des compétences en matière de police de la publicité dès le 1er janvier 2024. Ces compétences étaient jusque-là exercées par l'Etat en l'absence de RLP.

Il sera également possible pour les Maires de transférer cette compétence au Président de l'EPCI à fiscalité propre uniquement dans certains conditions (si l'EPCI est compétent en matière de PLUI/RLPI et/ou si la commune compte moins de 3 500 habitants).

Enjeux liés au parc local de publicité extérieure

Un inventaire des publicités et pré-enseignes (échantillonnage partiel en ce qui concerne la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain) ainsi que des enseignes situées sur le territoire de la commune de Crépy-en-Valois a été effectué en 2019 puis une nouvelle fois en mai 2023. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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

1. Les enjeux en matière de publicités et pré-enseignes

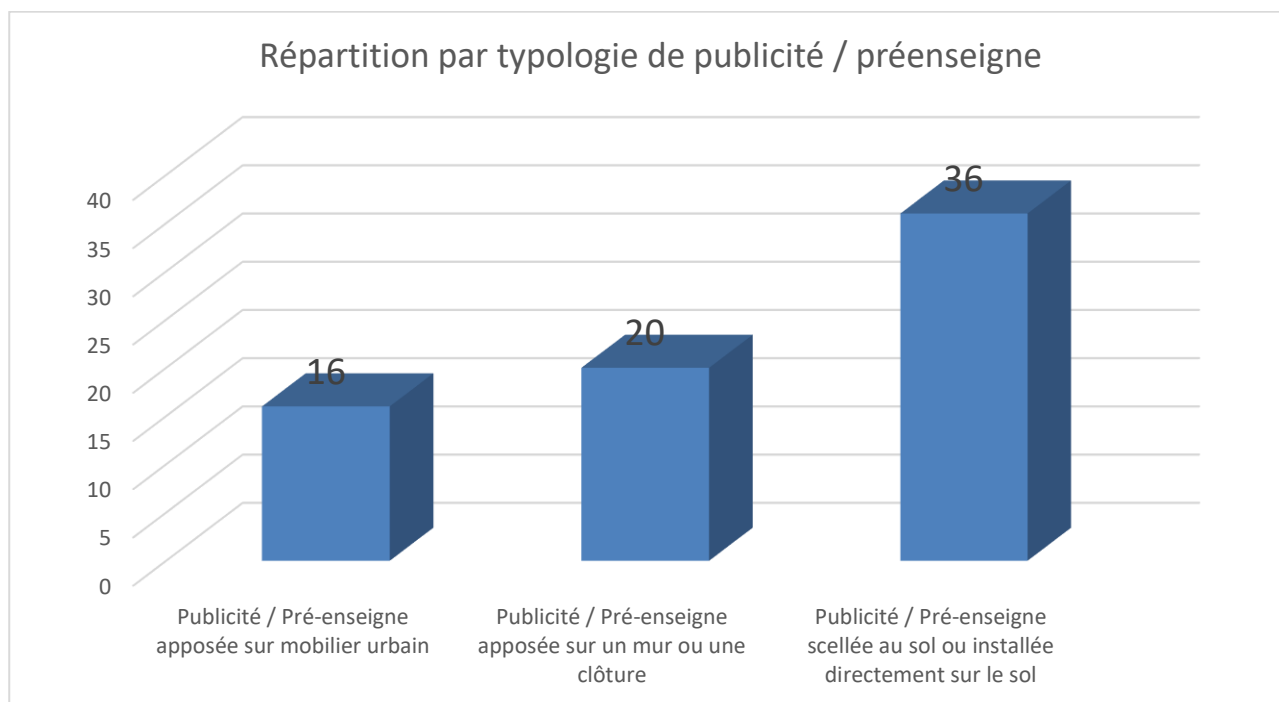
a) Généralités

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

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

Pour chaque publicité ou pré-enseigne, le Code de l'Environnement précise que « toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer. »³⁴ Par ailleurs, « les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent »³⁵.

72 publicités et pré-enseignes ont été recensées sur le territoire de la commune Crépy-en-Valois.



³⁴ Article L. 581-5 du Code de l'Environnement

³⁵ Article R. 581-24 du Code de l'Environnement

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (32 dispositifs) alors qu'il s'agit des dispositifs dont l'impact paysager potentiel est le plus dommageable avec la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Cette dernière est néanmoins absente du territoire crépinois.

Les publicités et pré-enseignes apposées sur un mur ou sur une clôture sont légèrement moins présentes sur le territoire communal (24 dispositifs) mais s'intègrent mieux au paysage³⁶.

On compte également une proportion non négligeable de dispositifs de mobilier urbain (16 abris destinés au public et mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques recensés ici) affichant de la publicité à titre accessoire.

En termes de localisation spatiale, on constate une pression publicitaire forte dans le centre historique ainsi que le long des axes routiers structurants.

Ailleurs, on retrouve des dispositifs de façon plus éparse, disséminés dans le tissu urbain mais aussi hors agglomération (voir cartographie ci-après).

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

Localisation des publicités et préenseignes sur Crépy-en-Valois

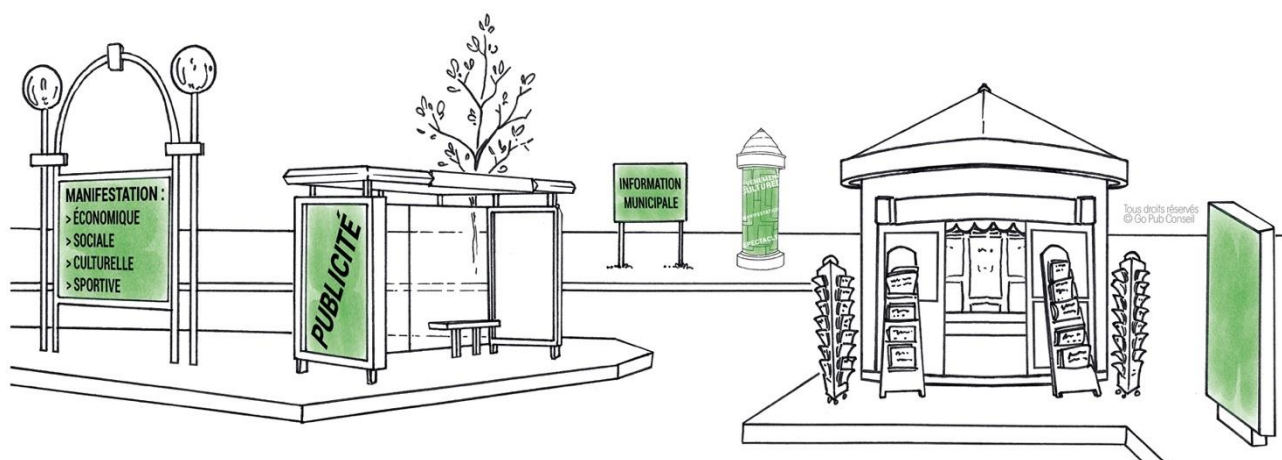


Typologie de publicité / préenseigne

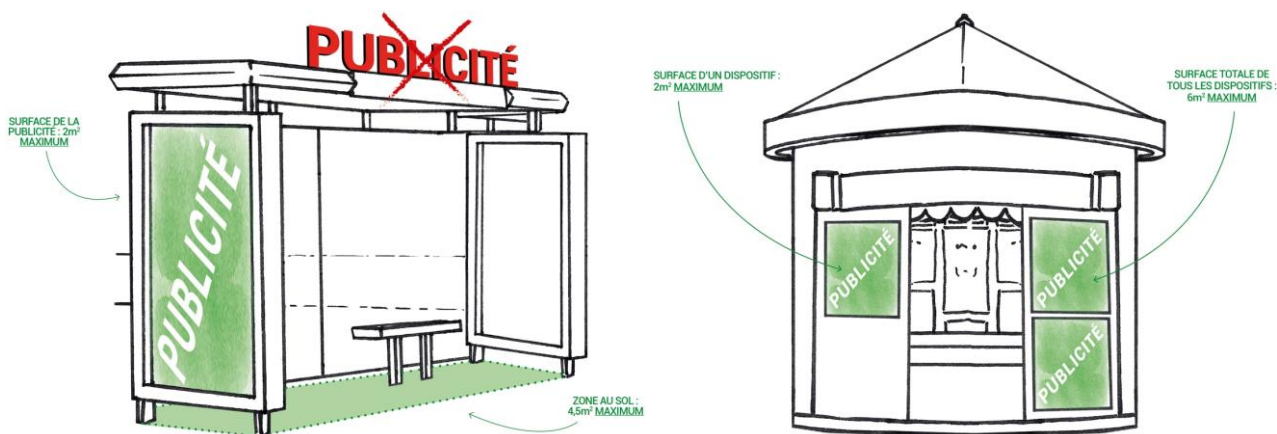
- Publicité / préenseigne apposée sur mobilier urbain
- Publicité / préenseigne apposée sur un mur ou une clôture
- Publicité / préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Bâti
- Parcelles
- Limites communales

b) Les publicités et pré-enseignes supportées par le mobilier urbain

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



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



Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public et possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public.



Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches et possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

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

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique.

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

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L. 130-1 du Code de l'Urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

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

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories mais seulement deux sont principalement présentes sur le territoire communal de Crépy-en-Valois, à savoir :

- des abris destinés au public supportant de la publicité, également nommés « *abribus* » ;
- des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* ».



Exemples de publicité supportée par un abri destiné au public (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales (photo de droite)

Les publicités supportées par les mobiliers urbains sont toutes de petit format (2 m²). Aucun dispositif ne s'élève au-dessus de ce seuil. Pour autant certains dispositifs sont implantés sur les trottoirs pouvant gêner la circulation des piétons, d'autres ne comportent pas de plan de ville au dos contrairement à ce qu'ils mentionnent. Il faut alors rappeler que lorsque les deux faces d'un dispositif comportent de la publicité, celui-ci doit être considéré comme une publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.

Par ailleurs, sept mobiliers urbains supportant de la publicité ont été recensés dans un périmètre de protection de monument historique, ce qui en l'absence de dérogation dûment mentionnée dans le RLP peut constituer une infraction (en cas de co-visibilité avec un monument historique) au Code de l'Environnement.

On ne recense par ailleurs aucun dispositif numérique relevant du mobilier urbain. Pour rappel, lorsque ces dispositifs ne diffusent que de l'information générale ou locale ou des œuvres artistiques, ils ne sont pas soumis à la réglementation de la publicité extérieure. C'est par exemple le cas des deux journaux électroniques d'information situés sur le territoire crépinois (cf. photo ci-dessous).



Exemple de journal électronique d'information

Finalement compte tenu du format contenu de ces publicités, ce type de dispositifs accessoires est généralement peu impactant pour les paysages crépinois malgré sa place non négligeable dans le paysage urbain en termes de nombre (22% du total des publicités) et de localisation (notamment présents en cœur de ville au sein des périmètres de protection patrimoniale).

Compte tenu de ces constats, la place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal devra être posée de manière spécifique dans la future réglementation locale sachant qu'il constitue un outil de communication non négligeable pour les collectivités.

Enfin le caractère éventuellement numérique de ces dispositifs se posera puisque Crépy-en-Valois dispose d'une agglomération de plus de 10 000 habitants et est habilitée à ce titre à disposer de publicités et pré-enseignes numériques sur son territoire.

c) Les publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Dotée d'une agglomération de plus de 10 000 habitants, la commune de Crépy-en-Valois peut accueillir de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sur son territoire. Ces supports représentent 50% des supports relevés sur la commune (36 publicités au total).

Le Code de l'Environnement y prévoit des règles spécifiques aux publicités ou pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 10,5 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres.



Exemples de pré-enseigne installée directement sur le sol et de publicités scellées au sol

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

- dans les espaces boisés classés (EBC)³⁷,
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur un Plan d'Occupation des Sols (POS).

³⁷ Article L. 113-1 du Code de l'Urbanisme

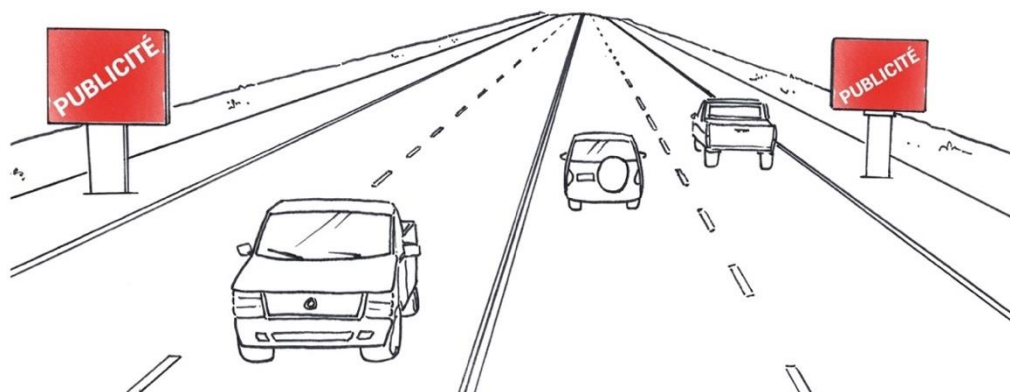
Localisation des interdictions absolues et relatives de publicité / préenseigne sur Crépy-en-Valois



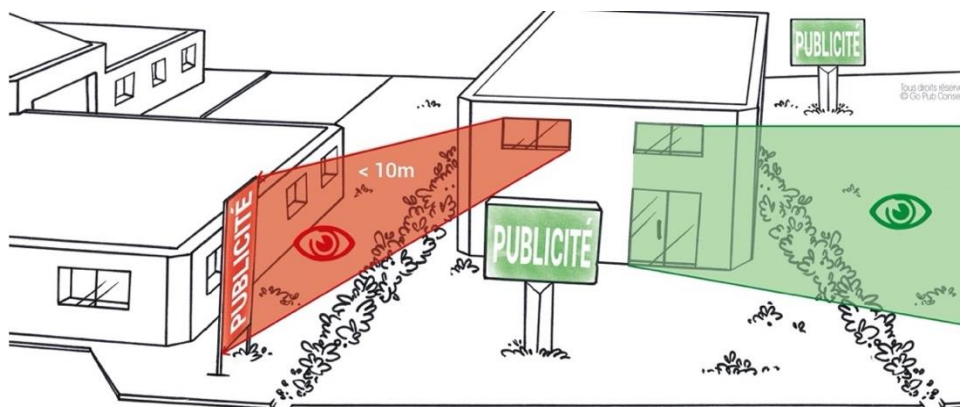
- Zones N du PLU
- Espaces boisés classés (EBC)
- Bâti
- Parcelles
- Limites communales

A Crépy-en-Valois, on ne recense pas de dispositifs publicitaires scellés au sol situés dans ces espaces de protection stricte.

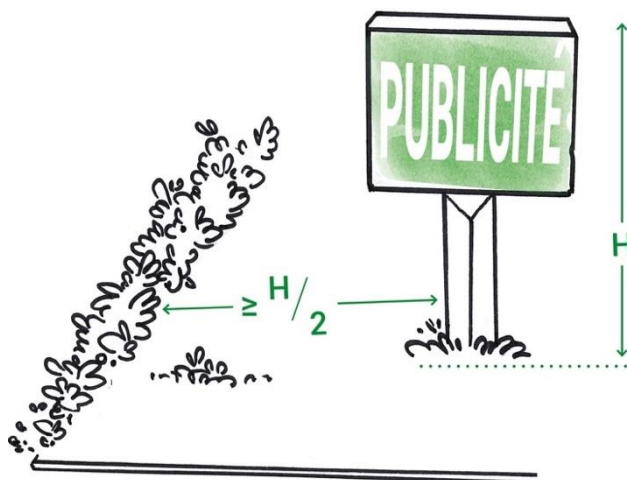
En outre les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors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



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



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



A Crépy-en-Valois, on remarque que seuls deux dispositifs excèdent la « surface hors tout » (surface du dispositif encadrement compris) de 10,5 m², format maximum autorisé par le Code de l'Environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II » et rappelé par la ministre de la transition écologique et solidaire³⁸. Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol de « grand » format (surface supérieure à 10,5 m²) sont donc très minoritaires à Crépy-en-Valois (cf. photos ci-dessous).



Publicités et pré-enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle de surface maximale

En conséquence, 94% des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol (34 dispositifs) peut donc être qualifié de « petit » format (surface inférieure ou égale à 4 m²) moins impactant pour les paysages même s'ils sont parfois trop redondants notamment lorsqu'ils sont stratégiquement placés en entrée de ville, le long des axes routiers structurants.

On compte en outre un seul dispositif entre 4 et 8 m² (10,5m²), ce qui paraît être une surface à la fois acceptable pour la préservation des paysages et suffisante pour la bonne visibilité économique des acteurs locaux dans une agglomération de l'importance et du dynamisme de Crépy-en-Valois.



Publicités et pré-enseignes scellées au sol de grand format (10,5m²)

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



Publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de petit format

Par ailleurs, lors de l'inventaire, il a également été relevé quelques supports installés sur des équipements liés à l'électricité, les télécommunications ou la circulation³⁹.



Pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol installées sur des équipements visé à l'article R.581-22 du Code de l'environnement.

On constate par ailleurs la très faible présence de professionnels de l'affichage sur le territoire de Crépy-en-Valois. Ainsi, les supports de petits formats, implantés parfois hors agglomération ou encore installés de manière anarchique sont le fait de commerces ou entreprises locales exploitant leurs propres dispositifs et n'ayant pas une connaissance pointue des règles applicables à la publicité extérieure.

Sur le territoire crépynois, les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont principalement leur qualité d'installation et/ou de réalisation ayant un impact paysager compte tenu de leur implantation sauvage et parfois leur entretien.

³⁹ Article R. 581-22 du Code de l'Environnement

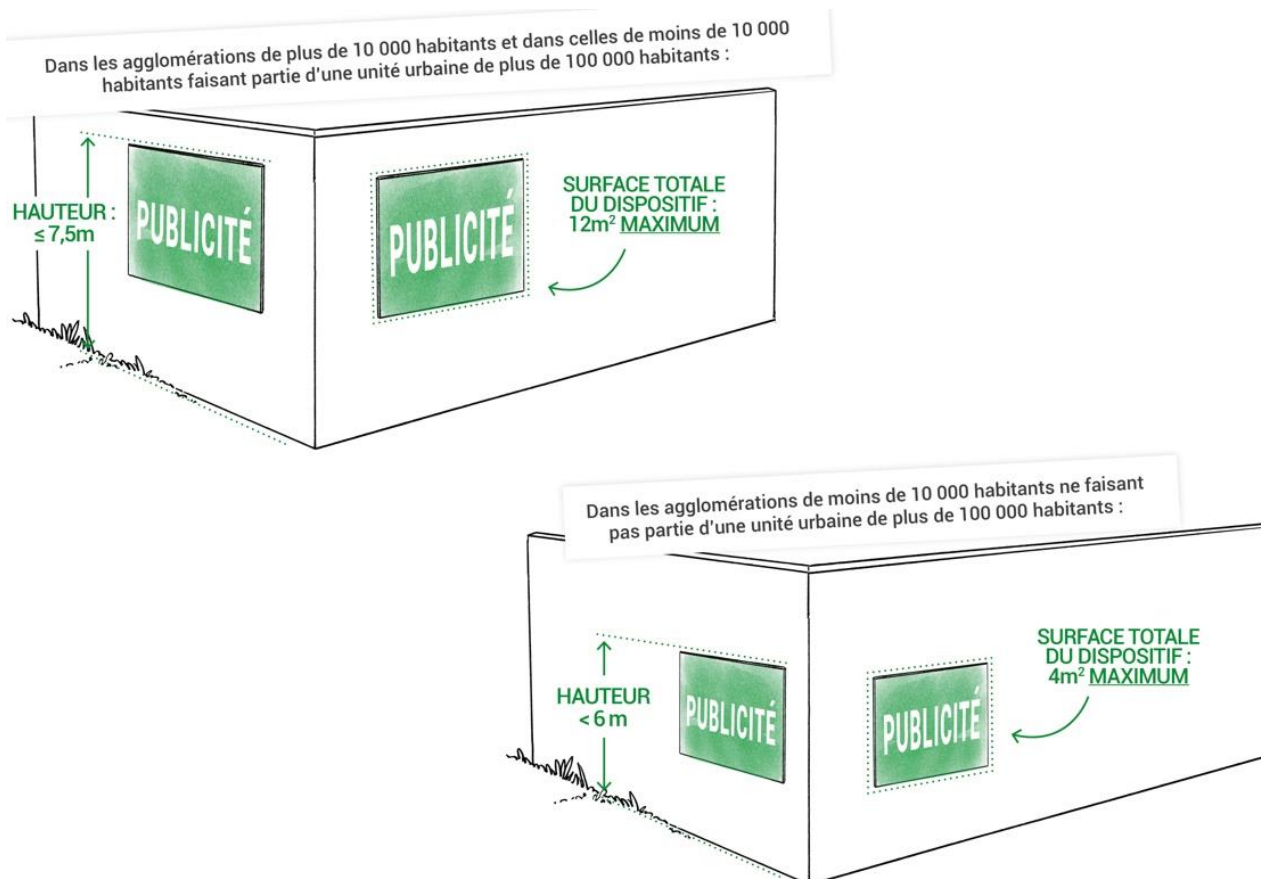
Sur la base des constats réalisés lors du diagnostic, le futur RLP pourra donc réduire les surfaces d'affichage admises à la fois pour s'adapter à la situation locale et pour supprimer cette possibilité trop large d'impacter de façon importante le cadre de vie et les perspectives paysagères, notamment aux abords des entrées de ville et des zones d'activités et le long des axes structurants. Il pourra également préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme dans les secteurs à vocation résidentielle en particulier pavillonnaire. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Quoiqu'il en soit, cette identification des dispositifs publicitaires posant des problèmes règlementaires et paysagers pourrait permettre une action de mise en conformité de ces supports qui représentent tout de même une part non négligeable des dispositifs publicitaires scellés au sol existant actuellement sur le territoire communal (à savoir près de la moitié du total des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol recensées).

d) Les publicités et pré-enseignes apposées sur un mur ou une clôture

Au même titre que pour les publicités ou pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'Environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou pré-enseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

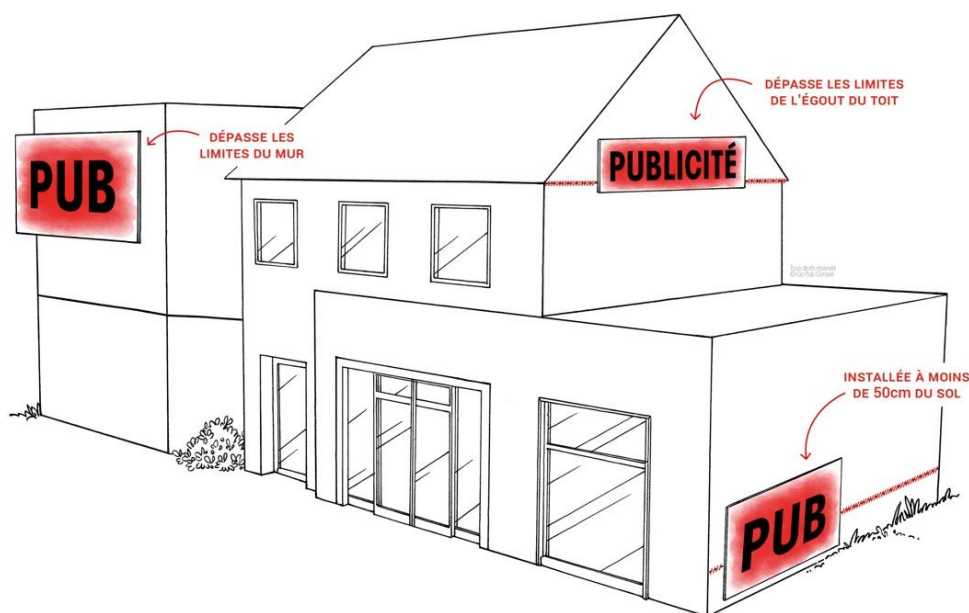
- surface unitaire maximale $\leq 10,5 \text{ m}^2$
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5$ mètres.



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

- apposées à moins de 50 cm du niveau du sol ;
- dépassent les limites du mur qui la supporte ;
- dépassent les limites de l'égout du toit ;

- apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



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

Au terme de l'inventaire réalisé sur le territoire communal, les publicités apposées sur mur ou clôture représentent un peu plus du tiers (30%) des dispositifs publicitaires relevés sur la commune de Crépy-en-Valois soit 20 publicités ou pré-enseignes.

Il s'agit du type de dispositifs s'intégrant le mieux à l'environnement, « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »⁴⁰.

On remarque que la plupart des dispositifs recensés (90%, 18 dispositifs) ont une surface inférieure ou égale à 4 m² (« petit » format) dont 15 qui n'excèdent même pas 2 m². Seuls deux dispositifs sont supérieurs à 4 m² tout en étant inférieurs à 8 m² (« moyen » format). La surface maximum observée sur la commune est de 5m².

La surface unitaire de ce type de publicité ne semble donc pas être un problème prégnant sur le territoire crépynois.

Ce type de publicité est surtout présent le long des principaux axes de circulation routière et un peu plus du tiers des dispositifs recensés (13 supports) est localisé au sein d'un périmètre de protection patrimonial ce qui peut constituer (en cas de co-visibilité avec un monument historique) une non-conformité au Code de l'Environnement dès lors que le RLP en vigueur ne prévoit pas de dérogation.

En fait, la principale problématique paysagère et réglementaire concernant les publicités et pré-enseignes apposées sur un mur ou sur une clôture à Crépy-en-Valois est due à sa mauvaise implantation : installation sur des supports non aveugles (la plupart du temps des clôtures ajourées) principalement et qui touchent près de deux tiers des publicités soit 13 dispositifs (cf. illustrations ci-dessous).

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



Publicités et pré-enseignes sur un mur ou sur une clôture non conformes au Code de l'Environnement



Publicité et pré-enseigne murales pouvant présenter un intérêt artistique, historique ou pittoresque

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont assez similaires à ceux des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol : ils concernent en premier lieu la cristallisation de formats contenus respectueux du diagnostic territorial mais sont très souvent mal installés et bloquent par ce fait de potentielles perspectives paysagères.

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

Enfin, cette catégorie étant en grande partie sujette à des non conformités avec le Code de l'Environnement (près de 65% des dispositifs sont dans ce cas), la collectivité pourra utiliser ce diagnostic pour mettre en œuvre une action de mise en conformité permettant de retrouver des paysages urbains plus apaisés et qualitatifs.

e) Les publicités et pré-enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Dispositifs extrêmement rares dans les communes de cette dimension démographique et économique, l'inventaire de la publicité crépynoise n'a pas permis de recenser de dispositifs publicitaires situés sur une toiture.

Pour autant, compte tenu de leur impact paysager important, le futur RLP devra se positionner quant à la possibilité d'implanter de tels dispositifs qui sont considérés comme légaux dès lors qu'ils sont lumineux⁴¹.

f) La densité publicitaire

Outre les règles d'implantations spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le Code de l'Environnement pose la règle de densité suivante⁴² applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol :

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

Par exception, il peut être installé :

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

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

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

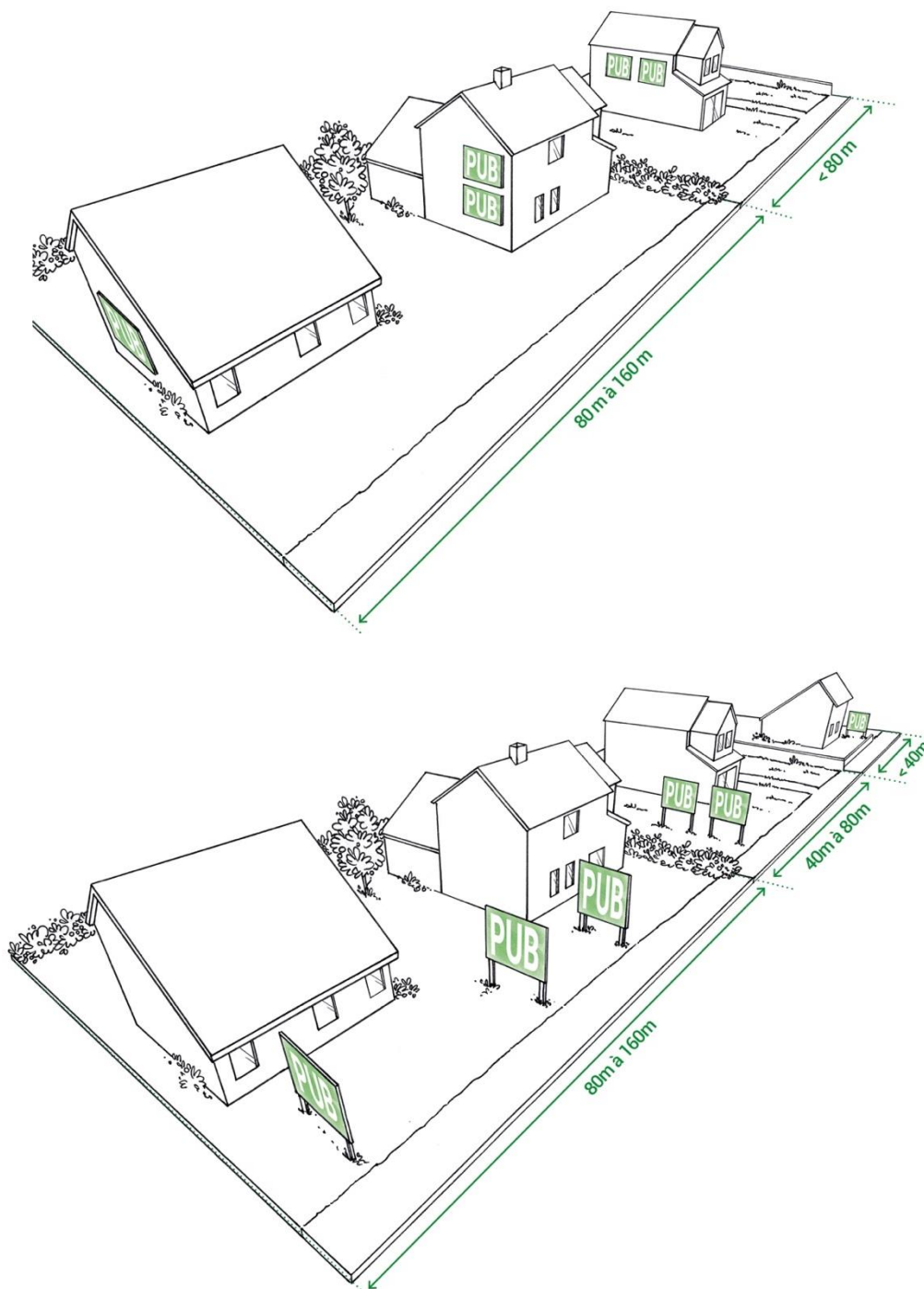
II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

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

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

⁴¹ Articles R. 581-38 et 39 du Code de l'Environnement

⁴² Article R. 581-25 du Code de l'Environnement



L'actuel RLP instituait déjà des règles concernant la densité publicitaire admise.

Il précisait en effet le nombre de dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol supportant de la publicité d'une surface unitaire excédant 1,50 m² (en ZPR1 et ZPR2) et 12 m² (en ZPR3) pouvant être implantés sur une unité foncière.

Si cette règle a bien permis de limiter le nombre de dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, elle est très partielle puisqu'elle méconnaît les dispositifs inférieurs à 1,50 m² en ZPR1 et ZPR2 et 12 m² en ZPR3. En outre la disposition réglementaire relative à l'interdistance de 100 mètres entre chacun des dispositifs devra être réappréciée en tenant compte du contexte légal actuel et des constats mis en avant par le diagnostic territorial.

A Crépy-en-Valois on constate que cette problématique de surdensité ne concerne que la publicité murale (cf. photos ci-dessous). Compte tenu des règles existantes à la fois caduques et partielles, il paraît dès lors impératif de mettre en place une règle de densité pour, a minima, avoir un impact similaire au précédent RLP et éviter la possible surenchère de dispositifs publicitaires.



Publicités et pré-enseignes murales ne respectant pas les règles de densité du Code de l'Environnement

g) Les bâches publicitaires

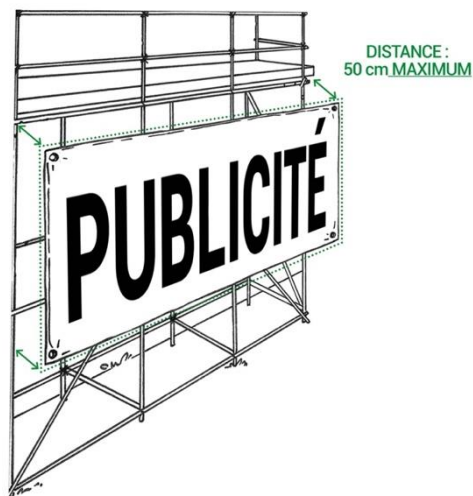
Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du Code de l'Environnement. Ainsi, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

On compte deux types de bâches :

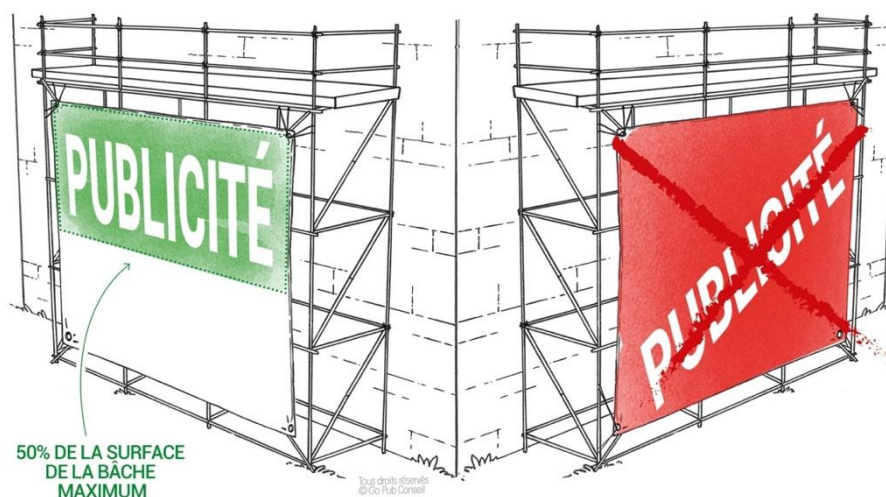
- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la Route.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 centimètres par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. En outre, la durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des échafaudages pour les travaux et la surface de cet affichage ne peut excéder 50% de la surface de la bâche⁴³.

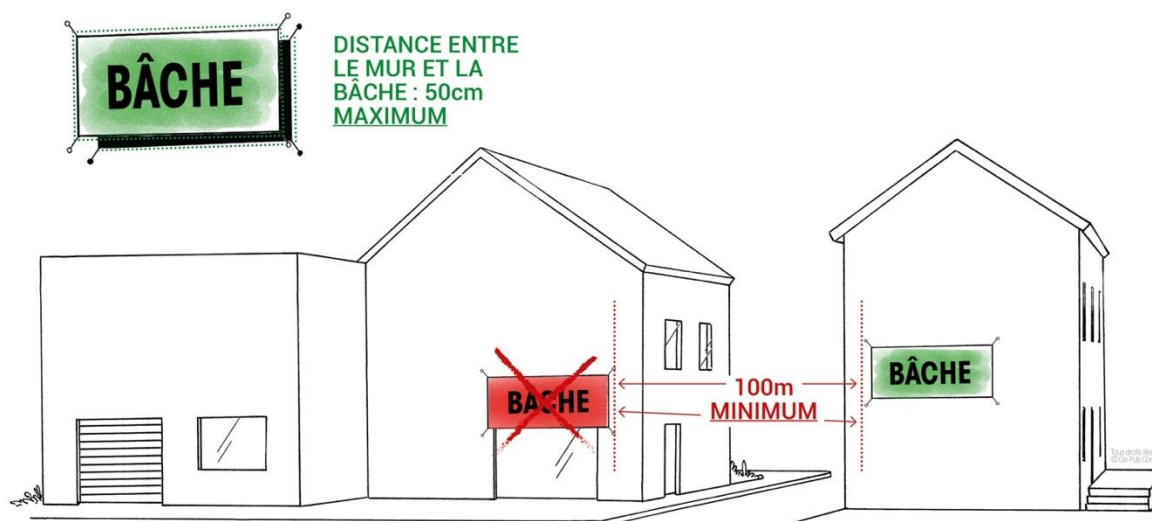


⁴³ L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



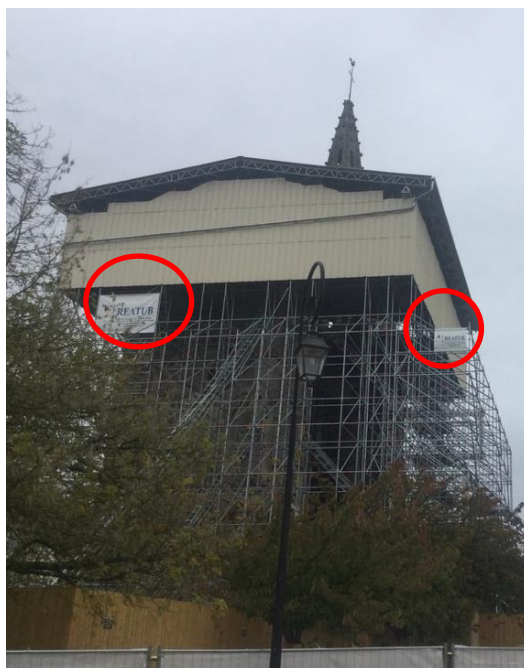
Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur.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

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



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

Lors du recensement, de rares bâches de chantier apposées sur un échafaudage ont été relevées sur la collégiale Saint-Thomas (cf. photo ci-dessous). L'actuel RLP n'encadre pas cette forme de publicité mais elle semble ici conforme aux règles nationales du Code de l'Environnement.



Exemple de bâches publicitaires sur échafaudage

Afin de pallier cette absence, le futur RLP pourra proposer une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

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

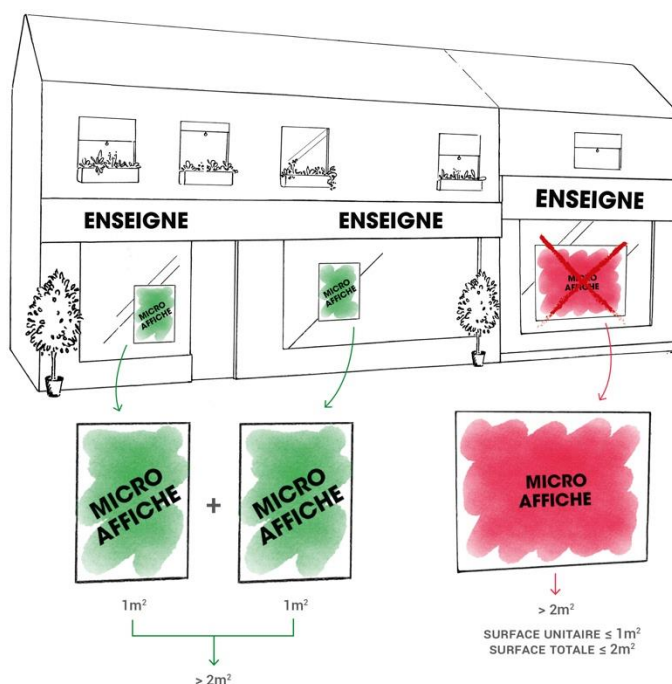
Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure mais aucun support n'a été relevé sur la commune.

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

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

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

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



i) Les dispositifs de dimension exceptionnelle

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la Route.

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

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

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

Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé sur le territoire communal et le RLP de 2003 ne les règlemente pas.

j) Les publicités et pré-enseignes lumineuses

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

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

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

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieur des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et pré-enseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence, ou numériques, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire national.

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

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh⁴⁴.

⁴⁴ https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf



Cartographie de la pollution lumineuse en France⁴⁵

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

Le Code de l'Environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, et de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.



⁴⁵<http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴⁶.

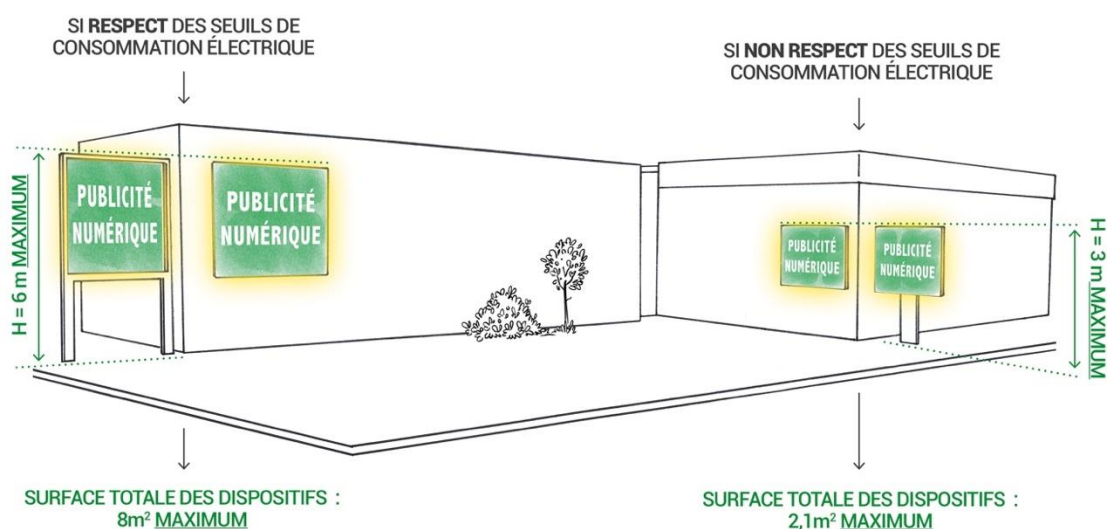
Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

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

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



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel⁴⁷, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.



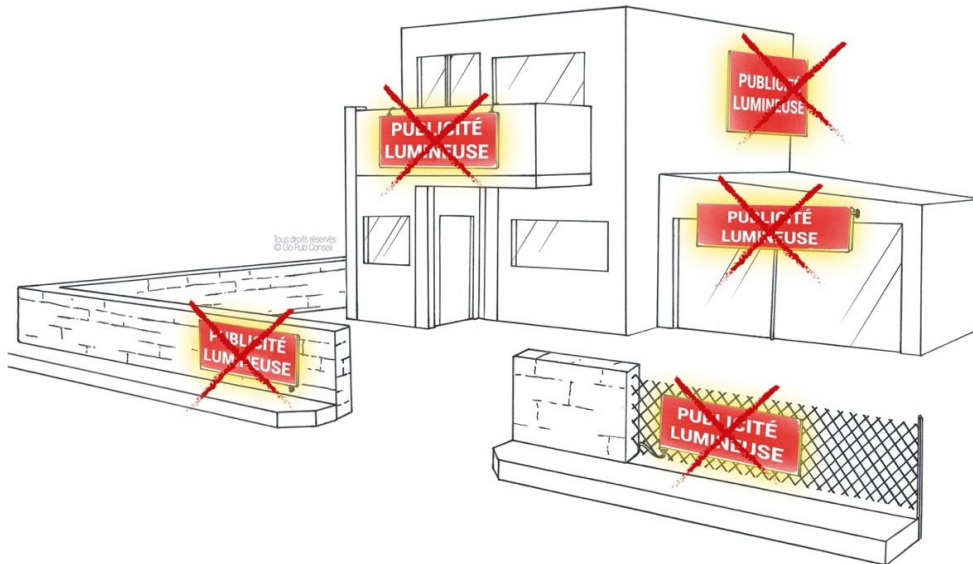
⁴⁶ Arrêté ministériel non publié à ce jour

⁴⁷ Arrêté ministériel non publié à ce jour

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

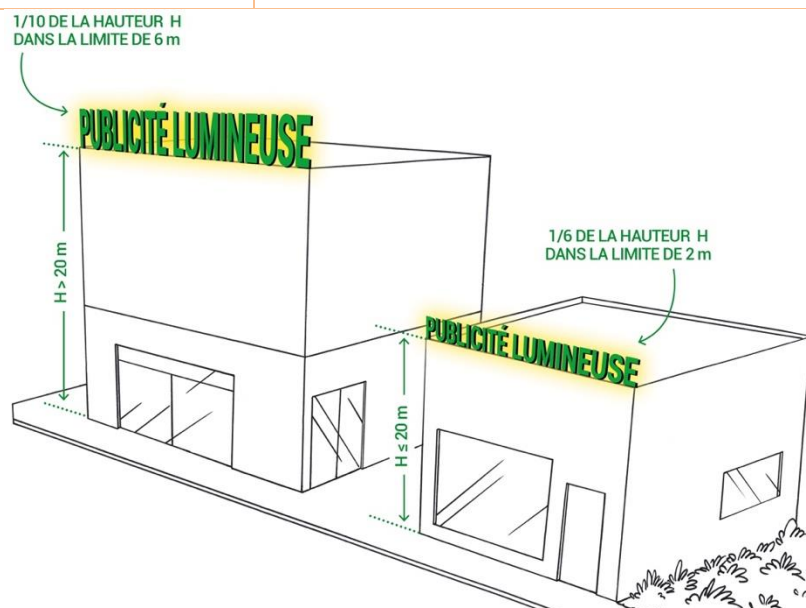
La publicité lumineuse ne peut :

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



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

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade ≤ 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade > 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



En l'espèce, la publicité lumineuse est extrêmement rare sur le territoire de la commune de Crépy-en-Valois puisqu'elle ne concerne qu'une publicité murale rétro-éclairée (cf. photo ci-dessous).



Publicité murale éclairée par projection

En revanche, la publicité lumineuse numérique semble absente du territoire puisque le recensement n'a mis en évidence aucun dispositif de ce type.

La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes :

- images animées : il existe une animation sur l'image (apparition d'un slogan ou d'un prix, forme en évolution, tremblement d'un pictogramme, ...)
- images fixes : défilement d'images fixes, également appelé déroulant numérique ;
- vidéos.

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

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

Le précédent RLP interdisait les publicités lumineuses clignotantes ou intermittentes mais toutefois la collectivité se laissait la possibilité de placer des dispositifs lumineux sur mâts porte-affiches, ce qui est susceptible de causer des problèmes d'intégration dans le tissu urbain mais aussi vis-à-vis des autres dispositifs publicitaires. On note également la volonté de limiter la hauteur de la publicité lumineuse à 6 mètres alors que le Code de l'Environnement l'autorise jusqu'à 7,5 mètres pour les publicités éclairées par projection ou transparence (NB : les publicités numériques sont déjà limitées à 6 mètres de hauteur par rapport au sol par le Code de l'Environnement).

Globalement on peut dire que les interdictions du précédent RLP en matière de publicité lumineuse auraient mérité d'être simplifiées pour une plus grande clarté et lisibilité.

Une attention particulière pourra être portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national quoique pour l'heure quasi inexistante à Crépy-en-Valois. Ainsi, il semble notamment préférable que le RLP indique une plage d'extinction nocturne des dispositifs publicitaires, d'enseignes et de pré-enseignes « renforcée » afin de limiter la pollution lumineuse qu'ils génèrent.

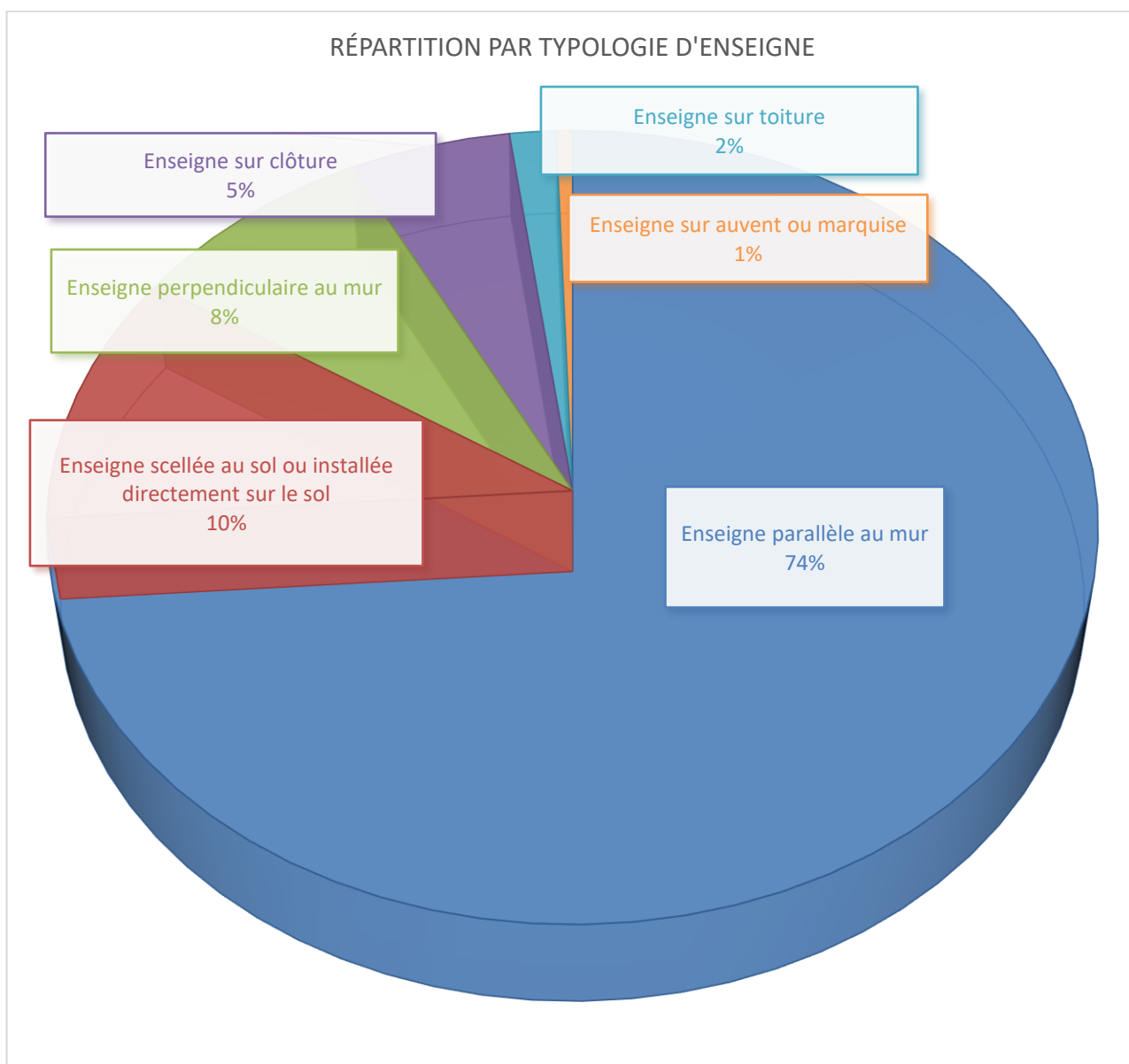
2. Les enjeux en matière d'enseignes

a) Généralités

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

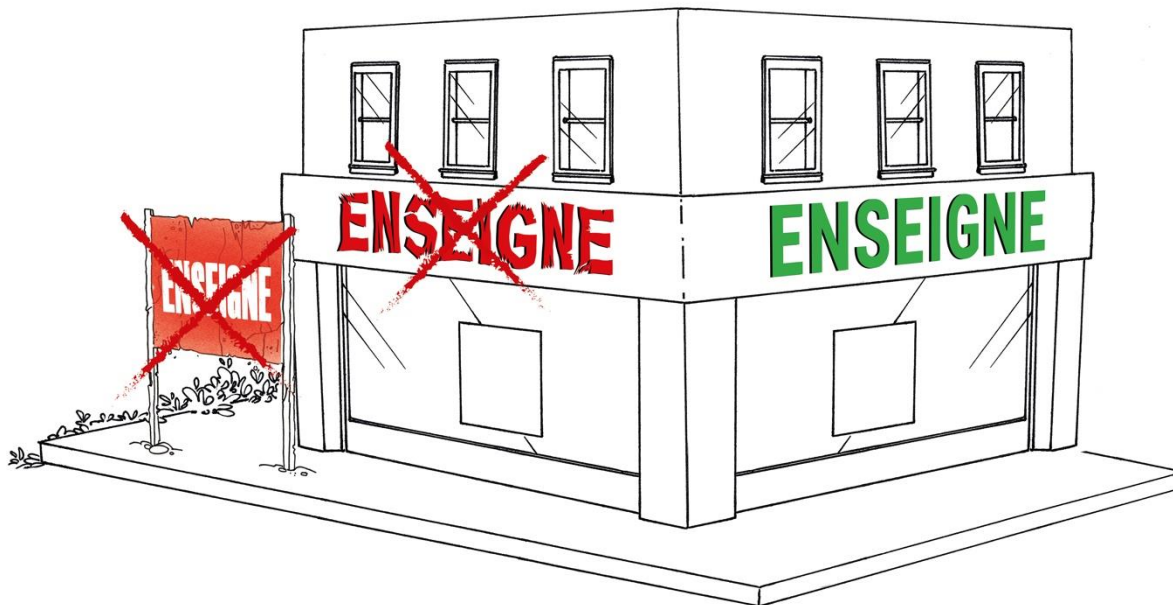
Un échantillonnage sélectif des enseignes lors de l'inventaire terrain a permis de dénombrer environ 2 000 enseignes sur le territoire communal réparties en six grandes catégories de la manière suivante :

- des enseignes parallèles au mur (1471 supports) ;
- des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (206 supports) ;
- des enseignes perpendiculaires au mur (164 supports) ;
- des enseignes sur une clôture (108 supports) ;
- des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu (31 supports) ;
- des enseignes sur auvents ou marquises (11 supports).



Quelle que soit leur typologie, le Code de l'Environnement impose que les enseignes soient :

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



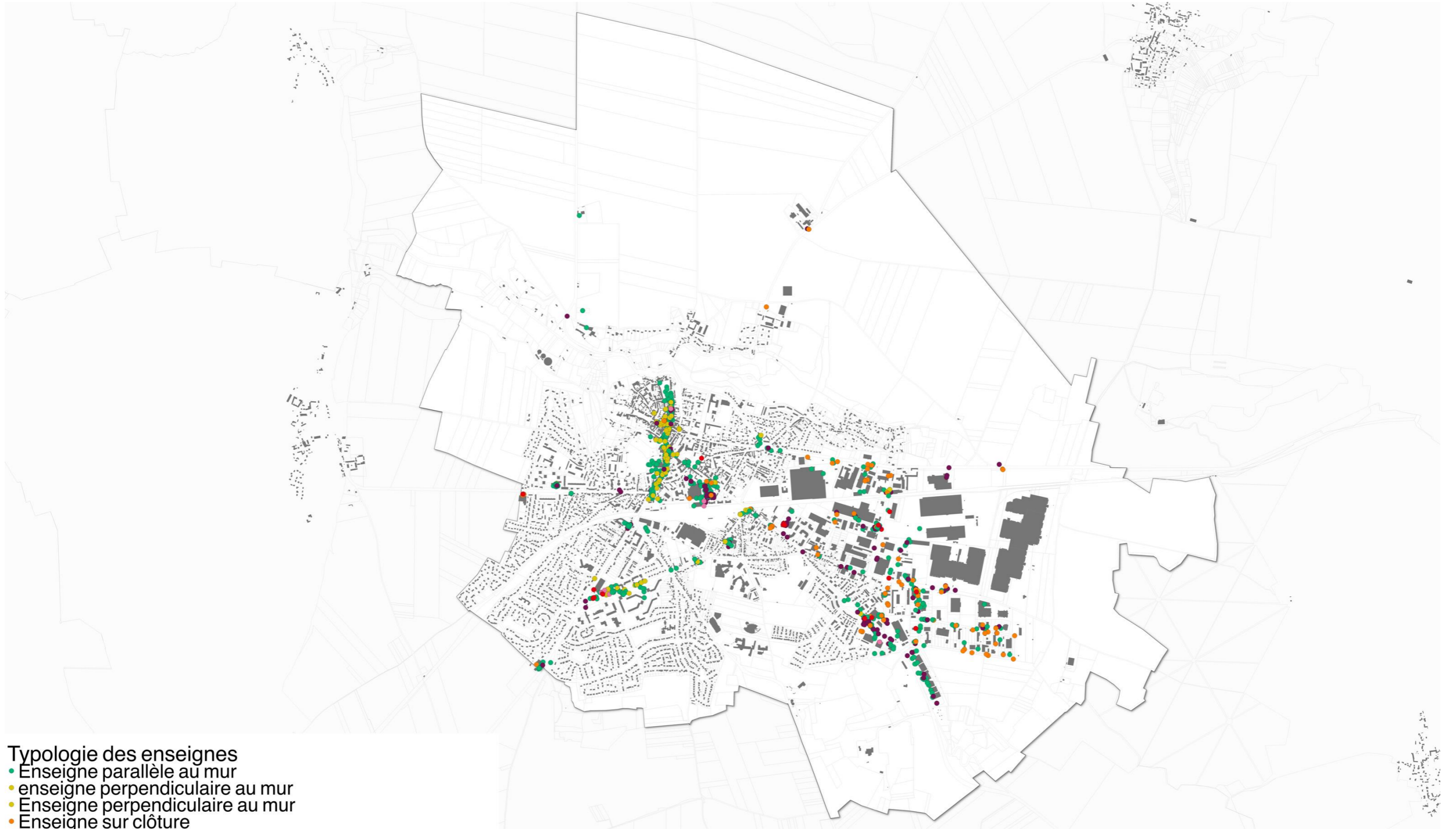
Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'Environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense et à Crépy-en-Valois on remarque donc :

- une grande densité d'enseignes en façade (perpendiculaires et parallèles) dans le cœur de ville historique dédié aux commerces et services (de proximité) mais aussi sur l'emprise foncière des deux grandes surfaces commerciales du territoire au carrefour des avenues de Levallois Perret et du Président John Kennedy ainsi que de la rue Saint-Lazare et du Boulevard Victor Hugo ;
- de nombreuses enseignes scellées ou installées au sol au sein de la zone d'activités du Parc d'Activités du Valois ;
- quelques enseignes significatives localisées en entrée de ville (concessionnaires automobiles des avenues de Senlis et de Levallois Perret, casse automobile de la Route de Pierrefonds).

Dans le reste du tissu urbain, les activités étant plus éparées, on recense des enseignes de façon plus ponctuelle et anecdotique.

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

Localisation des enseigne sur Crépy-en-Valois



Typologie des enseignes

- Enseigne parallèle au mur
- enseigne perpendiculaire au mur
- Enseigne perpendiculaire au mur
- Enseigne sur clôture
- Enseigne sur auvent ou marquise
- enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu
- Bâti
- Parcelles
- Limites communales

b) Les enseignes parallèles au mur

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

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface⁴⁸. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

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

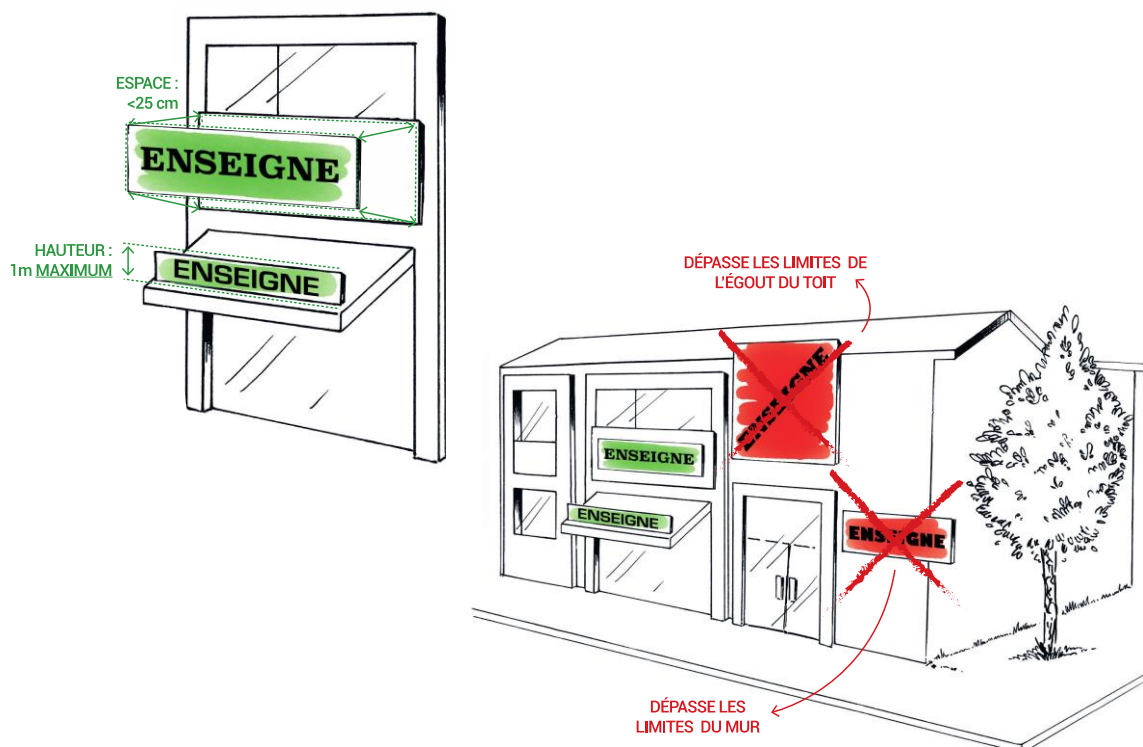


Exemples d'enseignes parallèles au mur

⁴⁸ Articles R. 581-60 et R. 581-63 du Code de l'Environnement

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

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 centimètres par rapport à lui.



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, les enseignes sur balcon, auvent ou marquise viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.



Exemples d'enseignes sur auvents

Leur rareté (une dizaine de supports uniquement) sur le territoire de la commune de Crépy-en-Valois pourrait amener la collectivité à réfléchir à leur interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

Globalement les enseignes parallèles au mur posent peu de problèmes paysagers sur le territoire communal même si environ 12% d'entre elles ne respectent pas la réglementation nationale en vigueur (31 enseignes concernées – hors surface saturée des façades) et que certaines devantures auraient pu être plus soignées notamment en termes d'entretien, de redondance de la signalisation ou d'implantation (cf. photos ci-dessous).



Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'intégration aurait mérité d'être mieux travaillée

L'actuel RLP limitait l'implantation des enseignes parallèles à la façade au rez-de-chaussée afin d'éviter l'implantation de ce type d'enseigne en étage, les étages étant rarement utilisés par les activités implantées en rez-de-chaussée. Par ailleurs le RLP préservait les bandeaux et éléments architecturaux de façade entre le rez-de-chaussée et le premier étage en imposant l'implantation de l'enseigne parallèle uniquement dans la largeur de la baie et en l'interdisant sur les autres éléments de la façade. Enfin on peut noter la volonté de limiter la surface unitaire de ce type de dispositif en fonction de la zone concernée (8 m² en ZPR2 et ZPR3, 6 m² en ZPR0 et ZPR1).

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

c) Les enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent le troisième type d'enseignes à Crépy-en-Valois et sont de taille assez modeste comparativement aux autres types d'enseignes. Elles sont principalement présentes dans les centralités commerciales et de services des cœurs de ville.



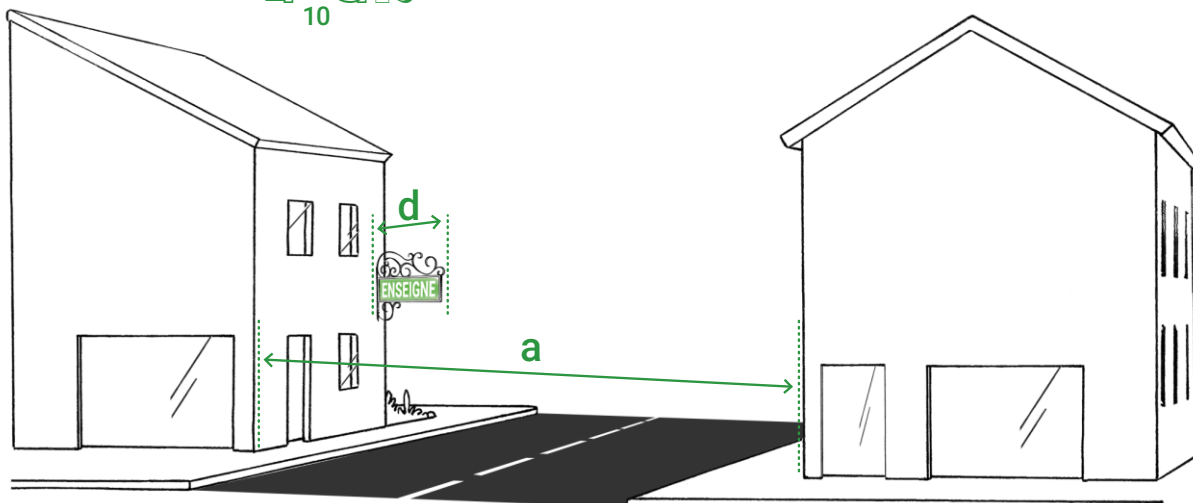
Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- ne dépassent la limite supérieure de ce mur ;
- ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon ;
- ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$\frac{1}{10}$



Les seuls problèmes paysagers notables posés par ces enseignes sont liés à leur positionnement trop souvent à l'étage supérieur du lieu réel d'activité, leur nombre parfois important sur une même façade et leur débord parfois important sur le domaine public.

Ce sont des cas relativement fréquents dans les rues de la centralité crépinoise notamment auprès des bars-tabacs-presses qui signalent parfois tout ou partie de leurs activités et/ou produits sur des dispositifs individuels qui se chevauchent et/ou se succèdent (cf. exemples ci-dessous). Cependant cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité et/ou lisibilité de l'activité et induit des difficultés de lecture des paysages urbains.





Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur posant des problèmes paysagers

Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain, notamment dans les rues plus ou moins étroites du cœur de ville avec des fermetures de vue vers le paysage naturel ou le patrimoine bâti ou encore des outils de signalisation routière.

A Crépy-en-Valois, sur la centaine d'activités possédant une enseigne de ce type, au moins une trentaine en exploitent deux ou plus par façade.



Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur : cas n°1 : Une enseigne par façade de l'activité et cas n°2 : deux enseignes sur la même façade d'activité.

Si la surface de ces dispositifs est majoritairement inférieure au mètre carré (seules 14 enseignes -soit 8% du total- mesurent plus d'un mètre carré tout en restant inférieure à 2 m²), leur saillie est parfois assez imposante puisque 25 d'entre elles excèdent le mètre et débordent plus ou moins largement sur les espaces publics (peu ou prou une enseigne perpendiculaire sur cinq est donc dans ce cas de figure).

Enfin, au-delà de ces aspects paysagers, réglementairement un nombre non négligeable d'enseignes perpendiculaires recensées sur le territoire crépinois ne respectent pas une ou plusieurs dispositions du

Code de l'Environnement notamment en termes d'implantation (dépassement de la limite supérieure du mur, installation sur un balcon) et d'état d'entretien.



Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur non conformes au Code de l'Environnement

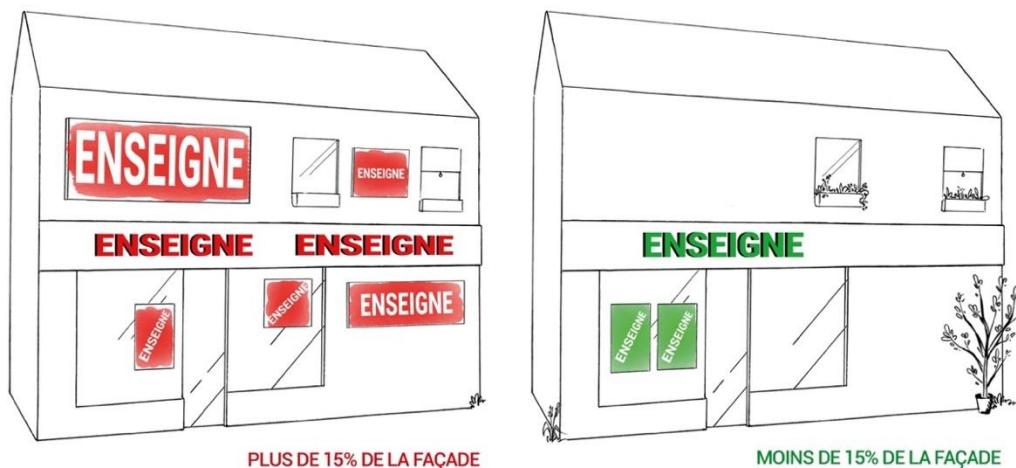
Le précédent RLP interdisait l'implantation des enseignes perpendiculaires au niveau du bandeau alors que cela permet de poser un cadre et d'uniformiser les implantations sur un même secteur et ainsi d'éviter une implantation anarchique des enseignes perpendiculaires au mur.

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

d) La notion de surface cumulée sur une façade commerciale

Apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure, cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade⁴⁹. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

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



Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale rencontrés notamment dans le centre historique, mais elle touche pourtant assez peu Crépy-en-Valois puisqu'environ une quinzaine d'activités semblent concernées.



Exemples de façades saturées d'enseignes

⁴⁹ Article R. 581-63 du Code de l'Environnement ; cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'exposition d'arts plastiques

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

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la seconde catégorie d'enseignes la plus répandue sur le territoire communal.

Elles sont particulièrement présentes sur les secteurs d'activités économiques (Parc d'activités du Valois, grandes surfaces commerciales) de la commune où les unités foncières plus généreuses par rapport au cœur de ville permettent une installation aisée.

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

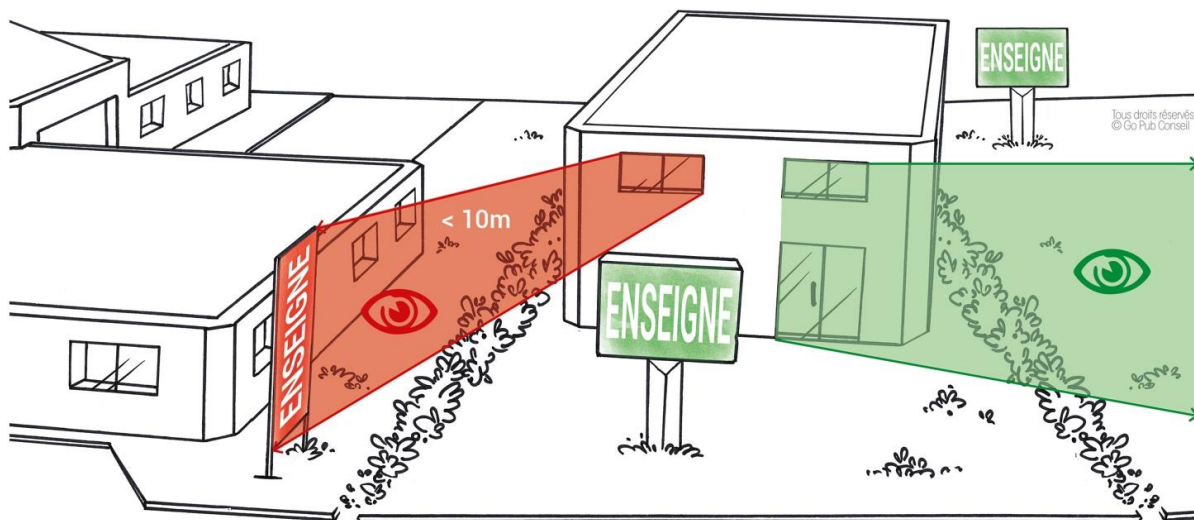
Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems, les chevalets ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



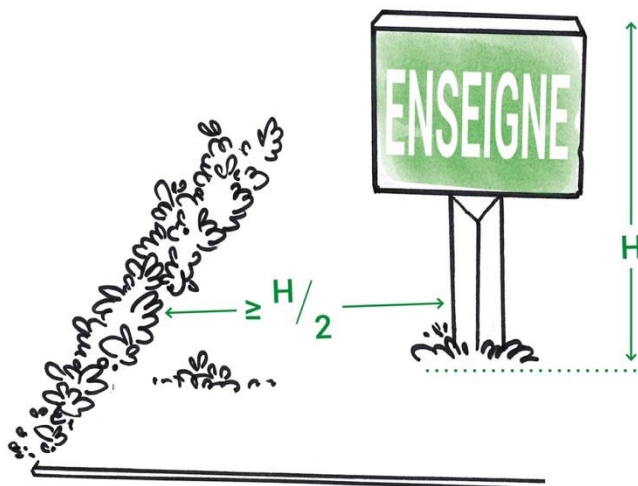
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

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

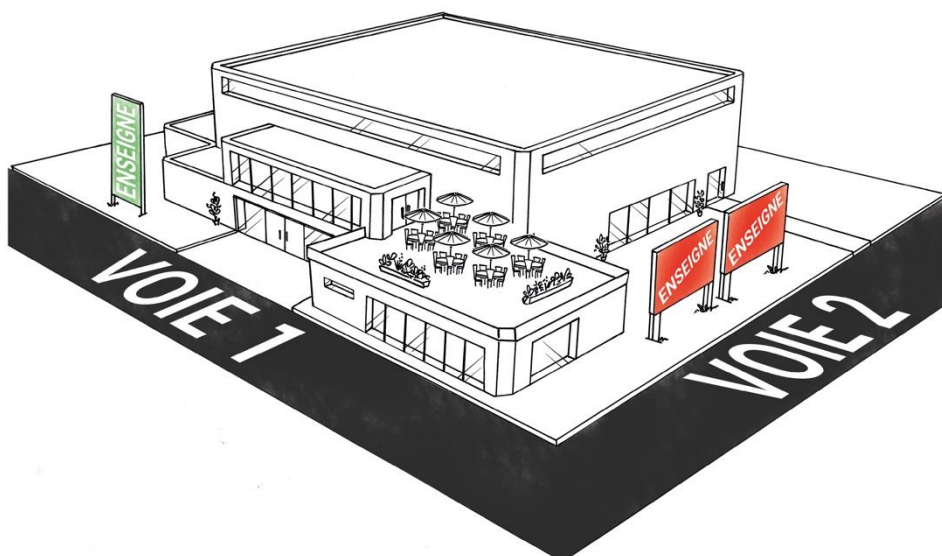
Ainsi, les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



Enfin la surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 10,5 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, soit le cas de Crépy-en-Valois.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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

Sur le territoire crépynois, en termes de conformité aux règles nationales, on relève majoritairement des établissements ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant une activité donnée : une vingtaine d'activités disposant d'enseignes de ce type se trouve dans ce cas.



Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre

Autre problème paysager et réglementaire important pour ce type d'enseignes : leur format et notamment leur surface qui ne doit pas dépasser 10,5 m².



Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la surface maximale admise

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



Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol

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

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

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

f) Les enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont assez peu présentes sur le territoire crépinois mais on en compte tout de même un peu plus d'une centaine quoiqu'elles ne représentent que 5% du total des enseignes.

On les retrouve surtout dans le Parc d'activités du Valois et elles se présentent toutes sous forme de bâches ou de pancartes accrochées à des clôtures souvent non aveugles, ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages par la fermeture de point de vue malgré des surfaces contenues (seulement six dispositifs mesurent 4 m² ou plus). En outre, certains de ces dispositifs se cumulent avec une ou des enseignes scellées au sol venant brouiller la signalisation de l'établissement en question et sa perception dans le paysage.

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



Exemples d'enseignes sur clôtures aveugles et non-aveugles

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

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu constituent la catégorie d'enseignes la moins rencontrée sur le territoire communal. L'inventaire n'en a comptabilisé que 31, localisées en zones d'activités mais aussi en cœur de ville.

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



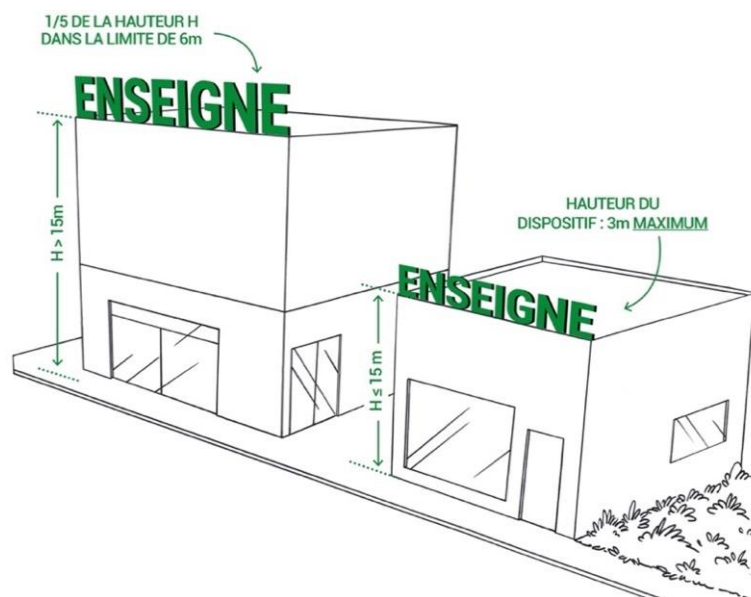
Exemples d'enseignes sur toiture

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

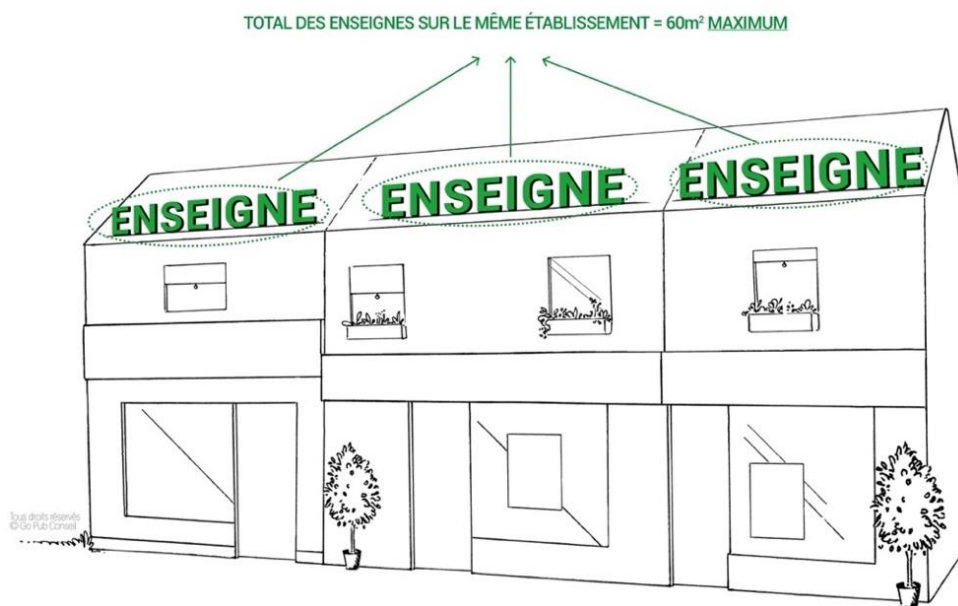
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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

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



De plus, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement⁵⁰ est inférieure ou égale à 60 m². Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



Outre l'impact paysager dû à leur grande visibilité, la majorité des enseignes de ce type relevées à Crépy-en-Valois ont des soucis au niveau de leur réalisation puisque confectionnées au moyen de lettres ou de signes non découpés et/ou sans dissimuler leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base.

⁵⁰ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.



Enseigne sur toiture posant des problèmes règlementaires et paysagers

Il y a donc là un vrai enjeu pour la commune et ses paysages et afin d'éviter ces problématiques, le RLP pourra par exemple proposer de réduire le format de ces enseignes voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

h) Les enseignes lumineuses

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

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

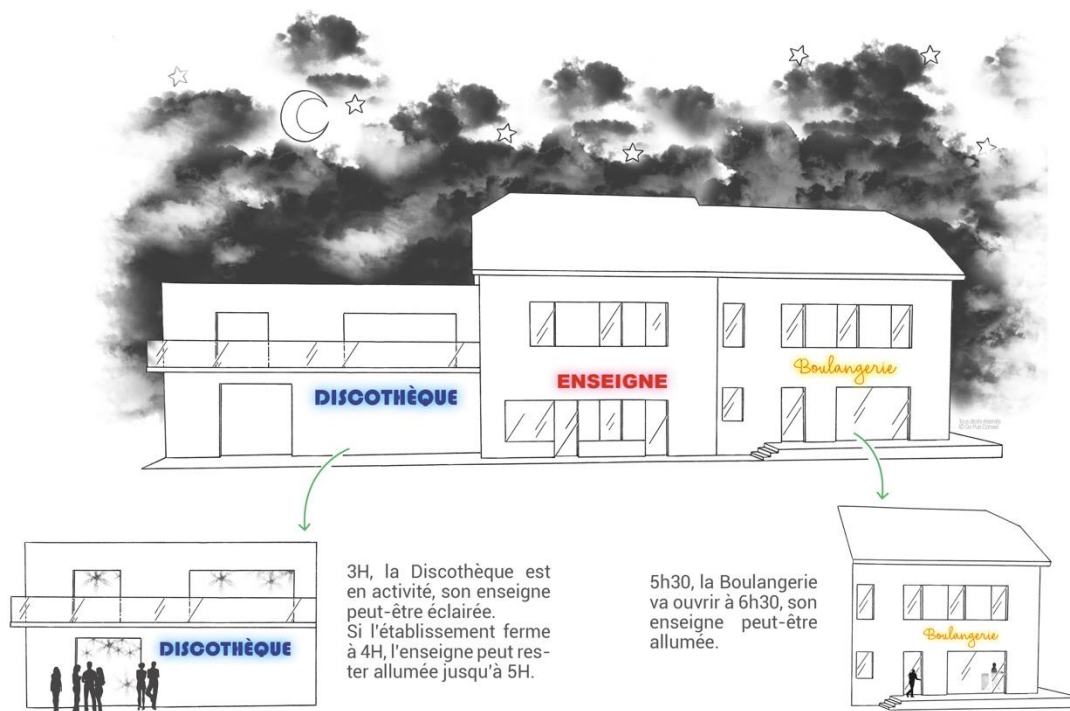
Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵¹.

⁵¹ Arrêté non publié à ce jour

Elles sont éteintes⁵² entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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

ENTRE 1H ET 6H, LES ENSEIGNES SONT ÉTEINTES SAUF LES ACTIVITÉS NOCTURNES



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

Près d'une enseigne sur cinq présente un caractère lumineux sur le territoire crépinois. Les éclairages les plus utilisés sont ainsi les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence alors que seulement cinq établissements disposent d'enseignes numériques signalant des pharmacies et stations-services.



Exemples d'enseignes éclairées par projection

⁵² L'article R. 581-59 du Code de l'Environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.



Exemples d'enseignes éclairées par transparence



Exemples d'enseignes numériques



Exemples d'enseignes éclairées par des LED

Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos. A Crépy-en-Valois, ce type d'enseigne a un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement lorsqu'il s'agit des pharmacies ; en revanche elles sont de grand format et nettement dommageable au cadre de vie dans le cas des stations-services affichant leurs tarifs.

Le précédent RLP réglementait à minima les enseignes lumineuses n'interdisant que l'utilisation des enseignes lumineuses défilantes. Il est possible de conserver voire d'amplifier cette règle dans le prochain RLP.

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

i) Les enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes temporaires :

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

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement⁵³ » à la réglementation des enseignes « permanentes » présentée précédemment, notamment :

- les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁵⁴ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁵.

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

- *pour les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :*
 - saillie \leq 25 centimètres ;
 - ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
 - ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit ;
- *pour les enseignes temporaires perpendiculaires au mur :*
 - ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
 - saillie \leq 1/10^{ème} de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 mètres ;

⁵³ Cf. règles du Code de l'Environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport

⁵⁴ Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

⁵⁵ Arrêté non publié à ce jour

- pour les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :
 - surface totale $\leq 60 \text{ m}^2$

- pour les enseignes temporaires de plus de 1 m^2 , scellées ou installées directement sur le sol :
 - une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
 - règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
 - surface $\leq 12 \text{ m}^2$.

A Crépy-en-Valois ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes apposées sur une bâche installées sur une clôture ou un mur non aveugle ou scellées au sol pour des opérations immobilières, la promotion de locaux à vendre ou à louer ou des opérations commerciales ponctuelles ainsi que la signalisation de manifestations locales de la collectivité comme des associations. Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage (cf. photos ci-dessous).



Exemples d'enseignes temporaires

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

Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Dans sa délibération de prescription en date du 27 février 2019, le Conseil Municipal de la commune de Crépy-en-Valois s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Préserver le cadre de vie et la qualité des paysages ;
- Améliorer l'image de la commune au travers d'entrées de ville attractives et de zones d'activités dynamiques ;
- Mettre en valeur le patrimoine architectural du centre-ville ;
- Réduire la pression publicitaire ;
- Étudier, repenser la situation de la publicité dans certains lieux.

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, la commune de Crépy-en-Valois s'est donné les orientations suivantes :

- **Orientation 1** : Réduire la densité et les formats publicitaires ;
- **Orientation 2** : Conserver des espaces privilégiés préservés de la publicité ;
- **Orientation 3** : Réfléchir à la mise en place d'une dérogation à l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques afin de permettre le maintien et/ou l'installation d'outils mesurés de communication pour la collectivité et les activités locales dans ce cadre patrimonial soumis à une protection normative ;
- **Orientation 4** : Restreindre l'implantation des dispositifs (publicités, pré-enseignes, enseignes) scellées au sol ou installées directement sur le sol qui peuvent avoir un impact important sur le paysage ;
- **Orientation 5** : Poursuivre l'amélioration de la qualité des enseignes en façades (enseignes parallèles au mur et perpendiculaires au mur) par des règles d'intégration architecturales en particulier dans le cœur de ville historique.
- **Orientation 6** : Minimiser la place des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dans les paysages en encadrant leur nombre, leur surface et leur hauteur au sol ;
- **Orientation 7** : Restreindre la réglementation applicable aux enseignes sur clôture ;
- **Orientation 8** : Limiter les possibilités d'implantation d'enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- **Orientation 9** : Renforcer la réglementation applicable aux enseignes temporaires ;
- **Orientation 10** : Encadrer l'implantation de dispositifs lumineux en particulier numériques (publicités, pré-enseignes et enseignes) et renforcer leur plage d'extinction nocturne.

Ces orientations ont été débattues lors du Conseil Municipal du 9 décembre 2020.

Justification des choix retenus

1. Le zonage

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et enjeux du territoire de Crépy-en-Valois. Ce zonage retranscrit également une volonté politique forte d'encadrer la publicité et les enseignes sur son territoire communal. Ainsi, les zones de publicité sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n° 1 (ZP1) couvre l'ensemble des secteurs résidentiels mixtes de la commune (habitats, équipements, commerces de proximité, etc.) ;
- La zone de publicité n° 2 (ZP2) couvre les zones d'activités de la commune ;
- La zone de publicité n° 3 (ZP3) couvre les espaces situés hors agglomération.

Les secteurs situés en dehors **des zones de publicités 1 et 2** définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception⁵⁶.

La ZP1 : les secteurs résidentiels mixtes de la commune

La ZP1 couvre tant les périmètres de protection des monuments historiques, que le centre-ancien et les secteurs à vocation plus spécifique d'habitat et d'équipements.

Ce zonage, couvrant des espaces très variés, permet de concilier la préservation et la valorisation du cœur de Crépy-en-Valois tout en étendant cette qualité de cadre de vie aux secteurs plutôt à vocation d'habitat. Le RLP permettra de mettre en place une réglementation particulièrement qualitative pour faire émerger une réelle identité de ce secteur et proposer une réglementation stricte des publicités afin de garantir un cadre de vie le plus apaisé possible en tenant compte des besoins de communication de la commune, des associations et des entreprises locales.

La ZP2 : les zones d'activités de la commune

Cette zone couvre exclusivement les zones d'activités de la commune. Il s'agit d'espaces qui nécessitent un traitement spécifique et homogène sur le territoire communal pour favoriser la visibilité des activités et acteurs économiques locaux. Tout en mettant en place des règles permettant d'encadrer les enseignes, cette zone sera néanmoins la plus souple en matière de réglementation.

La ZP3 : les espaces situés hors agglomération

Cette zone couvre tous les espaces situés hors agglomération avec un fort enjeu patrimonial et naturel. Il convient ici de laisser s'appliquer la réglementation nationale en matière de publicité et préenseigne et d'harmoniser les règles d'enseigne pour permettre une communication/signalisation économique suffisante et appropriée à des activités qui peuvent être excentrées. Les règles proposées seront toujours plus strictes que celle du Code de l'environnement pour réduire l'impact des enseignes dans ces secteurs.

⁵⁶ [La notion d'agglomération](#)

1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes

Dans la zone de publicité n°1 (ZP1 - secteurs résidentiels mixtes), la ville a souhaité tenir compte de la présence des protections patrimoniales et architecturales existantes, de la faible présence de supports publicitaires sur les autres secteurs et de l'installation de publicité uniquement supportée à titre accessoire par son mobilier urbain.

Le mobilier urbain étant « *un ensemble des équipements publics mis au service des usagers de la voie publiques répondant à un besoin des habitants de la commune*⁵⁷ », la commune a souhaité préserver ses supports existants en tenant compte de son contrat, permettant l'installation de publicité, à titre accessoire, sur son mobilier urbain.

Ces dispositifs permettent notamment la diffusion d'informations locales ou associatives de la ville. La ville a donc souhaité autoriser la publicité apposée sur mobilier urbain sur l'ensemble de la ZP1 dans la limite de 2m² et 3m de hauteur au sol.

La publicité numérique est interdite en ZP1. Seule la publicité éclairée par projection ou transparence est autorisée.

Outre le service public rendu par le mobilier urbain supportant de la publicité, la ville a pris en compte les faibles formats des supports présents dans cette zone ainsi que leur faible présence. L'objectif de cette règle étant d'avoir une conciliation entre le service public rendu et la préservation du cadre de vie et du patrimoine de cette zone.

Ces règles permettent la suppression d'une trentaine de support sur la ZP1, certains déjà non-conformes à la réglementation nationale.

Dans la zone de publicité n°2 (ZP2 - zone d'activités de la commune), la ville a souhaité interdire :

- Les publicités sur toiture ou terrasse en tenant lieu, actuellement non présentes sur le territoire communal ;
- Les publicités sur clôture, souvent peu qualitatives.

Les publicités sur mur sont limitées à 6 mètres de hauteur au sol et 4,7 mètres carrés encadrement compris, conformément aux règles nationales applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants⁵⁸. Ce choix s'explique par la faible présence de ce type de support et la volonté de limiter l'effet de rupture avec les collectivités voisines. Ces dernières sont toutes soumises aux règles nationales applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 6 mètres de hauteur au sol et 10,5 mètres carrés encadrement compris⁵⁹. Ce format permet de maintenir un espace d'expression suffisant sur une partie du territoire afin de répondre aux besoins des acteurs économiques locaux.

Cependant, c'est la règle de densité qui va permettre de limiter les accumulations et concentration de support. La commune a donc choisi la règle de densité suivante :

- Aucune publicité autorisée sur une unité foncière dont le linéaire est inférieur ou égal à 40 mètres ;
- Une publicité autorisée sur une unité foncière dont le linéaire est supérieur à 40 mètres ;
- Une publicité supplémentaire autorisée si l'unité foncière excède 100 mètres, avec une obligation d'interdistance entre deux supports d'au moins 50 mètres.

⁵⁷ Réponse parlementaire du 20/03/2012 à la question parlementaire n°94211 de Mme Zimmermann du 23/11/2010.

⁵⁸ Conformément au décret du 30/10/2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes.

⁵⁹ Conformément au décret du 30/10/2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes.

La même règle s'applique sur le domaine public. Ces règles permettront de limiter l'installation de support sur les unités foncières de faible linéaire sur les entrées de ville tout en encadrant les possibilités d'installation dans les zones d'activités où les unités foncières sont plus importantes. La règle de densité aura un impact visuel plus conséquent sur le parc en place aujourd'hui.

La publicité numérique demeure autorisée dans cette zone sous réserve d'être limitée à 2m² et 3m de hauteur au sol maximum. L'objectif est de privilégier les supports de petit format et d'éviter l'installation de supports de 8m². Aujourd'hui, la commune de Crépy-en-Valois ne compte aucun support numérique et souhaite se prémunir de formats trop grands et donc visuellement impactants.

Pour le mobilier urbain, la commune a souhaité harmoniser les formats avec la ZP1 tout en tenant compte que le mobilier urbain actuellement en place sur la ZP2 n'excède pas 2m² ni 3m de hauteur au sol. Cependant, la publicité numérique est autorisée en ZP2 sur le mobilier urbain dans les formats précités. Cette limitation permet une harmonisation de traitement entre les supports numériques publicitaires.

La ville a mis en place une plage d'extinction nocturne des publicités et préenseignes entre 22 heures et 7 heures. Cette obligation d'extinction ne concerne pas les mobiliers urbains affectés aux services de transport durant les heures de fonctionnement desdits services, conformément à la réglementation en vigueur.

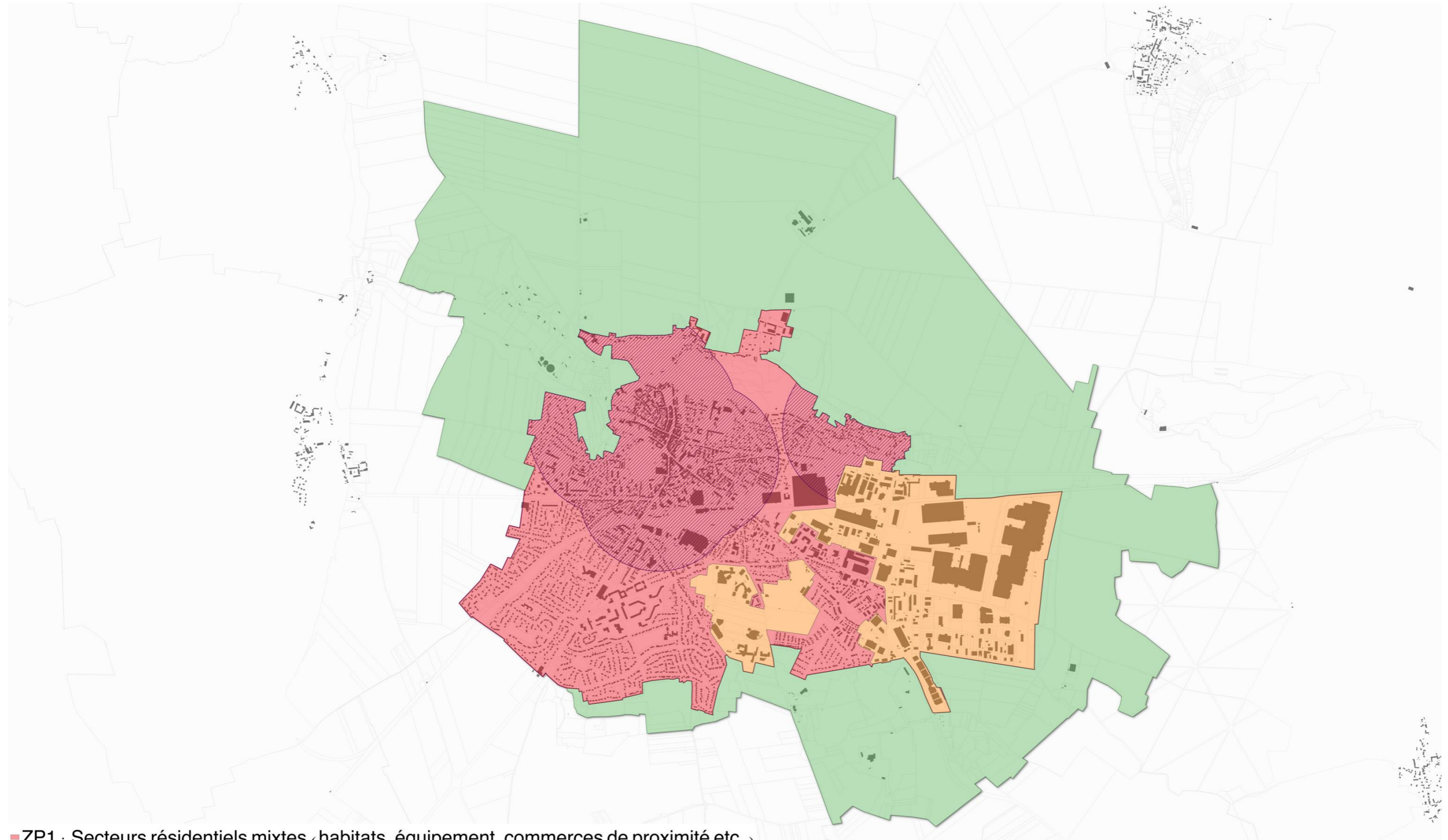
Ces règles permettent la suppression ou modification d'une dizaine de support (certains déjà non-conformes au Code de l'environnement).

Enfin, la commune a souhaité encadrer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines comme le permet la loi Climat et Résilience depuis août 2021. Ainsi, ces supports sont soumis à la plage d'extinction nocturne et sont limités à 2m² de surface cumulée par activité et 1 m² de surface unitaire. L'objectif étant de laisser une marge de manœuvre suffisante aux acteurs économiques locaux pour utiliser ce type de support.

L'ensemble du projet de RLP implique la suppression ou modification de plus de la moitié des supports présents sur la commune (certains déjà non-conformes au Code de l'environnement).

Ils convient de rappeler que les dispositions nationales relatives au Code de la Route ou à toutes autres réglementations annexes continuent de s'appliquer aux supports de publicité extérieure (accessibilité, sécurité, etc.).

Plan de zonage du règlement local de publicité (RLP) de Crépy-en-Valois



- ZP1 : Secteurs résidentiels mixtes (habitats, équipement, commerces de proximité etc.)
- ZP2: Zones d'activités
- ZP3 : Espaces situés hors agglomération
- ▨ Périmètres des monuments historiques en agglomération
- Bâti
- Parcelles
- ▭ Limites communales

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdit **sur l'ensemble du territoire** l'installation de toute enseigne y compris temporaire, sur :

- la végétation (arbres, autres plantations) ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique ;
- les poteaux de télécommunication ;
- les installations d'éclairage ;
- les équipements concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les garde-corps et les barres d'appui de fenêtre, balcon, balconnet ou baie ou tout autre mode de fermeture.

Les **bâches** sont également interdites, sauf lorsqu'elles signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois.

Les enseignes sur auvents et marquises sont autorisées **sur l'ensemble du territoire** uniquement sur la face avant de l'auvent ou de la marquise et avec des lettres ou signés découpés sans panneau de fond pour garantir une meilleure insertion de ces supports dans leur environnement proche et lointain.

Les prescriptions encadrant les enseignes en façades doivent permettre leur bonne intégration et la mise en valeur des bâtiments sur lesquels ces enseignes sont installées. Ces règles s'appuient sur le précédent RLP de la commune et les prescriptions de l'Architecte des Bâtiments de France afin de disposer d'un document parfaitement cohérent avec les textes et pratiques existantes ou ayant existé. Sur **l'ensemble de la commune**, les **enseignes parallèles** doivent donc respecter les règles suivantes :

- Lorsque l'activité est située exclusivement en rez-de-chaussée, les enseignes parallèles au mur ne peuvent être implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage, sauf impossibilité technique ou architecturale.
- Les enseignes sur les baies, à l'exception des horaires d'ouverture et de fermeture de l'activité, sont interdites sauf s'il s'agit de l'unique moyen de signaler l'activité.

Outre ces prescriptions, **l'enseigne parallèle** répond à des règles de qualités esthétiques plus strictes **en ZP1** :

- Elle ne peut dépasser la largeur d'une baie ;
- Elle doit être réalisée avec des lettres peintes en façade, avec des lettres ou signes découpés ou sur un panneau de fond transparent.

Les **enseignes perpendiculaires** font également l'objet de prescriptions spécifiques afin d'améliorer leur intégration paysagère notamment sur le centre-ancien. **Sur l'ensemble de la commune**, les enseignes perpendiculaires doivent donc respecter les règles suivantes :

- Limitation en nombre à une par façade d'une même activité ;

Outre ces prescriptions, **l'enseigne perpendiculaire** répond à des règles de qualités esthétiques plus strictes **en ZP1** :

- Lorsque l'activité n'est pas située exclusivement en étage, elle doit être implantée au même niveau que l'enseigne parallèle au mur principale (sauf impossibilité technique ou architecturale) ;
- Elle ne doit pas constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 0,80 mètre ;
- Elle ne doit pas excéder 0,8m² ;
- Elle doit être réalisée, si possible, avec potence en fer forgé.

En ZP2, les enseignes perpendiculaires sont limitées à 1m² et ne doivent pas constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 0,90 mètre.

Ces règles d'implantation et de format ont pour but de préserver l'harmonie des ensembles bâtis dans des espaces bénéficiant d'une identité architecturale et patrimoniale à (ré)affirmer, notamment en centre-ancien et en ZP1, sans pour autant délaisser les enjeux existants en ZP2 et ZP3.

Les **enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont autorisées dans la limite 1,5m de hauteur au sol maximum et d'une seule par voie bordant l'activité **en ZP1**, contre 2 **en ZP2**. Cette règle permet de limiter le nombre d'enseigne de ce type tout en tenant compte des besoins de signalisation accrue dans les espaces d'activités (livraison, entrée, sortie, drive, etc.).

En ZP1, les enseignes supérieures à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites sauf si elles signalent une station-service, dans la limite de 6m² et 6m de hauteur au sol. Cette interdiction permet de préserver l'ensemble de la ZP1 et de favoriser l'installation d'enseigne en façade.

En ZP2, les enseignes supérieures à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 6m² et 6m de hauteur au sol. Cette limitation s'accorde avec les règles nationales applicables dans les communes limitrophes, comptant toutes une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Cette règle permet également de limiter de moitié l'impact de ces enseignes vis-à-vis des règles nationales (jusqu' 10,5m²⁶⁰).

En ZP1, les enseignes sur clôture sont interdites sauf si elles signalent une activité située en retrait de la voie publique ou si elles signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Lorsqu'elles sont autorisées, elles sont limitées à une seule par voie bordant l'activité et à 1m². Cette règle permet de limiter les dispositifs peut qualitatifs tout en permettant aux activités d'avoir une alternative pour se signaler dès lors qu'elles ne peuvent bénéficier d'une visibilité suffisante avec une enseigne installée en façade.

En ZP2, les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement sur clôtures aveugles, sauf si elles signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Lorsqu'elles sont autorisées elles sont limitées à une seule par voie bordant l'activité et à 2m². Cette règle permet d'encadrer l'utilisation des enseignes sur clôture et d'éviter les installations anarchiques. Cette limitation permet pour autant l'utilisation des enseignes sur clôture pour certaines activités.

En ZP2, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées dans la limite d'une seule par activité, 30m² et 1m de hauteur maximum. Ces enseignes voient leur surface réduire de moitié par rapport à la surface maximale du Code de l'environnement. Leur hauteur et leur nombre sont également limités afin qu'un recours limité à ces enseignes soit opéré. En effet, il n'est pas rare que ces enseignes soient utilisées sur des bâtiments hauts pouvant accueillir une enseigne parallèle sans remettre en cause la visibilité de l'activité.

Dans un souci de limiter la **pollution lumineuse** et de réaliser des économies d'énergie, les enseignes lumineuses sont éteintes entre 22h et 7h. Cette plage d'extinction nocturne ne s'applique pas aux activités en cours entre ces heures (exemple, restaurant, bar, boîte de nuit ou encore boulangerie ou cinéma qui accueille du public durant ces heures). Cette plage d'extinction nocturne s'applique à l'ensemble du territoire. **En ZP1, les enseignes numériques** sont à ce titre interdites sauf si elles permettent de signaler un service d'urgence, une pharmacie ou une station-service. Si elles sont autorisées, elles sont limitées à une

⁶⁰ Conformément au décret du 30/10/2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes.

seule par activité et 1m². Elles sont autorisées sans distinction d'activités **en ZP2** dans la limite d'une seule par activité et 1m² également. L'objectif de ces règles est de permettre aux activités locales de pouvoir bénéficier de ce mode de communication tout en l'encadrant grâce à des formats, limitations en nombre, et à une plage d'extinction nocturne renforcés.

Sauf mention contraire, les enseignes temporaires sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes permanentes pour harmoniser l'insertion paysagère de ces supports.

Enfin, la ZP3 est soumise aux mêmes dispositions que la ZP2, à l'exception des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu qui sont interdites hors agglomération.

Annexe : Tableau des abréviations utilisées

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