

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

VILLE DU HAVRE



PREAMBULE	3
RAPPEL	4
CHAMPS D'APPLICATION	4
DEFINITIONS	5
PUBLICITES, ENSEIGNES ET PREENSEIGNES	5
AUTRES DEFINITIONS	5
TITRE I : RÈGLES GÉNÉRALES COMMUNES À L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE COMMUNAL	8
CHAPITRE A : PROTECTION DES CARREFOURS ET DES ENTRÉES DE VILLE	8
Article A.1 : Carrefours	8
Article A.2 : Entrées de ville	8
Article A.3 : Domaine ferroviaire SNCF RESEAU	8
CHAPITRE B : LES MATÉRIELS	8
Article B.1 : Aspects des dispositifs publicitaires et pré-enseignes	8
Article B.2 : Accessoires	8
Article B.3 : Surface	8
Article B.4 : Qualités techniques et entretiens	8
Article B.5 : Couleur des dispositifs publicitaires	8
CHAPITRE C : LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ET PRE-ENSEIGNES SCELLÉES AU SOL	9
Article C.1 : Caractéristiques	9
Article C.2 : Nombre et densité	9
CHAPITRE D : LES PUBLICITÉS SUR CLÔTURES, MURS, PIGNONS ET PALLISSADES	9
Article D.1 : Caractéristiques	9
Article D.2 : Nombre et densité	9
Article D.3 : Palissades de chantier	9
CHAPITRE E : LES PUBLICITÉS LUMINEUSES	9
Article E.1 : Caractéristiques	9
Article E.2 : Nombre et densité	9
CHAPITRE F : ENSEIGNES	9
CHAPITRE G : MOBILIER URBAIN	10
CHAPITRE H : NOUVELLES FORMES DE PUBLICITE	10
CHAPITRE I : MONUMENTS HISTORIQUES	10
TITRE II : RÈGLES PROPRES À CHAQUE ZONE	11
CHAPITRE 1 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 1	11
Article 1.1 : Caractéristiques	11
CHAPITRE 2 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 2	11
Article 2.1 : Caractéristiques	11
Article 2.2 : Nombre et densité	11
CHAPITRE 3 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 3	12
Article 3.1 : Caractéristiques	12
Article 3.2 : Nombre et densité	12
CHAPITRE 4 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 4	13
Article 4.1 : Caractéristiques	13
Article 4.2 : Nombre et densité	13

PREAMBULE

L'article L.581-1 du Code de l'environnement rappelle que "chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes", puis définit des principes généraux visant à la protection du cadre de vie. C'est dans ce contexte que sont élaborés les règlements locaux de publicité (RLP).

L'article R.581-72 du Code de l'environnement précise que « le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. »

Pour la réalisation de ce document, l'enjeu est de concilier liberté d'affichage et protection de l'environnement et du cadre de vie. En effet, l'affichage publicitaire est associé à la liberté du commerce et de l'industrie, il est le moteur essentiel des activités économiques présentes sur le territoire. Toutefois, le RLP doit s'établir dans le respect des objectifs qui figurent dans les dispositions législatives du Code de l'environnement : protection du cadre de vie, prévention des nuisances visuelles et réduction des consommations énergétiques.

Par délibération du 18 septembre 2017, le maire de la Ville du Havre a été autorisé à lancer la révision de son RLP. Les objectifs définis par cette délibération sont :

- Assurer la qualité visuelle et paysagère des principales entrées de ville qu'elles soient routières, ferroviaire (gare), ou maritime (port de plaisance, quais affectés aux croisières) ;
- Garantir la cohérence du traitement de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes sur les différentes voies structurantes du territoire ;
- Anticiper en définissant parallèlement aux projets urbains émergents une politique réglementaire en matière de publicité, de pré-enseignes et d'enseignes : quartier de la gare, Dumont d'Urville, Plateaux nord et sud, Grand Hameau, Citadelle, Stade Deschaseaux ... ;
- Conserver les particularités paysagères de la ville et garantir la valorisation de son patrimoine bâti : maintien des perspectives visuelles en direction de la mer, entre ville haute et ville basse, définition d'une politique autour des monuments inscrits ou classés, prise en compte des secteurs bâtis identifiés au PLU (bassins, costières...) ;
- Mettre en œuvre les objectifs fixés par la ville en matière de développement durable et prolonger les exigences réglementaires du dispositif Site Patrimoine Remarquable (SPR), valant Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) ;
- Prendre en compte l'arrivée des nouvelles technologies en matière d'affichage ;
- Établir, selon les enjeux identifiés pour les différents secteurs, des règles en matière d'affichage et d'enseignes en participant à la mise en œuvre des objectifs fixés dans le cadre du PLU et notamment l'objectif n°2 « Améliorer la qualité de vie en ville » ;
- Assurer un nécessaire équilibre entre le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes et la protection du cadre de vie et notamment de nos paysages.

RAPPEL

Art. L. 581-3 du Code de l'environnement

« Au sens du présent chapitre :

- 1° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ;
- 2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;
- 3° Constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. »

Article L. 581-19 du Code de l'environnement

« Les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité ».

Déclarations (article L. 581-6 du Code de l'environnement)

L'installation, la modification ou le remplacement d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité font l'objet d'une déclaration préalable, définie par le Code de l'environnement. Les préenseignes dont les dimensions excèdent 1 m en hauteur ou 1,5 m en largeur sont également soumises à la déclaration préalable.

Autorisations (article L. 581-18, alinéa 3 du Code de l'environnement)

Les dispositifs de publicité lumineuse autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou transparence sont soumis à autorisation du maire. Les enseignes sont également soumises à autorisation du maire : « Sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L. 581-4 et L. 581-8, ainsi que dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à l'autorisation ».

Affichage d'opinion (article L. 581-13 du Code de l'environnement)

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations sans but lucratif sont déterminés par arrêté du maire.

CHAMPS D'APPLICATION

Quatre zones de publicité restreinte sont instaurées sur le territoire de la Ville.

Les règles communes à l'ensemble du territoire communal sont définies au Titre I.

Les règles propres à chacune des zones sont énoncées au Titre II.

Dans le silence du RLP, les dispositions nationales prévues par le Code de l'environnement s'appliquent.

Les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité et qui sont reprises dans le présent Règlement Local de Publicité.

Les dispositions de la réglementation nationale issues du Code de l'environnement qui ne sont pas modifiées par le présent règlement demeurent opposables aux tiers. Au regard de l'intérêt porté par la Ville sur certaines dispositions du règlement national de publicité, certaines d'entre elles sont reprises dans le présent règlement.

Indépendamment du Code de l'environnement, les publicités, enseignes et pré-enseignes sont soumises à d'autres réglementations (Code de la route, Code de la voirie routière, Code du patrimoine, règlement de voirie municipal, règles d'occupation du domaine public, ...).

Sont annexés au présent règlement :

- Le document graphique faisant apparaître les zones ; ce document a valeur réglementaire ;
- L'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération ; celles-ci sont également représentées sur un document graphique.

DEFINITIONS

Les définitions suivantes sont celles des principaux termes utilisés dans le présent règlement.

PUBLICITES, ENSEIGNES ET PREENSEIGNES

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

Constitue une **enseigne** toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce (article L 581-3, 2° du Code de l'environnement).

Constitue une **pré-enseigne** toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée (article L 581-3, 3° du Code de l'environnement).

AUTRES DEFINITIONS

Une **agglomération** est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

Un **annonceur** est une entité en faveur de qui est réalisée la publicité (commerce, marque, entreprise, homme politique, film etc.).

Un **auvent** est une avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture.

Une **bâche de chantier** est une bâche comportant de la publicité, installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

Une **bâche publicitaire** est une bâche comportant de la publicité, autre qu'une bâche de chantier.

Le terme **baie** désigne toute ouverture pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.). Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.

Le **cadre** d'un dispositif publicitaire est la partie du dispositif qui entoure l'affiche (dit également « moulure »).

Le terme **chantier** définit la période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux.

Une **clôture** désigne toute construction destinée à séparer deux propriétés ou deux parties d'une même propriété quels que soient les matériaux dont elle est constituée. Le terme clôture désigne donc également les murs de clôture.

Une **clôture aveugle** est une clôture pleine, ne comportant pas de parties ajourées.

Une **clôture non aveugle** est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Une **corniche** est un ornement en saillie sur un mur destiné à protéger de la pluie.

Une **devanture** est le revêtement de la façade d'une boutique. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Le terme **dispositif d'affichage** désigne un dispositif spécialement conçu pour recevoir ou permettre l'exploitation d'une affiche ou de plusieurs affiches visibles successivement. Il peut comporter un plateau, un cadre, un piètement et des accessoires de sécurité ou d'éclairage.

Un **dispositif d'affichage déroulant** est un dispositif constitué d'un caisson vitré, à l'intérieur duquel tourne sur un axe horizontal ou vertical un train de plusieurs affiches visibles successivement et éclairées par transparence.

Un **dispositif d'affichage à lamelles** est un dispositif "trivision" dont les affiches sont collées ou apposées sur des éléments de forme prismatique. Trois affiches sont vues successivement.

Le terme **dispositif publicitaire** désigne un dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Le **droit** d'une façade est la partie de terrain située devant une façade, perpendiculaire à celle-ci.

Les **éléments architecturaux ou décoratifs** sont les corniches, têtes de mur, pierres de harpages, bas-relief, etc.

L'**emplacement publicitaire** est le lieu précis où est implanté soit un dispositif d'affichage unique, soit l'ensemble formé par deux dispositifs d'affichage alignés verticalement et horizontalement pour les muraux. Pour les portatifs, les dispositifs d'affichage peuvent former un angle entre eux.

Une **enseigne éclairée** est une enseigne illuminée par spots, caisson ou projection.

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

Une **enseigne numérique** est une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Une **enseigne temporaire** est une enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme enseignes temporaires, les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

L'**entrée ou la sortie de ville** est le lieu matérialisé par la présence des plaques réglementaires (EB 10 ou EB20).

La **face** d'un panneau publicitaire est la surface plate verticale supportant l'affiche.

Les **façades aveugles** sont des murs des bâtiments ne comportant aucune baie ou jour de souffrance de surface supérieure à 0,5 m².

Le terme **fixe** se dit d'un dispositif installé durablement et qui n'est pas lié à une opération ou un événement particulier. C'est le cas général des panneaux publicitaires ou des enseignes. S'oppose à « temporaire » pour le Code de l'environnement.

Un **lambrequin** désigne un bandeau d'ornement en bois ou en tôle ajourée, disposé en partie supérieure des marquises, des baies... Il désigne également la partie tombante en partie basse d'un store de toile.

Le terme **logo** désigne le signe figuratif d'une marque de fabrique, de commerce ou de service, ou d'un produit ou de son conditionnement.

La **longueur de l'unité foncière** est calculée sur le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique. Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie doit être pris en compte. Lorsque l'unité foncière ne forme pas un angle droit, le calcul se fait depuis la moitié de la longueur de l'unité foncière donnant sur l'intersection des voies.



Schémas donnés à titre indicatif

Une **marquise** est un auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Le **meublement urbain** est une installation implantée sur le domaine public à des fins de commodité pour les usagers. Les catégories de meublement urbain pouvant accueillir des publicités sont : les abris destinés au public, les kiosques, les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches et les mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires. .

Un **mur aveugle** est un mur plein, ne comportant pas de parties ajourées. Lorsqu'un mur comporte une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré, la publicité murale est autorisée conformément à l'article R.581-22 du Code de l'environnement.

Le **nu** d'un mur est le plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

Une **ouverture de surface réduite** est une ouverture dont la surface est inférieure à 0,5m².

Une **palissade de chantier** est une clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

Une **passerelle** est un accessoire qui garantit l'accès au dispositif publicitaire et la sécurité des personnels chargés de l'exploitation, de l'entretien et de la maintenance des dispositifs.

Une **pré-enseigne dérogatoire** est une pré-enseigne située hors agglomération signalant des activités particulières (activités en relation avec la fabrication ou vente de produits du terroir, activités culturelles, monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite).

L'éclairage par **projection ou transparence** est un éclairage où la source lumineuse ne participe pas directement à la publicité. Elle éclaire lorsque la luminosité est trop faible.

Un **publicitaire** est une personne ou groupe de personnes exerçant son activité dans le domaine de la publicité (le terme de publiciste ne s'emploie pas).

Une **publicité lumineuse** est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Une **publicité numérique** est une sous-catégorie de la publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

La **saillie** est la distance entre le dispositif publicitaire débordant et le nu de la façade.

Un **store** est un rideau de toile destiné à abriter une baie du soleil ou des intempéries.

Un **support** désigne toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

La **surface d'un mur** désigne la face externe, apparente d'un mur.

La **surface utile** est la surface d'un dispositif publicitaire affectée à l'affiche.

La **surface totale** est la surface hors-tout qui englobe l'encadrement.

Une **unité foncière** est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

Les **véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires** sont des véhicules exclusivement aménagés pour constituer un support de publicité ou, étant aménagés pour un autre usage, sont détournés de cet usage normal à des fins publicitaires. Les véhicules des services de transport public de voyageurs ne sont pas des véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires.

Un **visuel** désigne le contenu d'une affiche.

TITRE I : RÈGLES GÉNÉRALES COMMUNES À L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE COMMUNAL

CHAPITRE A : PROTECTION DES CARREFOURS ET DES ENTRÉES DE VILLE

Article A.1 : Carrefours remarquables

La publicité numérique, y compris sur mobiliers urbains, est interdite à moins de 50 mètres des carrefours remarquables suivants :

- Boulevard de Strasbourg / Cours de la République / Cours La Fayette / Cours Commandant Fratacci
- Rue du Maréchal Joffre / Cours de la République / rue Aristide Briand
- Rue d'Ingouville / Avenue René Coty

Article A.2 : Entrées de ville

Aucun dispositif publicitaire ou pré-enseigne, y compris sur mobiliers urbains, ne peut être installé à moins de 50 mètres d'une plaque d'entrée ou de sortie d'agglomération repérée sur le plan de zonage annexé au présent règlement.

Article A.3 : Domaine ferroviaire SNCF RESEAU

Le domaine ferroviaire SNCF RESEAU correspond aux emprises foncières dédiées à la circulation ferroviaire comprises entre :

- La rue de Verdun (à l'est en entrée de ville),
- L'avenue Jean Jaurès, la rue Demidoff, la rue Labédoyère, la rue Boieldieu au nord
- Le boulevard de Leningrad, le boulevard Winston Churchill et la rue Charles Laffitte au sud et la gare à l'ouest.

Les dispositifs publicitaires ou pré-enseignes respectent entre eux une distance de 60 mètres.

CHAPITRE B : LES MATÉRIELS

Article B.1 : Aspects des dispositifs publicitaires et pré-enseignes

L'emploi de panneaux bois est interdit. Les publicités peintes sont interdites. Si un emplacement comporte plusieurs panneaux, ils devront être alignés horizontalement ou verticalement et être disposés de façon harmonieuse.

Article B.2 : Accessoires

Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence de personnes chargées de les utiliser. Elles doivent être peintes d'une couleur approchant celle du mur support ou du dispositif publicitaire scellé au sol. Les jambes de force, haubans, pieds-échelles, fondations dépassant le niveau du sol sont interdits.

Article B.3 : Surface

La surface unitaire utile des publicités ne peut excéder 8m². La surface totale des dispositifs publicitaires ou pré-enseignes ne peut excéder 11m².

Lorsqu'elle est implantée sur un pignon ou une façade, la surface totale d'un dispositif publicitaire ou pré-enseigne ne peut excéder 60% de la superficie du support.

Les surfaces des publicités numériques sont détaillées suivant les zones définies au Titre II.

Article B.4 : Qualités techniques et entretiens

Les matériels destinés à recevoir des publicités, enseignes et pré-enseignes sont choisis, installés et entretenus par leurs exploitants afin de garantir la pérennité de leur aspect initial et la conservation, dans le temps, de leurs qualités techniques. Tout défaut d'entretien ou de maintenance constaté devient une infraction au présent règlement si la remise en état n'intervient pas dans les sept jours suivant le constat adressé par la Ville à l'opérateur, sauf cas de force majeure, le contrevenant encourt alors une amende conformément aux dispositions du Code de l'environnement.

Article B.5 : Couleur des dispositifs publicitaires

Afin de garantir une bonne intégration au support ou à l'environnement immédiat, les structures et accessoires des dispositifs publicitaires sont de couleur choisie parmi la gamme RAL gris (7016/7023/7040/7032).

CHAPITRE C : LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ET PRE-ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL

Article C.1 : Caractéristiques

Tout dispositif publicitaire ou pré-enseigne scellé au sol est de type « monopied ». Ce pied est vertical et sa largeur n'excède pas le quart de la largeur totale du dispositif. Lorsque le dispositif est exploité recto-verso, les deux faces ne doivent pas présenter de séparations visibles. La juxtaposition de plateaux à « flancs ouverts » est interdite. Lorsque le dispositif est simple face, son dos est carrossé. La hauteur d'un dispositif ne peut s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol naturel et ne pourra excéder 6 mètres par rapport au niveau de la voie la plus proche.

Article C.2 : Nombre et densité

Suivant les zones définies au Titre II

CHAPITRE D : LES PUBLICITÉS SUR CLÔTURES, MURS, PIGNONS ET PALLISSADES

Article D.1 : Caractéristiques

Les publicités sont interdites sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non. Les publicités sont interdites en toiture ou en terrasse. Un dispositif publicitaire doit être centré sur l'axe médian du support lorsque ce dernier présente une largeur inférieure à 7 mètres sauf impossibilité technique. Il est implanté à 0,5 mètre au moins de toute arête (faîte d'un mur, angle, chaînage d'angle vertical, ...) et des ouvertures. Aucun dispositif publicitaire ne peut s'élever à plus de 6 mètres du sol (pied de mur).

Article D.2 : Nombre et densité

Un support (façade ou pignon) ne peut accueillir plus de deux dispositifs publicitaires sauf règles plus strictes suivant les zones décrites au Titre II.

Article D.3 : Palissades de chantier

Sur les palissades, la publicité se conforme aux règles de hauteur et de surface applicables dans la zone où ils se trouvent. Utilisant des matériels identiques, alignés en hauteur, ces dispositifs publicitaires ou pré-enseignes sont séparés par un intervalle minimum égal au double de leur plus grande dimension et ne peuvent constituer une saillie par rapport à la palissade. La publicité ne peut être installée sur la palissade que 15 jours avant le début effectif des travaux et devra être enlevée 15 jours après l'achèvement des travaux.

CHAPITRE E : LES PUBLICITÉS LUMINEUSES

Article E.1 : Caractéristiques

Les dispositions relatives aux publicités lumineuses sont décrites au titre II. Les publicités lumineuses, y compris numériques, sont éteintes entre 23 heures et 6 heures à l'exception de celles éclairées par projection ou par transparence supportées par le mobilier urbain. La surface totale des dispositifs publicitaires numériques est limitée à 4 m², à l'exception de ceux implantés sur et le long du Boulevard de Lénine, limités à 8m² et hors dispositif publicitaire numérique excédant les niveaux définis par arrêté ministériel dont la surface unitaire ne doit pas dépasser 2,1 m²

Article E.2 : Nombre et densité

Suivant zones définies au Titre II

CHAPITRE F : ENSEIGNES

Les règles de surface et de hauteur prévues pour les dispositifs publicitaires et détaillées par zone au Titre II s'appliquent aux enseignes scellées au sol.

Le règlement Local de Publicité reprend pour les enseignes installées sur le Boulevard de Strasbourg et sur le Cours de la République les dispositions du règlement de l'Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP), relatives aux enseignes (chapitre 3.4 « Les devantures commerciales et les enseignes »). Les dispositions de l'AVAP sur les enseignes continuent de s'appliquer sur son périmètre d'intervention.

CHAPITRE G : MOBILIER URBAIN

Dans le silence du RLP, les dispositions nationales relatives au mobilier urbain prévues par le Code de l'environnement s'appliquent.

La publicité sur mobiliers urbains définis dans le lexique est autorisée dans toutes les zones décrites au Titre II. Elle est interdite à moins de 50 mètres des panneaux d'entrée et sortie de ville Elle est interdite sur toute autre forme de mobilier urbain. La surface unitaire utile ne peut excéder 8m².

La publicité sur mobiliers urbains est autorisée dans l'ensemble des lieux visés à l'article L581-8 du code de l'environnement, dans les conditions et limites énoncées aux Titres I et II et notamment en Site Patrimonial remarquable et aux abords des Monuments historiques.

La publicité numérique sur mobiliers urbains est autorisée sauf règles plus strictes suivant les zones décrites au Titre II :

- Zone 1 : la surface unitaire utile des publicités numériques sur mobiliers urbains est limitée à 2m² maximum.
- Zone 2 : la publicité numérique sur mobiliers urbains est interdite.
- Zone 3 : la surface unitaire utile des publicités numériques sur mobiliers urbains est limitée à 4 m² maximum ; limitations qui ne concernent pas les dispositifs publicitaires numériques excédant les niveaux définis par arrêté ministériel dont la surface unitaire ne doit pas dépasser 2,1 m².
- Zone 4 : la surface unitaire utile des publicités numériques sur mobiliers urbains est limitée à :
 - 4m² maximum pour les dispositifs implantés sur et le long du boulevard Winston Churchill à l'ouest du boulevard de Gravelle
 - 8m² maximum pour les dispositifs implantés sur et le long du boulevard de Léningrad à l'est du boulevard de Gravelle
 - Limitations qui ne concernent pas les dispositifs publicitaires numériques excédant les niveaux définis par arrêté ministériel dont la surface unitaire ne doit pas dépasser 2,1 m².
- Elle est interdite à moins de 50 mètres des carrefours remarquables suivants :
 - Boulevard de Strasbourg / Cours de la République / Cours La Fayette / Cours Commandant Fratacci
 - Rue du Maréchal Joffre / Cours de la République / rue Aristide Briand
 - Rue d'Ingouville / Avenue René Coty

CHAPITRE H : MONUMENTS HISTORIQUES

La réglementation nationale s'applique. Toutefois et en application de l'article L.581-8, I, du code de l'environnement, les publicités sur mobiliers urbains sont autorisées aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine.

CHAPITRE I : NOUVELLES FORMES DE PUBLICITE

Toute forme de publicité non explicitement citée dans le règlement est interdite.

TITRE II : RÈGLES PROPRES À CHAQUE ZONE

CHAPITRE 1 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 1

Article 1.1 : Caractéristiques

Dans le périmètre de la zone 1 ainsi que 25 mètres de part et d'autre des voies délimitant ce périmètre, toute publicité est interdite en dehors du mobilier urbain. La publicité numérique est autorisée sur le mobilier urbain et est limitée à 2 m² maximum. Lorsque deux zones sont contigües, la règle la plus stricte s'applique.

CHAPITRE 2 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 2

Article 2.1 : Caractéristiques

Dans le périmètre de la zone 2 ainsi que 25 mètres de part et d'autre des voies délimitant ce périmètre, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits. La publicité numérique est interdite. Lorsque deux zones sont contigües, la règle la plus stricte s'applique.

Article 2.2 : Nombre et densité

Les dispositifs publicitaires muraux sont admis dans la limite d'un seul dispositif par unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est compris entre 30 et 60 mètres. Un dispositif publicitaire supplémentaire est accordé par tranche entamée de 60 mètres. Le nombre de dispositif est limité à 5 maximum par unité foncière. Les dispositifs publicitaires seront alors alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir les publicités.

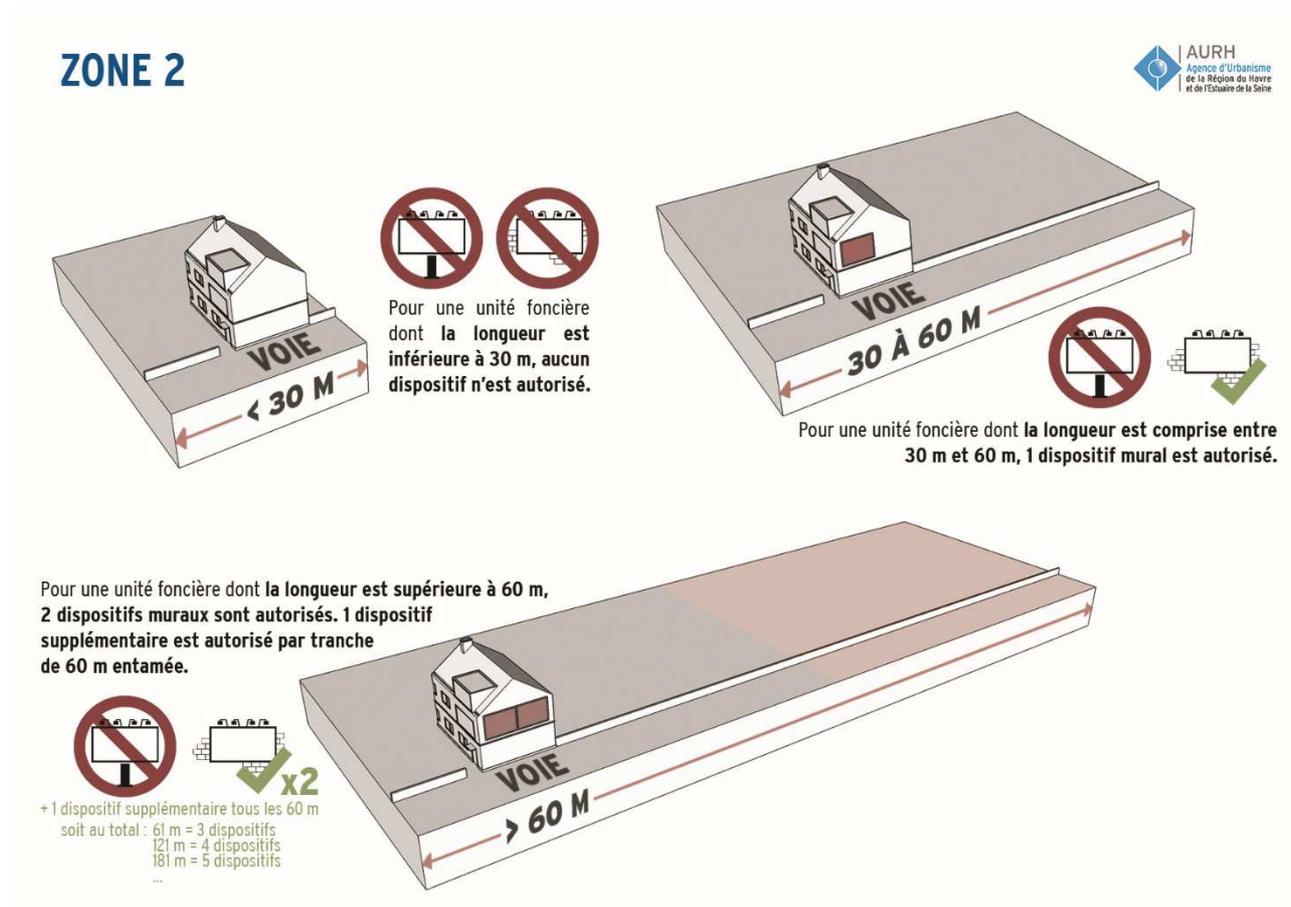


Schéma donné à titre indicatif

CHAPITRE 3 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 3

Article 3.1 : Caractéristiques

Dans le périmètre de la zone 3 ainsi que 25 mètres de part et d'autre des voies délimitant ce périmètre, les dispositifs publicitaires muraux et scellés au sol sont interdits sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieur à 30 mètres. Lorsque deux zones sont contiguës, la règle la plus stricte s'applique.

La surface totale des dispositifs publicitaires numériques est limitée à 4m² maximum hors dispositif publicitaire numérique excédant les niveaux définis par arrêté ministériel dont la surface unitaire ne doit pas dépasser 2,1 m².

Article 3.2 : Nombre et densité

Lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, les dispositifs publicitaires muraux sont admis dans la limite de deux par unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est compris entre 30 et 80 mètres. Un dispositif publicitaire supplémentaire est accordé par tranche entamée de 80 mètres. Le nombre de dispositif est limité à 5 maximum par unité foncière. Les dispositifs publicitaires seront alors alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir les publicités.

Lorsque l'unité foncière ne comporte pas de dispositifs publicitaires muraux, un seul dispositif publicitaire scellé au sol est autorisé pour les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est compris entre 30 et 60 mètres. Il peut être double face dès lors que les deux faces sont de même dimension, rigoureusement dos à dos, sans séparation visible. Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est supérieur à 60 mètres, un dispositif publicitaire supplémentaire peut être installé par tranche de 60 mètres entamée. Le nombre de dispositif est limité à 5 maximum par unité foncière. Ils respectent entre eux une distance de 20 mètres.

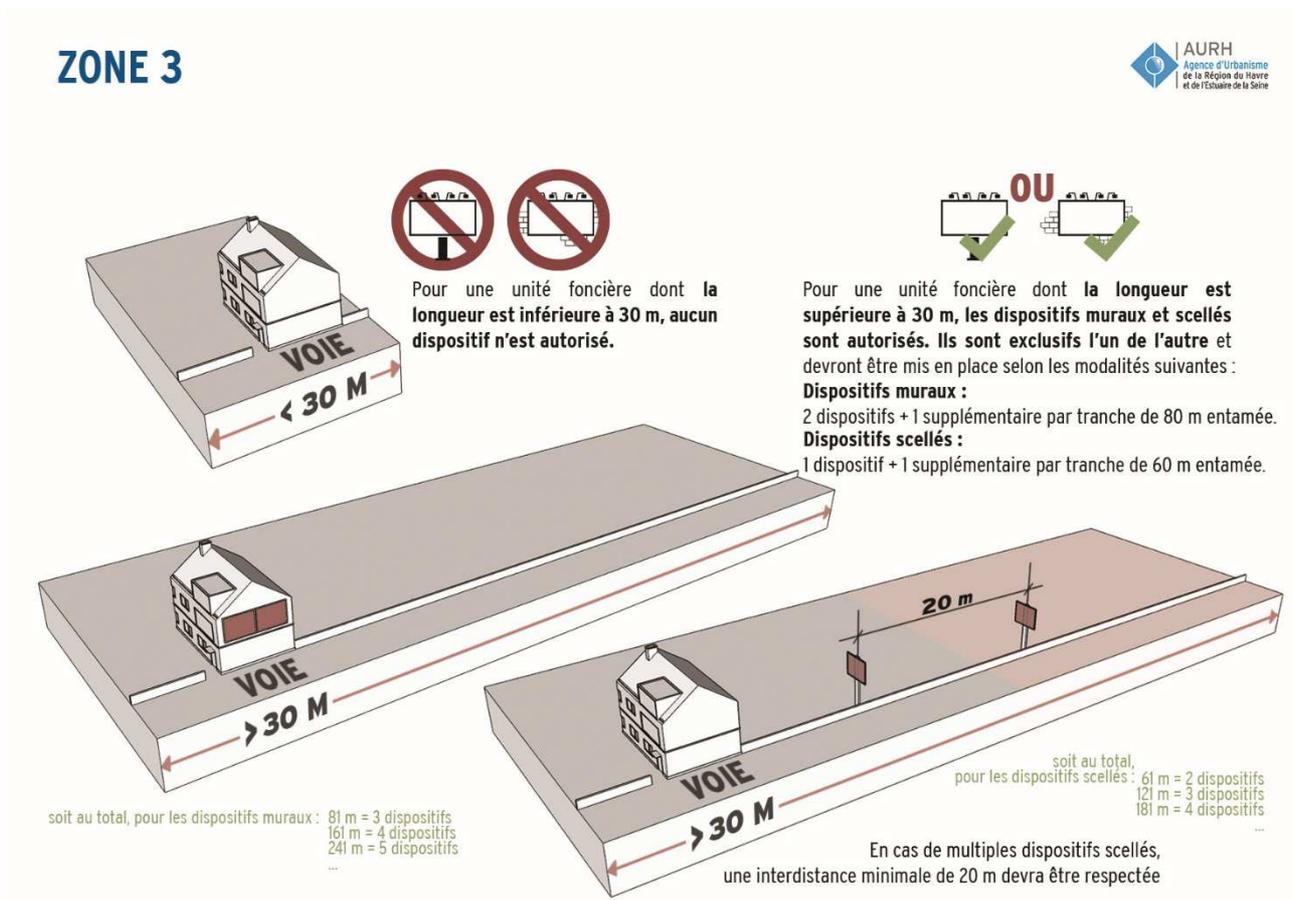


Schéma donné à titre indicatif

CHAPITRE 4 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 4

Article 4.1 : Caractéristiques

Dans le périmètre de la zone 4 ainsi que 25 mètres de part et d'autre des voies délimitant ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont interdits sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieur à 40 mètres. Lorsque deux zones sont contiguës, la règle la plus stricte s'applique.

La surface totale des dispositifs publicitaires numériques est limitée à :

- 4m² maximum pour les dispositifs implantés sur et le long du boulevard Winston Churchill
- 8m² maximum pour les dispositifs implantés sur et le long du boulevard de Léningrad

Limitations qui ne concernent pas les dispositifs publicitaires numériques excédant les niveaux définis par arrêté ministériel dont la surface unitaire ne doit pas dépasser 2,1 m².

Article 4.2 : Nombre et densité

Lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, les dispositifs publicitaires muraux sont admis dans la limite de deux par unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est compris entre 40 et 80 mètres. Un dispositif publicitaire supplémentaire est accordé par tranche entamée de 80 mètres. Le nombre de dispositif est limité à 5 maximum par unité foncière. Les dispositifs publicitaires seront alors alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir les publicités.

Lorsque l'unité foncière ne comporte pas de dispositifs publicitaires muraux, un seul dispositif publicitaire scellé au sol est autorisé pour les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est compris entre 40 et 80 mètres. Il peut être double face dès lors que les deux faces sont de même dimension, rigoureusement dos à dos, sans séparation visible. Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est supérieur à 80 mètres, un dispositif publicitaire supplémentaire peut être installé par tranche de 80 mètres entamée. Le nombre de dispositif est limité à 5 maximum par unité foncière. Ils respectent entre eux une distance de 20 mètres.

ZONE 4

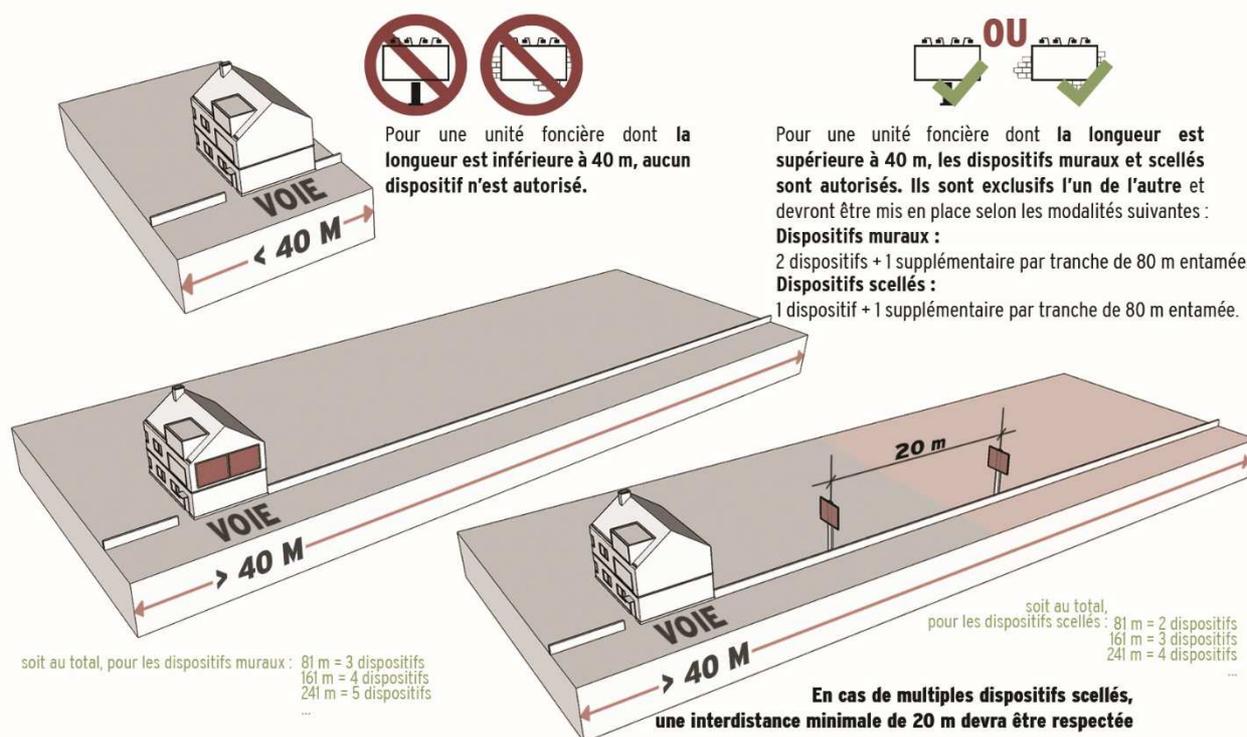


Schéma donné à titre indicatif

