



VILLE DE

LOUVECIENNES

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
RÉUNION DE PRÉSENTATION DU DIAGNOSTIC
26/03/2019

SOMMAIRE

1. PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

2. ENSEIGNES

3. OBJECTIFS DU TERRITOIRE EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

4. ORIENTATIONS DU TERRITOIRE EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

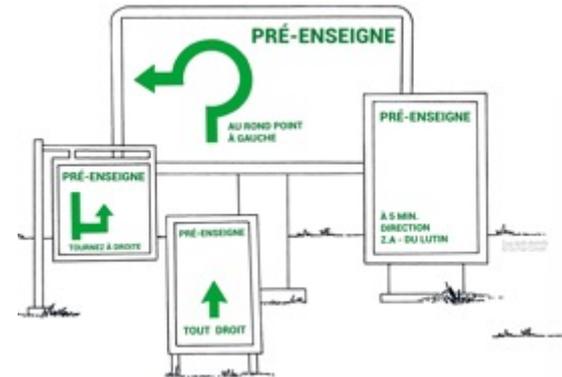
Définitions

Une **publicité** est « une 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 sont assimilés à des publicités.

Une **préenseigne** est « une inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. »



Interdiction absolue de la publicité hors agglomération

La réalité du bâti prévaut sur l'installation des panneaux d'entrée et de sortie.

Les limites d'agglomération sont fixées par arrêté du maire.



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

Règles applicables à la publicité = Règles applicables aux préenseignes

Les préenseignes sont donc interdites hors agglomération.

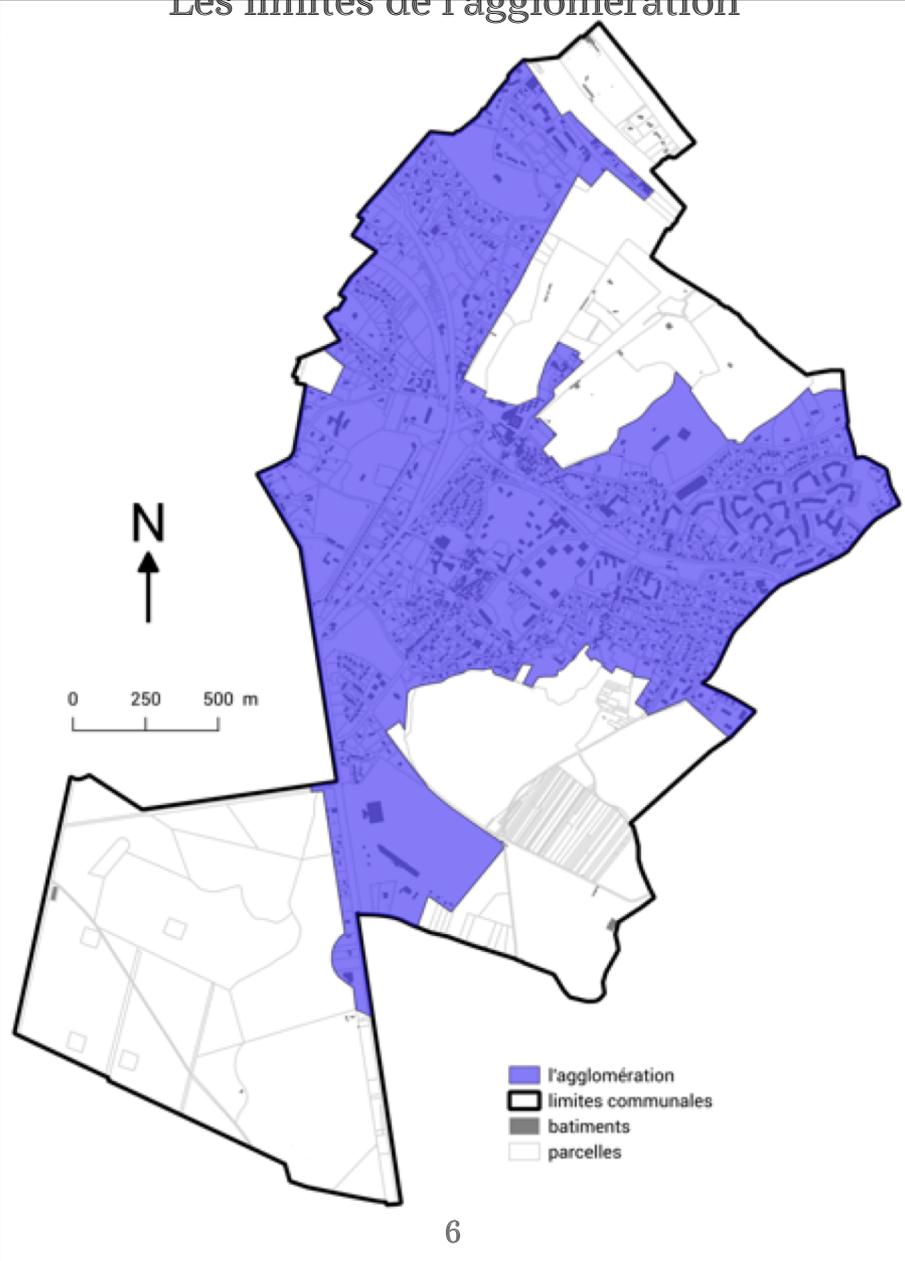
Avant le 13 juillet 2015, il existait de nombreuses dérogations (hôtels, restaurants, garage,...).

Depuis le 13 juillet 2015, 4 dérogations subsistent :

1. Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
2. Les activités culturelles ;
3. Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
4. A titre temporaire, des opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.



Les limites de l'agglomération



PUBLICITES ET PREENSEIGNES

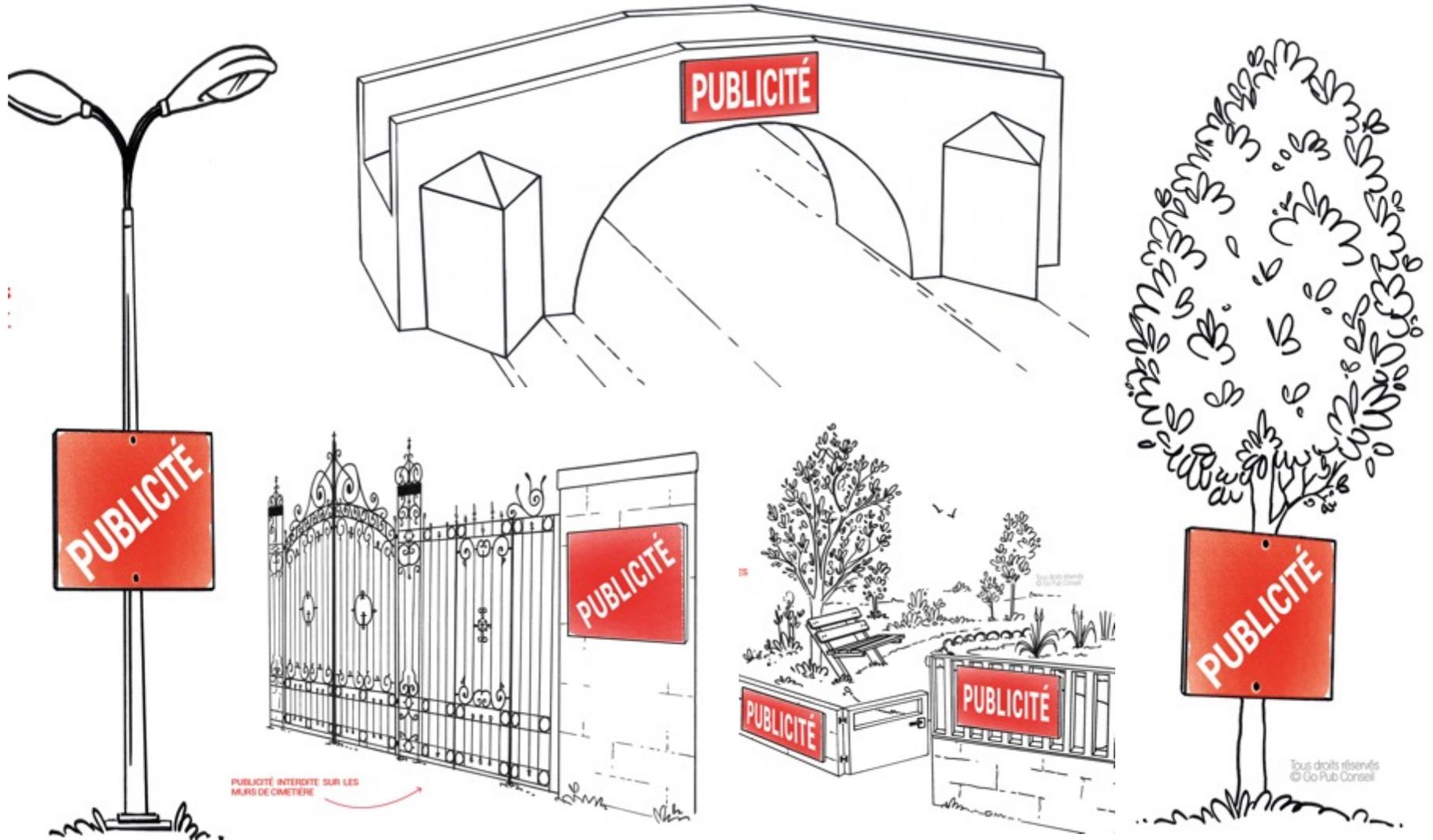
1

Principaux formats publicitaires en fonction du nombre d'habitants

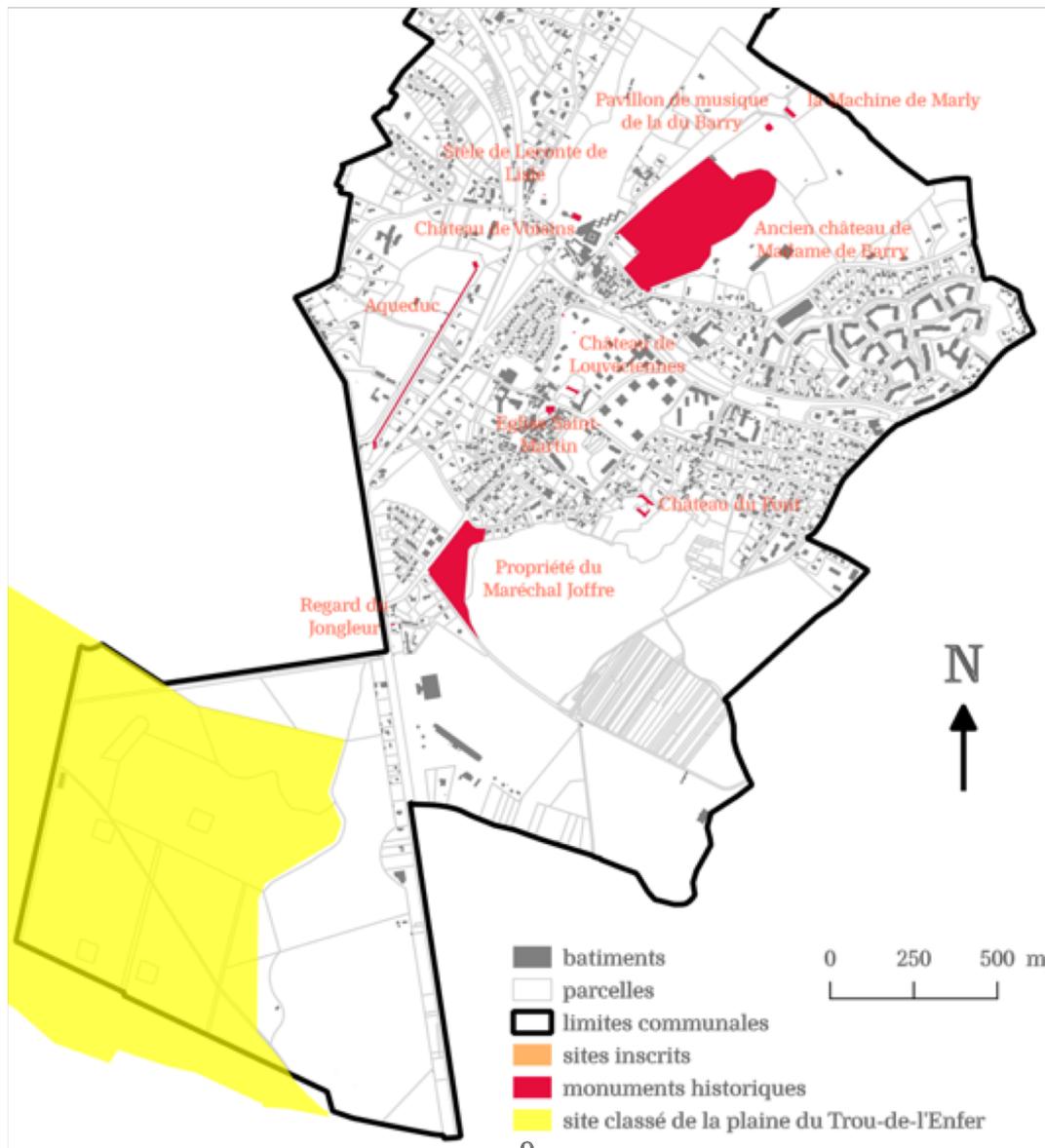
	agglomération de moins de 10 000 habitants hors d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	agglomération de moins de 10 000 habitants dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	agglomération de plus de 10 000 habitants
Publicité (ou préenseigne) sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface ≤ 4 m ² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 7,5 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 7,5 m
Publicité (ou préenseigne) scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse		surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m
Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles			autorisées
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	surface ≤ 4 m ² hauteur ≤ 6 m extinction en 1h et 6h (sauf UU > 800 000 habitants)	Règles de la publicité non lumineuse extinction entre 1h et 6h (sauf UU > 800 000 habitants)	Règles de la publicité non lumineuse extinction entre 1h et 6h (sauf UU > 800 000 habitants)
Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (notamment numérique)		surface ≤ 8 m ² hauteur ≤ 6 m extinction entre 1h et 6h	surface ≤ 8 m ² hauteur ≤ 6 m extinction entre 1h et 6h

Louveciennes

Interdiction absolue



Interdiction absolue



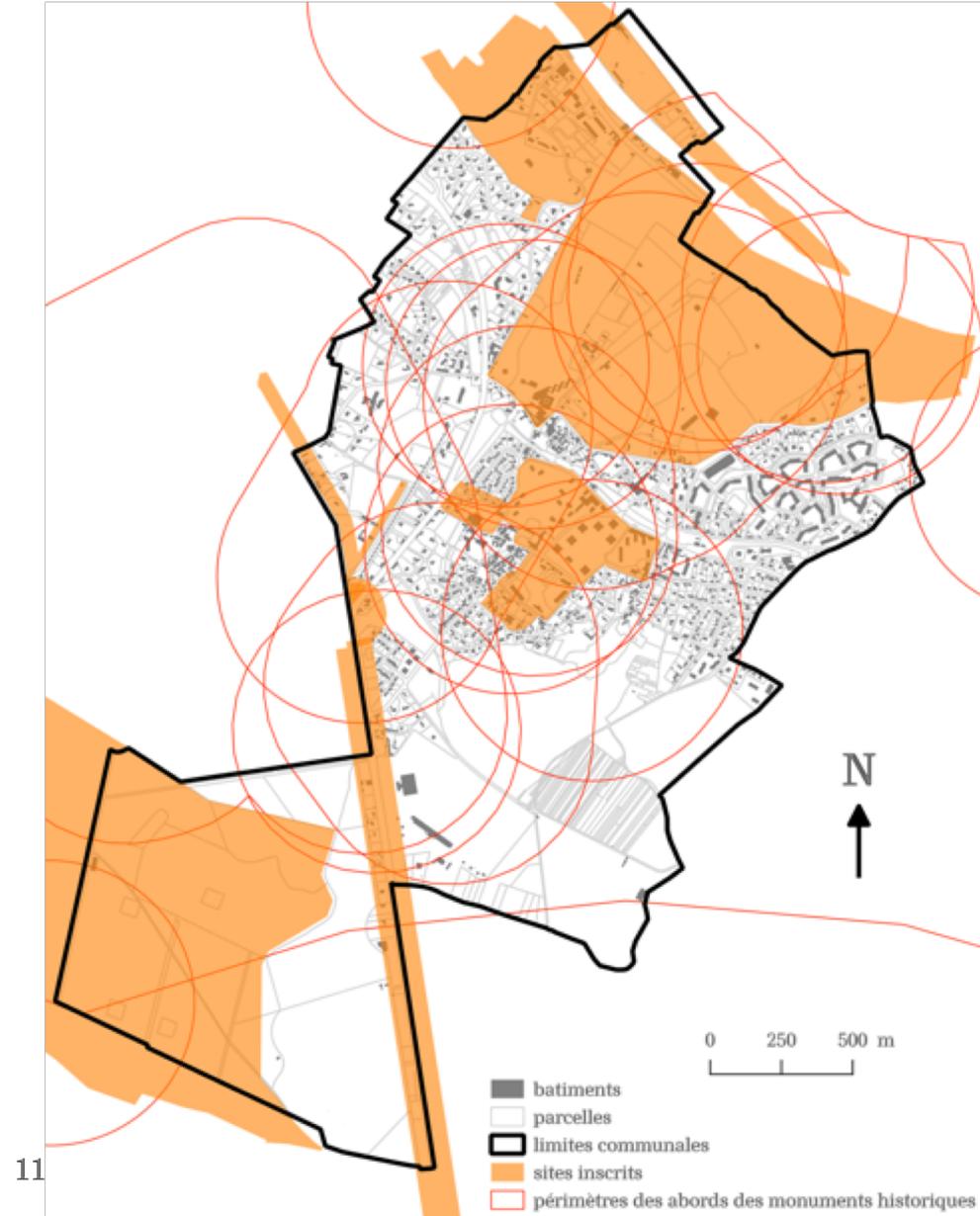
Interdiction absolue

Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol interdite dans les espaces boisés classés et dans les zones à protéger au PLU



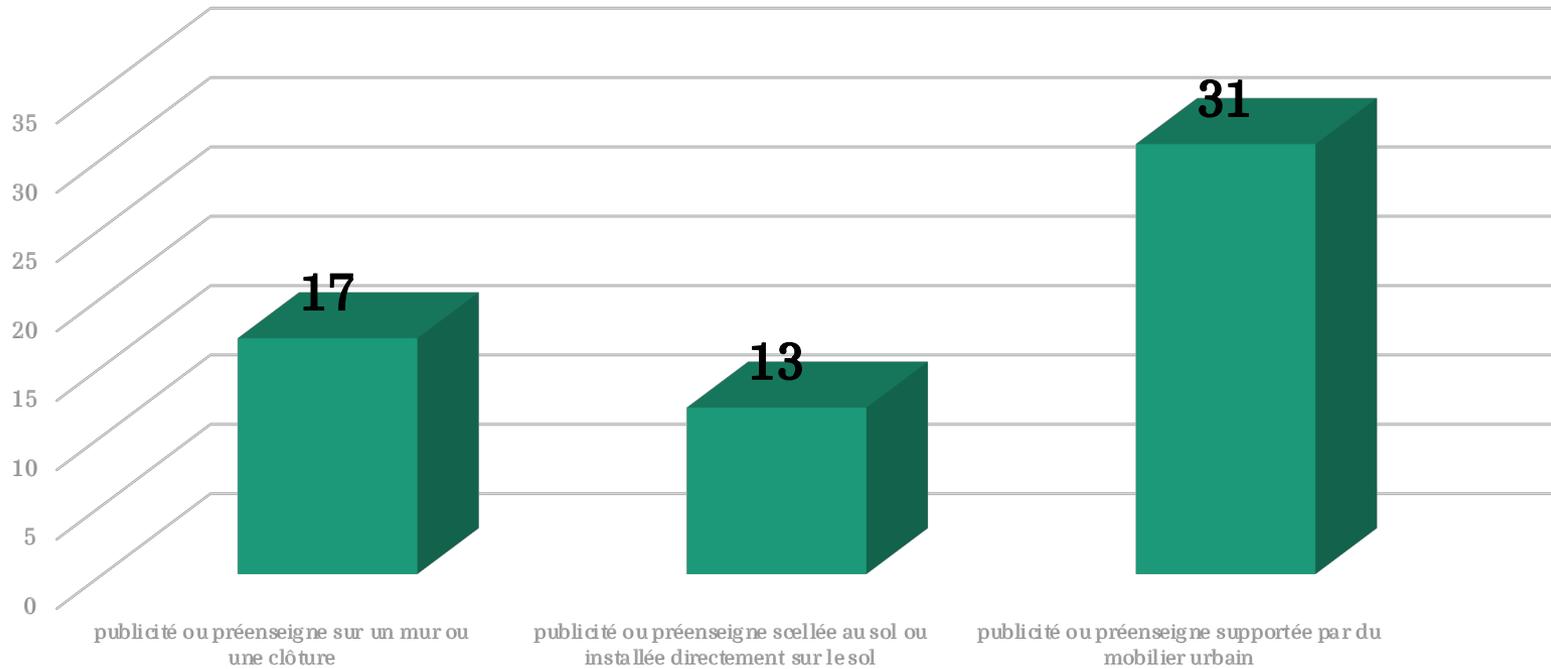
Interdiction relative (dérogation possible si en agglomération)

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine
- Dans les sites inscrits

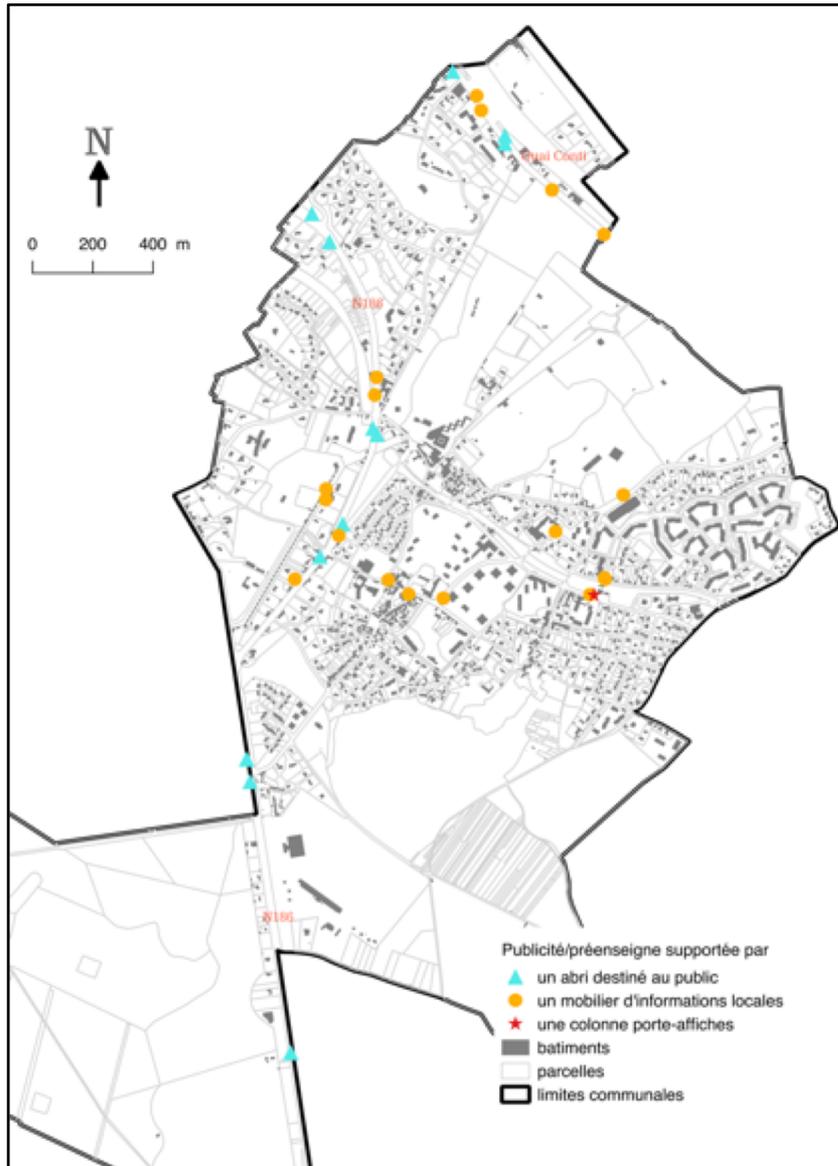


Répartition

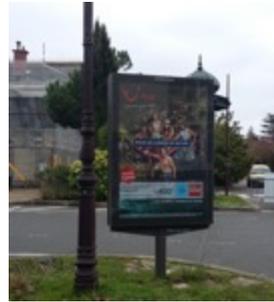
60 publicités et préenseignes inventoriés



Sur le mobilier urbain



- 31 publicités sur le mobilier urbain
 - 18 sur mobilier d'infos locales
 - 12 sur un abri destiné au public
 - 1 sur une colonne porte-affiches



- Format unique : 2 mètres carrés (sauf colonne)
- Pas de hauteur au sol > 3 mètres (sauf colonne)
- **8 publicités en site inscrit**
- **27 publicités aux abords des MH**
(pas toujours covisible)

PUBLICITES ET PREENSEIGNES

1

Scellées au sol ou installées directement sur le sol



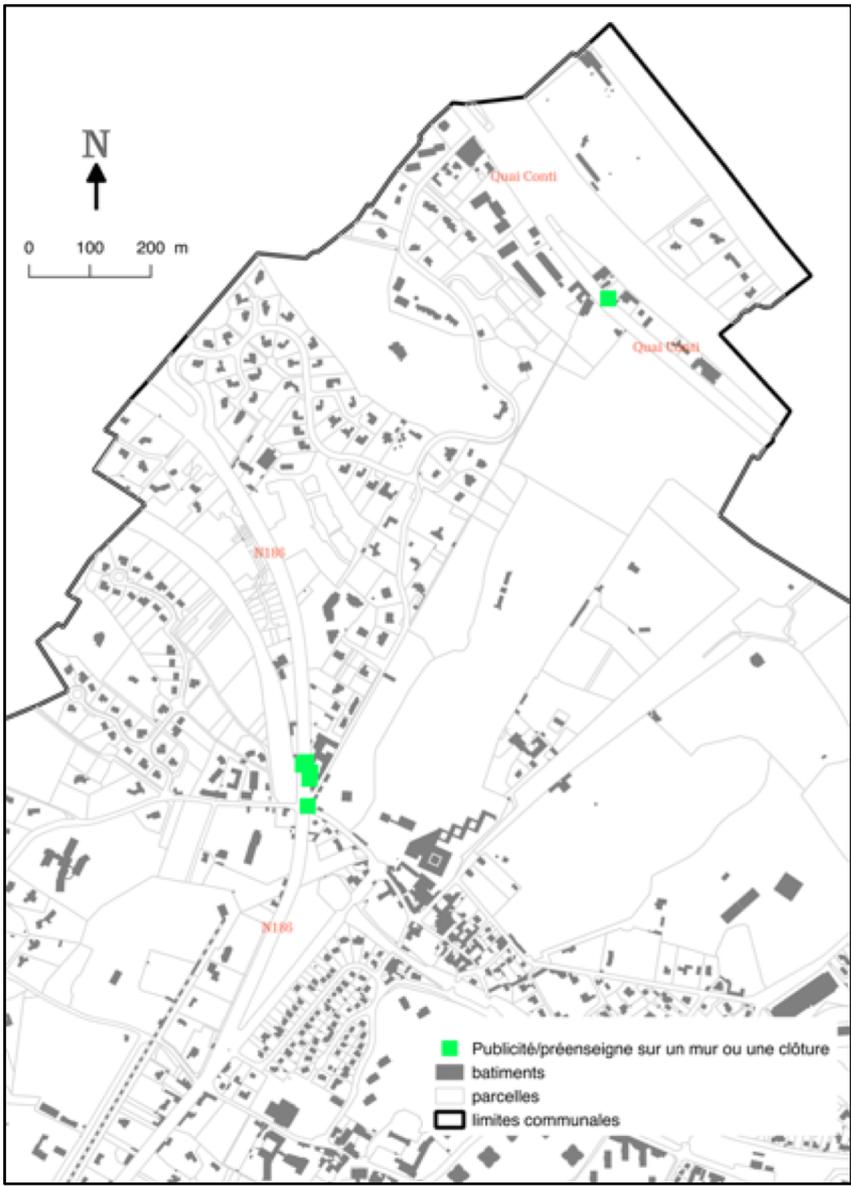
➤ 13 publicités scellées au sol

Format en m2	≤ 1,5	≈ 2,5	≈ 7,5	> 12
Nombre de support	5	3	2	3



- 4 publicités en site inscrit (rive de Seine)
- 8 publicités sur la même unité foncière (aux abords du château de Louveciennes et du domaine de Marly)

Sur un mur ou une clôture



➤ 17 publicités sur mur ou clôture

Format en m2	= 1	≈ 3	≈ 4,5	≈ 7
Nombre de support	13	2	1	1



- 12 publicités sur la même unité foncière en site inscrit (rive de Seine)
- 5 publicités sur la même unité foncière (aux abords du château de Louveciennes et du domaine de Marly)

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



Éclairée par transparence



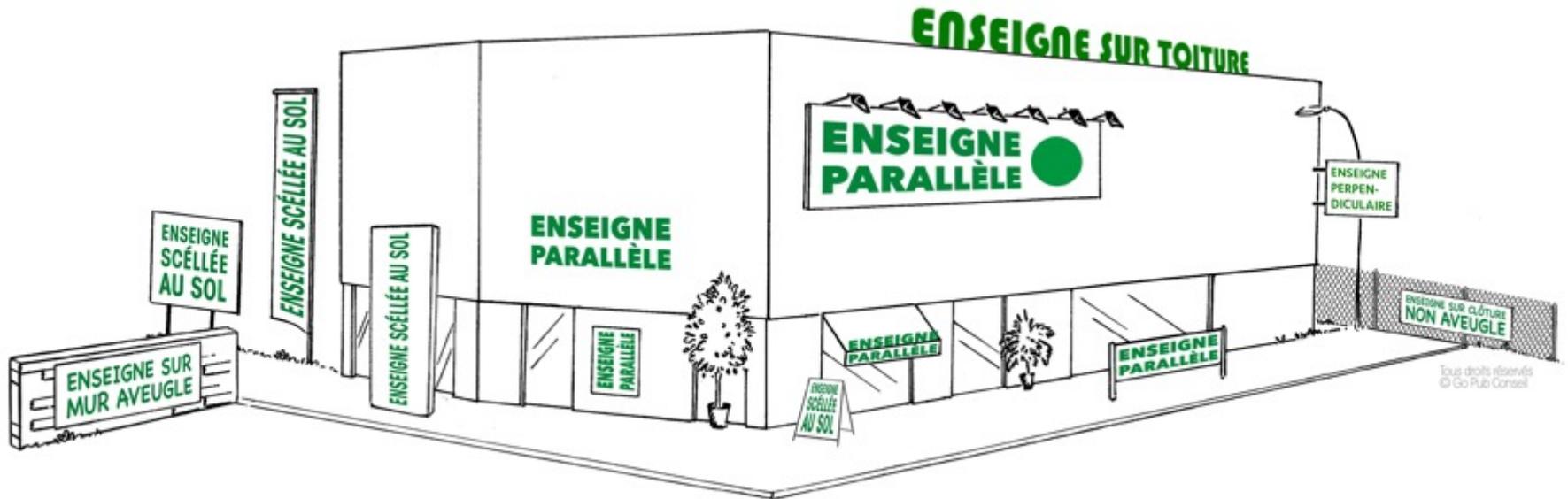
Éclairée par projection



Numérique

- Aucune publicité lumineuse sur le territoire communal hors mobilier urbain

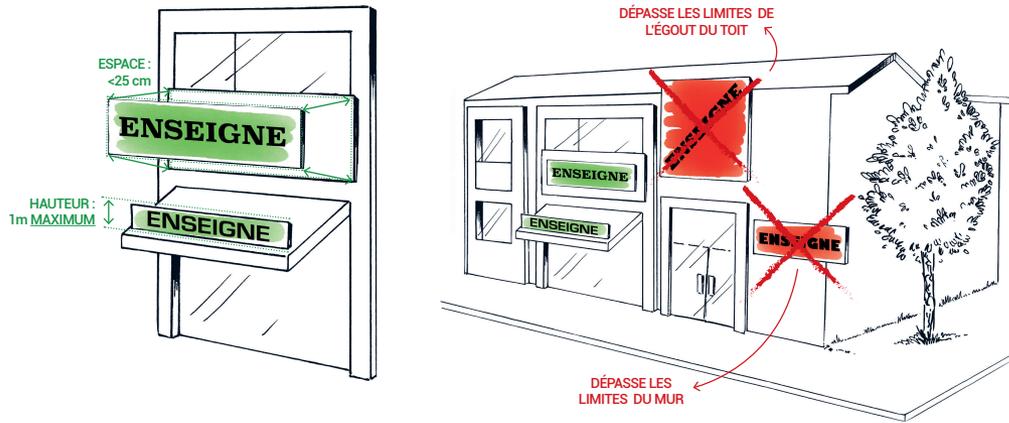
Une **enseigne** est « une inscription, forme ou image, apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. »



ENSEIGNES

2

Parallèles au mur



Ne doit pas dépasser les limites du mur support ou les limites de l'égout du toit

Saillie \leq 25 cm

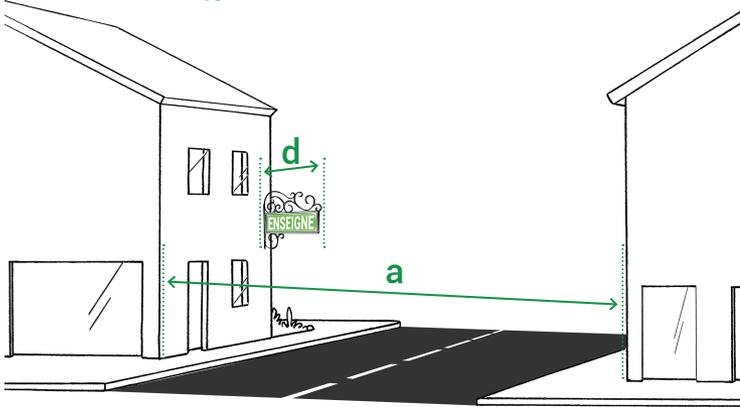


- Pas de problèmes paysagers observés
- Aucune infraction au code de l'environnement

Perpendiculaires au mur

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

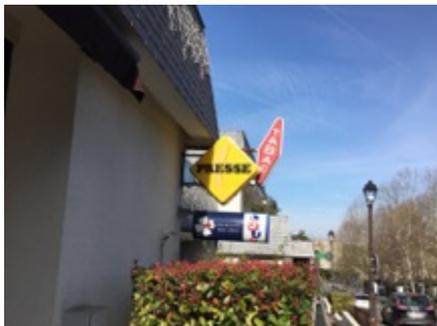
$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support

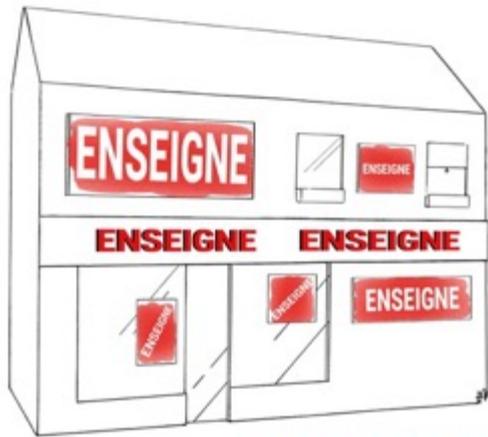
Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant 2 alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

Interdit devant un balcon ou une fenêtre



- Pas de problèmes paysagers observés
- Une seule enseigne de ce type par activité
- Saillie < 1 mètre (sauf deux enseignes)
- **Aucune infraction au code de l'environnement**

Surface cumulée des enseignes en façade (parallèles + perpendiculaires)



PLUS DE 15% DE LA FAÇADE



MOINS DE 15% DE LA FAÇADE

Façade < 50 m²

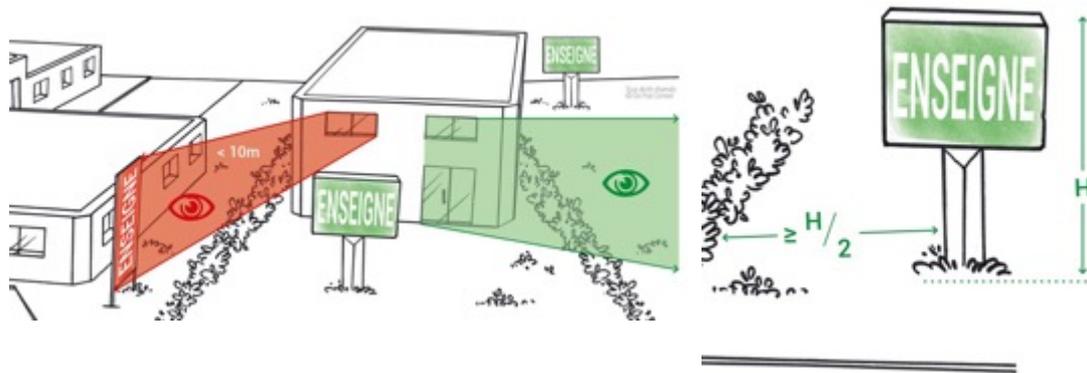
25% d'enseignes

Façade ≥ 50 m²

15 % d'enseignes

➤ Aucune infraction au code de l'environnement

Scellées au sol ou installées directement sur le sol



Pas de règle si l'enseigne mesure moins d'un mètre carré

Une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité

Surface $\leq 6 \text{ m}^2$
(12 m^2 dans les agglomérations $> 10\,000$ habitants)

Hauteur maximale :

- 6,5 m si largeur $\geq 1 \text{ m}$
- 8 m si largeur $< 1 \text{ m}$



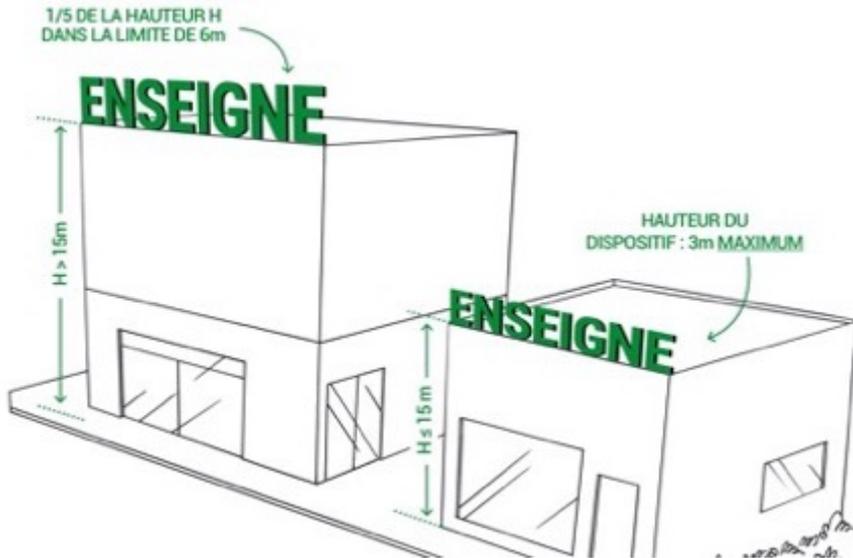
- Catégorie la plus problématique (36 enseignes identifiées)
- Hauteur au sol < 4 mètres (conformes)
- Surface < 3 mètres carrés (conformes)
- **25 infractions au code de l'environnement (nombre d'enseignes le long d'une même voie, surface < 6 mètres carrés, hauteur $< 6,5$ mètres)**

Pas de règle dans le code de l'environnement sur cette catégorie d'enseigne



- Catégorie d'enseignes peu présentes sur le territoire communal
- La plupart sont implantées sur des clôtures non aveugles

Sur toiture ou terrasse en tenant lieu



Surface totale $\leq 60 \text{ m}^2$

Réalisée en lettres/logos découpés sans panneau de
fond de plus de 50 cm

- Aucune enseigne sur toiture sur le territoire communal

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

Plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses : **01h00 – 06h00**

Exception pour les activités nocturnes

Enseignes clignotantes interdites sauf pour les services d'urgence comme les pharmacies



Sont considérées comme **enseignes temporaires** :

1° Les enseignes qui signalent des **manifestations exceptionnelles** à caractère culturel ou touristique ou des **opérations exceptionnelles** de moins de trois mois ;

2° Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent **des travaux publics** ou des **opérations immobilières** de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.



- Mettre à jour le règlement local de publicité, datant de 1985 avec les nouvelles réglementations en vigueur (notamment la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « Grenelle II » et la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine) ;
- Protéger la qualité du cadre de vie et des lieux protégés (sites inscrits, périmètres de 500m en co-visibilité des monuments historiques, etc.) et préserver la Commune d'implantations publicitaires peu qualitatives, tout en protégeant le développement des commerces de proximité et les enseignes qualitatives ;
- Préserver la qualité des paysages de la Commune peu impactés par la publicité extérieure notamment les secteurs résidentiels de l'agglomération ;
- Améliorer la qualité des paysages, notamment aux entrées de ville et plus largement le long de la route nationale 186, route de Saint Germain et route de Versailles et de la route départementale 113, quai Conti ;
- Améliorer la visibilité des zones commerciales actuelles et projetées au plan local d'urbanisme ;
- Restreindre les règles nationales notamment en interdisant certains types de publicité, en abaissant la surface unitaire admise, en durcissant la règle de densité et en encadrant les nouvelles formes de publicité admises (comme la publicité numérique, les bâches publicitaires, etc.)

Orientation 1 : réduire la densité publicitaire et le format publicitaire

Orientation 2 : prévoir une dérogation pour la publicité sur le mobilier urbain dans les périmètres d'interdiction relative (sites inscrits et abords MH)

Orientation 3 : limiter l'impact des dispositifs lumineux y compris numériques

Orientation 4 : interdire l'implantation d'enseignes dans certains lieux

Orientation 5 : limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires et la saillie de ces dernières ;

Orientation 6 : améliorer la qualité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

Orientation 7 : encadrer les enseignes sur les clôtures;

Orientation 8 : renforcer la réglementation sur les enseignes temporaires.

Merci pour votre attention
et votre participation