

# Règlement Local de Publicité

Pièce n° 1 :

Rapport de présentation

Délibération de prescription de la révision du RLP : 18/09/2013

Délibération sur le débat des orientations : 16/12/2020

Délibération d'arrêt du RLP : 08/07/2021

Enquête publique : 16/11/2021 au 17/12/2021

Délibération d'approbation : 14/03/2022

Chapitre 1 : Préambule.....	4
I.    Cadre et définitions .....	4
1.  Contexte législatif et réglementaire.....	4
2.  Le zonage du RLP .....	5
3.  Pourquoi réviser le RLP sur la commune de Senlis.....	6
4.  Contenu du RLP .....	6
5.  Les principales définitions .....	7
Chapitre 2 : Contexte territorial .....	12
I.    Démographie.....	12
II.   Paysage et patrimoine.....	13
1.  Contexte général .....	13
2.  Contexte naturel.....	15
3.  Contexte patrimonial.....	16
III.  Réseau viaire .....	19
IV.  Voies ferrées.....	20
Chapitre 3 : Le cadre règlementaire de la commune de Senlis.....	21
I.    Le seuil démographique d’agglomération.....	21
II.   Les périmètres environnementaux et urbains.....	22
1.  Le périmètre d’agglomération.....	22
2.  Les périmètres environnementaux réglementaires.....	24
3.  Le patrimoine remarquable : paysages naturels et urbains.....	24
4.  Les abords des autoroutes, voies express, déviation.....	28
Chapitre 4 : Les arrêtés réglementant la publicité, les pré-enseignes et les enseignes .....	29
Chapitre 5 : Diagnostic des publicités et enseignes du territoire .....	30
I.    Secteurs à enjeux.....	30
1.  Centre ancien .....	30
2.  Routes départementales .....	31
3.  Zones d’activité .....	32
4.  Secteurs résidentiels .....	34
II.   Non conformités au Code de l’Environnement.....	35
1.  Les publicités .....	35
2.  Les enseignes.....	36
Chapitre 6 : Orientations.....	37
Chapitre 7 : Justification des choix retenus.....	42

I.	Motifs de délimitation du zonage .....	42
1.	ZP0 – Site Patrimonial Remarquable .....	42
2.	ZP1 – Zones résidentielles et polarités secondaires.....	42
3.	ZP2 – Zone d’activités économiques .....	42
4.	ZP3 – Routes départementales .....	43
II.	Correspondance avec les orientations .....	44
III.	Choix retenus pour la partie réglementaire .....	44
1.	Réglementation des publicités et pré-enseignes .....	44
2.	Réglementation des enseignes.....	48

# Chapitre 1 : Préambule

## I. Cadre et définitions

### 1. Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions. Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Type de dispositif et date d'installation	opposabilité du RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 <sup>er</sup> juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 <sup>er</sup> juillet 2012*	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 <sup>er</sup> juillet 2012*	1 <sup>er</sup> juillet 2018
Préenseigne dérogatoire	13 juillet 2015

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité** (RLP) est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue à s'appliquer.

*Mise en conformité des dispositifs avec la RNP (décret du 30/01/2012 applicable depuis le 01/07/2012)*

2015

- Suppression des pré-enseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- Mise en conformité des publicités et pré-enseignes installées avant le 01/07/2012

2018

- Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012
- Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

**Entrée en vigueur du RLP dès sa publication.**

**Mise en conformité des dispositifs existants avec le RLP dans un délai de :**

6 ans pour les enseignes pré-existantes

2 ans pour les publicités et pré-enseignes pré-existantes

## **2. Le zonage du RLP**

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement** et le **Code de la Route**. Selon le secteur géographique (hors agglomération, ou « agglomération » au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

### **3. Pourquoi réviser le RLP sur la commune de Senlis**

La commune de Senlis possède des arrêtés réglementant les publicités ainsi que les enseignes et pré-enseignes datant respectivement du 27 mai 1983 et du 9 octobre 1985. Ces documents permettent un contrôle des publicités, pré-enseignes et enseignes grâce à la compétence de police qu'ils offrent à la commune. Cependant les dispositions de ces documents qui datent de plus de 30 ans ne sont aujourd'hui plus entièrement en lien avec les problématiques de la ville, ni avec la nouvelle réglementation en vigueur. Par ailleurs, depuis le 14 janvier 2021, ces réglementations anciennes sont caduques, en application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010. Les publicités, enseignes et préenseignes mises en place en application des réglementations spéciales antérieurement applicables peuvent être maintenues pendant un délai de deux ans. Cette caducité du RLP communal implique un retour à l'application du règlement national de publicité et un transfert des compétences d'instruction et de police de la publicité au préfet.

L'objectif est donc de définir les besoins actuels de la commune, de les mettre en parallèle avec la nouvelle réglementation afin d'aboutir à un document cohérent et facilement utilisable. L'adoption du nouveau RLP permettra également de récupérer les compétences d'instruction et de police de la publicité.

Les objectifs poursuivis pour l'élaboration du RLP de la commune de Senlis et inscrits dans la délibération du 18 septembre 2013 sont les suivants :

- Concilier la protection et la mise en valeur du patrimoine bâti et naturel du Parc naturel régional Oise-Pays de France avec la nécessité d'une expression publicitaire et d'une signalisation raisonnable des activités économiques ;
- Prendre en compte les besoins de publicité extérieure indispensable à l'activité économique, même dans un lieu protégé, en l'admettant au moins sur quelques mobiliers urbains ou sous forme de pré-enseignes installées, dans des zones appropriées ;
- Assurer l'intégration des enseignes, aussi bien pour les commerces traditionnels que pour les établissements en zone d'activités, en instituant des prescriptions normatives et esthétiques, renforçant la nouvelle réglementation nationale des enseignes ;
- Traiter les enseignes scellées au sol, en termes de superficie et de hauteur adaptées selon les caractéristiques des zones.

### **4. Contenu du RLP**

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

- un **rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- un **règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- des **annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

## 5. Les principales définitions

**Enseigne** : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



*Enseignes dans la commune*

**! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes**

**Pré-enseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée.



*Pré-enseignes dans la commune*

**! En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité**

#### **Préenseigne dérogatoire :**

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

**Publicité** : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



Publicités dans la commune

### Dispositifs temporaires (enseignes ou pré-enseignes)

- signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.



*Publicités temporaires sur l'agglomération*

**Autres dispositifs ne relevant pas du RLP :**

- ✓ Panneaux d'information communaux
- ✓ Panneaux d'affichage libre pour les associations à but non lucratif
- ✓ Signalétique d'Information Locale (SIL)



*Panneau d'information*



*Affichage libre*



*SIL*

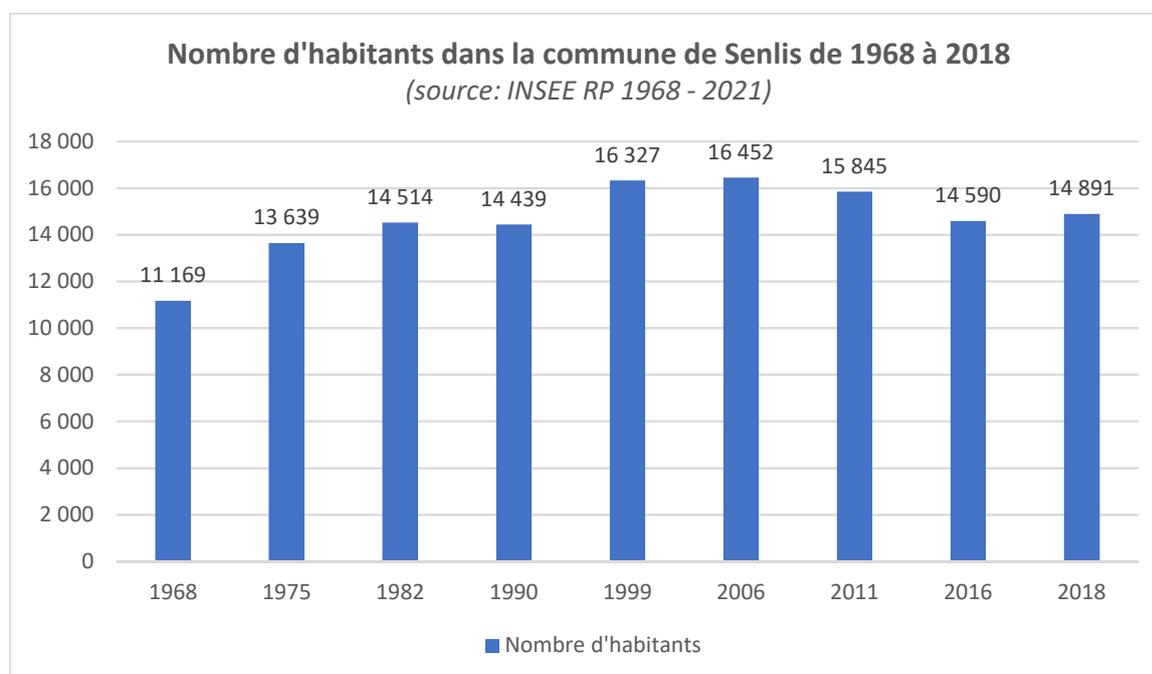
## Chapitre 2 : Contexte territorial

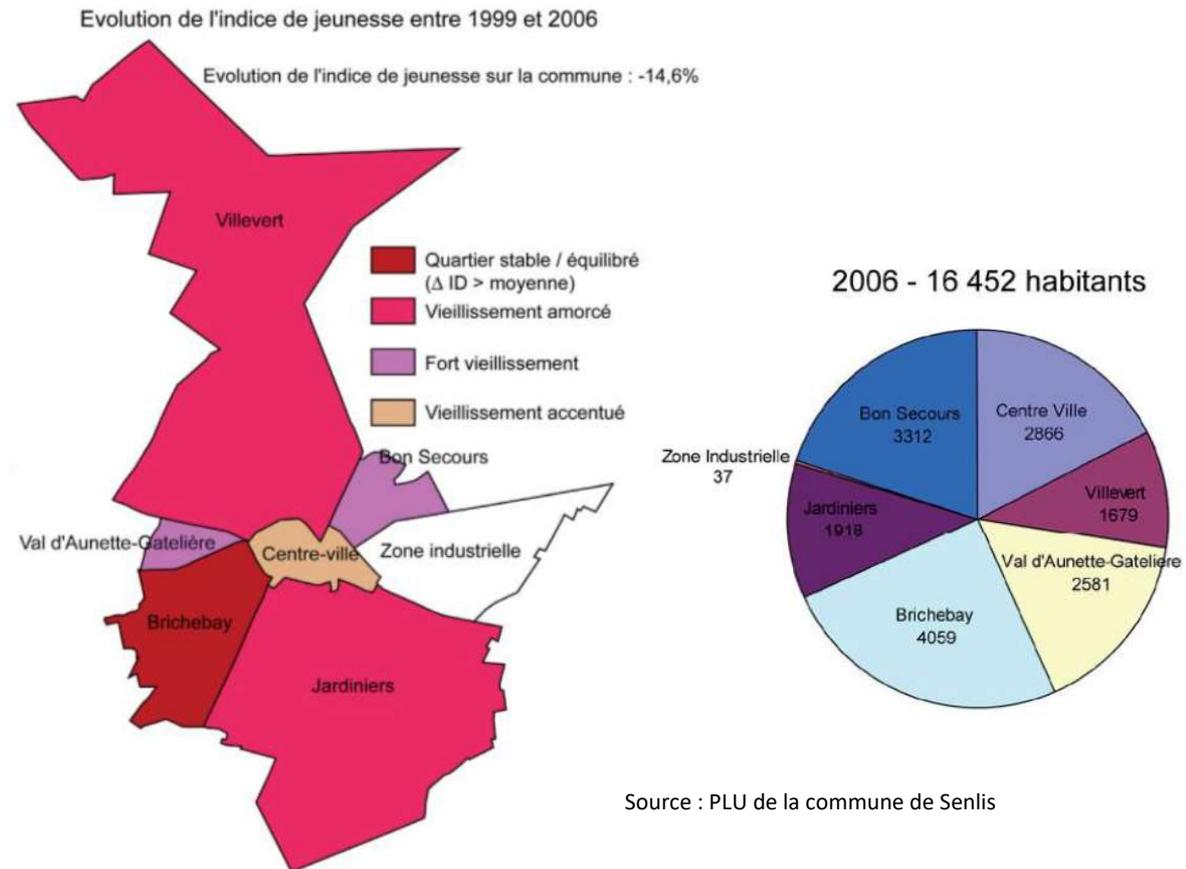
### I. Démographie

La commune de Senlis s'étend sur 24 km<sup>2</sup> pour une population de 14 891 habitants en 2018.

Située à un peu plus de 40 km au Nord de Paris, la ville de Senlis constitue un des chefs-lieux du département de l'Oise. Il s'agit d'un ancien site fortifié fondé à l'époque gallo-romaine. La ville a connu un important développement à l'époque médiévale (ce dont témoigne encore aujourd'hui l'organisation urbaine à l'intérieur des anciens remparts).

Après une phase de croissance globalement continue depuis le milieu du XX<sup>ème</sup> siècle, la population de la commune connaît un déclin marqué depuis 2006.





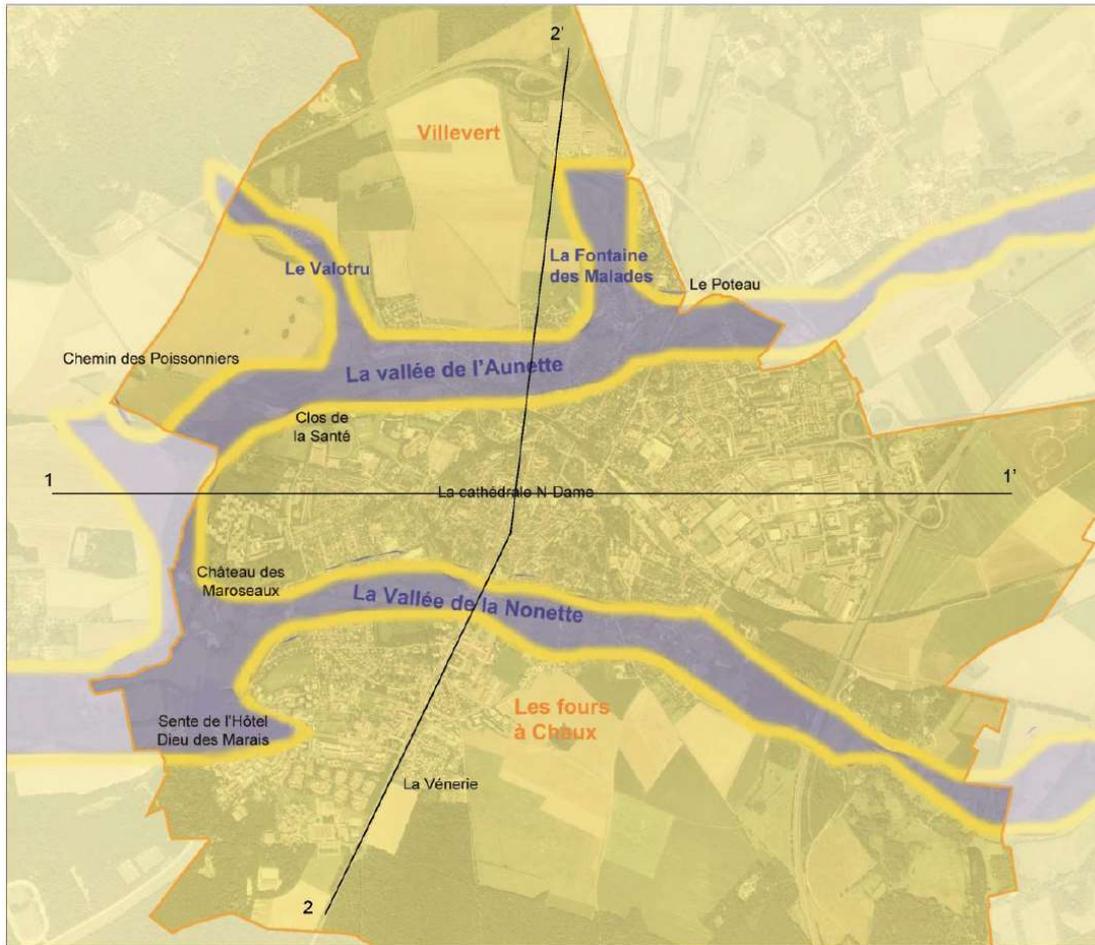
La répartition de la population par quartier montre que les secteurs pavillonnaires et sociaux regroupent au global beaucoup plus d'habitants que le centre-ville dont la typologie urbaine est éloignée des standards actuels recherchés par les familles. Le centre ancien subit ainsi, plus que le reste de la commune un vieillissement important de sa population.

## II. Paysage et patrimoine

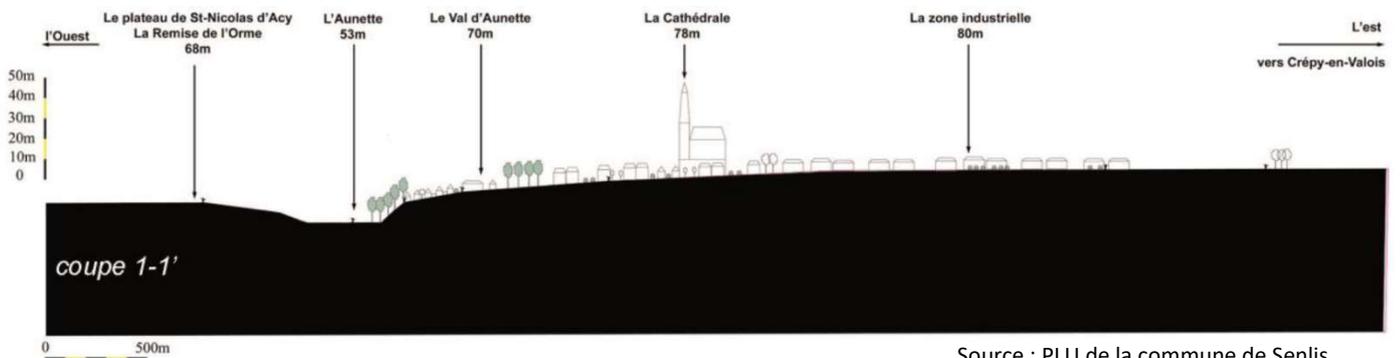
### 1. Contexte général

La commune de Senlis, par son positionnement au croisement de la vallée de l'Aunette et de la Nonette est parcourue de reliefs doux qui ouvrent ponctuellement des vues, notamment depuis les grandes routes départementales rectilignes permettant l'accès au centre-ville.

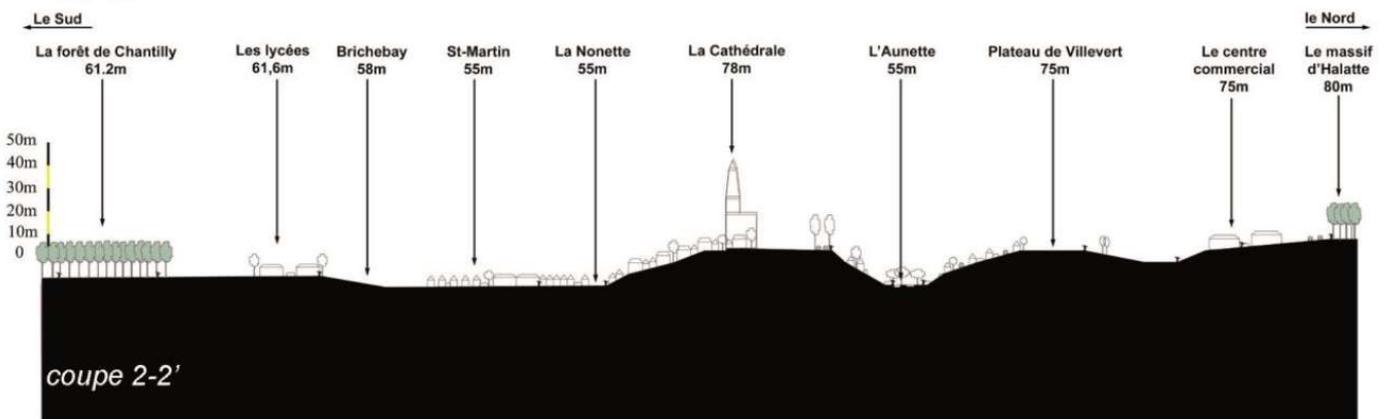
A mi-chemin entre ville en campagne, la ville de Senlis bénéficie à la fois d'un contexte patrimonial remarquable avec son centre-ville ancien d'origine médiéval et d'un cadre naturel exceptionnel par son positionnement au cœur des forêts de Halatte et de Chantilly et d'Ermenonville.



Source : PLU de la commune de Senlis



Source : PLU de la commune de Senlis



Source : PLU de la commune de Senlis

## 2. Contexte naturel

La ville de Senlis est entourée d'espaces naturels. La forêt de Halatte (au Nord de la commune) et la Forêt de Chantilly-Ermenonville (au Sud) sont toutes deux classées en ZNIEFF de type 1. Elles constituent d'importantes réservoirs de biodiversité à l'échelle du département et de la région. Ce couvert végétal crée un écrin de verdure autour de la ville.

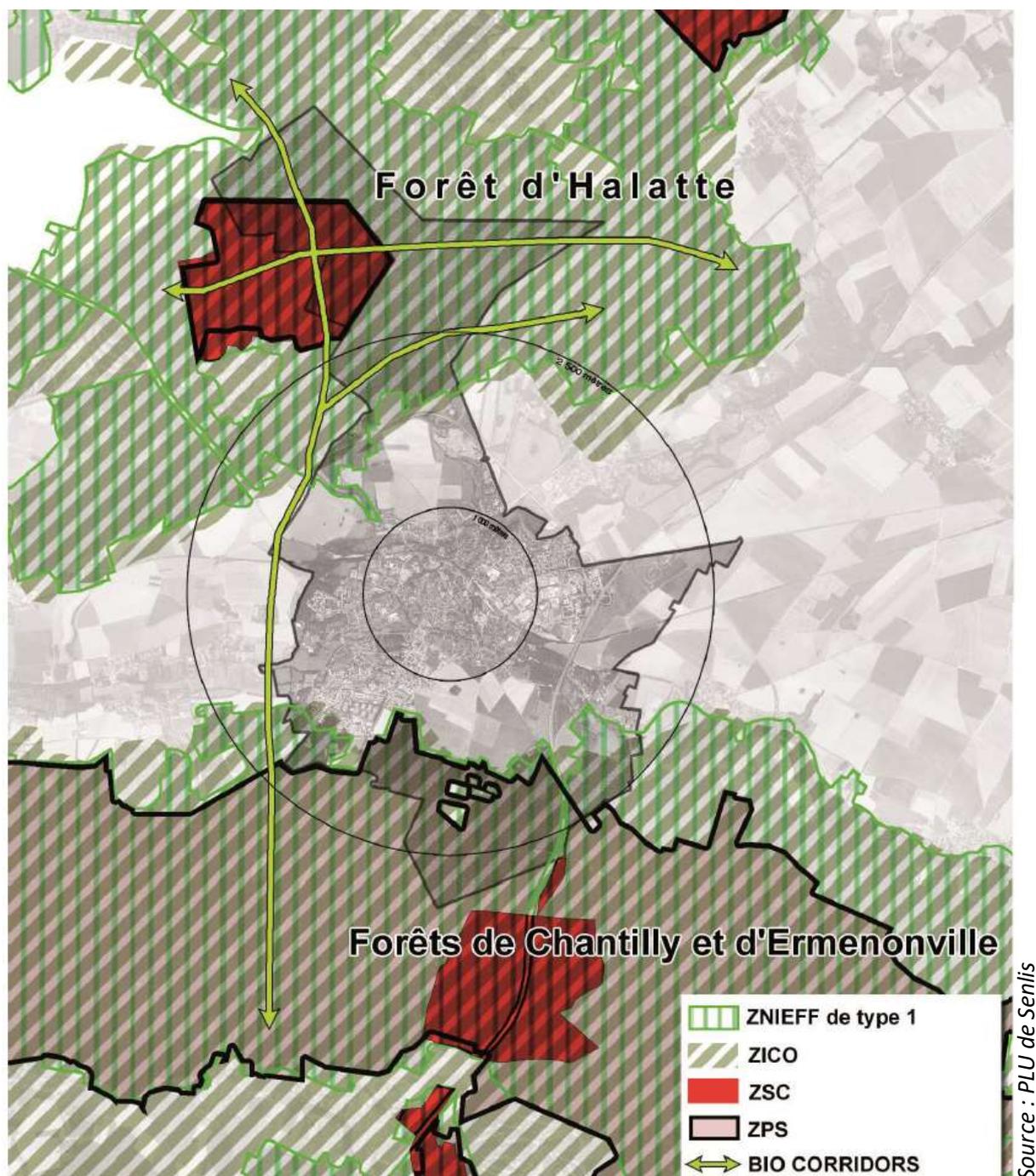
A ces classements en ZNIEFF, s'ajoutent 5 espaces naturels sensibles autour de la commune. Ces espaces protègent notamment les lisières de forêt, ainsi que les vallées des cours d'eau.

VMU24	Mont Alta	387 ha
VMU27	Colée verte	43 ha
VMU30	Lisière du Bois de Rieul et de la Forêt D'Halatte	14 ha
VMU31	Lisière de forêt	158 ha
VMU33	Vallée et berges de la Nonette	46 ha

Ces secteurs naturels ne bénéficient pas, par leur seul classement en ZNIEFF, d'une interdiction relative de publicité. Cependant, la majeure partie de ces espaces étant situés hors agglomération ou en zone N du PLU, une interdiction relative de publicité s'y applique par ce biais. Dans tous les cas, il s'agit de secteurs à protéger où la publicité doit être la plus limitée possible.

Des sites Natura 2000 complètent l'ensemble des protections au niveau des deux forêts au Nord et au Sud de la commune. Dans ces secteurs, le Code de l'Environnement interdit la publicité.

A l'Est et à l'Ouest de la commune, des zones de prairies et de champs cultivés, ouvrent le paysage. Ces zones cultivées, façonnées par l'homme maintiennent en effet des espaces ouverts dans un paysage largement fermé par les forêts. Elles participent à la diversité du paysage du territoire senlisien et ménagent des perspectives visuelles vers la ville médiévale. Là encore, les dispositifs à caractère publicitaire doivent être strictement limités.



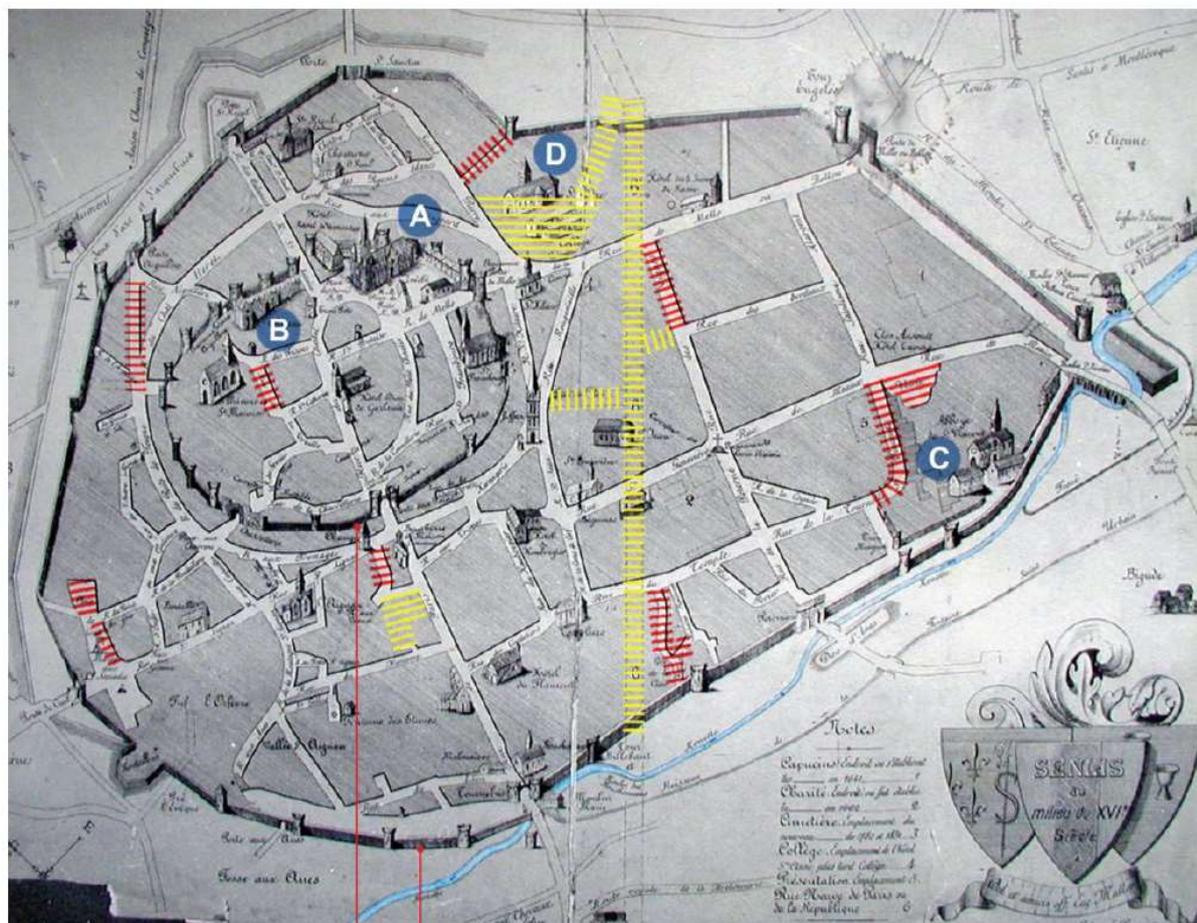
### 3. Contexte patrimonial

La fondation de Senlis alors *Augustomagus* (le marché d'Auguste) remonterait au II<sup>ème</sup> siècle après Jésus-Christ. De la période antique, ne subsistent que quelques vestiges archéologiques (arènes et enceintes fortifiées plus tardives) ainsi que les traces visibles dans le tracé de certaines rues d'une première organisation orthogonale dite en *cardo* et *décumanus*.

Ville royale sous les Capétiens, Senlis connaît un important développement dans la période médiévale. Le système de fortifications édifié à cette période formant une enceinte fermée partiellement conservée aujourd'hui, délimite encore le cœur historique de la ville et l'ancien castrum reste bien

perceptible. La structure parcellaire ainsi que l'organisation des rues restent très similaires à leur tracé médiéval. Cette trame ancienne accueille un bâti pour l'essentiel antérieur au XVII<sup>ème</sup>-XVIII<sup>ème</sup> siècle. L'écrin formé par les mails plantés qui épousent le dessin des fortifications tardives marque donc les limites actuelles de la ville ancienne, protégé par un Site Patrimonial Remarquables (ex secteur sauvegardé).

La majorité des commerces se concentre au sein de ce cœur historique. Les devantures souvent menuisées et moulurées et les nombreuses enseignes peintes ou en fer forgé sont parfaitement adaptées à son paysage patrimonial.



Source : PLU de Senlis

Enceinte du Bas Empire (III<sup>ème</sup> siècle) : 8 hectares

Enceinte de Philippe-Auguste (XIII<sup>ème</sup> siècle) : 44 hectares

Sur ce plan du milieu du XVI<sup>ème</sup> siècle, les tracés des deux enceintes successives et la remarquable permanence de la structure urbaine du noyau médiéval senlisien apparaissent nettement.

- |                     |                        |  |
|---------------------|------------------------|--|
| <b>A</b> Cathédrale | <b>C</b> Saint-Vincent |  Principaux tracés viaires disparus depuis 1550 |
| <b>B</b> Château    | <b>D</b> Saint-Pierre  |  Principaux tracés viaires percés depuis 1550   |

Dans l'ensemble du Site Patrimonial Remarquable, la qualité patrimoniale générale du cadre bâti et les nombreux monuments historiques imposent une vigilance toute particulière quant à la qualité des enseignes qui peuvent y être installées.

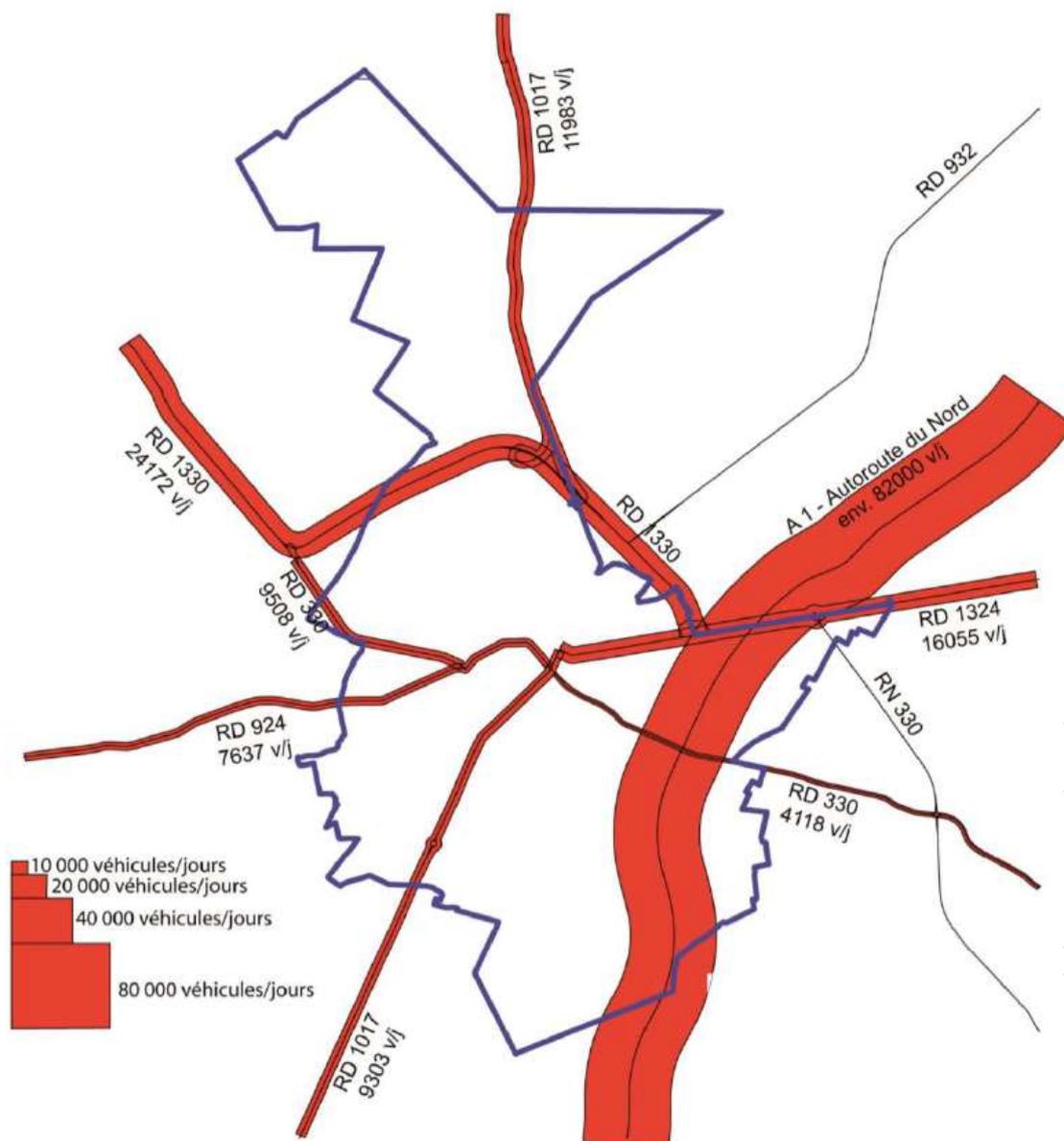
A la périphérie du centre ancien, des constructions plus récentes et des quartiers pavillonnaires ont progressivement été construits. Dans ces secteurs les typologies urbaines sont différentes de celles du centre-ville. Le bâti est globalement moins densément organisé, les espaces végétalisés sont plus nombreux et les rues plus larges et plus adaptées à la circulation automobile. Dans ces quartiers les commerces sont concentrés au sein de quelques polarités commerciales. Les commerces présentent des enseignes aux formats et matériaux plus diversifiés que dans le centre ancien.



Source : Ville de Senlis

A l'Est de la commune, une vaste zone d'activités occupe le secteur compris entre la voie ferrée et l'autoroute A1. Cet espace est marqué par le développement d'activités tertiaires et industrielles souvent d'implantation relativement récentes. Les dispositifs d'enseigne sont adaptés au gabarit plus imposant des constructions. Au Nord de cette zone, des hôtels et des concessionnaires profitent du voisinage de la Départementale 1324 pour installer des enseignes bien visibles depuis les espaces circulés.

### III. Réseau viaire



Source : PLU de la commune de Senlis

En l'absence de desserte ferroviaire, les axes routiers constituent le seul moyen d'accès à la commune



Source : PLU de Senlis

Vue paysagère en entrée de ville depuis la RD 1017

Très arborées, les routes départementales présentent un paysage tout à fait caractéristique, propre à ce type d'ouvrages. Depuis ces axes, des perspectives visuelles intéressantes s'ouvrent sur la ville ancienne et le repère constitué par le clocher de la cathédrale Notre-Dame. Ces routes départementales (sans classement en voie express) supportent un trafic important. Elles apparaissent comme particulièrement attractives pour les afficheurs.

L'autoroute A1 traverse également la commune. Cette route express bénéficie de protections particulières au titre du Code de l'Environnement : *« Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol 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 » (Art. R.581-31 alinéa 2).*

L'autoroute longe la zone d'activité à l'Est, ce qui peut ponctuellement conduire à l'installation de drapeaux visibles de l'autoroute.

#### IV. Voies ferrées

La commune de Senlis possède une ancienne gare, inscrite monument historique, qui n'est plus en fonctionnement. L'emprise de la voie ferrée a été acquise par la commune à Réseau Ferré de France en 2003 afin de développer un cheminement doux, au sein d'une large coulée verte, aujourd'hui connecté avec le nouvel écoquartier et ses futurs développements. Cette voie est donc susceptible de présenter un enjeu d'attractivité (bien que modéré) pour les afficheurs. La préservation du cadre paysager du linéaire de l'ancienne voie ferrée est à considérer.

## Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de la commune de Senlis

Au regard de la nouvelle réglementation, l'agglomération est soumise à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération.
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques
- Aux dispositions des communes de plus de 10 000 habitants

### I. Le seuil démographique d'agglomération

Senlis compte plus de 10 000 habitants, certaines règles s'imposent selon la réglementation nationale :

		En agglo		Hors agglo
		-10 000 hab.	+ 10 000 hab.	
<b>Publicité &amp; Pré-enseignes</b>	Publicité au sol	<b>interdite</b>	12m <sup>2</sup> max	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publicité interdite</li> <li>▪ Pré-enseignes interdites</li> <li>▪ Pré-enseigne dérogatoire autorisées (1,5 x 1 m)</li> </ul>
	Publicité en toiture	<b>interdite</b>	<b>interdite</b>	
	Publicité numérique	<b>interdite</b>	8m <sup>2</sup> max	
	Publicité murale <i>Uniquement sur murs aveugles</i>	4m <sup>2</sup> max	12m <sup>2</sup> max	
	Publicité éclairée par transparence	4m <sup>2</sup> max	12m <sup>2</sup> max	
<b>Enseignes</b>	Enseignes en façade	15% ou 25% de la surface	15% ou 25% de la surface	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enseignes autorisées hors agglomération</li> </ul>
	Enseigne au sol <b>1 par voie ouverte à la circulation</b>	6m <sup>2</sup> max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m )	12m <sup>2</sup> max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m )	
	Enseignes en toiture <b>en lettres découpées</b>	3m de haut max si façade < 15m	3m de haut max si façade < 15m	

## II. Les périmètres environnementaux et urbains.

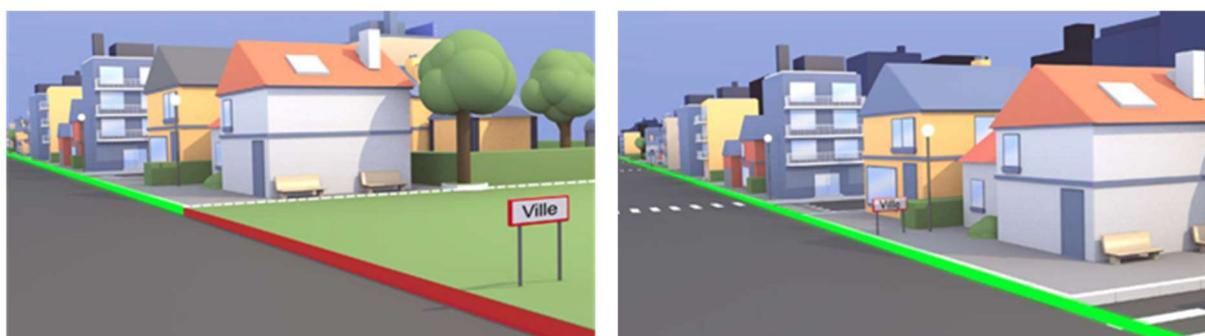
La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :

### 1. Le périmètre d'agglomération

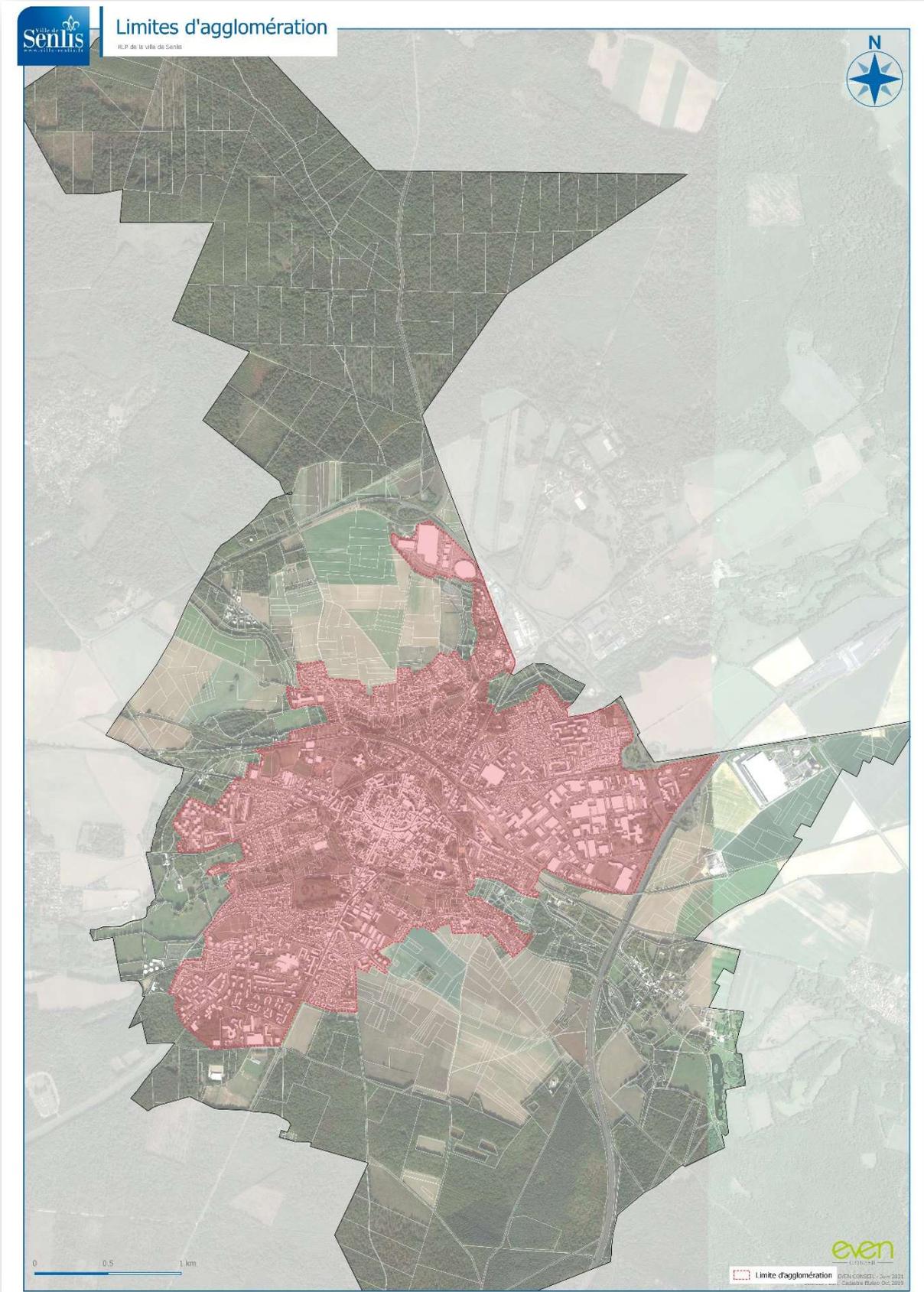
#### 1.1. Définition de la notion d'agglomération

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis 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 le borde ».

Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.



*Extrait du guide de la réglementation de la publicité extérieure, 2014, Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie.*



## **2. Les périmètres environnementaux réglementaires**

- ❖ **Toute publicité (et pré-enseignes) est interdite en dehors des agglomérations (sauf dispositifs dérogatoires)**
  
- ❖ **Interdictions absolues**
  - sur les monuments historiques (classés et/ou inscrits),
  - sur les monuments naturels et dans les sites classés,
  - sur un immeuble protégé par arrêté du maire compte tenu de son caractère esthétique, historique ou pittoresque,
  - dans les cœurs des Parcs nationaux et les réserves naturelles,
  - sur les arbres.
  
- ❖ **Interdictions relatives** (il est possible d’y déroger dans le cadre d’un RLP, cette dérogation restant exceptionnelle et argumentée),
  - aux abords des monuments historiques,
  - dans le périmètre des Sites Patrimoniaux Remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé),
  - dans les Parcs naturels régionaux,
  - dans les sites inscrits,
  - à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 sur arrêté du Maire après avis du conseil municipal et de la CDNPS,
  - dans l’aire d’adhésion des Parcs nationaux,
  - dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (dite Natura 2000).

Il est à noter que la protection au titre des abords s’applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible depuis le monument historique ou visible en même temps que lui et situé dans le périmètre de protection. Il convient de distinguer le critère de visibilité directe : vue depuis la publicité vers le monument historique (et réciproquement) de celui de co-visibilité qui induit l’observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le Monument et le dispositif publicitaire.

Plusieurs secteurs font l’objet d’une réglementation spécifique au niveau national.

## **3. Le patrimoine remarquable : paysages naturels et urbains**

La commune de Senlis possède de nombreux monuments historiques, notamment dans le centre ancien. **La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l’architecture et au patrimoine** élargit le périmètre d’interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d’un rayon initial de 100m à **la totalité du périmètre délimité des abords**, qu’il s’agisse d’un périmètre de protection de monument historique de 500m classique, d’un périmètre de protection modifié. Dans les 500m autour de ces monuments une interdiction relative existe pour la mise en place de publicités. La commune compte 12 monuments historiques classés (ou partiellement classés) et 21 monuments historiques inscrits.

→ Liste des monuments historiques de la commune

Abbaye de la Victoire	Inscrit
Ancien château royal, prieuré Saint-Maurice et mur gallo-romain	Classé
Ancien couvent de la Présentation	Inscrit
Ancien Hôpital de la charité	Classé
Ancien Hôtel de Vermandois	Classé
Ancien Hôtel-Dieu	Inscrit
Ancien séminaire	Inscrit
Ancien évêché	Classé
Ancienne abbaye Saint-Vincent	Classé
Ancienne cathédrale et son chapitre	Classé
Ancienne chantrerie Saint-Rieul	Inscrit
Ancienne poste aux chevaux	Inscrit
Arènes	Classé
Couvent des Carmes	Inscrit
Domaine de Valgenceuse, à Villemétrie	Classé
Eglise Saint-Aignan	Classé
Eglise Saint-Frambourg	Classé
Eglise Saint-Pierre	Classé
Enceinte gallo-romaine	Inscrit
Gare de Senlis	Inscrit
Hôtel de la Chancellerie	Inscrit
Hôtel de Rasse	Inscrit
Hôtel de ville	Inscrit
Hôtel des Trois Pots	Inscrit
Hôtel du Flamand	Inscrit
Hôtel du Haubergier	Inscrit
Hôtels Germain, Regnard et Bruslé	Inscrit
Immeuble, rue de Beauvais	Classé
Maison dite Hôtel de la Marine	Inscrit
Maison, rue du Châtel	Inscrit
Pavillon Saint-Martin	Inscrit
Porte de Meaux	Inscrit
Tour d'enceinte du Moyen-Âge	Inscrit

La commune compte également 4 sites classés. A l'intérieur de ces sites, toute publicité est interdite, aucune dérogation n'est envisageable par le biais du RLP.

→ 4 sites classés

Site classé de la forêt d'Ermenonville, Pontarmé, de Haute-Pommeraiie, clairière et butte de Saint-Christophe	Décret du 28/08/1998
Site classé de la forêt d'Halatte et ses glacis agricoles	Décret du 5/08/1993
Site classé du parc du Château de Valgenceuse	Arrêté du 26/02/1943
Site classé du Domaine de Chantilly	Arrêté du 28/12/1960

La commune compte également 12 sites inscrits. A l'intérieur de ces sites, toute publicité est interdite. Cependant le RLP peut justifier de la possible réintroduction de certains types de publicités.

→ **12 sites inscrits**

Vallée de la Nonette	Arrêté du 06/02/1970
Château royal et ses abords (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Façade sud sur la rue de Beauvais (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Pavillon Saint-Martin et son parc (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Hôtel Carter et ses abords (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Hôtel Parseval et ses jardins (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Place Saint-Pierre (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Places publiques du Parvis, Notre-Dame et Saint-Frambourg (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Plantation routière de l'avenue de Compiègne et les propriétés boisées situées de part et d'autre (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Promenades, remparts et leurs abords (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Hôtel sis 14 rue de Bellon et ses abords (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948
Rue de la Treille (Senlis)	Arrêté du 17/12/1948



## Périmètres de protection

RLP de la ville de Senlis



### Interdictions absolues

- Sur les monuments historiques (classés ou inscrits)
- Dans les sites classés

### Interdictions relatives

- Aux abords des monuments historiques
- Dans les sites inscrits (toute la commune)
- Dans les Zones de Protection Spéciales et les Zones Spéciales de Conservation (Natura 2000)

### Voies express, déviations et autoroutes

- Autoroute

**even**  
CONSEIL

Réalisation : EVEN CONSEIL - Juin 2021  
Sources : IGN, Atlas des Patrimoines, INPN

#### **4. Les abords des autoroutes, voies express, déviation**

Les abords de l'autoroute A1 et les bretelles de raccordement à cette autoroute sont protégées de la publicité, notamment implantée au sol et visible depuis ces axes.

En effet, le code de l'environnement indique : Les publicités scellées au sol sont interdites « *si les affiches qu'elles 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* » (Art. R.581-31, alinéa 2).

Le Code de la Route précise : « *En agglomération, la publicité, les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d'une autoroute ou route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Hors agglomération [...] sur une largeur de 200m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée* » (Art.R.418-7).

## Chapitre 4 : Les arrêtés réglementant la publicité, les pré-enseignes et les enseignes

Deux arrêtés réglementent actuellement la publicité et les enseignes sur la commune. La publicité est autorisée selon des secteurs définis et est limitée en nombre.

Le règlement lié à la publicité définit 3 zones de publicités zonées dont chacune est précisée dans l'arrêté en secteurs sur voirie. Ces arrêtés sont caducs depuis le 14 janvier 2021.

Zone	Publicité murale	Publicité scellée au sol	Mobilier urbain	Pré-enseigne temporaire
<b>Secteur sauvegardé</b>			2 abris-voyageurs + 2m <sup>2</sup>	
<b>Routes départementales et routes de transports en commun</b>	1 autorisé	Panneaux 2,40*1,60m autorisés et localisés	Abris-voyageurs + supports de 2m <sup>2</sup> limités en nombre	
<b>Zone commerciale Villevert</b>		2 Panneaux 2,40*1,60m autorisés		

Les enseignes sont réglementées comme présenté ci-dessous sous forme de tableaux synthétiques :

Zone	Enseignes à plat			Enseigne perpendiculaire	Stores	Enseigne au sol
	Nombre	Type	Dimensions			
<b>Secteur sauvegardé</b>	1 par façade	Lettres découpées ou peintes	Hauteur max 0.30m	1 par commerce		
<b>Reste de la commune hors ZA et secteur sauvegardé</b>		Préférentiellement lettres découpées	Saillie 0.05m max (0.15m pour les lettres)	Doivent être minces	Sur le lambrequin uniquement 0.4m de haut max	Interdit
<b>Zone d'activités Bon Secours</b>		En proportion avec la vitrine, implantation sous la fenêtre du premier pour les caissons		Saillie 1,20m maximum, surface 2m <sup>2</sup> maximum, épaisseur 0.20m		3 maximum, 1*3m maximum

# Chapitre 5 : Diagnostic des publicités et enseignes du territoire

## I. Secteurs à enjeux

### 1. Centre ancien

#### 1.1. Publicités et pré-enseignes

Dans le centre ancien, la publicité est très peu présente mais l'existence de quelques dispositifs considérés comme publicitaires sont tout de même relevés. Il s'agit :

- de publicités en façade, sur mur non aveugle. Des affichettes de promotion immobilière portent les mentions « vendu » ou « loué » et ne peuvent être considérés comme des enseignes, à la différence des affiches « à vendre » ou « à louer »,
- de chevalets sur domaine public, pouvant être considérées comme des pré-enseignes indiquant le commerce auquel il est lié. En l'absence d'autorisation d'occupation du domaine public, ces chevalets ne peuvent être considérés comme des enseignes,
- de publicités sur clôture ou en façade faisant la promotion d'entrepreneurs ayant réalisé des travaux chez des particuliers.



Publicité immobilière sur une façade du centre ancien



Chevalet au cœur du centre ancien sans demande d'occupation du domaine public

#### Enjeux :

- ❖ Supprimer les publicités non-conformes dans le centre ancien (affichettes immobilières ou d'artisans)
- ❖ Clarifier les possibilités d'implantation liées aux chevalets

## 1.2. Enseignes

Les enseignes du centre ancien sont très qualitatives et présente une assez grande homogénéité dans leur format et leur matériau. Le maintien de cette homogénéité, encouragé par les dispositions de la Charte du Parc naturel régional, est permis par les règles édictées par la commune ainsi par le contrôle de l'Architecte des Bâtiments de France. Ainsi les enseignes parallèles sont exclusivement en lettres découpées ou peintes, les enseignes perpendiculaires sont souvent en fer forgé et la vitrophanie reste très discrète (uniquement en lettres ou signes découpés).

Le nouveau RLP fournira un nouveau cadre réglementaire accompagnant les prescriptions de l'ABF et pourra ainsi permettre une meilleure anticipation et compréhension de ses demandes par les commerçants.

La mise en place d'un cahier de recommandation pour les devantures accompagnera le RLP afin à la fois d'expliquer les règles mises en place et, au-delà, de sensibiliser les commerçants à l'ensemble des questions relevant de l'architecture commerciale (devanture, enseigne, éclairage, terrasse...)



Enseigne peinte



Enseigne en fer forgé



Commerce à la vitrine encombrée

### Enjeux :

- ❖ Pérenniser la qualité des enseignes du centre-ancien
- ❖ Accompagner les commerçants dans la valorisation de leur vitrine

## 2. Routes départementales

### 2.1. Publicités et pré-enseignes

Les routes départementales sont les secteurs d'affichage privilégiés par la ville et les afficheurs. Ce sont les seuls secteurs de la commune où du mobilier urbain supportant de la publicité est installé. La publicité n'y excède pas 2m<sup>2</sup> et la distance entre les dispositifs est relativement grande ce qui limite l'impact de la publicité sur le paysage urbain.

Le long de ces voies départementales, plusieurs supports destinés à recevoir de l'affichage communal pour des manifestations ont également été mis en place. Ces manifestations sont de natures diverses et ne concernent que ponctuellement des événements culturels (selon la définition du Code de l'Environnement). Dans le cadre de l'étude ces supports sont considérés comme publicitaires, en raison de la proportion d'affichage non-culturel.

### Enjeux :

- ❖ Veiller à la conformité et à la visibilité de l'affichage événementiel le long des axes départementaux



Affichage de manifestation le long de la RD1017



Mobilier urbain présent sur une route départementale de la commune

## 2.2. Enseignes

Le long des routes départementales, les enseignes sont de dimensions plus importantes que dans le centre ancien afin d'être plus visibles pour les automobilistes. De plus le positionnement des unités commerciales n'est pas aussi uniforme que dans le centre ancien. Certains bâtiments commerciaux se trouvent en retrait par rapport à la voie et utilisent alors des enseignes au sol plutôt que des enseignes perpendiculaires.



Regroupement d'enseignes au sol destinées à être visibles par les automobilistes



Enseigne sur store de dimension plus importante que dans le centre ancien afin d'être visible des automobilistes

### Enjeux :

- ❖ Définir un cadre permettant d'harmoniser les enseignes des routes départementales

## 3. Zones d'activité

### 3.1. Publicités, pré-enseignes

Les publicités au sein des zones commerciales restent relativement peu nombreuses et de taille limitée. Sur le site de l'Intermarché, un certain nombre de publicités scellées au sol de 2m<sup>2</sup> ont par exemple été implantées. Elles sont généralement bien intégrées et encadrées de manière suffisamment qualitative pour limiter leur impact sur le paysage urbain du secteur. A l'inverse, si certaines pré-enseignes implantées dans ce-même secteurs sont très discrètes, d'autres, de très grand format ont un impact plus fort sur le paysage et contribue à le disqualifier. Ce phénomène est

extrapolable à l'ensemble des secteurs d'activités tertiaires et industrielles. Ainsi, les pré-enseignes sont globalement discrètes et peu nombreuses mais quelques supports de grand format suffisent à influencer négativement sur la qualité paysagère globale de ces secteurs.

**Enjeux :**

- ❖ Limiter les publicités et pré-enseignes de grands formats sur l'ensemble de la commune et au niveau des zones d'activité
- ❖ Permettre l'affichage des acteurs économique par le développement de SIL et/ou la réintroduction de petits formats de publicité



Publicité de 2m<sup>2</sup> bien intégrée



Pré-enseigne de grand format ayant un impact important sur le paysage urbain

### 3.2. Enseignes

Au sein des zones d'activité, les enseignes présentent souvent une forte incidence visuelle et ne sont, de ce fait, pas toujours conformes au Règlement National de Publicité. Les enseignes au sol sont presque systématiquement trop nombreuses dans ces secteurs, ce qui contribue à générer un sentiment de confusion visuelle et corollairement à limiter la visibilité de chaque activité. Les enseignes en façade sont de grande dimension et leur intégration à la façade ne fait pas systématiquement l'objet d'un traitement homogène entre les cellules commerciales des différentes zones.

**Enjeux :**

- ❖ Supprimer les dispositifs non-conformes
- ❖ Encadrer les formats des enseignes au sol
- ❖ Améliorer l'intégration de l'enseigne en façade par rapport au bâti et aux zones d'activité



Accumulation d'enseignes drapeaux



Accumulation d'enseignes drapeaux

## 4. Secteurs résidentiels

### 4.1. Publicités et pré-enseignes

Au sein des secteurs résidentiels (si l'on exclue la traversée des routes départementales), la publicité est presque inexistante sur la commune. Seuls quelques panonceaux, du même type que ceux trouvés dans le centre ancien (faisant la promotion d'agences immobilières ou d'artisans ayant réalisé des travaux dans le secteur) sont parfois rencontrés.

#### Enjeux :

- ❖ **Préserver le cadre de vie en maintenant un affichage publicitaire très limité dans ces secteurs**

### 4.1. Enseignes

Les typologies d'enseignes varient notablement d'une polarité commerciale à l'autre. Néanmoins, le traitement des enseignes est globalement homogène au sein d'une même polarité.

#### Enjeux :

- ❖ **Homogénéiser le traitement des enseignes entre les polarités commerciales**

## II. Non conformités au Code de l'Environnement

Au sein de la commune plusieurs dispositifs non-conformes au Règlement National de Publicité ont pu être identifiés et sont présentés ci-dessous.

### 1. Les publicités

- **Publicité sur façade non aveugle**

Selon le code de l'Environnement :



**« La publicité est interdite sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré », R581-22 Code de l'Environnement**

Ce type de non-conformité correspond essentiellement aux affichettes des agences immobilières indiquant « Vendu » ou « Loué ». Elles se retrouvent majoritairement à l'intérieur du centre ancien et ponctuellement dans les quartiers résidentiels. Il s'agit donc de petits formats dont l'impact reste limité.

- **Publicité sur support interdit**

Selon le code de l'environnement :

**« La publicité est interdite sur les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne » R581-22 Code de l'Environnement**



## 2. Les enseignes

### ▪ Enseigne au sol surnuméraire



Selon le code de l'Environnement :

« Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre à **un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique** bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée » (Art. R.581-64, dernier alinéa), Code de l'environnement

Ce type de non-conformité se retrouve essentiellement dans les zones d'activités de la commune et en particulier au sein de la zone commerciale où la majorité des commerces ont trois à quatre (ou plus) grands drapeaux devant leur devanture commerciale.

### ▪ Enseigne en façade dépassant l'égout du toit



Selon le code de l'Environnement :

« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur **ne doivent pas dépasser les limites de ce mur** ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, **dépasser les limites de l'égout du toit.** »

Ce type de non-conformité se retrouve très occasionnellement dans le centre ancien et dans les zones d'activités.

## Chapitre 6 : Orientations

### ORIENTATION 1 : Préserver le centre historique de la commune

- **Maintenir le caractère du bâti identitaire par une réglementation imposant les enseignes typiques du centre-ville au cœur de la commune**

*(ex: enseignes parallèles en lettres découpées ou lettres peintes, enseignes perpendiculaires en fer forgé)*

Cette orientation se traduira par des règles d'enseignes particulières et adaptées aux différents secteurs afin de préserver, notamment, les spécificités des paysages du centre-ville, des secteurs plus résidentiels et des zones d'activité.



- **Préserver le centre historique par le maintien d'une interdiction presque totale de publicité**

Cette interdiction vise à préserver le caractère historique de la ville. Elle imposera de veiller à supprimer les publicités aujourd'hui en place (par exemple : panonceaux « Vendu » ou « Loué » ou panonceaux d'entreprises ayant réalisé des travaux) ou le foisonnement des dispositifs encombrant l'espace public (interdiction des chevalets). Seules les publicités sur kiosque sont autorisables.



## ORIENTATION 2 : Assurer la communication temporaire des acteurs économiques locaux et de la commune

→ Valoriser les dispositifs d'affichage libre afin de permettre aux associations de communiquer

Afin de valoriser les dispositifs d'affichage, deux points seront travaillés par la commune :

- La bonne répartition des dispositifs afin que tout point situé en agglomération se trouve *a minima* à moins d'un kilomètre de l'un d'entre eux et qu'au total, la commune possède au minimum 17 m<sup>2</sup> d'affichage
- La bonne implantation des dispositifs, afin que ceux-ci soient suffisamment visibles pour être utilisés pour les différentes manifestations locales.



→ Organiser l'affichage temporaire par l'utilisation de mobilier dédié

Du mobilier urbain existe le long des routes départementales de la ville. Celui-ci pourra être valorisé pour l'affichage temporaire.

Afin d'éviter que l'affichage temporaire ne se déploie de manière potentiellement non conforme au Code de l'Environnement au sein de l'ensemble de la commune, du mobilier dédié pourra compléter le mobilier existant.



### ORIENTATION 3 : Assurer l’attractivité des acteurs économiques locaux

- **Veiller à organiser l’affichage en zone commerciale afin de limiter l’effet de surdensité entre les types d’enseignes**

Au sein des zones commerciales, la surdensité d’enseignes tend parfois à limiter la visibilité de chaque commerce. Ainsi par la mise en conformité de certaines enseignes (notamment en terme de nombre d’enseignes au sol), par l’encadrement des enseignes temporaires, ainsi que la définition de formats d’enseignes cohérents avec les typologies en place, la visibilité de chaque commerce pourra être améliorée.



- **Harmoniser les enseignes des polarités commerciales secondaires (situées au cœur des secteurs résidentiels ou le long des voiries départementales)**

Les différentes polarités commerciales de la ville (en dehors du centre-ville) présentent une certaine homogénéité interne en termes d’enseignes commerciales mais les dispositifs manquent de cohérence globale à l’échelle de la ville. Une réflexion sera menée afin d’harmoniser les enseignes de ces polarités.



- **Réintroduire la publicité (et donc l’affichage évènementiel) le long de certains secteurs stratégiques (notamment le long des voies départementales) afin d’assurer la visibilité des acteurs économiques**

Les acteurs économiques locaux peuvent avoir ponctuellement besoin (ou de manière plus pérenne), d’espaces d’affichage pour annoncer une manifestation ou se signaler lorsqu’ils sont situés en retrait des axes principaux.

Ainsi la réintroduction de la publicité (avec des formats et des typologies d’implantation limitées) permettra d’assurer la visibilité et la communication des acteurs économiques locaux.

## ORIENTATION 4 : Limiter l’affichage numérique et lumineux afin de préserver le caractère patrimonial de la commune

### → Interdire les dispositifs numériques sur l’ensemble de la commune

La commune de Senlis bénéficie d’un cadre patrimonial et naturel remarquable à préserver. Elle se situe dans sa totalité en périmètre d’interdiction relative en ce qui concerne la publicité.

Le caractère très lumineux et défilant des dispositifs numériques rend leur impact paysager plus important qu’un dispositif « classique ». Or au cœur d’une cité historique, cela ne semble pas souhaitable, les dispositifs numériques seront donc interdits. L’affichage numérique à caractère informatif uniquement n’est possible que sur les éléments de mobilier urbain dédiés afin d’en maîtriser l’impact.

### → Adapter les horaires d’extinction nocturne aux besoins réels de la commune

Selon la réglementation nationale : « *Les enseignes lumineuses sont éteintes entre minuit et sept heures, lorsque l’activité signalée a cessé. Lorsque l’activité cesse ou commence entre minuit et sept 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* » (Art. R.581-59).



Jusqu’à 1 heure, toutes les enseignes peuvent être éclairées.



3 heures, la discothèque est en activité, son enseigne peut être éclairée. Si l’établissement ferme à 4 heures, l’enseigne peut rester allumée jusqu’à 5 heures.



5 h 30, la boulangerie va ouvrir à 6 h 30, son enseigne peut être allumée.



Les dispositions qui régissent les enseignes lumineuses – qui font l’objet de ce guide – ne doivent pas être confondues avec celles qui régissent l’éclairage de l’intérieur des bâtiments sur lesquels ces enseignes sont installées (Art. L.583-1 et s. et R.583-1 et s.).



La période d’extinction des enseignes sera augmentée à Senlis. Ainsi, les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et six heures. Lorsque l’activité cesse ou commence entre 23 heures et six 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

# Chapitre 7 : Justification des choix retenus

## I. Motifs de délimitation du zonage

Le Règlement Local de Publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes et notamment des articles L.581-1 à L.581-45 et aux dispositions des articles R.581-1 à R.581-88.

Quatre zones de publicités conduisent à l'établissement de règles particulières de publicité et d'enseignes pour chacune des quatre zones de la commune. Le découpage des zones et leur justification sont précisés ci-après.

### 1. ZP0 – Site Patrimonial Remarquable

Le secteur ZP0 correspond à l'ensemble du centre ancien inclus à l'intérieur des anciens remparts. Ce secteur correspondant au SPR de Senlis est la partie la plus patrimoniale de la ville. Il s'agit ainsi du secteur où le souhait de préservation est le plus fort et impose des règles de publicités et d'enseignes très strictes.

Ainsi dans ce secteur, la publicité est presque intégralement interdite et les règles d'enseignes y sont très strictes. Ces dernières explicitent les demandes formulées traditionnellement par l'Architecte des Bâtiments de France dans le centre ancien.

### 2. ZP1 – Zones résidentielles et polarités secondaires

La ZP1 correspond aux zones résidentielles et aux polarités commerciales de quartier de la commune. Elle inclut toutes les zones en agglomération qui ne sont pas comprises dans une autre zone. La ZP1 comprend donc tous les secteurs agglomérés à l'exclusion :

- du centre ancien
- des routes départementales
- des zones d'activités

### 3. ZP2 – Zone d'activités économiques

La ZP2 correspond aux zones d'activités. Elle inclut :

- La zone d'activité commerciale au Nord de la commune située le long de la RD1330
- La zone industrielle à l'Est de la commune située entre la RD1324 et la RD 330.

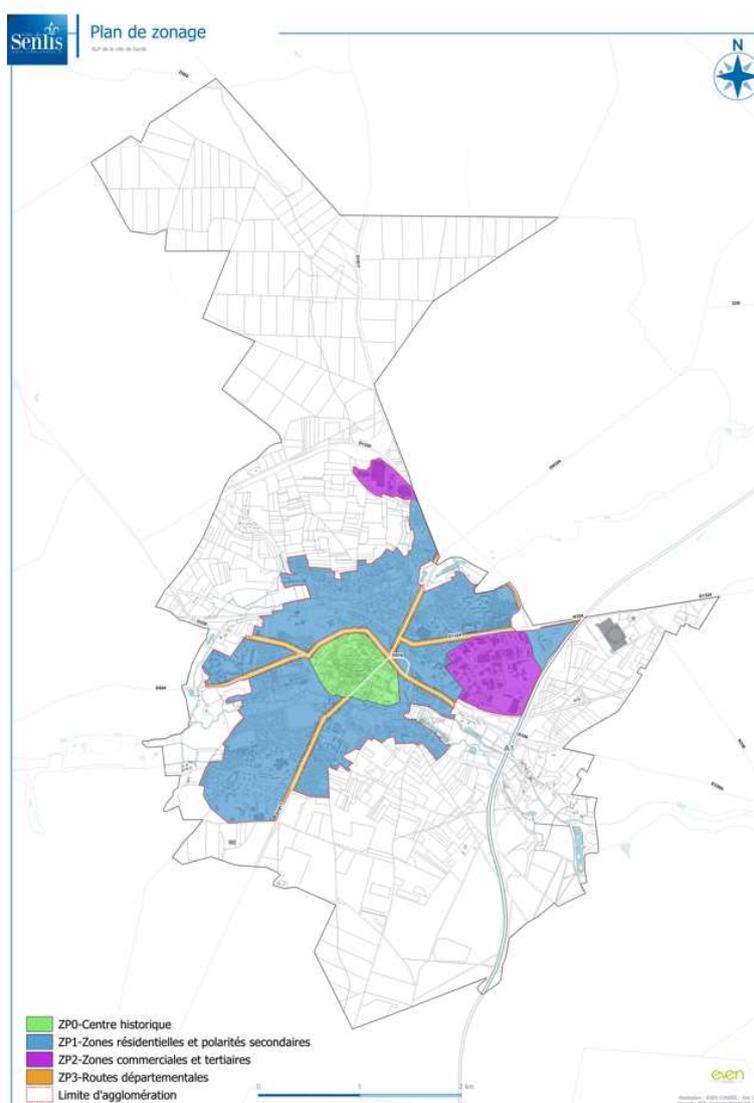
Ces secteurs, organisés de manière très différente des secteurs résidentiels ou du centre-ville (bâtiments en retrait du domaine public, grands espaces ouverts dédiés au stationnement et RDC commerciaux de grande dimension) nécessitent des dispositions réglementaires adaptées pour leur permettre un affichage cohérent à leurs besoins. Ainsi dans cette zone, les règles (notamment d'enseignes) sont un peu plus souples, tout en intégrant de nombreuses dispositions visant à limiter tout effet de surdensité d'affichage.

#### 4. ZP3 – Routes départementales

La ZP3 correspond aux routes départementales situées en agglomération. Une emprise de 30 mètres de part et d'autre de l'axe des voies départementales cités ci-dessous est incluse en ZP3 :

- RD330
- RD1017
- RD1324

Ces axes constituent les secteurs de visibilité de la commune que ce soit pour valoriser l'économie locale ou la promotion des activités culturelles. Ainsi quelques petits formats publicitaires sont permis dans ces secteurs.



## II. Correspondance avec les orientations

Le découpage de la commune en **4 zones de publicité** est justifié par les orientations suivantes :

Zone de publicité	Orientation du RLP
ZP0 – Site Patrimonial Remarquable	Maintenir le caractère du bâti identitaire par une réglementation imposant les enseignes typiques du centre-ville au cœur de la commune
ZP1 – Zones résidentielles et polarités secondaires	Harmoniser les enseignes des polarités commerciales secondaires (situées au cœur des secteurs résidentiels ou le long des voiries départementales)
ZP2 – Zones commerciales et tertiaires	Veiller à organiser l’affichage en zone commerciale afin de limiter l’effet de surdensité entre les types d’enseignes
ZP3 – Routes départementales	Réintroduire la publicité (et donc l’affichage évènementiel) le long de certains secteurs stratégiques (notamment le long des voies départementales) afin d’assurer la visibilité des acteurs économiques

L’état des lieux du territoire et la mise en évidence des enjeux dans le cadre du diagnostic ont permis de faire émerger plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux spécifiques. Ces zones répondent à des enjeux paysagers distincts et sont hiérarchisés en fonction de l’impact de la publicité et des enseignes.

## III. Choix retenus pour la partie réglementaire

### 1. Réglementation des publicités et pré-enseignes

#### 1.1. Règles communes liées aux dispositifs publicitaires

##### ▪ REINTRODUCTION DE LA PUBLICITE EN SECTEUR D’INTERDICTION RELATIVE

La commune de Senlis fait partie du Parc naturel régional Oise Pays de France. Elle est couverte par 12 sites inscrits et 4 sites classés. Son territoire est également protégé par 33 monuments historiques et un Site Patrimonial Remarquable. La commune est donc concernée dans sa totalité par des périmètres d’interdiction de publicité.

En application de l'article L581-8 du Code de l'Environnement, le RLP peut déroger aux interdictions énoncées dans ce même article.

Dans le cœur historique de la commune, la publicité n'a été réintroduite que sur le(s) kiosque(s). L'affichage publicitaire au sein des rues étroites de ce centre ancien d'origine médiévale a été jugé trop impactant pour envisager une réintroduction plus importante. Le bâti du centre-ville est en grande partie protégé règlementairement, ce qui exige un traitement particulier des abords.

Au sein des autres secteurs, la publicité permanente n'est autorisée que sur des formats de 2m<sup>2</sup>. Ce format relativement petit peut s'intégrer à des éléments de mobilier existants. Compte tenu du paysage de ces secteurs (en particulier le long des grandes routes départementales traversant la commune et au sein des zones d'activités où le bâti ne présente pas de caractère patrimonial et est de plus grande dimension), ces dispositifs n'auront qu'un impact limité sur le plan visuel.

La réflexion sur les secteurs de réintroduction de publicité s'est accompagnée d'un travail parallèle sur les enseignes. Ainsi dans le centre historique, où la publicité est résiduelle, des règles d'enseignes très strictes ont été définies. Ce secteur sera donc très protégé.

Dans les autres secteurs, des règles d'enseignes strictes et adaptées à chaque contexte bâti doivent permettre d'éviter toute surdensité d'affichage (qu'il soit publicitaire ou d'enseigne).

#### ▪ **REGLES COMMUNES APPLICABLE A L'ENSEMBLE DES ZONES**

Afin de préserver la qualité du cadre paysager et environnemental de la commune de Senlis, plusieurs dispositions ont été inscrites au règlement afin d'améliorer l'intégration des dispositifs dans leur environnement.

Ainsi il est imposé que la publicité s'inscrive dans un cadre rectiligne (à bord droit) de forme régulière, sans ajout ou extension ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif. Cette prescription vise à interdire l'installation de dispositifs particuliers dont le seul objectif serait d'attirer le regard, sans considération pour le paysage.

Afin de limiter le foisonnement des dispositifs publicitaires, les ouvrages particuliers ont été interdits. C'est notamment le cas des dispositifs en toiture, ou de ceux sur terrasses ou marquises. Les dispositifs sur volets et sur clôtures (hors publicité de chantier) ont également été interdits afin de prolonger les dispositions du Code de l'Environnement liées à l'interdiction sur mur et clôtures non aveugles. Dans la même logique les dispositifs intégrant des effets sonores ont été interdits.

L'interdiction du maintien des dispositifs de pose (passerelles ou échelles) a pour objectif de limiter l'ampleur de chaque dispositif. Actuellement de nombreux dispositifs publicitaires sont entretenus sans maintenir ces éléments, ce qui leur offre une intégration de bien meilleure qualité.

Des teintes sobres sont demandées, toujours dans l'objectif de diminuer l'impact visuel des dispositifs. Si aucune couleur n'est imposée formellement, l'objectif sera cependant de se rapprocher au maximum de la teinte utilisée par la ville pour son mobilier urbain.

### **Publicité sur mobilier urbain**

Le Code de l'Environnement désigne 5 supports de mobilier urbain susceptibles d'accueillir de la publicité à titre accessoire :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (du type colonne « Morris ») ;
- les mâts porte-affiches ;
- le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité.

Ces supports, s'ils n'ont pas comme objectif premier d'être des supports publicitaires, n'en demeurent pas moins des espaces d'affichage possible. La dernière catégorie permet notamment l'installation d'affiches de 12m<sup>2</sup>.

Un format de 12m<sup>2</sup> a été considéré comme totalement inadapté aux vues des enjeux de préservation du patrimoine bâti et naturel de la commune.

Par conséquent la publicité lorsqu'elle est réintroduite est limitée à des formats de 2m<sup>2</sup>. Ces petits formats ont vocation à impacter le moins possible le paysage urbain environnant tout en permettant ponctuellement un affichage nécessaire à la vie économique local.

Une règle de densité a été introduite afin de limiter toute surdensité d'affichage, y compris sur le mobilier urbain. Ainsi une inter-distance de 100m doit être respectée entre deux mobiliers urbains (hors abri-voyageurs). Cette inter-distance s'inscrit en cohérence avec les recommandations de la charte du PNR de l'OISE.

### **Publicité murale**

La publicité murale n'est pas réintroduite dans la commune. Le bâti communal présentant souvent un fort intérêt architectural, le choix a été fait de ne pas permettre d'implantation murale, afin de ne pas dénaturer le cadre bâti.

### **Micro-affichage**

La publicité en micro-affichage n'est pas réintroduite dans la commune. Là encore, l'objectif est de ne pas entraîner la banalisation du paysage senlisien par une surcharge de signes visuels.

### **Publicité lumineuse**

La publicité lumineuse n'est pas réintroduite en ZPO afin de limiter au maximum la nuisance pouvant être apportée par la publicité dans le secteur du SPR très protégé.

Dans les autres secteurs, et étant donné la faible surface admise pour les publicités, l'éclairage est admis, afin d'offrir un affichage plus efficient dans les secteurs un peu moins et ainsi définir un certain équilibre entre protection du cadre de vie et vie économique.

- **REGLES SPECIFIQUES A CHAQUE ZONE**

### **Publicité sur mobilier urbain**

La publicité sur mobilier urbain est réintroduite uniquement sur kiosque en ZP0.

Elle est réintroduite avec un maximum de 2m<sup>2</sup> en ZP2 et ZP3.

L'autorisation très limitée en ZP0 doit permettre une protection optimale du centre historique. La réintroduction sur des formats limités dans les autres zones, doit permettre de maintenir des possibilités d'affichage nécessaires à la vie économique local, sans transformer les éléments de mobilier urbain en dispositif publicitaire.

### **Publicité scellée au sol**

La publicité scellée au sol n'est réintroduite qu'en ZP3. Le format de 2m<sup>2</sup> choisi est en cohérence avec le format des publicités sur mobilier urbain autorisé dans ce même secteur Cet affichage de petite dimension présente une incidence relativement faible sur le paysage de la zone tout en offrant aux activités économiques existantes une possibilité de se signaler ponctuellement à l'aide de pré-enseignes.

### **Pré-enseigne temporaire**

La ville accueille de nombreux évènements culturels ou touristiques et a entend donc promouvoir tout au long de l'année des évènements divers mettant souvent à l'honneur son patrimoine et son histoire mais aussi l'art, l'artisanat (...) Ces manifestations ne s'adressent pas uniquement à la population locale mais peuvent concerner un public élargi à l'échelle régionale voire nationale. Ainsi, les routes départementales traversant le territoire constituent des lieux idoines pour promouvoir les évènements culturels de la ville.

Si certains de ces évènements bénéficient de dérogations dans le cadre du Code de l'environnement, ceux axés, par exemple, autour des métiers de l'artisanat n'en disposent pas. Ainsi les pré-enseignes temporaires ont été autorisés le long des grandes routes départementales. Le format autorisé de 6,5m<sup>2</sup> est compensé par une durée d'installation très réduite (allant d'une semaine avant l'évènement à deux jours après) et une interdiction des dispositifs lumineux.

### **Publicité de chantier**

La publicité de chantier est autorisée en dehors du centre historique (en ZP0). Ce type de publicités peut être accepté dans la commune, dans la mesure où elles restent temporaires, car elles peuvent contribuer au financement des opérations. Cependant son format est limité à 2m<sup>2</sup>, toujours afin d'en diminuer l'impact paysager.

## 2. Réglementation des enseignes

Les enseignes de la commune sont encadrées par des règles communes à toutes les zones.

Pour faciliter la lecture du règlement, celui-ci est organisé de manière à présenter, au sein de chaque zone, la totalité des dispositions réglementaires qui s'appliquent aux enseignes, y compris celles communes à toutes les zones.

Les justifications ci-dessous se rapportent ainsi à ces règles communes,

- **REGLES COMMUNES APPLICABLE A L'ENSEMBLE DES ZONES**

### Composition générale

Plusieurs dispositions ont été intégrées de manière à préserver une bonne intégration des enseignes sur les devantures commerciales et dans le paysage de la rue.

Les enseignes en façade sont ainsi limitées à 10% de la surface de la devanture commerciale. Il s'agit de limiter le nombre et l'ampleur des enseignes au profit de dispositifs assez discrets et qualitatifs.

Ainsi les enseignes doivent être réalisées à l'aide de matériaux durables et les bâches sont proscrites. L'objectif poursuivi est la parfaite intégration de l'enseigne à la façade commerciale en imposant une réflexion préalable à chaque projet et en ne permettant pas l'usage de supports précaires et de matériaux banalisants.

L'usage de matériaux pérennes et l'emploi de teintes sobres et adaptées à la façade sont encouragés. Cette disposition tient davantage de la recommandation que de la disposition réglementaire. Elle s'inscrit cependant dans cette volonté de favoriser des projets qualitatifs et bien intégrés au cadre bâti et paysager.

L'implantation d'enseignes est interdite sur les balcons, les volets, les garde-corps, les arbres ou les haies afin de privilégier une implantation au niveau de la devanture commerciale ou au sol. Ces règles permettent de définir une implantation homogène des dispositifs et de veiller ainsi à ce que chaque commerçant, artisan ou entrepreneur dispose d'une visibilité similaire.

L'exception des enseignes clignotantes liées aux services d'urgence est maintenue afin de rendre visible les services de première nécessité.

L'ajout d'effets sonores est interdit afin de préserver le confort auditif des usagers de l'espace public.

Le positionnement des enseignes en façade doit tenir compte de leur composition architecturale (rythmes verticaux et horizontaux). Dans cet esprit les enseignes bandeaux (ou parallèles) doivent s'implanter sous la limite du rez-de-chaussée.

Cette obligation d'intégration doit permettre de préserver un paysage commercial structuré et globalement homogène et de conserver la qualité des linéaires commerciaux des rues et places

anciennes. Il s'agit également de limiter les implantations hétéroclites susceptibles de donner une visibilité excessive à certaines activités au détriment des autres.

La restauration des enseignes historiques peut s'affranchir de ces règles dans une perspective de mise en valeur du patrimoine historique de la ville.

### **Enseignes lumineuses**

Plusieurs dispositions sont intégrées au RLP afin d'encadrer l'éclairage des enseignes.

Certaines règles sont spécifiques à chaque zone et sont donc détaillées dans la partie relative aux dispositions spécifiques à chaque zone.

L'éclairage des enseignes doit être intégré à la devanture commerciale et doit être le moins agressif possible afin de limiter son impact sur l'environnement. Il s'agit uniquement de rendre l'enseigne visible. Ainsi, le règlement prévoit un éclairage indirect des enseignes, par rétroéclairage ou par projection selon le cas et le secteur.

L'ensemble des dispositifs dont la lisibilité est limitée en journée (type néons, LED point à point) sont proscrits.

Les enseignes numériques, dont la luminosité est très prégnante dans le paysage urbain et dont l'éclairage est orienté directement vers la rue, sont interdites en toutes zones. L'impact de ces dispositifs sur le paysage, en particulier s'ils venaient à se systématiser, est en effet excessif.

La luminosité des enseignes doit rester plus faible que celui de l'éclairage public. Cette disposition vise à ce que les enseignes ne deviennent pas éblouissantes pour les usagers de l'espace public.

### **Enseigne perpendiculaire à la façade**

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, toutes les enseignes perpendiculaires doivent être préférentiellement alignées à l'enseigne parallèle (ce qui revient à les positionner au-dessus de la vitrine et sous la limite du rez-de-chaussée). Dans tous les cas, ce type d'enseigne ne doit jamais être implanté au-dessus la limite de l'appui de fenêtre du premier étage. Il s'agit d'éviter qu'une enseigne s'implante beaucoup plus haut que les enseignes voisines et viennent rompre l'harmonie du paysage commercial à l'échelle de la rue.

Une implantation en limite latérale du commerce est imposée afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle. Ces objets peuvent également permettre de donner un rythme particulier au paysage de la rue.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec un format maximal de 0,60\*0,60 m<sup>2</sup>. Une saillie maximale de 0,80cm est définie. La définition de ce format et de cette saillie doit permettre de maintenir des fronts de rue homogènes et d'éviter une concurrence déloyale entre commerçants. Cette dimension ne s'impose cependant pas aux dispositions du règlement de voirie de la commune, si celui-ci est plus restrictif.

### **Enseigne sur store**

L'inscription sur store est encadrée.

Afin de limiter l'effet de surdensité, l'inscription n'est possible que sur le lambrequin (droit). Les doublons de message avec l'enseigne parallèle de la façade doivent être évités pour limiter les effets de surdensité lorsque le store est replié et ainsi promouvoir une bonne lisibilité du commerce.

### **Enseigne sur vitrine**

Les enseignes sur vitrine sont limitées afin de garantir, autant que possible, une certaine transparence sur la boutique.

Ainsi les inscriptions doivent être réalisées en lettres ou signes découpés (ou sur fond transparent) pour limiter leur opacité.

Pour répondre à cet objectif de transparence et pour éviter un effet de surdensité des messages commerciaux, la hauteur des inscriptions ne doit pas dépasser 10% de la hauteur totale de la vitrine.

### **Enseignes temporaires**

Les enseignes temporaires sont encadrées, dans la mesure où ces dernières peuvent, lorsqu'elles sont nombreuses, avoir un impact important sur la qualité paysagère des espaces urbains.

Ainsi les enseignes immobilières en façade sont limitées à un dispositif par bien concerné et par agence mandaté afin de limiter les effets d'accumulation sur les façades. Leur implantation doit être faite à plat ou parallèlement à la façade dans le but de limiter l'impact visuel de ces dispositifs, notamment dans les rues étroites du centre-ville.

Sur clôture, ces enseignes sont limitées à un dispositif par bien concerné et par agence mandatée afin de limiter les effets d'accumulation sur les clôtures. Dans ce même objectif, leur surface est également limitée.

Les enseignes au sol sont limitées à un format de 10,50 m<sup>2</sup> car ce format reste relativement aisé à installer et à retirer des parcelles susceptibles d'accueillir en chantier dans les années à venir.

#### **▪ REGLES SPECIFIQUES A CHAQUE ZONE**

### **Enseignes parallèles à la façade**

Le format des enseignes parallèles à la façade varie selon les zones.

En ZPO (Site Patrimonial Remarquable), leur hauteur est limitée à 30 cm. Ce format a pour but d'intégrer dans les dispositions réglementaires du RLP, les préconisations de la charte du PNR de l'Oise, ainsi qu'avec les recommandations de l'ABF.

Dans les autres zones, le bâti pouvant présenter des formes plus variées, la règle des 30cm n'est pas maintenue. En revanche, le cumul des enseignes en façade ne doit pas dépasser 10% de la surface de la devanture commerciale afin de préserver des devantures lisibles.

### **Enseignes lumineuses**

En ZP0, les lettres boîtiers lumineuses sont interdites afin de préserver une certaine finesse dans le traitement des enseignes et une certaine discrétion des systèmes d'éclairage.

En revanche, dans les autres zones, les lettres boîtiers et découpées rétroéclairées sont admises. Ces dispositifs qualitatifs, mais plus modernes sont ainsi uniquement exclus du centre historique où l'éclairage se veut réellement limité à quelques dispositifs discrets.

### **Enseignes perpendiculaires**

En ZP0, les enseignes perpendiculaires en fer forgé à section fine sont privilégiées afin d'encourager la mise en place des enseignes historiques typiques du centre ancien de Senlis. Cependant ce point n'a pas été défini comme une obligation afin de ne pas complexifier l'installation d'enseignes signalant des activités pour lesquels d'autres matériaux seraient plus indiqués (ex : pharmacies).

### **Enseigne au sol**

Les formats des enseignes au sol sont spécifiques aux différentes zones afin de s'adapter aux spécificités du bâti de chaque secteur et à la largeur des voies.

Ainsi ces enseignes sont totalement interdites en ZP0. Dans ce secteur la volonté municipale est de fortement limiter les possibilités d'affichage afin de limiter l'encombrement visuel du paysage urbain. Par ailleurs, l'implantation à l'alignement de voies étroites forment une continuité bâtie, ce qui laisse peu de possibilités d'implantation pour des enseignes au sol. L'interdiction permet donc un traitement équitable des commerçants.

Au sein de la ZP1, les enseignes au sol sont autorisées jusqu'à un format de 2m<sup>2</sup>. Ce petit format doit permettre à des activités installées en retrait du domaine public de se signaler, sans pour autant provoquer d'effet de surdensité d'affichage.

Au sein de la ZP2 le format est porté à 4 m<sup>2</sup> afin de s'adapter à l'importance potentielle des volumes bâti et de la dimension des parcelles dans ces zones.

Au sein de la ZP3, les typologies bâties se rapprochent de celles de la ZP1, le format des enseignes au sol y est donc similaire et limité à 2m<sup>2</sup>.

### **Enseigne sur clôture**

Les formats des enseignes sur clôture sont spécifiques aux différentes zones afin de s'adapter aux spécificités du bâti de chaque secteur et à la largeur des voies.

Ainsi ces enseignes sont totalement interdites en ZP0, là encore pour éviter d'occulter les clôtures ou de diminuer la cohérence visuelle de leur linéaire. Dans ce secteur l'affichage doit être le plus

limité possible en vue de préserver le paysage urbain du centre historique. Les affichages au sol et sur clôture y sont par conséquent interdits.

Au sein de la ZP1, les enseignes sur clôture sont autorisées jusqu'à un format de 0,60\*0,60m<sup>2</sup>. Ce format correspond en général à celui utilisé par les artisans présents notamment dans les secteurs résidentiels. Ce format de petite dimension a pour objectif de permettre l'affichage des acteurs économiques de ces secteurs, tout en les invitant à prioriser un affichage plus qualitatif et offrant une meilleure visibilité.

Au sein des zones d'activités, zonées en ZP2, le format autorisé est de 2m<sup>2</sup>. Ce format doit permettre à des activités situées dans des édifices implantés en net retrait du domaine public et peu visible, de se signaler. Néanmoins, ce format, doit être de modeste dimension et n'est pas cumulatif avec les enseignes au sol. Il s'agit d'inviter la plupart des activités à privilégier une enseigne au sol, plus qualitative.

Au sein de la ZP3 le format autorisé est de 1m<sup>2</sup>. Ce type de supports doit permettre à des activités dont le bâtiment est localisé en retrait du domaine public et peu visible, de se signaler. Le format proposé est inférieur à celui des zones d'activités étant donné que le bâti le long des routes départemental présente des devantures commerciales et des tailles de parcelles plus petites qu'au sein des zones d'activités. Ce support est non cumulatif avec les enseignes au sol, ce qui doit conduire la plupart des activités à privilégier une enseigne au sol, plus qualitative.

### **Enseignes en toiture**

Les enseignes en toiture sont interdites en ZP0 et ZP1 afin de s'adapter au caractère du bâti historique et de limiter l'affichage au sein des secteurs résidentiels.

En ZP2, les enseignes en toiture sont admises dans la mesure où elles respectent les règles nationales concernant ces supports. En zone d'activité, la typologie du bâti est plus favorable que le centre ancien à l'accueil d'enseigne en toiture. Ce type d'enseignes, en offrant un gain de visibilité, peut contribuer à renforcer la vitalité des entreprises de ce secteur et à répondre à leur besoin particulier en termes de visibilité à plus longue distance. Les règles nationales, assez contraignantes techniquement, permettent généralement une bonne maîtrise de ce type d'affichage. En conséquence, les règles qui les concernent n'ont pas été renforcées.

En ZP3, seules les enseignes sur toitures à deux pans sont autorisées. Elles permettent ainsi ponctuellement un gain de lisibilité sur des axes plus circulés. Des règles particulières, plus contraignantes que les normes nationales ont été définies afin que l'implantation de ces enseignes se fasse en cohérence avec l'architecture sur laquelle elle s'implante. Ainsi, elles doivent rester de petite dimension et au plus près de l'égout du toit.