

Règlement Local de Publicité (RLP)



Tome 1 - Rapport de présentation

accompagné par le bureau d'études



Prescrit en conseil municipal le 15 avril 2024

Version arrêtée en conseil municipal le 2 juin 2025

Version projet pour la concertation

Sommaire

Tables des abréviations	5
Introduction	6
I. Le contexte paysager de la commune de Chambly	9
II. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	
16	
1. Définitions	17
1.1. Le règlement local de publicité	17
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement	18
1.3. La notion d'agglomération	20
1.4. La notion d'unité urbaine	23
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	24
2.1. Les interdictions absolues	24
2.2. Les interdictions relatives	28
3. Les règles applicables au territoire	31
3.1. La réglementation nationale applicable sur la commune de Chambly	31
3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	
33	
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	34
4.1. L'autorisation préalable	34
4.2. La déclaration préalable	34
5. Les compétences en matière de publicité extérieure	35
6. Les délais de mise en conformité	36
III. Les enjeux liés au parc d'affichage	37
1. Les enjeux en matière de publicités et de préenseignes	37
1.1. Généralités	37
1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	42
1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture	47
1.4. La densité	51
1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain	55
1.6. Dispositifs de petit format (micro-affichage) intégrés à des devantures	
commerciales. 58	
1.7. La publicité sur bâches	60
1.8. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles	62
1.9. Publicités / préenseignes lumineuses	63
2. Les enjeux en matière d'enseignes	69

2.1. Généralités.....	69
2.2. Enseignes parallèles au mur	72
2.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon	77
2.4. Enseignes perpendiculaires au mur	79
2.5. La surface cumulée des enseignes.....	83
2.6. Enseigne sur clôture	86
2.7. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	88
2.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu	94
2.9. Enseignes lumineuses	97
2.10. Enseignes et préenseignes temporaires	100
IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	103
1. Les objectifs	103
2. Les orientations.....	104
V. Justification des choix retenus	106
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	108
2. Les choix retenus en matière d'enseignes	111

Tables des abréviations

ABF	Architecte des bâtiments de France
AVAP	Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
EPT	Établissement public territorial
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
MGP	Métropole du Grand Paris
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan local d'urbanisme
PLUi	Plan local d'urbanisme intercommunal
RLP	Règlement local de publicité
RLPi	Règlement local de publicité intercommunal
RNP	Règlement national de publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
SPR	Site patrimonial remarquable
UDAP	Unités départementales de l'architecture et du patrimoine
ZAC	Zone d'aménagement concerté
ZP	Zone de publicité
ZPPAUP	Zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager

Introduction

La commune de Chambly est située au sud du département de l'Oise et de la région Hauts-de-France, à la limite avec le département du Val-d'Oise. Elle compte 10 102 habitants¹. La commune est traversée par l'autoroute A16 sur la partie ouest du territoire communal. Cet axe qui relie Paris à Amiens et Beauvais permet une bonne connexion de la commune à ces grands pôles. La commune possède également une gare, accroissant ainsi l'accessibilité et la connexion de Chambly au reste du territoire.

Une zone commerciale d'envergure est implantée au sud du territoire communal de Chambly et s'étendant également sur la commune voisine de Persan. Il s'agit de la 3^{ème} zone d'activité et commerciale du département de l'Oise².

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

Au regard des enjeux fondamentaux dans ses matières, le législateur a entendu créer ainsi un régime particulier et dérogatoire d'encadrement de l'activité publicitaire lorsqu'elle est exercée par le biais d'enseignes ou de préenseignes ; ce choix particulier s'opère par le biais d'un régime de police administrative spéciale.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre législatif qui garantit la liberté d'expression constitutionnelle. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, de la lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

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

¹ Selon les chiffres de l'INSEE (2019)

² Source : rapport de présentation du PLU approuvé en 2019

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

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

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

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement local de publicité (intercommunal) (RLP(i)) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

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

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

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

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

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU(i) qui est également compétente pour l'élaboration du RLP(i)⁷.

⁶ Loi n° 2020-734 du 17 juin 2020 modifiant le dernier alinéa de l'article L.581-14-3 du Code de l'environnement

⁷ Article L 581-14 du Code de l'environnement

La commune de Chambly dispose de la compétence en matière de PLU(i)⁸, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient. Le Règlement local de publicité reste donc communal en ce qui concerne Chambly.

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

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité concernée (intercommunalité ou commune) en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **Les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci, ce qui leur confère la même force juridique. Les limites de l'agglomération, fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité afin de permettre une meilleure coordination entre le champ d'application des différentes législations.

Le présent document constitue ainsi le « *rapport de présentation* » de ce RLP(i) et élabore en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

⁸ Article L.5219-5 I. du code général des collectivités territoriales.

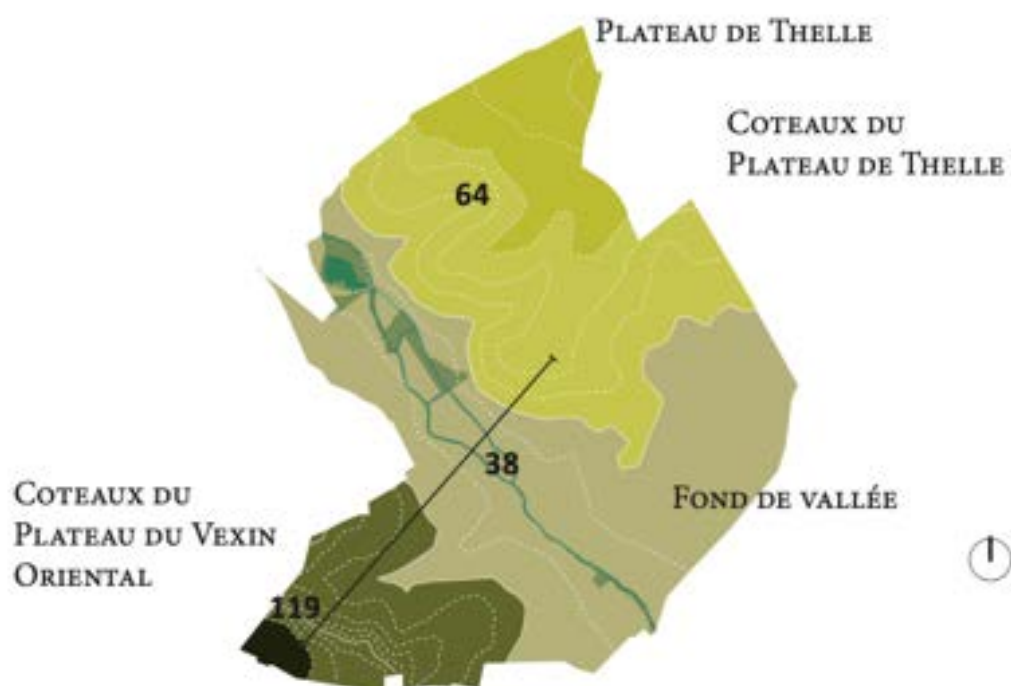
I. Le contexte paysager de la commune de Chambly

Les paysages naturels :

Les paysages naturels de la commune de Chambly se répartissent en deux grandes composantes :

- Des paysages agricoles sur le plateau de Thelle au nord et à l'est de la commune
- Des espaces boisés sur les côtes du plateau de Vexin au sud-ouest de la commune

Ces 2 composantes paysagères sont séparées par le fond de vallée où s'est développée l'urbanisation de la commune/



Source : rapport de présentation du PLU de Chambly

Les paysages agricoles sur le plateau de Thelle :

La partie nord et est de la commune de Chambly est composée de terres agricoles sur un plateau cultivées en « openfield ». Il est cultivé du maïs et du blé, des cultures s'étendant sur de grandes parcelles avec une très faible présence de boisements, d'arbres et de haies. Les paysages sont ouverts, avec donc de grandes perspectives paysagères.



Source : rapport de présentation du PLU de Chambly

Les espaces boisés des côteaux du plateau du Vexin :

Ces côteaux boisés surplombent la ville de Chambly et sont donc visibles depuis de nombreux points de la commune. Les espaces boisés de la commune appartiennent à un massif forestier. A l'inverse du plateau agricole, les paysages des espaces boisés des coteaux du plateau de Vexin sont moins anthropisés.



Source : rapport de présentation du PLU de Chambly



Source : rapport de présentation du PLU de Chambly

Les paysages urbains :

Les espaces urbanisés se sont développés dans la vallée où l'on retrouve le cours d'eau de L'Esches. La commune de Chambly s'est étendue en continuité du centre-ville historique avec le développement de quartiers pavillonnaires et de la cité ouvrière du Moulin Neuf. Une importante zone industrielle en lien avec l'activité des chemins de fer s'est développée au sud de la commune, suivie par la suite par le développement d'une importante zone commerciale.

Le centre-ville :

Le centre-ville de Chambly est composé de bâtiments de type maisons de bourg et de maisons bourgeoises. Les maisons de bourg se caractérisent par une forme allongée et la présence d'un rez-de-chaussée et d'un étage. Les maisons bourgeoises sont généralement plus volumineuses et peuvent être en retrait de voirie, avec la présence d'un jardin. Les façades sont généralement de couleur claire. L'eau est une composante importante du centre-ville avec la présence du cours d'eau de L'Esches et du Coisnon qui traverse le centre-ville.

De nombreux commerces sont présents dans le centre-ville de Chambly. En raison de la présence de nombreuses activités, les enseignes font donc partie intégrante des paysages du centre-ville.



Centre-ville de Chambly, mai 2024



Centre-ville de Chambly, mai 2024



Centre-ville de Chambly, mai 2024

Les secteurs à dominante résidentielle :

En continuité du centre-ville historique, s'est développée des quartiers résidentiels. Dans un premier temps, la Cité ouvrière du Moulin Neuf a été créée avec des maisons individuelles. Puis des lotissements pavillonnaires se sont construits sur la commune de Chambly. Ces habitations ont la particularité d'être entourées d'un jardin. Des habitats collectifs sont également présents sur le territoire



Quartier du Moulin Neuf, source : rapport de présentation du PLU de Chambly



Lotissement pavillonnaire, source : rapport de présentation du PLU de Chambly



Habitat collectif, source : rapport de présentation du PLU de Chambly

Les zones d'activités et commerciales :

La commune dispose de 4 zones d'activités sur son territoire. La ZAE Les Pointes, la ZA rue Pierre Curie et les deux principales : la ZA des Portes de l'Oise et la ZA de la Porte Sud de l'Oise qui se touchent géographiquement. Ces deux ZA des Portes de l'Oise et de la Porte Sud de l'Oise forment une zone d'activité d'envergure par sa taille et par le nombre de commerces qu'elle accueille. Les bâtiments sont généralement plus volumineux que sur le reste du territoire et réalisés en taule. La configuration urbaine de ces zones entraîne généralement un éloignement du bâtiment de la voie publique, notamment en raison de la présence de parkings. Au même titre que le centre-ville, les enseignes vont être très présentes dans les paysages de ces secteurs, du fait de leur nombre et de leur format. A cela s'ajoute la présence de dispositifs publicitaires.



ZA des Portes de l'Oise, source : Google Maps



ZA des Portes de l'Oise, source : Google Map

II. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

Le Code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du Code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne, par exemple, la protection des monuments historiques. Néanmoins, depuis la loi « Climat » du 22 août 2021⁹, il est désormais possible, dans le cadre de la mise en place d'un RLP ou RLPi, d'encadrer les dispositifs lumineux apposés à l'intérieur d'un local fermé et visibles depuis une voie publique.

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

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

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

Le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes (ou au président de l'EPCI selon les cas. Le Maire (ou le président de l'EPCI) exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP(i). C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, entre autres, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU(i)¹⁰.

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

⁹ LOI n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

¹⁰ Article L 621-30 du Code du patrimoine

dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et de sa situation dans une agglomération.

1. Définitions

1.1. Le règlement local de publicité

Le RLP ou RLPi est un acte réglementaire, opposable à tous, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité et de le suppléer ou de le compléter, le cas échéant, aux spécificités du territoire.

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

Le RLP(i) comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles nationales.

Le Code de l'environnement et le règlement national de publicité constituent en effet des règles nationales qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, cette dernière ne peut normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹¹.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 10.5 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règle nationale), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règle locale).

Le RLP(i) approuvé est annexé au PLU(i) afin de garantir son accessibilité dans un but de sécurité juridique.

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

1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

Constitue **une publicité**¹², à l'exclusion des enseignes et 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.



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

Toutefois, ne constituent pas des publicités les inscriptions, formes ou images régies par des dispositions spécifiques, dont les panneaux de signalisation routière, ferroviaire, aérienne, fluviale ou maritime, les panneaux et marques à caractère réglementaire ou obligatoire (affichage en matière d'urbanisme par exemple).

Constitue **une enseigne**¹³ toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



¹² Article L581-3-1° du Code de l'environnement

¹³ Article L581-3-2° du Code de l'environnement

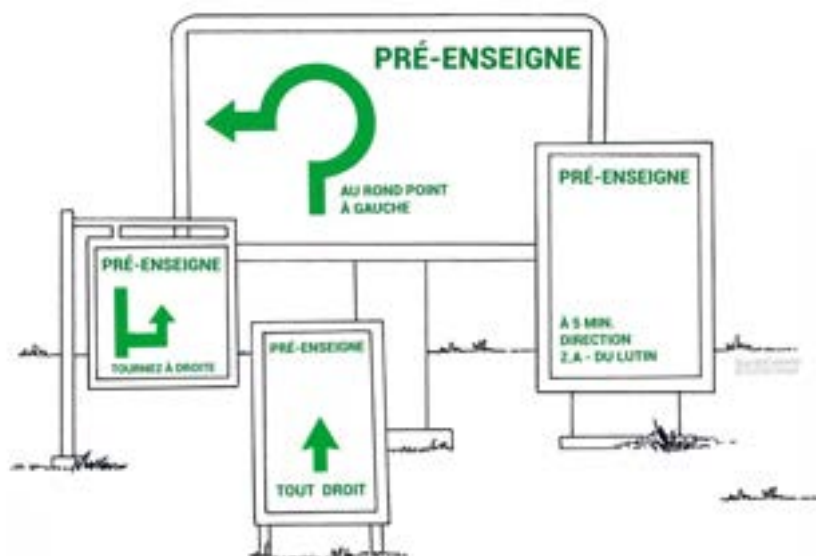
Cette définition pose comme principe un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « *relatif à une activité* » est constitué par toute forme de message et dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit, et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public.

Ne seront cependant jamais considérés comme des enseignes, les éléments régis par des législations spécifiques ayant un caractère obligatoire ou protégé (inscriptions intégrées à une protection au titre des monuments historiques par exemple).

Il est précisé que le RLP(i) régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue **une préenseigne**¹⁴ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message de signalétique correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP(i) n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

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

¹⁴ Article L581-3-3° du Code de l'environnement

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

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

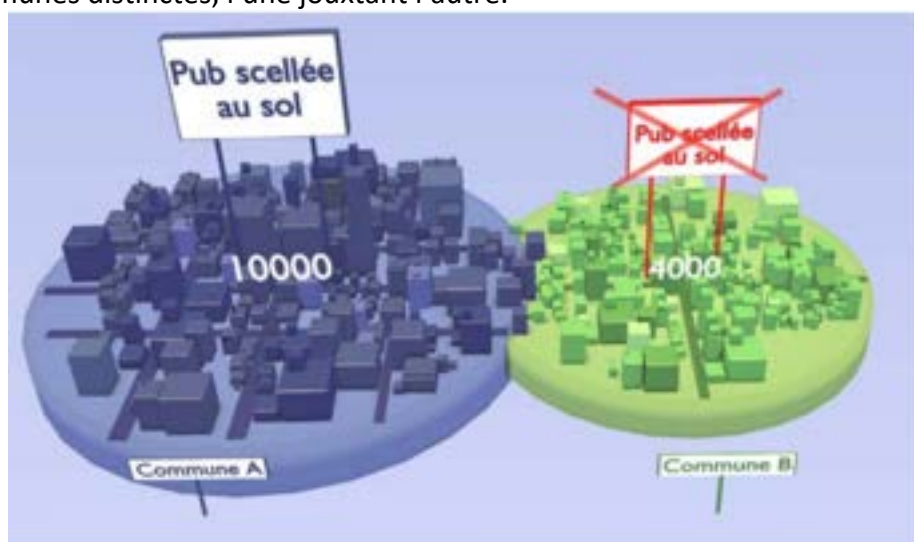
1.3. La notion d'agglomération

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

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde », conformément à l'article R.110-2 du Code de la route.

A noter qu'en matière de publicité extérieure, c'est le seuil de 10 000 habitants dans une agglomération qui détermine les règles applicables par le Code de l'environnement au sein de cette dernière.

Le décompte de la population de l'agglomération s'établit dans les limites de la commune¹⁸. Cette solution interdit de considérer comme constituant une agglomération unique un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et implantés sur deux communes distinctes, l'une jouxtant l'autre.



Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.

Il convient de préciser qu'une commune peut être constituée de plusieurs agglomérations, c'est-à-dire de plusieurs espaces bâtis discontinus.

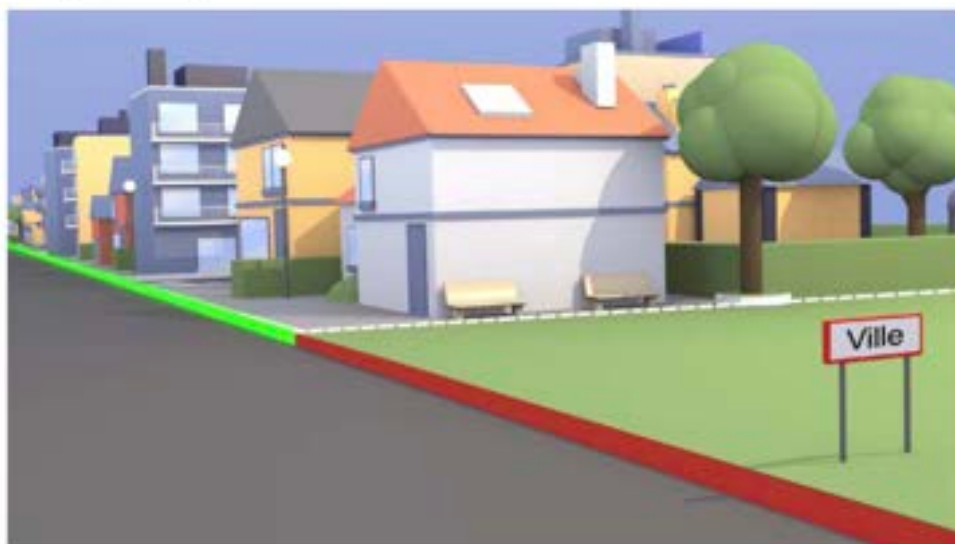
¹⁷ Article L581-7 du Code de l'environnement

¹⁸ CE, 26 novembre 2012, Ministre de l'écologie, du développement durable et du logement c/ Sté Avenir, req. n°352916.

Dans l'appréhension de l'affichage publicitaire, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (cf. décision du 2 mars 1990, « Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports contre Société Publi-System », n°68134).



Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).



Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

Aux termes de l'article L.581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière¹⁹, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places²⁰. Elles peuvent aussi être autorisées par le RLP(i) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant

¹⁹ Article R 110-2 du Code de la route

²⁰ Article L581-3-3° du Code de l'environnement

soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

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

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

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

1.4. La notion d'unité urbaine

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

On appelle ainsi unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Pour l'application de la réglementation des affiches et enseignes, le seuil de référence est de 100 000 habitants.

La commune de Chambly appartient à l'unité urbaine de Persan comptant environ 40 000 habitants.

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

2.1. Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L.581-4 du Code de l'environnement :

- I. - *Toute publicité est interdite :*
 - 1° *Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*
 - 2° *Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
 - 3° *Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
 - 4° *Sur les arbres.*

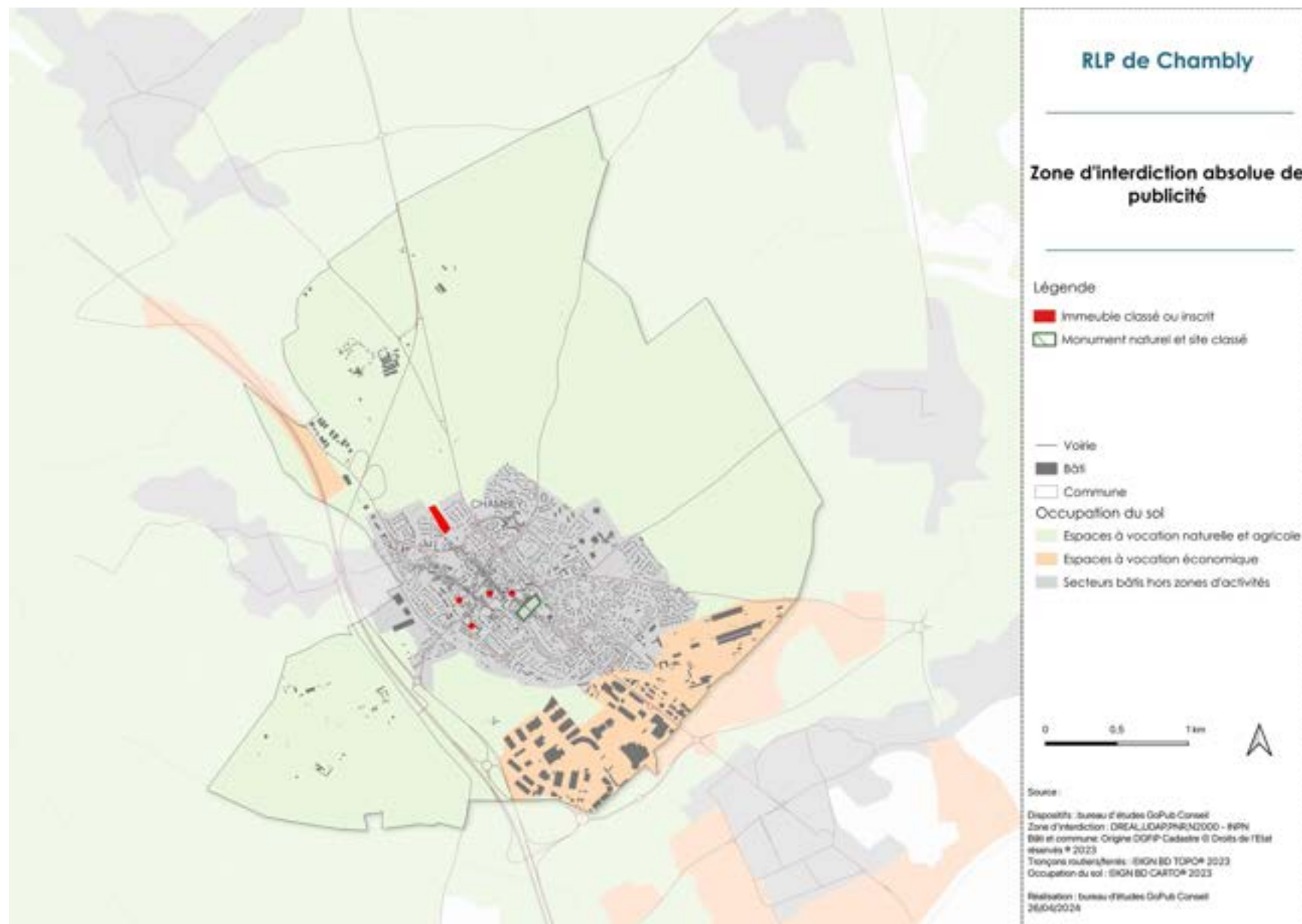
Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation, hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporé au classement de protection.

En l'espèce, le territoire de Chambly est concerné par des interdictions absolues de publicité avec la présence de 5 bâtiments classés ou inscrits au titre des monuments historiques :

- Chapelle Saint-Aubin inscrite le 14 mai 1927
- Eglise Notre-Dame classée le 31 décembre 1862
- Immeuble (cave de la rue de la Chevalerie) inscrit le 16 septembre 1949
- Pavillon Conti inscrit le 22 septembre 1952
- Site Archéologique inscrit le 30 septembre 1997

La commune est également concernée par une interdiction absolue de publicité en lien avec la présence d'un site classé à savoir : le site classé de la place du Parterre.

La carte ci-dessous présente la localisation des interdictions absolues sur la commune de Chambly :



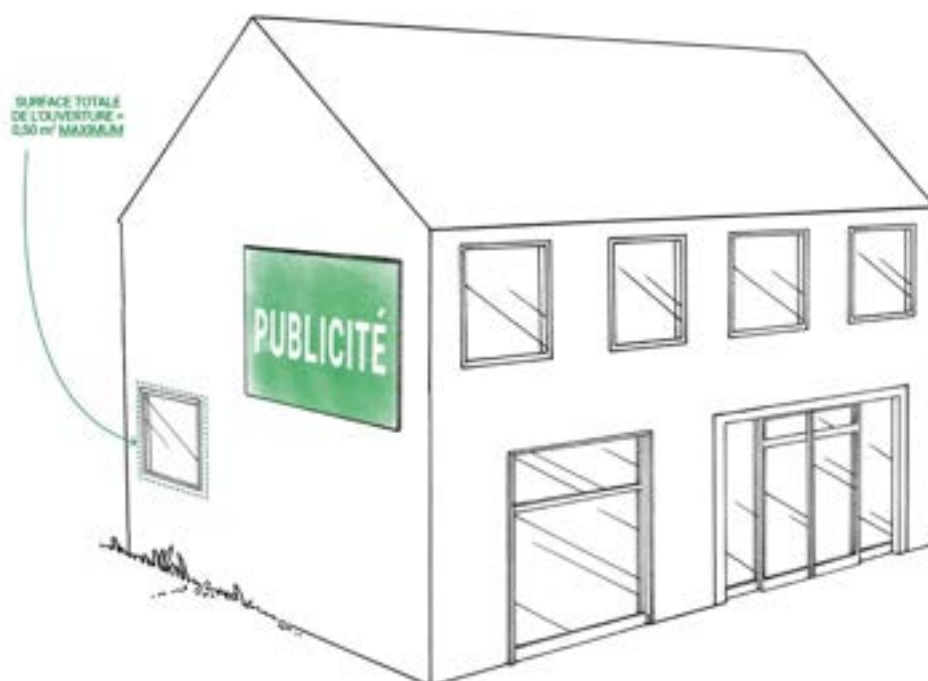
La partie réglementaire du Code de l'environnement prévoit d'autres interdictions²¹.

Ainsi, la publicité est également interdite :

1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



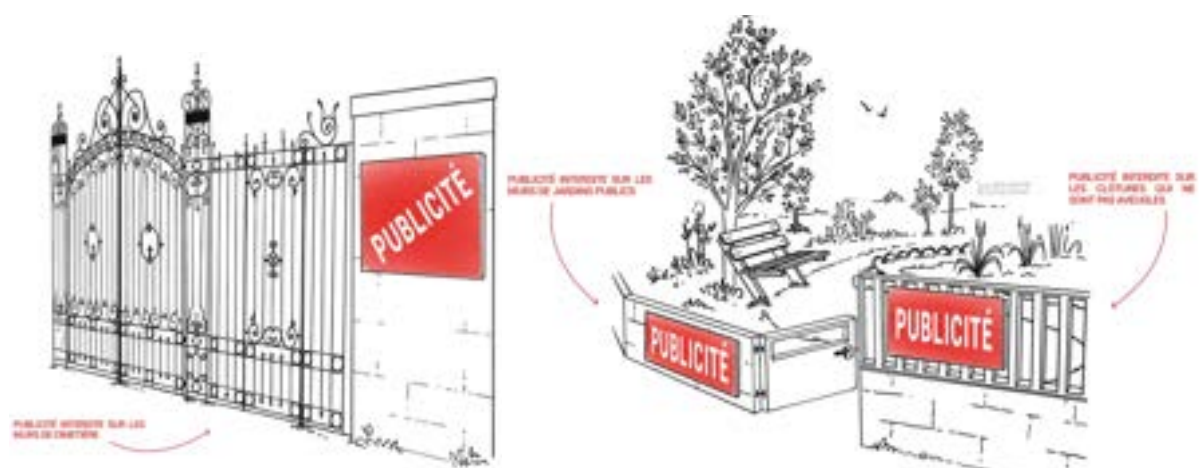
2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

²¹ Article R.581-22 du Code de l'environnement.

4° Sur les murs de cimetière et de jardin public.



2.2. Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP(i)²².

Ces interdictions relatives concernent :

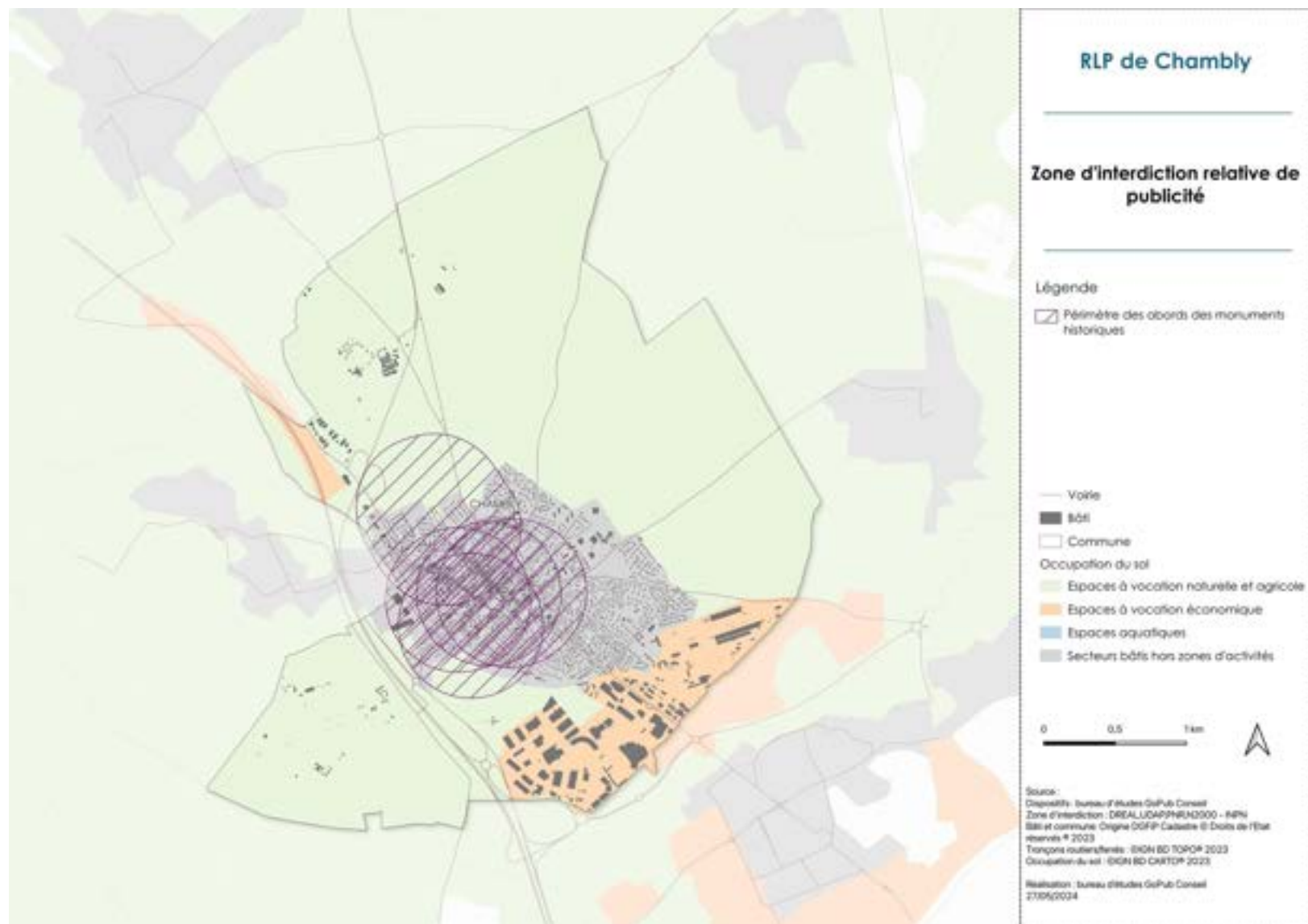
- 1° Les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du patrimoine ;*
- 2° Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code ;*
- 3° Les parcs naturels régionaux ;*
- 4° Les sites inscrits ;*
- 5° Les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 du Code de l'environnement ;*
- 6° (abrogé)*
- 7° L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
- 8° Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du Code de l'environnement.*

La commune de Chambly est concernée par les interdictions relatives de publicité liées aux périmètres aux abords des monuments historiques évoqués précédemment. S'agissant de périmètres de 500 mètres, l'interdiction de publicité s'applique uniquement si le dispositif est en covisibilité avec le monument historique ou visible depuis ce dernier conformément à l'article L.621-30 du Code du patrimoine.

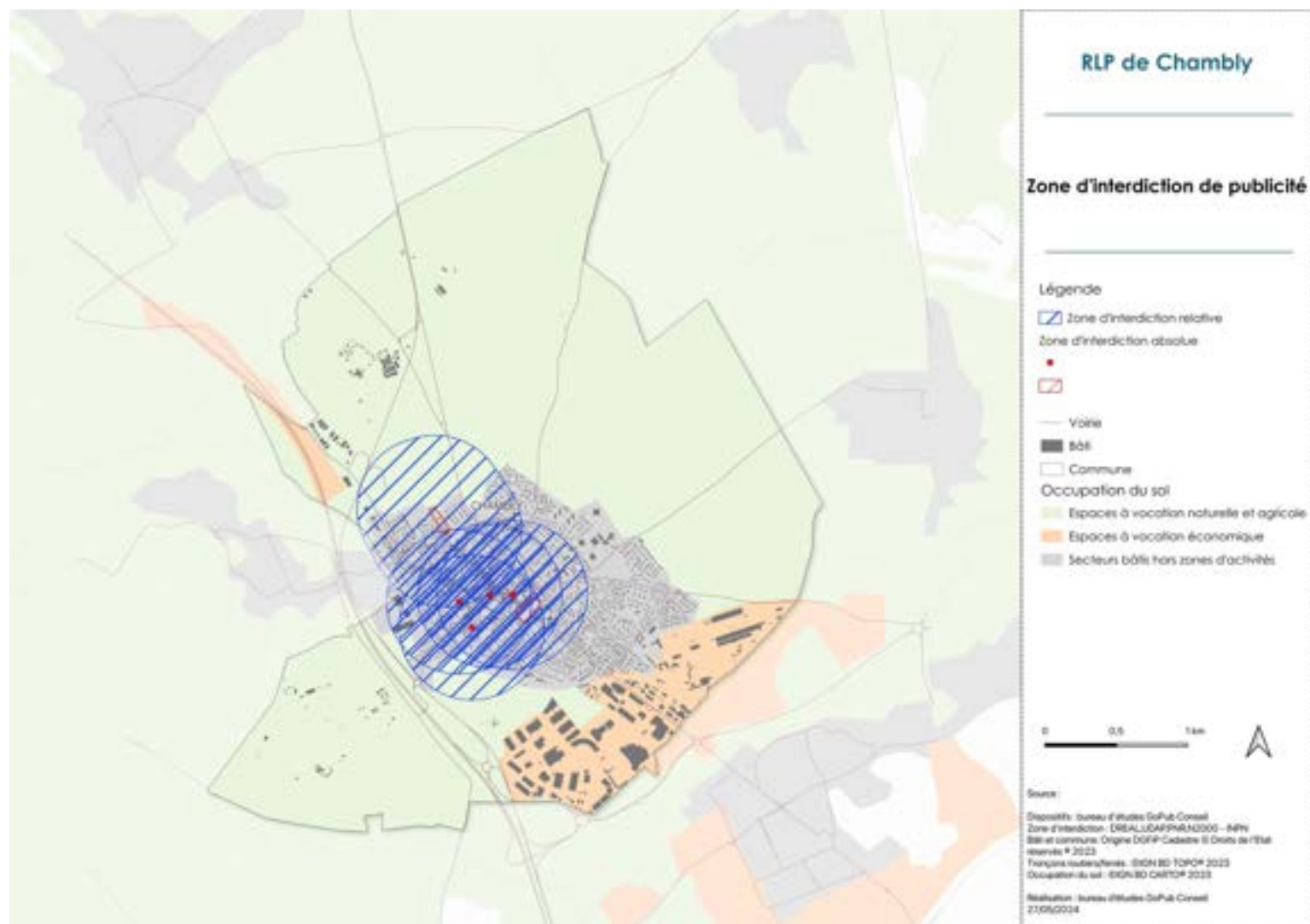
La commune de Chambly n'est pas concernée par d'autres interdictions relatives de publicité.

La carte ci-dessous présente la localisation des interdictions absolues sur la commune de Chambly :

²² Article L.581-8 du Code de l'environnement.



La carte ci-dessous présente la localisation des interdictions absolues et relatives de publicités :



3. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

3.1. La réglementation nationale applicable sur la commune de Chambly

Les règles applicables aux publicités et pré enseignes :

	Agglomération de plus de 10 000 habitants
Publicité sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	Même réglementation que les publicités non lumineuses Extinction entre 1h et 6h
Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (dont numérique)	surface $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ Extinction entre 1h et 6h
Publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Hauteur de lettrage $\leq 1/6^{\text{ème}}$ de la hauteur de la façade $\leq 2 \text{ m}$ si hauteur du bâtiment $\leq 20 \text{ m}$ sinon hauteur de lettrage $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la hauteur de la façade $\leq 6 \text{ m}$ Réalisation en lettres ou signes découpés
Dispositif publicitaire de dimensions exceptionnelles	Un mois avant le début de la manifestation et retrait dans les 15 jours suivant la fin de la manifestation
Publicité apposée sur bâche de chantier	Saillie par rapport à l'échafaudage nécessaire aux travaux $\leq 0,50 \text{ m}$ Durée de l'affichage $\leq$ durée effective d'utilisation de l'échafaudage Surface unitaire $\leq 50\%$ de la surface totale de la bâche (sauf BBC)
Bâches publicitaires	Sur un mur aveugle Saillie par rapport au mur $\leq 0,50 \text{ m}$ 100 m entre 2 bâches

Les règles applicables aux enseignes :

	Agglomération de plus de 10 000 habitants
Disposition générales	Obligation d'utilisation de matériaux durables Obligation de maintien des dispositifs dans un bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement Suppression et remise en état des lieux dans les 3 mois de la cessation de l'activité sauf si intérêt historique, artistique ou pittoresque.
Enseigne parallèle au mur	Ne doit pas dépasser les limites du mur support ni de l'égout du toit Saillie limitée à 25cm Installation possible mais limitée sur auvent ou marquise, devant balconnet ou une baie ou sur le garde-corps d'un balcon
Enseigne perpendiculaire au mur	Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant 2 alignements de la voie publique, limitée à 2 m
Cumul d'enseignes en façade (parallèles + perpendiculaires)	Si façade $> 50 \text{ m}^2$, surface cumulée maximale $\leq 15\%$ de la façade Si façade $< 50 \text{ m}^2$, surface cumulée maximale $\leq 25\%$ de la façade sont exclues les activités culturelles et établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol $\leq 1\text{m}^2$	PAS DE REGLES SPECIFIQUES
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol $> 1\text{m}^2$	1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité signalée Surface unitaire $\leq 10,5 \text{ m}^2$ Hauteur : 6,5m si largeur $> 1\text{m}$ / 8m si largeur $< 1\text{m}$ Règle de recul et de prospect
Enseigne sur clôture	PAS DE REGLES SPECIFIQUES
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Réalisation en lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base (limité à 0,50m de haut) Si façade $> 15 \text{ m}$, hauteur limitée à $1/5$ de la façade dans la limite de 6m Si façade $< 15 \text{ m}$, hauteur limitée à 3m Surface cumulée pour un même établissement : 60m^2
Enseigne temporaire	Installation : 3 semaines avant la manifestation Retrait : 1 semaine après la manifestation
Enseigne lumineuse	Extinction de 1h à 6h sauf activités nocturnes ouvertes Dérogation permettant l'allumage 1h après la fermeture et 1h avant l'ouverture pour les activités commençant entre minuit et 7h Clignotement interdit sauf services d'urgence

3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

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

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

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

4.1. L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

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

4.2. La déclaration préalable

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

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

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

5. Les compétences en matière de publicité extérieure

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

	Avant le 1 ^{er} janvier 2024		Après le 1 ^{er} janvier 2024	
Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)	EPCI compétent en matière de RLP(i)	Autres communes
Compétence d'instruction	Préfet	Maire	Président de l'EPCI (les communes peuvent s'opposer au transfert de compétences)	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire	Président de l'EPCI (les communes peuvent s'opposer au transfert de compétences)	Maire

La loi Climat et résilience adoptée le 22 août 2021²³ est venue modifier les répartitions des compétences de police en matière de publicité extérieure. Les compétences de police sont transférées du préfet aux Maires des communes que celles-ci possèdent ou non un RLP ou RLPi sur son territoire. Ce transfert de compétences sera effectif à compter du 1^{er} janvier 2024. A noter que lorsque l'EPCI est compétent en matière de PLUi et donc de RLPi, cette compétence est transférée directement au président de l'EPCI. Les communes peuvent refuser le transfert de cette compétence au président de l'EPCI.

²³Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

6. Les délais de mise en conformité

Le Code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'environnement ou au RLP(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous²⁴ :

	Infraction au Code de l'environnement	Infraction au RLPi
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015.	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018.	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité

²⁴ Articles L.581-43 et R.581-88 du Code de l'environnement.

III. Les enjeux liés au parc d’affichage

Un inventaire exhaustif des publicités et préenseignes (à l’exception du mobilier urbain) ainsi qu’un recensement partiel des enseignes situées sur le territoire de Chambly a été effectué en mai 2024. C’est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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

1. Les enjeux en matière de publicités et de préenseignes

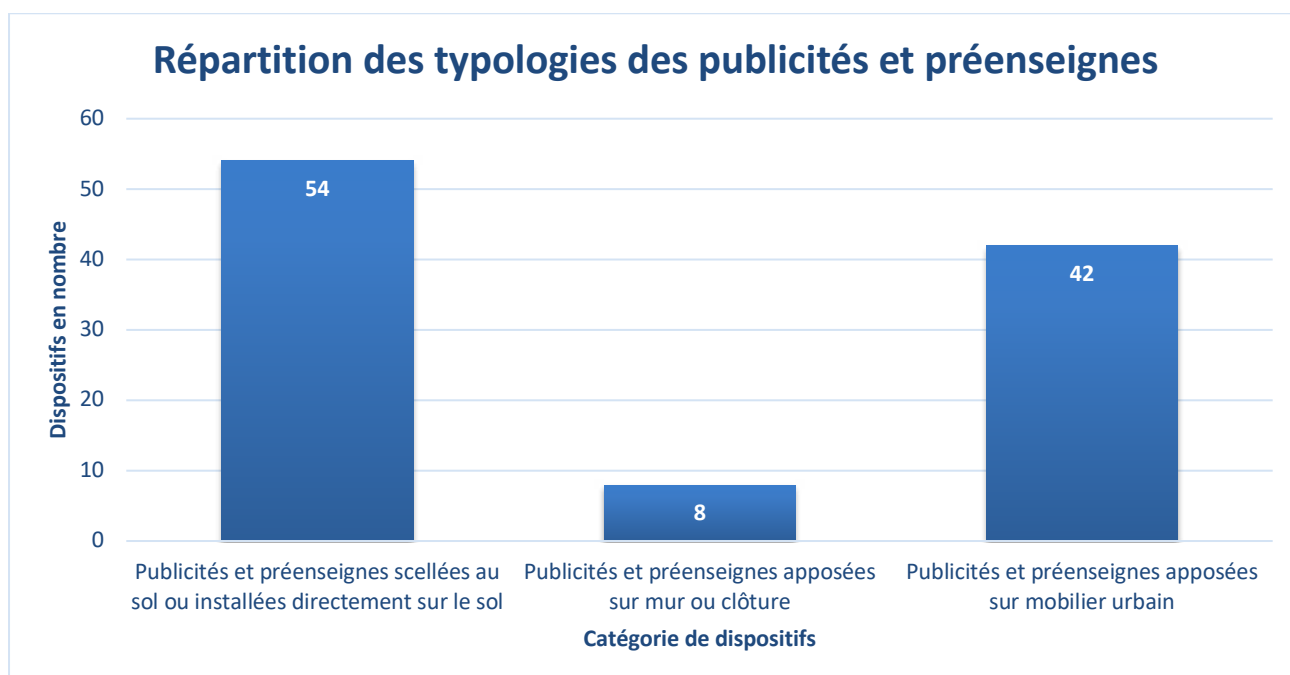
1.1. Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d’affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et aux préenseignes sont identiques, à l’exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C’est pourquoi ces dispositifs font l’objet d’une analyse commune.

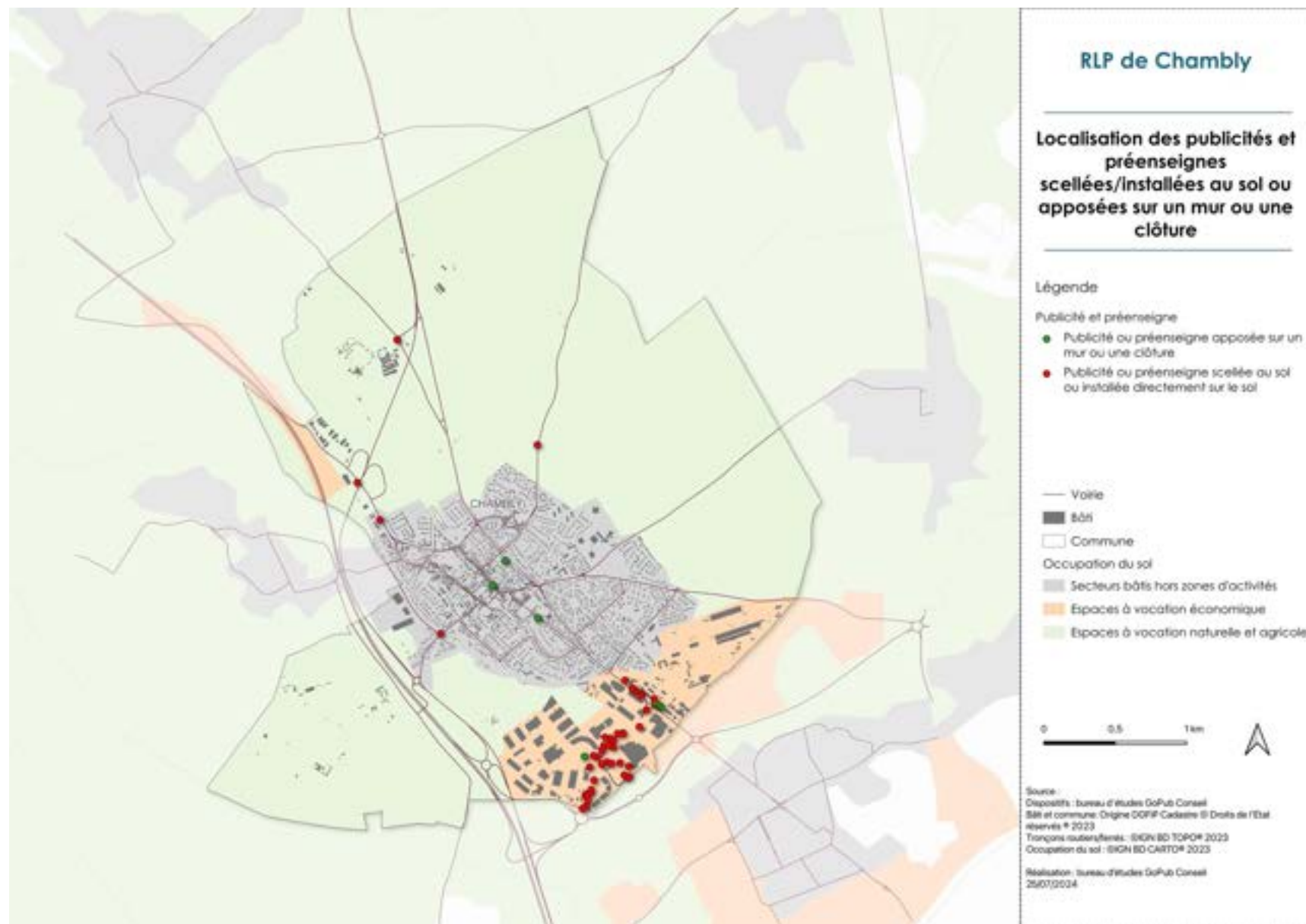
Pour chaque publicité ou préenseigne, le Code de l’environnement précise que *« Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l’adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l’a apposée ou fait apposer »*. *« Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d’entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent »*²⁵.

104 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de Chambly.

²⁵ Article R581-24 du Code de l’environnement



Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de Chambly en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la principale catégorie de publicités et préenseignes présente sur le territoire de Chambly avec un peu plus de la moitié des dispositifs recensés (52%). Les apposées sur mobilier urbain est la deuxième catégorie de dispositifs la plus répandue sur la commune puisqu'elle représente 40% des dispositifs recensés. Enfin, les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal, avec seulement 8% des dispositifs recensés.



Plan de Ville Chambly 60230

Légende :
● Planimètre
● Face Mairie
● Planimètre déroulant
● Journal Electronique

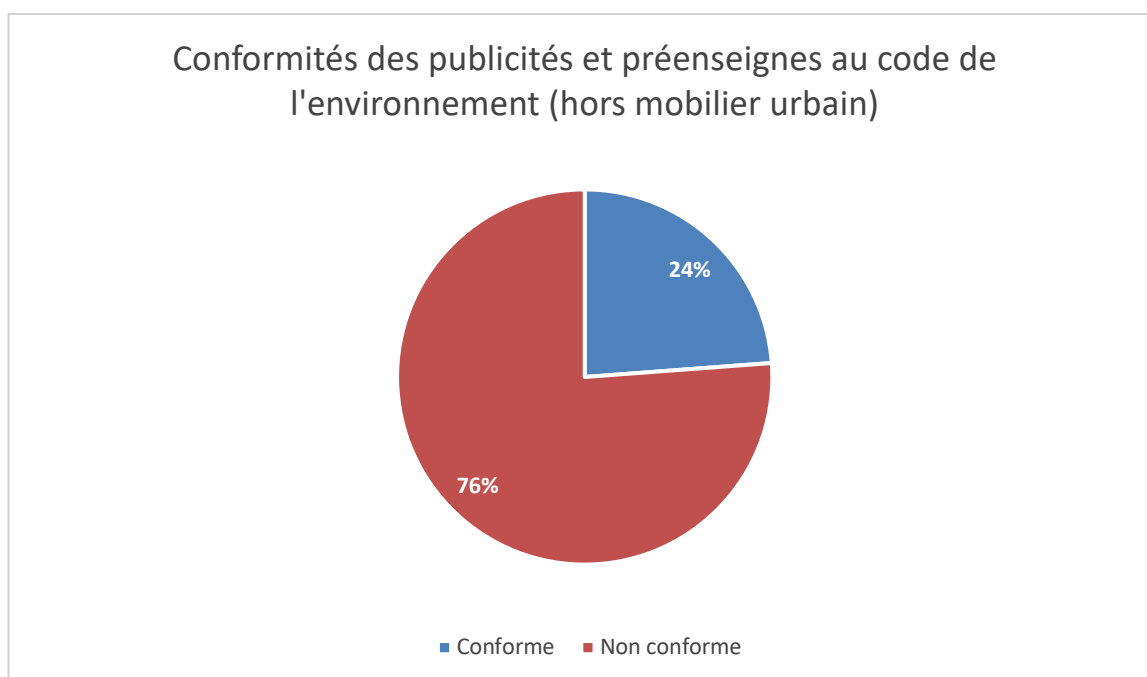


Plan de localisation des mobiliers urbains publicitaires et non publicitaires sur la commune de Chambly, source : Védiaud

Les cartographies ci-dessus permettent d'identifier la zone d'activité des Portes de l'Oise comme étant la principale zone concentrant la présence de dispositifs publicitaires. En effet, on relève que certains secteurs de cette zone d'activité sont soumis à une forte pression publicitaire, c'est particulièrement le cas le long de la route de Beaumont et de l'avenue Jacques Vogt (route départementale D21) qui est l'une des principales entrées de ville de la commune. Cette pression publicitaire est parfois accentuée par la présence de dispositifs de grand format. Ce sont principalement les dispositifs publicitaires scellés au sol et sur mobilier urbain qui se trouvent dans la zone d'activités des Portes de l'Oise.

Sur le reste de la commune de Chambly, la publicité est très peu présente, voire absente. Les secteurs à dominante résidentielle et le centre-ville ne sont pas soumis à une pression publicitaire. On y trouve de rares dispositifs publicitaires muraux et quelques dispositifs publicitaires sur mobilier urbain dispersés le long des principaux axes (avenue de Verdun par exemple). Il ressort donc que les entrées de ville de Chambly ne sont pas soumises à une pression publicitaire, à l'exception de l'entrée de ville sud depuis la zone d'activité des Portes de l'Oise (RD 21).

Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 76 % des publicités et préenseignes sur la commune (hors mobilier urbain) ne sont pas conformes au Code de l'environnement. Certains dispositifs peuvent faire l'objet de plusieurs non-conformités. Les principales infractions concernent des questions de densité, de dimensions ou encore de localisation dans des abords de monuments historiques.

1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

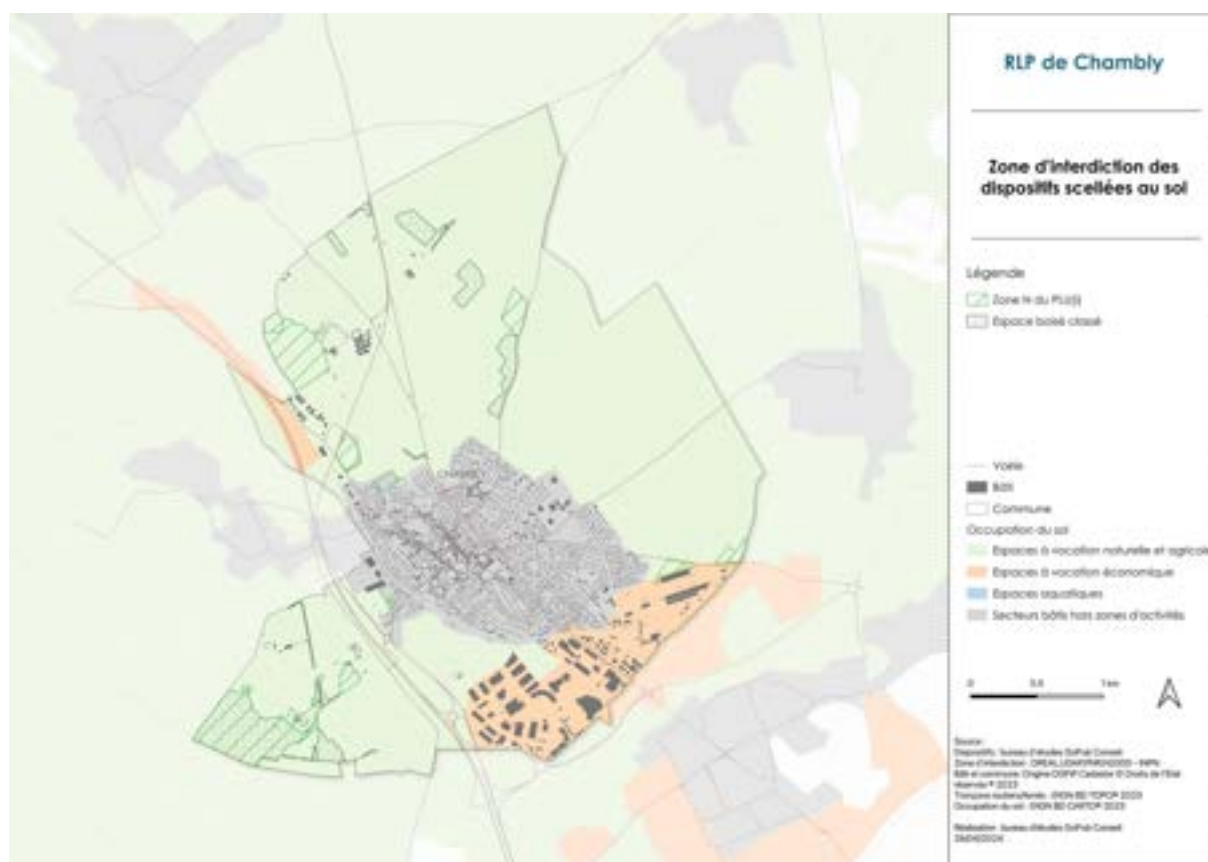
Le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

- Surface unitaire maximale $\leq 10,5 \text{ m}^2$
- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

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

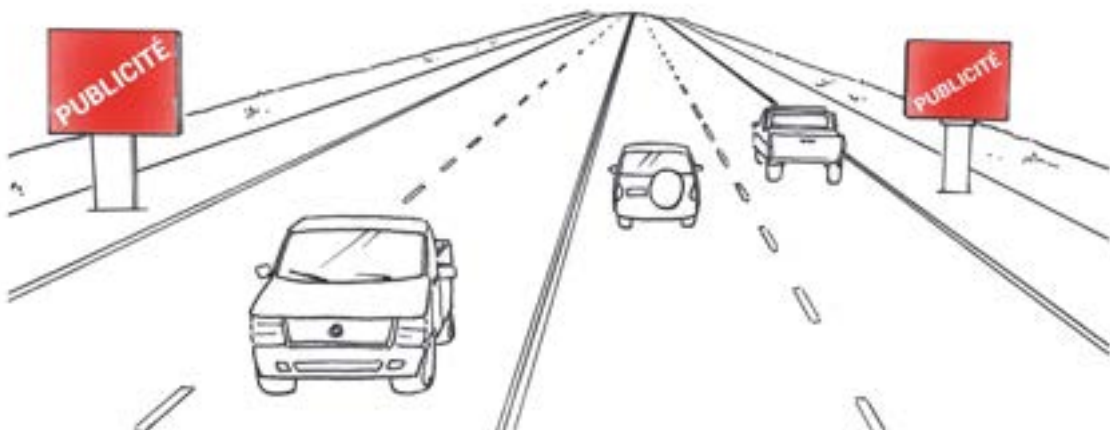
1° Dans les espaces boisés classés²⁶,

2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt tant au point de vue esthétique qu'écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

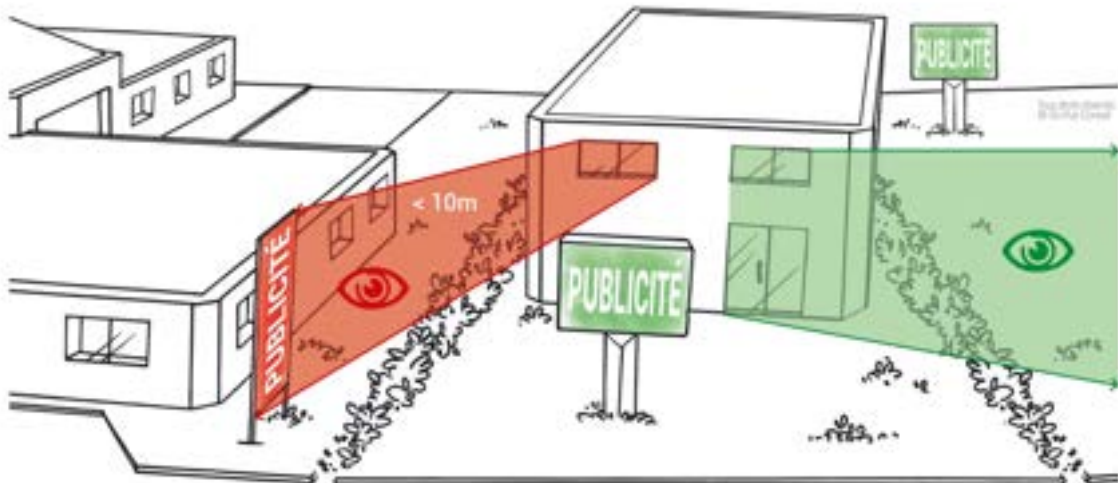


Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

²⁶ Article L130-1 du Code de l'urbanisme



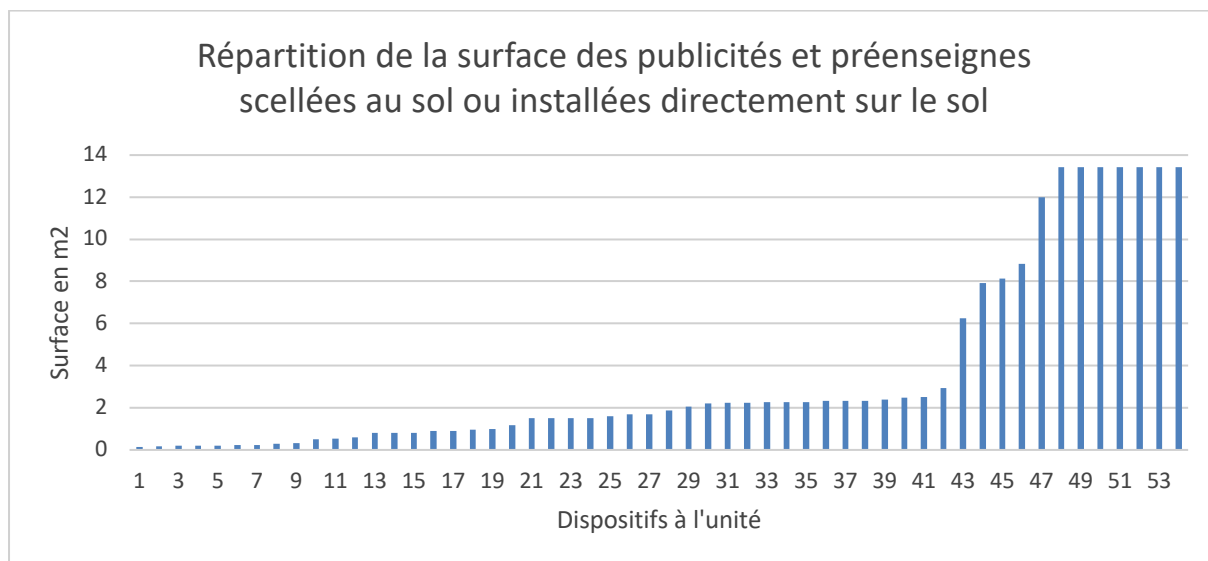
Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



Sur la commune de Chambly, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la première catégorie de publicité la plus recensée sur le territoire (52% des dispositifs).



Ce graphique permet d'observer que la majorité des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont de petits formats, puisque 54% des dispositifs mesurent moins de 2 m² et 78% mesurent moins de 3 m². Cependant, on observe que 17% de ces dispositifs publicitaires sont de grand format (surface supérieure à 8 m²) soit 9 dispositifs parmi lesquels 7 mesurent plus de 10,5 m², ce qui est la surface maximale autorisée par le Code de l'environnement.

Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont principalement implantées dans la zone d'activités des Portes de l'Oise, notamment les dispositifs de grand format. Dans ce secteur, elles sont parfois nombreuses dans une même vue paysagère et implantées de manière rapprochée. L'impact des publicités et des préenseignes vient s'ajouter à l'impact des enseignes des activités de la zone d'activités.



Publicité scellée au sol de grand format, Chambly, mai 2024



Publicité scellée au sol de grand format, Chambly, mai 2024



Publicité scellée au sol de petit format, Chambly, mai 2024



Publicité scellée au sol de petit format, Chambly, mai 2024



Publicité scellée au sol de petit format hors agglomération, Chambly, mai 2024

Les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol sont donc principalement la présence de nombreux dispositifs y compris de grand format dans la zone d'activités des Portes de l'Oise.

1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

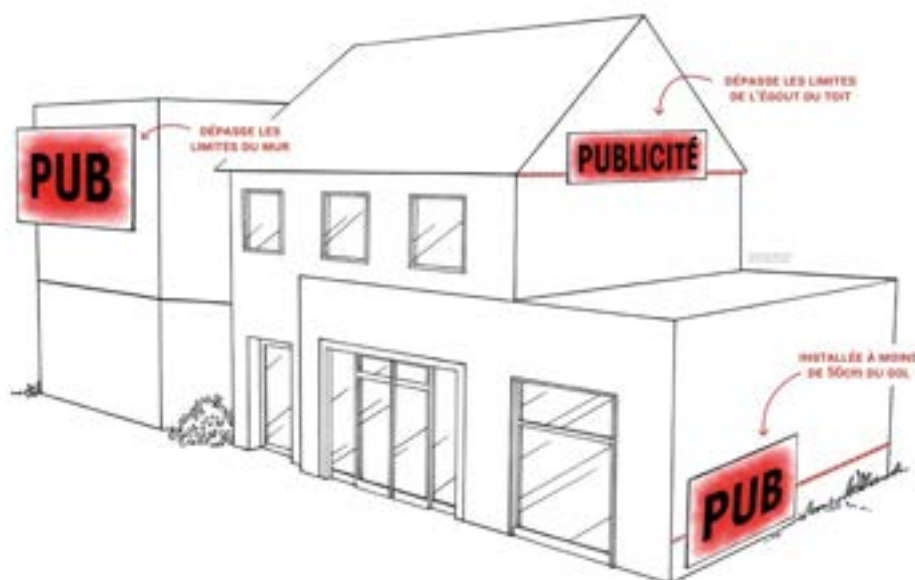
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

Surface unitaire maximale $\leq 10,5 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5 \text{ m}$

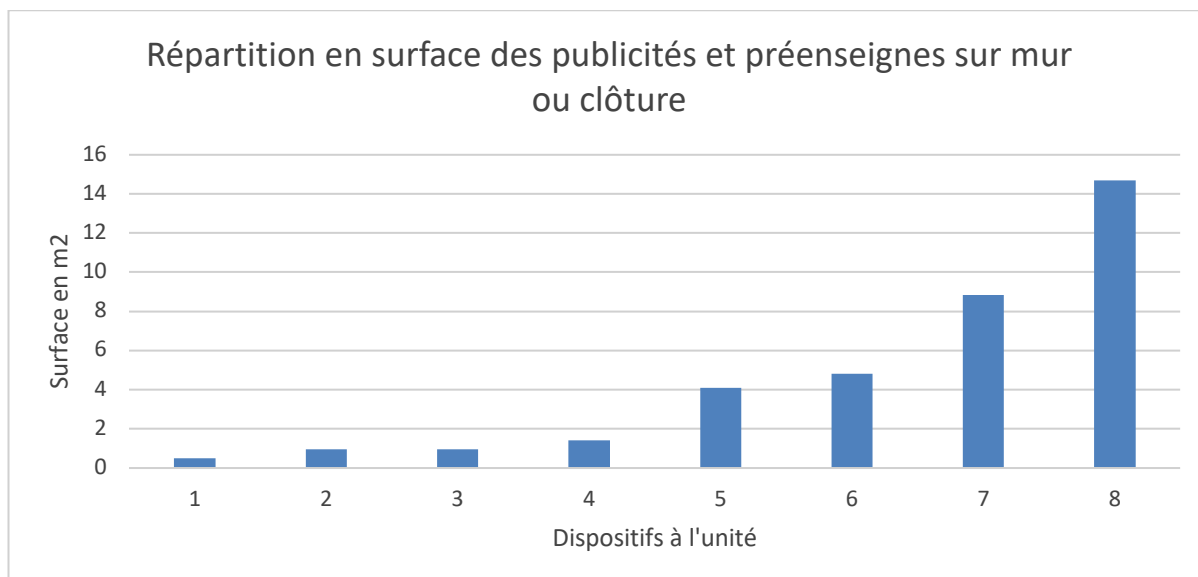
Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

- Apposées à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépassent les limites du mur qui la supporte,
- Dépassent les limites de l'égout du toit,
- Apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



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

Actuellement, les publicités apposées sur mur ou clôture ne représentent que 9% des dispositifs publicitaires relevés à Chambly, avec seulement 3 dispositifs.



Au même titre que les publicités scellées au sol, les publicités sur mur ou clôture sont majoritairement de petit format puisque 50% font moins de 2 m². Toutefois, on relève aussi la présence de 2 dispositifs (25% des dispositifs recensés) de grand format (d'une surface supérieure à 8 m²) dont 1 de plus de 10,5 m², la surface maximale autorisée par le Code de l'environnement.

La quasi-totalité de ces dispositifs sont apposés sur des murs. A noter toutefois, la pose de quelques dispositifs publicitaires sur des murs ou des clôtures non aveugles, ce qui n'est pas autorisé par le Code de l'environnement.



Préenseigne sur mur de grand format, Chambly, mai 2024



Préenseigne sur mur de grand format, Chambly, mai 2024



Préenseigne sur clôture non aveugle, Chambly, mai 2024



Publicité sur clôture aveugle, Chambly, mai 2024



Préenseigne sur mur de petit format, Chambly, mai 2024

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont différents des dispositifs scellés au sol du fait de leur faible présence sur la commune. On relève toutefois une localisation plus diversifiée de ces dispositifs par rapport aux dispositifs scellés au sol : zone d'activités, secteurs à dominante résidentielle et centre-ville. Il sera principalement question de maintenir le faible impact paysager de ces dispositifs avec une vigilance particulière dans le centre-ville et les secteurs à dominante résidentielle.

1.4. La densité

Outre les règles d'implantations spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le Code de l'environnement pose la règle de densité suivante²⁷ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

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

Par exception, il peut être installé :

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

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

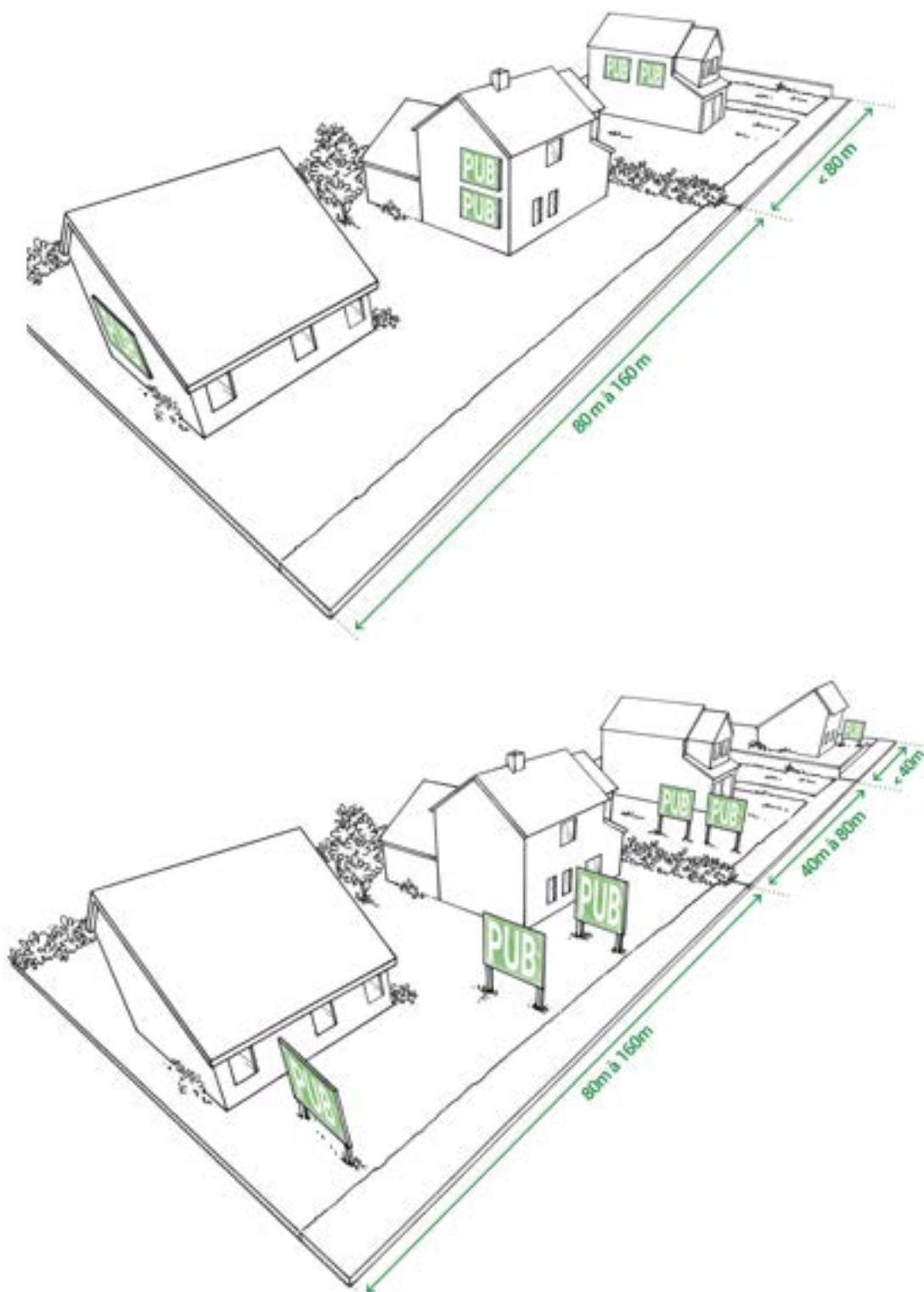
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

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

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

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

²⁷ Article R581-25 du Code de l'environnement



Il a été relevé des cas d'unités foncières sur lesquelles sont implantés plusieurs panneaux publicitaires dans la zone d'activité des Portes de l'Oise. Les grandes unités foncières sont particulièrement concernées, avec la pose de multiples dispositifs publicitaires. Des cas de surdensité publicitaire ont été relevés, cela représente la principale infraction relevée sur la commune de Chambly.



Préenseignes sur un même mur, Chambly



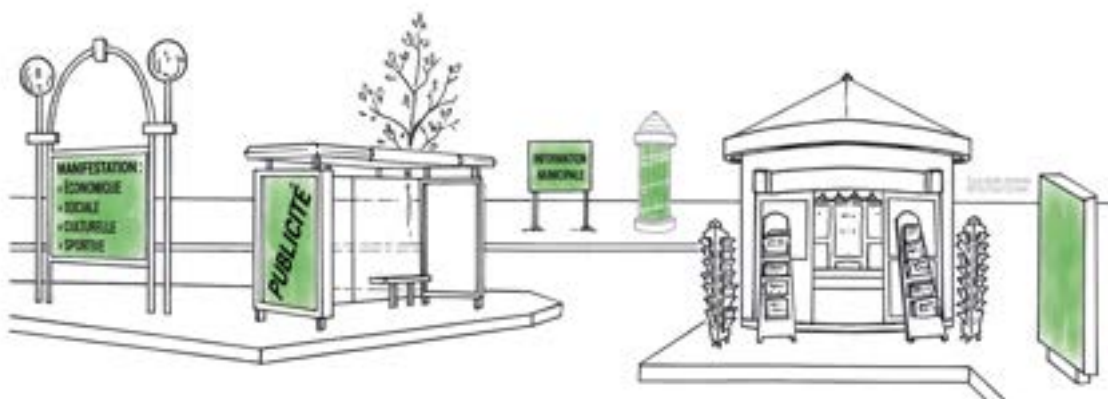
Publicités scellées au sol, Chambly, mai 2024



Publicités et préenseignes scellées au sol, Chambly, mai 2024

1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

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



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifîés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$.
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à $10,5 \text{ m}^2$ (8 m^2 si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

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

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

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité numérique.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 113-1 du Code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt, notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h et 06h ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité apposée sur mobilier urbain est la deuxième typologie de publicités et préenseignes la plus répandue sur la commune de Chambly avec 40% des dispositifs recensés.

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain et une est présente sur la commune de Chambly, à savoir :

- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* ».

Les publicités supportées par les mobiliers sont globalement de petit format et homogène (2m²).

Au même titre que les publicités scellées au sol, on trouve principalement ces dispositifs dans la zone d'activités des Portes de l'Oise. Toutefois, la localisation des publicités apposées sur mobilier urbain est plus diversifiée sur la commune. En effet, on trouve des publicités sur mobilier urbain en centre-ville et dans les secteurs à dominante résidentielle, mais ces dispositifs de façon très dispersée dans ces secteurs.



Publicités/préenseignes apposées sur mobilier urbain de 2 m² de type « mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques » en centre-ville, Chambly, mai 2024



Publicités/préenseignes apposées sur mobilier urbain de 2 m² de type « mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques » en zone d'activité, Chambly, mai 2024

Les publicités apposées sur mobilier urbain n'excèdent pas 2 m² sur le territoire communal. Le format réduit de ces dispositifs publicitaires limite leur impact paysager et permet une meilleure intégration dans leur environnement. A noter que quelques dispositifs se trouvent dans les périmètres aux abords des monuments historiques. Enfin, une publicité apposée sur mobilier urbain est implantée dans le site classé de la place du Parterre, secteur soumis à une interdiction absolue de publicité.

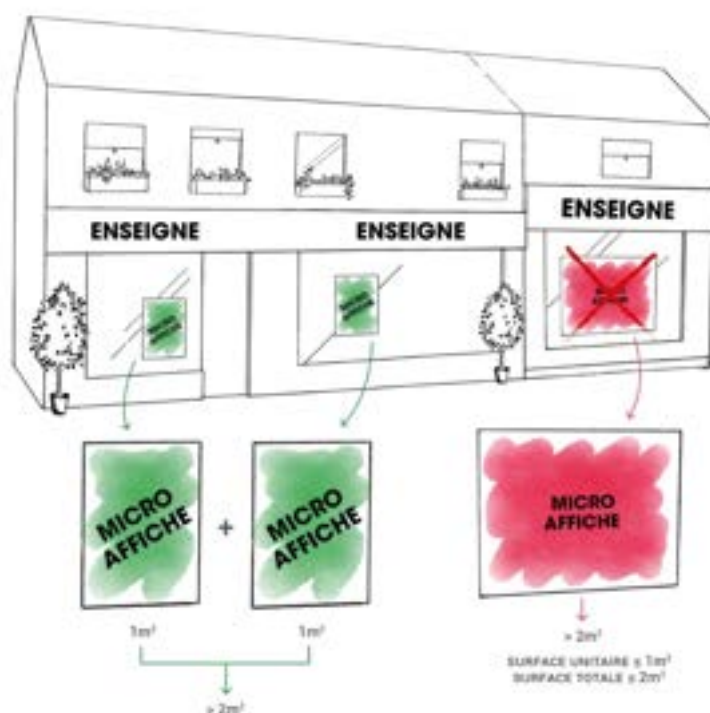
1.6. Dispositifs de petit format (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le Code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces* ».

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

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



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales, comme par exemple le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Aucune publicité de ce type n'a été relevée sur le territoire.



Dispositifs publicitaires de petit format apposés sur devanture commerciale, non pris sur la commune

1.7. La publicité sur bâches

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

On compte deux types de bâches :

1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;

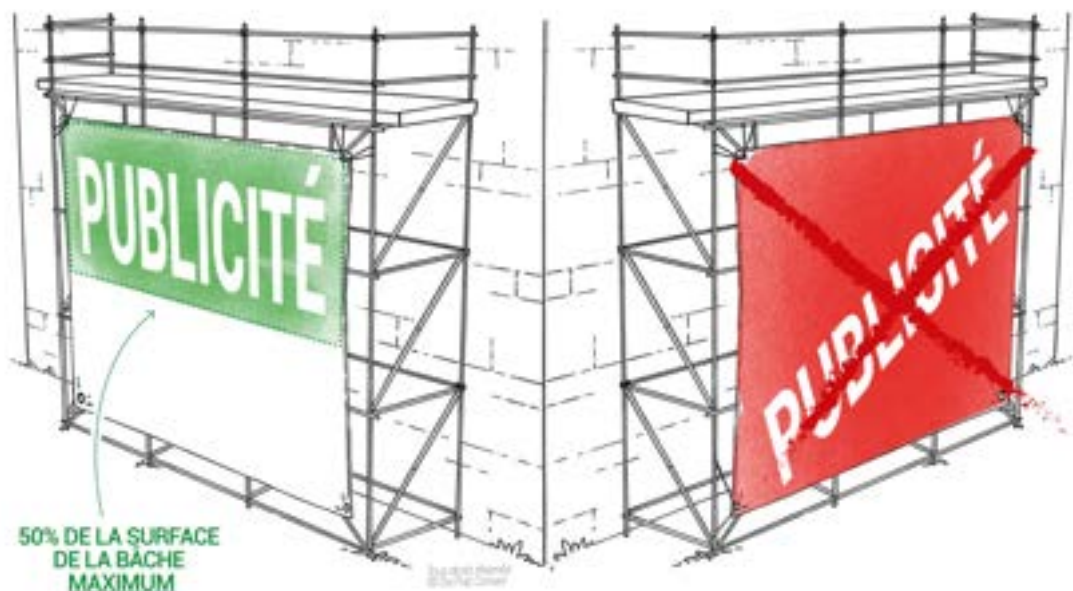
2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement 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.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier $\leq$ l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

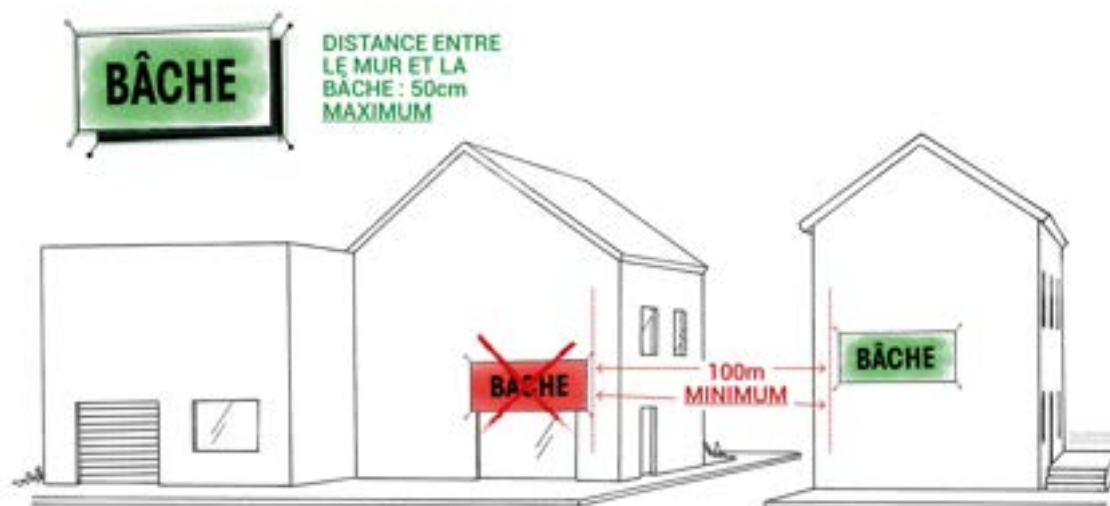
Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier $\leq$ 50% de la surface de la bâche²⁸



²⁸ L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

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

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



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâche, notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

Lors du recensement, aucune bâche n'a été relevée sur le territoire de Chambly.

1.8. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils 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.

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

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

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

Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé sur le territoire de Chambly.

1.9. Publicités / préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 90 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

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

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

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

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

L'étude de l'ANPCEN a démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh²⁹.



²⁹ https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf

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

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

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

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel³⁰. Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

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

- Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$;
- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$.

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel³¹, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

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

La publicité lumineuse ne peut :

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

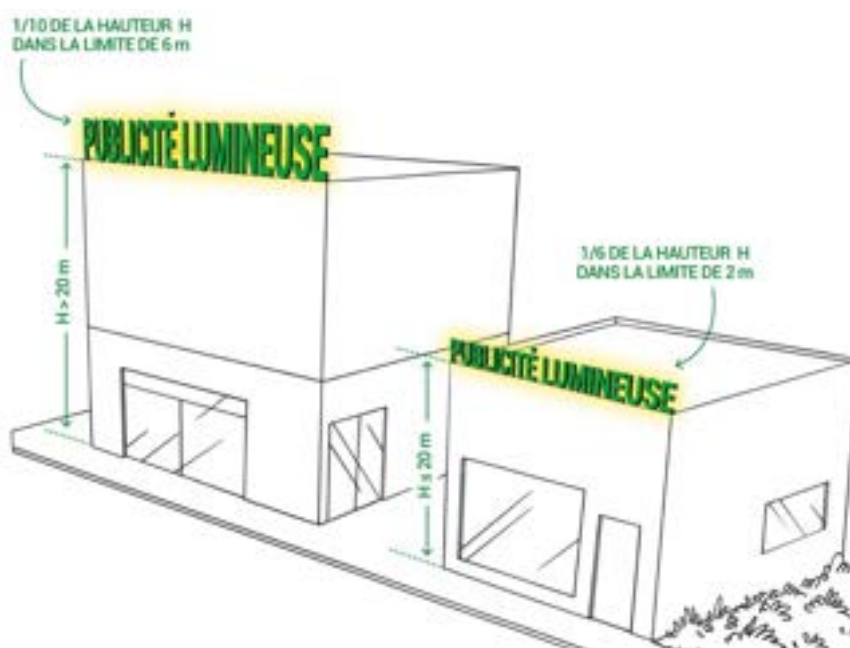
³⁰ Arrêté ministériel non publié à ce jour

³¹ arrêté ministériel non publié à ce jour



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

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



En excluant les publicités sur mobilier urbain, il a été relevé peu de publicités lumineuses. Il a été recensé seulement deux publicités lumineuses éclairées par projection (spot ou rampe d'éclairage) et 1 publicité numérique.



Publicité lumineuse éclairée par projection, Chambly, mai 2024



Publicité lumineuse éclairée par projection, Chambly, mai 2024



Publicité numérique, Chambly, mai 2024

Une attention particulière pourra être portée aux dispositifs numériques qui peuvent être amenés à se développer et peuvent occasionner des nuisances visuelles pour le cadre de vie.

Les publicités apposées sur mobilier urbain sont lumineuses avec un éclairage par transparence (caisson lumineux).

Bilan du diagnostic en matière de publicités et de préenseignes :

La zone d'activité des Portes de l'Oise est le secteur de la commune où se situe la grande majorité du parc publicitaire de Chambly et qui concentre les dispositifs de grand format. En matière de densité, certaines unités foncières disposent de plusieurs dispositifs publicitaires pouvant ainsi entraîner un effet d'accumulation de dispositifs avec un impact paysager important. De plus, ces dispositifs publicitaires viennent s'ajouter à l'impact des enseignes des activités présentes dans cette zone d'activité. Cette dernière comporte l'une des principales entrées de ville de la commune, à savoir la Route de Beaumont et l'Avenue Jacques Vogt (RD21). C'est donc dans ce secteur que la présence paysagère des publicités et préenseignes est la plus importante.

Sur le reste de la commune de Chambly, notamment le centre-ville, les secteurs à dominante résidentielle et les autres entrées de ville, ces secteurs ne sont pas soumis à une pression publicitaire. En effet, on y relève de rares publicités sur mur et quelques publicités sur mobilier urbain de petit format.

Un grand nombre de dispositifs publicitaires (76%) sont actuellement non conformes au Code de l'environnement, principalement en raison d'une surdensité publicitaire sur une unité foncière, de leur localisation dans des secteurs de protections patrimoniales (abords des monuments historiques,) ou encore en raison du dépassement des surfaces maximales autorisées par le Code de l'environnement.

Les publicités lumineuses sont pour l'instant faiblement présentes sur le territoire, avec quelques publicités éclairées par projection et les publicités sur mobilier urbain éclairées par transparence. On relève toutefois la présence d'une publicité numérique. Les publicités numériques pourront faire l'objet d'une vigilance particulière en raison des nuisances que peuvent occasionner ces dispositifs.

2. Les enjeux en matière d'enseignes

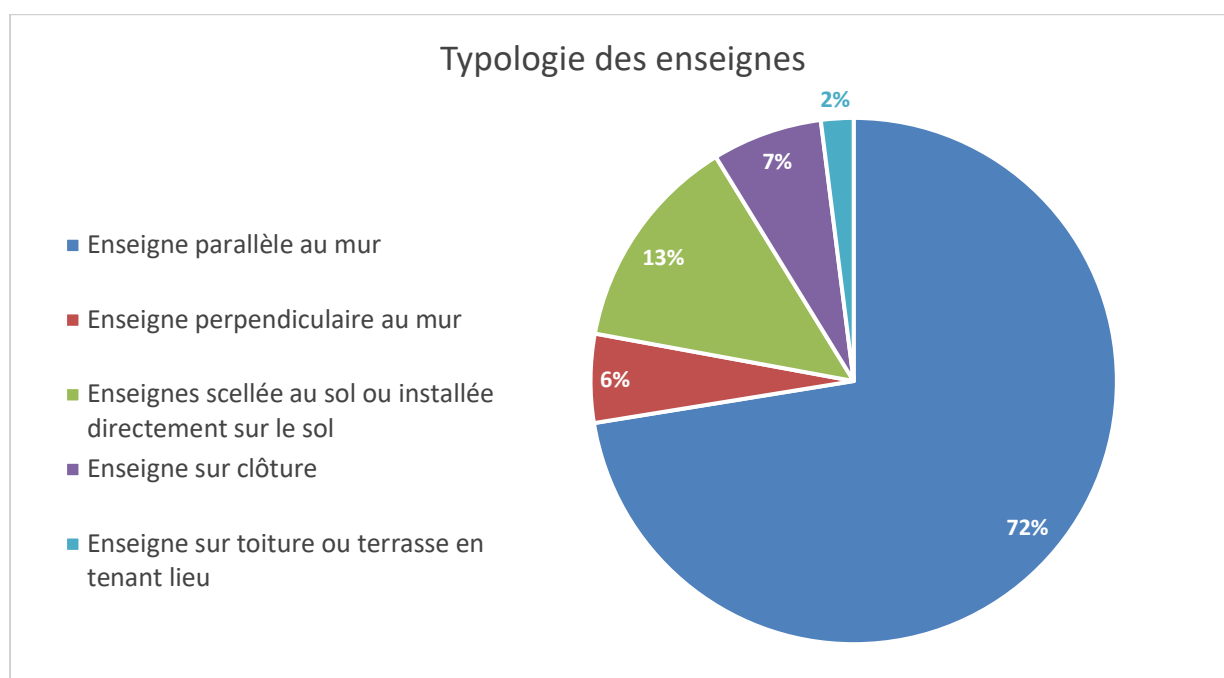
2.1. Généralités

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

Un recensement partiel des enseignes a été effectué. Environ 900 enseignes ont été recensées sur la commune.

Dans un premier temps, nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présentes sur le territoire communal de Chambly. Puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

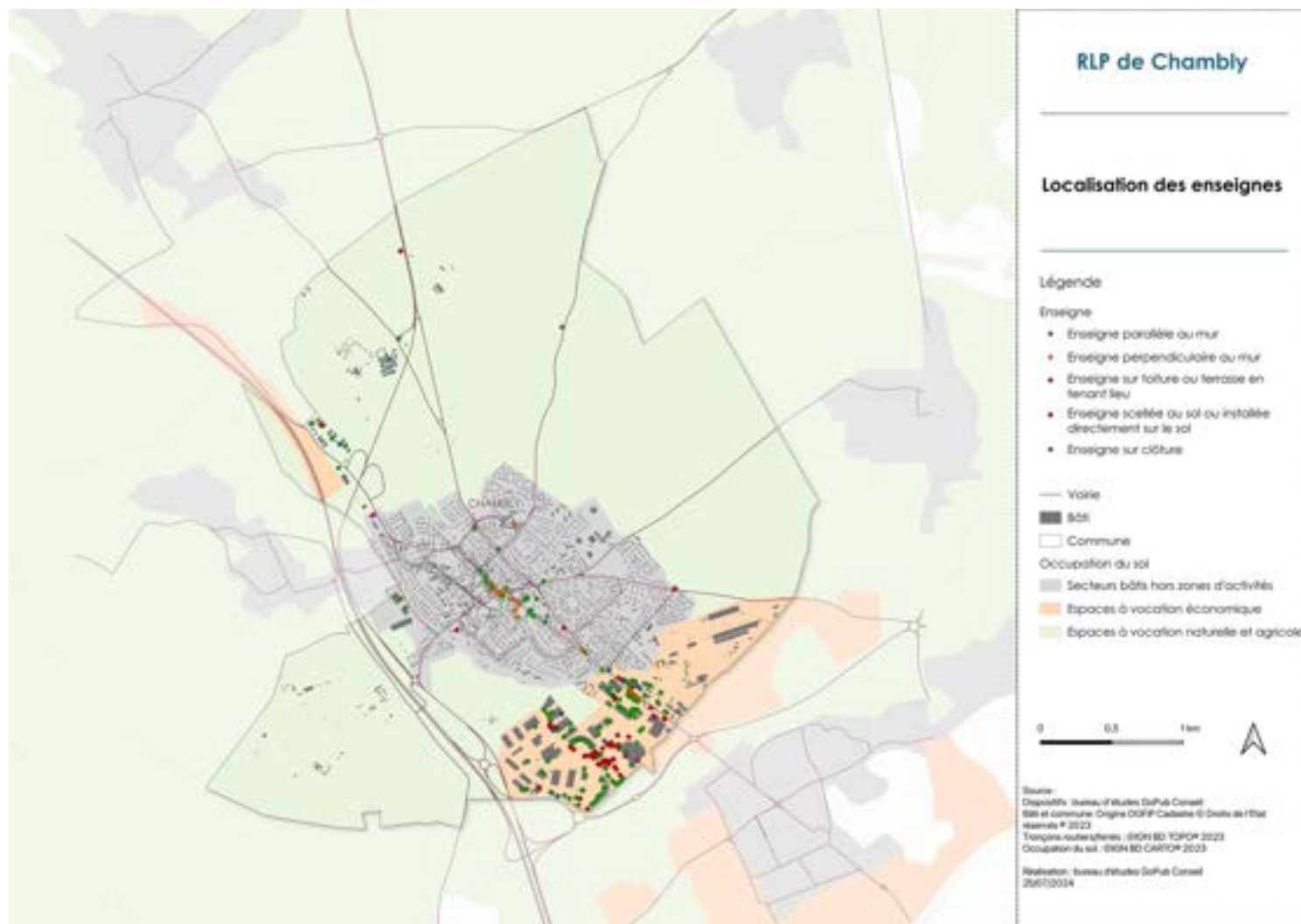
5 grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal, réparties de la manière suivante :



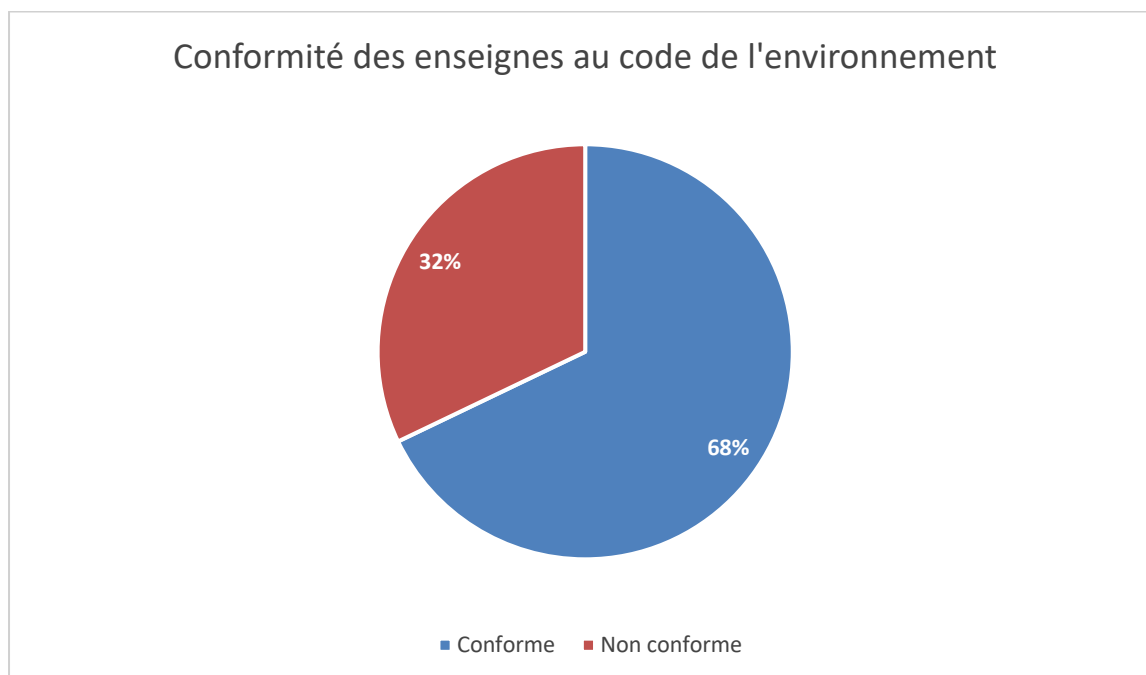
Quel que soit leur typologie, le Code de l'environnement impose que les enseignes doivent être :

- Constituées par des matériaux durables,
- Maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense, soit principalement le centre-ville et la zone d'activités des Portes de l'Oise.



Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 32% des enseignes recensées sont non conformes au Code de l'environnement des enseignes de la commune de Chambly. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions.

Les principales infractions constatées sur le territoire concernent des façades commerciales en situation de dépassement du seuil de surface cumulée des enseignes sur façade, le dépassement du nombre d'enseignes scellées au sol autorisées ou encore des mauvaises implantations d'enseignes sur façade. Cette règle sera précisée dans la suite de ce document. A noter également que quelques enseignes relevées sont en mauvais état d'entretien et de propreté.



Enseignes en mauvais état d'entretien, Chambly, mai 2024

2.2. Enseignes parallèles au mur

Ce type d'enseigne représente la principale typologie d'enseigne. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Enseignes parallèles au mur de type panneau sur fond, Chambly, mai 2024



Enseignes parallèles au mur de type lettres découpées, Chambly, mai 2024



Enseignes parallèles au mur de type vitrophanie extérieure, Chambly, mai 2024



Enseignes parallèles au mur sur store-banne, Chambly, mai 2024



Enseignes parallèles au mur en lettres découpées, sur panneau sur fond et sur store-banne, Chambly, mai 2024

En matière d'enseignes parallèles au mur, il existe une grande variété de dispositifs en termes de formes, formats, couleurs et de qualités esthétiques, en particulier dans le centre-ville.



Enseignes parallèles au mur en centre-ville, Chambly, mai 2024



Enseignes parallèles au mur en centre-ville, Chambly, mai 2024



Enseignes parallèles au mur en centre-ville, Chambly, mai 2024



Enseignes parallèles au mur en centre-ville, Chambly, mai 2024

En zone d'activités, les enseignes parallèles sont généralement plus grandes en raison de façade plus volumineuse. Toutefois, ces formats plus importants ne sont pas nécessairement

plus impactants tant que ces enseignes sur façade respectent une implantation cohérente vis-à-vis de la taille de la façade et notamment le respect de la règle nationale de surface cumulée.



Enseignes parallèles au mur en zone d'activités, Chambly, mai 2024

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface³². En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

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

La principale non-conformité des enseignes parallèles au mur est le dépassement des seuils de surface cumulée des enseignes sur façade (cette règle sera traitée dans la suite de ce document). On relève quelques cas d'enseignes parallèles qui dépassent des limites du mur ou de l'égout du toit.



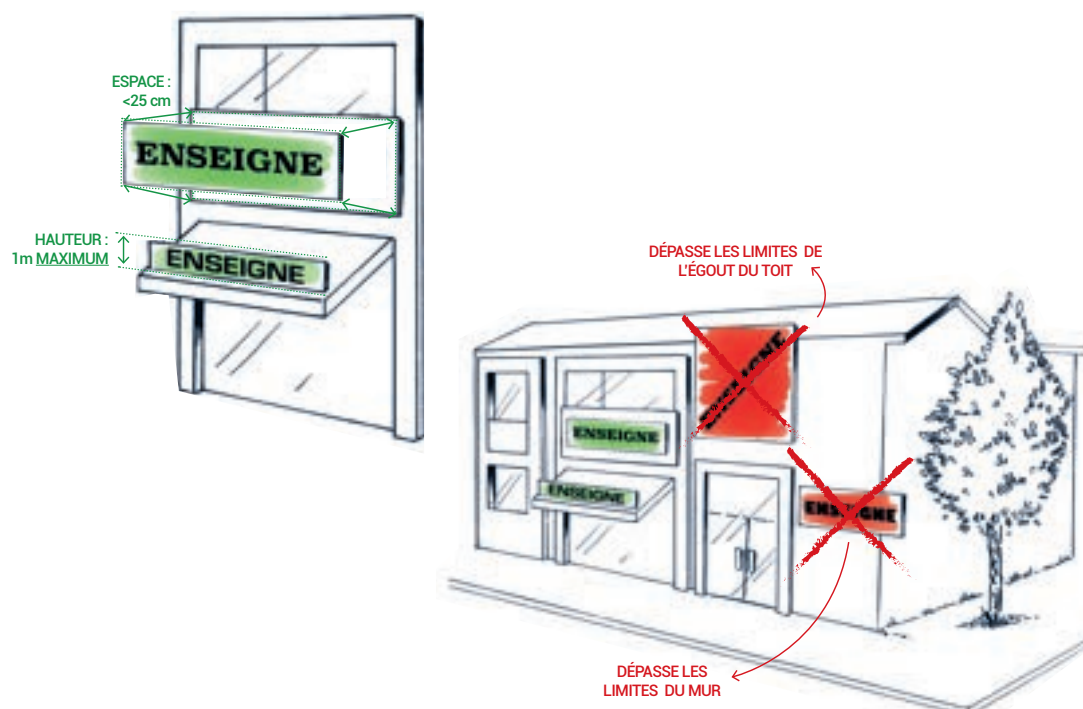
Enseigne parallèle au mur dépassant les limites du mur, Chambly, mai 2024

³² [La surface cumulée des enseignes](#)

2.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon

Sont traitées dans la continuité des enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées sur le territoire Si elles respectent les règles suivantes :

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



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, elles viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades. Dans la majorité des cas, ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité. De rares enseignes sur auvent ont été relevées sur la commune. Aucune enseigne sur marquise ou sur garde-corps de balcon ou balcon n'a été relevée à Chambly.



Enseignes sur auvent, Chambly, mai 2024



Enseigne sur auvent, Chambly, mai 2024

Une réflexion pourra être menée dans le cadre de l'élaboration du RLP sur le maintien ou l'interdiction de ces dispositifs sur tout ou partie du territoire. Le RLP pourra également prévoir la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

2.4. Enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. On les trouve principalement en centre-ville, mais également en zone d'activités.

Elles sont dans leur majorité de forme carrée ou en rond, mais il existe aussi des enseignes « longilignes » avec une hauteur importante.

En matière d'implantation, les enseignes perpendiculaires au mur sont implantées soit au rez-de-chaussée (sous les barres d'appui des fenêtres du premier étage) ou installées au niveau du 1^{er} étage voire encore au-dessus.



Enseignes perpendiculaires au mur, Chambly, mai 2024



Enseignes perpendiculaires au mur, Chambly, mai 2024



Enseignes perpendiculaires au mur « longiligne », Chambly, mai 2024

Généralement, il existe une enseigne de ce type par façade d'activités. Dans de rares cas, il existe plusieurs enseignes perpendiculaires par façade. A noter que certains commerces en angle de rue possèdent deux enseignes perpendiculaires, une sur chaque façade.



Enseignes perpendiculaires au mur sur une même façade, Chambly, mai 2024



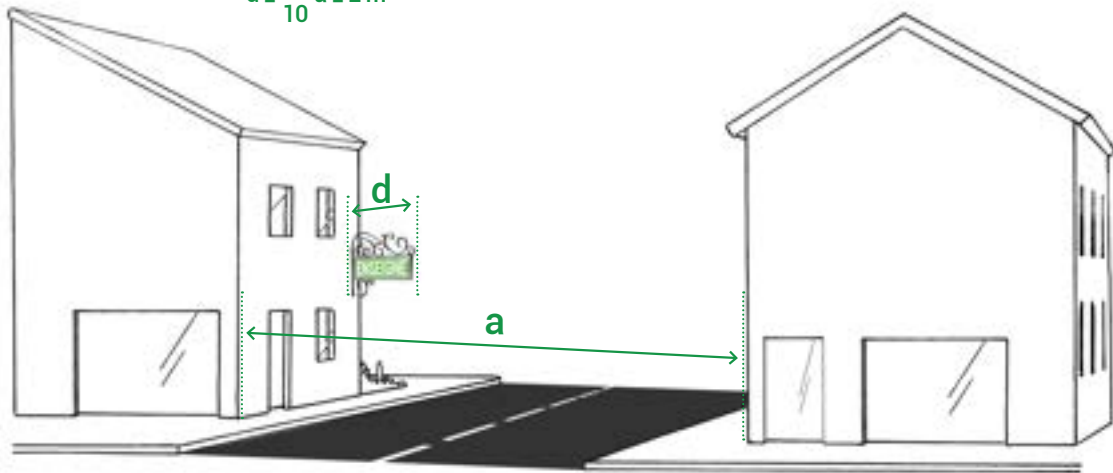
Enseignes perpendiculaires au mur sur un établissement en angle de rue, Chambly, mai 2024

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- Ne dépassent la limite supérieure de ce mur,
- Ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



Les seules infractions concernant les enseignes perpendiculaires au mur relevées sur la commune de Chambly concernent les dépassements de seuil de surface cumulée des enseignes sur façade.

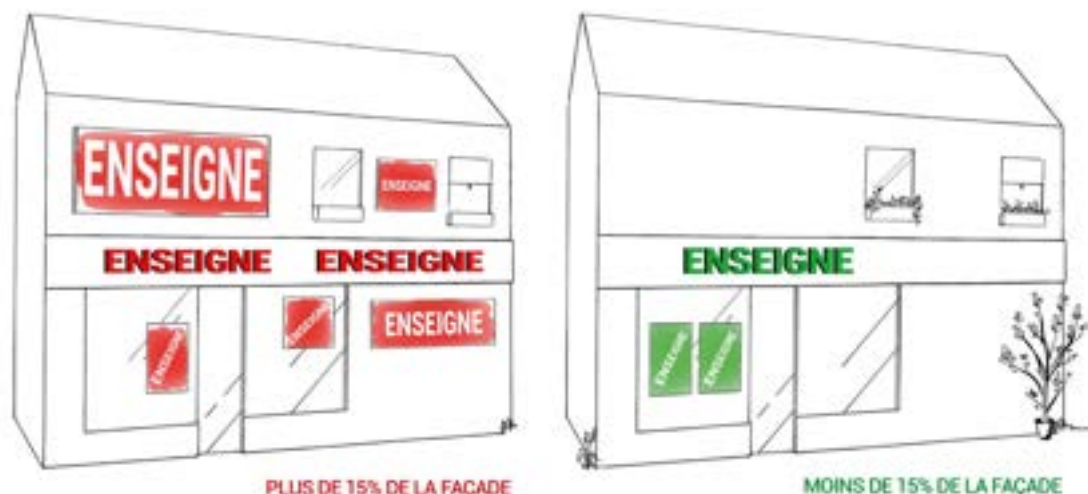
Dans l'ensemble, ces enseignes ne posent pas de problèmes paysagers, notamment car elles sont de surface assez faible.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité. Le nombre d'enseignes, leur taille, saillie ou encore hauteur peuvent être réglementés dans le cadre d'un RLP, pour améliorer l'intégration architecturale de ces enseignes et favoriser des enseignes de petit format.

2.5. La surface cumulée des enseignes

Cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée³³ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

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



On rencontre plusieurs façades saturées d'enseignes sur le territoire. Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale (ex : centre historique). Cette règle nationale est apparue dans le cadre de la « grennelisation » des règles applicables à la publicité extérieure. Cela représente la principale infraction en matière d'enseignes sur la commune de Chambly. On retrouve cette infraction aussi bien en centre-ville qu'en zone d'activité.

³³ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



Devanture commerciale dépassant à priori le seuil de surface cumulée d'enseignes sur façade,
Chambly, mai 2024



Devanture commerciale dépassant à priori le seuil de surface cumulée d'enseignes sur façade,
Chambly, mai 2024



Devanture commerciale dépassant à priori le seuil de surface cumulée d'enseignes sur façade,
Chambly, mai 2024



Devanture commerciale dépassant à priori le seuil de surface cumulée d'enseignes sur façade,
Chambly, mai 2024

2.6. Enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture sont principalement situées dans les zones d'activités de la commune de Chambly.. Il s'agit de dispositifs majoritairement de petit format puisque 69% mesurent moins de 2 m². Il n'a été recensé qu'un seul dispositif de plus de 8 m². Elles sont majoritairement réalisées en bâche ou en panneau PVC et apposées sur des grillages (clôture non aveugle). Dans certains cas, des établissements possèdent plusieurs enseignes de ce type.



Enseigne sur clôture non aveugle de petit format, Chambly, mai 2024



Enseignes sur clôture non aveugle de format intermédiaire, Chambly, mai 2024



Enseigne sur clôture non aveugle de grand format, Chambly, mai 2024



Enseignes sur clôture non aveugle de format intermédiaire, Chambly, mai 2024

Le Code de l'environnement n'encadre pas ce type de dispositifs. L'élaboration du RLP sera l'occasion de mettre en place des règles locales afin de maîtriser le développement de ces dispositifs.

Ces dispositifs peuvent être particulièrement importants lorsqu'ils se développent, notamment en raison de la surenchère d'enseignes qu'elles peuvent créer. En effet, elles viennent s'ajouter à l'impact paysager engendré par les autres typologies de dispositifs. Dans certains cas, le message du dispositif peut être redondant avec celui d'une enseigne sur façade ou scellée au sol.

Des règles de limitation en nombre ou en format pourront être instaurées afin de maîtriser leur implantation et de mettre en place des règles plus appropriées aux caractéristiques de ces enseignes et une meilleure insertion dans leur environnement.

2.7. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus recensée sur le territoire. Elles se situent principalement en zone d'activités et tout particulièrement dans la zone d'activités des Portes de l'Oise. Elles participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation du même support (panneau « 4 par 3 » et « sucette »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ». Des chevalets sont également présents sur la commune. Ils sont considérés comme des enseignes installées directement sur le sol lorsqu'ils sont apposés sur le lieu de l'activité ou lorsqu'il existe une autorisation d'utilisation du domaine public dans le cadre d'une terrasse, par exemple. En zone d'activités, certains établissements possèdent plusieurs enseignes de ce type.



Enseignes scellées au sol de type « panneau », Chambly, mai 2024



Enseignes scellées au sol de type « totem », Chambly, mai 2024



Enseignes scellées au sol de type « drapeau », Chambly, mai 2024



Enseignes scellées au sol de type « mât », Chambly, mai 2024

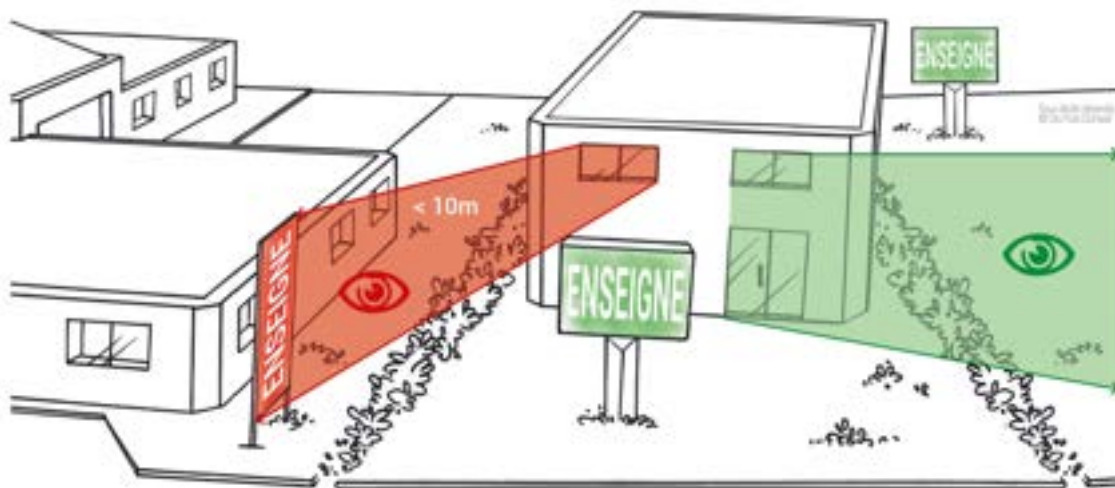


Enseigne scellée au sol de type « panneau 4 par3 » d'un aspect similaire à une publicité scellée au sol, Chambly, mai 2024

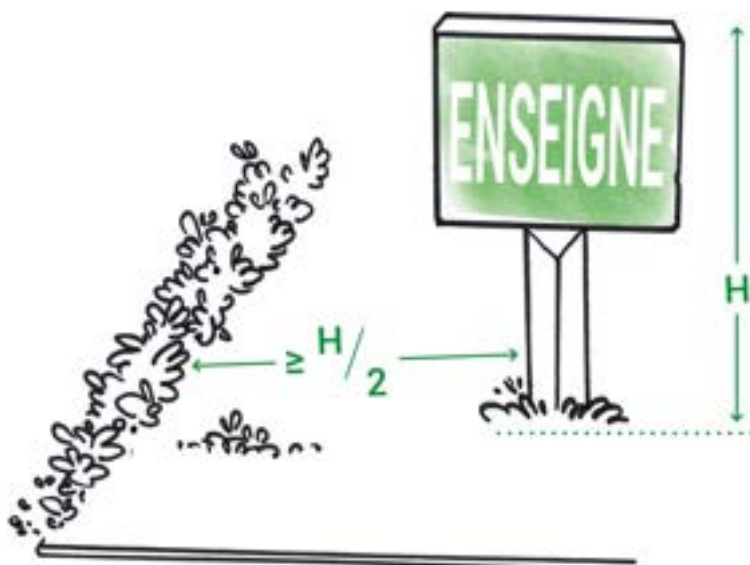


Enseignes scellées au sol de type « sucette » d'un aspect similaire à mobilier urbain publicitaire, Chambly, mai 2024

Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations. Les enseignes de plus de 1m^2 , scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



Les enseignes de plus de 1 m^2 scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

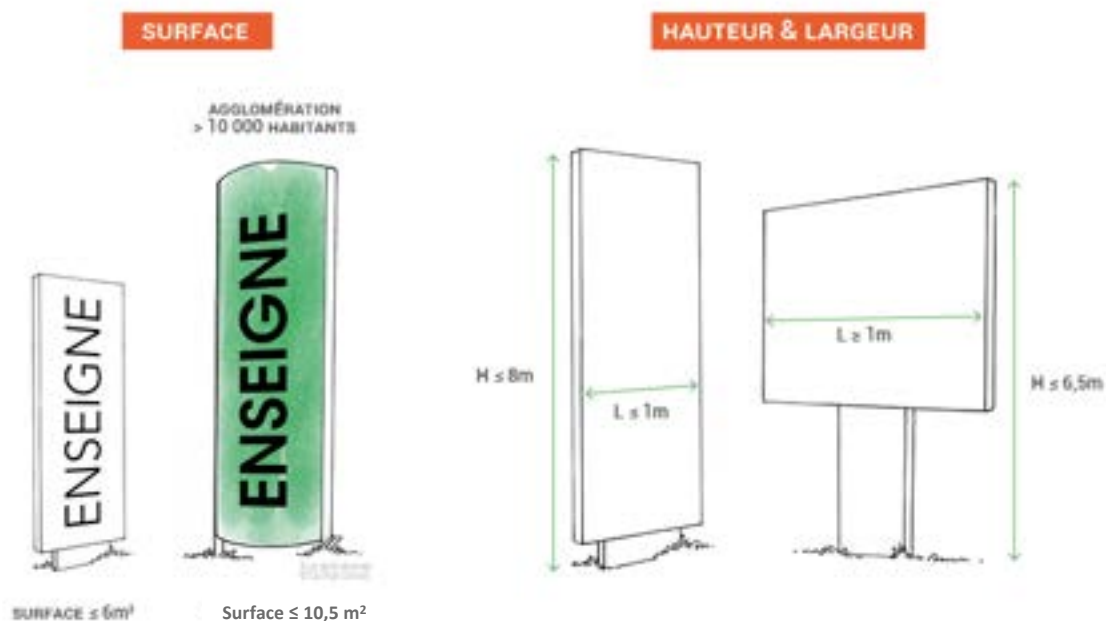


La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 10,5 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

La commune de Chambly comptant plus de 10 000 habitants, la surface y est donc limitée à 10,5 m² par le Code de l'environnement.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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



En matière de format, les dispositifs sont assez variés puisque 39% des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol recensées sont de petit format avec une surface inférieure à 2 m². A l'inverse, 15 % des dispositifs recensés mesurent plus de 8 m² dont 9 dispositifs excédant une surface de 10,5 m² soit la surface maximale autorisée par le Code de l'environnement sur la commune de Chambly.

On relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule.

Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifique en vue de maintenir un impact paysager limité de ces dispositifs. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre. Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.



Enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré installées directement sur le sol, Chambly, mai 2024.

ATTENTION : pour être qualifiées d'enseignes, ces dispositifs doivent être installés sur l'unité foncière de l'activité, sinon, il s'agit de publicité ou de préenseigne. Cette règle ne s'applique pas lorsque l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public. Dans ce cas, on considère le dispositif comme étant une enseigne (ex : porte-menu sur une terrasse de restaurant).

2.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

18 enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ont été recensées sur le territoire.

Ces enseignes se trouvent exclusivement en zone d'activités et concernent une minorité d'établissements puisque certains possèdent plusieurs enseignes de ce type.

Malgré un nombre assez restreint, une attention particulière pourra être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie en raison de l'impact paysager important que ces enseignes peuvent occasionner. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



Enseigne sur toiture réalisée en lettres ou signes découpés, Chambly, mai 2024

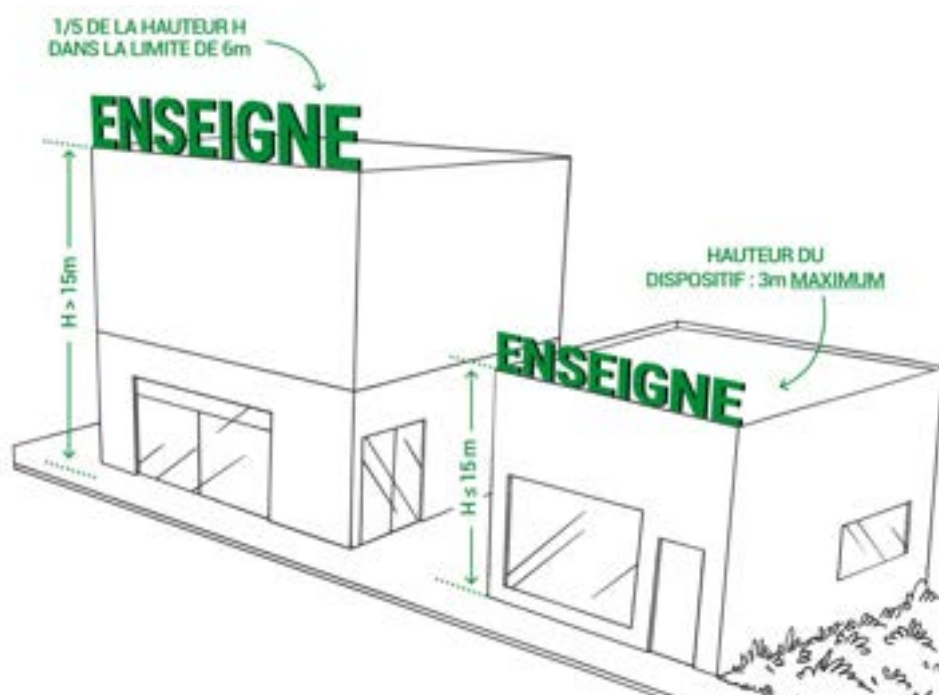


Enseigne sur toiture réalisée en lettres ou signes découpés, Chambly, mai 2024

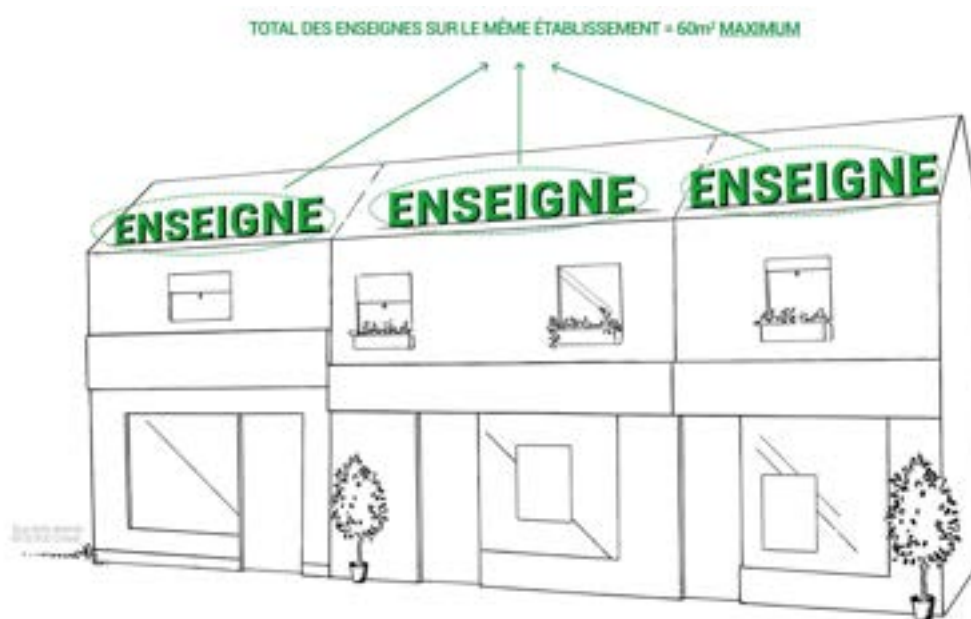
Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

Hauteur maximale des enseignes sur toiture	
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



Surface cumulée³⁴ des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²



³⁴ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

17 enseignes sur 18 ne sont pas conformes au Code de l'environnement, car soit elles ne sont pas réalisées en lettres ou signes découpées, soit elles dépassent la surface cumulée par établissement limitée à 60 m².



Enseigne sur toiture sur panneau sur fond, Chambly, mai 2024



Enseigne sur toiture sur panneau sur fond, Chambly, mai 2024

Le futur RLP pourra proposer de réduire la taille de ces enseignes, voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

2.9. Enseignes lumineuses

Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type³⁵.

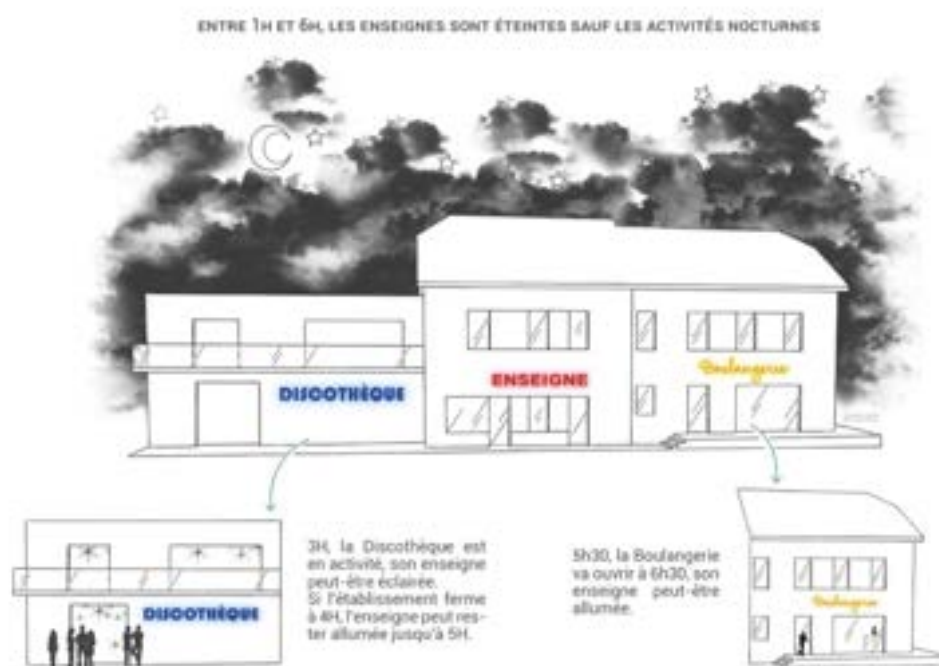
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel³⁶.

Elles sont éteintes³⁷ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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

La loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets³⁸ permet désormais aux collectivités, par le biais d'un RLP, de règlementer les publicités et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique.



³⁵ [Publicités / préenseignes lumineuses](#)

³⁶ arrêté non publié à ce jour

³⁷ l'article R.581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

³⁸ Article 18 de la loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R.581-59 du Code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « *toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet* ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées en néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc. Sur le territoire communal, 10% des enseignes sont lumineuses.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection.



Enseignes éclairées par projection (par spot à gauche et par rampe d'éclairage à droite), Chambly, mai 2024



Enseignes éclairées par transparence, Chambly, mai 2024



Enseigne éclairée par néon, Chambly, mai 2024

Quelques enseignes numériques ont été relevées sur le territoire communal. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



Enseignes numériques, Chambly, mai 2024

Plusieurs enseignes numériques apposées à l'intérieur de vitrines d'activités ont été relevées sur la commune de Chambly, pour la plupart dans le centre-ville. Ces dispositifs en plein essor sur le territoire national pourront faire l'objet de règles spécifiques afin de les encadrer, comme le permet désormais la loi Climat.



Enseignes numériques apposées à l'intérieur d'une vitrine, Chambly, avril 2023

2.10. Enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- 1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- 2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires sont soumises « *partiellement*³⁹ » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentées précédemment, notamment :

- Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁴⁰ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴¹.

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

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie ≤ 25 cm ;
- Ne doivent pas dépasser les limites du mur support ;
- Ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit.

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
- Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m.

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale ≤ 60 m²

39 Cf. d. les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires (p.29) du I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure du présent rapport

⁴⁰ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

⁴¹ arrêté non publié à ce jour

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
- Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ (si 2° alinéa).

Ces enseignes temporaires peuvent se présenter sous la forme d'enseignes sur une clôture non aveugle, d'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol, ou d'enseigne parallèle au mur. Les enseignes pour les opérations immobilières apparaissent généralement sous la forme de grands panneaux scellés au sol.

Elles peuvent posséder de grands formats et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le territoire.

Bilan du diagnostic des enseignes :

Le recensement effectué sur la commune de Chambly a permis de révéler une variété d'enseignes, que ce soit en termes de format et d'esthétisme. Deux grands secteurs d'enseignes ressortent du diagnostic : le centre-ville et la zone d'activités des Portes de l'Oise. Le centre-ville se caractérise par une présence d'enseignes sur façade (parallèle et perpendiculaire au mur), généralement de petits formats en lien avec la taille des façades. On relève la présence de façades avec des enseignes particulièrement bien intégrées. Toutefois, il existe une grande diversité d'enseignes dans le centre-ville, aussi bien en matière d'esthétisme que d'intégration architecturale. La zone d'activité des Portes de l'Oise se caractérise par une plus grande diversité d'enseignes (sur façade, scellées au sol, sur clôture, sur toiture) et des dispositifs plus nombreux et avec des dimensions plus grandes, s'expliquant en partie par la configuration urbanistique des zones d'activités avec des bâtiments plus en retrait de la voie et la présence de grands parkings autour de ces bâtiments. Néanmoins, des surenchères de dispositifs sont relevées dans cette zone avec une forte présence paysagère des enseignes.

32% des enseignes recensées sont non conformes au Code de l'environnement. Les principales infractions concernent le dépassement du seuil des surfaces cumulées des enseignes sur façade, des enseignes scellées au sol ou installées en surnombre ou avec une surface excessive. La mise en conformité permettra un premier gain paysager qui pourra être accentué par la mise en place du RLP.

La notion de luminosité est plus présente pour les enseignes que pour les publicités avec un certain nombre d'enseignes lumineuses éclairées par différents biais, principalement éclairés par projection (spot ou rampe d'éclairage). A noter qu'en matière d'enseignes, quelques dispositifs numériques ont été relevés. Quelques enseignes numériques apposées à l'intérieur d'une vitrine ont également été relevées, notamment dans le centre-ville de Chambly. Dans le cadre de la mise en place du RLP, ces dispositifs pourront être traités de manière spécifique afin d'anticiper leur développement et leur nuisance.

IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Par une délibération n°13 en date du 15 avril 2024, la commune a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- L'objectif est de réaliser une protection du paysage et du cadre de vie par une préservation du caractère patrimonial du centre-ville avec un affichage et des publicités adaptées, et d'une manière générale, en limitant l'affichage et la publicité pour limiter la pollution visuelle aux entrées de ville

2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la commune a retenu les orientations suivantes :

Orientation 1 : Réduire l'impact paysager des panneaux publicitaires dans les zones d'activités et tout particulièrement dans les zones d'activités des Portes de l'Oise tout en prenant en compte les spécificités propres aux différentes zones.

Les zones commerciales des Portes de l'Oise sont les secteurs où se concentrent les principaux dispositifs de grand format de la commune selon le diagnostic. Afin de réduire la présence paysagère des dispositifs publicitaires, une règle de densité publicitaire est mise en place afin de réduire le nombre de publicités. Les zones d'activités et industrielles n'ayant pas de vocation commerciale sont traitées différemment que les zones commerciales en raison d'enjeux moindre de visibilité par le biais de publicité des activités qui y sont présentes. En zone d'activités et industrielles, les publicités et les préenseignes sont autorisées avec un format réduit par rapport aux zones commerciales

Orientation 2 : Limiter la publicité dans les secteurs à dominante résidentielle non soumis à une protection patrimoniale ou paysagère afin de protéger le cadre de vie

En dehors des secteurs patrimoniaux à savoir les abords des monuments historiques (les zones en covisibilité d'un monument historique ou visibles depuis un monument historique dans le périmètre de 500 mètres autour du monument historique) qui sont soumis à une interdiction relative de publicité, les secteurs mixtes ou à dominante résidentielle sont soumis à la réglementation nationale. Cela signifie que la publicité y est autorisée avec une surface de 10,5 m² qu'elle soit scellée au sol ou murale. Afin de préserver le cadre de vie des habitants de ces secteurs, les formats autorisés seront fortement réduits et une règle locale de densité publicitaire est instaurée.

Orientation 3 : Tenir compte du contexte patrimonial de la commune soumis à des protection patrimoniales (abords des monuments historiques) en encadrant strictement la publicité dans ces zones de protections

Le centre-ville de Chambly est identifié au sein d'une zone de publicité où la réglementation est la plus stricte afin de protéger son cadre architectural et patrimonial avec notamment la présence de plusieurs monuments historiques. La publicité y est autorisée de manière très limitée : uniquement la publicité sur mobilier urbain avec une surface limitée à 2 m² pour les « sucettes ». Cela correspond au format de ces quelques dispositifs que l'on trouve actuellement dans le centre-ville. Cela représente des dispositifs avec un format réduit et impact paysager limité. Pour les secteurs se situant en dehors de la zone de centre-ville mais se trouvant aux abords d'un monument historique (en covisibilité d'un monument historique ou visibles depuis un monument historique dans le périmètre de 500 mètres autour du

monument historique), les mêmes règles s'appliquent qu'en centre-ville afin de protéger les vues paysagères sur les monuments historiques.

Orientation 4 : Réduire l'impact des dispositifs publicitaires et enseignes lumineux y compris numériques afin de diminuer la pollution lumineuse

Afin de préserver le cadre de vie et de réaliser des économies d'énergies, la communauté de communes souhaite élargir la plage d'extinction nocturne aux horaires peu nécessaires. Certaines formes de lumineux jugés plus impactants seront encadrées plus strictement et notamment les enseignes et les publicités numériques. Les dispositifs lumineux à l'intérieur des vitrines comme les écrans numériques en pleine expansion font l'objet de règles spécifiques afin de maîtriser leur développement.

Orientation 5 : Assurer la bonne intégration architecturale des enseignes sur façade dans le centre-ville

Il s'agit d'améliorer l'intégration architecturale des enseignes sur façade dans le centre-ville de Chambly. Les règles locales mises en place répondent à un souhait de privilégier une insertion des enseignes en adéquation avec les enjeux patrimoniaux, architecturaux et paysagers du centre-ville où de nombreux commerces sont présents. Des règles spécifiques sont mises en place notamment en matière d'implantation et d'esthétisme des enseignes sur façade. Les enseignes perpendiculaires font l'objet de limites en nombre et en dimensions

Orientation 6 : Veiller à la bonne intégration paysagère des enseignes dans les zones à dominante résidentielle

Afin de répondre aux enjeux de préservation du cadre de vie des riverains dans les secteurs mixtes ou à dominante résidentielle, des règles sur les enseignes sont mises en place afin d'éviter une surenchère d'enseignes et d'autoriser des dispositifs avec un format adapté tout en permettant aux activités présentes dans ces zones de pouvoir se signaler.

Orientation 7 : Traiter les enseignes dans les zones commerciales d'activités et afin d'améliorer leur insertion paysagère

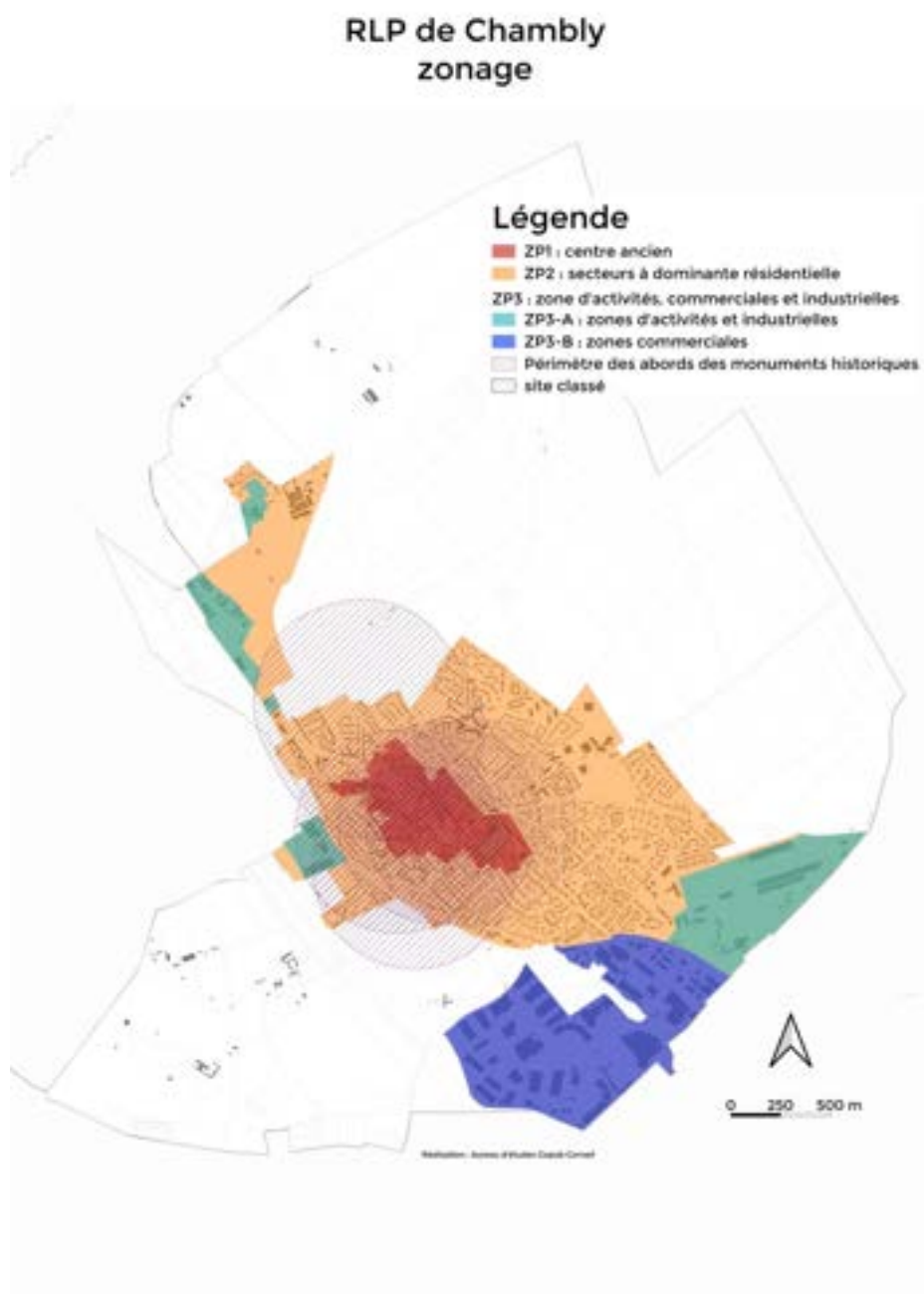
Dans l'optique de concilier préservation des paysages et visibilité des activités économiques, les règles sur les enseignes sont plus souples en zones d'activités par rapport au reste du territoire. Toutefois, certaines règles sont mises en place afin de contrôler le développement des enseignes et éviter l'accumulation de dispositifs pouvant nuire à la lisibilité des messages. En effet, certains secteurs de zones commerciales sont soumis à une forte accumulation d'enseignes dégradant ainsi la qualité paysagère de ces dernières ainsi que la lisibilité des messages.

V. Justification des choix retenus

1. Le zonage

La commune a fait le choix de mettre en place 3 zones :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le centre ancien de Chambly ;
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les secteurs mixtes ou à dominante résidentielle de l'agglomération de Chambly ;
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les zones d'activités et commerciales de la commune de Chambly. Elle se divise en deux sous-zones :
 - o La ZP3-A couvre les différentes zones d'activités et industrielles présentes sur le territoire communal.
 - o La ZP3-B couvre la zone commerciale « Les Portes de l'Oise ».



Le zonage mis en place permet d'adapter la réglementation aux différents secteurs du territoire. A noter que ce zonage s'applique aussi bien aux publicités et préenseignes qu'aux enseignes.

La zone de publicité n°1 couvre le centre ancien de Chambly où se concentre de nombreux commerces et des enjeux patrimoniaux avec la présence de monuments historiques comme l'Église Notre-Dame. L'objectif est de préserver le cadre patrimonial du centre ancien de Chambly en y restreignant fortement la publicité et en apportant un cadre réglementaire spécifique pour assurer la bonne intégration architecturale des enseignes. La délimitation de la ZP1 reprend celle de la zone UA du PLU permettant une cohérence entre les différents documents d'urbanisme.

La zone de publicité n°2 correspond aux secteurs mixtes ou à dominante résidentielle dans lesquels une vigilance est apportée pour préserver le cadre de vie des habitants et les paysages de la commune. La publicité y sera limitée en adéquation avec les enjeux de préservation des paysages et du cadre de vie. Les enseignes sont également réglementées dans un objectif de conciliation entre ces enjeux de protection du cadre de vie et les enjeux de visibilité des activités situées dans ces secteurs.

La zone de publicité n°3 couvre les zones d'activités, commerciales et artisanales de la commune de Chambly. Elle se divise en deux sous-zones. La ZP3-A couvre les zones d'activités et industrielles où les enjeux en matière de publicité et préenseigne sont moindres qu'en zone commerciale en raison d'affluences moins importantes. La ZP3-B couvre les zones commerciales de la commune et notamment les zones commerciales de Portes de l'Oise où les enjeux en matière de publicités et préenseignes sont importants en raison d'une forte fréquentation et à l'inverse les enjeux de préservation du cadre de vie sont moindres que sur le reste du territoire en raison de l'absence d'habitations. Toutefois, des règles locales sont mises en place pour une meilleure adaptation des publicités et préenseignes. Les enseignes sont aussi l'objet de règles locales dans l'ensemble de la ZP3 avec toutefois plus de souplesses que sur le reste du territoire. Il est également question de répondre aux besoins de visibilité des activités commerciales présentes dans ces zones. En effet, elles se caractérisent par la présence de bâtiments plus volumineux et généralement éloignés de la voirie en raison de la configuration urbanistique de ces zones (présence de parkings autour des bâtiments). Toutefois, les règles mises en place permettent d'assurer une meilleure intégration paysagère des enseignes pour permettre une amélioration globale de la qualité paysagère du territoire.

Contrairement aux publicités, les enseignes sont autorisées en hors agglomération. Les enseignes situées hors agglomération sont traitées par les règles de la ZP2.

2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

Dispositions générales :

Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en raison du fort impact paysager qu'occasionnerait ce type de dispositifs. En effet, ces supports ont vocation à être visibles de loin. Ce choix d'interdiction permet d'empêcher ces implantations à l'avenir tout en n'ayant aucune incidence sur le parc publicitaire existant, puisqu'aucune publicité ni préenseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu n'a été recensée sur Chambly.

Plage d'extinction des publicités lumineuses : Dans l'optique de réduire les nuisances lumineuses, la commune a fait le choix d'élargir la plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses de 22h00 à 7h (contre 1 h-6h dans le Code de l'environnement) dans les 3 zones de publicité. Cela permet également de réaliser des économies d'énergie. Par exception, cette disposition ne s'applique pas à la publicité supportée à titre accessoire par des abris destinés au public durant le temps de service des lignes de transport public qui les desservent, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.

Dérogation à certaines interdictions légales de publicité : par exception à l'interdiction de la publicité dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du Code de l'environnement, aux abords des monuments historiques (pour la commune de Chambly, au moment de l'élaboration du RLP, les abords des monuments historiques correspondent aux secteurs en covisibilité d'un monument historique ou visible depuis un monument historique et situés dans le périmètre de 500 mètres), peuvent être admis :

- La publicité supportée par le mobilier urbain (dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à 47 du Code de l'environnement) dans la limite des restrictions et des surfaces unitaires applicables dans chacune des zones de publicité du présent règlement ;
- Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, tel que prévu par les articles L.581-13 et R.581-2 à 4 du Code de l'environnement.

La mise en place de cette dérogation va permettre à la commune de maintenir ces mobiliers urbains publicitaires de petit format situés aux abords des monuments historiques.

Zone de publicité n°1 (ZP1) :

La zone de publicité n°1 est celle dans laquelle la publicité est la plus fortement limitée afin de tenir compte de l'aspect patrimonial de ce secteur

En ZP1, la publicité est seulement autorisée sur les mobiliers urbains notamment sur le mobilier urbain d'information locale ou générale (« sucette ») et les abris-bus. Le mobilier

urbain d'information locale est autorisé avec une surface d'affiche de 2 m² et une hauteur au sol de 3 m ce qui correspond aux dispositifs actuellement présents en ZP1. Les autres formes de publicité sur mobilier urbain sont autorisées dans les conditions prévues par le Code de l'environnement. La présence de publicités apposées sur mobilier urbain de petits formats ne crée pas de problématiques paysagères particulières.

Les publicités scellées au sol, sur mur ou clôture, les bâches comportant de la publicité (bâches publicitaires et bâches de chantier comportant de la publicité) et les publicités numériques sont interdites afin de tenir compte des enjeux de préservation paysagère et patrimoniale en lien avec la présence de monuments historiques.

Le but de ces choix permet un équilibre entre la protection du patrimoine et des paysages et les enjeux économiques et de communication de la commune. Ces dispositifs permettent à la commune de Chambly de réaliser de la communication locale et générale dans le but de répondre aux besoins des administrés.

Zone de publicité n°2 (ZP2) :

La zone de publicité n°2 couvre les secteurs à dominantes résidentielles (hors ZP1) où il y a donc des enjeux importants en matière de préservation du cadre de vie. Les règles en ZP2 sont toutefois moins strictes qu'en ZP1 en raison de la présence moindre de protections patrimoniales dans les zones d'extensions du centre-ville.

La publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée dans les mêmes conditions qu'en ZP1 à savoir une surface d'affiche de 2 m² et une hauteur de 3m pour les mobiliers urbains d'informations locales ou générales (sucette).

Afin de préserver le cadre de vie dans les secteurs à dominante résidentielle, les publicités scellées au sol ou installées directement au sol et les publicités sur clôture sont interdites afin de limiter les implantations possibles de dispositifs publicitaires. Toujours dans cette optique de préserver le cadre de vie, les publicités sur mur aveugle sont autorisées avec une surface limitée à 2,5 m², ce qui représente un format fortement réduit par rapport à ce qui est autorisé par le code de l'environnement (10,5 m²). La hauteur au sol de ces dispositifs est limitée à 6 m. La densité publicitaire est limitée à 1 publicité par unité foncière afin d'éviter une surenchère de publicités et notamment la pose de dispositifs publicitaires sur un même mur qui pourrait entraîner une augmentation de la présence paysagère des publicités notamment le long des principaux axes structurants de Chambly.

Les bâches publicitaires sont interdites en raison de l'impact paysager important que pourraient occasionner ces dispositifs et ainsi ne pas répondre aux souhaits de la commune de préserver le cadre de vie des habitants de Chambly avec une vigilance toute particulière dans les secteurs résidentiels. Les bâches de chantier comportant de la publicité sont limitées à une surface de 2,5 m² afin d'assurer une cohérence avec la réglementation des publicités murales et privilégier des dispositifs de petit format en ZP2 dans l'optique d'un impact paysager limité des publicités dans les secteurs à dominante résidentielle.

La publicité numérique est interdite afin de préserver les riverains des nuisances lumineuses occasionnées par ces dispositifs.

Zone de publicité n°3-A (ZP3-A) :

La zone de publicité n°3-A couvre les zones d'activités et industrielles présentes sur le territoire communal.

La publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée dans les mêmes conditions qu'en ZP1 et ZP2 avec une surface d'affiche de 2 m² et une hauteur maximale de 3m pour les mobiliers urbains d'informations locales ou générales (sucette). Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol et les publicités sur mur ou clôture aveugle sont autorisées avec une surface limitée à 2,5m² ainsi qu'une hauteur au sol de 6m maximum. La commune souhaite autoriser uniquement des dispositifs de petit format pour privilégier les enseignes pour permettre aux activités présentes dans ce secteur de pouvoir se signaler efficacement sur le leur lieu d'activité. La densité publicitaire est limitée à 1 publicité par unité foncière afin d'éviter une multiplication de dispositifs publicitaires.

Les bâches publicitaires sont interdites en ZP3-A toujours dans l'optique de privilégier la visibilité des activités sur le lieu d'implantation par le biais d'enseignes. Les bâches de chantier comportant de la publicité sont limitées à 2,5 m² en cohérence avec la limitation de surface mise en place pour les autres formes de publicité autorisées dans cette zone afin de n'autoriser que des publicités de petit format.

La publicité numérique est interdite en ZP3-A afin de limiter l'implantation de ces dispositifs sur l'ensemble de la commune pour une préservation globale des paysages de la commune

Zone de publicité n°3-B (ZP3-B) :

La zone de publicité n°3-B couvre les zones commerciales « Les Portes de l'Oise » où la réglementation sera plus souple que sur le reste du territoire en raison d'impacts moindres sur le cadre de vie, du fait notamment de l'éloignement des habitations.

La publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée dans les mêmes conditions que sur le reste du territoire avec une surface d'affiche de 2 m² et une hauteur maximale de 3m pour les mobiliers urbains d'informations locales ou générales (sucette).

Les publicités scellées au sol ou installées au sol et sur mur et clôture aveugle sont autorisées avec une surface de 10,5 m² et une hauteur au sol de 6m. La densité publicitaire est limitée à 1 publicité par tranche de 80 mètres de linéaire d'unité foncière afin de prendre en compte la présence de grandes unités foncières dans cette zone.

Les bâches publicitaires sont autorisées avec une surface limitée à 10,5 m² afin d'éviter l'implantation de très grand format et d'harmoniser la réglementation avec celle des publicités scellées au sol et des publicités sur mur ou clôture. Toutefois, afin d'éviter toutes surenchères de publicités, les bâches publicitaires sont autorisées uniquement s'il n'existe

pas de publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ou de publicités sur mur ou clôture aveugle sur l'unité foncière. Les bâches de chantier comportant de la publicité sont également limitées à 10,5 m² afin d'assurer une harmonisation des formats des publicités.

La publicité numérique est autorisée avec une surface de 4 m². La commune a fait le choix de n'autoriser qu'un format réduit pour restreindre fortement les nuisances lumineuses des dispositifs numériques. Cette limitation à 4 m² permet également de mettre en place la même limitation que le RLP de Persan dans la partie de la zone commerciale située sur cette commune voisine.

3. Les choix retenus en matière d'enseignes

Dispositions générales :

Les enseignes sont interdites sur les arbres et plantations afin de préserver ces éléments et naturels et d'harmoniser la réglementation avec les publicités et préenseignes (les publicités et préenseignes sont interdites par le Code de l'environnement sur les arbres et les plantations). Sur l'ensemble du territoire communal, les enseignes sont également interdites sur les marquises et les garde-corps de balcon ou balconnet afin de préserver ces éléments architecturaux des façades et privilégier une pose de l'enseigne directement sur la façade.

Les enseignes à rayonnement laser, très impactantes, sont également interdites sur tout le territoire communal.

Zone de publicité n°1 (ZP1) :

Afin de tenir compte des enjeux patrimoniaux et architecturaux, des règles locales plus strictes que sur le reste du territoire sont mises en place en zone de publicité n°1 (ZP1).

Les enseignes sur façade font l'objet de règles locales en ZP1. Dans un premier temps, les enseignes sur façade ne doivent pas recouvrir les éléments architecturaux de la façade sur laquelle elles sont apposées. Les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur ne doivent pas dépasser l'appui des fenêtres du 1^{er} étage si l'activité s'exerce uniquement en rez-de-chaussée. Cela permet de contenir la pose des enseignes à la façade commerciale de l'activité et limiter des implantations aux étages des façades sauf pour les activités s'exerçant à l'étage. Lorsqu'elles sont sur un store-banne, les enseignes sont autorisées uniquement sur le lambrequin afin de privilégier des enseignes discrètes et éviter des inscriptions sur la totalité du store. Les enseignes en vitrophanie extérieure ne doivent pas dépasser 25% de la surface de la vitrine afin d'éviter la pose d'autocollants imposants et peu esthétiques sur les vitrines. Pour les enseignes sur panneau de fond, ce dernier doit être de couleur unie pour favoriser son intégration architecturale et éviter des panneaux peu esthétiques aux multiples couleurs. Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en

nombre à une enseigne par façade d'une même activité afin d'éviter leur multiplication pouvant amener une présence paysagère non négligeable. Les enseignes perpendiculaires sont limitées en dimensions à une hauteur de 0,80 mètre et à une saillie de 0,80 mètre afin de privilégier des dispositifs de petit format et une meilleure homogénéité des dispositifs. La saillie des enseignes perpendiculaires ne doit pas dépasser des limites du trottoir afin de ne pas gêner la circulation. Les enseignes sont interdites en surplomb de la chaussée. De ce fait, lorsqu'il n'existe pas de trottoir et que la façade donne directement sur la chaussée, les enseignes perpendiculaires sont donc interdites toujours dans cette optique de ne pas entraver la circulation. Afin de répondre à ce même objectif, la partie la plus basse de l'enseigne perpendiculaire ne peut pas être apposée à une hauteur au sol de moins de 2,20 m.

Les enseignes scellées ou installées directement sur le sol d'1 m² ou moins sont limitées à un dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Elles sont également limitées à une hauteur au sol de 1,5 m dans l'optique de privilégier des dispositifs avec un faible impact paysager comme les chevalets. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² sont interdites en raison de leur impact paysager. En ZP1, il est souhaité privilégier les enseignes sur façade s'adaptant mieux au cadre architectural du centre ancien.

Les enseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont également interdites en ZP1 afin de privilégier les enseignes sur façade.

Les enseignes numériques sont interdites car ne sont pas cohérentes avec les enjeux de préservation du cadre architectural, patrimonial et paysager du centre ancien. Une exception est toutefois accordée pour les services d'urgence dont les pharmacies qui peuvent bénéficier d'enseigne numérique sous réserve qu'elle n'excède pas 1 m² et dans la limite d'un dispositif par établissement. Cela permet notamment d'autoriser les croix de pharmacie qui sont généralement numériques.

Zone de publicité n°2 (ZP2) :

La zone de publicité n°2 englobe les secteurs à dominante résidentielle. En matière d'enseignes, les secteurs hors agglomération sont traités par les règles de la ZP2. Les principaux enjeux de cette zone sont de préserver le cadre de vie des riverains et les paysages naturels pour les secteurs hors agglomération tout en permettant la bonne visibilité des activités présentes. La réglementation au sein de cette zone est articulée sur la recherche d'un équilibre entre ces deux enjeux.

Au sujet des enseignes parallèles au mur, hormis la règle d'implantation sur la façade sous l'appui des fenêtres du 1^{er} étage pour les activités s'exerçant uniquement en rez-de-chaussée, ce type d'enseignes ne fait pas l'objet de règles locales supplémentaires. Elles sont donc principalement soumises à la réglementation nationale et notamment la règle de surface cumulée des enseignes sur façade. Cette règle est jugée suffisante et permet de répondre de manière adaptée à la réalité de chaque façade selon le volume de cette

dernière. Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par voie bordant l'activité permettant d'éviter la multiplication d'enseignes de ce type sur une même façade. Des petites dimensions sont privilégiées pour ces enseignes afin d'assurer leur bonne intégration architecturale et tendre vers une harmonisation des dispositifs. Ces limitations sont toutefois plus souples qu'en ZP1 en raison d'enjeux architecturaux moindres en ZP2. Elles sont ainsi limitées à une saillie et à une hauteur d'1 mètre. Au même titre que la ZP1, les enseignes perpendiculaires ne doivent pas entraver la circulation et ne doivent pas dépasser des limites du trottoir et donc sont interdites en surplomb de la chaussée. La partie la plus basse de l'enseigne perpendiculaire doit également ne pas être apposée à moins de 2,20 m de haut.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² sont limitées à une surface de 3 m² et une hauteur au sol de 3 mètres (ces limitations ne s'appliquent pas aux totems de station-service affichant les prix des carburants). Ces limitations permettent de privilégier des dispositifs avec un format réduit et avec un faible impact paysager tout en permettant aux établissements présents dans cette zone de pouvoir se signaler par ce biais. Lorsque plusieurs établissements s'exercent sur une même unité foncière, il est imposé que ces activités se signalent sur le même support scellé au sol ou installé directement sur le sol afin d'éviter la multiplication des enseignes de ce type sur une même unité foncière. Afin de tenir compte de la signalisation de plusieurs activités sur ce support, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol regroupant plusieurs enseignes sont autorisées avec une surface pouvant atteindre 6 m² et une hauteur au sol de 6,5 mètres. Lorsqu'elles mesurent 1 m² ou moins, les enseignes scellées ou installées directement sur le sol sont limitées à un dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Elles sont également limitées à une hauteur au sol de 3 mètres afin d'assurer une cohérence réglementaire entre les enseignes scellées ou installées au sol de plus ou de moins d'1 m². Pour rappel, lorsque ces enseignes mesurent plus d'1 m², elles sont déjà limitées à une par voie bordant l'activité par le Code de l'environnement.

Les enseignes sur clôture sont encadrées en ZP2 afin d'assurer leur bonne intégration architecturale. Elles sont limitées en nombre à 2 par voie bordant une activité afin d'éviter une multiplication excessive de ces dispositifs. Elles sont également limitées à une surface de 1 m² pour privilégier des dispositifs avec un format réduit et donc un impact paysager moindre dans les espaces à dominante résidentielle.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en raison de leur impact paysager et de la possibilité pour les activités de se signaler par d'autres biais sans altérer sa bonne visibilité (enseignes sur façade, scellées au sol, sur clôture).

Comme en ZP1, les enseignes numériques sont interdites en ZP2, car elles ont un impact conséquent sur le cadre de vie des habitants en zone résidentielle. Une exception est toutefois accordée pour les services d'urgence dont les pharmacies qui peuvent bénéficier d'enseigne numérique sous réserve qu'elle n'excède pas 1 m² et dans la limite d'un dispositif par établissement. Cela permet notamment d'autoriser les croix de pharmacie qui sont généralement numériques. Une exception est également mise en place pour les totems de station-service affichant les prix des carburants qui peuvent être numériques.

Zone de publicité n°3 (ZP3) :

La zone de publicité n°3 couvre les zones d'activités et commerciales présentes dans la commune de Chambly. Cette zone de publicité est divisée en deux sous-zones :

- La ZP3-A couvre les différentes zones d'activités et industrielles présentes sur le territoire communal.
- La ZP3-B couvre la zone commerciale « Les Portes de l'Oise ».

Pour autant, concernant les enseignes, ces deux sous-zones font l'objet d'une réglementation quasiment similaire, à quelques exceptions près.

Au sujet des enseignes parallèles au mur ainsi que des enseignes perpendiculaires au mur, il a été jugé que les règles nationales étaient suffisantes pour ces espaces, dans lesquels on retrouve peu d'habitations et où par conséquent, le cadre de vie ne serait pas dégradé sans réglementation locale supplémentaire. Seules les règles visant à ce que les enseignes perpendiculaires ne doivent pas entraver la circulation sont mises en place en ZP3 à savoir : les enseignes perpendiculaires ne doivent pas entraver la circulation et ne doivent pas dépasser des limites du trottoir, elles sont interdites en surplomb de la chaussée et la partie la plus basse de l'enseigne perpendiculaire ne doit pas être apposée à moins de 2,20 m de haut.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² sont limitées à une surface de 8 m² et une hauteur au sol de 6 mètres en ZP3 (ces limitations ne s'appliquent pas aux totems de station-service affichant les prix des carburants). Ces limitations permettent d'atténuer l'impact paysager de ce type de support tout en permettant aux établissements présents dans cette zone de pouvoir se signaler par ce biais. Cette limitation à 8 m² permet un traitement équivalent avec le RLP de Persan sur la partie de la zone commerciale située sur cette commune. Lorsqu'elles mesurent 1 m² ou moins, les enseignes scellées ou installées directement sur le sol sont limitées à un dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Elles sont également limitées à une hauteur au sol de 6 mètres afin d'assurer une cohérence réglementaire entre les enseignes scellées ou installées au sol de plus ou de moins d'1 m². Pour rappel, lorsque ces enseignes mesurent plus d'1 m², elles sont déjà limitées à une par voie bordant l'activité par le Code de l'environnement.

Les enseignes sur clôture sont limitées en nombre à 2 par voie bordant une activité afin d'éviter une multiplication de ces dispositifs, le but étant d'éviter une surenchère trop importante de dispositifs pour une même activité. Elles sont également limitées à une surface de 2 m² pour privilégier des dispositifs avec un format réduit et donc un impact paysager moindre.

En ZP3-A, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées sous réserve de ne pas excéder une surface cumulée de 10 m². Cela permet de maintenir une autorisation de cette forme d'enseigne présente dans ce secteur mais de privilégier des dispositifs de petit format avec un impact paysager réduit.

En ZP3-B, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu font l'objet d'une réglementation plus souple, puisqu'elles sont autorisées sous réserve de ne pas excéder une surface cumulée de 60 m² soit un maintien des règles nationales.

Les enseignes numériques, enfin, sont interdites en ZP3-A. Elles sont en revanche autorisées en ZP3-B, dans la limite d'un dispositif par établissement et d'une surface de 4 m² afin de d'éviter la pose de dispositifs de trop grand format tout en répondant aux demandes de visibilité des commerces et activités présentes. Une exception est mise en place pour les totems de station-service affichant les prix des carburants qui ne sont pas limités à 4 m² et restent soumis aux dispositions du Code de l'environnement afin de répondre aux obligations d'affichage imposées pour les prix des carburants.

Plage d'extinction des enseignes lumineuses :

Afin d'assurer une cohérence, les enseignes lumineuses sont soumises à la même plage d'extinction que les publicités lumineuses à savoir 20h – 8h. Il est souhaité élargir de manière importante la plage d'extinction nocturne afin d'éviter au maximum l'éclairage des enseignes lumineuses lorsque les commerces sont fermés. A noter que cette plage d'extinction s'applique seulement aux activités qui ont cessé. Un établissement encore ouvert durant la plage d'extinction peut conserver ses enseignes lumineuses allumées jusqu'à une heure après la fermeture de l'activité et peut les allumer une heure avant l'ouverture.

Publicité et enseigne lumineuse à l'intérieur des vitrines :

La commune de Chambly a saisi l'opportunité donnée par la loi climat et résilience du 22 août 2021 permettant aux collectivités d'encadrer les publicités et les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines dans la cadre de la mise en place d'un RLP. Cela concerne notamment les écrans numériques apposés à l'intérieur des vitrines en pleine expansion sur le territoire national y compris sur les communes du territoire. Ces dispositifs sont donc soumis à la même plage d'extinction nocturne que les autres publicités et enseignes lumineuses à savoir 20h – 8h (aucune plage d'extinction imposée par la réglementation nationale).

Afin de limiter la pollution lumineuse et l'impact sur le cadre de vie de ces dispositifs numériques, la communauté de communes souhaite restreindre les enseignes et publicités numériques à l'intérieur des vitrines à une surface cumulée d'1 m² en ZP1, ZP2, ZP3-A et hors agglomération. Cela permet de maîtriser leur développement et d'autoriser des dispositifs avec un impact moindre. En ZP3-B, la surface cumulée de ces dispositifs est limitée à 2 m² par établissement afin d'assurer une cohérence avec la réglementation des enseignes numériques.