Commune de LOUVIGNY

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Rapport de présentation

DIAGNOSTIC

Elaboration du RLP

Prescrite le 18-02-2014 Arrêtée le 17-05-2016 Approuvée le

SOMMAIRE

PREAMBULE

I. Règlement local de publicite (rlp) 7

A. Définitions 9

1. Définition d'un RLP 9
2. Définition des objets visés par le code de l'environnement 9

B. Cadre législatif d'un règlement local de publicité 12

1. Principes généraux de la réglementation des publicités et enseignes 12
2. La règle de densité 13
3. Les formats pour la publicité 15
4. L'obligation d'extinction nocturne 16
5. La publicité numérique 17
6. Les bâches 18
7. Les enseignes 18
8. Les pré enseignes 19
9. L'affichage libre 19

II. Périmetre de l'étude 21

A. Situation et organisation spatiale 23

1. Situation 23
2. Physionomie de la ville 23
3. Les protections liées au patrimoine culturel et naturel 24

B. Les grands axes de desserte routière 25

III. Objectifs attendus du RLP 29

PARTIE 1 / DIAGNOSTIC

I. Contexte 35

A. Principes généraux de la démarche 37

B. Méthodologie 37

1. Relevé périmètre d'étude – Approche quantitative 37
2. Approche qualitative 37

II. Rappel de la réglementation en vigueur 39

A. Le périmètre de la ZAC du Long Cours disposant d'un règlement d'aménagement de zone 41

B. Dispositions applicables en matière d'enseignes, publicité et signalétique aux différents secteurs 42

1. Secteur M 42

2. Secteur H.....42

III. Diagnostic..... 43

A. Approche quantitative 45

1. 71 dispositifs publicitaires (dont pré enseignes) répartis sur le territoire communal 45

2. Les enseignes et vitrophanie 47

B. Approche qualitative 48

1. Les principales infractions relevées sur le territoire 48

2. Des enseignes trop nombreuses et vitrines surchargées : des dispositifs surabondants et hétéroclites au niveau de la zone commerciale.....53

3. Des affiches et dispositifs lumineux nuisibles à la lecture de la signalétique routière.....54

4. Des difficultés d'insertion dans le paysage 55

PARTIE 2 / ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

A. Objectifs et orientations pour la réglementation de la publicité 59

B. Objectifs et orientations pour la réglementation des enseignes 59

C. Délimitation de périmètres d'application du RLP 60

PREAMBULE

I. REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

A. DEFINITIONS

1. Définition d'un RLP

Le Règlement Local de Publicité (RLP) a pour but d'adapter à des conditions locales les règles nationales régissant la présence de la publicité et des enseignes dans le cadre de vie.
Le règlement local de publicité est un document réglementaire opposable aux tiers, qui édicte des règles locales permettant cette adaptation. Il peut aussi prévoir des dérogations dans le cadre de celles prévues par le code de l'environnement.

Le RLP approuvé est annexé au PLU.

Les documents obligatoires composant le RLP sont :
- un **rapport de présentation** qui présente les résultats d'un diagnostic et fixe les orientations paysagistes pour expliquer les choix réglementaires et leur cohérence. Cette cohérence doit se définir par rapport au PLU.
- un **document réglementaire** fixant les modifications du règlement national (règles plus restrictives par types d'objets visés), qui peuvent être générales à l'ensemble du territoire communal ou être spécifiques selon un zonage qu'il définit.
- des **annexes,** qui comprennent des documents graphiques faisant apparaître les zonages identifiés par le RLP et les limites d'agglomération fixées par le maire accompagnées des arrêtés municipaux correspondants.

Le présent RLP est annexé au PLU, il est applicable dès son approbation puis sa publication à tout nouveau dispositif et aux dispositifs existants non conformes à la réglementation antérieure. Les autres dispositifs existants ont deux ou six ans de délai pour se mettre en conformité.

2. Définition des objets visés par le code de l'environnement

- <u>Publicité</u>

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités » (Article L581-3 1°).

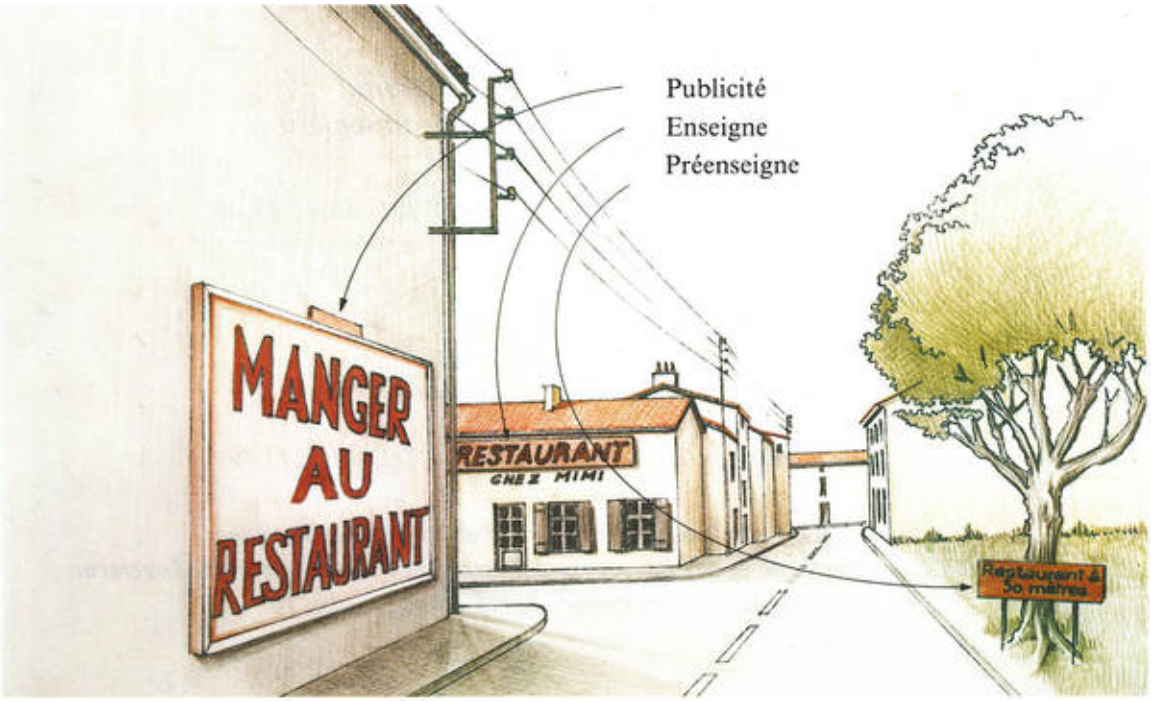
- <u>Enseigne</u>

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (Article L581-3 2°). Cette définition pose comme principe le lien entre le message et le lieu. L'immeuble doit être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou pas, l'important est que l'activité s'y exerce. Ce qui est relatif à une activité est constitué par toute forme de message, et dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant de l'activité. Il peut s'agir d'une image ou d'un nom, d'une marque ou d'un produit quel que soit le moyen de présentation du message au public.

Ce n'est pas le contenu du message défini comme enseigne qui est régi mais son apparence matérielle.

- **Préenseigne**

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (Article L581-3 3°). Il s'agit d'un message de signalétique correspondant à une information de destination. La localisation n'est pas déterminante de la définition de l'objet.
Les préenseignes sont soumises aux dispositions régissant la publicité. Et un règlement local de publicité ne peut pas édicter de règles spécifiques pour les préenseignes.



> Illustration : Syndicat de Pays Marennes Oléron

- **Enseigne parallèle ou enseigne bandeau**

Dispositif parallèle à la façade sur lequel il est appliqué. Cette catégorie inclut les enseignes sur toiture et toiture terrasse.

- **Enseigne perpendiculaire ou enseigne drapeau**

Dispositif installé perpendiculairement à la façade.

- **Vitrophanie**

Etiquette transparente collée sur une vitrine.

- **Dérogation**

Une dérogation est par exemple celle qui réintroduit la publicité dans un secteur où elle est interdite. Par exemple la réintroduction de la publicité à moins de 100 m d'un monument protégé, mais dans le cadre de règles plus strictes, par exemple à 0,50 m^2 de surface maximale unitaire d'une publicité.

B. CADRE LEGISLATIF D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Par délibération du 18 février 2014, le Conseil Municipal a décidé de prescrire l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité, des enseignes et des préenseignes (R.L.P) sur l'ensemble du territoire communal.

Depuis la parution de la loi du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement (dite Grenelle II), la procédure d'adoption des règlements locaux de publicité a été radicalement modifiée. Désormais, les règlements locaux sont élaborés conformément aux procédures d'élaboration des PLU. Un décret du 30 janvier 2012 entré en vigueur le 1er juillet 2012, a détaillé ces conditions de mise en œuvre.
De manière générale, le décret favorise l'évolution de l'affichage publicitaire vers des formes plus respectueuses du paysage.

1. Principes généraux de la réglementation des publicités et enseignes

Rappel : la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit **la liberté d'expression. Cette liberté ne peut être restreinte que principalement pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif**. Ce motif est la protection du cadre de vie, et trouve donc son expression réglementaire dans le cadre du code de l'environnement. En prolongement des règles générales toute mesure réglementaire locale visant la publicité extérieure ou l'enseigne édictée dans le cadre du code de l'environnement ne peut être prise que dans cet objectif. Les autres motifs pouvant légitimement conduire l'autorité publique à limiter, voir interdire, la liberté d'expression exprimée par le moyen de la communication extérieure, ne peuvent être pris que dans d'autres cadres législatifs ; il peut s'agir de la sécurité routière, de la santé publique, ou encore de morale ou de la discrimination raciale etc. L'autorité de police dispose des moyens spécifiques pour intervenir cas par cas ou de manière préventive.

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Mais les messages posés à l'intérieur d'un local fermé et même visibles d'une telle voie, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit de prendre en considération cette notion de visibilité qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne par exemple la protection des monuments historiques. Il est à noter que chaque message ne peut pas être réglementé dans sa formulation (qui détermine sa nature dans le cadre du code de l'environnement), mais seulement dans la forme matérielle de présentation : dimension, nombre, forme, typographie, couleur, technique employée, etc.

Le code de l'environnement admet la présence de la publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés, et **l'interdit en dehors de l'agglomération supposé être un paysage naturel.**
Un dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité est assimilé lui aussi à une publicité au sens du code de l'environnement. Ceci signifie que le fait de présenter ou pas un message sur un panneau n'est pas déterminant en matière réglementaire si le dispositif potentiellement porteur de message existe ; ainsi en cas d'infraction au code de l'environnement, supprimer le message ne supprime pas l'infraction.

- La **publicité est interdite** en vertu de l'article L.581-4 du Code de l'Environnement :
  - Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
  - Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
  - Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
  - Sur les arbres.

- La **publicité est également interdite** en vertu de l'article R.581-22 du Code de l'Environnement :
  - Sur les monuments naturels, les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
  - Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50m² ;
  - Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
  - Sur les murs de cimetière et de jardin public.

La police est exercée par un maire. L'autorité investie des pouvoirs de police (maire) délivre les autorisations requises avec éventuellement accord ou avis de l'Architecte des Bâtiments de France. La notion d'accord remplace celle d'avis conforme et celle d'avis simple. Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire pour les autorisations d'enseignes dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme (soit dans le périmètre de protection autour du monument sauf adaptation dans le cadre d'un PLU).

Le principe régulateur des normes reste celui de la démographie communale avec un seuil de 10 000 habitants, modulé par l'appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ce qui n'est pas le cas de Louvigny. Pour les activités sises hors agglomération, la norme d'enseigne est celle des communes de moins de 10 000 habitants, dont Louvigny fait partie.

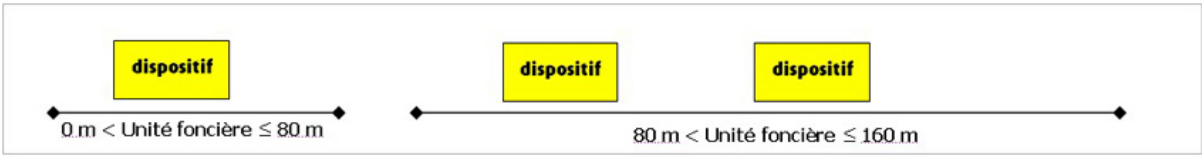
Il s'agira également de tenir du **règlement de voirie départemental** approuvé par arrêté du 23 août 2012.

2. La règle de densité

La réglementation nouvelle fixe une règle de densité qui s'applique aux dispositifs publicitaires suivants : publicité lumineuse et non lumineuse murale, scellée ou installée directement sur le sol. La règle ne s'applique pas à ces dispositifs s'ils sont installés sur toiture ou palissade.

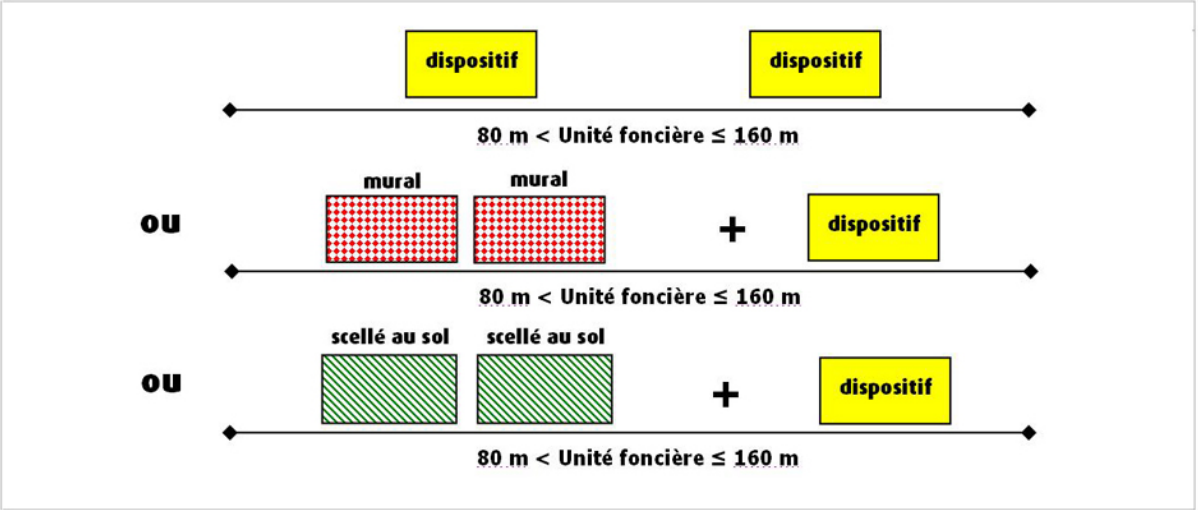
- <u>Sur le domaine privé</u>

Sur une unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres, il ne peut être installé qu'un seul dispositif qu'il soit mural ou scellé au sol.



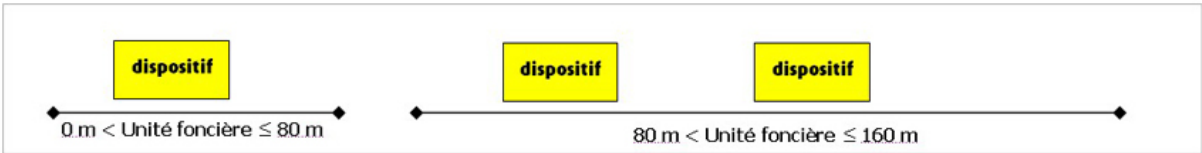
Il peut en outre être installé deux dispositifs muraux sur toute unité foncière ou deux dispositifs scellés au sol sur les unités foncières supérieures à 40 mètres.

Cependant sur les unités foncières de plus de 80 mètres, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres. Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.



- <u>Sur le domaine public</u>

Le long des unités foncières dont la longueur est inférieure à 80 mètres, il ne peut être installé qu'un seul dispositif sur le domaine public. Lorsque l'unité foncière est d'une longueur supérieure à 80 mètres, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres. Ces dispositifs seront librement installés sur le domaine public, le long de l'unité foncière.



3. Les formats pour la publicité

C'est le seuil de 10 000 habitants et l'appartenance ou non à une unité urbaine de 100 000 habitants, qui est le critère de détermination des dispositifs publicitaires autorisés et de leur surface.
La taille des dispositifs publicitaires diminue, celle de la publicité lumineuse est réglementée ainsi que celle des dispositifs numériques.
La surface des dispositifs publicitaires installés sur les emprises des aéroports et des gares ferroviaires est elle aussi réglementée.

	Dispositifs muraux ou sur clôtures			
	Non lumineux	Éclairée par projection ou transparence	Numérique	Autre lumineuse (notamment sur toiture)
Agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants)	4 m² Ou 8 m² (par arrêté préfectoral, pour les publicités en bordure de routes à grandes circulation définies dans les conditions prévues au L110-3 du code de la route)		Interdite	Interdite
Agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	12 m²		8 m² ou 2,1 m² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8 m²
Agglomérations de plus de 10 000 habitants	12 m²		8 m² ou 2,1 m² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8 m²

	Dispositifs scellés au sol			
	Non lumineux	Éclairée par projection ou transparence	Numérique	Autre lumineuse (notamment sur toiture)
Agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants)	Interdits		Interdits	Interdits
Agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	12 m²		8 m² ou 2,1 m² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8 m²
Agglomérations de plus de 10 000 habitants	12 m²		8 m² ou 2,1 m² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8 m²

=> La commune de Louvigny fait partie des agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants).

4. L'obligation d'extinction nocturne

La nouvelle réglementation introduit la règle de l'extinction nocturne pour les publicités, préenseignes et enseignes lumineuses.

- **La publicité et les préenseignes lumineuses**

Le principe

- Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités et préenseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures.
- Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont définies par le règlement local de publicité.

Les communes n'ayant pas de RLP et appartenant à des unités urbaines de plus de 800 000 habitants ne sont pas de fait soumis à la règle d'extinction. Il appartient donc au RLP de définir les modalités et les zones d'extinction des dispositifs sur le territoire communal si la commune souhaite voir s'appliquer des mesures d'extinction.

Les modalités d'extinction et les plages d'extinction définies sur les zones du RLP sont libres, elles peuvent être plus souples que la plage de 1 heure – 6 heures définies dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

- Lors d'événements exceptionnels, les obligations et modalités d'extinction sont définies par arrêté municipal ou préfectoral.

=> La commune de Louvigny fait partie des agglomérations de moins de 800 000 habitants.

Les dérogations

Ne sont pas soumis à la règle d'extinction :

- les dispositifs éclairés par projection ou par transparence supportées par le mobilier urbain;
- les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports ;
- les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes;
- les publicités numériques de surface exceptionnelle, de 50 m² maximum, s'élevant jusqu'à 10 mètres au dessus du niveau du sol, installées sur l'emprise des aéroports au flux annuel de passagers de plus de trois millions de personnes.

- **Les enseignes lumineuses**

Les enseignes sont soumises à l'obligation d'extinction dans les conditions suivantes :

- elles sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé ;
- lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, elles sont éteintes au plus tard 1 heure après la cessation de l'activité et peuvent être rallumées au plus tôt 1 heure avant la reprise de cette dernière.

Il peut être dérogé à ces mesures lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

- **Autres dispositifs lumineux soumis à l'obligation d'extinction nocturne**

Les dispositifs suivants doivent être éteints entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de ceux installés dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, pour lesquels ce sont les règlements locaux de publicité qui définiront les zones d'extinction et les types de dispositif impactés :

- le mobilier urbain sauf quand il supporte de la publicité numérique à images fixes ;
- les bâches et les dispositifs de dimensions exceptionnelles ;
- les dispositifs de petits formats mentionnés au III de l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

Ainsi, les dispositifs installés dans des communes appartenant à des unités urbaines de plus de 800 000 habitants n'ayant pas de RLP ne sont pas soumis à l'extinction. Il appartient donc au RLP de définir les modalités et les zones d'extinction de ces dispositifs sur le territoire communal.

5. La publicité numérique

- **Définition**

La publicité numérique est une sous-catégorie des publicités lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran.

La publicité numérique peut être de trois sortes :

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

- **Principes généraux**

La **publicité numérique est interdite** dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ; **la commune de Louvigny est donc concernée par ce point.**

- **Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique**

Le mobilier urbain peut supporter de la publicité numérique dès lors que la publicité sur mobilier urbain est autorisée, sauf dans les cas suivants :

- hors agglomération ;
- dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- au sein des parcs naturels régionaux, dans les zones Natura 2000 (ZSC et ZPS), au sein des aires d'adhésion des parcs nationaux (même dans le cas d'un RLP) ;
- si les images publicitaires qu'il supporte sont visibles d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation ou d'une voie publique située hors agglomération.

La commune de Louvigny est de fait concernée par ce point.

6. Les bâches

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement crée un régime d'autorisation municipale pour les bâches.

- <u>Deux types de bâches</u>
  - Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
  - Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Remarque : Les bâches de chantier apposées sur des monuments historiques ne sont pas soumises à ce régime mais réglementées à l'article L .621-29-8 du code du patrimoine.

- <u>Une réglementation commune aux deux types de bâches</u>

Les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants, ce qui est le cas de Louvigny.

Dans les autres agglomérations, les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route, qui fixe à 40 mètres la distance à respecter par-rapport aux autoroutes et routes express situées en agglomération.

7. Les enseignes

Les enseignes murales doivent avoir une **surface cumulée inférieure à 15% de la façade commerciale, et de 25% lorsque cette façade est inférieure à 50 m²**.
Cet encadrement protège les enseignes des petits commerces, tout en limitant celles des établissements commerciaux d'envergure.

Les enseignes sur toiture sont limitées à 60 m². Cette disposition limitera les enseignes de toiture « géantes » aux entrées de villes et dans les zones commerciales, qui ont un impact très fort sur les paysages.

Les totems géants scellés au sol sont interdits. Ainsi, seules les enseignes d'une hauteur maximale de 8 mètres restent admises. Ces enseignes scellées au sol sont limitées à une par voie d'accès à l'établissement qu'elles signalent, afin d'éviter la multiplication des dispositifs entourant les centres commerciaux.

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h du matin, et elles doivent respecter un seuil maximal de luminance, afin d'économiser l'énergie et de réduire leurs nuisances visuelles. Seules les pharmacies et services d'urgence sont autorisés à apposer des enseignes clignotantes. Les maires peuvent déroger à cette extinction lors d'événements exceptionnels.

8. Les pré enseignes

Elles n'ont d'existence légale en dehors des agglomérations, sauf si elles signalent des activités des monuments ouverts à la visite et la fabrication ou vente de produits du terroir[1], d'un format unitaire maximum de 1,5 m².

9. L'affichage libre

La publicité relative aux activités des associations sans but lucratif et l'affichage d'opinion est réglementé par le code de l'environnement (articles L 581–13, R 581-2 et R 581-3) qui fait obligation aux communes, de mettre à la disposition des citoyens des emplacements d'expression libre répartis sur l'ensemble du territoire.

Cet affichage libre doit répondre à deux critères :
- Un minimum imposé de surface réservée à l'affichage libre (R 581-2), correspondant à 6 m² pour la commune de Louvigny (4 m²+ 2 m² (au minimum) par tranche de 2000 habitants au-delà de 2000 habitants, pour les communes de 2000 à 10 000 habitants).
- Une obligation de répartir les dispositifs d'affichage libre de façon homogène sur le territoire communal (R 581-3). En effet, "*tout point du territoire communal ne peut être distant d'un emplacement réservé à l'affichage libre de plus d'un kilomètre*".

[1] les activités de fabrication ou vente de produits du terroir doivent représenter au moins 50 % des produits fabriqués ou vendus par l'entreprise souhaitant user du droit de pré-enseignes.

II. PERIMETRE DE L'ETUDE

A. Situation et organisation spatiale

1. *Situation*

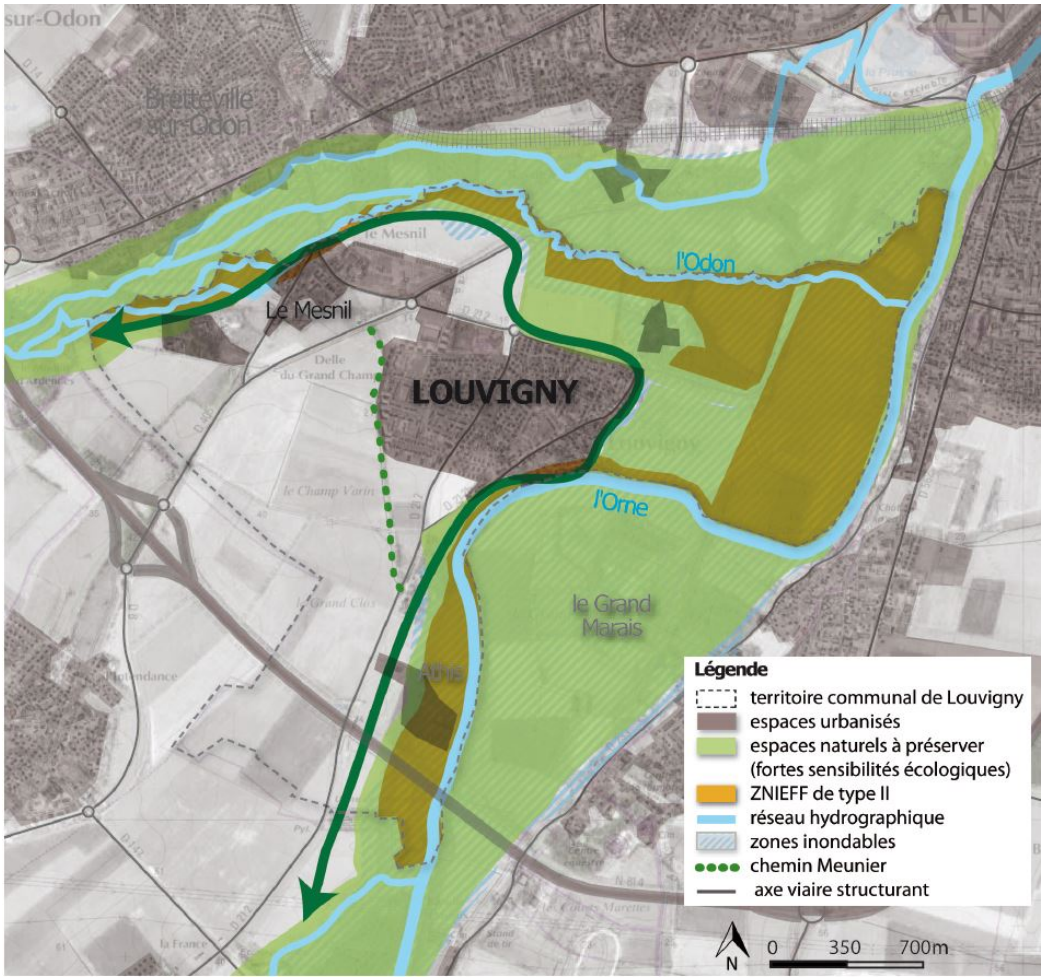
La Commune de Louvigny se situe à 4 km au Sud Ouest de Caen, dans le 8e canton de Caen au sein du département du Calvados, en Basse-Normandie.

Elle est localisée à une **position stratégique, en entrée d'agglomération**, au sein de la couronne urbaine de Caen la mer, le long du périphérique Sud (RN 814). Elle est par ailleurs traversée par un axe structurant de l'agglomération très fréquenté, menant au centre-ville de Caen (RD 405) depuis le périphérique.
Cette localisation, associée à la présence de zones d'activités économiques et commerciales, a nécessité la réalisation d'un règlement local de publicité.

2. *Physionomie de la ville*

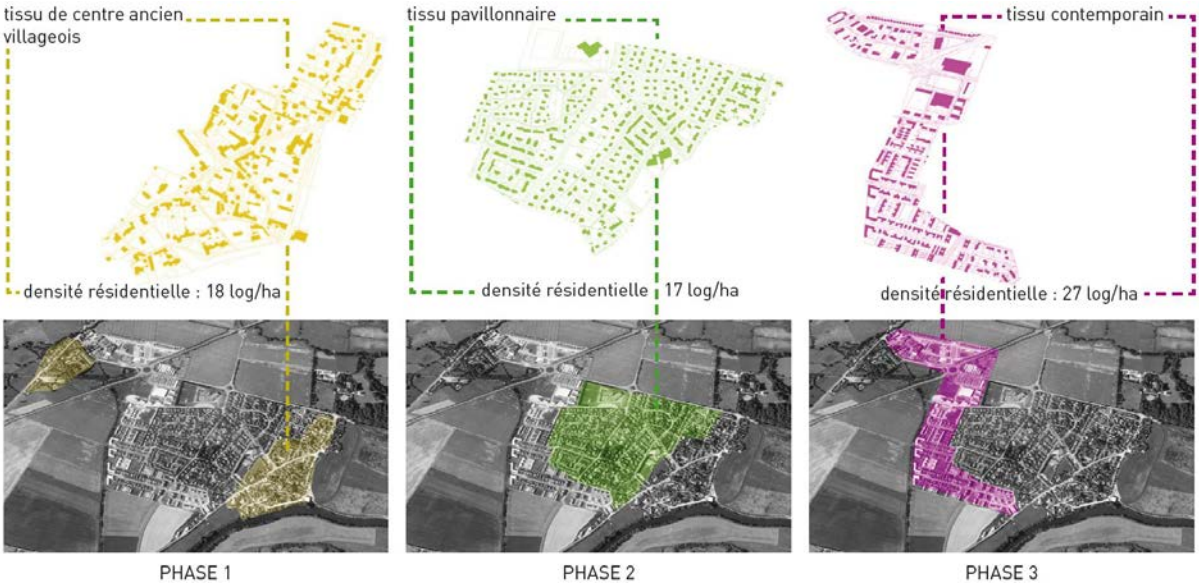
Il est à noter que le Plan Local d'Urbanisme (PLU) est en cours d'élaboration.

La **tache urbaine de Louvigny est concentrée et circonscrite d'éléments naturels importants** que sont les vallées de l'Orne et de l'Odon, espaces naturels à préserver présentant de fortes sensibilités écologiques et contraintes environnementales (risque inondation notamment).



Les zones urbaines de Louvigny sont de morphologies urbaines différentes. La commune se divise en **3 entités, correspondant aux 3 phases de développement historiques :**

- Le cœur de village et le hameau du Mesnil, cœurs historiques de la commune
- Les quartiers pavillonnaires
- La ZAC du Long Cours, comprenant la zone d'activités économiques et commerciales



Ces différentes entités sont déterminantes pour la création de différentes zones du règlement local de publicité.

3. Les protections liées au patrimoine culturel et naturel

Louvigny abrite 3 Monuments Historiques inscrits et bénéficiant d'un périmètre de protection :

- Porte du XVIIe siècle. *Partie protégée : la porte. Protection : ISMH, 17/02/1928*
- L'Eglise. *Partie protégée : le clocher. Protection : ISMH, 16/05/1927*
- Le Château. *Parties protégées : Parties du XVIIIe siècle du bâtiment central, avant corps central, aile à la suite du pavillon d'extrémité, orangerie. Protection : 5A) ISMH, 21/003/1946*

Elle est également **impactée par les périmètres de protection** de plusieurs Monuments Historiques **situés sur les communes voisines.**

Aussi, le territoire communal comporte **trois sites classés :**

- Parc du château. *Parties protégées : le parc du château. Protection : SC, 10/12/1945. Cadastre : Section A1, parcelles 11, 12, 14 à 26, 28 à 35, 37 à 39, 43, 44, 694, 708, 709, 711, 716, 717, 743 à 745*
- Terre-plein dit « le Planitre ». *Parties protégées : Terre plein en bordure de l'Orne. Protection : SC, 20/08/1932. Cadastre : parcelle non cadastrée sur section A3*
- Plantation de peupliers. *Parties protégées : plantation de peupliers en bordure du CD 212. Protection : SC, 07/03/1944. Observation : concerne aussi la commune de Caen*

La commune abrite également 2 espaces naturels sensibles, les berges de l'Orne et la vallée de l'Odon, ainsi que **3 ZNIEFF de type II.**

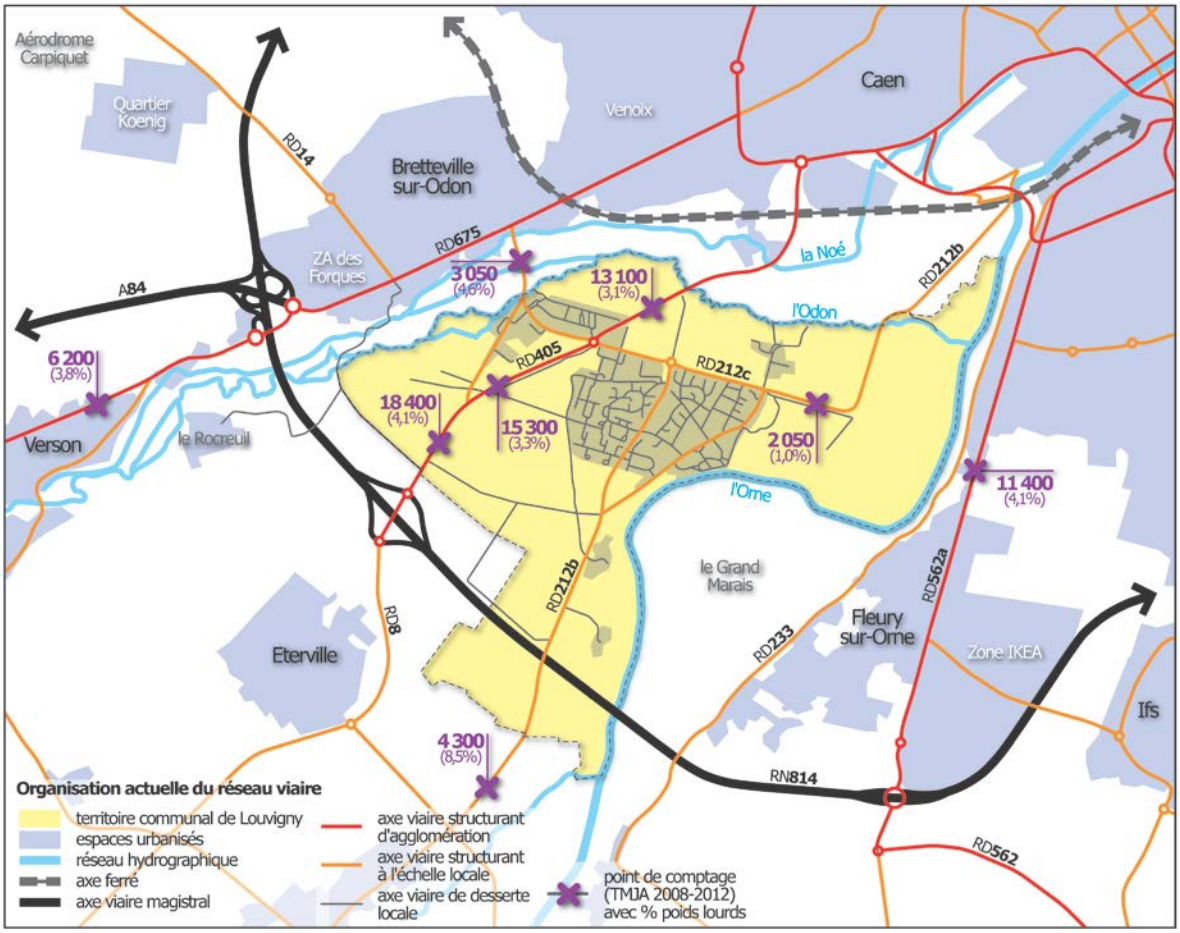
Il est rappelé que **toute publicité est interdite "à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire"**.
Il peut toutefois être dérogé à cette interdiction dans le cadre de l'élaboration d'un RLP (art. L. 581-8 du code de l'environnement).

Toute publicité est également interdite sur les monuments naturels, dans les sites classés ou inscrits, ainsi que sur les arbres.

B. LES GRANDS AXES DE DESSERTE ROUTIERE

Les axes radiaux RD675 (route de Bretagne) et RD562a (traversée de Fleury-sur-Orne), connectés à la rocade RN814 au sud, participent à la **structure magistrale du réseau de voiries** dans lequel s'inscrit le territoire communal. Le réseau viaire interne à la commune s'appuie principalement sur 3 axes départementaux.

- La **RD405** (dont le tracé reprend en partie l'ancienne voie ferrée Caen-Vire) se présente comme structurante car assurant la connexion avec la rocade au sud et un lien directe vers l'hyper-centre de Caen au nord (en franchissant le faisceau ferré). Cet axe constitue la principale voie d'accès vers le centre ville de Caen. Depuis la rocade Sud, la seule sortie indiquant cette destination est la sortie N°10 « Eterville, Caen Centre, Louvigny, Evrecy.
- Les **RD212** et **RD212b/RD212c** complètent le maillage principal. Le réseau de rues assure la desserte locale du cœur urbaine de Louvigny.



> Analyse de l'organisation du réseau viaire à l'échelle large (INDDIGO).
Mise en évidence de la hiérarchie du réseau viaire, de rabattement sur le réseau magistral depuis le pôle central, de continuité territoriale et d'irrigation de la localité de Louvigny.

D'après les comptages routiers, on note :
- Un **trafic important sur la RD 405** (environ 15 000 véh. /jour), axe d'entrée structurant et voie de liaison privilégiée entre la rocade sud et le centre-ville de Caen ;
- Un **trafic journalier faible** sur **l'entrée Nord / Est** depuis la RD 212b (~2 050 véh. /jour).

Une route à grande circulation (RGC) est une route, quelle que soit sa domanialité, assurant la continuité d'un itinéraire à fort trafic et permettant notamment le délestage du trafic, la circulation des transports exceptionnels, des convois et transports militaires et la desserte économique du territoire. Elle fait à ce titre l'objet de règles particulières en matière de police de la circulation.

La rocade RN 814, traversant le territoire de Louvigny dans sa partie Sud, est classée route à grande circulation.

La protection du paysage des voies à grande circulation est établie à la fois par le code de la route et par le code de l'environnement.

Ainsi, pour les autoroutes et routes express, dont la RN 814 :

- code de la route : **la publicité est interdite sur une largeur de 200 m** de part et d'autre des bordures de la voie pour des terrains situés **hors agglomération** et interdite sur une largeur de 40 m de part et d'autre des bordures de la voie pour des terrains situés en agglomération.
- code de l'environnement : la publicité est interdite quand elle est visible des voies situées hors agglomération, et des bretelles de raccordement à la voie autoroutière ou express.

=> On peut considérer qu'il y a une interdiction générale pour la publicité visible de ces voies. Cette interdiction s'étend aux pré enseignes dérogatoires.

III. OBJECTIFS ATTENDUS DU RLP

Les objectifs attendus du règlement local de publicité, sont les suivants :

EXTRAIT DE LA DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION

« Outre un travail de diagnostic du site identifiant l'état actuel de la publicité extérieure légale et illégale sur la commune au regard des dispositions réglementaires en vigueur, il sera proposé de penser « l'affichage publicitaire » sous l'angle du projet urbain que la commune souhaite porter pour les années à venir. De comprendre et d'identifier comment celui-ci peut participer de manière « libre » ou plus ou moins « contrôlée » à la qualité d'un paysage urbain souhaité et attendu par les élus de la commune ». »

PARTIE 1 : DIAGNOSTIC

I. CONTEXTE

A. PRINCIPES GENERAUX DE LA DEMARCHE

De l'esprit de la loi à la volonté territoriale

De la loi du 29/12/79 sur la publicité et les enseignes à la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 (dits «Grenelle II»), toutes les préoccupations affichées sont normalement tournées vers les considérations esthétiques et paysagères qui en constituent le fondement.

Les considérations d'ordre économique ne seraient prises en compte qu'en termes quantitatifs, et en concurrence avec celles du paysage qui seraient d'ordre qualitatif.
La modification législative intervenue du 12 juillet 2010 dans le prolongement du Grenelle II de l'environnement n'a pas changé la problématique de fond.
On peut cependant dire que le développement d'une politique du cadre de vie qualitative est devenu un des facteurs d'un développement économique durable. Économie et paysage ne doivent pas être opposés dès lors que cette approche est globale dans les intentions comme dans les faits. Aussi est-il essentiel de concilier, dans l'intérêt même de l'économie locale, l'approche économique et fonctionnelle avec l'approche esthétique et qualitative du paysage.

Cette approche du sujet, pour être pertinente, ne doit donc en aucun cas être limitée à la publicité au sens strict, en négligeant les autres objets du paysage ou en ne prenant pas en compte l'ensemble de la politique communale en matière de cadre de vie; une vue trop réduite conduirait à un traitement paysager partiel et à des situations qui se révéleraient ensuite juridiquement hasardeuses.

B. METHODOLOGIE

1. Relevé périmètre d'étude – Approche quantitative

L'analyse porte sur l'ensemble du territoire Louvigny.

Un relevé exhaustif des dispositifs concernés par le règlement local de publicité (RLP) sera effectué :

- Publicités et pré enseignes,
- Les enseignes qui ont un impact visuel identique à des publicités

2. Approche qualitative

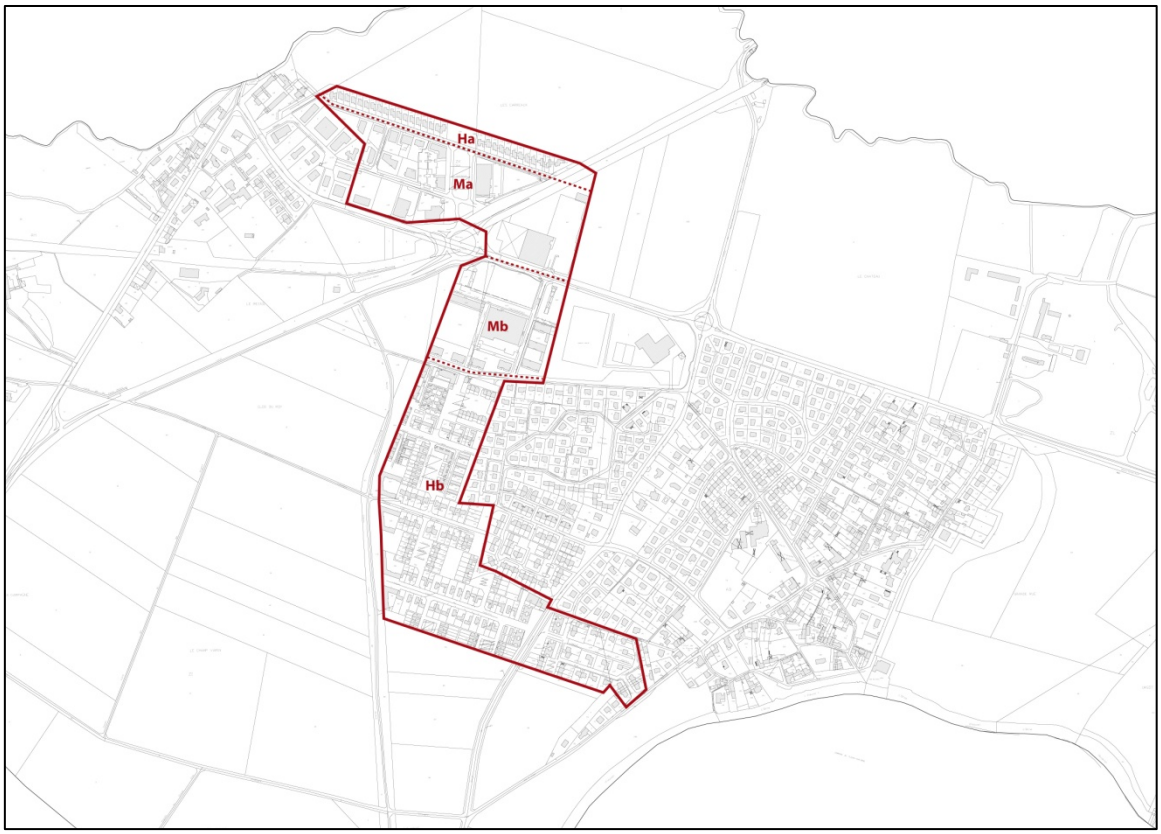
- Le point de vue réglementaire : diagnostic et examen exhaustif de conformité des dispositifs concernés de toute nature avec toutes les règles et lois en vigueur.

- Analyse de « l'affichage publicitaire », vue sous l'angle du projet urbain et de l'image que la commune souhaite porter pour les années à venir.

II. RAPPEL DE LA REGLEMENTATION EN VIGUEUR

La commune de Louvigny ne dispose pas de RLP, elle est donc soumise à la réglementation nationale en vigueur. Toutefois, la **ZAC du Long Cours dispose d'un règlement d'aménagement de zone** (élaboré en 1997), édictant des règles particulières concernant les enseignes et publicités.

A. LE PERIMETRE DE LA ZAC DU LONG COURS DISPOSANT D'UN REGLEMENT D'AMENAGEMENT DE ZONE



Le Plan d'Aménagement de la ZAC (PAZ) du Long Cours est divisé en deux secteurs :

- Le secteur M à dominante d'activité
- Le secteur H à dominante d'habitat

Chacun de ces secteurs est lui-même divisé en deux sous-secteurs faisant l'objet de dispositions particulières :

- Ma et Mb pour le secteur M
- Ha et Hb pour le secteur H

B. DISPOSITIONS APPLICABLES EN MATIERE D'ENSEIGNES, PUBLICITE ET SIGNALETIQUE AUX DIFFERENTS SECTEURS

1. Secteur M

Les panneaux publicitaires sont interdits sur l'ensemble du secteur.

Seules les enseignes sont autorisées, sous réserve :

- qu'elles soient contenues à l'intérieur du périmètre des façades
- qu'elles ne comportent que les inscriptions relatives à la raison sociale ou à l'objet social de l'activité

2. Secteur H

Pour les activités professionnelles mentionnées à l'article H1, la mise en place d'une signalétique est soumise à l'accord écrit préalable de l'aménageur.

III. DIAGNOSTIC

A. Approche quantitative

L'ensemble des dispositifs publicitaires a été repéré cartographiquement (cf. annexes).

1. 71 dispositifs publicitaires (dont pré enseignes) répartis sur le territoire communal

- <u>57 dispositifs publicitaires (dont pré enseignes) sur propriété privée</u>

24 bâches, affiches ou publicitaires temporaires, implantés majoritairement autour des terrains de tennis, de la jardinerie ou sur les clôtures de particuliers (publicité pour artisans).

25 panneaux petit format (2 m²), situés essentiellement à proximité du centre commercial et des grands axes de circulation (RN 814/boulevard périphérique et Rd 405).

2 panneaux grand format (8 m²), situés le long de la RN 814 et au hameau du Mesnil.

6 totems publicitaires localisés au sein de la zone d'activités et commerciale du Long Cours.

- <u>10 publicités sur mobilier urbain traditionnel</u>

10 dispositifs publicitaires implantés sur le domaine public communal ont été recensés sur du mobilier urbain traditionnel de type :

- Abribus supportant de la publicité au format de 2 m²
- Dispositifs de petits formats (une face dédiée à l'information générale et une face publicité de 2 m²)

- ***<u>4 dispositifs réservés à la publicité des associations à but non lucratif et à l'affichage d'opinion</u>***

La commune respecte bien la législation qui précise que le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.

2. Les enseignes et vitrophanie

Les enseignes publicitaires et éléments de vitrophanie sont en **très large majorité localisés au niveau de la zone commerciale et d'activités du Long Cours**. Seules deux enseignes se situent au niveau du cœur de village (La Poste et l'ancien commerce « En direct du terroir »).

La plupart des enseignes sont parallèles à la façade. Quelques unes sont perpendiculaires et/ou lumineuses.

B. APPROCHE QUALITATIVE

1. Les principales infractions relevées sur le territoire

- <u>Publicités et pré enseignes scellés au sol, visibles d'une voie publique située hors agglomération</u>

Ces dispositifs publicitaires scellés au sol dont les **affiches sont visibles d'une voie publique située hors agglomération** (depuis la RN 814/boulevard périphérique) sont interdits.

En effet, selon l'article **R581-31 du Code de l'Environnement** : « Les dispositifs publicitaires non lumineux [...] sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ».

- <u>Dispositifs publicitaires dépassant du mur support</u>

Cette enseigne située au sein de la zone d'activités, le long de la RD 212 **dépasse du mur support.**
En effet, selon les **articles R581-60 et R581-61 du 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 ».

Il en est de même pour ces dispositifs publicitaires (drapeaux) situés au-dessus des limites de la façade.

- <u>Enseigne obsolète non supprimée</u>

Ces enseignes situés dans le cœur de village sont obsolètes, le commerce ayant fermé, et ne devraient plus être en place.

En effet, selon **l'article R581-58 du Code de l'Environnement :** «Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale. **Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée** et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque ».

- <u>Publicités sur dispositifs de distribution électrique</u>

Ces dispositifs interdits sont situés dans le cœur du village (même à moitié déposé, il pourrait inciter l'affichage d'autres dispositifs) et au niveau de la ferme d'Athis.

En effet, selon **l'article R581-22 du Code de l'Environnement** : « Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L581-4, la publicité est interdite « 1° Sur les monuments naturels, les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique [...] ».

- <u>Les panneaux publicitaires situés au sein de la ZAC du Long Cours et plus généralement au sein de la commune</u>

L'ensemble des panneaux publicitaires recensés au sein de la ZAC du Long Cours, et notamment à proximité du centre commercial, sont interdits selon **l'article M.11.4 du règlement d'aménagement de la ZAC.**
De façon plus générale, les dispositifs scellés au sol sont interdits par le règlement national, dans toute la commune.

- <u>Les pré enseignes dérogatoires situées hors agglomération</u>

Les pré enseignes situées le long de la RD 405 hors agglomération, signalant des activités spécialement utiles aux personnes en déplacement sont aujourd'hui autorisées (dérogation).
Toutefois, **à partir du 13 juillet 2015, ces pré enseignes dérogatoires seront interdites** (de même que celles signalant des services de secours et des activités en retrait de la voie publique).

- <u>Les bâches publicitaires et publicité dans les sites inscrits ou classés</u>

Cette **bâche publicitaire** située sur le portail d'accès à l'église, qui plus est, **en site inscrit**, est interdite.

De même qu'autour des terrains de tennis, en nombre relativement conséquent.

- **Développement incontrôlé des publicités de petits formats (Micro affichage)**

Le micro-affichage sur les vitrines commerciales ne peut dépasser 10% de la surface de la devanture commerciale, et dans la limite maximale de 2 m².

Certaines devantures commerciales dépassent largement ce pourcentage.

La devanture commerciale est ici par exemple quasi intégralement couverte de micro affiches.

2. *Des enseignes trop nombreuses et vitrines surchargées : des dispositifs surabondants et hétéroclites au niveau de la zone commerciale*

L'ensemble des façades de la zone commerciale présente une **accumulation d'enseignes de tailles, coloris et polices d'écriture divers.**

A cela s'ajoutent des **dispositifs de vitrophanie** (simples écritures ou dispositifs publicitaires) **surabondants, hétéroclites** et dans certains cas recouvrant quasi intégralement la devanture commerciale.

Par ailleurs, certains des **étages non commerciaux sont également recouverts de dispositifs publicitaires.**

Des enseignes perpendiculaires colorées, voire lumineuses et clignotantes (autorisées uniquement pour la pharmacie) viennent, dans une **logique de surenchère**, surcharger les devantures commerciales.

3. Des affiches et dispositifs lumineux nuisibles à la lecture de la signalétique routière

Les nombreuses affiches disposées le long de la jardinerie masquent certains panneaux de signalétique et peuvent être nuisibles à l'attention du conducteur.

De même, des dispositifs lumineux et clignotants de type « spots » situés derrière une façade vitrée sont visibles depuis la route départementale et peuvent être gênants ou distrayants pour les conducteurs.

4. Des difficultés d'insertion dans le paysage

Certains coloris vifs, dispositifs saillants ou surabondance de dispositifs, visibles notamment depuis la RD 212 s'intègrent difficilement dans le paysage plutôt « naturel ».

PARTIE 2 :
ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

L'objectif de la mise en place d'une règlementation de la publicité, des enseignes et des préenseignes est principalement destiné à la protection de l'esthétique des paysages et du cadre de vie.
A côté de la règlementation nationale, le législateur a admis que des règlements locaux de publicité puissent être adoptés afin d'adapter la règlementation nationale aux exigences et circonstances locales (art. L.581-18 du code l'environnement).

A. OBJECTIFS ET ORIENTATIONS POUR LA REGLEMENTATION DE LA PUBLICITE

Il est proposé que le nouveau RLP s'attache prioritairement à :

- **Alléger le poids de la publicité au sein de la ZAC du Long Cours,** en faisant respecter le règlement d'aménagement interdisant les panneaux publicitaires privés au sein du périmètre de ZAC et en encadrant les nouvelles formes de publicité dont la micro publicité, la vitrophanie et la publicité lumineuse.
- **Valoriser le patrimoine architectural et paysager**, en restreignant la publicité dans certaines zones de la ville (cœur de village, hameau du Mesnil) et au sein des espaces naturels et agricoles ceinturant la commune (limitation des pré enseignes au profit d'une signalétique de zone).
- **Renforcer la sécurité des automobilistes**, en réduisant, voire interdisant le nombre et la taille des dispositifs publicitaires aux abords des voies publiques stratégiques.

B. OBJECTIFS ET ORIENTATIONS POUR LA REGLEMENTATION DES ENSEIGNES

La règlementation nationale (articles L. 581-18 et suivants et R. 581-58 et suivants du code de l'environnement) prévoit des dispositions concernant notamment les matériaux, les modalités d'entretien, d'éclairage, les formats, le nombre d'enseignes et leurs emplacements.

Le règlement local peut comporter des dispositions spécifiques pour les enseignes, restreignant les règles nationales. Ces règles locales doivent être raisonnables et facilement applicables. Elles peuvent permettre de :

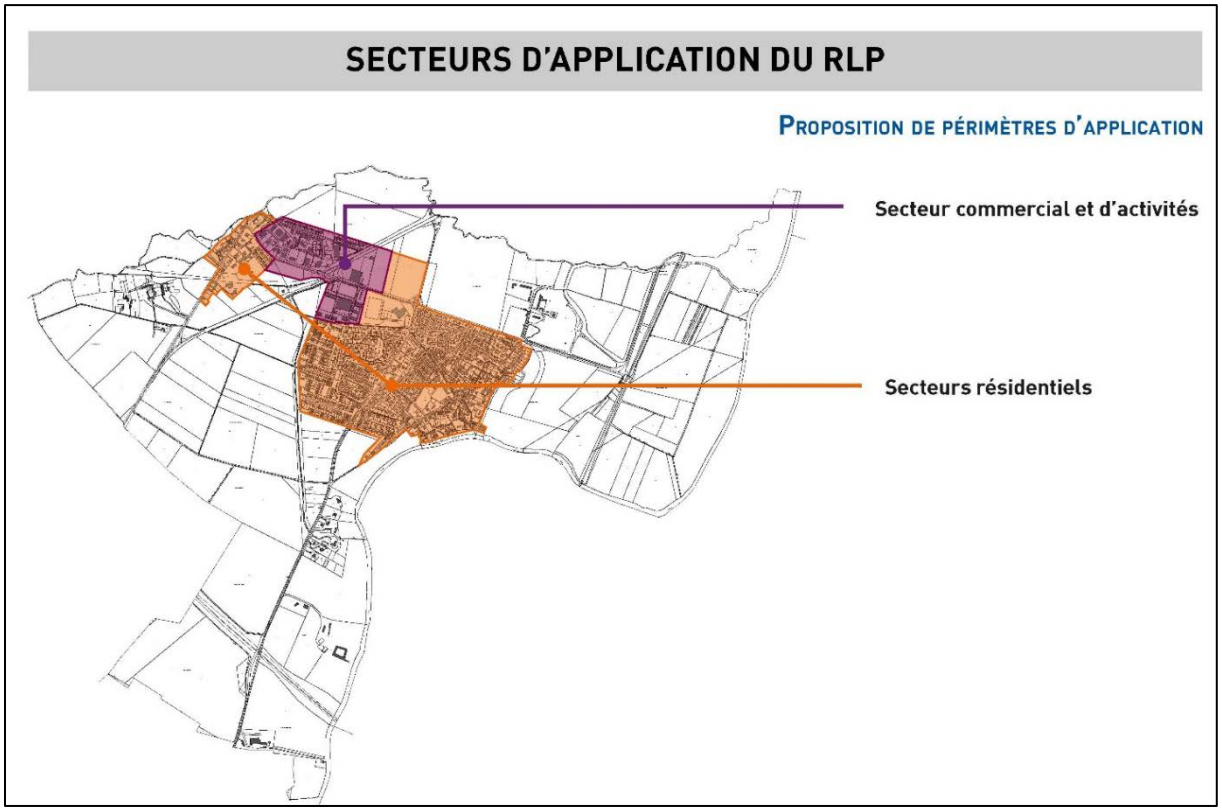
- faciliter l'intégration esthétique,
- éviter l'étalement, la densité et l'accumulation des enseignes.

Les principales orientations du futur règlement local comprendront des mesures plus restrictives que le règlement national tendant à :

- assurer **l'intégration esthétique** des dispositifs (coloris, taille, luminosité, …).
- **limiter le nombre d'enseignes par façade** et orienter leur positionnement.
- **limiter les saillies des enseignes** sur le domaine public.

C. DELIMITATION DE PERIMETRES D'APPLICATION DU RLP

Au regard des objectifs affichés d'allègement du poids de la publicité au sein de la ZAC du Long Cours et de valorisation du patrimoine architectural et paysager au niveau des secteurs résidentiels, deux secteurs d'application du RLP sont délimités.
Il s'agit du :

- Secteur commercial et d'activités
- Secteur résidentiel

En effet, au regard d'objectifs et de contextes urbains différents, deux zones avec des règlements différents ont été délimitées.