

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

RAPPORT DE PRÉSENTATION

Mars 2019



INTRODUCTION

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

Les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLPi). A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document. La ville de Lamorlaye est compétente pour élaborer un RLP puisque la communauté de commune de l'aire cantilienne, à laquelle elle appartient, ne détient pas la compétence en matière de PLU.

Le décret du 30 janvier 2012 prévoit qu'un RLP est constitué au moins par :

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

Il est précisé que le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune.

Prenant en compte les secteurs à forts enjeux environnementaux, architecturaux ou paysagers et l'harmonisation sur le territoire, il explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.



PARTIE 1

LES OBJECTIFS DU RLP DE LAMORLAYE

Le conseil municipal a prescrit, par délibération en date du 13 décembre 2017, l'élaboration d'un règlement local de publicité. Cette délibération fixe les objectifs suivants :

- déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans le parc naturel régional tout en préservant la qualité de l'environnement ;

- fixer des règles esthétiques pour l'installation des enseignes dans le centre-ville ;

- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale.



PARTIE 2

LE CONTEXTE TERRITORIAL ET LES ENJEUX

2.1. SITUATION ET DESCRIPTION DE LA COMMUNE

Localisée dans le sud département de l'Oise, la ville de Lamorlaye se trouve à 35 kilomètres au nord de Paris.

Le territoire communal s'étend sur 1534 hectares, dont les ¾ sont occupés par le « lotissement du Lys ». Cette partie de la forêt présente la particularité d'être lotie en de grandes parcelles qui laissent une large place aux boisements. Cependant, le tissu urbain le plus dense s'est développé autour du centre ancien à l'est du territoire communal. L'identité de la commune est également très marquée par l'activité hippique.



COMMUNAUTE DE COMMUNES DE L'AIR CANTILIENNE

La population municipale de la commune est de 8 918 habitants (INSEE, population légale au 01/01/16) Lamorlaye fait partie de la communauté de communes de l'aire cantilienne comprenant 11 communes et dont le siège est Chantilly.

La commune de Lamorlaye est particulièrement liée aux communes de Gouvieux et de Chantilly du fait de la continuité urbaine, du poids démographique qu'elles regroupent et des installations hippiques partagées.

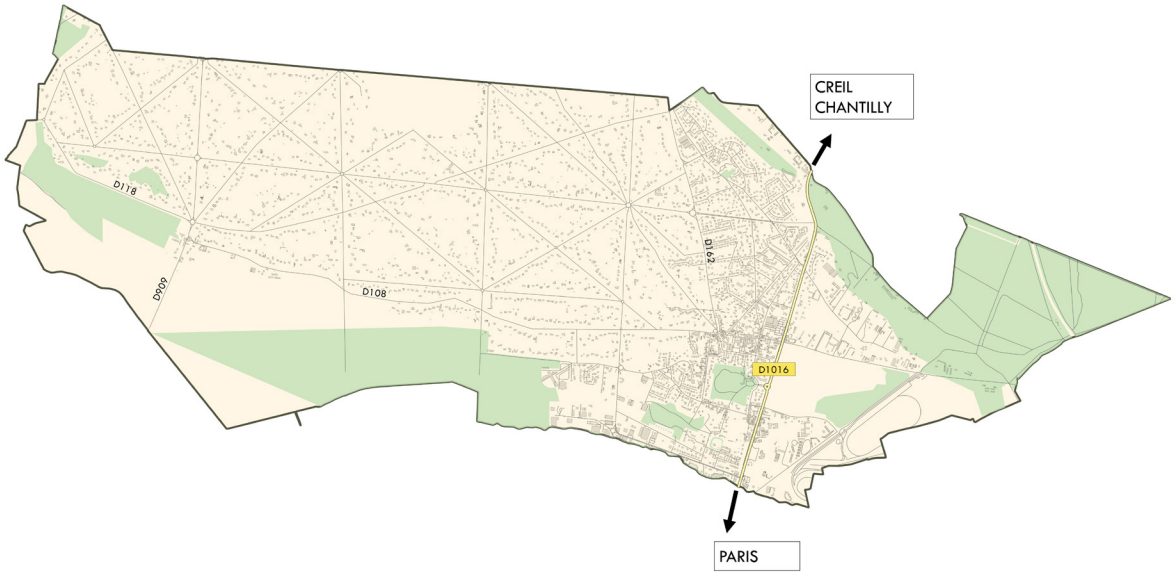
2.2. LES AXES STRUCTURANTS

Lamorlaye est la première ville de l'Oise en venant de Paris par la RD 1016. Celle-ci représente l'axe principal de la commune et mène à Chantilly vers nord.

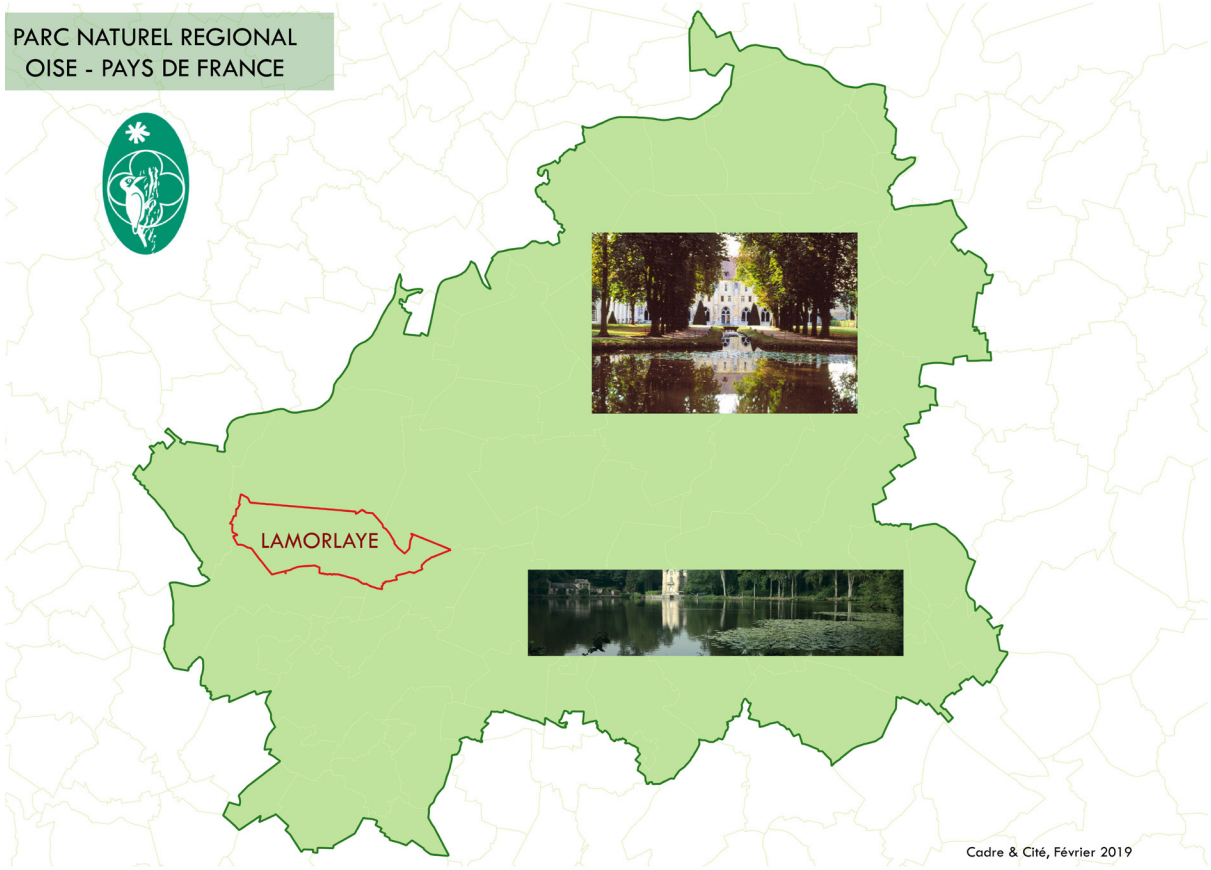
La commune est desservie par les axes routiers suivants :

- la RD1016, anciennement RN16, borde le centre-ville et permet de rejoindre Paris, Creil, Beauvais et Amiens ;
- la RD924, à l'ouest de la commune, permet d'une part de rejoindre Chambly, où est localisé un échangeur avec l'A16 et d'autre part Senlis, où se situe un échangeur avec l'A1 ;
- la RD 909 (avenue de Viarmes) traverse le hameau du Lys et la forêt du Lys dans le sens nord /sud ;
- la RD 118 (avenue Charles de Gaulle) traverse le territoire d'Est en ouest ;
- la RD162 (avenue de Gouvieux) relie le centre-ville de Lamorlaye à Gouvieux.

LES AXES STRUCTURANTS



Cadre & Cité, Février 2019



2.3. LE PATRIMOINE NATUREL

Le parc naturel régional Oise – Pays de France

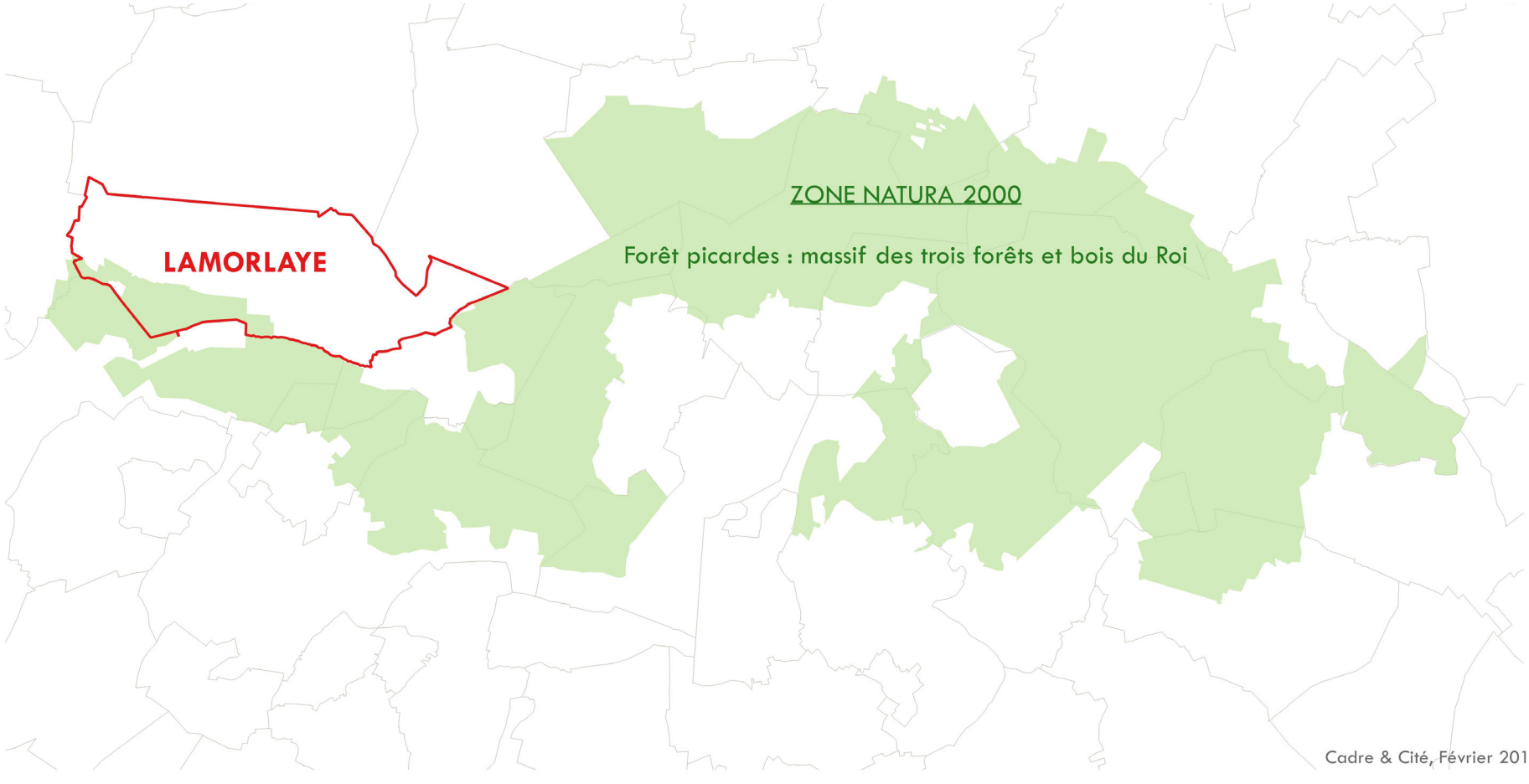
Lamorlaye est entièrement intégrée au parc naturel régional Oise – Pays de France. Celui-ci s'étend sur 60 000 hectares, regroupe 59 communes et comptabilise 110 000 habitants.

Véritable poumon vert du nord de Paris, il conserve un caractère essentiellement rural, à dominante forestière et agricole. Le PNR est un territoire habité et vivant dont les richesses naturelles, culturelles et humaines sont notoires mais fragiles.

La zone Natura 2000 - Forêt picardes : massif des trois forêts et bois du Roi

Vaste complexe forestier de la couronne verte parisienne réunissant les forêts d'Halatte, Chantilly, Ermenonville et bois du Roi, le site présente une diversité exceptionnelle d'habitats forestiers de très haute valeur patrimoniale.

L'emprise de la zone Natura 2000 sur la commune de Lamorlaye est minime et ne concerne que la partie sud de la ville. Très peu d'axes routiers et aucune habitation ne se trouve dans la zone protégée, sur le territoire communal de Lamorlaye. Celle-ci n'aura donc qu'un faible impact sur le futur règlement local de publicité.

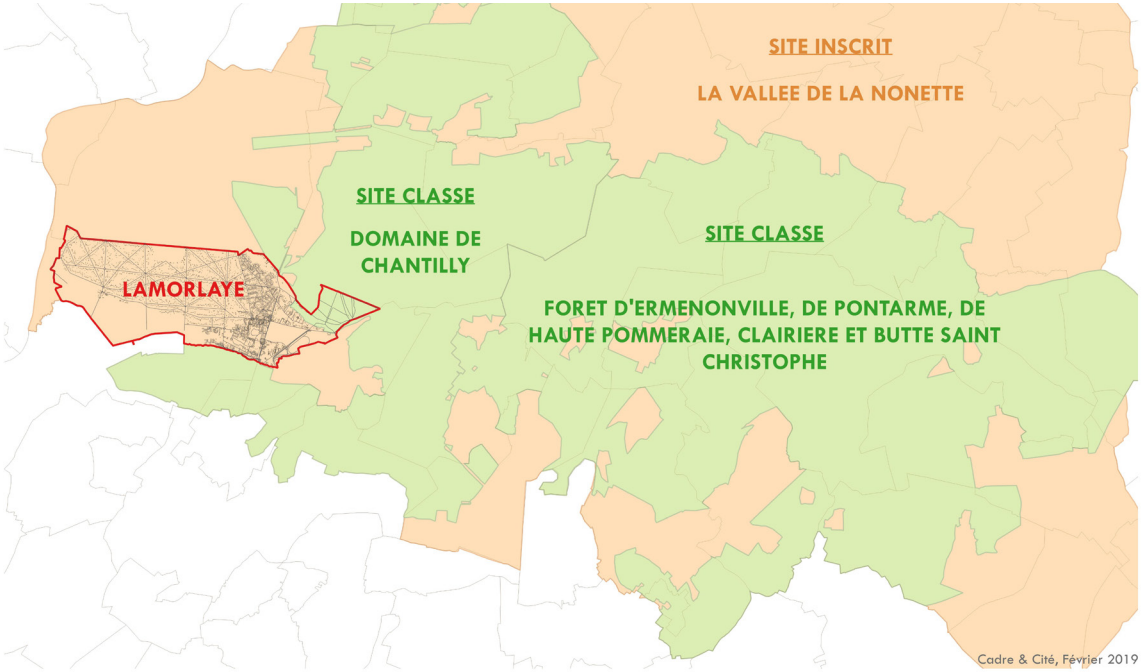


Les sites inscrits et classés

La quasi-totalité du territoire communal de Lamorlaye se trouve dans le site inscrit de la vallée de la Nonette.

Le site classé du domaine de Chantilly couvre une petite partie de la commune à l'est. Le domaine, vaste de 7830 hectares comprend principalement le château de Chantilly et la forêt de Chantilly, mais aussi des propriétés, des bâtiments dont plusieurs classés au titre des monuments historiques, de terres agricoles et de terrains de golf.

L'emprise des sites inscrits et classés sur la commune de Lamorlaye reflète l'intérêt et l'importance du patrimonial naturel de la commune.





Localisation des monuments historiques autour de Lamorlaye

Cadre & Cité, Février 2019

2.4. LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL

La ville de Lamorlaye ne possède aucun monument historique sur son territoire.
Elle est faiblement impactée par les périmètres de protection d'un rayon de 500 mètres autour des monuments historiques localisés dans les communes voisines.

2.5. LA ZONE D'ACTIVITÉS DE LA SEIGNEURIE

En bordure de la voie du même nom, en limite sud de la commune, diverses activités de moyenne surface sont implantées de façon linéaire, sur 1 km environ.
Il s'agit aussi bien de distribution alimentaire et non alimentaire que d'activités artisanales ou de petite industrie.
La taille des bâtiments reste modeste et leur architecture banale.

Ci-dessous divers aspects de la zone :







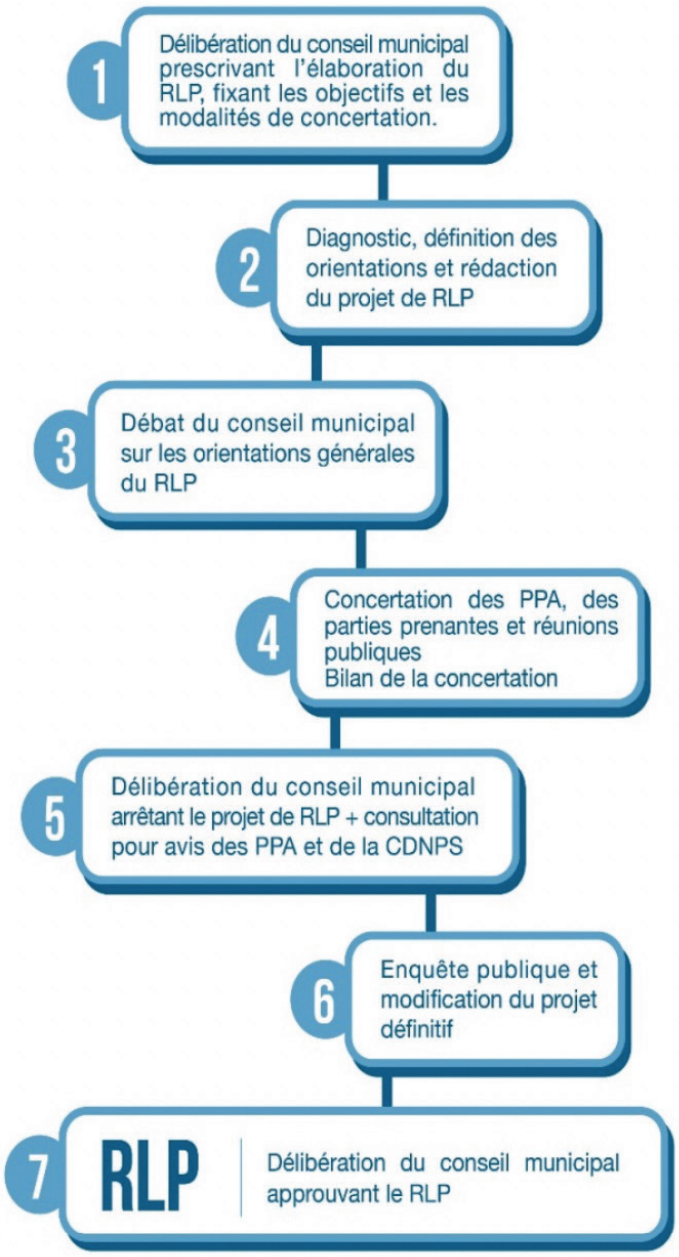
2.6. SYNTHÈSE DES ENJEUX

La haute qualité du patrimoine naturel est valorisée par les nombreux outils de protection détaillés dans la partie précédente. Le classement en site inscrit et l'appartenance au PNR interdisent a priori la publicité.

Le centre-ville présente un aspect villageois traditionnel qui assure la douceur de vivre des Morlacuméens. La RD 1016, très fréquentée et bordée de commerces est, pour ceux qui traversent la ville, la seule image de la commune.

Dans ces lieux, la publicité, si elle est admise, doit être discrète et les enseignes doivent être harmonisées et intégrées à l'architecture.

La zone d'activités de la Seigneurie, en retrait des axes principaux, a une incidence moins importante sur l'image de la commune.
Néanmoins, lune orchestration des enseignes ne peut qu'améliorer la lisibilité des entreprises.



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

PARTIE 3

LA PROCEDURE D'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

3.1. LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur celle du plan local d'urbanisme (PLU).

La délibération prescrivant l'élaboration du règlement de publicité du 13 décembre 2017 a défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLP (Art. L. 123-6 du Code de l'urbanisme). Celles-ci revêtent la forme suivante :

- diffusion des documents d'étude mis à jour régulièrement sur le site de la ville de Lamorlaye ;
- mise à disposition du public, pendant toute la durée de l'élaboration du projet du règlement local de publicité, d'un dossier comprenant les études mis à jour au fur et à mesure de leur avancement, consultable en mairie ;
- mise à disposition à l'accueil de la mairie d'un registre sur lequel le public pourra porter ses observations écrites ;
- organisation d'une réunion publique ;
- organisation de réunions avec les personnes publiques associées et les personnes concernées.

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

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

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, il entre en vigueur.

Le RLP est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implantent ou sont modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais n'est exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son entrée en vigueur que deux ans plus tard (art. R. 581-88 du Code de l'environnement)
et six ans plus tard pour les enseignes (art. L. 581-43 du Code de l'environnement).

Les dispositifs non-conformes au RNP ne disposent d'aucun délai.

3.2. LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DU RLP

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

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

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

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

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres (secteurs hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du Code de l'environnement) identifiés dans le rapport de présentation et le règlement. A ceci s'ajoute l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le document graphique les matérialisant.

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, la structure en elle-même constitue une publicité.
Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut donc générale.

Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :
- leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, sur bâches, publicité apposée sur du mobilier urbain) ;
- leur taille ;
- leur caractère lumineux ou non.



Publicité apposée sur abri-voyageur



Mobilier urbain pouvant accueillir une publicité

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3 du Code de l'environnement). Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

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



Enseignes en façade



Enseignes perpendiculaires



Enseigne scellée au sol



Préenseigne (illégale)

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L. 581-3 du Code de l'environnement).
En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Toutefois, parmi les préenseignes, existent des préenseignes dites « dérogatoires » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération.

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

• les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
• les activités culturelles ;
• les monuments historiques ouverts à la visite.
Toutes les préenseignes situées hors agglomération signalant d'autres activités sont illégales depuis le 13 juillet 2015.

Les dispositifs ne relevant pas du RNP

D'autres formes de publicité extérieure ne sont pas visées par le RNP et ne peuvent donc être réglementées par un RLP.
- La publicité apposée sur les véhicules de transport en commun ou sur les taxis, les dispositifs à l'intérieur des galeries marchandes n'entrent pas dans le champ du Code de l'environnement.
- La signalisation d'intérêt local (SIL) relève du Code de la route.
- Les divers panonceaux d'information non commerciale, touristique par exemple, ne sont pas concernés. De la même manière, les journaux lumineux d'information, dont les messages sont exclusivement dédiés à l'information citoyenne, ne sont pas soumis aux dispositions du Code de l'environnement.



Un journal électronique d'information



La signalisation d'information locale



Information non commerciale





Panneaux d'entrée (EB10) et de sortie (EB20) d'agglomération

3.4. LES LIMITES D'AGGLOMÉRATION

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

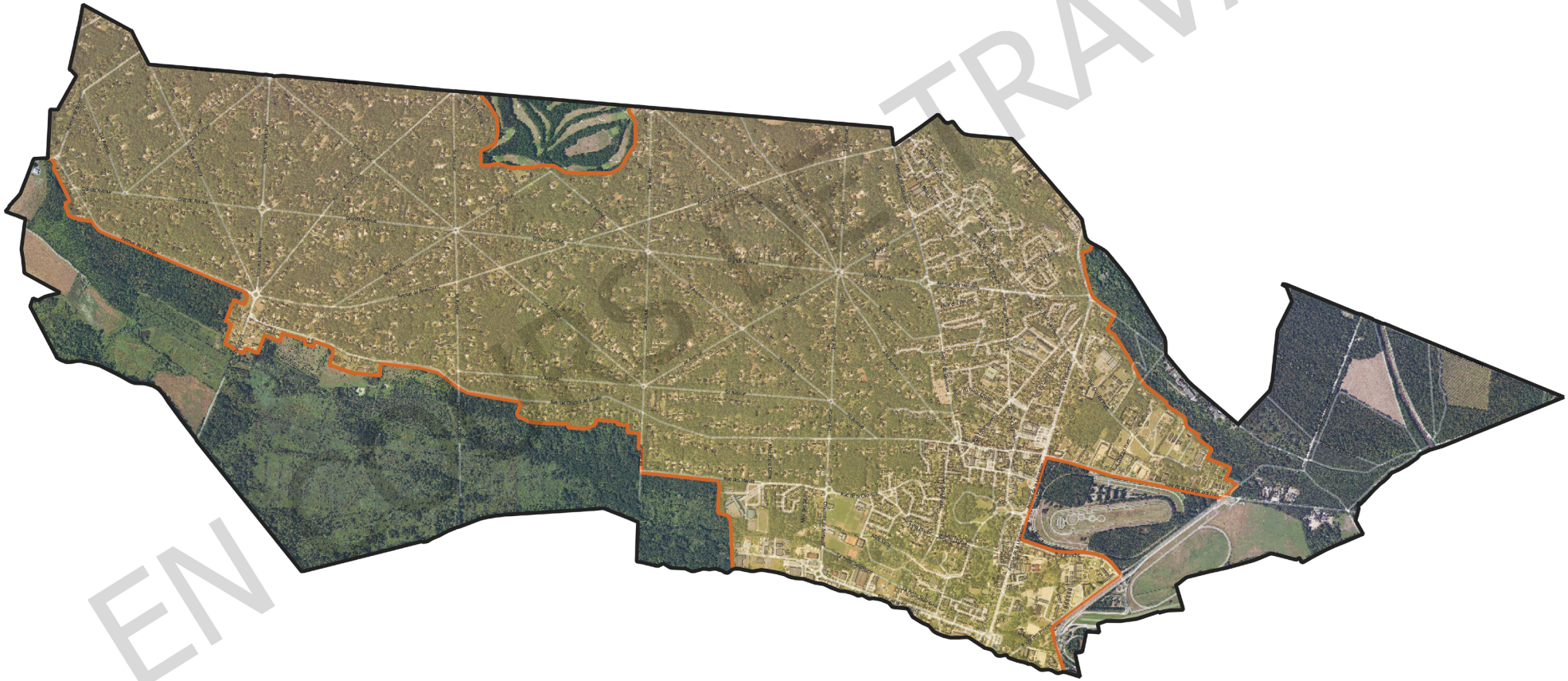
L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du Code de la route : *« Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. »*

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

LAMORLAYE

Le territoire aggloméré

EN TRAVAIL



Zone agglomérée

Hors agglomération

Limite communale

N

0 500 1000 m

Cadre & Cité, Novembre 2018

PARTIE 4

LE DIAGNOSTIC

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

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

Elle s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les objectifs de la commune tels qu'ils ont été fixés par la délibération du 13 décembre 2017.

4.1. LES RÈGLES DU RNP APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE LAMORLAYE

L'appartenance au parc naturel régional Oise-Pays de France implique l'interdiction de la publicité quelle que soit sa nature et sa surface.

Si la publicité est admise par le RLP, elle doit tenir compte de la population totale de Lamorlaye, qui est de 9 162 habitants (INSEE, population au 1er janvier 2019). Lamorlaye est une commune de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Par conséquent, les règles pour la publicité extérieure suivent le régime des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Commune de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	

Publicité (soumise à déclaration)	
murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures de surface < à 0,50 m^2)	< à 4 m^2
	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
	hauteur < à 6 m
	bas du dispositif à plus de 0,5 m du sol
scellée au sol	Interdite
numérique	Interdite
en toiture	Interdite
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
bâches publicitaires	Interdite
petit format	surface unitaire < à 1 m^2 surface cumulée < à 1/10^{e} de la devanture commerciale dans la limite de 2 m^2
mobilier urbain	< à 2 m^2

Enseigne (soumise à autorisation)	
sur façade (à plat + perpendiculaire)	25 % de la façade si < à 50 m^2 ou 15 % de la façade si > à 50 m^2
à plat	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
perpendiculaire	saillie < à 1/10ème de la distance séparant les deux alignements de la voie publique sans excéder 2 m
scellée au sol	1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble si surface > à 1 m^2
	hauteur < à 6,5 m si largeur > à 1 m ou hauteur < à 8 m si largeur < à 1 m
	< à 6 m^2
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
clignotantes	interdites à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence
sur toiture	lettres découpées dissimulant leurs fixations surface cumulée < à 60 m^2 hauteur < à 3 m si hauteur bâtiment < à 15 m ou hauteur < à 6 m si hauteur bâtiment > à 15 m

Préenseignes dérogatoires (hors agglomération)	
largeur < à 1,5 m hauteur < à 1 m	activité en relation avec la vente ou la production de produits du terroir = 2
	monuments historiques ouvert à la visite = 4

En matière de publicité :

Les principales règles sont
- surface limitée à 4 m² sur mur ;
- mobiliers urbains limité à 2 m² ;
- dispositifs scellés au sol interdits ;
- dispositifs numériques, bâches publicitaires interdites

En matière d'enseignes : Tous les types d'enseigne peuvent être installés sous réserve de respecter les limites fixées par le RNP.

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

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

Les enseignes scellées au sol ont une surface limitée à 6 m2. Une seule est autorisée par voie bordant l'établissement.

4.2. ANALYSE DE LA SITUATION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE AU REGARD DU RNP

4.2.1. Publicité

Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée à son territoire, l'ensemble du territoire communal a été analysé.
Un recensement de la publicité a été réalisé en janvier 2018, recueillant sur le terrain toutes les caractéristiques de l'affichage publicitaire.
Deux dispositifs sont installés sur des propriétés privées. Il s'agit de préenseignes scellées au sol d'une surface unitaire de 1,5 m².
Elles sont illégales puisque la commune est en PNR.





Deux dispositifs comprenant chacun 9 lames sont installés sur le domaine public et indiquent des entreprises locales. Il ne s'agit pas de signalisation d'information locale et ils sont donc illégaux.



7 mobiliers urbains comportent une publicité, illégale.



Il est à noter qu'à une exception près, l'état d'entretien du mobilier urbain est très mauvais.

4.2.2. Enseignes

Un repérage détaillé qualitatif sur l'agglomération en matière d'enseignes a été réalisé, permettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans l'environnement.

Les enseignes peuvent être distinguées en fonction de trois secteurs de la ville :

- le bourg ;
- la zone d'activités de la Seigneurie ;
- la RD 1016

Dans le bourg, la majorité des enseignes est bien intégrée aux bâtiments sur lesquels elles sont apposées. Une bonne intégration se caractérise par :

- l'installation des enseignes dans l'espace commercial, notamment sans empiéter sur les étages supérieurs (exemple n°1) ;
- l'utilisation de lettres découpées (exemple n°2) qui laissent voir le revêtement de la façade et ses éventuels éléments de modénature ;
- la limitation du nombre d'enseignes perpendiculaires (une par établissement) et leur recherche esthétique (exemple n° 3) ;
- l'usage modéré des enseignes scellées au sol (exemple n°4) ;
- une occultation partielle des vitrines (exemple n°5).



Exemple n°1 : enseigne en rez-de-chaussée laissant libre les étages



Exemple n° 2 : lettres découpées permettant de voir les matériaux



Exemple n° 3 : enseigne unique, esthétique soignée



Exemple n°4 : enseigne scellée au sol de petite dimension



Exemple n°5 : Occultation importante de la surface de vitrine



La surface des enseignes est inférieure à 15 % de la surface de la façade



Une enseigne aux dimensions restreintes, parfaitement visible.

Dans la zone d'activité de la Seigneurie, la règlementation nationale est généralement respectée.

En particulier, la règle de pourcentage entre la surface cumulée des enseignes et la surface de la façade (article R.581-63 du Code de l'environnement) est assez bien appliquée.

Quelques enseignes en toiture ne respectant pas la règlementation (pas de lettres découpées) ont été observées.

Afin d'assurer la lisibilité de la zone, la surface des enseignes scellées au sol pourrait être limitée.

L'utilisation des clôtures est assez fréquente et dévalorise le cadre de vie : les murs de clôtures et les clôtures sont des éléments structurants du paysage, qu'il convient de laisser vierge de toute inscription.





Enseignes sur clôtures

La RD 1016 est la vitrine de Lamorlaye. Dans sa partie centrale, elle est composée de bâtiments traditionnels, occupés par de nombreux commerces, qui lui donnent un aspect accueillant. Une plus grande harmonisation des enseignes ne peut que mettre en valeur son image.

En particulier, les enseignes scellées au sol pourraient être contenues dans un même gabarit, afin d'obtenir un effet d'alignement, comme c'est le cas des éclairages publics par exemple.







Plus qu'ailleurs, la qualité de l'architecture doit être préservée, en particulier les étages doivent être dénués d'enseignes.

PARTIE 5

LES ORIENTATIONS

Au vu des objectifs fixés par la commune et des éléments du diagnostic, les préconisations suivantes ont été définies et débattues :
Les zones couvriront la totalité du territoire aggloméré.

En matière de publicité et de préenseignes :

- afin de répondre, notamment aux besoins des habitants, touristes, entreprises, aux besoins culturels, à la nécessaire animation de la vie locale, définir les conditions d'installation du mobilier urbain publicitaire.

En matière d'enseignes :

- réglementer les dimensions des enseignes scellées au sol ;
- définir la hauteur des enseignes en toiture ;
- exiger une qualité d'enseignes : matériaux, éclairage, type d'installation ;
- mettre en cohérence la charte des devantures et des règles d'enseignes, déterminer le nombre d'enseignes par établissement, privilégier les lettres découpées, maîtriser l'utilisation des clôtures ;
- encadrer les dimensions des enseignes numériques ;
- fixer les horaires d'extinction pour les dispositifs éclairés.

PARTIE 6

L'EXPLICATION DES CHOIX

Sur la base des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux se rapportant à chaque lieu et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, les choix suivants ont faits :

1. LES PUBLICITÉS

La ville souhaite apporter un service aux usagers du domaine public en y installant des mobiliers urbains dont la vocation est :

- soit d'abriter les utilisateurs des transports en commun ;
- soit d'informer le public (habitants et visiteurs) des manifestations culturelles et sportives, des animations sociales et de la vie des associations.

Pour ce faire, le règlement local de publicité accepte les publicités sur mobilier urbain, dans les conditions prévues par les articles R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement. Une surface maximum et une hauteur maximum ont été arrêtées.

En application de la règle nationale, la densité des publicités sur les mobiliers urbains n'est pas définie. En effet, ceux-ci sont installés sur le domaine public, avec l'autorisation au cas par cas de son gestionnaire, qui en a donc la parfaite maîtrise. Il peut advenir que deux mobiliers urbains relativement proches soient nécessaires (deux abris, deux informations), et qu'à l'inverse ceux-ci ne présentent pas d'utilité sur de longs linéaires.

Afin de respecter l'inscription de la commune dans le parc naturel régional, aucune autre forme de publicité n'est admise, hormis la publicité sur les palissades de chantier qui ne peut être interdite en application de l'article L.581-14 alinéa 4 du code de l'environnement.

2. LES ENSEIGNES

Deux zones ont été identifiées, où les prescriptions sont différentes pour les enseignes. Compte-tenu de leur sensibilité patrimoniale, le centre-ville (dont les abords de la RD 1016) et les zones résidentielles nécessitent le traitement des enseignes, afin que celles-ci participent à la mise en valeur de l'architecture.

2.1 Prescriptions applicables sur l'ensemble du territoire.

Le RNP est complété par les règles suivantes :

- il est posé en principe que l'enseigne ne doit pas nuire au cadre de vie, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux etc. Ainsi, l'instruction des demandes d'autorisation peut s'appuyer sur le respect des normes du RNP et du RLP, mais peut aussi apprécier de l'intégration du projet dans le cadre de vie.

- les enseignes sur clôture ou mur de clôture sont interdites. Une possibilité est toutefois laissée pour une enseigne inférieure à 1 m² afin de permettre la signalisation d'une activité installée en retrait de la voie, d'une entreprise artisanale etc. ; Le nombre est limité à une enseigne par établissement.

- la durée d'apposition des enseignes temporaires est réduite, afin de favoriser l'activité commerciale sans que la ville soit envahie continuellement de banderoles et calicots. Les enseignes temporaires liées aux opérations immobilières sont limitées en nombre, la surcharge donnant une image négative ;

- Les autocollants sur les vitrines ne doivent occulter que partiellement celles-ci, principalement pour préserver l'aspect commerçant et convivial de la ville ;

- les enseignes numériques sous toutes leurs formes, indésirables dans un parc naturel régional, sont interdites.

- Afin de réduire la facture énergétique et pour préserver la quiétude des habitants, les horaires d'extinction sont portés de 23 heures à 7 heures (contre 1 heure/6 heures pour le RNP).

2.2 Prescriptions relatives aux enseignes hors centre-ville

La règle de proportion entre la surface cumulée des enseignes par rapport à la façade ou la limitation des enseignes scellées au sol à 1 dispositif par voie ont renforcé en 2012 les prescriptions nationales et assurent dans les zones d'activités un niveau de protection satisfaisant.

Le RLP ajoute des prescriptions pour les enseignes scellées au sol et pour les enseignes en toiture, dont les conséquences sur le paysage sont démontrées. La surface des enseignes est limitée à 4 m², et leur hauteur à 4 mètres.
Les enseignes en toiture sont limitées à 3 mètres par le règlement national, ce qui est excessif en regard de la hauteur des bâtiments de Lamorlaye. Elle est donc réduite à 1,50 mètre.

D'autre part, la trame des bâtiments doit être respectée. Ainsi, dans le cas où une activité s'exerce sur plusieurs bâtiments contigus, une enseigne qui s'étend sur l'ensemble des bâtiments ne peut être installée.

Au regard du bâti et de l'urbanisme aucune mesure complémentaire de nature à améliorer le cadre de vie ne se justifie dans cette zone.

2.3 Prescriptions relatives aux enseignes en centre-ville et aux abords de la RD 1016

La bonne qualité architecturale des lieux impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. Les prescriptions retenues sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de couleurs ou de typographie, afin de pouvoir permettre une adaptation des enseignes au plus près de leur contexte et de faciliter l'instruction au cas par cas des demandes d'autorisation.

- Le nombre d'enseigne à plat sur le mur est limité à 1 par établissement et par voie. Toutefois, afin de garantir une bonne intégration aux devantures, la possibilité est laissée aux enseignes de pouvoir être placée au-dessus de chaque vitrine ;

- L'enseigne doit être cantonnée au rez-de-chaussée des établissements, afin de respecter les lignes horizontales de la composition de l'immeuble. Dans le cas des activités en étage, et toujours pour ne pas dénaturer les lignes directrices du bâtiment, l'enseigne s'inscrit dans la largeur des baies. Cette mesure concerne aussi bien les établissements dont l'activité ne s'exerce qu'en étage que ceux dont l'activité en rez-de-chaussée se poursuit en étage (un restaurant ayant une salle au premier étage par exemple) ;

- Toujours pour protéger les décorations des bâtiments, les enseignes sur balcon, balconnet, auvent etc. sont proscrites. Les lettres découpées, qui laissent perceptibles les matériaux qui composent la façade du bâtiment et les éventuels éléments de décoration, sont exigées sur les murs en pierres apparentes ou présentant des éléments de modénature ;

- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol créent un obstacle visuel susceptible d'affecter les perspectives. Elles ne se justifient que pour les établissements situés en retrait des voies. Une seule enseigne peut être autorisée par établissement, dont la surface doit être comprise entre 1 et 2 m² et la hauteur inscrite dans une bande comprise en 3 et 4 mètres, assurant ainsi un alignement ;

- Les caissons lumineux et les enseignes en toiture sont interdites, incompatibles avec le caractère architectural des lieux et risquant d'affecter les perspectives.



LAMORLAYE

LA VILLE PARC AUX PORTES DE PARIS