



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL

2-Règlement

SOMMAIRE

Chapitre 1 : Préambule	3
I. Champ d'application du RLPi	3
II. Principales définitions.....	5
Chapitre 2 : Règles générales, communes à l'ensemble du territoire.....	9
I. Protection des ronds-points et des entrées de ville et des paysages.....	9
II. Généralités sur les matériels	10
III. Dispositions communes relatives aux publicités et pré-enseignes	11
IV. Dispositions communes relatives aux enseignes	15
Chapitre 3 : Dispositions relatives à chaque zone de publicité	17
I. ZP0 - Espaces de nature à préserver situés à l'intérieur de l'agglomération.....	17
II. ZP1 - Centre-ville d'Yvetot et centres-bourgs patrimoniaux et commerçants	19
III. ZP2 – Les secteurs résidentiels	25
IV. ZP3 - Les grands axes et les principales zones d'activités.....	29
Chapitre 4 : Synthèse des principales règles selon les zones de publicité	31
Chapitre 5 : Annexes	33

Chapitre 1 : Préambule

I. Champ d'application du RLPi

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement national pour l'environnement (loi Grenelle II), complétée par le décret du 30 janvier 2012, a modifié la réglementation nationale en matière de publicité, pré-enseignes et enseignes.

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est encadrée par le Code de l'Environnement.

Le présent règlement local intercommunal de publicité adapte cette réglementation nationale au contexte local de la Communauté de communes d'Yvetot Normandie (CCYN) sur l'ensemble de son territoire.

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent règlement local de publicité intercommunal fixe les règles locales applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, et plus restrictives que la réglementation nationale.

Ses dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité » (art. L. 581-2 C. Env.).

Toutes les dispositions de la réglementation nationale qui ne sont pas expressément modifiées par le présent règlement local de publicité demeurent applicables de plein droit (voir annexe sur la réglementation nationale).

Il est rappelé que conformément à l'article L.581-19, les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Il est également rappelé que le règlement local de publicité intercommunal n'a pas vocation à réglementer l'affichage de signalétique d'information locale, c'est à dire signalétique locale et commerciale (mats directionnels communaux).

1. Dérogations

Pour rappel, les publicités sont strictement interdites dans certaines zones protégées du territoire : sur les monuments historiques, dans les 2 Sites classés du Val au Cesne et Chêne-Chapelle d'Allouville-Bellefosse.

6 communes du territoire sont concernées par le PNR des Boucles de la Seine Normande. En application de l'article L. 581-8, I 3° du Code de l'environnement, à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite dans les parcs naturels régionaux. Afin de n'entraver ni la libre expression ni l'activité économique locale, certaines formes de publicités peuvent être acceptées selon les prescriptions définies par le présent règlement du RLPi, c'est notamment le cas pour la commune d'Yvetot (commune centre de plus de 10 000 habitants), ainsi que pour les portions de communes qui lui sont directement agglomérées). L'objectif étant d'harmoniser les règles sur ces secteurs.

2. Déclarations

L'installation, la modification ou le remplacement d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité font l'objet d'une déclaration préalable définie par les articles L 581-6 du code de l'environnement.

Les pré-enseignes dont les dimensions excèdent 1 m en hauteur ou 1,5 m en largeur sont également soumises à déclaration préalable.

3. Autorisations

Les dispositifs de publicité lumineuse autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou transparence sont soumis à autorisation du maire.

Les enseignes sont également soumises à autorisation du maire « Sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8, ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à l'autorisation » (article L. 581-18, alinéa 3 du code de l'environnement).

4. Affichage d'opinion

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations sans but lucratif sont déterminés par arrêté du maire, en application de l'article L.581-13 du code de l'environnement.

Les emplacements réservés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations à but non lucratif sont déterminés par arrêté municipal.

Ces dispositifs ne sont pas concernés par les dispositions du RLPi.

II. Principales définitions

Enseigne : « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce. »

! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes

Pré-enseigne : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée. »

! En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité

Pré-enseignes dérogatoires :

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement. Seules les pré-enseignes dérogatoires sont autorisées hors agglomération.

Publicité : « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes. »

Dispositifs temporaires : les enseignes ou pré-enseignes :

- signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.



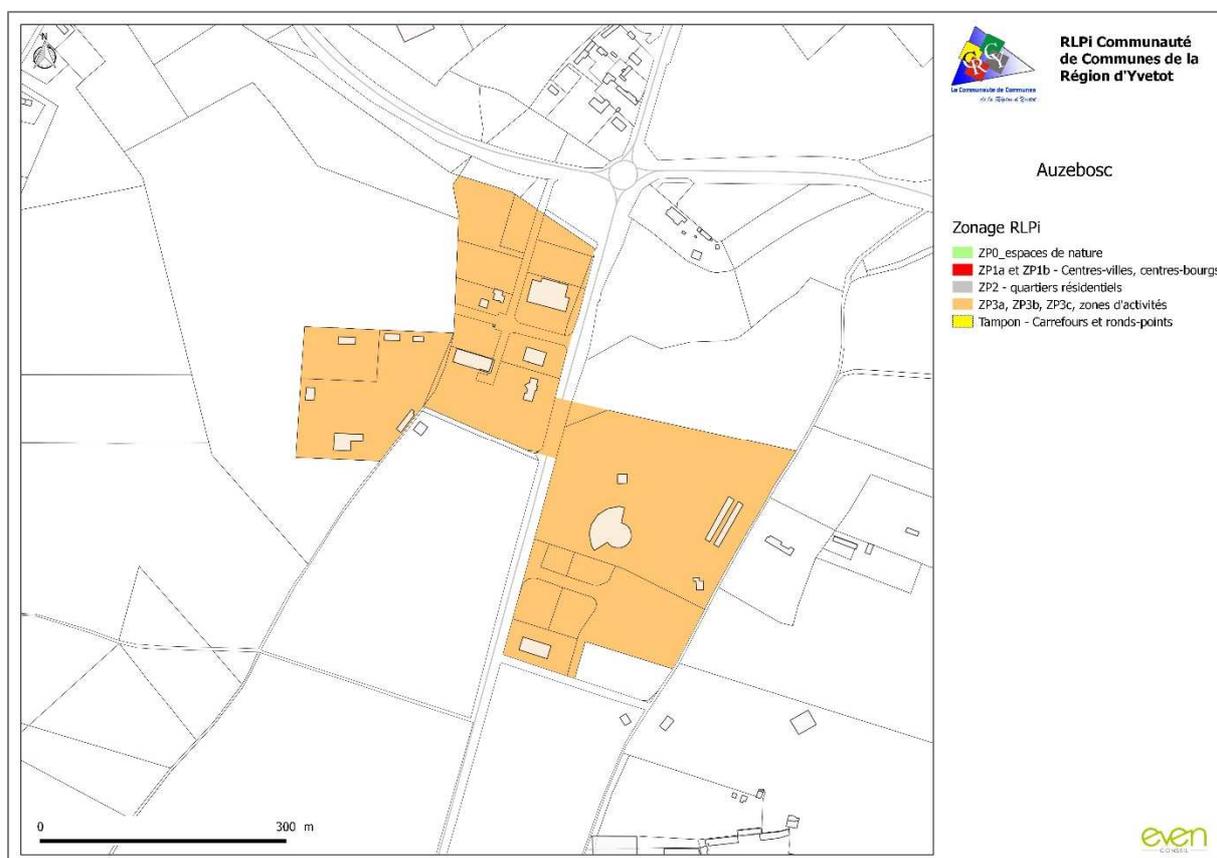
1

DISPOSITIONS REGLEMENTAIRES



Les documents graphiques annexés au présent règlement délimitent les zones de publicités (ZP) suivantes pour lesquelles une réglementation spécifique est définie :

- **ZP0 – Espaces de nature à préserver situés à l’intérieur de l’agglomération**
- **ZP1 - Centre-ville d’Yvetot et centres-bourgs patrimoniaux et commerçants**
 - ZP1a (centre-ville d’Yvetot, Sainte –Marie-des-Champs et Saint–Martin de l’If)
 - ZP1b (centre d’Allouville-Bellefosse, Croix Mare)
- **ZP2 – Les secteurs résidentiels**
- **ZP3 - Les grands axes de circulation et les principales zones d’activités**
 - ZP3a (sur Yvetot)
 - ZP3b (Zones situées sur les autres communes).
 - ZP3c (Zone d’activité d’Azebosc hors agglomération)



Zone d'activité d'Azebosc- ZP3c

Le RLPi s'applique à l'ensemble du territoire. Toutes les dispositions de la réglementation nationale qui ne sont pas expressément modifiées par le présent règlement local de publicité demeurent applicables de plein droit (voir en annexe la synthèse sur la réglementation nationale).

Pour l'application à des parcelles à cheval sur deux zones de publicité, s'imposeront toujours les prescriptions les plus restrictives.

Les voies nouvelles, publiques ou privées, créées après la date d'entrée en vigueur du présent règlement seront soumises aux dispositions des zones de publicité dans lesquelles elles se trouvent.

Le règlement se compose de 3 chapitres distincts :

- **Délimitation des zones de publicité**
- **Les règles communes à toutes les zones sont décrites au chapitre 2.**
- **Les règles spécifiques à chaque zone de publicité sont énoncées au chapitre 3.**

Sont annexées au présent règlement :

- **Le lexique**
- **Le document graphique faisant apparaître les zones de publicité.**
- **Les zooms sur les ronds-points et giratoires couverts par une zone tampon.**
- **Les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération.**
- **La carte précisant les limites d'agglomération.**
- **Une synthèse des principales dispositions de la réglementation nationale**

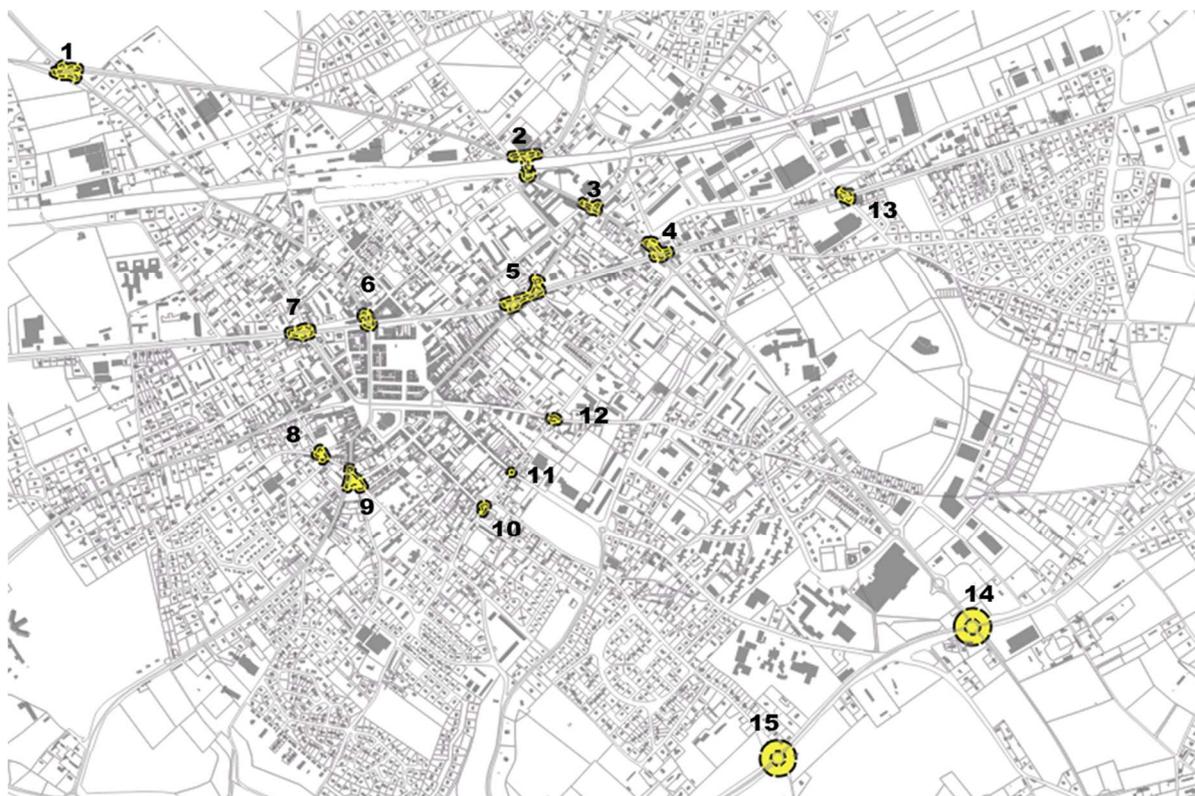
Chapitre 2 : Règles générales, communes à l'ensemble du territoire

I. Protection des ronds-points et des entrées de ville et des paysages

- **Protection des abords de ronds-points :**

Les dispositifs scellés au sol (publicités, pré enseignes) d'une surface totale supérieure à 2m², ne peuvent être implantés à moins de 10m ou 30 mètres du bord extérieur (fil d'eau) de la chaussée des ronds-points situés aux intersections suivantes (des zooms figurent en annexe du présent règlement).

Les enseignes numériques sont également interdites au sein de ces zones tampon.



- **Règles d'extinction nocturne des publicités et enseignes**

Les publicités et pré-enseignes lumineuses (excepté sur mobilier urbain) sont éteintes entre 23 heures et 6 heures, de même pour les enseignes lumineuses lorsque l'activité a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

II. Généralités sur les matériels

- **Pérennité et qualité techniques**

Les matériels destinés à recevoir des publicités, enseignes et pré-enseignes sont choisis, installés et entretenus par leurs exploitants afin de garantir la pérennité de leur aspect initial et la conservation, dans le temps, de leurs qualités techniques.

Tous les dispositifs résistent aux phénomènes météorologiques compris dans les limites des règles et normes en vigueur garantissant la sécurité des personnes et des biens.

- **Entretien**

Les matériels sont inspectés et entretenus dans les règles de l'art.

Chaque intervention sur l'installation donne lieu à une vérification complète, au remplacement des pièces défectueuses, au nettoyage du matériel et de ses abords. Les parties défailtantes des dispositifs lumineux doivent être réparées ou remplacées sans délai.

Les dispositifs dotés d'un moteur électrique doivent être munis de systèmes de rotation parfaitement entretenus dont les valeurs de bruit sont conformes aux dispositions du décret n°2006-1099 du 31 août 2006 relatif à la lutte contre les nuisances sonores.

- **Accessoires**

Dans un souci d'esthétique et de préservation de l'environnement, les accessoires suivants sont interdits : jambes de forces, haubans, pieds-échelle, fondations (béton) dépassant le niveau du sol, gouttières à colle.

Les dispositifs permanents (passerelles, échelles, etc...) facilitant la pose des affiches sont interdits lorsqu'ils sont visibles depuis la voie publique. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser.

III. Dispositions communes relatives aux publicités et pré-enseignes

Dans la mesure où l'article L 581-19 dispose que les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent les publicités, les dispositions suivantes s'appliquent tant à la publicité qu'aux pré-enseignes.

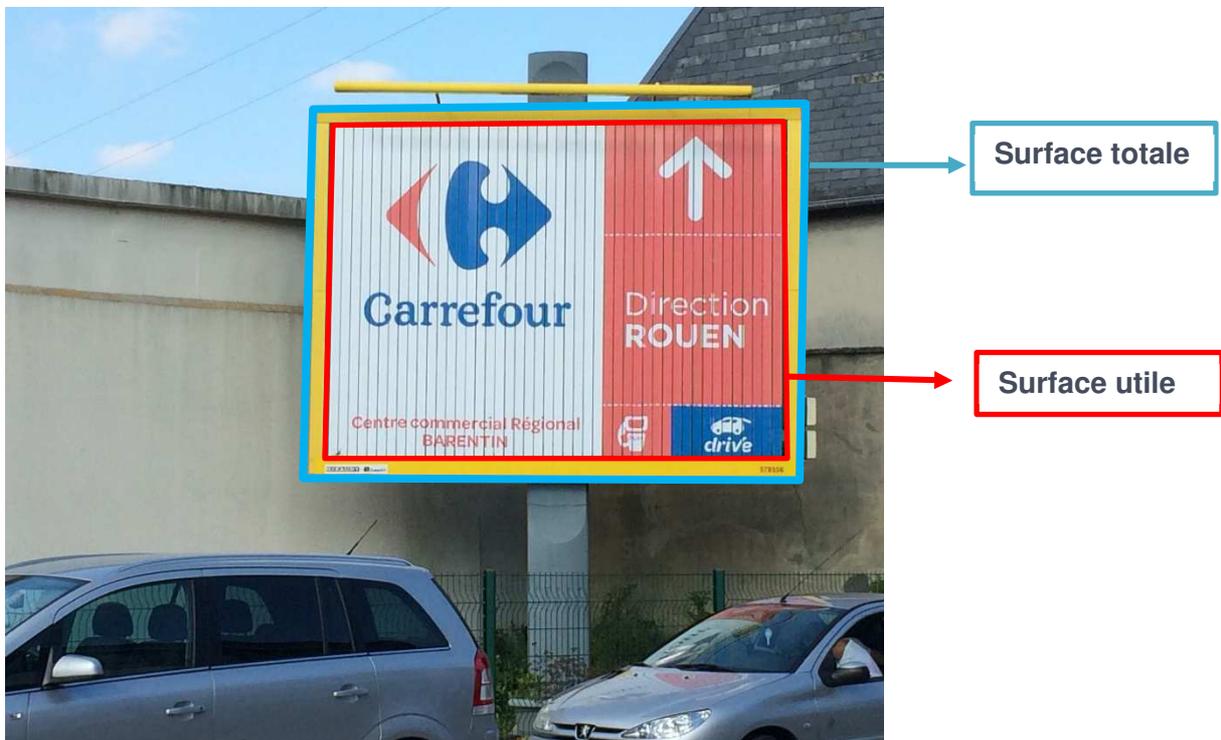
- **Généralités**

Les couleurs des supports et des moulures d'encadrement des dispositifs publicitaires seront sobres avec des teintes discrètes et neutres (ex : gris, blanc, vert, marron). Les publicités utilisant des couleurs fluorescentes sont interdites.

La publicité devra s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière sans découpage ou rajout qui aurait pour effet d'en augmenter le format initial.

La **surface totale** correspond à la surface de l'affiche (ou de l'écran) et à la surface de l'encadrement, soit la surface du dispositif dans son ensemble. C'est cette surface, sauf mention contraire, qui est réglementée par le RLPi. Le mobilier urbain, conformément aux dispositions nationales est quant à lui réglementé uniquement sur la surface de l'affiche publicitaire qu'il supporte.

La surface de l'affiche (ou de l'écran) en elle-même est appelée **surface utile**.



1. Les publicités sur murs aveugles, pignons, façades et murs de clôtures

- **Nombre**

Un support (façade ou pignon) ne peut accueillir qu'une seule publicité. Les doublons sont interdits.

- **Pignons et façades**

Les publicités sont interdites sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non, et sur les murs d'appentis ou annexes isolées.

Les publicités ne doivent pas masquer, même partiellement, les éléments de modénature (moultures, appareillage en pierres, etc...).

- **Retrait par rapport aux angles**

La publicité murale préservera un retrait minimum de 20 cm par rapport aux arrêtes d'angles de la façade.



2. Les publicités scellées ou installées directement sur le sol (dit « portatifs »)

La publicité scellée au sol est autorisée, exceptée dans les EBC, zones N et A et ne doivent pas obstruer une perspective sur le grand paysage (voir annexe cartographique).

Les dispositifs seront de type mono-pieds.

Les jambes de forces sont interdites. Les dispositifs en côte à côte, en « V » et en trièdre sont interdits.

Lorsque le dispositif est exploité recto-verso, les deux faces ne doivent pas présenter de séparations visibles : la juxtaposition de plateaux à « flancs ouverts » est interdite. Lorsque le dispositif est simple face, son dos est carrossé, de manière à masquer les éléments de fixation.

- **Publicité sur mobilier urbain**

La publicité est admise sur le mobilier urbain dans les conditions fixées par les articles R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement.





Le mobilier urbain peut à titre « accessoire » supporter de la publicité.

- **Cas particulier des chevalets ou kakemono posé sur le sol (dispositifs temporaires).**

Les chevalets, fléchages effigies, porte-menus et autres moyens fixes ou animés, étant une occupation du domaine public sont soumis à autorisation du Maire.

Leur surface de communication est limitée à 1,5 m² par face visible. Les chevalets mobiles, tournants et ou scintillants sont interdits. Leur installation sur un balcon est interdite.

Il est indispensable que la libre circulation des piétons, des personnes à mobilité réduite et l'accès des équipes techniques de maintenance et de sécurité aux équipements publics fixes soient préservés. Aussi, toute installation doit tenir compte de la configuration de la voirie : un passage libre de tout obstacle d'une largeur minimale de 1,40m doit être maintenu en permanence sur le trottoir devant l'établissement concerné.

Le dispositif maintenu en parfait état de propreté ne peut pas être fixé au sol ni enchaîné au mobilier urbain ou à la signalisation routière, et doit pouvoir être déplacé à tout moment. Il est impérativement rentré le soir, à la fermeture de l'activité à l'intérieur de l'établissement.

3. Les publicités lumineuses

Les publicités numériques sont interdites sur le territoire, sauf sur mobilier urbain sur la commune d'Yvetot, en ZP1, avec une surface maximale (2m²). L'installation de la publicité numérique est soumise à autorisation.

La publicité lumineuse est autorisée éclairée par projection ou par transparence. L'éclairage est réalisé par rampe ou rétro-éclairage. Les spots, quelle que soit leur forme, sont interdits.

Les publicités lumineuses sont soumises à l'extinction nocturne entre 23h et 6h du matin. Les dispositifs lumineux éclairés par spot, rampe d'éclairage ou depuis l'intérieur respectent les formats et densités indiqués pour les publicités non lumineuses propres à chaque zone.

4. Publicité de petit format (micro-affichage)

Se référer à la réglementation nationale.

5. La publicité sur bâche

Pour rappel les publicités sont interdites sur mur de clôture aveugle ou non aveugle.

Les bâches sont autorisées uniquement sur la commune d'Yvetot, en ZP3a (grands axes et zones d'activités) et sont soumises à autorisation du maire. Elles sont limitées à une surface maximale de 8m².

6. Palissades de chantier

Sur ces supports, la publicité se conforme aux règles de hauteur et de format applicables dans la zone où ils se trouvent.

Les publicités temporaires sont autorisées sur les palissades de chantier à la condition d'être intégrées dans un traitement global de la palissade, traitement paysager qui sera soumis à l'autorisation du Maire.

IV. Dispositions communes relatives aux enseignes

1. Généralités

Toute enseigne d'une surface supérieure à 1 m² est interdite sur les murs de clôtures, sur les clôtures, aveugles ou non. Excepté en ZP3 où 1 enseigne sur clôture par voie bordant l'activité limitée à 3m² est autorisée.

Les enseignes à plat ou en drapeau ne doivent pas être installées sur les balcons ou garde-corps des étages.

Les enseignes par leur couleur, leur forme ou leur aspect général, doivent respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade et tenir compte de ses différents éléments : emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades, ainsi que tous motifs décoratifs.

Il est rappelé l'alinéa 3 de l'article L.581-14 du Code de l'Environnement : *[le règlement local de publicité] peut aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants.*

Cet article s'applique sur l'ensemble des zones de Publicités du RLPi de la CCYN. Est notamment visée la suppression de l'enseigne suite à la cessation de l'activité signalée, dans un délai maximal de 3 mois.

2. Enseignes lumineuses

Les enseignes, même temporaires, à faisceau de rayonnement laser ou utilisant les procédés de projections sur nuages sont interdites.

L'éclairage des enseignes doit être fixe et non clignotant sauf pour les pharmacies et services d'urgences.

L'éclairage des enseignes est autorisé. Il s'agit alors d'un éclairage incorporé, indirect (par l'arrière ou par transparence au niveau des lettres).



Exemple d'enseigne rétro-éclairée par leds diffusant un halo lumineux vers le mur

Les caissons lumineux sont interdits. Seules les lettres sont éclairées par transparences.

Dans le cadre d'installation de spots extérieurs ou de rampes, pour illuminer le bandeau, leur nombre sera limité et leur intégration sera aussi discrète que possible en évitant des saillies trop importantes par rapport à la façade.

Les enseignes numériques sont autorisées uniquement en ZP3a et ZP3b (Grands axes et zones d'activités), sauf sur les communes du PNR. Elles sont également interdites à proximité des giratoires et carrefours identifiés au plan dans un rayon de 10m ou 30m selon les zones tracées au plan. Elles sont limitées en format à une surface maximale de 6m², quelque soit leur typologie d'implantation (en façade ou scellée au sol). Les enseignes numériques sont interdites hors agglomération.



Exemple d'enseigne numérique installée au mur.

3. Règles d'extinction nocturnes des enseignes

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 6 heures, lorsque l'activité a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

4. Les enseignes et pré-enseignes temporaires

Les enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Elles sont limitées à 3 par manifestations.

Leur format rectangulaire est limité à 1m sur 1,50m.

5. Les enseignes au sol de moins de 1m²

Règle de densité : Il est autorisé 3 enseignes au sol de moins de 1m² maximum par activité.

6. Les enseignes en façade

Pour rappel, la RNP encadre les surfaces maximales des enseignes installées en façade en imposant que la surface cumulée de ces enseignes soit inférieure à :

- 25% de la surface de la façade commerciale, si celle-ci est inférieure à 50m²
- 15% de la surface de la façade commerciale, si celle-ci est supérieure à 50m².

Chapitre 3 : Dispositions relatives à chaque zone de publicité

I. ZP0 - Espaces de nature à préserver situés à l'intérieur de l'agglomération

1. Délimitation de la ZP0

Cette zone délimite les secteurs de préservation des espaces naturels, situés à l'intérieur des limites d'agglomération, à savoir :

- les principaux parcs et jardins, espaces boisés classés protégés en lien avec le PLUi
- les zones naturelles et agricoles situées en agglomération

Il s'agit de préserver ces espaces de tous dispositifs publicitaires pouvant nuire au cadre de vie et ainsi maintenir les perspectives existantes de qualité sur les espaces ouverts en milieu urbain.

2. Règles spécifiques relatives aux publicités

Toute forme de publicité est interdite en ZP0.

Seules les pré-enseignes temporaires type chevalets mobiles ou kakemono (dans une limite de 1,5 m² par face) restent autorisées pour les activités qui pourraient y avoir lieu.

3. Règles spécifiques relatives aux enseignes

Les enseignes murales en façade sont autorisées en ZP0.

Les enseignes scellées au sol sont interdites, exceptées les enseignes mobiles type chevalets ou kakemonos. Elles sont limitées en format à 1,5m² par face à 1 chevalet par lieu d'activité.

Les enseignes en toiture, les enseignes lumineuses et enseignes numériques sont interdites.

- **Enseignes en bandeau :**

L'enseigne à plat doit être plus longue que large. Sa hauteur maximum est limitée à 80 cm. Le lettrage est limité en hauteur à 50 cm.

- **L’enseigne perpendiculaire à la façade :**

Elles sont aussi dites en drapeau ou en potence, Elles ne peuvent excéder 80 cm x 80 cm et 10 cm d’épaisseur.

Des adaptations de la règle pour les enseignes perpendiculaires traditionnelles et figuratives, à l’ancienne en fer forgé, en formes découpées sont autorisées.



- **L’enseigne sur clôture**

Les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement sur les murs de clôture et clôture aveugles à hauteur d’une enseigne par voie ouverte à la circulation publique bordant l’activité et d’une surface inférieure à 1 m².

II. ZP1 - Centre-ville d'Yvetot et centres-bourgs patrimoniaux et commerçants

1. Délimitation de la ZP1

Cette zone délimite les secteurs urbains centraux à protéger, notamment en raison de la qualité architecturale des bâtiments et de la présence de monuments historiques pour certaines communes. Ces secteurs se caractérisent par une densité de petits commerces et sont très fréquentés par les piétons.

L'objectif est de préserver un cadre urbain et paysager de qualité à la fois sur la qualité des espaces publics et sur la qualité des enseignes des commerces de proximité.

La délimitation de la zone de publicité des secteurs centraux s'appuie sur les formes urbaines et les îlots parcellaires cohérents et inclue les petits commerces existants.

Les communes sur lesquelles sont identifiées des ZP1 :

ZP1a :

- Yvetot : la ZP1 correspond à la zone urbaine ancienne historique élargie aux principales voies de desserte.

ZP1b :

- Allouville-Bellefosse : le secteur inclut tout le centre-ville en évolution (intégration du futur éco quartier au Sud-Est du bourg).
- Croix-Mare
- Saint-Clair-sur-les-Monts
- Sainte-Marie-des-Champs
- Saint-Martin-de-l'If (Fréville)

2. Règles spécifiques relatives aux publicités

Les publicités murales sont interdites.

Seule la publicité scellée au sol supportée par le mobilier urbain à titre accessoire (de type abris-bus, sucette), est autorisée. Celle-ci est de petit format et limitée à 2m² par face et une hauteur maximale de 3m au-dessus du sol.

En ZP1a uniquement est également autorisée la publicité sur mobilier urbain lumineux ou numérique. Celle-ci est de petit format et limitée à 2m² de surface utile par face et une hauteur maximale de 3m au-dessus du sol.

Les pré-enseignes temporaires type chevalets mobiles ou kakemono restent autorisées pour les activités qui pourraient y avoir lieu. Elles font l'objet préalablement d'une autorisation du

Maire via d'une convention d'occupation du domaine public. Elles sont limitées en format à 1,5m² par face à 1 chevalet par lieu d'activité.

La publicité sur palissade de chantier est autorisée selon les conditions définies dans les dispositions générales.

3. Règles spécifiques relatives aux enseignes

- **Typologie des enseignes autorisées en ZP1**

Seules les enseignes en façade sont autorisées en ZP1 (en bandeau, à plat, sur auvents ou marquises ou perpendiculaires, en drapeau ou en potence, ...).

Les enseignes scellées au sol sont interdites, exceptées les enseignes mobiles type chevalets ou kakemonos. Elles sont limitées en format à 1,5m² par face à 1 chevalet par lieu d'activité.

Les enseignes en toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

Les enseignes lumineuses sont autorisées selon les conditions définies dans les dispositions générales.

Les enseignes numériques sont interdites.

Les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement sur les murs de clôture et clôture aveugles à hauteur d'une enseigne par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité et d'une surface inférieure à 1 m².

- **Respect de l'architecture**

La devanture et l'enseigne doivent tenir compte des caractéristiques de l'architecture existante : le rez-de-chaussée des immeubles doit être composé en fonction des étages.

La vitrine commerciale doit, dans toute la mesure du possible, respecter les axes de baie de l'étage et leurs proportions. Les éléments architecturaux ne devront pas être masqués ou recouverts.

Si la devanture couvre plusieurs rez-de-chaussée d'immeubles, on respectera les hauteurs respectives de chaque rez-de-chaussée, même s'ils sont différents (pas de bandeau filant sur plusieurs immeubles).

L'occupation de l'activité commerciale sur plusieurs niveaux doit se traduire par une devanture et des enseignes **uniquement au rez-de-chaussée**. On pourra rappeler à l'étage l'activité commerciale par une simple signalisation apposée sur les baies ou les lambrequins (ex : hôtels, commerces sur plusieurs étages, bureaux, etc...). Pour les activités situées uniquement à l'étage une enseigne en bandeau sera permise en respectant le format de la zone.

Respect des rythmes horizontaux :

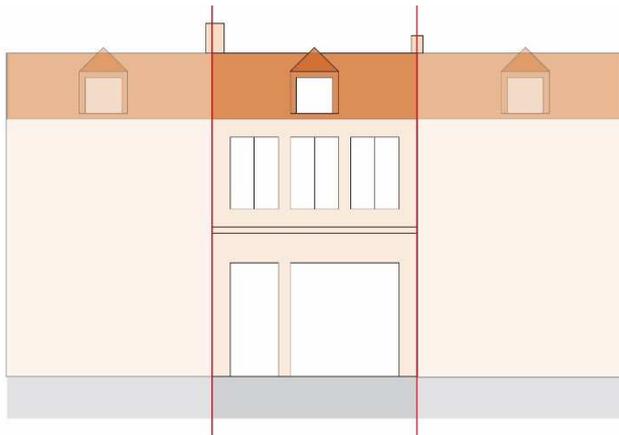
Toutes les formes d'enseignes en façade doivent être implantées dans le niveau du rez-de-chaussée.



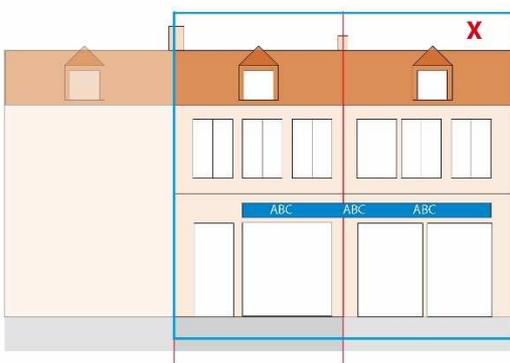
Respect des rythmes verticaux : L'implantation des enseignes en façade doit respecter le rythme donné par la disposition des creux et des pleins et autres caractéristiques architecturales du bâtiment.



Respect du parcellaire : L'enseigne doit être implantée strictement là où l'activité s'exerce, elle ne peut déborder sur les immeubles voisins. Si une même activité occupe plusieurs immeubles mitoyens, alors l'enseigne doit respecter leur individualité et ne pas s'étendre d'un immeuble à l'autre.



L'enseigne ABC occupe deux immeubles mitoyens :



- **Qualité des enseignes et composition des devantures :**

La devanture commerciale est l'ensemble des éléments architecturaux qui composent la façade d'un commerce : la vitrine, la porte, l'enseigne, le système de fermeture, l'éclairage et les couleurs.

Les enseignes et devantures devront être réalisés avec des matériaux de qualité.

Les couleurs sont à composer avec soin, de manière à les harmoniser avec les teintes générales de l'environnement. Les enseignes utilisant des couleurs fluorescentes sont interdites. L'harmonie des couleurs entre enseignes et menuiseries du bâtiment devra être recherchée.

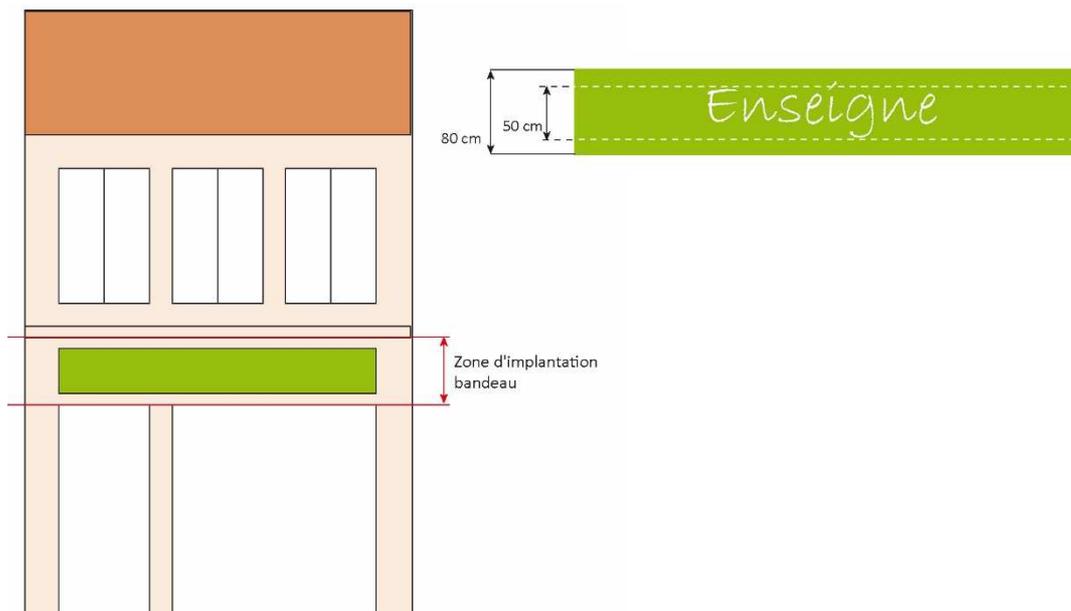
- L'enseigne en bandeau, ou à plat



Les enseignes peuvent être inscrites à plat sur la façade mais doivent être composées de lettres découpées sur des bandeaux lorsque le matériau s'y prête (bois, acier, contre-plaqué), peintes ou détachées en saillie. On ne peut pas peindre l'enseigne directement sur le mur de la façade.

Lettres peintes	Lettres en relief

Elles doivent être appliquées sur la devanture, sans dépasser la surface commerciale, et sous la corniche supérieure du rez-de-chaussée.



- **L'enseigne perpendiculaire à la façade**

Elles peuvent être exécutées soit en tôle découpée, peintes sur des matériaux transparents ou d'autres matériaux contemporains. Il sera toujours recherché un maximum de légèreté.

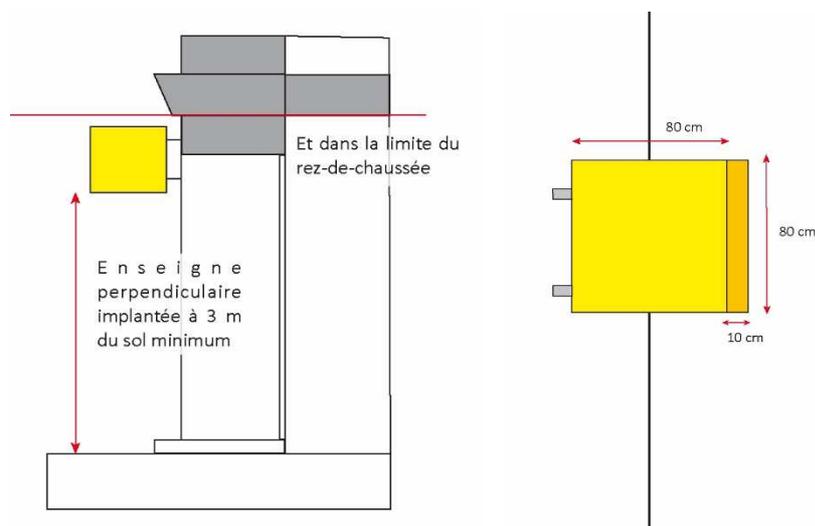
Elles sont aussi dites en drapeau ou en potence, leurs dimensions ne peuvent excéder 80 cm x 80 cm et 10 cm d'épaisseur.

Elles devront être posées à une hauteur minimum de 3m au-dessus du trottoir et toujours dans la hauteur du rez-de-chaussée (la limite haute maximum correspondant à l'allège basse des fenêtres), sauf impossibilité technique.

Des adaptations de la règle pour les enseignes perpendiculaires traditionnelles et figuratives, à l'ancienne en fer forgé, en formes découpées sont autorisées.



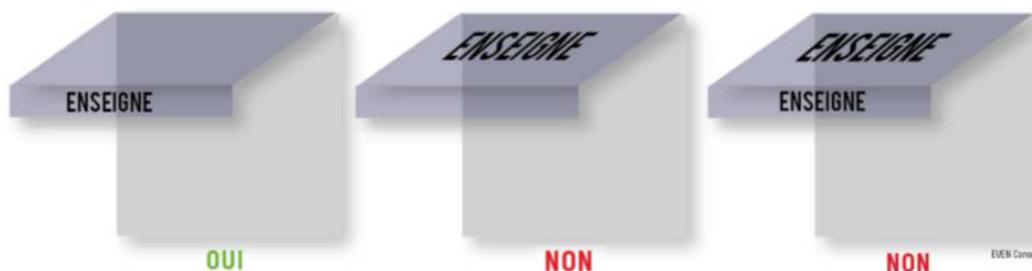
Elles sont limitées à une enseigne perpendiculaire par lieu d'activité commerce. Toutefois, si le lieu d'activité est à l'angle de deux rues, il est accepté qu'il en soit posé une seconde.



- **L'enseigne sur stores et lambrequin.**

Les stores doivent être véritablement justifiés par l'ensoleillement, par la protection des intempéries pour les clients et la protection des produits (type fleurs).

Les inscriptions commerciales sont possibles uniquement sur les lambrequins.



III. ZP2 – Les secteurs résidentiels

1. Délimitation de la ZP2

Ce secteur à vocation principale d'habitat exclut les secteurs d'activités et commerciaux existants. La publicité y est peu présente aujourd'hui et la volonté est de conserver cet espace en l'état, sans dispositif de grande dimension, pour préserver le cadre de vie résidentiel.

Le périmètre comprend toutes les zones urbanisées à vocation résidentielles situées à l'intérieur des limites de l'agglomération, excepté les centralités classées en ZP1 et les zones d'activités et grands axes classés en ZP3.

2. Règles spécifiques relatives aux publicités

Les publicités murales sont autorisées. Leur surface totale maximale est de 4m². Sur la commune de Yvetot, la surface totale est de 5,5m².

Seule la publicité scellée au sol supportée par le mobilier urbain à titre accessoire (de type abris-bus, sucette), est autorisée. Celle-ci sera alors de petit format et limitée à 2m² de surface utile par face et une hauteur maximale de 3m au-dessus du sol.

Les pré-enseignes temporaires type chevalets mobiles ou kakemono restent autorisées pour les activités qui pourraient y avoir lieu. Elles font l'objet préalablement d'une autorisation du Maire via d'une convention d'occupation du domaine public. Elles sont limitées en format à 1,5m² par face à 1 chevalet par activité.

La publicité lumineuse par projection ou transparence et numérique est interdite.

La publicité sur palissade de chantier est autorisée sous conditions (voir dispositions générales).

3. Règles spécifiques relatives aux enseignes

- **Typologie des enseignes autorisées en ZP2**

Seules les enseignes en façade (en bandeau, à plat, sur auvents ou marquises ou perpendiculaires, en drapeau ou en potence, ...) et au sol sont autorisées.

Les enseignes en toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

Les enseignes lumineuses et numériques sont interdites.

Les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement sur les murs de clôture et clôture aveugles à hauteur d'une enseigne par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité et d'une surface inférieure à 1 m².

- **Respect de l'architecture**

La devanture et l'enseigne doivent tenir compte des caractéristiques de l'architecture existante : le rez-de-chaussée des immeubles doit être composé en fonction des étages.

La vitrine commerciale doit, dans toute la mesure du possible, respecter les axes de baie de l'étage et leurs proportions. Les éléments architecturaux ne devront pas être masqués ou recouverts.

Si la devanture couvre plusieurs rez-de-chaussée d'immeubles, on respectera les hauteurs respectives de chaque rez-de-chaussée, même s'ils sont différents (pas de bandeau filant sur plusieurs immeubles).



L'occupation de l'activité commerciale sur plusieurs niveaux doit se traduire par une devanture et des enseignes **uniquement au rez-de-chaussée**. On pourra rappeler à l'étage l'activité commerciale par une simple signalisation apposée sur les baies ou les lambrequins (ex : hôtels, commerces sur plusieurs étages, bureaux, etc...).

Les cadres apparents des devantures commerciales, caractéristiques de l'époque de la reconstruction, ne devront en aucun cas être démontés ni recouverts, mais être mis en valeur dans leur aspect d'origine. Leur mise en couleur pourra être admise dans certains cas, en fonction du contexte.

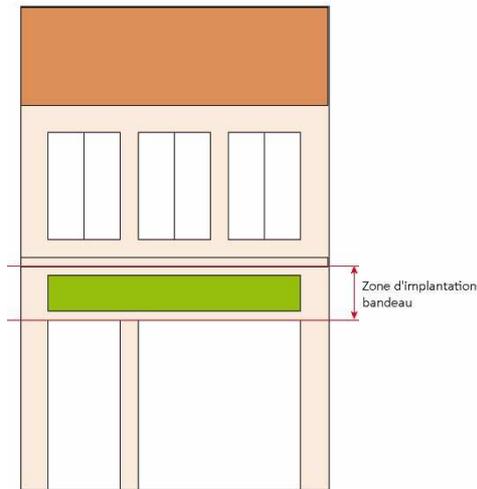
- **Qualité des enseignes et composition des devantures :**

La devanture commerciale est l'ensemble des éléments architecturaux qui composent la façade d'un commerce : la vitrine, la porte, l'enseigne, le système de fermeture, l'éclairage et les couleurs.

Les enseignes et devanture devront être réalisés avec des matériaux de qualité.

Les couleurs sont à composer avec soin, de manière à les harmoniser avec les teintes générales de l'environnement. Il convient d'éviter l'emploi de plusieurs couleurs sur une même devanture (pas plus de 4 couleurs). Les enseignes utilisant des couleurs fluorescentes sont interdites. L'harmonie des couleurs entre enseignes et menuiseries du bâtiment devra être recherchée.

- **L’enseigne en bandeau, ou à plat**



Les enseignes peuvent être inscrites à plat sur la façade mais doivent être composées de lettres découpées sur des bandeaux lorsque le matériau s’y prête (bois, acier, contre-plaqué), peintes ou détachées en saillie.

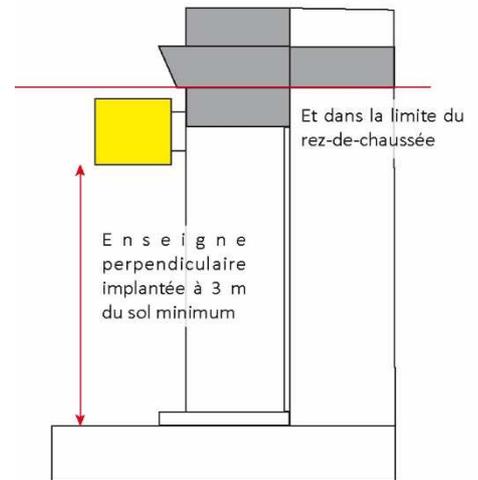
Elles doivent être appliquées sur la devanture, sans dépasser la surface commerciale, et sous la corniche supérieure du rez-de-chaussée.

- **L’enseigne perpendiculaire à la façade**

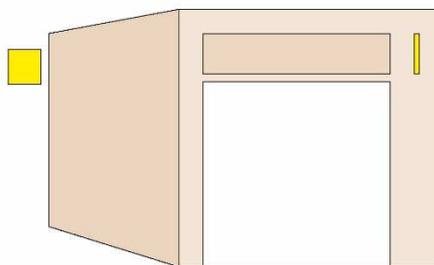
Elles peuvent être exécutées soit en tôle découpée, peintes sur des matériaux transparents ou d’autres matériaux contemporains. Il sera toujours recherché un maximum de légèreté.

Elles sont aussi dites en drapeau ou en potence, leurs dimensions ne peuvent excéder 80 cm x 80 cm et 10 cm d’épaisseur.

Elles devront être posées à une hauteur minimum de 3m au-dessus du trottoir et toujours dans la hauteur du rez-de-chaussée (la limite haute maximum correspondant à l’allège basse des fenêtres).



Des adaptations de la règle pour les enseignes perpendiculaires traditionnelles et figuratives, à l’ancienne en fer forgé, en formes découpées sont autorisées.

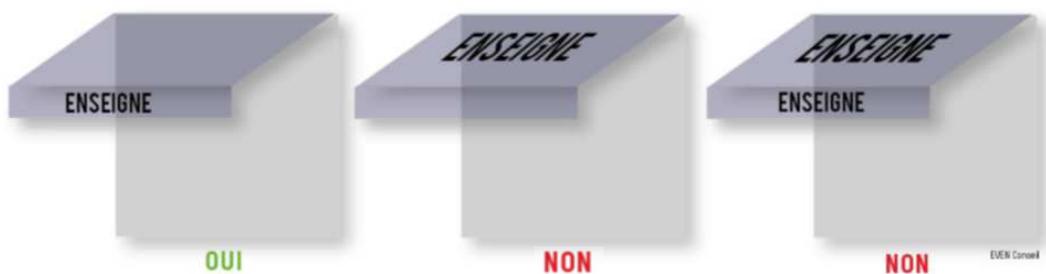


Elles sont limitées à une enseigne perpendiculaire par commerce et doivent être posées en limite de propriété. Toutefois, si le commerce est à l’angle de deux rues, il est accepté qu’il en soit posé une seconde.

- **L’enseigne sur stores et lambrequin.**

Les stores Ils doivent être véritablement justifiés par l’ensoleillement, par la protection des intempéries pour les clients et la protection des produits (type fleurs).

Les inscriptions commerciales sont possibles uniquement sur les lambrequins.



- **Enseignes au sol**

Les enseignes scellées au sol sont autorisées, leur surface maximum (cadre compris) est de 6m². La hauteur maximale autorisée est de 3m.

IV. ZP3 - Les grands axes et les principales zones d'activités

1. Délimitation de la ZP3

Cette zone délimite les principaux axes : pénétrantes d'entrée de ville et traversées du cœur d'agglomération (Valliquerville, Yvetot, Sainte-Marie), ainsi que les principales zones d'activités du territoire.

Cette zone comprend 3 secteurs :

- ZP3a : zones situées dans Yvetot
- ZP3b : zones situées dans les autres communes
- ZP3c : sur la zone d'activité d'Auzebosc située hors agglomération

Ces sous-secteurs sont rendus obligatoires par le seuil démographique séparant Yvetot et les autres communes de l'agglomération. Ainsi les publicités au sol sont autorisées sur Yvetot au sein de la ZP3a, mais interdites en ZP3b. La ZP3c ne peut quant à elle accueillir aucune publicité, puisqu'installée au-delà des limites d'agglomération. Malgré la possibilité d'un format supérieur sur Yvetot (12m²), la surface maximale pour les enseignes au sol est fixée à 6m² sur l'ensemble du territoire, afin d'assurer une cohérence de traitement des enseignes au sein des zones d'activités.

Les axes de transit et de desserte représentent des vitrines pour les zones d'activités commerciales et artisanales, ils sont donc le lieu privilégié de l'expression publicitaire mais ils jouent également un rôle dans la découverte touristique du territoire. Il s'agira dans ces secteurs de maîtriser la densité et le format des dispositifs (pré-enseignes et publicités et enseignes au sol notamment) en vue de faciliter la lecture globale des informations routières (signalétique directionnelle) et surtout de préserver les premières images et façades urbaines perçues depuis les entrées de ville.

Le périmètre comprend les principales zones d'activités de Valliquerville, Yvetot et Sainte-Marie.

Pour les grands axes figurant au plan, la zone à considérer correspond à une bande tampon de 20m d'épaisseur, tracée à partir de la limite du domaine public.

2. Règles spécifiques relatives aux publicités

Toute forme de publicité est interdite en ZP3c.

Les publicités murales sont autorisées. Leur surface totale maximale est de 4m². La surface totale (cadre compris) est de 5.5m² maximum en ZP3a.

La publicité scellée au sol est autorisée uniquement sur la commune de Yvetot (ZP3a) et interdite sur les autres communes de la CCYN. Leur surface totale est de 10.5m² maximum, avec une surface utile maximale fixée à 8m².

La publicité au sol sur mobilier urbain à titre accessoire (de type abris-bus, sucette), est autorisée.

La publicité lumineuse par projection ou transparence est autorisée. La publicité numérique est interdite.

Les bâches sont autorisées uniquement sur la commune de Yvetot (ZP3a) et sont soumises à autorisation du Maire. Elles sont limitées à une surface maximale de 8m².

La publicité sur palissade de chantier est autorisée selon les conditions définies dans les dispositions générales.

3. Règles spécifiques relatives aux enseignes

- **Enseignes au sol**

Les enseignes scellées au sol sont autorisées, leur surface maximum (cadre compris) est de 6m².

- **Densité des enseignes au sol**

Les enseignes des magasins présents dans un même immeuble (ex : galerie marchande) seront indiquées sur des dispositifs au sol commun de type totem ou dispositif modulaire. Chaque enseigne disposera de la même surface sur ce dispositif commun.



Exemple de totem



Exemple de dispositif modulaire



Exemple de dispositif regroupant des préenseignes

- **Enseignes numériques**

Les enseignes numériques sont interdites en ZP3c. En ZP3a et ZP3b, la superficie maximum (cadre compris) est de 6m², qu'elles soient implantées au sol ou en façade.

- **Enseignes sur clôture**

Les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement sur les murs de clôture et clôture aveugles à hauteur d'une enseigne par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité et d'une surface inférieure à 3 m².

- **Enseigne en toiture**

La hauteur des enseignes est limitée au maximum à 1/5^{ème} de la hauteur du bâtiment, sans jamais dépasser 3 mètres.

Chapitre 4 : Synthèse des principales règles selon les zones de publicité

1. Règles spécifiques relatives aux publicités

	ZP0 – Espaces naturels	ZP1 centre Yvetot et bourgs patrimoniaux	ZP2 - Zones résidentielles	ZP3 Grands axes et Zones d'activités Hors ZP3c
Mur	Interdite	Interdite	Surface totale =4m ² Surface totale =5.5m ² sur Yvetot	Surface totale = 4m ² ZP3a : Surface totale 5.5m ²
Scellée au sol	Interdite	Interdite	Interdite	ZP3 a : Yvetot : Autorisée – Stot = 10.5m ² max ZP3b : Autres communes : Interdite
Posée au sol	Chevalets, kakemonos autorisés avec une surface maximale de 1.5m ² .	Chevalets, kakemonos autorisés avec une surface maximale de 1.5m ² .	Chevalets, kakemonos autorisés avec une surface maximale de 1.5m ² .	Chevalets, kakemonos autorisés avec une surface maximale de 1.5m ² .
Mobilier urbain	Interdite	Surface utile = 2m ² , Hmax : 3m (sucettes, abris-bus)	Surface utile = 2m ² Hmax : 3m (sucettes, abris-bus)	Surface utile = 2m ² , Hmax : 3m (sucettes, abris-bus)
Lumineuses	Interdite	Autorisée sur mobilier urbain - S = 2m ² max	Interdite	Autorisée
Numérique	Interdite	Uniquement Yvetot (ZP1a) : Autorisée sur mobilier urbain - S = 2m ² max, Hmax : 3m	Interdite	Interdite
Bâches	Interdite	Interdite	Interdite	Autorisée uniquement sur Yvetot 8m ² maximum
Palissade de chantier	Interdite	Autorisée	Autorisée	Autorisée

2. Règles spécifiques relatives aux enseignes

	ZP0 nature	ZP1 centre Yvetot et bourgs patrimoniaux	ZP2 résidentielle	ZP3 Grands axes et Zones d'activités
Toiture	interdite	interdite	interdite	Admise (en lettres découpées) Hauteur = 1/5 ^{ème} de la hauteur du bâtiment, 3 mètres maximum
Sol	interdites, exceptés petits dispositifs mobiles de 1,5 m ² par face (type chevalet, kakemono)	interdites, exceptés petits dispositifs mobiles de 1,5 m ² par face (type chevalet, kakemono)	6m ² max Hauteur max = 3m	6m ² max Hauteur max = 6,5m ou 8m
Murale en façade	Façade : lettre 50cm, bandeau : 80cm Perpendiculaire : 0,80x0,80 et 10 cm d'épaisseur	Façade : lettre 50cm, bandeau : 80cm Perpendiculaire : 0,80x0,80 et 10 cm d'épaisseur	Façade : lettre 50cm, bandeau : 80cm Perpendiculaire : 0,80x0,80 et 10 cm d'épaisseur	RNP
Sur clôture	1 par voie bordant l'activité, 1m ²	1 par voie bordant l'activité, 1m ²	1 par voie bordant l'activité, 1m ²	1 par voie bordant l'activité, 3m ²
Lumineuse	interdite	autorisée	interdite	autorisée
Numérique	interdite	interdite	interdite	6m ² (hors ZP3c)

Chapitre 5 : Annexes

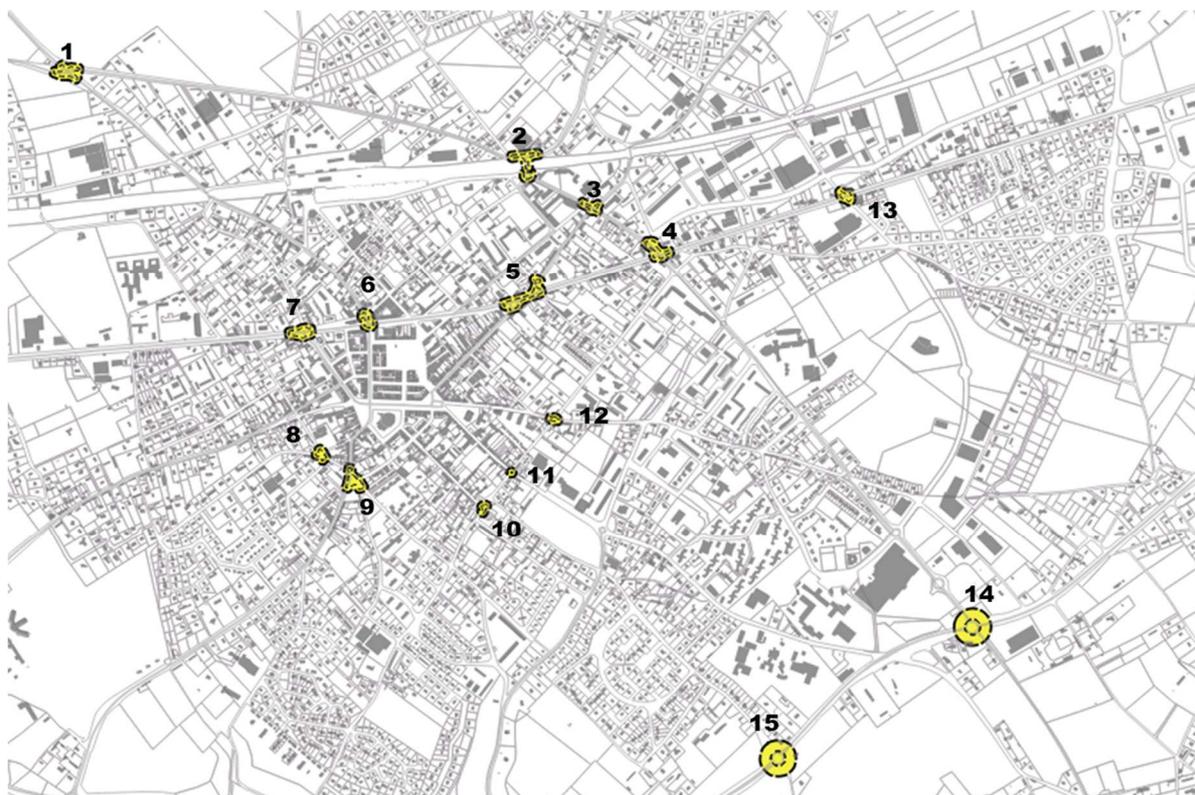
1. Les zones tampons : giratoires et carrefours

1.1. Rappel des règles :

Sont interdites au sein de la zone tampon (10m ou 30m).

- Les dispositifs scellés au sol (publicités, pré enseignes) d'une surface totale supérieure à 2m²
- Les enseignes numériques.

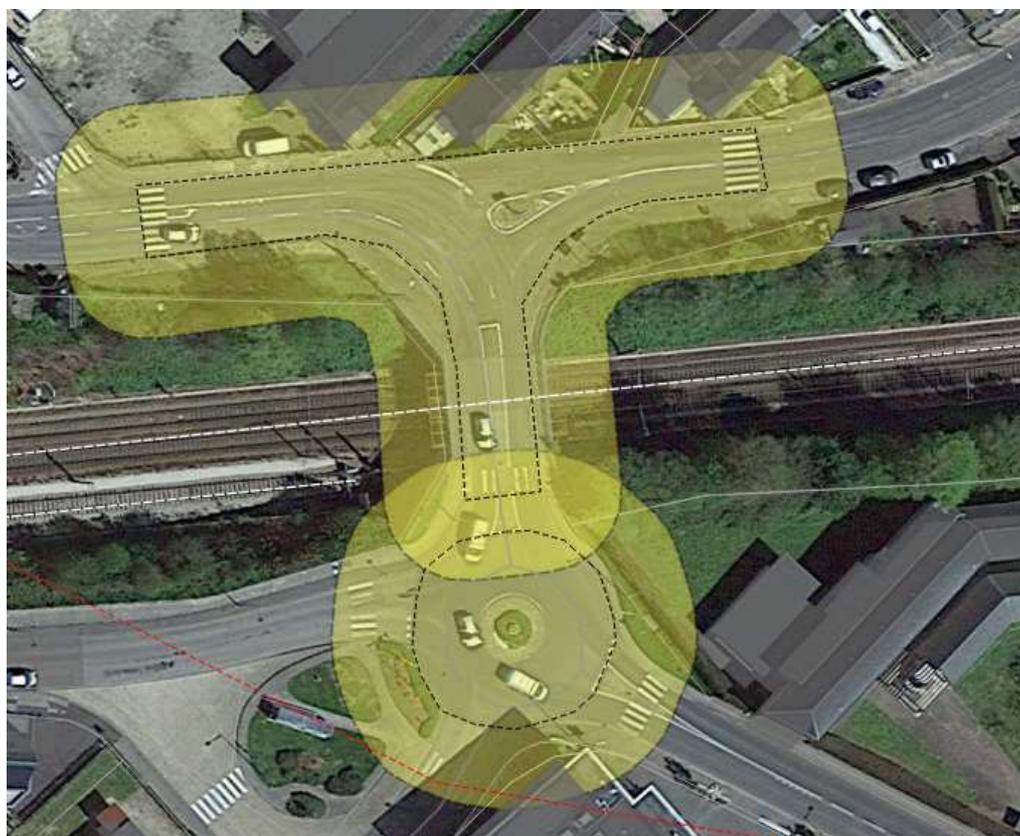
1.2. Carte des carrefours et giratoires concernés



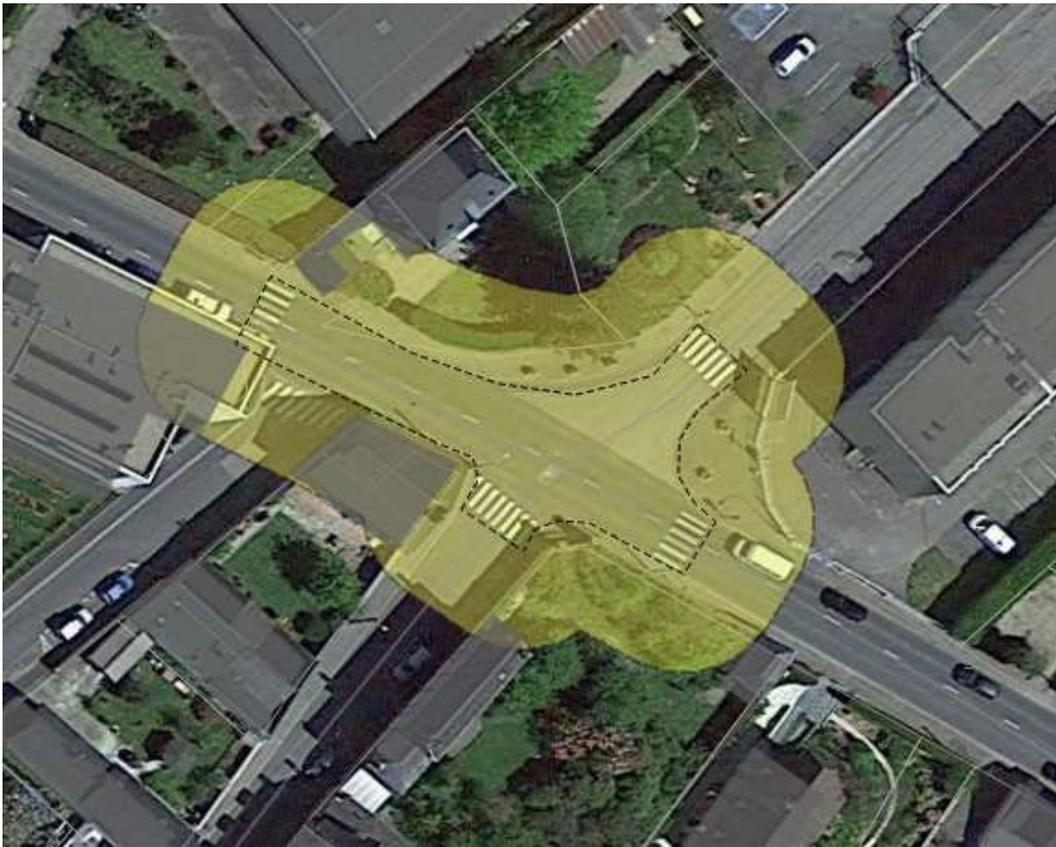
1.3. Zoom sur chaque zone tampon



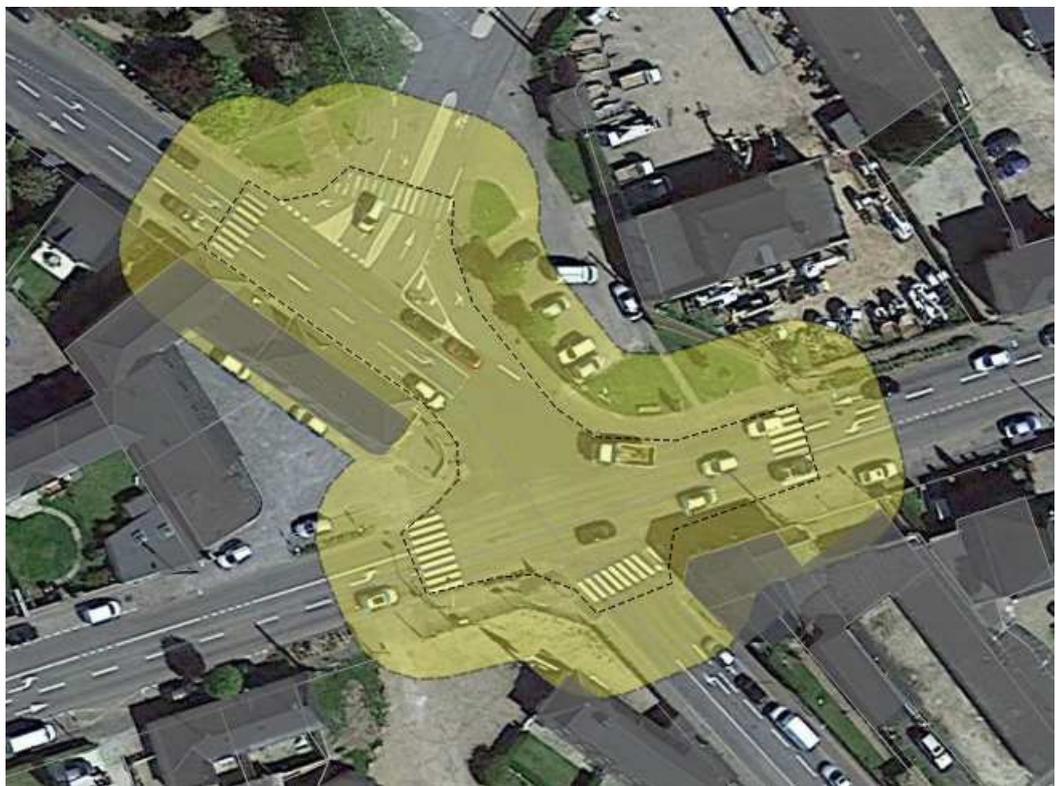
1



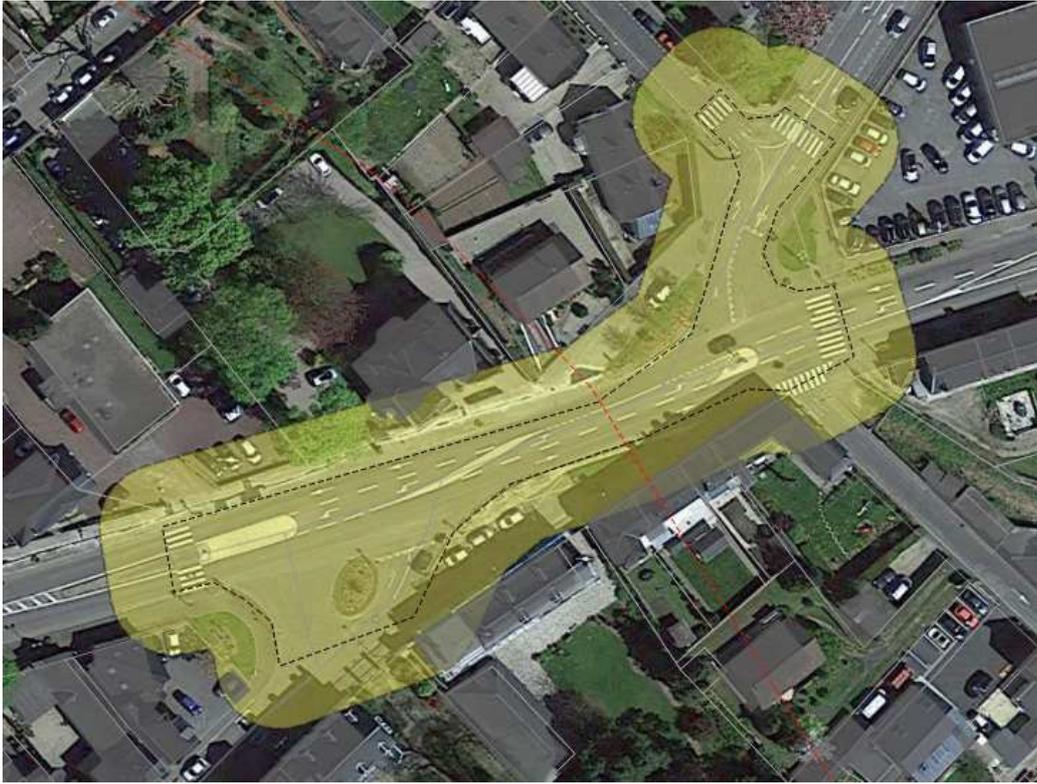
2



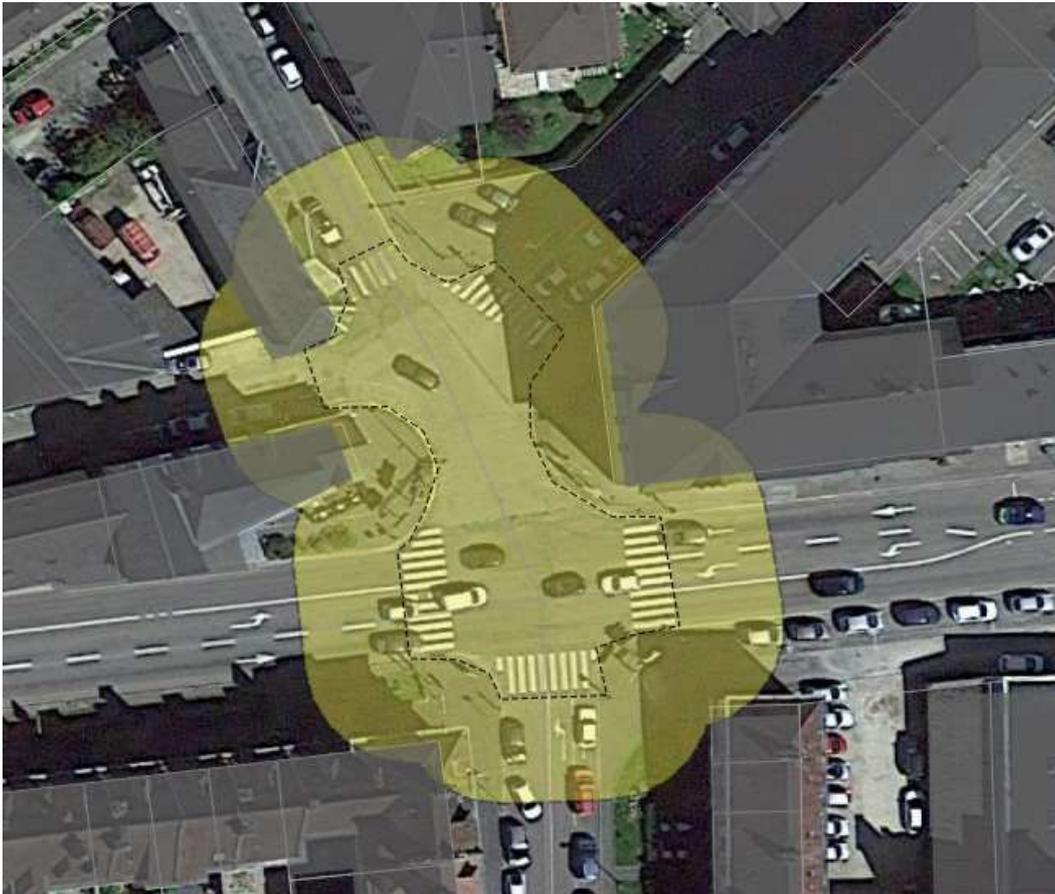
3



4



5



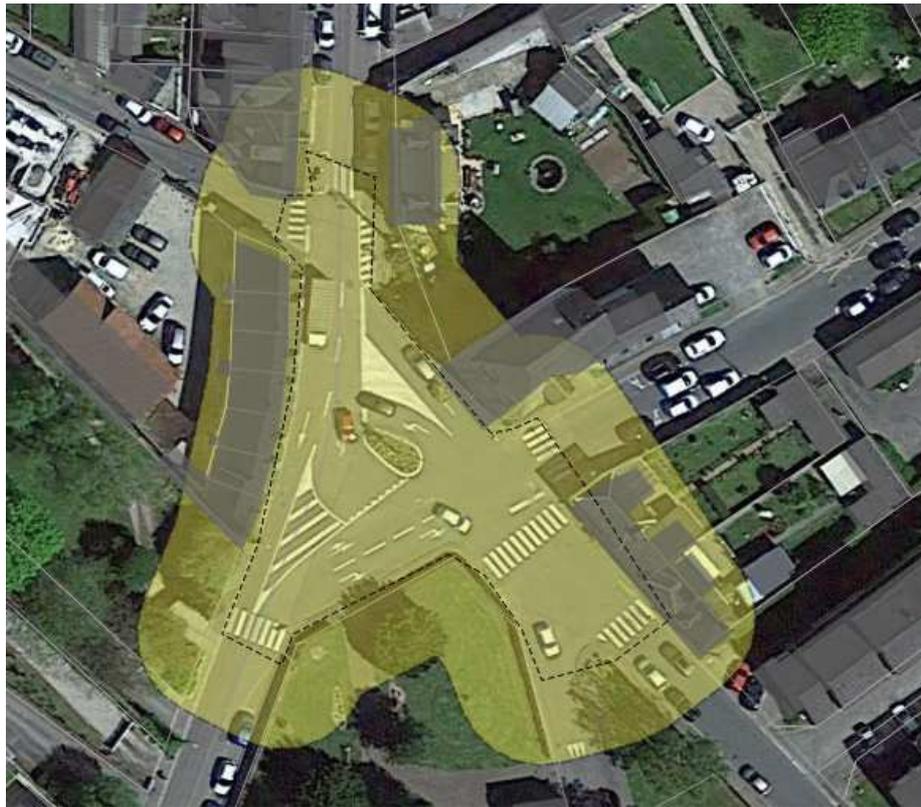
6



7



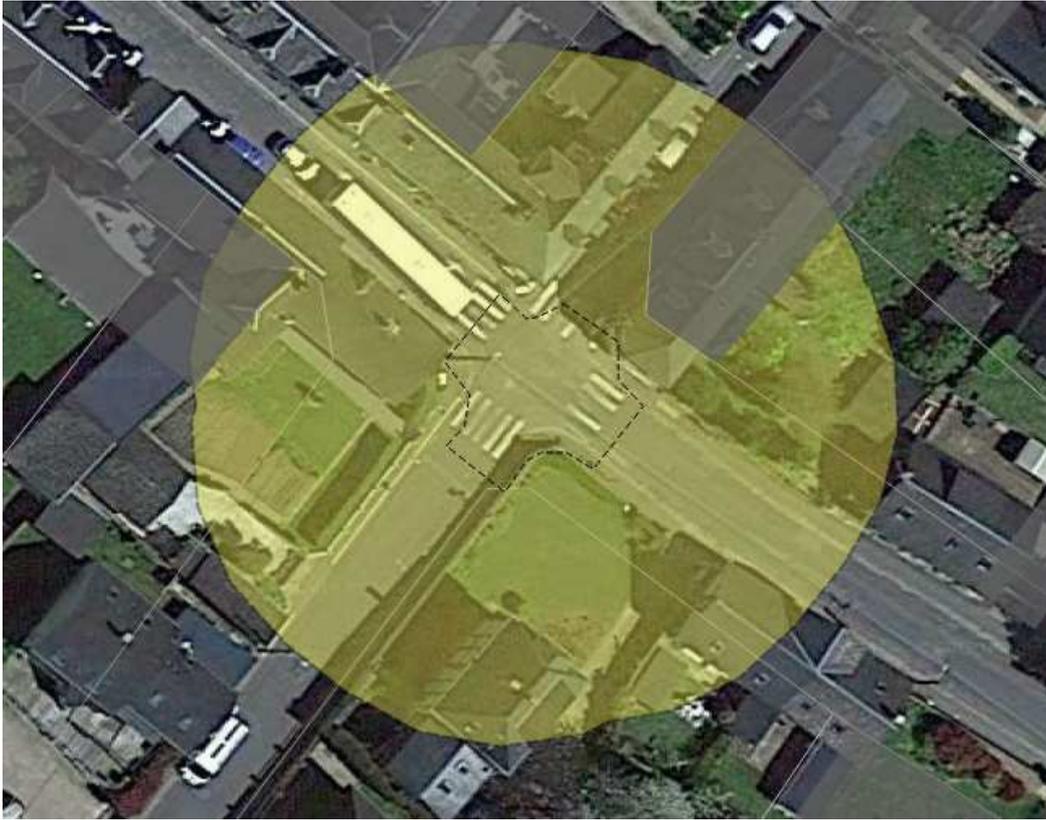
8



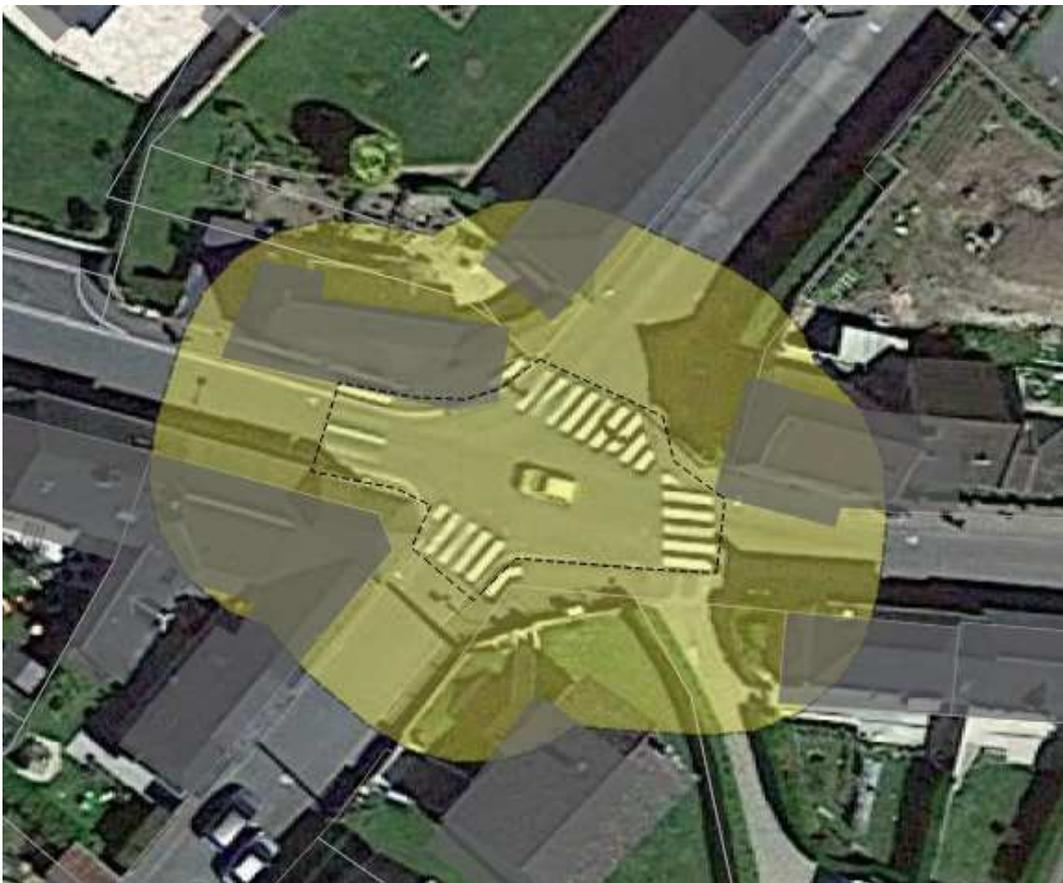
9



10



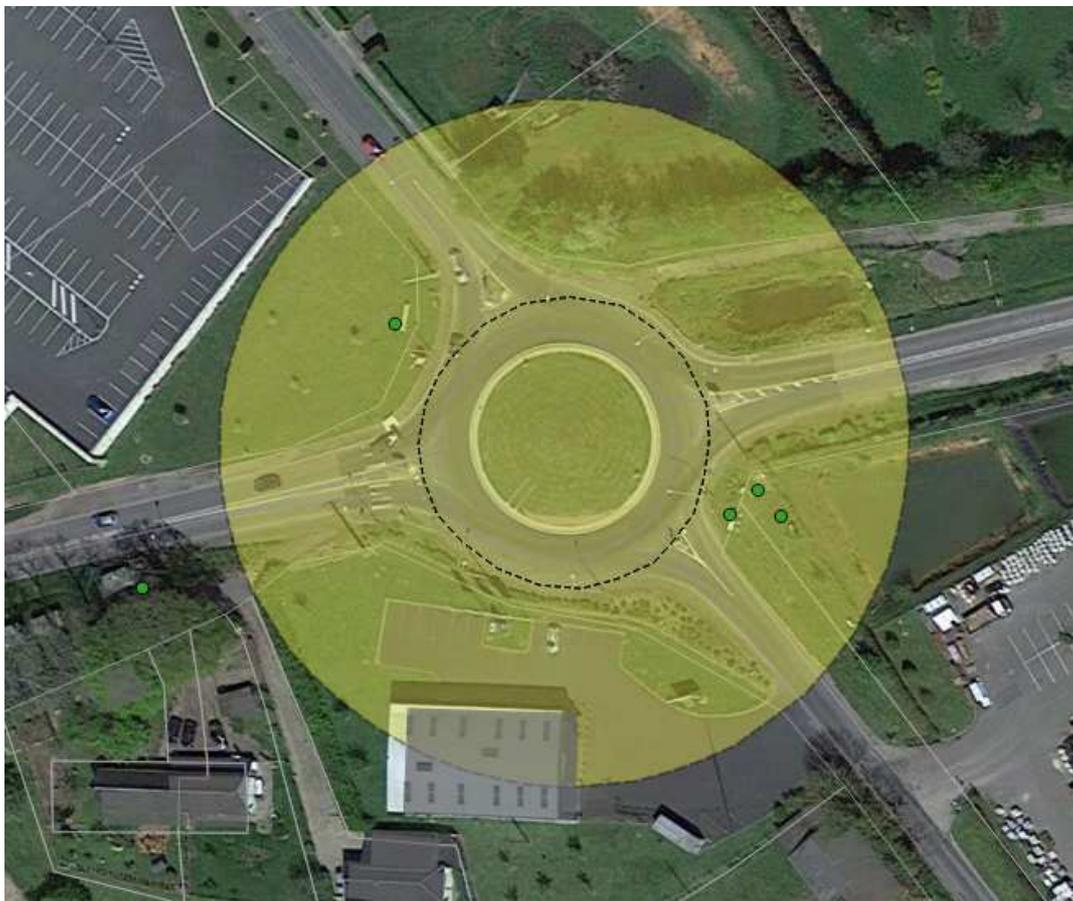
11



12



13



14



15

2. Lexique

Les termes faisant l'objet d'une définition réglementaire ou législative nationale sont applicables dans le cadre du Règlement Local de Publicité communal sous réserve d'une éventuelle évolution législative ou réglementaire de ces définitions.



Activités culturelles : sont qualifiées comme telles : les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants, ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

Agglomération :

On distingue deux notions d'agglomération :

- **notion géographique**

Au sens de l'article R.110-2 du Code de la Route : « 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. » Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

La notion géographique détermine les limites d'agglomérations : au-delà des panneaux toute publicité et pré-enseignes est interdite (hors pré-enseignes dérogatoires).

- **notion démographique**

Le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée. Le décompte de la population s'établit dans les limites de la commune.

La notion démographique (seuil des 10 000 habitants) fixe le cadre des règles nationales qui s'imposent à la commune

Alignement : limite du domaine public routier par rapport aux propriétés riveraines

Allège : pan de mur léger ou panneau compris entre un vitrage et le plancher.

Auvent : avancée en matériaux durs en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture, dont l'objet est de protéger des intempéries.

Bâche

Au sens de l'article R.581-53 du Code de l'environnement :

- **bâche de chantier** : se dit d'une bâche comportant de la publicité installée sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

- **bâche publicitaire** : se dit d'une bâche comportant de la publicité et qui n'est pas une bâche de chantier.



Baie : toute ouverture vitrée pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc).

Bandeau de façade : terme désignant la bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.



Balconnet : Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.

Cadre d'un dispositif d'affichage : le cadre d'un dispositif publicitaire est la partie du dispositif qui entoure l'affiche (également appelé mouleure).

Caisson lumineux : coffret rigide avec une ou deux faces translucides comportant un dispositif intérieur d'éclairage.

Champ de visibilité :

La protection au titre des « abords des monuments historiques » s'applique à toute publicité visible depuis le monument historique ou visible en même temps que lui et située dans le périmètre de protection. Il convient de distinguer le critère de visibilité directe : vue depuis la publicité vers le Monument Historique et réciproquement de celui de co-visibilité qui induit l'observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le Monument et le dispositif publicitaire. Ces deux critères relèvent de l'appréciation de l'ABF.

Chevalet : élément d'affichage de rue apposé sur le sol. Il permet notamment un communication double face devant une boutique. Généralement installé sur le domaine public (trottoir), il fait l'objet d'une autorisation d'utilisation du domaine public.



Clôture :

Terme désignant toute construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

- **Clôture aveugle** : Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ajourée.
- **Clôture non aveugle** : Se dit d'une clôture constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Coffre (enseigne en) : Support épais et généralement creux permettant notamment d'y installer les dispositifs (câbles...) servant à éclairer les inscriptions apposées sur le coffre.



Corniche : couronnement continu en saillie d'une construction, qui décore et protège la façade.

Devanture commerciale : revêtement de la façade commerciale d'un commerce. Une devanture est constituée de l'ensemble des éléments extérieurs qui expriment la présence d'un commerce sur la façade d'un immeuble : la vitrine, son encadrement, le système de fermeture et l'éclairage.



Devanture menuisée : catégorie de devanture commerciale ; coffrage menuisé en saillie par rapport au nu de la façade.

Déroulant (Panneau) : Dispositif constitué d'un caisson vitré à l'intérieur duquel tourne, sur un axe horizontal ou vertical, un train de plusieurs affiches visibles successivement et éclairées par transparence.

Drapeau (enseigne perpendiculaire) :

Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le côté du dispositif parallèle au mur.



Egout du toit : limite ou ligne basse d'un pan de couverture, vers laquelle ruissellent les eaux de pluie. La ligne d'égout correspond, dans la plupart des cas, à la partie basse d'une gouttière ou d'un chéneau.

Espace public : ensemble des espaces de passage et de rassemblement, qui sont à l'usage de tous et qui relève généralement du domaine public.

Façade : la façade d'une construction s'entend de l'ensemble des murs ou parois de pourtour, pignons inclus. Sont ainsi concernés tous les murs extérieurs d'une construction.

Façade commerciale :

La façade commerciale d'une construction s'entend de l'ensemble des murs ou parois de pourtour, pignons et baies inclus. Sont ainsi concernés tous les murs extérieurs d'une construction (par exemple, ses 4 côtés lorsqu'elle est rectangulaire ou carrée). Les façades latérales ou arrière d'un bâtiment ne sont pas considérées comme des façades commerciales, sauf si elles accueillent des enseignes.

La devanture d'un commerce de centre-ville est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Le décret du 30 janvier 2012 impose aux enseignes apposées sur une façade commerciale une surface maximum (elle est relative et s'exprime en % de la façade commerciale).



Les enseignes perpendiculaires entrent dans le calcul de la surface des enseignes apposées sur une façade commerciale. Le recto et le verso se cumulent.

Façade aveugle : définie dans la réglementation nationale comme étant un mur de bâtiment ne comportant aucune baie, ou au maximum des ouvertures de 0.50m².

Fil d'eau extérieur de la voie : Le fil d'eau désigne le point le plus bas du profil en travers de la chaussée à l'endroit considéré (généralement le caniveau).

Garde-corps : Élément ou ensemble d'éléments format une barrière de protection placée sur les côtés d'un escalier ouvert, ou pourtour d'une toiture-terrasse, d'une toiture, ou d'un balcon, ou tout autre espace accessible et en hauteur.

Immeuble : terme désignant, au sens du code civil, le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

Jambes de force : Une jambe de force est un élément qui sert à soutenir une installation.

Kakemono : support d'affichage publicitaire suspendu verticalement. Au sens strict, un kakemono est une affiche verticale suspendue (kakemono = objet suspendu en japonais). Par extension, le terme désigne également une affiche sur pied portant.

Lambrequin : Ornement pendant et découpé, situé en partie haute d'une fenêtre à l'intérieur de l'ouverture et qui peut servir à dissimuler les volets roulants. C'est également le terme employé pour désigner le tombant d'un store de magasin.



Logo : abréviation de logotype. Terme désignant le signe figuratif d'une marque de fabrique, de commerce ou de service, ainsi que d'un produit ou de son conditionnement.

Marquise : terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Micro-affichage : Majoritairement apposée sur les murs ou vitrines des commerces. Le terme micro-affichage désigne les dispositifs annonçant de la publicité apposés à l'extérieur, sur la façade. Ils sont à différencier des éléments propres aux enseignes. Comme toute autre forme de publicité, l'affichage de petit format est soumis à déclaration préalable.



Mobilier urbain :

Installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers. Le Code de l'environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques. On distingue 5 types de mobilier urbain : abris destinés au public, kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, colonnes porte-affiches, mâts porte-affiches, le mobilier urbain destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques.

Modénature : terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décoorent la façade d'un bâtiment.

Mur aveugle : Se dit d'un mur ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,5 m².

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

Oriflamme : voile imprimée, fixée sur un mât.

Ouverture : percement pratiqué dans un mur.

Palissade de chantier : clôture provisoire constituée de panneaux plans et masquant une installation de chantier.

Parcelle : Unité de base de division du territoire communal telle que figurée au cadastre. Une unité foncière regroupe plusieurs parcelles appartenant à un même propriétaire.

Pavillon : habitation non mitoyenne implantée en retrait du domaine public.

Piedroit : terme synonyme de pilier, désignant les montants verticaux en maçonnerie situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

Porte drapeau : Dispositif apposé au sol composé d'un tissu mobile au vent.

Potence : Dispositif scellé au mur appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le haut du dispositif.

Produits du terroir : expression désignant les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqué dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit.

Publicité murale :

La publicité murale est définie comme toute publicité installée sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité. Ex : palissade, mûr de clôture, mûr de bâtiment...

Rétroéclairage : la source lumineuse est placée derrière l'objet éclairé et permet ainsi d'éclairer en soulignant l'enseigne.

Saillie : terme désignant la distance qui sépare le dispositif débordant et le nu de la façade.

Scellé au sol (ou portatif) : Se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une pré-enseigne ancrée dans le sol au moyen d'un scellement durable (béton par exemple).

Service d'urgence : se dit d'un service public portant secours aux personnes (pompiers, SAMU) ou assurant la sécurité des personnes (police nationale, gendarmerie nationale).

Signalétique d'Information Locale (SIL) : la SIL a pour objectif d'orienter les personnes en déplacement vers les commerces, services, équipements ou points d'intérêts locaux situés à proximité. La SIL constitue une alternative intéressante aux pré-enseignes sauvages et illégales implantée hors agglomération. Ces dispositifs ne sont pas réglementés par le RLP, car ils relèvent non pas du code de l'environnement, mais du code de la route.

Store (ou store-banne)

Il s'agit d'un équipement de protection déroulant, en tissu ou matériau léger, fixé en haut d'une fenêtre et installé dehors pour équiper une entrée de magasin, restaurant, commerce pour la devanture ou la terrasse, et la protéger du soleil ou des intempéries.



Support : terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

Surface totale : correspond à la surface du dispositif publicitaire dans son ensemble (encadrement compris).

Surface utile : correspond à la surface de l'affiche publicitaire (encadrement non compris).

Toiture terrasse : couverture quasiment plate ne comportant que de légères pentes qui permettent l'écoulement des eaux. Pente souvent inférieure à 15%.

Totem : dispositif apposé ou scellé au sol, de forme verticale, sans mât et dont le bas de l'ensemble est plein.

Unité foncière : îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.



Unité urbaine : terme statistique défini par l'INSEE désignant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone bâtie continue (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions), qui compte au moins 2 000 habitants.

L'unité urbaine de Fontainebleau compte les communes de Fontainebleau, Avon, Héricy, Samoreau et Vulaines-sur-Seine. Cette unité urbaine rassemblant moins de 100 000 habitants (36 119 habitants en 2014), elle n'a pas d'impact sur les règles relatives à la publicité extérieure.

Vitrophanie :

Adhésif ou autocollant qui s'applique sur la face intérieure d'une vitrine tout en étant visible de l'extérieur. Ce mot est employé lorsque le motif est réalisé du côté collant. Les adhésifs peuvent être transparents ou opaques. Les publicités et enseignes situées à l'intérieur des magasins, derrière les baies et les vitrines commerciales, n'entrent donc pas dans le champ d'application du code de l'environnement.



Seuls les adhésifs extérieurs sont réglementés par la RNP.

Voie ouverte à la circulation publique : au sens de l'article R.581-1 du Code de l'Environnement, il s'agit d'une voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.