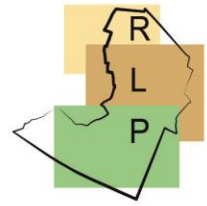


Chambourcy

Règlement Local de Publicité



1 - Rapport de présentation

Dossier approuvé

Approbation : 04 OCT 2023

AVANT-PROPOS

Les enseignes, tout comme la publicité et les préenseignes, font partie du paysage de la ville. À CHAMBOURCY, compte tenu de l'importance des établissements de commerce, en particulier aux abords de la D113, leur impact visuel est particulièrement important. C'est pourquoi :

- la commune de CHAMBOURCY a, par arrêté du 8 octobre 1997, réglementé ces affichages au travers de son règlement local de publicité (RLP) sur les parties urbaines de son territoire, à l'exception des abords de la D113 qui faisait l'objet d'une réflexion intercommunale ;
- cette réflexion a abouti, par arrêté préfectoral du 30 septembre 2004, à l'adoption d'un règlement intercommunal de publicité (RIP) portant sur les abords de la RN13 et de la RD 113 dans les trois communes de AIGREMONT, CHAMBOURCY et POISSY.

Or, depuis cette époque, des évolutions juridiques notables ont fait évoluer le droit de l'affichage extérieur :

- la loi Grenelle II du 12 juillet 2010a profondément modifié les règles nationales applicables aux publicités et aux enseignes, que ce soit pour réglementer de nouvelles formes d'affichage ou pour restreindre très sensiblement les conditions d'installation des enseignes dans les grandes agglomérations ;
- la même loi Grenelle II a modifié le régime juridique des RLP, qu'il s'agisse des procédures de révision ou de leur capacité réglementaire (l'impossibilité d'assouplir les règles nationales notamment).
- la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (loi LCAP) a modifié le régime des interdictions de publicité aux abords des monuments historiques et en site patrimonial remarquable.

De plus, et presque plus fondamentalement, l'affichage publicitaire continue à se développer sur la commune, parallèlement à celui des zones commerciales et en accompagnement des changements successifs de nombreuses enseignes.

Pour toutes ces raisons, la commune a mis en révision son RLP, en l'étendant sur l'ensemble de ses espaces urbanisés ou à urbaniser, y compris sur les parties de son territoire qui étaient couvertes par le RIP de 2004.

Conformément aux dispositions de l'article R. 581-72 du code de l'environnement, le RLP comprend :

- un rapport de présentation,
- un règlement et son plan de zonage,
- des annexes.

Le présent rapport de présentation est composé de deux parties :

- la première expose le diagnostic : l'état des lieux de la publicité sur la commune et leurs enjeux, les objectifs et les orientations poursuivies au regard de ces enjeux ;
- la seconde explique et justifie les choix opérés par la nouvelle réglementation locale.

SOMMAIRE

Avant-propos	3
1 - Diagnostic	6
1.1 - Présentation générale de la commune	6
1.1.1 - Données principales.....	6
1.1.2 - Situation géographique	7
1.2 - Diagnostic urbain	8
1.2.1 - La croissance démographique et urbain	8
1.2.2 - La prépondérance de l'axe PARIS-NORMANDIE	8
1.2.3 - Les composantes du cadre bâti.....	10
1.2.4 - Les paysages de CHAMBOURCY	12
1.3 - La publicité à CHAMBOURCY	17
1.3.1 - Introduction.....	17
1.3.2 - Les dispositifs de publicité.....	18
1.3.3 - Les dispositifs présents sur la commune.....	20
1.3.4 - Les principaux enjeux.....	31
1.3.5 - La réglementation applicable.....	33
2 - Le règlement local de publicité révisé	41
2.1 - Les motifs de la révision du RLP	41
2.2 - Les justifications de la réglementation locale	42
2.2.1 - La délimitation des zones de publicité restreinte	42
2.2.2 - Les dispositions générales	44
2.2.3 - Les restrictions applicables aux publicités et préenseignes	45
2.2.4 - Les restrictions applicables aux enseignes	46

1 - DIAGNOSTIC

1.1 - PRESENTATION GENERALE DE LA COMMUNE

1.1.1 - DONNEES PRINCIPALES

1.1.1.a - Localisation

- Département des YVELINES
- 20 km à l'ouest de PARIS
- entre la forêt de SAINT-GERMAIN-EN-LAYE au nord et celle de MARLY au sud



1.1.1.b - Communes limitrophes

- POISSY au nord,
- SAINT-GERMAIN-EN-LAYE au nord-ouest et à l'est,
- AIGREMONT à l'ouest,
- FEUCHEROLLES et SAINT-NOM-LA-BRETECHE au sud



1.1.1.c - Chiffres clés

- superficie : 762 hectares
- habitants : 5 657 en 2016
- emplois : 3 975 en 2016

	2016	2011
Nombre d'emplois	3 975	3 655
Actifs ayant un emploi	2 332	2 495
Indicateur de concentration	1,70	1,46

1.1.1.d - Contexte intercommunal

CHAMBOURCY est membre de la communauté d'agglomération de SAINT-GERMAIN - BOUCLES-DE-SEINE (CASCBS).

La CASCBS comprenait 334 123 habitants en 2016 répartis sur 19 communes.



1.1.2 - SITUATION GEOGRAPHIQUE

1.1.2.a - Une « ville aux confins de la campagne »

La situation géographique particulière de la commune et l'histoire de son développement, conduisent à présenter CHAMBOURCY de plusieurs façons :

- une ville inscrite dans l'agglomération parisienne puisque celle-ci s'étend jusqu'aux confins de la commune, seule la PLAINE DE LA JONCTION la séparant de la continuité urbaine de l'agglomération ;
- une commune de la couronne urbaine qui relève davantage des caractéristiques d'une petite ville que de celles d'une commune de la banlieue ;
- une ville qui a gardé certaines des caractéristiques d'une commune rurale, ne serait-ce que dans l'aspect villageois de son centre.

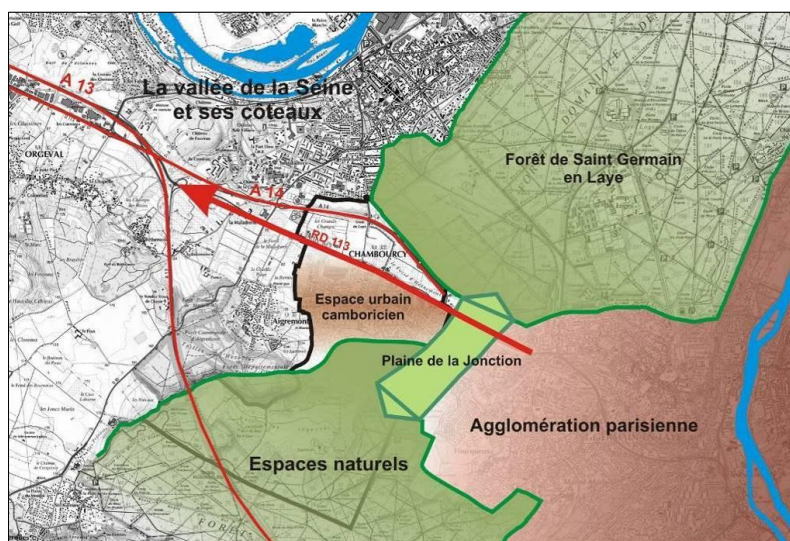
CHAMBOURCY peut certainement être définie comme une « ville à la campagne », la première en allant vers l'ouest par la N13 depuis PARIS ; en ce sens elle n'est plus la banlieue mais est déjà inscrite dans le grand ouest parisien. CHAMBOURCY appartient à cet ensemble de « villes frontières » à la frange de l'agglomération parisienne où les zones urbanisées sont imbriquées avec des espaces ruraux. La devise de la ville : « la ville à notre porte, la nature à notre portée » traduit clairement cette particularité de la commune.

1.1.2.b - La prépondérance du réseau routier

Le développement de la commune est, depuis longtemps, guidé par sa situation au regard du réseau routier, en premier lieu du fait de sa traversée d'est en ouest par la RN13, devenue RD 113.

Aujourd'hui, le territoire communal est traversé par 3 axes routiers majeurs :

- deux autoroutes, l'A14 au nord et l'A13 au sud-ouest ;
- la RD 113, segment de la RN 13 dans le département des YVELINES qui relie PARIS à CHERBOURG via ÉVREUX et CAEN.



1.2 - DIAGNOSTIC URBAIN

1.2.1 - LA CROISSANCE DEMOGRAPHIQUE ET URBAIN

Entre son origine de village-rue à flanc de coteau et sa situation actuelle de ville étendue sur une grande partie de son territoire, CHAMBOURCY a connu des mutations importantes, tant pour sa démographie marquée de plusieurs périodes de croissance successives, que du point de vue de son occupation spatiale :

- 1° du point de vue démographique la croissance s'est effectuée selon deux périodes principales : la première relativement lente jusqu'à 1960, la seconde accélérée à partir des années 1960.
 - une croissance très lente jusqu'au milieu du XX^{ème} siècle : la commune qui comptait près de 600 habitants à la fin du 18^{ème} siècle et près de 800 habitants à la fin du 19^{ème} siècle, ne comprend encore que 900 habitants en 1946 ;
 - une croissance importante entre le lendemain de la guerre et 2015, période durant laquelle la population chambourcienne a été multipliée par 5,5. Elle a dépassé les 2000 habitants en 1960 et les 5000 habitants en 1980. Aujourd'hui elle avoisine 5800 habitants.
- 2° du point de vue spatial, la mutation urbaine s'est faite sous deux formes, l'une résidentielle et l'autre à vocation économique :
 - une extension de l'urbanisation qui a accompagné la croissance démographique : la confortation du village-rue et les extensions sud dans le coteau et le VAL DE BUZOT avec des espaces résidentiels aérés ;
 - le développement d'une urbanisation le long de l'axe de la D113 (anciennement RN13) à vocation économique d'abord liés à l'automobile puis avec l'implantation de centres commerciaux.

1.2.2 - LA PREPONDERANCE DE L'AXE PARIS-NORMANDIE

La route qui traverse CHAMBOURCY d'est en ouest a longtemps été appelée « *la route de quarante sous* », l'origine de ce nom proviendrait du salaire des ouvriers qui construisaient cette route, payés 40 sous la journée.

Conséquence de sa fréquentation grandissante, cet axe connaît depuis longtemps un développement d'activités économiques important, en particulier sur CHAMBOURCY.

Aujourd'hui, l'activité économique reste dominée par deux composantes :

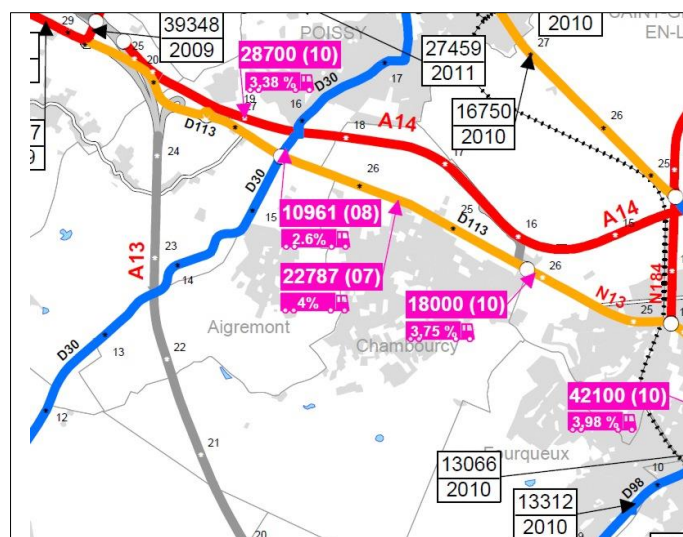
- des activités liées à l'automobile qui sont essentiellement localisées dans la partie est de la route (Ford, Peugeot, ...) ;
- des commerces dans la partie ouest avec, essentiellement, le pôle des VERGERS DE LA PLAINE et le centre commercial CARREFOUR.

Cette route PARIS-NORMANDIE, devenue RD 113, reste un des axes majeurs qui rayonnent autour de Paris. À ce titre, elle connaît depuis son origine un important trafic qui n'a cessé d'augmenter au cours du temps.

Trafic régulier moyen par jour sur la RN 13

années	trafic journalier moyen		
	voitures	poids-lourds	total
1928	1 616	268	1 884
1934	2 274	628	2 902
1950	4 155	1 088	5 243

Trafic routier aux alentours de CHAMBOURCY (source : département des YVELINES)

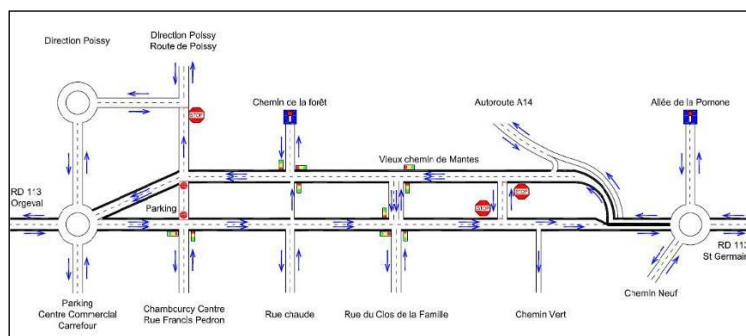


Tirant bénéfice de cette fréquentation, Les développements commerciaux aux abords de la route, que ce soit sur CHAMBOURCY ou sur ORGEVAL, contribuent à l'accroissement de ce trafic.

D'importants travaux routiers réalisés ces dernières années ont eu pour effet d'améliorer les conditions de la circulation dans le secteur. Il s'agit essentiellement de :

- la création de l'autoroute A14 mise en service en 1996 qui relie la Défense à ORGEVAL avec, en outre, la création d'une sortie supplémentaire au niveau de CHAMBOURCY en 2009 ;
- concernant la RD 113, l'aménagement du rond-point de la MALADRERIE et son dédoublement en traversée de CHAMBOURCY dans les années 2010.

Le « nouveau » principe de circulation en traversée de CHAMBOURCY

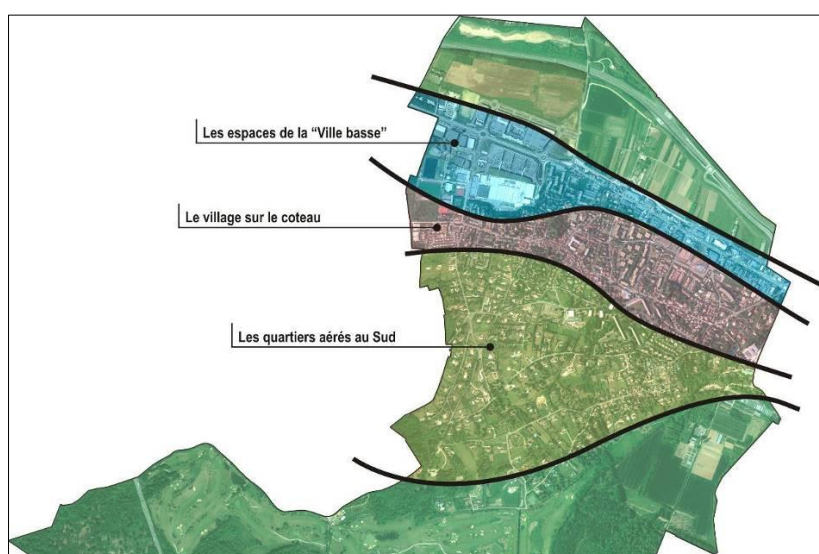


1.2.3 - LES COMPOSANTES DU CADRE BATI

Le cadre bâti de CHAMBOURCY présente aujourd'hui des aspects très contrastés, tant pour ce qui concerne les formes urbaines que l'utilisation dominante des sols :

- au nord, dans les espaces de plaine, les activités dominent de part et d'autre de la R113 et tout au long de son parcours ;
- dans la partie centrale, l'urbanisation s'étend sur le coteau à partir du village d'origine, devenu le centre-ville ;
- au sud, des quartiers de maisons individuelles se sont développés avec un caractère de plus en plus aéré à mesure de l'éloignement du cœur de ville.

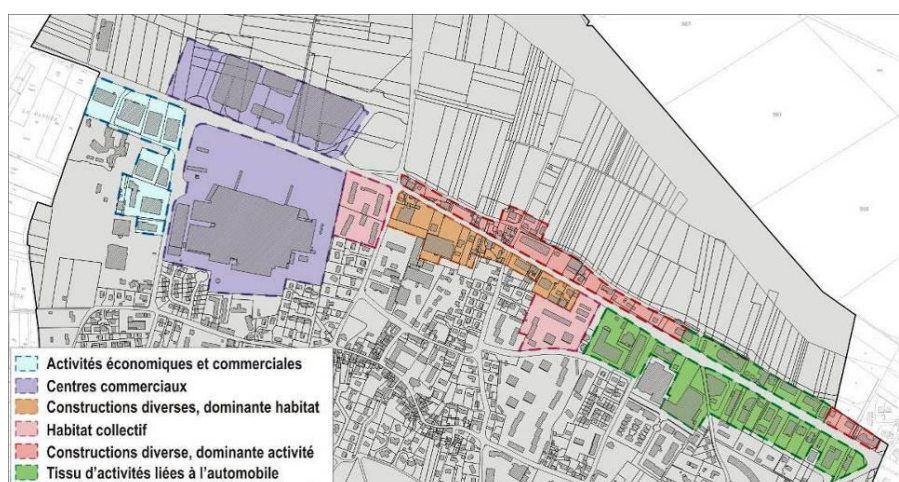
Les trois grands composants du cadre bâti de CHAMBOURCY



1.2.3.a - Au nord, les espaces mixtes à dominante d'activités

Les activités économiques se sont constamment développées le long de la route et constituent à présent l'essentiel de l'occupation des espaces bâtis.

La typologie des espaces proches de la RD 113



Cet espace est composé de trois séquences qui se caractérisent par la destination et l'aspect des constructions ainsi que par leur organisation urbaine :

- dans le tiers est, depuis l'entrée de ville en venant de SAINT-GERMAIN jusqu'au niveau de la résidence de la CLOSERAIIE, le cadre bâti est dominé par la présence de bâtiments d'activités dont beaucoup sont liés à l'automobile ; les constructions sont de qualité diverse ;
- la partie centrale du parcours de la RD 113, de la résidence de la CLOSERAIIE à celles des Peupliers est marquée par une plus grande mixité du tissu avec des habitations en alternance avec des bâtiments d'activités ;
- dans le tiers ouest, le cadre bâti est dominé par les grands équipements commerciaux qui présentent une certaine qualité architecturale et urbanistique grâce aux opérations d'aménagement et de construction qui y ont été menées ces dernières années :

Les séquences du cadre bâti le long de la RD 113

séquence est



séquence centrale



séquence ouest



1.2.3.b - Au centre, le village sur le coteau

Développée à partir de son noyau d'origine, la ville s'étend d'est en ouest sur l'ensemble du coteau. Elle regroupe les principales fonctions de centralité tout en ayant conservé son caractère villageois d'origine, tant dans les gabarits que dans l'aspect de beaucoup de ses constructions. Ses évolutions ont essentiellement concerné la construction d'ensembles de logements collectifs répartis dans l'enveloppe de l'agglomération.

Le village devenu centre-ville



1.2.3.c - Au sud, les quartiers aérés du sud

Au-delà du cœur de ville vers le sud mais aussi de façon moins significative vers l'est et l'ouest, l'urbanisation de CHAMBOURCY est dominée par l'habitat individuel. Celui-ci s'étend presque

jusqu'au ru de Buzot dont les abords marquent une véritable frontière entre des espaces urbanisés ou partiellement urbanisés au nord, et des espaces naturels au sud.

L'habitat pavillonnaire des quartiers aérés du sud de la commune



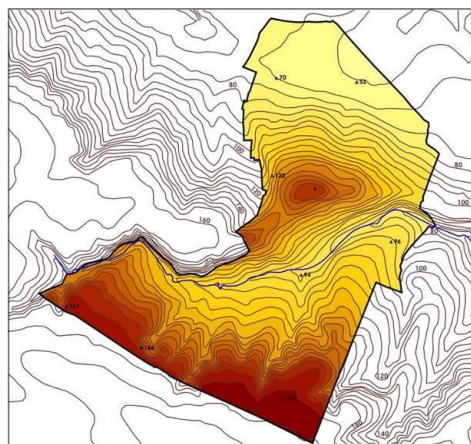
1.2.4 - LES PAYSAGES DE CHAMBOURCY

Du nord au sud, une multitude de paysages très différents font de CHAMBOURCY un territoire de contrastes.

1.2.4.a - L'incidence de la topographie

Carte topographique de CHAMBOURCY

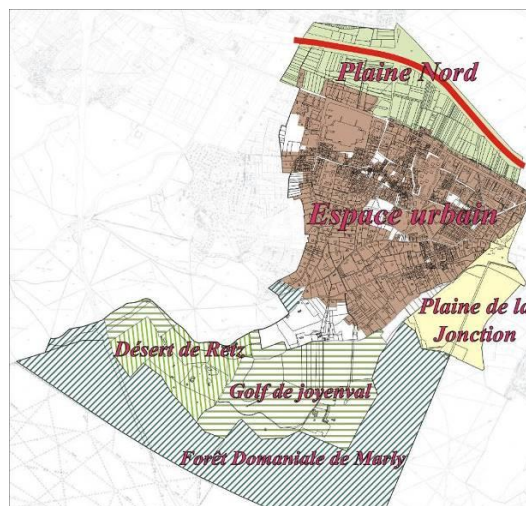
La structure physique dessine successivement, du nord au sud : la plaine nord, le coteau, la vallée du Buzot et le plateau des Alluets avec son couvert (forêt de Marly). Cette topographie accidentée contribue à enrichir les paysages de CHAMBOURCY en offrant des vues souvent remarquables sur le grand paysage, celui du val de Buzot avec la forêt de MARLY en fond d'écran, mais aussi celui de la plaine nord en direction de la vallée de la Seine.



1.2.4.b - L'incidence de l'occupation de l'espace

Les grandes composantes paysagères de CHAMBOURCY

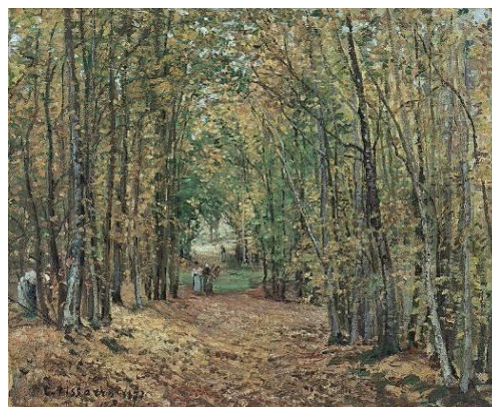
Au-delà de la topographie, l'occupation du sol forgée de strates successives, crée à son tour la diversité du paysage de CHAMBOURCY.



Les espaces naturels ou semi-naturels

Les espaces naturels ou semi-naturels représentent la plus grande partie du territoire de la commune.

- **Les espaces ouverts de la plaine nord**, traversés par l'autoroute A14 et limités au sud par l'urbanisation des abords de la route départementale. La partie est de cette plaine est préservée en espaces naturels agro-écologiques au PLU.
- **La Plaine de la Jonction** se développe en limite est de la commune. Le Lycée agricole et horticole de SAINT-GERMAIN-EN-LAYE, installé depuis 1965, y exploite des terres cultivées.
- **Le val de Buzot**, partiellement construit de maisons individuelles et classé en zone naturelle au PLU, offre des perspectives intéressantes sur un paysage remarquable. Il représente la face cachée de CHAMBOURCY, inconnue de beaucoup de franciliens qui traversent la commune chaque jour.
- **Le golf de JOYENVAL**, est installé entre le Ru de Buzot et la forêt de MARLY depuis 1992. Il occupe un espace de plus de 120 hectares.
- **Le Désert de Retz**, est un élément majeur du patrimoine. Il a été créé, dans l'esprit des jardins anglo-chinois, à la fin du XVIII^{ème} siècle par Monsieur Racine de Monville.
- **La forêt de MARLY** et l'espace naturel sensible des Tailles d'Herbelay, constituent les grands espaces boisés de la commune. La forêt de MARLY, élément majeur du patrimoine naturel de CHAMBOURCY, occupe plus de 200 hectares sur les 762 du territoire.



« Allées dans le parc de Marly »
Tableau de Camille Pissarro

Les espaces construits ou en partie construits

Les espaces urbanisés de la commune représentent environ 20 % de son territoire ; en y ajoutant les espaces où sont isolément implantées des grandes demeures du VAL DE BUZOT, les espaces bâtis ou partiellement bâtis représentent environ 30 % des 762 hectares de CHAMBOURCY.

Ces espaces sont très diversifiés :

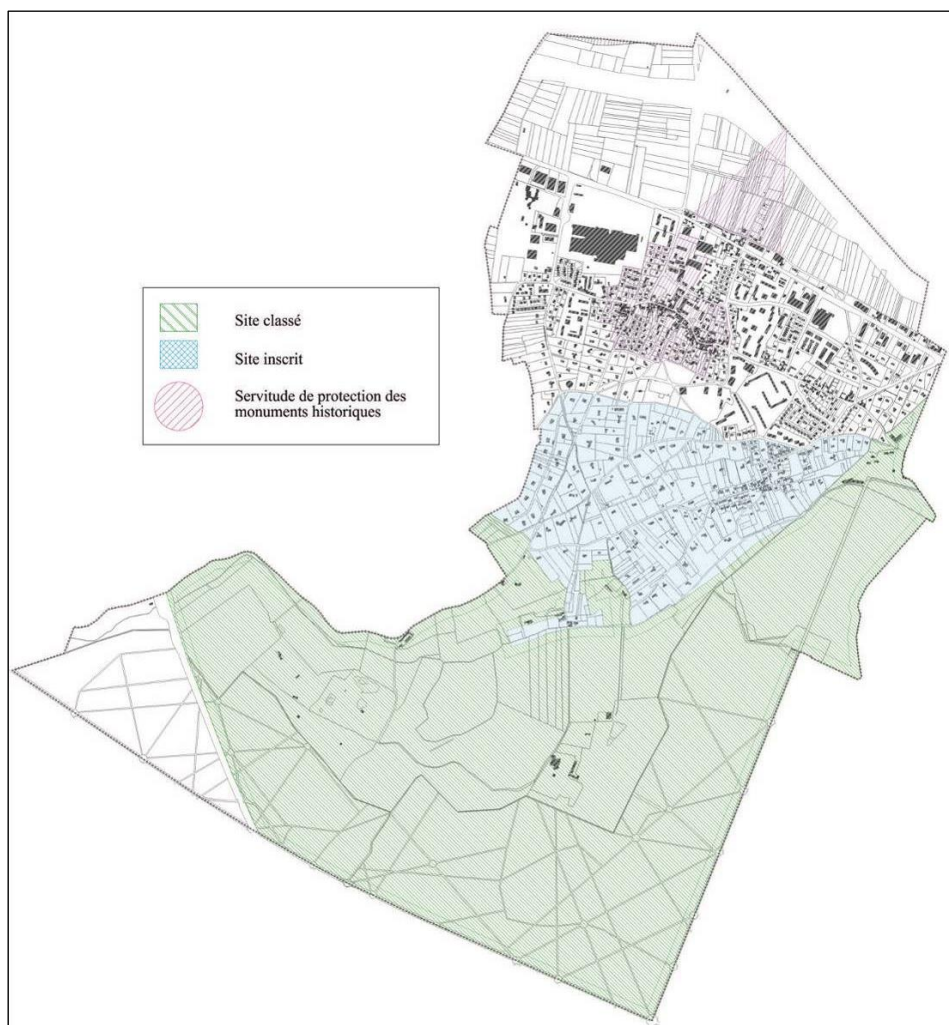
- par leur densité bâtie, allant du centre bourg aggloméré jusqu'à un habitat dispersé sur le coteau sud, selon un étagement progressif,
- par l'importance des constructions, allant des maisons aux grands ensembles,
- par l'implantation des constructions et leur rapport aux espaces vides, allant des ordonnancements à l'alignement des constructions jusqu'aux bâtiments implantés isolément...

Ils produisent une grande variété de paysages et d'ambiances urbaines que ce soit à l'échelle de quartiers, de micro-quartiers ou encore de rues. Ces espaces sont présentés dans le chapitre précédent relatif à la structure urbaine et au cadre bâti.

Un patrimoine remarquable

CHAMBOURCY est riche d'un patrimoine remarquable, à la fois bâti et paysager, reconnu et protégé au titre de différents dispositifs, en particulier des monuments historiques et des sites, inscrits et classés, dont la protection a des incidences sur les conditions d'occupation et d'utilisation des sols, en particulier pour ce qui concerne la publicité. Certains monuments historiques localisés sur une commune voisine ont un périmètre de protection qui s'étend sur le territoire de CHAMBOURCY.

- des monuments historiques classés :
 - le Domaine du Désert de Retz avec les différents bâtiments disséminés dans le parc classé en 1941 ;
 - la Porte de Chambourcy classée en 1943 et située sur SAINT-GERMAIN-EN-LAYE ;
- des monuments historiques inscrits :
 - les vestiges l'Abbaye de Joyenval ;
 - des éléments de l'église Saint-Saturnin : maître autel et son retable en pierre et bois sculpté fin XVII^e ;
 - la Maison d'André Derain ;
 - l'aqueduc de Retz (sur les communes de CHAMBOURCY et de SAINT-GERMAIN-EN-LAYE) ;
 - la Maison métallique sur SAINT-GERMAIN-EN-LAYE ;
- des sites classés :
 - la Plaine de la Jonction classée en 1938 ;
 - la Vallée du Ru de Buzot classée en 1978 ;
 - les espaces boisés avoisinant le ru de Buzot (sur les communes de CHAMBOURCY et d'AIGREMONT).
- un site inscrit :
 - l'ensemble formé par les hameaux de la Tuilerie et de Montaigu et leurs abords (sur les communes de CHAMBOURCY et d'AIGREMONT).

Localisation des éléments du patrimoine bâti et paysager protégés**Des paysages à requalifier**

La commune présente différents paysages bâtis qui sont généralement de qualité, en particulier :

- le centre-ville qui a gardé sa morphologie de village et de nombreuses constructions anciennes ;
- des ensembles de logements collectifs aux abords du village d'origine où la verdure et le bon état d'entretien des constructions composent un environnement agréable à vivre ;
- les espaces aérés et verdoyants du coteau sud où les maisons s'inscrivent discrètement dans un environnement végétal dominant ;

En revanche, les abords de la RD 113 présentent de forts contrastes avec un paysage renouvelé qui remplace progressivement ceux du passé, eux-mêmes ayant peu gardé de leur qualité d'origine ; ainsi, cet espace présente différents paysages qui se juxtaposent et s'entremêlent :

- des vestiges qui demeurent de la physionomie de l'ancienne « Route des 40 sous » bordée de garages qui traversait une partie du village, avec des constructions qui ont été progressivement transformées vers leur nouvel usage commercial ;

- des bâtiments d'activités dont beaucoup sont liés à l'automobile, de volume conséquent et généralement implantés isolément sur leur terrain ;
- un développement de l'activité essentiellement liée à l'automobile avec des grands bâtiments, l'omniprésence des voitures dans des aires d'exposition ou de stationnement à l'air libre accompagnés du développement des signalétiques commerciales et de la publicité contribuent à un réel encombrement du paysage et à sa perte de lisibilité ;
- un paysage en voie de renouvellement grâce à une occupation plus rationnelle des terrains, le retraitement qualitatif des espaces publics, une gestion mieux encadrée de la publicité et des enseignes.

Ce nouveau paysage vient peu à peu remplacer les paysages anciens qui sont aujourd'hui assez dégradés grâce à diverses actions publiques qui ont été menées depuis quelques années :

- des actions en faveur du retraitement et de la requalification des espaces publics : essentiellement le dédoublement de la RD 113 et son réaménagement avec un traitement de qualité des abords de la route de Mantes (plantations, voie de circulation douce) ;
- des actions de construction et de renouvellement urbain : la requalification du centre commercial Carrefour et la création de celui des Vergers de la Plaine ;
- des actions en faveur de la réduction d'une publicité trop abondante : le règlement intercommunal de publicité et le règlement local accompagnés d'une gestion active en faveur du respect de ces réglementations.

***Le bâti ancien
reconverti en local commercial***



***L'omniprésence de l'automobile,
notamment liées à des activités***



***Une hétérogénéité du bâti
et une saturation des messages publicitaires***



***Un paysage requalifié grâce à des actions
et opérations d'aménagement***



1.3 - LA PUBLICITE A CHAMBOURCY

1.3.1 - INTRODUCTION

1.3.1.a - La publicité dans le paysage

Par nature, la publicité impacte le paysage puisque son objectif premier est d'être visible par le plus grand nombre afin de multiplier les cibles potentielles. Pour ce faire, la publicité doit se démarquer dans le paysage où elle est localisée afin d'attirer le regard en jouant sur les contrastes, les couleurs, les formes...

Le risque est bien souvent d'aboutir à la saturation des dispositifs publicitaires qui nuisent à la qualité du paysage et qui, de plus, ne remplissent plus leur but du fait de la confusion apportée par leur trop grand nombre.

La concentration de ces dispositifs publicitaires peut ainsi être considérée comme une nuisance visuelle, c'est pourquoi la publicité extérieure est réglementée par le code de l'environnement dans le cadre de la "*prévention des pollutions, des risques et des nuisances*". (Voir le chapitre suivant 1.4.1 Le règlement National de Publicité).

A CHAMBOURCY, c'est le long de la RD 113 que cet enjeu est le plus fort :

- par le grand nombre d'entreprises et de commerces qui y sont localisées et qui ont besoin d'être signalées par leurs enseignes ;
- par l'importance du trafic automobile sur cet axe et qui est susceptible d'être impacté par les messages publicitaires.

1.3.1.b - L'affichage publicitaire

Le terme générique de "l'affichage publicitaire" correspond à plusieurs fonctions différentes :

- la publicité qui a une fonction de communication et un rôle commercial ;
- la préenseigne qui indique la présence d'une entreprise à proximité et, éventuellement, la direction pour s'y rendre ;
- l'enseigne qui indique la présence d'une entreprise et qui est localisée à l'endroit où s'exerce l'activité.

Toute la réglementation, tant ce qui concerne le règlement national que les règlements locaux, est fondée sur ces trois dispositifs qui sont précisément définis dans l'article L.581-3 du code de l'environnement.

Le présent chapitre a pour objet de présenter les différents types de support publicitaire, qu'ils soient présents ou non sur la commune de CHAMBOURCY.

1.3.2 - LES DISPOSITIFS DE PUBLICITE

1.3.2.a - La publicité

L'article L. 581-3 du code de l'environnement définit la publicité comme *"toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer l'attention"*. Cette définition générale permet d'appréhender les nombreuses formes de publicité. Les dispositifs publicitaires peuvent ainsi être classés par condition d'implantation.

Principaux types de dispositifs de publicité

- **La publicité murale** regroupe toutes les publicités installées sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité : mur de tout bâtiment, mur de clôture*, clôture ou palissade* de tout type.
- 
- **La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol** s'oppose à la publicité murale puisqu'elle n'est pas installée sur un support qui existait préalablement. Elle est généralement fixée sur un ou plusieurs pieds spécialement conçus et plantés dans le sol à cet effet, plus rarement posée directement sur le sol (cf. les chevalets).
- 
- **La publicité lumineuse** recouvre deux catégories :
 - la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ; c'est-à-dire constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ou encore par l'intérieur au moyen de tubes néons (caisson lumineux par exemple) ;
 - la publicité lumineuse numérique qui désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, led, etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaître un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo.
- **La publicité sur mobilier urbain** : Le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs publics, abris des services de transport en commun, indications du nom des rues, etc.).
- 
- **Les bâches comportant de la publicité.**
- 

- **L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif** : Il s'agit d'un dispositif d'affichage « libre » mis en place par les communes en vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations.



1.3.2.b - Les préenseignes

L'article L. 581-3 du code de l'environnement définit la préenseigne comme *"toute inscription forme ou image signifiant la proximité d'un immeuble ou s'exerce une activité déterminée. Elle se distingue de l'enseigne par son lieu d'implantation étant donné que la préenseigne est implantée sur un immeuble matériellement différent de celui ou s'exerce l'activité signalée."* La surface maximale des enseignes est calculée en fonction de la surface commerciale.

Les dispositifs de support des préenseignes sont généralement les mêmes que pour la publicité : des dispositifs installés sur un support construit, scellés au sol, ou sur du mobilier urbain.

Exemples de préenseignes



1.3.2.c - Les enseignes

L'article L.581-3 définit l'enseigne comme étant *" toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce"*. Tout comme pour la publicité, le code de l'environnement prévoit différentes conditions d'implantation de ces dispositifs. Les enseignes peuvent être classées en fonction de leur lieu d'implantation et de leur dispositif de support ; elles peuvent également être permanentes ou temporaires.

Principaux types de dispositifs d'enseigne

- **Les enseignes en façade** : Les enseignes sont constituées par des inscriptions, des formes, des images peintes directement sur les murs ou sur des panneaux fixés au mur ou constituées de lettres, signes, images, formes découpées et fixées sur le mur. Elles peuvent être posées à plat sur le mur ou installées en « drapeau ».
- **Les enseignes en toiture** : Elles peuvent être installées sur les toitures et les terrasses où s'exerce une activité commerciale. Leur surface est également calculée par rapport à la surface du bâtiment.



- **Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol** : elles sont installées sur l'immeuble, voir l'unité foncière ou s'exerce l'activité. Ces dispositifs peuvent être présents sous différentes formes tels que des panneaux reposants sur un ou plusieurs pieds, des drapeaux, des totems, des kakemonos, des mâts...



- **Les enseignes lumineuses** : peuvent concerner des enseignes à plat, en toiture ou encore scellées au sol mais qui présentent en outre un dispositif lumineux.
- **Les enseignes temporaires** signalent des manifestations exceptionnelles de moins de trois mois à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles telles que les soldes, les promotions...

1.3.3 - LES DISPOSITIFS PRESENTS SUR LA COMMUNE

1.3.3.a - Les dispositifs de publicité et de préenseignes

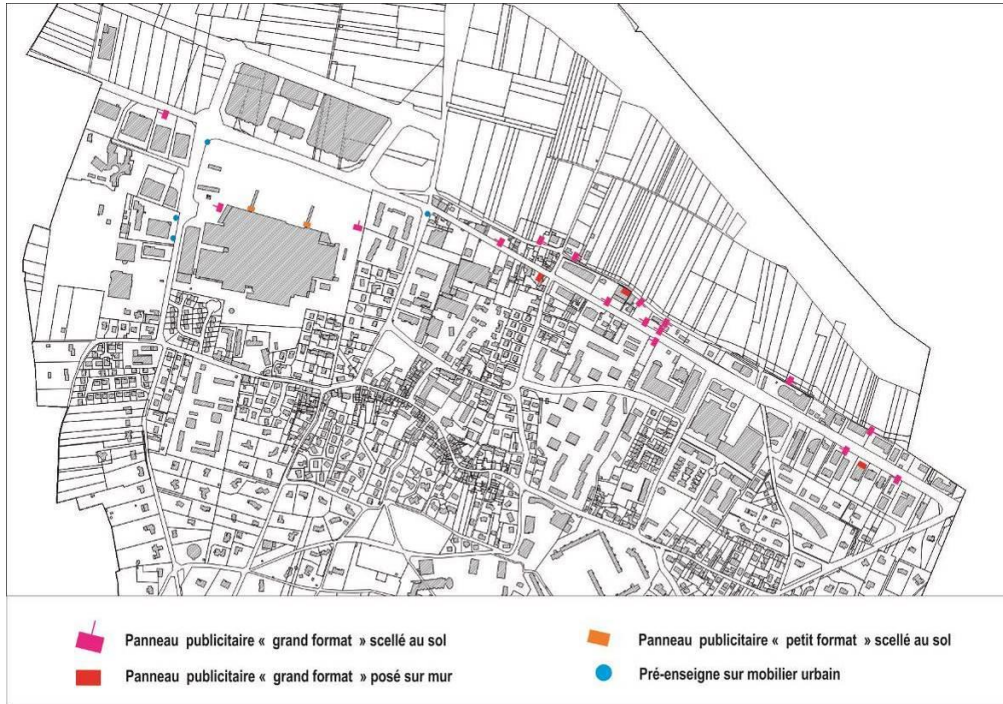
A CHAMBOURCY, les dispositifs support de la publicité et des préenseignes sont présents :

- le long de la RD 113 où sont implantés 17 dispositifs de grand format (de 8 m² de surface utile d'affichage) dont 14 sont scellés au sol et 3 sont posés sur des murs de construction. Il est à noter que le dispositif de grand format le plus à l'ouest est à double face ;
- dans le centre commercial Carrefour où sont implantés 2 dispositifs de grand format (au niveau des accès au parking) et des dispositifs de « *petit format* » au droit des entrées du bâtiment principal du centre commercial.

En dehors de ces espaces, la publicité est inexistante sur la commune, y compris dans le centre-ville du fait du peu de circulation de transit mais également de la réglementation locale de publicité qui s'y oppose.



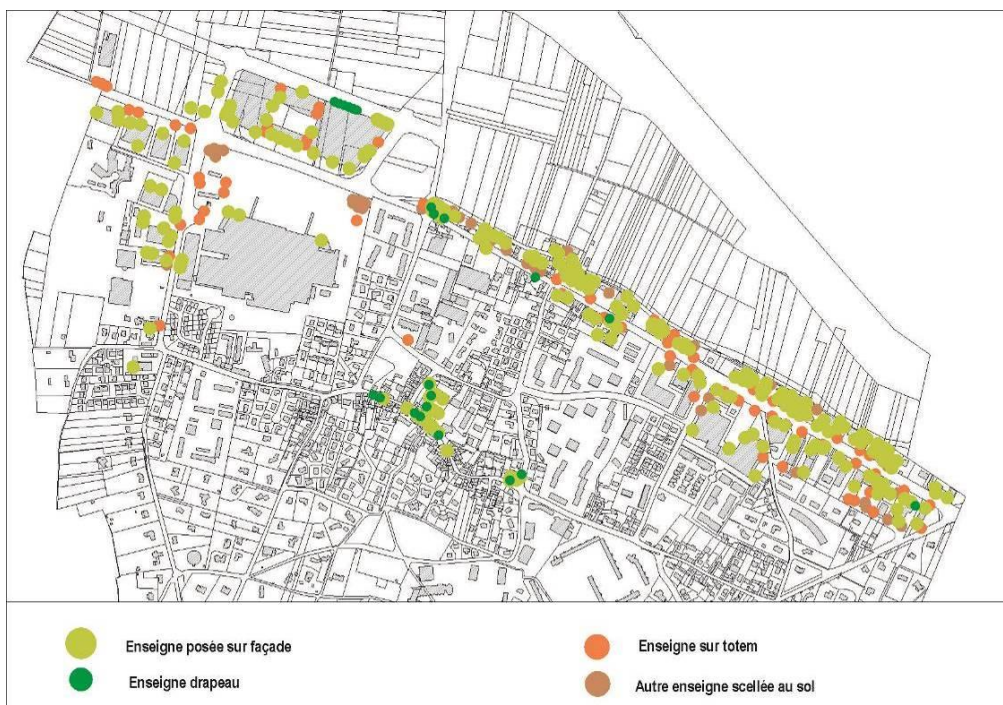
Localisation des dispositifs de publicité et de préenseigne sur la commune



1.3.3.b - Les enseignes à CHAMBOURCY

Les enseignes sont directement liées à la présence d'activités commerciales et autres, Leur densité dépend de celle de ces dernières. À CHAMBOURCY, les enseignes se trouvent concentrées tout le long de la RD 113 et à ses alentours ainsi que, dans une moindre mesure, en centre-ville.

La densité des enseignes sur la commune



Les dispositifs de publicité existants actuellement sur la commune sont présentés dans les chapitres suivants selon 4 secteurs : celui du centre-ville et les autres qui correspondent à 3 séquences le long de la RD 113 : en partie ouest, centrale et est. Bien qu'elles soient toutes dominées par la présence de nombreuses activités économiques et commerciales, ces séquences se distinguent par leur organisation urbaine, les caractéristiques de leur paysage, la nature et l'importance des activités qui y sont présentes.

Les quatre secteurs d'analyse de la publicité



Le secteur en entrée de ville ouest

Du point de vue des activités présentes et de leurs dispositifs d'enseignes, le secteur de l'entrée de ville ouest correspond à plusieurs sous-secteurs au paysage publicitaire différent :

- le sous-secteur du pôle commercial des Vergers de la Plaine et du magasin Zodio, au nord de la RD 113 (n° 1 au schéma) ;
- le sous-secteur du centre commercial Carrefour, au sud de la RD 113 (n° 2 au schéma) ;
- le sous-secteur en entrée de ville au sud de la RD 113 qui se prolonge vers le nord le long de la rue du Mur du Parc (n° 3 au schéma) ;
- le sous-secteur au nord de la RD 113, en entrée de ville à l'ouest de Zodio (n° 4 au schéma).



Le sous-secteur des Vergers de la Plaine et de Zodio

La réalisation du pôle commercial des Vergers de la Plaine a été portée par la Société SOPIC il y a une dizaine d'années. Il s'agissait d'y créer un pôle qui regroupe un ensemble de commerces de moyenne surface accompagnés de boutiques et de restaurants, le tout dans un ensemble cohérent au signal architectural fort. Dans cet objectif, les enseignes y sont soigneusement organisées dans un souci d'homogénéité.

**Homogénéité des enseignes apposées à plat sur la façade
du pôle commercial des Vergers de la Plaine**



Les enseignes du centre commercial des Vergers de la Plaine

- sur la façade principale qui face à la RD 113 :
 - en partie haute, les enseignes des plus grands établissements (Kiabi, Castorama, ...) réalisées en lettres découpées de couleur blanche qui contrastent avec le sombre des façades sur lesquelles elles sont posées ;
 - en partie basse, au milieu de centre commercial, les enseignes qui indiquent les restaurants, de plus petite dimension, réalisées avec des lettres découpées de couleur rouges posées sur cette partie de la façade de couleur blanche.



- sur la façade qui face au boulevard de la Renaissance :
 - des grandes enseignes en partie haute pour les activités en étage ;
 - les enseignes des boutiques en rdc, généralement en bandeau au-dessus des vitrines et en drapeau.



- sur les façades intérieures du centre commercial, des enseignes à plat sur façade pour chacun des commerces autour de l'espace central :



- **sur la périphérie du centre commercial**, 3 blocs-enseigne qui indiquent les principaux établissements du centre commercial :
 - Rue de la Duchesse / angle avec la RD 113,
 - Rue de la Conférence / angle avec la RD 113,
 - Avenue de la Renaissance / angle avec la rue de la Conférence

- **à l'ouest du centre commercial des Vergers de la Plaine**, le bâtiment de Zodio, qui abrite à présent Décathlon (transféré depuis le centre) a été construit dans le cadre de la même opération. Les enseignes en façade de cette construction sont de même facture que celles des Vergers de la Plaine.



Le sous-secteur du centre commercial Carrefour

Ce sous-secteur correspond au centre commercial Carrefour qui s'étend entre les deux ronds-points ouest de CHAMBOURCY, du côté sud de la RD 113 face aux Vergers de la Plaine.

Depuis la route, la vue porte en premier plan sur les structures de construction du parking couvert qui émergent légèrement du talus planté, masquant en grande partie le bâtiment du centre commercial.

Au niveau de chacun des deux ronds-points situés de part et d'autre du centre commercial, des groupes d'enseignes signalent les principaux établissements du centre commercial. Ces enseignes scellées au sol sont :

- en grandes lettres découpées pour ce qui concerne l'hypermarché ;
- de format carré pur chacune des 8 autres enseignes principales des principaux autres établissements du centre commercial.



Généralement apposées en façade des bâtiments, de nombreuses enseignes signalent les commerces, restaurants et différents services du centre commercial. Elles sont schématiquement répertoriées ci-après.

Les enseignes du centre commercial Carrefour

- Sur la façade du bâtiment principal :
 - des blocs enseignes de grande surface positionnés de part et d'autre de chacune des deux entrées du bâtiment ;
 - des enseignes en lettre découpées de couleur blanche positionnées en partie haute de la façade aux extrémités est et ouest du bâtiment.



- **Des enseignes qui indiquent des activités connexes au centre commercial** telles que le drive, le service après-vente, le service de location de voitures la station de lavage, la station-service, sont positionnées sur la façade ou partie de façade de la construction qui les abrite.



Le sous-secteur sud-ouest RD 113 - rue du Mur du Parc

Ce sous-secteur correspond à l'ensemble du quartier au sud de la RD 113, côté ouest de la rue du Mur du Parc face au centre commercial Carrefour. Il comprend différents locaux d'activités ainsi que des équipements (collège et stade) qui ne sont pas visibles depuis la RD 113. Il est principalement constitué :

- Quatre grands bâtiments d'activité se succèdent le long de la RD 113, depuis l'entrée de ville jusqu'à la rue du Mur du Parc. : Saint-Maclou, Gifi, Tesla et Besson chaussures. En sus des enseignes apposées à plat sur les façades, ces commerces sont signalés par des enseignes "totem". Bien que ce sous-secteur n'ait pas la qualité des espaces des abords des centres commerciaux (cf. sous-secteurs précédents), les dispositifs d'enseignes ont une certaine homogénéité dans cet espace.
- Plusieurs activités se répartissent du côté sud de la RD 113 le long de la rue du Mur du Parc et de ses rues adjacentes. Certaines qui sont peu visibles depuis la rue s'y signalent par des préenseignes apposées au sol ou sur des totems.
- De façon générale, en dehors des abords de la RD 113, le dispositif publicitaire est peu ordonné dans cet espace : qu'il s'agisse des signalétiques apposées sur les bâtiments ou des différents dispositifs apposés au sol. En outre, les changements de commerces occupant les bâtiments et les divisions des surfaces commerciales dans le même bâtiment ont pour conséquence de démultiplier les enseignes et d'augmenter la saturation des informations publicitaires.



Le sous-secteur nord-ouest

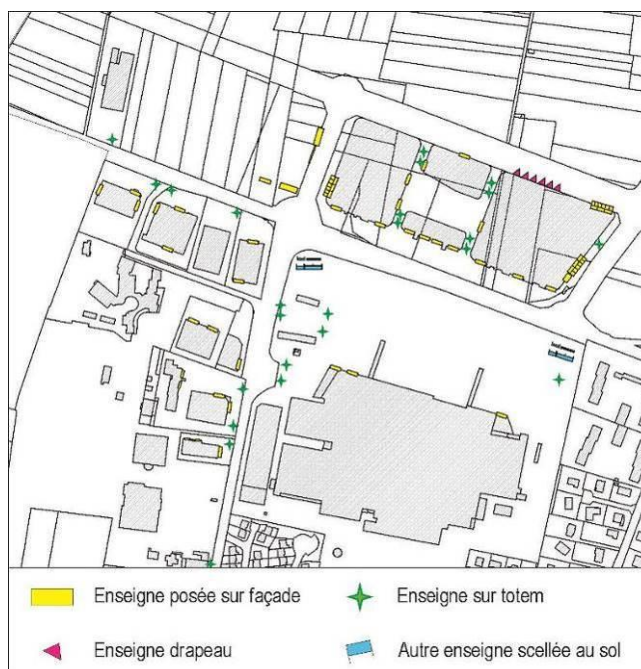
Au nord de la RD 113, entre l'entrée ouest de CHAMBOURCY et le bâtiment Zodio, l'espace est très peu construit et pourrait être considéré en dehors de l'agglomération. La principale activité présente correspond aux installations de vente de matériaux de récupération stockés à ciel ouvert.



Enseignes implantées en bord de route

Les seuls dispositifs présents correspondent à la signalisation de cette activité par des enseignes posées au sol. Ces dispositifs relativement peu coordonnés, bien que peu nombreux ont un impact assez important par leur implantation en bord de route dans un espace assez dégagé.

Les dispositifs d'enseignes dans le secteur en entrée de ville ouest

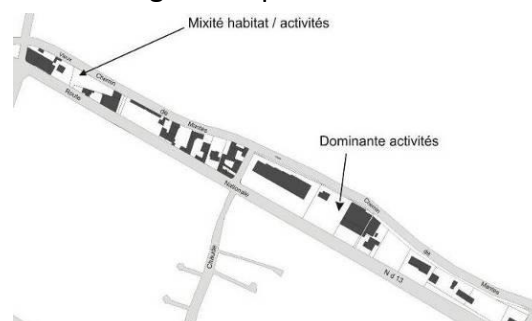


Le secteur centre de la RD 113

Ce secteur correspond aux espaces des abords de la RD 113 en frange du cœur de ville. Il s'étend depuis les grands pôles commerciaux (voir « Le secteur en entrée de ville ouest » précédent) à l'ouest jusqu'aux grands bâtiments de commerce automobile à l'est (au niveau du drive et de la rue du Clos de la Famille).

Ce secteur est marqué par une grande diversité des constructions, tant par leur destination que leur volumétrie et leur aspect. Deux sous-espaces se distinguent cependant :

- beaucoup d'activités et de commerces surtout à l'est de la rue chaude du fait de sa traversée par la RD 113 qui constitue l'axe central ;
- des logements, maisons et immeubles, du fait de sa proximité avec le centre-ville avec le dédoublement de la RD 113.



Ce secteur est, à présent, traversé par deux axes routiers sensiblement parallèles : la route de Mantes et le vieux chemin de Mantes, tout autant fréquentés l'un que l'autre.

En termes de présence des activités et de sensibilité à leur signalétique, ce secteur peut être découpé en plusieurs sous-secteurs :

- les abords de la route de Mantes, eux-mêmes se subdivisant entre l'est et l'ouest de la rue Chaude ;
- les abords du Vieux Chemin de Mantes



Le sous-secteur de la route de Mantes

Les aménagements qui ont été réalisés sur cette voie apaisée grâce à la réduction des nuisances de la circulation l'ont transformée en boulevard urbain.

Dans ce sous-secteur, entre la rue Francis Pedron et la rue Chaude, les constructions anciennes du village, cependant pas toujours de grande qualité, tendent à dominer et les commerces et activités restent éparpillés le long de la route.

Les enseignes en façade des bâtiments sont fréquemment doublées d'enseignes scellées au sol notamment lorsque la construction est en retrait de la rue.

De ce fait, la publicité y est relativement peu présente avec les enseignes qui signalent les locaux d'activités et un grand panneau publicitaire de 6 m².



À l'est de la rue Chaude, si la publicité est assez présente du fait d'une plus grande densité des locaux d'activités.

Le nombre d'enseignes apposées en façade est d'autant plus important que des bâtiments sont fractionnés en plusieurs locaux commerciaux, les enseignes se jouxtant jusqu'à couvrir l'essentiel du linéaire de la façade.

Cette quantité d'information nuit à la bonne compréhension et à la lisibilité, il en est de même des totems, une dizaine au total, situés au bord de la route qui regroupent les enseignes des occupants.

L'accumulation des dispositifs d'enseigne nuit à la lisibilité de l'information



Le sous-secteur du Vieux chemin de Mantes

Le vieux chemin de Mantes matérialise la limite nord de l'urbanisation de CHAMBOURCY à l'arrière des propriétés longées par la route de Mantes du côté sud.

Jusqu'à la transformation de chemin en axe routier majeur, ces fonds de terrains étaient principalement utilisés en aire de stationnement, voire de dépôts de toutes sortes et peu visibles depuis l'espace public, par conséquent de peu d'intérêt pour la publicité.

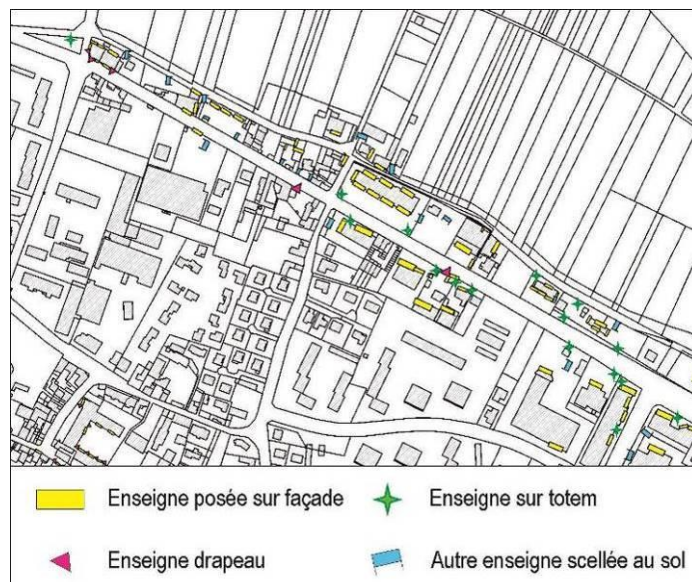
À présent que des milliers de voitures empruntent cet axe en flot assez continu, ces espaces sont devenus des façades pour les activités et la publicité s'y est développée.

Beaucoup d'activités sont liées à l'automobile. Des aires de parkings qui se trouvaient auparavant à l'arrière des bâtiments sont à présent en premier plan, saturant le paysage de véhicules stationnés à proximité immédiate de la voie.



En d'autres endroits, des enseignes sont implantées de façon relativement anarchique au gré des constructions anciennes et diverses, l'effet de désordre et de déqualification étant d'autant accentué qu'il s'agit bien souvent de constructions de peu de qualité, agrandies ou modifiées au gré des besoins de leurs utilisateurs.

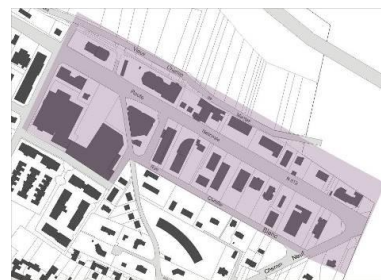
Les dispositifs d'enseignes dans le secteur centre de la RD 113



Le secteur RD 113 – Entrée de ville est

Ce secteur s'étend depuis l'entrée de ville est jusqu'au niveau de la rue du Clos de la Famille, aux abords des 2 axes de la RD 113 : Route de Mantes et Vieux chemin de Mantes.

Il est principalement occupé par des grands bâtiments d'activités, leur majorité étant liée au secteur de l'automobile (Volkswagen, Audi, BMW, Citroën, Ford, Peugeot, ...). Les autres activités concernent des entreprises diverses dans le domaine de l'équipement ou de l'aménagement de la maison (Kiloutou, ...) ainsi que des restaurants et hôtels de chaînes (la Criée, City Rock, ...).



Leurs enseignes sont tournées vers la RD 113 qui constitue leur vitrine commerciale de sorte que ce segment de la route de Mantes est assez saturé d'une multitude de signalétiques publicitaires de toutes sortes : des enseignes sur les bâtiments, d'autant plus grandes qu'elles sont apposées sur des constructions de volume important, et que les règles de concurrence « imposent » souvent d'être au moins aussi visible que le voisin.

La route a été réaménagée, il y a quelques années, dans le cadre des travaux de dédoublement de la RD 113 avec un traitement de qualité de ses abords avec une grande netteté de l'espace où les signalétiques restent essentiellement cantonnées à l'information routière. En revanche, au-delà du domaine public sur les terrains des entreprises la signalétique est saturée avec les enseignes des entreprises, sur les bâtiments ou scellées au sol, auxquelles viennent s'ajouter, en certaines périodes, des enseignes temporaires qui ont parfois tendance à prolonger leur durée d'installation.

Il en ressort un paysage commercial saturé d'information, dont la qualité est d'autant plus faible qu'elle est aussi marquée par le grand nombre de voitures exposées.

Les terrains des entreprises dont la façade est principalement orientée sur l'axe central constitué par la route de Mantes sont généralement profonds et traversants jusqu'à une seconde voie parallèle à cet axe central :

- pour les activités au sud de la RD 113, c'est la rue Camille Blanc ;
- pour les activités au nord de la RD 113 ; c'est le Vieux Chemin de Mantes.

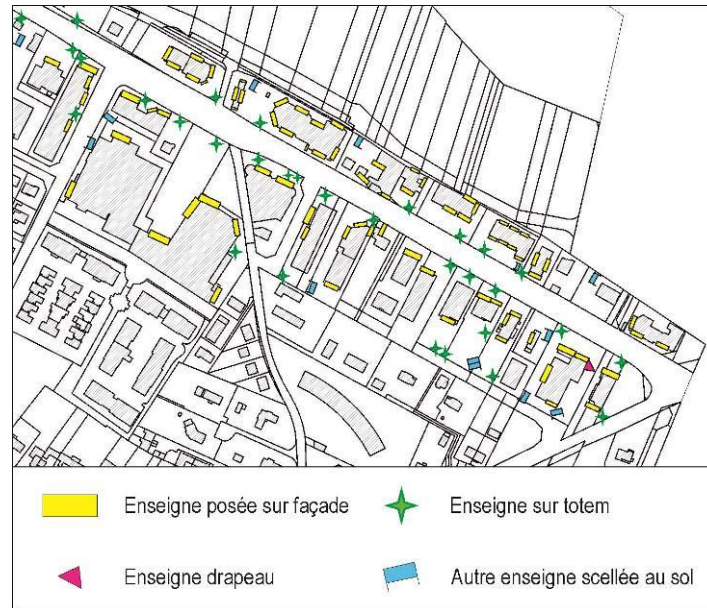
Chacune de ces deux voies offre ainsi une seconde vitrine à ces entreprises, cependant dans des conditions et avec un impact publicitaire différent :

- la rue Camille Blanc ne connaît pratiquement aucun trafic hormis la desserte locale, y compris celles de plusieurs activités commerciales de la Route de Mantes, et les enseignes restent cantonnées à l'indication de l'entreprise ;
- le Vieux Chemin de Mantes, en drainant toute la circulation de la RD 113 vers l'ouest, est devenu une véritable vitrine commerciale.

Des entreprises se sont adaptées à cette situation nouvelle et ont réaménagé les terrains et les constructions en ce sens (Suzuki, Opel, ...), recréant en quelque sorte un paysage assez similaire à celui de la route de Mantes (enseignes, publicité, voitures). D'autres entreprises ne se sont pas adaptées à ces nouvelles circonstances et présentent un paysage sur cette voie à la fois moins soigné et avec une présence publicitaire moindre.



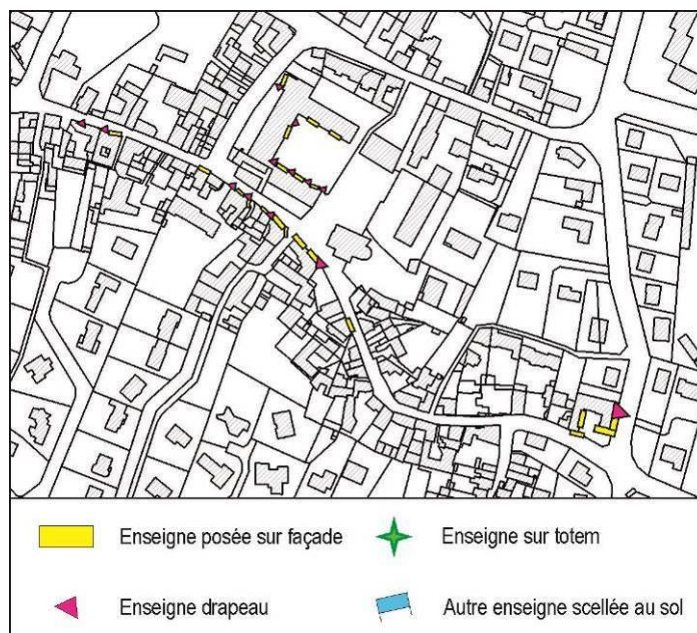
Les dispositifs d'enseignes dans le secteur RD 113 – entrée est de la ville



Le secteur centre-ville

Ce secteur correspond à l'ensemble du cœur de ville. Outre l'importante société IRI Kantar (située rues Francis Pedron et André Derain) les activités présentes en centre-ville sont les commerces de proximité et des services (boulangerie, supérette, brasserie, coiffeur, La poste, pharmacie). Ils sont répartis le long de la Grande Rue prolongée par la rue de Gramont et autour de la place de la Mairie. Les enseignes sont généralement disposées à plat, de façon classique en partie haute de façade au-dessus des vitrines de ces boutiques, quelques-unes sont accompagnées d'enseignes en drapeau.



Les dispositifs d'enseignes dans le centre-ville**1.3.4 - LES PRINCIPAUX ENJEUX**

La publicité est très présente à CHAMBOURCY. Bien qu'elle soit relativement bien maîtrisée grâce à la réglementation applicable, le paysage publicitaire présente quelques aspects négatifs qui pourraient être améliorés.

1.3.4.a - Principaux enjeux relatifs à la publicité

Aspects positifs	Aspects négatifs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ faible nombre des panneaux publicitaires de grand format dans les espaces qui ont fait l'objet d'opérations d'aménagement : <ul style="list-style-type: none"> ▫ au droit des centres commerciaux, ▫ en entrée de ville est route de Mantes ▪ le Vieux Chemin de Mantes qui marque la limite de l'agglomération et qui évite l'installation de dispositifs de publicité au nord ▪ absence de toute publicité en ville 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sensibilité forte des paysages publicitaires aux abords du Vieux Chemin de Mantes ▪ importance visuelle des panneaux publicitaires dans le secteur centre de la RD 113 accentuée par la relative étroitesse des espaces ouverts de la voirie

1.3.4.b - Principaux enjeux relatifs aux enseignes

Secteur d'entrée de ville ouest

Aspects positifs	Aspects négatifs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ qualité et cohérence des enseignes du pôle commercial des Vergers de la Plaine : <ul style="list-style-type: none"> ▫ rapport de surface entre les enseignes et la façade, ▫ couleur, lettrage, ▫ hiérarchie de la taille des enseignes en fonction de l'importance du commerce ▪ qualité et cohérence des groupes d'enseignes aux accès du centre commercial Carrefour 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ saturation et disparité des enseignes sur mur de façade ou scellées au sol rue du Mur du Parc ▪ signalétique des enseignes peu lisible pour les bâtiments du sous-secteur sud-ouest (compensée par les préenseignes en totem) ▪ démultiplication des enseignes au gré des mutations des bâtiments de commerce, par division des locaux ou par changement d'occupant) dans le sous-secteur de la rue du Mur du Parc ▪ sensibilité pour les façades ouest des constructions (actuelles ou futures) visibles en entrée de ville venant d'AIGREMONT

Secteur centre de la RD 113

Aspects positifs	Aspects négatifs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ la situation du Vieux chemin de Mantes en limite d'agglomération empêche l'implantation de tout dispositif de publicité au nord en frange de la plaine naturelle et agricole ▪ une évolution potentielle du tissu permettant une remise en ordre de la publicité grâce à des constructions de meilleure qualité et implantées de façon plus homogène 	<p>Sur la route de Mantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ désordre général de la signalétique implantée au gré des constructions préexistante au réaménagement du Vieux Chemin de Mantes ▪ tendance à l'occupation et l'installation des signalétiques (scellés au sol, totems) au plus près de l'espace public offrant un paysage publicitaire saturé et brouillé <p>Sur le Vieux chemin de Mantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ un relatif désordre du bâti qui se répercute sur celui des enseignes ▪ des abords de la voie peu aménagés et peu entretenus dans les terrains des activités qui accentuent l'effet dégradé de cet espace ▪ une limite entre l'espace public et l'espace privé peu lisible et qui varie selon les terrains, qui contribuant au désordre apparent de cet espace

Secteur RD 113 - entrée de ville est

Aspects positifs	Aspects négatifs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ le réaménagement de la Route de Mantes a permis de requalifier les espaces publics et de mieux maîtriser les dispositifs de signalétique (routière, mobilier urbain) ▪ le Vieux Chemin de Mantes qui marque la limite de l'agglomération et qui évite l'installation de dispositifs de publicité au nord 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ les publicités temporaires qui augmentent de façon assez constante la densité de la signalétique ▪ l'organisation urbaine assez désordonnée le long du Vieux Chemin de Mantes qui se traduit dans le même désordre publicitaire ▪ la densité des totems liée au recul des bâtiments et à l'occupation des espaces de devant par des voitures

Secteur du centre-ville

- Le centre-ville est un lieu particulièrement sensible pour la signalétique des enseignes et leur impact dans le paysage traditionnel du village
- L'enjeu consiste en la discrétion des enseignes (discrétion des coloris par exemple) et l'implantation du bandeau d'enseigne en harmonie avec l'architecture de la façade de la construction sur laquelle elles sont posées.

1.3.5 - LA REGLEMENTATION APPLICABLE

1.3.5.a - La réglementation nationale applicable

Les interdictions de publicité

La réglementation nationale de la publicité comporte de multiples interdictions applicables à l'affichage publicitaire :

- en dehors des agglomérations (*cf. ci-dessus - art. L. 581-7 du code de l'environnement*) ;
- sur les monuments historiques (*art. L. 581-4, 1°*) ;
- aux abords des monuments historiques (*art. L. 581-8, 1°*) ;
- dans les sites classés et les sites inscrits ;
- sur de multiples supports tels que les arbres, les poteaux de transport et de distribution électrique, les installations d'éclairage public, les équipements publics concernant la circulation routière...

Les règles nationales concernant la publicité

Ne sont rappelées ici que quelques règles importantes du règlement national de publicité et qui concernent ou peuvent concerner la commune, étant précisé que CHAMBOURCY est une ville de moins de 10 000 habitants et qu'elle fait partie d'une unité urbaine de plus de 100 000

habitants (la réglementation nationale distinguant les communes selon leur importance ou leur situation dans une unité urbaine).

- La densité, les dispositifs sur mur, et scellés au sol, sont limités en fonction du linéaire de façade sur rue de l'unité foncière (*art. R. 581-25*) :
 - 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 mètres linéaire. Par exception, il peut être installé deux dispositifs publicitaire 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 mètres linéaire ;
 - sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première ;
- La surface unitaire de la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m², ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol (*art. R. 581-26*) ;
- La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol. Elle ne peut également être apposée sur une toiture ou une terrasse, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (*art. R. 581-27*). Elle doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à celui-ci, tout en se limitant à une saillie de 25 cm au maximum (*art. R. 581-28*) ;
- Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les espaces boisés classés et les zones naturelles délimités par le plan local d'urbanisme (*art. R. 581-30*). Leurs affiches ne doivent pas être visibles d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation ou voie publique situées hors agglomération (*art. R. 581-31*) ;
- Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol doivent respecter des distances minimales (*art. R. 581-33*) :
 - de dix mètres 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 ;
 - d'une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété ;
- La publicité lumineuse apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 m², ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (*art. R.581-34*) ;
- La publicité lumineuse ne peut recouvrir tout ou partie d'une baie, les limites du mur qui la supporte, être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet, ou sur une clôture (*art. R.581-36*) ;
- Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 m², plus 2 m² par tranche entière de 4,50 m² de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite (*art. R. 581-43*) ;

- Les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants (*art. R. 581-53*).

Les règles nationales concernant les préenseignes

Les préenseignes sont soumises aux mêmes dispositions que celles qui régissent la publicité (*art L. 581-19*). Ainsi, le paragraphe précédent concernant le règlement national appliqué à la publicité s'applique également aux préenseignes.

Les règles nationales concernant les enseignes

Sont rappelées ici quelques dispositions essentielles du règlement national de publicité applicables aux enseignes :

- Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale. Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque (*art. R. 581-58*) ;
- Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 et 6 heures du matin, sauf l'activité se termine ou débute entre minuit et 7 heures du matin. Dans ce cas, l'extinction doit se faire au plus tard une heure après la cessation et l'allumage moins d'une heure avant la reprise). Les enseignes clignotantes sont interdites sauf pour les pharmacies ou les services d'urgence) (*art. R. 581-59*) ;
- Dispositions relatives aux enseignes installées sur le mur ou sur un plan parallèle au mur (*art. R. 581-60*) :
 - saillie limitée à 25 cm sans dépasser les limites de l'égout du toit,
 - hauteur limitée à 1 mètre sur un auvent ou une marquise, devant un balconnet ou une baie, sans également dépasser le garde-corps ou la barre d'appui, et avec une saillie limitée à 25 cm ;
- Dispositions relatives aux enseignes installées perpendiculaire au mur (*art. R. 581-61*) :
 - ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur,
 - ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres ;
- Dispositions relatives aux enseignes installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte (*art. R. 581-62*) :
 - ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base, sans qu'ils dépassent 0,50 mètre de haut,

- leur hauteur ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres ;
- Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée 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 mètres carrés (*art. R. 581-63*) ;
- Dispositions relatives aux enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (*art. R. 581-64*) :
 - les enseignes de plus de 1 mètre carré ne peuvent être placées à moins de 10 mètres 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 mètre carré 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.

Par ailleurs, la réglementation nationale applicable aux enseignes temporaires (signalant des manifestations culturelles ou touristiques exceptionnelles ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois, ou signalant, pour plus de trois mois, des travaux publics, des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location ou vente, ainsi que de location ou vente de fonds de commerce) prévoit que la période d'installation des dispositifs est de 3 semaines au plus avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée. Ils doivent être retirés dans la semaine suivant la fin de la manifestation ou de l'opération (*art. R. 581-69*).

1.3.5.b - Le règlement local de publicité (RLP) de 1997

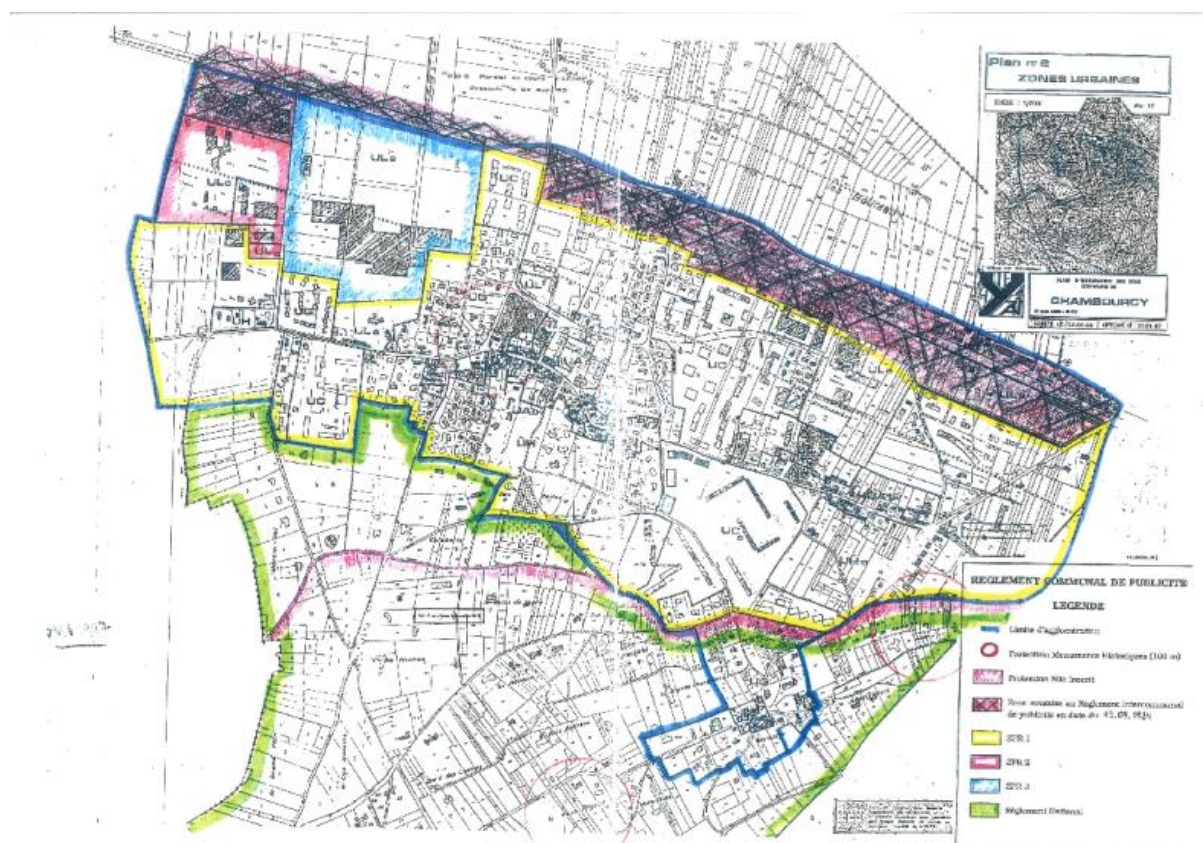
Le règlement local de publicité est un instrument de planification locale de la publicité visant à réglementer le cadre de vie. Son adoption répond à la volonté d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités du territoire en prévoyant des dispositions plus restrictives que ce dernier (*art L.581-14*).

Le précédent règlement local de publicité a été arrêté par le maire de CHAMBOURCY le 8 octobre 1997. Il réglemente la publicité, les enseignes et préenseignes sur le territoire aggloméré de la commune de CHAMBOURCY, à l'exception des espaces aux abords de la RD 13 qui sont réglementés par un Règlement Intercommunal de Publicité (*voir le chapitre suivant 1.3.5c*).

Ce règlement délimite trois " Zones de Publicité Restreinte " (ZRP) :

- la ZPR 1 correspond au centre-ville à dominante résidentielle,
- la ZPR 2 correspond au secteur dit « *de la remise* » à l'entrée de ville ouest,
- la ZPR 3 correspond aux espaces du centre commercial Carrefour.

Zonage du règlement local de publicité de 1997



nota : Outre les 3 Zones de Protection Rapprochées du RLP, ce schéma indique également en couleur grisée la ZPR du Règlement Intercommunal de Publicité (voir point 1.3.5c suivant).

Dispositions du RLP en ZPR 1

- Toute publicité y est interdite hormis un dispositif de 2 m² maximum sur palissade, par chantier.
- Les préenseignes ne sont autorisées que sous la forme de panneaux normalisés de type directionnel et limités à deux panneaux par établissement.
- Les enseignes ne doivent pas modifier la lecture architecturale des constructions sur lesquelles elles sont installées et les enseignes drapeau doivent être adaptés au caractère ancien du centre-ville. Elles sont limitées à 1 par façade.
- Dispositions relatives aux enseignes posées à plat sur façade :
 - leur surface ne doit pas excéder 5 % de la superficie de la façade sauf si celle-ci est inférieure à 160 m², dans ce cas elle peut être de 8 m² au maximum.
- Dispositions relatives aux enseignes en drapeau :
 - la saillie sur voie publique de l'enseigne en drapeau ne peut être > à 0,80 m (sauf cas enseigne présentant un intérêt artistique, pittoresque ou historique),
 - la surface ne peut excéder 2 m²
- Dispositions relatives aux enseignes scellées au sol (totems) :

- un seul totem implanté le long de chaque voie bordant l'unité foncière,
- le totem doit être installé à une distance > à 5 m par rapport aux baies des bâtiments situés sur le même fonds et à une distance > à 10 m par rapport aux baies de tout bâtiment situé sur un autre fonds,
- hauteur maxi de 4 m si le linéaire de façade sur rue de l'unité foncière est < ou = à 30 m, et à 6 m si le linéaire de façade sur rue est > à 30 m,
- largeur maximum de 1,60 m et épaisseur maximum de 60 m.
- Les enseignes en toiture sont interdites.
- Dispositions relatives aux enseignes temporaires :
 - installées au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation, et retirées 1 semaine au plus tard après,
 - période minimale de 90 jours entre deux installations d'enseignes temporaires sur une même unité foncière

Dispositions du RLP en ZPR 2

De nombreuses dispositions sont communes avec celles de la ZPR1. Ne sont indiquées ici que celle qui s'en distinguent ou s'y ajoutent.

- Les préenseignes ne sont autorisées que sous la forme de panneaux normalisés de type directionnel et limités à une par établissement.
- Le règlement de cette zone distingue les établissements uniques de ceux qui sont regroupés sous forme de centre commercial :
 - établissement unique :
 - deux enseignes par façade de bâtiment,
 - 1 enseigne scellé au sol perpendiculaire à l'axe de circulation. Sa hauteur limitée à 6 m et sa surface limitée à 4 m²
 - centres commerciaux :
 - enseigne en façade limitée à une par façade limitrophe de la voirie,
 - logos fixes sur mat dont la hauteur est limitée à 8 m
 - le logo étant lui-même limité à 2 m de longueur et 0,70 m de largeur.
- La publicité est également interdite dans ce secteur.

Dispositions du RLP en ZPR 3

Il est à noter que le règlement Local de Publicité ne correspond plus à la réalité des dispositifs, tant pour la publicité que pour les enseignes, tel qu'il a été défini lors de l'opération d'aménagement et d'extension du centre commercial, en accord entre la commune et le pétitionnaire.

1.3.5.c - Le règlement intercommunal de publicité (RIP) de 2004

Un ensemble de réflexions a été mené autour de la RD 113 dans les années 2000 afin notamment de fluidifier le trafic. Cette démarche a abouti à la création d'une réglementation

locale de l'affichage publicitaire, des préenseignes et des enseignes aux abords de la RN 13 et de la RD 113 sur le territoire des communes d'AIGREMONT, CHAMBOURCY, ORGEVAL et POISSY.

Une zone de publicité restreinte "ZPR" a ainsi été instituée dans les secteurs agglomérés des communes d'AIGREMONT, CHAMBOURCY, ORGEVAL et POISSY situés aux abords du boulevard urbain constitué par les RN 13 et RD 113. Ce RIP a été arrêté par le Préfet le 30 septembre 2004.

Les tableaux suivants présentent les principales dispositions du RIP qui précisent ou s'ajoutent à celles du RNP (*voir le point 1.3.5a précédant*).

Les interdictions

Les interdictions suivantes s'ajoutent à celles qui sont prévues par le RNP et qui s'appliquent aux publicités, préenseignes et enseignes :

- sur les mâts et les calicots (sauf enseignes temporaires) ;
- à moins de 60 m de l'emprise des voies des carrefours avec la RN 13 et la RD 113, sauf s'il s'agit de publicités ou de préenseignes de petit format, ou d'enseignes de type totem ;
- apposées directement au sol sans y être scellées ;
- dispositifs lumineux dont la source lumineuse serait clignotante ou animée ;

Les dispositions du RIP concernant la publicité et les préenseignes

- Les dispositifs d'affichage de grand format sont limités :
 - 8 m² de surface utile d'affichage,
 - une surface totale de 10 m²,
 - une hauteur de 6 m.
- Les dispositifs d'affichage de petit format sont limités :
 - 2 m² de surface utile d'affichage,
 - une surface totale de 3 m²,
 - une hauteur de 6 m.
- Les dispositifs apposés sur un support existant doivent respecter les prescriptions suivantes :
 - admis sur les façades des bâtiments ne comportant pas d'ouvertures sur au moins 75 % de leur surface ;
 - 1 seul dispositif est admis par façade ou par tronçon de clôture le long d'une voie ;
 - lorsque la largeur de la façade est < ou = à 10 m, le dispositif doit être centré verticalement sur le plan de la façade ne comportant aucune ouverture ;
 - tout dispositif doit respecter une distance minimale de 0,50 m par rapport à toutes les limites de la façade, de la clôture ou de la palissade.
- Les dispositifs scellés au sol doivent respecter les prescriptions suivantes :
 - ils peuvent être exploités sur les 2 faces sans séparation visible et sans flancs ouverts ;
 - les assemblages de 2 portatifs sont interdits ;

- les dispositifs de grand format ne peuvent être implantés à moins de 100 m les uns des autres, ni à moins de 50 m d'un dispositif de petit format ;
- les dispositifs de petit format doivent être installés à une distance $>$ à 3 m de toute baie située au rez-de-chaussée des bâtiments.

Les dispositions du RIP concernant les enseignes

- Les dispositifs apposés sur un support existant doivent respecter les prescriptions suivantes :
 - les enseignes doivent s'harmoniser avec les lignes horizontales et verticales de construction de la façade ;
 - les enseignes ne peuvent être apposées sur une clôture non aveugle ;
 - 1 seule enseigne permanente peut être apposée, sans excéder 5 % de la façade. Si la superficie de la façade est $<$ à 160 m², l'enseigne peut être de 8 m² maxi ;
 - l'enseigne doit respecter une distance mini de 0,50 m par rapport à toutes les limites de la façade et au niveau de l'égout de toit ;
 - 1 seule enseigne par activité peut être apposée perpendiculairement à une façade. Sa surface est limitée à 2 m².
- Les dispositifs scellés au sol doivent respecter les prescriptions suivantes :
 - les dispositifs (sauf totem) sont soumis aux mêmes dispositions relatives aux publicités et préenseignes ;
 - la hauteur d'un totem est limitée à 4 m si le linéaire de façade sur rue de l'unité foncière est $<$ ou $=$ à 30 m, et à 6 m si le linéaire de façade sur rue est $>$ à 30 m ;
 - la largeur d'un totem est limitée à 1,60 m et son épaisseur à 0,60 m ;
 - 1 seul totem implanté le long de chaque voie bordant l'unité foncière est admis ; le totem doit être installé à une distance $>$ à 5 m par rapport aux baies des bâtiments situés sur le même fonds, et à une distance $>$ à 10 m par rapport aux baies de tout bâtiment situé sur un autre fonds.

Les dispositions du RIP concernant les enseignes temporaires

- Les enseignes temporaires peuvent être installées sur support existant ou sur des mâts ;
- La hauteur maxi des mâts est limitée à 6 m. Si leur hauteur est de plus de 2 m, ils doivent être enlevés entre deux installations temporaires.

2 - LE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE REVISE

2.1 - LES MOTIFS DE LA REVISION DU RLP

La révision du RLP répondait à plusieurs motifs :

- 1° **L'ancienneté du RLP.** Le RLP de CHAMBOURCY a été approuvé le 8 octobre 1997. Depuis sa mise en place, 20 ans se sont écoulés et la zone d'activité le long de la RD 113 a poursuivi son développement, entraînant la multiplication de la publicité dite extérieure ;
- 2° **L'évolution de la législation.** Le RLP se doit de prendre en compte l'évolution de la réglementation nationale et y être adapté. Il s'agit en particulier des évolutions issues de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 et ses décrets d'application qui ont renforcé l'encadrement de la « *publicité* » et a modifié le régime des règlements locaux de publicité :
 - le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national (*cf. article L. 581-14 du code de l'environnement*) ;
 - le RLP peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (*cf. article L. 581-14 du code de l'environnement*).En outre, Le législateur a prévu la caducité à partir du 13 juillet 2020 des RLP qui n'auraient pas été révisés : « *Les réglementations spéciales qui sont en vigueur à la date de publication de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement restent valables jusqu'à leur révision ou modification et pour une durée maximale de dix ans à compter de cette date.* »
- 3° **La nécessité d'harmoniser la réglementation locale** en fusionnant le RLP de 1997 et le RIP de 2004 en un document unique plus cohérent ;
- 4° L'évolution du tissu des entreprises sur la commune et ses enjeux en matière de publicité.

Les objectifs définis lors de la prescription de la révision

La révision du RLP a été prescrite le 15 avril 2015 par le conseil municipal en même temps que celle du PLU. Cette délibération présentait les objectifs suivants :

- élaborer des prescriptions d'implantation, de dimension, d'insertion et de qualité des dispositifs publicitaires et d'enseignes afin d'adapter localement les nouvelles règles au regard des spécificités du territoire communal et plus particulièrement au contexte géographique ;
- concilier, autant que faire se peut, la possibilité de se signaler pour des activités économiques, la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie avec l'impérieuse nécessité de protéger l'environnement bâti et naturel, le patrimoine, qui participent à l'image du village de CHAMBOURCY et le cadre de vie des Camboriciens ;
- tenir compte des nouveaux dispositifs en matière de publicité et d'enseignes correspondant à des modes de communication induits par les nouvelles technologies ;
- conférer une meilleure lisibilité à la réglementation applicable à CHAMBOURCY, en regroupant les règles en un seul nouveau document d'urbanisme, le nouveau RLP.

2.2 - LES JUSTIFICATIONS DE LA REGLEMENTATION LOCALE

2.2.1 - LA DELIMITATION DES ZONES DE PUBLICITE RESTREINTE

Dans le RLP, le territoire aggloméré de la commune est réparti en plusieurs zones auxquelles correspondent des dispositions règlementaires qui leur sont spécifiques.

Ces zones, appelées Zones de Publicité Restreinte (ZPR), ont été définies en fonction des objectifs poursuivis dans chacun de ces espaces compte tenu des enjeux liés à la présence des dispositifs publicitaires, en particulier pour leur impact réel ou potentiel sur le paysage urbain. Dans le respect de cet objectif, la délimitation des ZPR a été établie dans un souci de simplicité et de traitement égal.

2.2.1.a - *Le souci de simplicité*

Cet exercice de simplicité dans la délimitation des zones a été rendu relativement difficile compte tenu notamment :

- de la complexité du tissu urbain, ne serait-ce que dans la diversité des activités commerciales et autres le long de la RD 113 dans l'ensemble de sa traversée de la commune d'est en ouest ;
- de la situation antérieure au regard de la réglementation de la publicité dans la commune avec la juxtaposition de deux règlements : le règlement local de publicité de 1997 (*voir le point 1.3.5.b précédent*) et le règlement intercommunal de publicité de 2004 (*voir le point 1.3.5.c précédent*) avec l'insuffisante homogénéité entre leurs règlements.

2.2.1.b - *Le souci de traitement égal*

La délimitation des ZPR a également été établie de façon à conjuguer ces objectifs de qualité des paysages et du cadre de vie avec la liberté donnée aux entreprises d'assurer au mieux leur visibilité nécessaire et indispensable pour leur activité.

Il s'est également agi de garantir un traitement égal pour les activités en évitant de favoriser, ou de défavoriser, certaines à cet égard. C'est dans cet objectif, notamment, qu'une seule ZPR a été prévue le long de la RD 113 où sont concentrées la quasi-totalité des activités sur CHAMBOURCY, exception faite des grands centres commerciaux qui nécessitent un traitement particulier pour leurs dispositifs publicitaires.

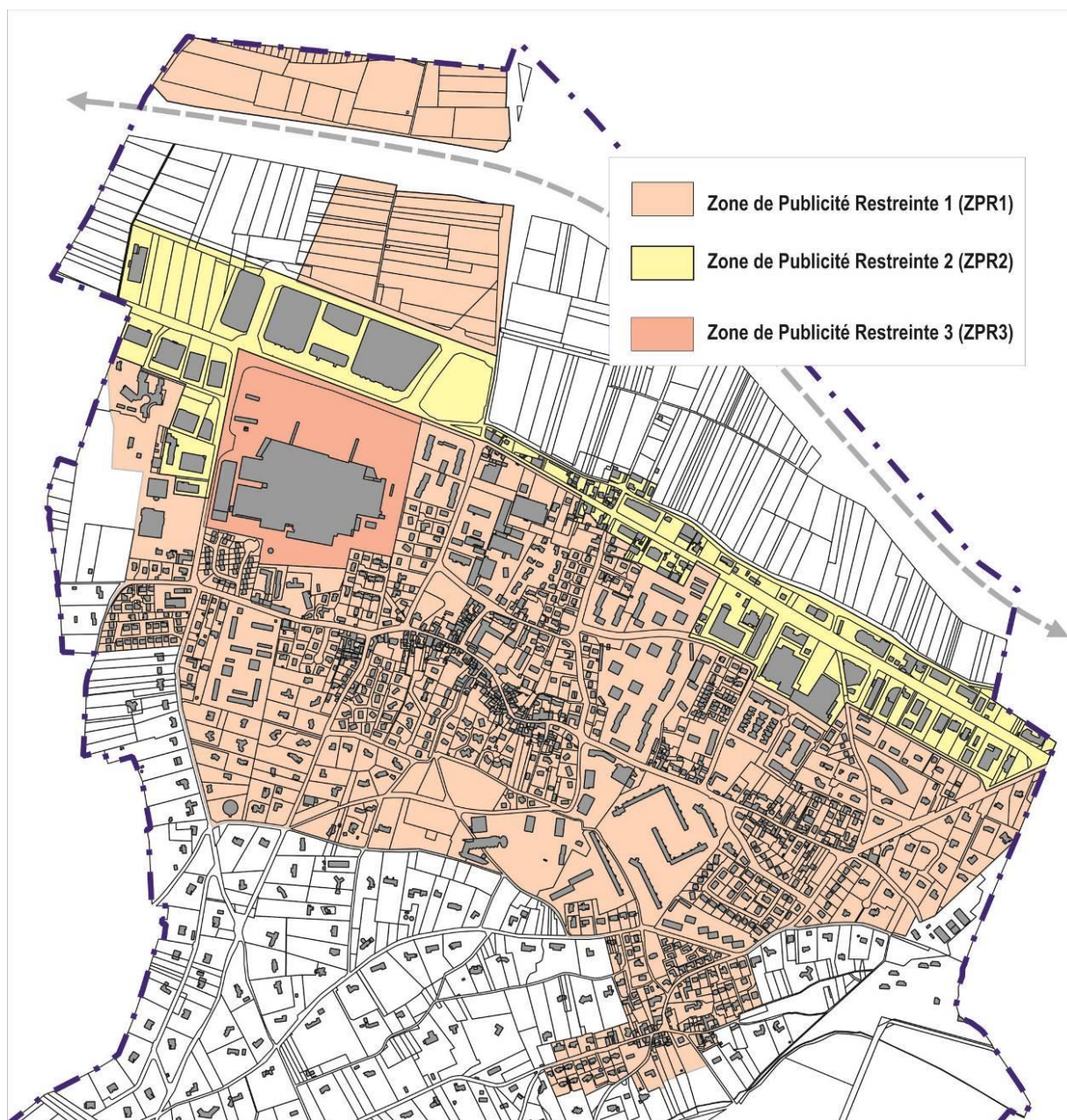
2.2.1.c - *Les zones de publicité restreinte*

3 ZPR ont été délimitées dans le RLP :

- la ZPR 1 correspond au centre-ville et plus généralement aux espaces mixtes à dominante résidentielle. Elle comprend également la partie nord-ouest de la commune :
 - la zone à urbaniser au PLU située à l'ouest de la route de Poissy et au nord du Boulevard de la Renaissance,

- la zone à urbaniser au PLU et le secteur d'habitat individuel situés au nord de l'A14 en limite avec POISSY.
- la ZPR 2 correspond aux espaces des alentours de la RD 113 et plus généralement aux secteurs à dominante d'activités économiques et commerciales, à l'exception du centre commercial de la ZPR3 ;
- la ZPR 3 correspond aux espaces du centre commercial situé à l'ouest de la commune, du côté sud de la RD 113 et à l'angle de la rue du Mur du Parc.

La délimitation des ZPR



2.2.2 - LES DISPOSITIONS GENERALES

2.2.2.a - Les interdictions

Dans le souci de limiter l'impact visuel que pourrait apporter une surabondance des messages publicitaires, le RLP édicte des interdictions de leur affichage en fonction de différents critères : géographiques, type de support, construction ou partie de construction concernée, particularités du dispositif.

Ces interdictions s'appliquent indifféremment aux publicités, aux préenseignes et aux enseignes, sauf dispositions contraires précisées dans le règlement particulier à la ZPR concernée.

Elles sont regroupées dans le chapitre 1 « *dispositions générales* » du règlement. Outre les interdictions particulières prévues au RLP de CHAMBOURCY, ce chapitre rappelle également des interdictions qui émanent du Règlement National de Publicité et qu'il a été jugé utile de rappeler pour une meilleure information du public et des différents intervenants.

Les interdictions émanant du RNP

Ces interdictions issues du RNP concernent essentiellement :

- les espaces boisés classés (EBC), les sites classés... ;
- les arbres, les poteaux de transport et de distribution électrique ou de télécommunication... ;
- les équipements publics concernant la circulation routière.

Ces interdictions s'appliquent également aux publicités ou préenseignes apposées sur mobilier urbain.

Les interdictions particulières au RLP

Après de nombreux échanges, réflexions et observations de terrain, la commune a décidé d'édicter des interdictions de dispositifs publicitaires qu'elle a jugé très utiles pour la préservation de ses paysages et de son cadre de vie. Elles concernent essentiellement :

- l'interdiction sur les toitures et sur les terrasses qui en tiennent lieu, ceci permettant d'éviter de voir de tels dispositifs très préjudiciables pour la qualité du paysage bâti ;
- la limitation des adhésifs collés sur les vitrines et sur les vitres à 15 % au maximum de la surface de ces dernières ;
- cette restriction a en effet été jugée nécessaire au vu de la prolifération de tels dispositifs qui ont, ou qui pourraient, avoir pour conséquence de progressivement transformer des vitrines en supports publicitaires, ce qui n'est évidemment pas leur fonction première ;
- l'utilisation de teintes susceptibles de porter atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants est, sur le principe, interdite. Ce dispositif a pour ambition d'inciter les acteurs à intégrer au mieux leurs publicités dans leur environnement visuel et de façon discrète et en limitant leur impact visuel.

Le règlement prévoit également des mesures d'ordre général pour l'affichage, en particulier pour ce qui concerne les enseignes lumineuses. Précisément, en application du règlement, seules peuvent rester allumées entre 23 h et 7 h du matin :

- les publicités et préenseignes éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain,
- les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes ;
- les enseignes lumineuses des établissements et commerces encore ou déjà en activité durant ces heures. Toutefois, ces enseignes doivent être 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.

2.2.2.b - Les autres dispositions générales

Il est également imposé le bon entretien des dispositifs, tant pour ce qui concerne les affichages proprement dits que leurs supports.

2.2.3 - LES RESTRICTIONS APPLICABLES AUX PUBLICITES ET PREENSEIGNES

2.2.3.a - Les dispositions communes à toutes les zones

Dès lors qu'ils sont autorisés dans le règlement particulier à la ZPR, les dispositifs de publicité et de préenseigne admis sont limités à :

- des dispositifs dont la dimension ne doit pas dépasser une surface utile d'affichage de 8 m² et une hauteur de 6 mètres au-dessus du sol ; ces limites concernent aussi les publicités et préenseignes apposées sur mobilier urbain, sans préjudice de l'application des limites résultant du règlement national ;
- en outre, les dispositifs d'une surface unitaire supérieure ou égale à 2 m² doivent être installés à une distance supérieure à 5 mètres par rapport aux baies des bâtiments situés sur le même terrain, et à une distance supérieure à 10 mètres par rapport aux baies de tout bâtiment situé sur un autre terrain ; ces restrictions ne concernent pas les publicités et préenseignes apposées sur mobilier urbain.

2.2.3.b - Les dispositions applicables en ZPR 1

Dans la ZPR1, les publicités et préenseignes sont interdites y compris si elles sont apposées sur mobilier urbain.

Cette règle très restrictive est justifiée dans la mesure où cette zone correspond au centre villageois ne supporte pratiquement aucune circulation de passage et où les activités présentes sont essentiellement limitées à des commerces de proximité que les chambourciens connaissent bien.

2.2.3.c - Les dispositions applicables en ZPR 2 et ZPR 3

Dans ces deux zones, les dispositifs autorisés sont indiqués dans les dispositions communes rappelées au paragraphe précédent.

2.2.3.d - Les dispositions en ZPR 3

La ZPR3 a pour particularité de correspondre au grand centre commercial à l'ouest de la commune qui comprend un hypermarché accompagné de son mail commercial ainsi que quelques activités connexes (station-service, ...).

Ce centre a été considérablement remanié et agrandi en 2011. Le projet établi à cette époque comprenait en particulier l'ensemble des dispositifs publicitaires, lesquels ont été modifiés depuis en accord avec la commune.

Considérant que la situation actuelle à cet égard est satisfaisante, le nouveau RLP établi par la commune se limite à reprendre l'ensemble des dispositifs existants. Aux abords des accès publics au bâtiment (dans un rayon de 20 mètres), seules les publicités ou préenseignes d'une surface unitaire inférieure à 2 m² sont admises

2.2.4 - LES RESTRICTIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES

2.2.4.a - Les dispositions communes aux trois zones

Les dispositions communes aux enseignes dans l'ensemble des 3 ZPR concernent en particulier des considérations esthétiques et leurs dimensions maximums.

Les considérations esthétiques

L'objectif de ces dispositions est de faire en sorte que les enseignes s'intègrent au mieux dans l'environnement. Il s'agit à la fois :

- de préconisations générales telles que des couleurs et graphismes qui doivent rester discrets ;
- de règles précises telles que l'interdiction de cacher des éléments architecturaux des constructions sur lesquelles les enseignes sont apposées...

La dimension maximum des enseignes

Dès lors qu'elles sont admises en application du règlement de la ZPR dans laquelle elles sont situées, les enseignes doivent respecter les dimensions maxima suivantes :

- les enseignes apposées à plat sur la façade ne doivent pas excéder :
 - 5 % de la surface de la façade ou de la partie de façade qui correspond à son occupant ;
 - 10 % de la surface de la façade ou de la partie de façade lorsqu'il s'agit d'une boutique en rez de chaussée et qu'elle est organisée en bandeau de couronnement de la devanture.

- les enseignes en drapeau peuvent atteindre une superficie de 2 m² par établissement en sus de l'enseigne posée à plat sur façade dès lors que, notamment, la saillie sur la voie publique n'excède pas 0,80 m et qu'elle ne dépasse pas la limite supérieure du mur qui la supporte ;
- les supports d'enseigne scellés au sol doivent être du type « totem » dont :
 - la hauteur est limitée à 4 mètres si le linéaire de façade sur rue de l'unité foncière d'implantation est inférieur ou égal à 30 mètres, et à 6 mètres dans le cas contraire ;
 - la largeur est limitée à 1,60 mètre et l'épaisseur à 0,60 mètre.
- en outre, un seul "totem" peut être implanté le long de chaque voie bordant l'unité foncière où il est implanté ;
- les enseignes temporaires peuvent être installées sur un support existant, mur de façade ou dispositif scellé au sol, ou encore sur des mâts dont la hauteur maximum est limitée à 6 mètres et leur nombre à 4 par unité foncière ;
- elles peuvent être installées pour une durée maximale de 30 jours avec une période minimale de 90 jours entre deux installations d'enseigne temporaire sur la même unité foncière.

Les bâtiments partagés entre plusieurs occupants

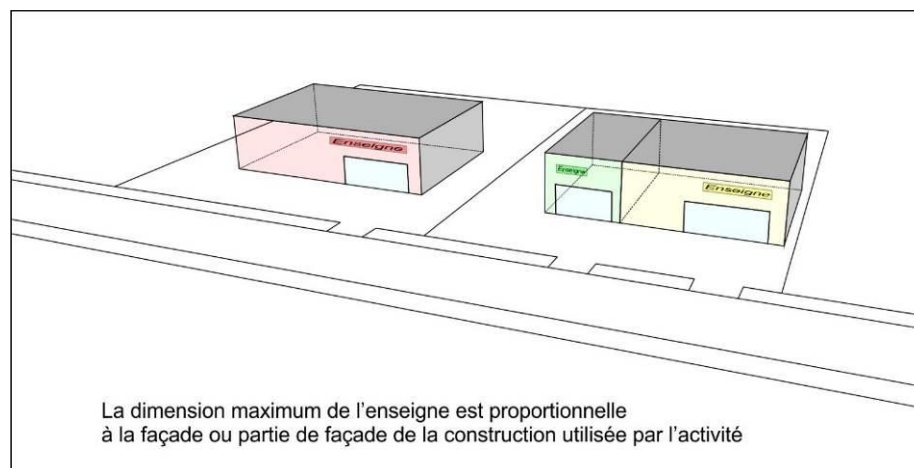
Les enjeux en matière d'enseigne sont souvent les mêmes sur l'ensemble de la commune, cependant de façon plus ou moins aigüe d'un espace à un autre en fonction de leur densité.

Il s'agit notamment de la question des bâtiments partagés entre plusieurs activités ou commerce et de l'évolution de leur occupation qui conduit à des modifications ou ajouts d'enseigne sur les façades. Aussi, le règlement prévoit des dispositions précises pour :

- les bâtiments partagés entre plusieurs occupants, par division horizontale ou verticale ;
- lorsque le bâtiment comporte à la fois des locaux commerciaux et des logements.

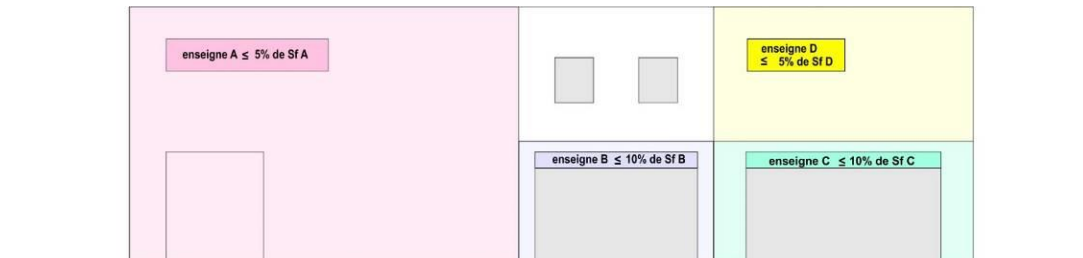
Le RLP prévoit des dispositions réglementaires précises pour ces cas :

- dès lors qu'une construction est partagée entre plusieurs activités, que ce soit par division horizontale ou verticale, les enseignes de chacune des activités :
 - ne peuvent être apposées que sur la partie de façade du bâtiment qu'elles occupent ;
 - doivent respecter les dimensions maxima prévues au règlement appliquées au regard de la superficie de la partie de façade qui les concernent.



En outre, en cas de division d'une construction précédemment occupée par un seul utilisateur, ces dispositions sont immédiatement applicables.

- dès lors qu'un bâtiment partagé en horizontalité ou en verticalité comprend une ou plusieurs boutiques en rez de chaussée :
 - les enseignes des boutiques en rez de chaussée peuvent avoir une surface maximum de 10 % de la partie de façade concernée ;
 - les enseignes des autres établissements peuvent avoir une surface maximum de 5 % de la partie de façade concernée.



2.2.4.b - Les dispositions applicables aux enseignes en ZPR 1 et ZPR 2

Les dispositions applicables aux enseignes sur l'ensemble des ZPR1 et ZPR2 sont celles des dispositions communes à toutes les ZPR.

Toutefois, le règlement prévoit des dispositions particulières pour le centre commercial des Vergers de la Plaine, situé en ZPR2. Ce centre a été réalisé en 2012 et le projet établi à cette époque précisait l'ensemble des dispositifs d'enseignes : leur localisation, leur dimension et même les coloris des lettrages des plus importants.

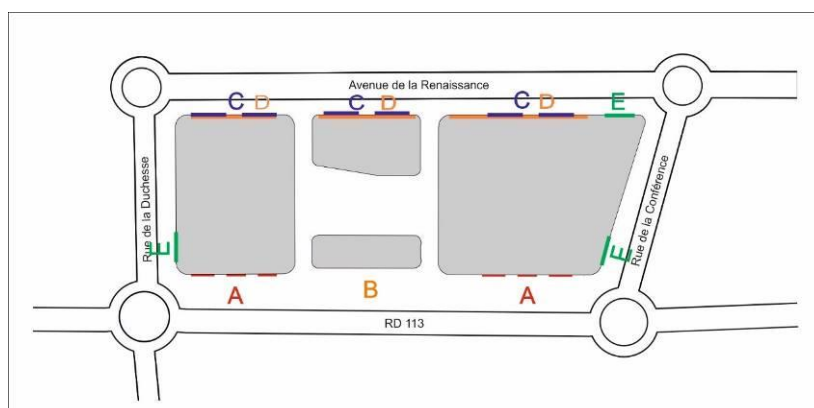
Considérant que la situation actuelle à cet égard est satisfaisante, le nouveau RLP établi par la commune se limite à reprendre l'ensemble des dispositifs existants.

Les dispositions particulières au centre commercial des Vergers de la Plaine

Les enseignes admises sont précisées au règlement pour chacune des façades périphériques du centre ainsi que pour l'ensemble de ses façades intérieures.

Elles sont précisées pour leur emplacement, leur dimension, et pour les plus importantes pour leur couleur.

Le schéma ci-dessous extrait du règlement repère ces différents ensembles d'enseignes.



2.2.4.c - Les dispositions applicables aux enseignes en ZPR 3

De même que pour les publicités et les préenseignes, le règlement se limite à reprendre l'ensemble des dispositifs existants. Ces dispositifs concernent essentiellement :

- le long de la RD 113, 2 groupes d'enseignes qui indiquent en les principales enseignes présentes dans le centre ;
- en façade nord du bâtiment principal du centre commercial, des blocs enseignes positionnés de part et d'autre de chaque entrée du bâtiment et des grandes positionnées en partie haute de la façade aux extrémités est et ouest du bâtiment dont la surface est limitée à 8 m² chacune.