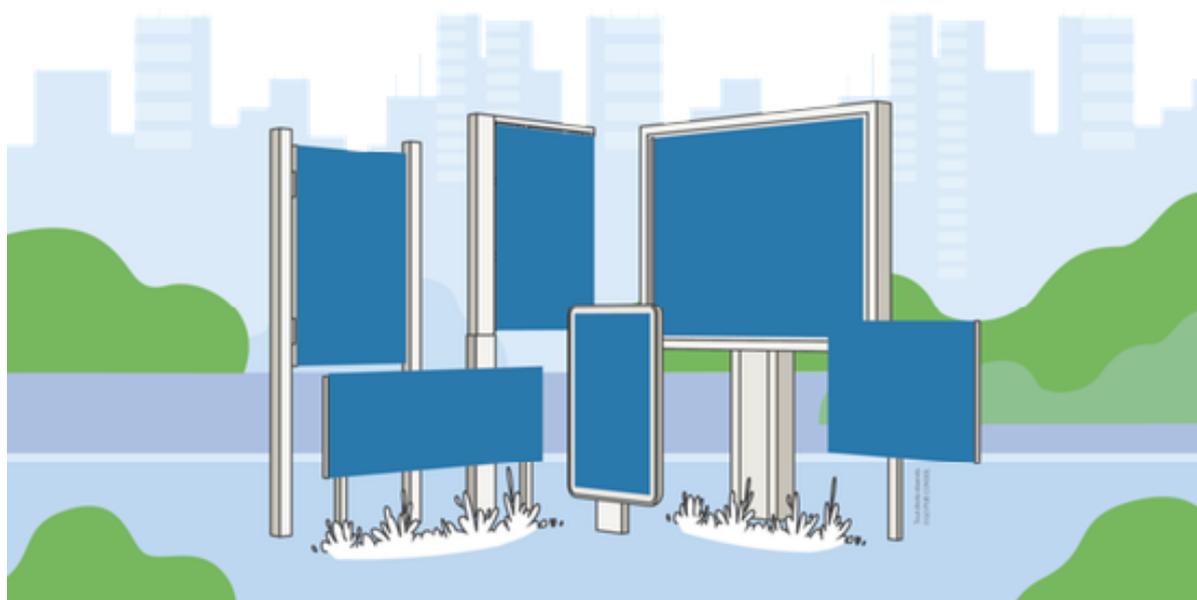


Département de l'Oise

# Commune de Creil

## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Tome 1 : rapport de présentation



### Version pour la concertation



# Sommaire

Tables des abréviations .....	4
Introduction .....	5
<b>I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>8</b>
1. Définitions .....	9
1.1. Le règlement local de publicité.....	9
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement.....	10
1.3. La notion d'agglomération .....	12
1.4. La notion d'unité urbaine.....	13
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire.....	14
2.1. Les interdictions absolues.....	14
2.2. Les interdictions relatives .....	16
3. Les règles applicables au territoire .....	19
3.1. Le Parc naturel régional Oise-Pays de France.....	19
3.2. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires .....	22
3.3. Les règles du code de l'environnement en matière d'affichage d'opinion et de publicité relative aux activités des associations sans but lucratif	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2. Régime des autorisations et déclarations préalables .....	23
2.1. L'autorisation préalable.....	23
2.2. La déclaration préalable.....	23
3. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	24
4. Les délais de mise en conformité .....	24
<b>II. Les enjeux liés au parc d'affichage .....</b>	<b>25</b>
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes.....	25
1.1. Généralités.....	25
1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol .....	30
1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture.....	37
1.4. La densité .....	40
1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain .....	44

1.6.	La publicité sur bâches .....	49
1.7.	Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.....	51
1.8.	Les dispositifs de dimensions exceptionnelles .....	52
1.9.	Les dispositifs installés à l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération .....	53
1.10.	Publicités / préenseignes lumineuses.....	54
2.	Les enjeux en matière d'enseignes .....	59
2.1.	Généralités.....	59
2.2.	Enseignes parallèles au mur .....	62
2.3.	Enseignes sur auvent, marquise ou balcon .....	66
2.4.	Enseigne sur clôture.....	68
2.5.	Enseignes perpendiculaires au mur .....	68
2.6.	La surface cumulée des enseignes .....	73
2.7.	Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol .....	75
2.8.	Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....	80
2.9.	Enseignes lumineuses.....	83
2.10.	Enseignes et préenseignes temporaires .....	86
 <b>III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure .....</b>		<b>88</b>
1.	Les objectifs.....	88
2.	Les orientations .....	89
 <b>IV. Justification des choix retenus .....</b>		<b>91</b>
1.	Le zonage .....	91
2.	Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	94
3.	Les choix retenus en matière d'enseignes .....	96

## Tables des abréviations

ABF	Architecte des bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan local d'urbanisme
PLUi	Plan local d'urbanisme intercommunal
RLP	Règlement local de publicité
RLPi	Règlement local de publicité intercommunal
RNP	Règlement national de publicité
PNR	Parc naturel régional
SIL	Signalisation d'Information Locale
SPR	Site patrimonial remarquable
UDAP	Unités départementales de l'architecture et du patrimoine
ZP	Zone de publicité

## Introduction

La commune de Creil est intégralement située dans le département de l'Oise et compte 35 657 habitants<sup>1</sup>.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression<sup>2</sup>, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

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

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

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « *loi ENE* » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012<sup>3</sup> ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982<sup>4</sup>, afin de transformer les Règlements Locaux de Publicité (RLP), en de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

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

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

---

<sup>1</sup> Données démographiques issues du recensement 2017 de l'INSEE (population totale)

<sup>2</sup> L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

<sup>3</sup> Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

<sup>4</sup> Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

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

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

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 janvier 2021<sup>5</sup>.

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

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU(i) qui est également compétente pour la révision du RLP(i)<sup>6</sup>.

En outre, l'article L.581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré normalement à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune de Creil dispose de la compétence en matière de PLU(i)<sup>7</sup>, l'élaboration du règlement local de publicité lui revient.

---

<sup>5</sup> Article L581-14-3 du code de l'environnement

<sup>6</sup> Article L 581-14 du Code de l'environnement

<sup>7</sup> Article L.5219-5 I. du code général des collectivités territoriales.

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

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

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

## **I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure**

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

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

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

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

En présence d'un RLP(i), le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des Communes concernées par le RLP(i)<sup>8</sup>. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP(i). C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU(i)<sup>9</sup>.

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

---

<sup>8</sup> Article L.581-14-2 du code de l'environnement.

<sup>9</sup> Article L 621-30 du code du patrimoine

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

## **1. Définitions**

### **1.1. Le règlement local de publicité**

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

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

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

Le code de l'environnement et le règlement national de publicité constituent en effet des règles nationales qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, cette dernière ne peut normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales<sup>10</sup>.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règle nationale), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règle locale).

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

---

<sup>10</sup> CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains.



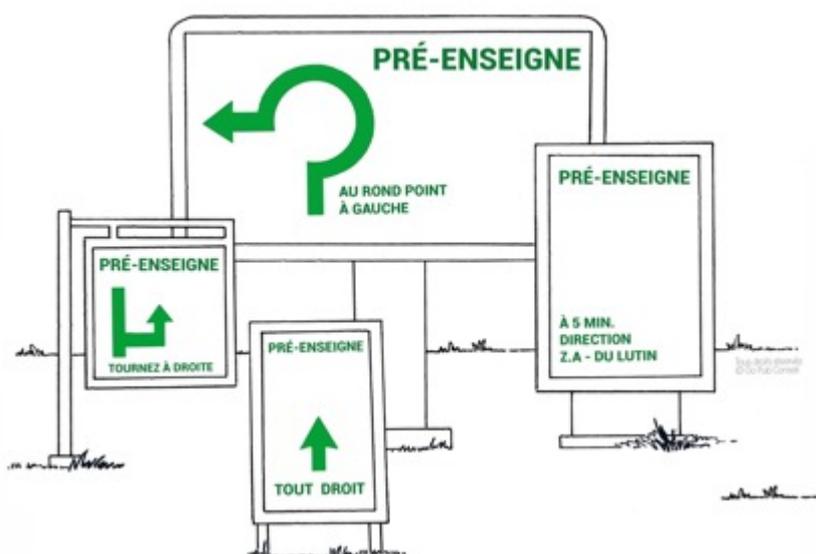
Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

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

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

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

Constitue **une préenseigne**<sup>13</sup> toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



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

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

**La notion de surface unitaire du dispositif** mentionnée dans les articles du code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse<sup>14</sup> ou non<sup>15</sup> apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

<sup>13</sup> Article L581-3-3° du code de l'environnement

<sup>14</sup> CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

<sup>15</sup> CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

### 1.3. La notion d'agglomération

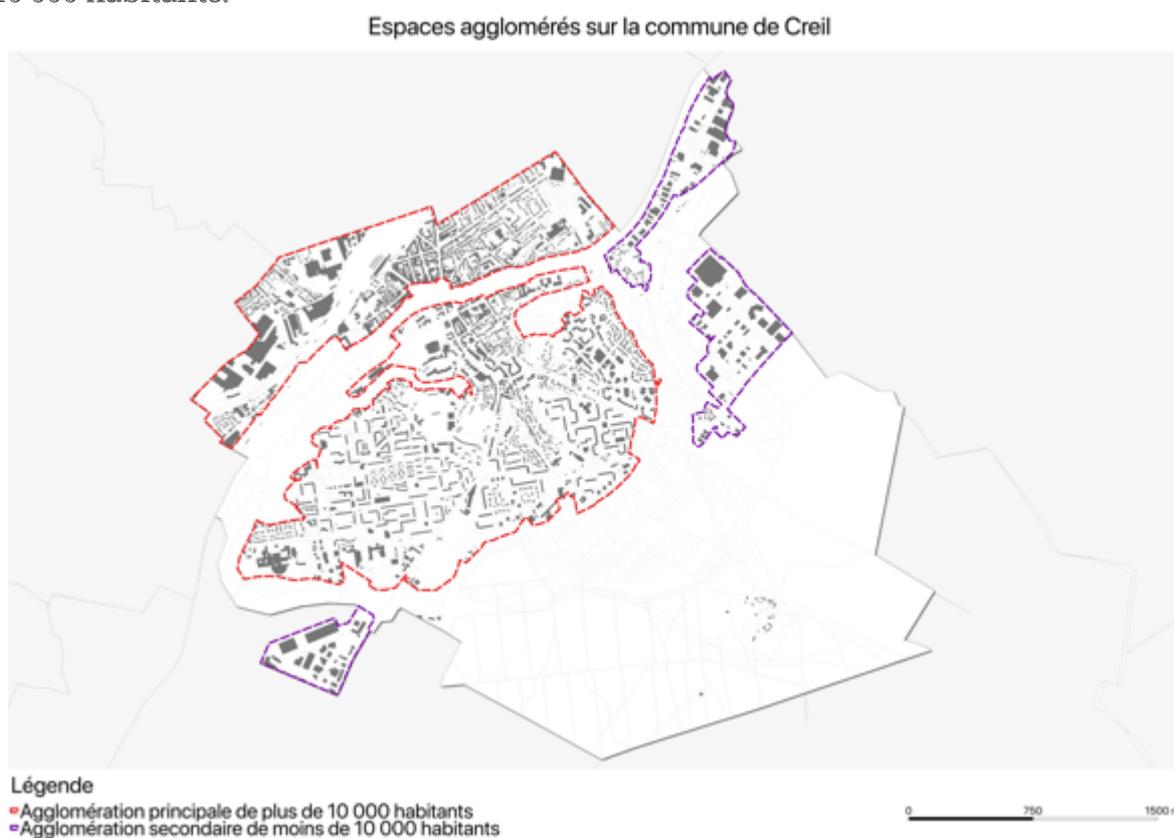
« *La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les affiches, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route* »<sup>16</sup>. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations en particulier les notions de « *partie actuellement urbanisée* » ou de « *zone urbanisée* » au sens du code de l'urbanisme.

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

Ses limites sont fixées normalement par arrêté du maire<sup>17</sup> et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité<sup>18</sup>.

La notion d'agglomération est donc définie par un critère « *géographique* » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « *réglementaires* » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

La commune de Creil compte plusieurs agglomérations dont certaines font moins de 10 000 habitants.



<sup>16</sup> Article L581-7 du code de l'environnement

<sup>17</sup> Article R.411-2 du code de la route

<sup>18</sup> Article R581-78 al. 2 du code de l'environnement

Aux termes de l'article L 581-7 du code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière<sup>19</sup>, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places<sup>20</sup>. Elles peuvent aussi être autorisées par le RLP(i) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

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

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

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

#### 1.4. La notion d'unité urbaine

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

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

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

La commune de Creil appartient à l'unité urbaine éponyme qui regroupe 22 communes et compte 123 989 d'habitants<sup>21</sup>.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heures et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que ces images soient fixes.

---

<sup>19</sup> Article R 110-2 du code de la route

<sup>20</sup> Article L581-3-3° du code de l'environnement

<sup>21</sup> Données démographiques issues du recensement 2017 de l'INSEE

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

### 2.1. Les interdictions absolues

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

I. - *Toute publicité est interdite :*

1° *Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*

2° *Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*

3° *Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*

4° *Sur les arbres.*

En l'espèce, le territoire de Creil est concerné par l'interdiction absolue de publicité sur les monuments historiques suivants :

- Église saint-Médard, classée par arrêté du 20 octobre 1920 ;
- Ancien Château (Mairie), classé par arrêté du 17 décembre 1923 ;
- Pavillon à la pointe de l'île, classé par arrêté du 15 janvier 1925.

L'interdiction absolue de publicité s'applique également sur les arbres, les monuments naturels et dans les sites classés. En l'espèce, cette interdiction s'applique sur le site classé de la « *Forêt d'Ermenonville, de Pontarmé, de haute Pommeraie, Clairière et butte Saint-Christophe* ».

La partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions<sup>22</sup>.

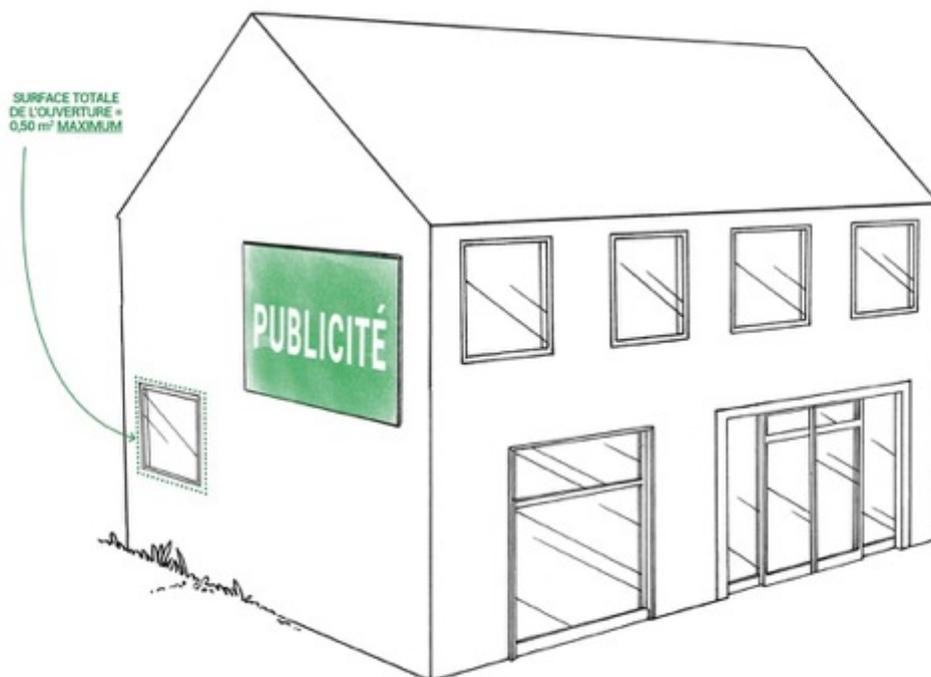
Ainsi, la publicité est également interdite :

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



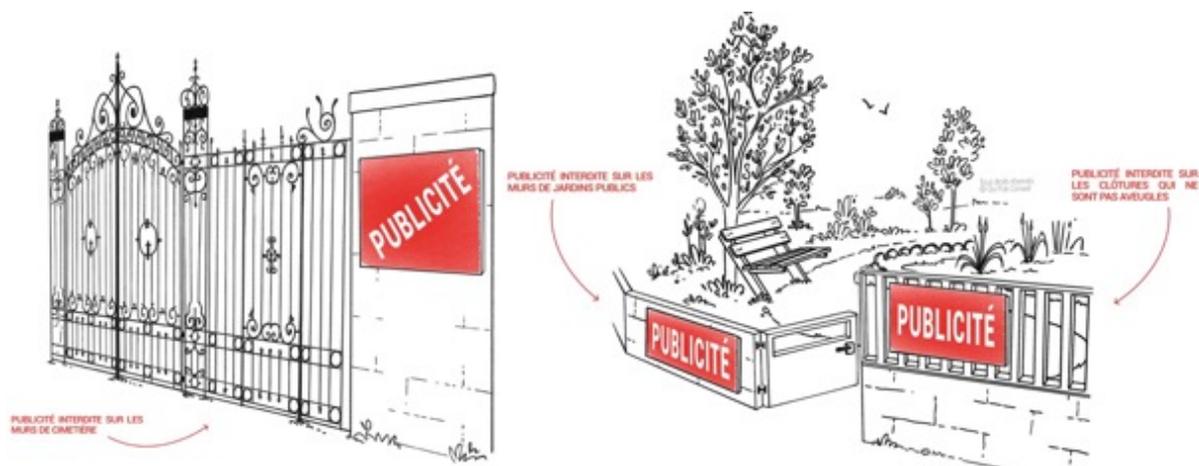
<sup>22</sup> Article R.581-22 du code de l'environnement.

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



3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

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



## 2.2. Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP(i)<sup>23</sup>.

Ces interdictions relatives concernent :

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

La commune de Creil est concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci* »<sup>24</sup> En l'espèce, cette protection s'applique à la liste de monuments classés et inscrits énumérés ci-avant<sup>25</sup> et à la protection de 500m aux abords du Camp de Tremblay situé sur la commune voisine de Verneuil-en-Halatte.

L'interdiction relative de publicité s'applique également dans les sites inscrits. En l'espèce :

- De l'île de Creil, inscrit par arrêté le 23 juin 1944 ;
- Du Parc municipal Rouher, inscrit par arrêté le 23 juin 1944 ;
- De la Chapelle de Vaux et ses abords, inscrite par arrêté le 23 juin 1944 ;
- Au Château de Vaux et ses abords inscrit par arrêté le 23 juin 1944 ;
- De la Vallée de Nonette, inscrit par arrêté le 6 février 1970.

Enfin, le site Natura 2000 « *Coteaux de l'Oise autour de Creil* » et le parc naturel régional Oise-Pays de de France font également l'objet d'une interdiction relative de publicité.

La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions relatives applicables sur le territoire de Creil.

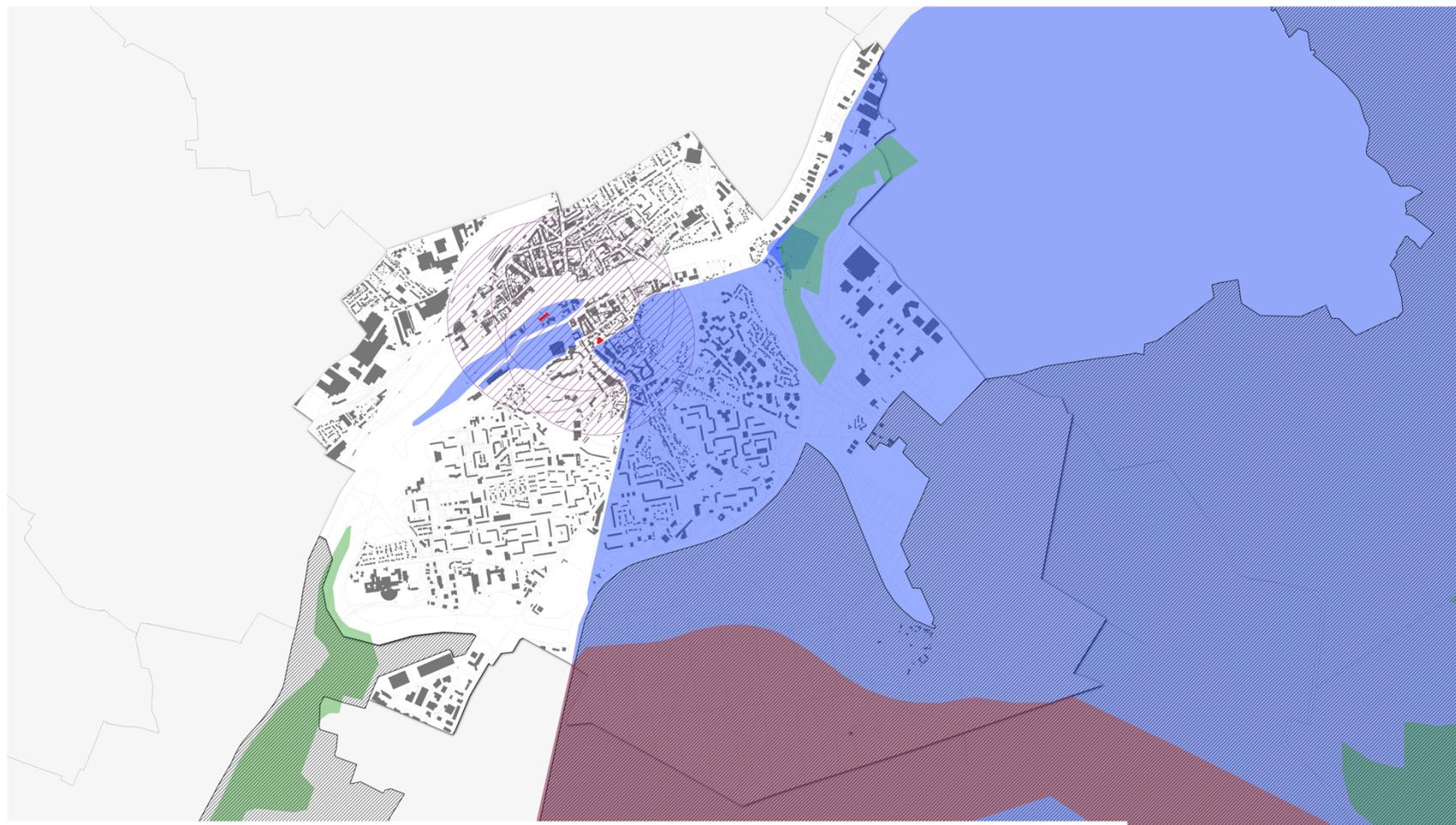
---

<sup>23</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement.

<sup>24</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine.

<sup>25</sup> Les interdictions absolues

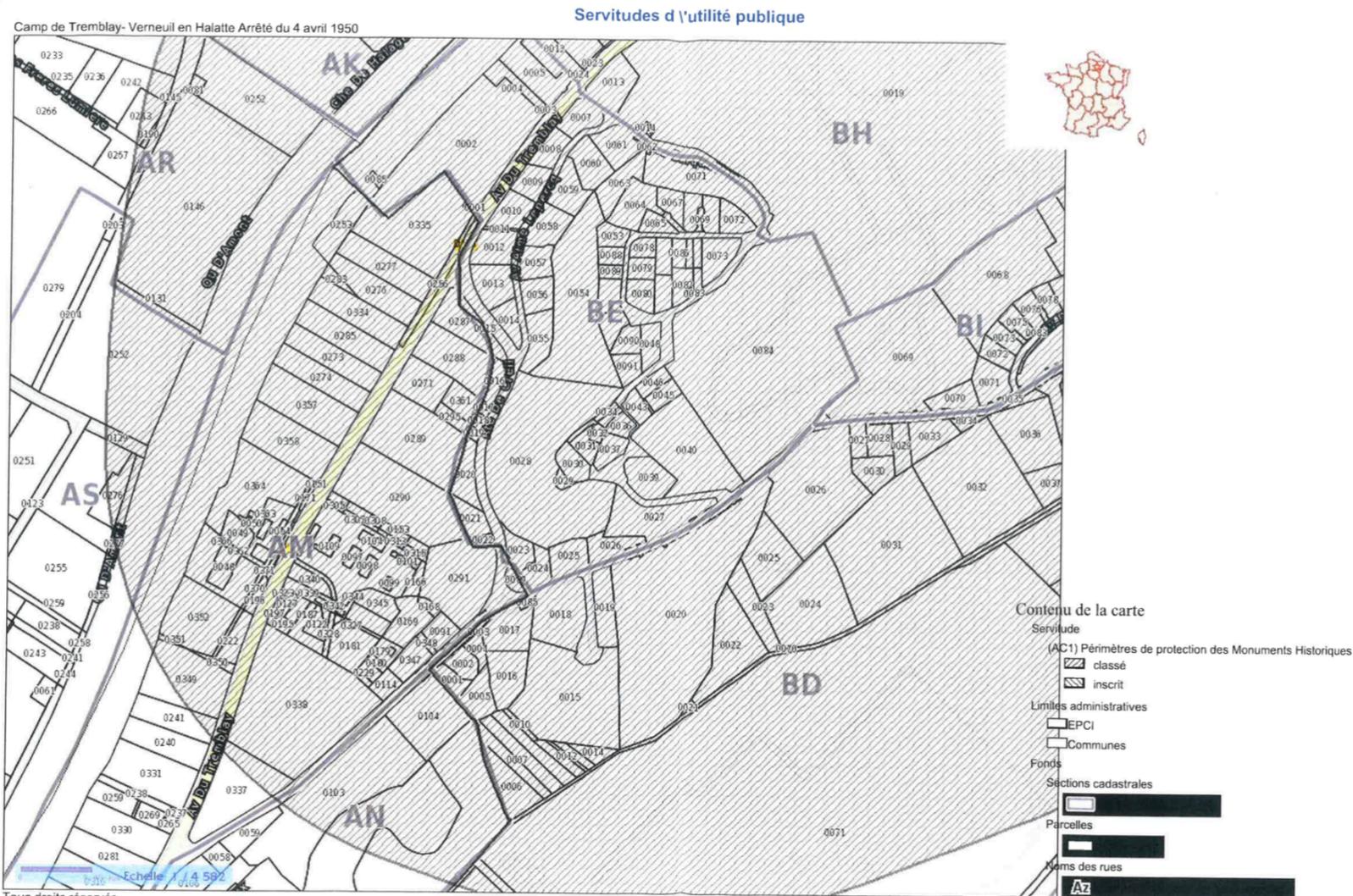
## Localisation des interdictions absolues et relatives de publicités sur la commune de Creil



### Légende

- Monuments historiques classés ou inscrits
- Site classé "Forêt d'Ermenonville, de Pontarmen de Haute Pommerai, Clairière et Butte Saint-Christophe"
- Sites inscrits
- Site Natura 2000 "Couteaux de l'Oise autour de Creil"
- Périmètre de protection (500m) aux abords des monuments historiques
- ▨ Parc Naturel Régional OISE - Pays de France

# Délimitation du périmètre de protection au titre des abords du Camp de Tremblay, monument situé sur la commune de Verneuil-en-Halatte.



### 3. Les règles applicables au territoire

La commune de Creil compte 35 657 habitants, ainsi les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur le territoire sont celles définies pour les agglomérations de plus de 100 000 habitants.

Il convient de rappeler qu'à ce jour, la commune de Creil n'est couverte par aucun règlement local de publicité. C'est donc uniquement la réglementation nationale qui s'applique sur la commune.

#### 3.1. Le Parc naturel régional Oise-Pays de France

La commune de Creil fait partie des 70 communes ayant approuvé la Charte du Parc naturel régional (PNR) Oise-Pays de France.

Le code de l'environnement prévoit que « *Le cas échéant, les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicables à l'aire d'adhésion d'un parc national [...]. Sur le territoire d'un parc naturel régional, le règlement local de publicité peut autoriser la publicité dans les conditions prévues aux articles L. 581-7 et L. 581-8 lorsque la charte du parc contient des orientations ou mesures relatives à la publicité, après avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du parc.*<sup>26</sup>».

En l'espèce, l'orientation n°5 « Faire du paysage un bien commun » de la Charte du PNR, prévoit une disposition 14.7 « faire respecter la réglementation applicable à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes dans le parc. ».

## ORIENTATION N°5 / FAIRE DU PAYSAGE UN BIEN COMMUN

### DISPOSITION 14.7 :

*FAIRE RESPECTER LA RÉGLEMENTATION APPLICABLE À LA PUBLICITÉ, AUX ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES DANS LE PARC*

La publicité extérieure désigne à la fois les enseignes, les pré-enseignes et la publicité visibles depuis les voies ouvertes à la circulation publique.

Sur le territoire du Parc, seules les communes définies comme villes-pôles, bourgs-centres et villages associés à une ville-pôle, repérés sur l'encart « Stratégie d'aménagement » du Plan de référence ainsi que celles dont les villages sont traversés par un axe structurant, peuvent faire l'objet d'une réglementation assouplie, dérogeant à l'interdiction générale, pour les parties situées en agglomération (au sens du code de la route).

Dans le cadre de l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal, des dispositions peuvent concerner toutes les communes de l'intercommunalité.

Les règlements locaux de publicité prennent en compte les principes suivants :



<sup>26</sup> Article L.581-14 du code de l'environnement.

## Le régime applicable aux publicités :

- **Hors agglomération** : le règlement local peut réintroduire des possibilités de publicité mais uniquement à proximité immédiate des établissements commerciaux exclusifs de toute habitation.

- **En agglomération** : la publicité peut être réintroduite par un règlement local définissant une ou plusieurs zones régies par une réglementation, compatible avec les dispositions spécifiques de la Charte du PNR encadrant les RLP(i) ci-après.

À l'exception de celle des abris destinés aux utilisateurs des transports en commun, la publicité est interdite dans les zones de protection délimitées autour des monuments historiques classés, dans les Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ainsi que sur les immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque faisant l'objet d'un arrêté du maire au titre du Code de l'environnement ou repérés dans les documents d'urbanisme au titre de la loi Paysage.

Le régime assoupli applicable au titre des règlements locaux de publicité est celui des agglomérations de moins de 10 000 habitants qui n'appartiennent pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, quelle que soit l'importance de la commune.

De ce fait, tout dispositif scellé au sol ou posé directement sur le sol est interdit, et la publicité murale est limitée à 4 m<sup>2</sup> à condition qu'elle soit non lumineuse et ce, à raison d'un seul dispositif par unité foncière, apposé sur des murs de bâtiments aveugles, ou présentant des ouvertures de moins de 0,50 m<sup>2</sup>.

La publicité apposée sur les clôtures est interdite, que celles-ci soient aveugles ou pas.

La publicité apposée sur un mur de bâtiment présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque identifié dans les documents d'urbanisme au titre de la loi Paysage (enduit ancien, pierre de taille, torchis, par exemple) est interdite.

À l'exception de la publicité murale décrite précédemment, seule la publicité supportée par le mobilier urbain (kiosques, colonnes porte-affiches, mâts porte-affiches) est admise, à condition de ne pas être lumineuse (interdiction de tout procédé d'éclairage).

Seul l'éclairage par transparence de la publicité supportée par les abris destinés aux utilisateurs des transports en commun est admise.

La surface unitaire maximale admise pour la publicité commerciale apposée sur les mobiliers destinés à supporter des informations à caractère général ou local, ou une œuvre artistique, est de 2 m<sup>2</sup>.

*Nota : Le mobilier destiné à recevoir exclusivement des informations non publicitaires à caractère général ou local ne relève pas du champ réglementaire du Code de l'environnement.*

L'espacement entre deux dispositifs de mobilier urbain consécutifs implantés sur une même bordure de voie doit être d'au-moins 100 mètres. Cette disposition ne s'applique pas aux abris destinés aux utilisateurs des transports en commun.

Les entrées et les sorties d'agglomérations au sens du Code de la route, sur au moins 50 mètres, mesurés depuis les limites d'agglomération, sont interdites de toute publicité, à l'exception de celle présente sur les abris destinés aux utilisateurs des transports en commun.

Une attention particulière est portée autour des ronds-points autour desquels la multiplication des dispositifs de mobilier urbain porte préjudice au cadre de vie et à la sécurité routière.

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont déterminés librement par les communes par arrêté municipal.

## Le régime applicable aux pré-enseignes :

Les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité, sauf celles dites dérogatoires qui bénéficient d'un régime plus souple.

Des pré-enseignes dérogatoires ou temporaires sont admises hors agglomération dans des conditions strictes. Elles sont admises si elles concernent :

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

Cependant, toutes les activités, en agglomération comme hors agglomérations, peuvent être signalées dans les conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière (SIL), sur des dispositifs non numériques ni lumineux.

## Le régime applicable aux enseignes :

Les enseignes sont soumises à autorisation sur le territoire du Parc, délivrée par l'autorité investie du pouvoir de police, le Préfet, ou le Maire si la commune est dotée d'un règlement local de publicité.

Les enseignes apposées sur la façade d'une partie ou de la totalité de l'immeuble où s'exerce une activité (1) ne peuvent représenter que 15 % de la surface de cette façade. Elles sont réalisées en une seule enseigne, ou composées de lettres et signes découpés, ou fragmentées si elles ne dépassent pas les limites latérales de la ou les devantures. 25 % lorsque la surface de cette façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

Les enseignes, notamment en applique, ne doivent en aucun cas altérer la façade-support.

Sur les murs en pierre apparente (pierre de taille) ou comprenant des éléments de modénature, les enseignes devront être obligatoirement composées de lettres et signes découpés.

En Site Patrimonial Remarquable (SPR), des prescriptions particulières peuvent être délivrées au cas par cas, après avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Les enseignes installées en toitures - terrasses sont interdites. Les enseignes sur les toitures à deux pans sont autorisées, à condition d'être disposées au plus près de l'égout du toit, et qu'elles ne se détachent pas sur le ciel. Elles ne peuvent être installées sur les balcons, les balconsnets, les auvents, les marquises, ou tout autre ouvrage saillant du bâtiment.

Les enseignes en drapeau sont limitées à un seul dispositif par établissement, ne pouvant excéder 0,60 x 0,60 m, placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Pour les bâtiments n'ayant pas un usage exclusif d'activité (usage mixte avec habitation, par exemple), les enseignes en bandeau ou en drapeau doivent être positionnées en rez-de-chaussée de la partie de l'immeuble où l'activité est effectivement exercée (1).

142 /

(1) Surface de la partie d'immeuble donnant sur l'espace public derrière laquelle s'exerce l'activité, quand l'immeuble est à l'alignement, et façade principale de l'immeuble quand celui-ci est en recul de l'alignement. Elle est limitée par le plancher haut du volume de l'activité.

Les enseignes sur les murs de clôture ne sont autorisées que quand l'immeuble où se situe l'activité n'est pas visible de l'espace public.

Seules les enseignes scellées au sol d'une surface de moins de 6 m<sup>2</sup> et d'une hauteur de moins de 4 mètres sont autorisées à raison d'un seul dispositif par établissement, placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Les enseignes sur supports « originaux » (tels que piscines, voitures, ballons, etc) sont interdites.

En matière d'enseignes lumineuses, seules les enseignes éclairées par projection utilisant des dispositifs économiques et non polluants sont autorisées.

Les enseignes à faisceau de rayonnement sont interdites.

Les enseignes lumineuses des pharmacies et autres services d'urgence sont autorisées, conformément à la réglementation nationale ; elles peuvent avoir une lumière non fixe.

L'extinction des enseignes lumineuses est recommandée lorsque l'activité quotidienne a cessé. Elle doit être effective entre 1h et 6h. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7h du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard 1h après la cessation d'activités de l'établissement et peuvent être allumées 1h avant la reprise de cette activité. Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.



## RÔLE DU SYNDICAT MIXTE

- Utilise tous les moyens à sa disposition, politique, technique, juridique, afin que la réglementation applicable soit respectée.
- Informe les Préfets des infractions relevées, aide les maires à faire respecter leur règlement local de publicité.
- Aide techniquement les communes et/ou leur groupement désireux d'élaborer un règlement local de publicité.
- Poursuit sa politique d'harmonisation de la signalisation d'information locale, en proposant aux communes sa charte graphique de signalétique.
- Aide techniquement les communes et/ou leur groupement pour l'instruction des demandes d'autorisation d'enseignes.
- Réalise, le cas échéant, des cahiers de recommandations pour les façades commerciales et les enseignes à la demande des communes et/ou leur groupement.

## ENGAGEMENT DES SIGNATAIRES SELON LEURS COMPÉTENCES

### Communes et/ou leur groupement :

- Associent le syndicat mixte d'aménagement et de gestion du Parc lors de l'élaboration de leur règlement local de publicité.
- Associent le Parc lors de l'élaboration de leur charte de signalétique.

27

**Le futur RLP pourra donc reprendre certaines préconisations de la Charte du PNR pour encadrer les publicités, enseignes et préenseignes de son territoire.**

<sup>27</sup> Extrait de la Charte du Parc naturel régional Oise-Pays de France.

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

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

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

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

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

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

## ***2. Régime des autorisations et déclarations préalables***

### **2.1. L'autorisation préalable**

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

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

### **2.2. La déclaration préalable**

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

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

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

### 3. Les compétences en matière de publicité extérieure

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

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

### 4. Les délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous<sup>28</sup> :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction au RLPi
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité

<sup>28</sup> Articles L.581-43 et R.581-88 du code de l'environnement.

## II. Les enjeux liés au parc d'affichage

Un inventaire partiel des publicités, préenseignes et des enseignes situées sur le territoire de Creil a été effectué courant mars 2021. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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

### ***1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes***

#### 1.1. Généralités

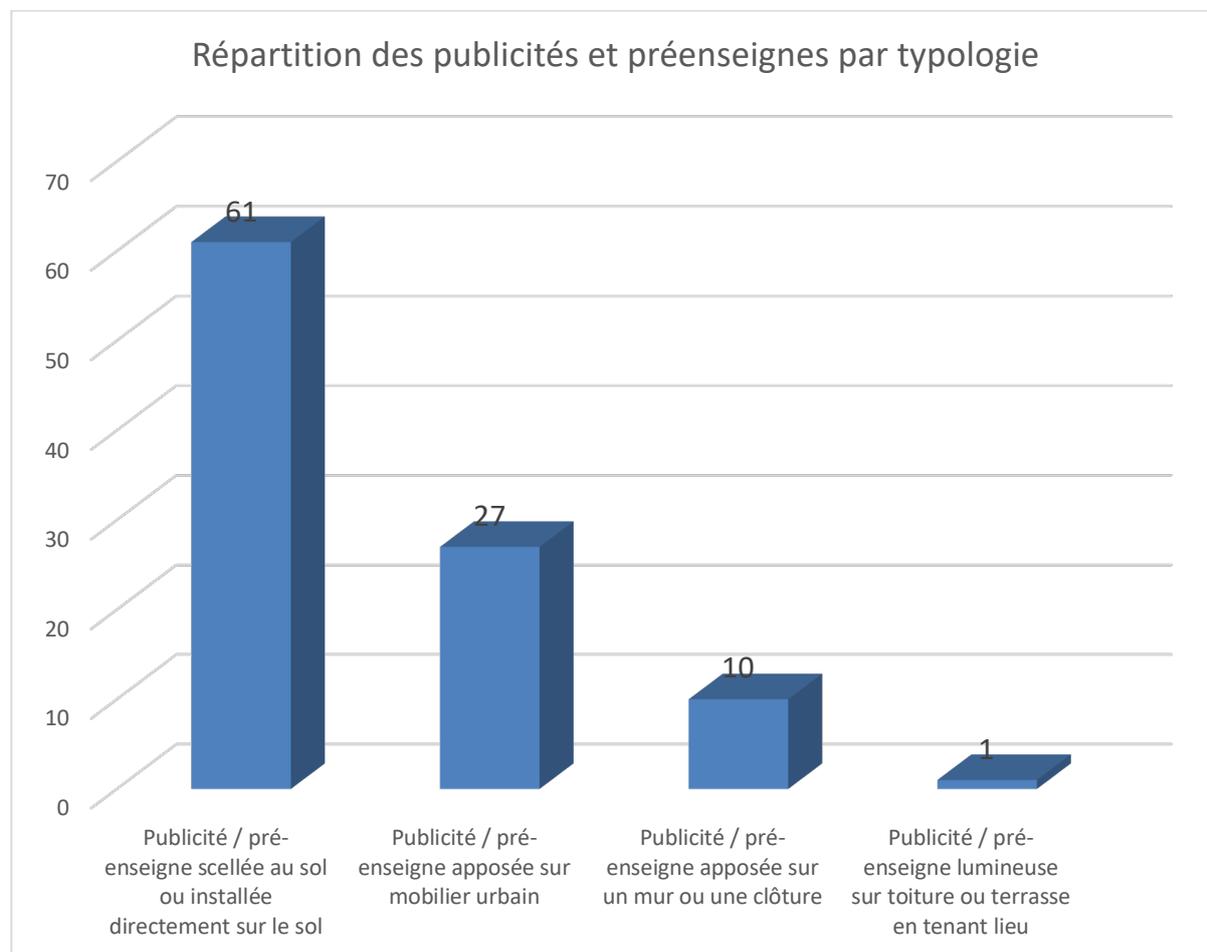
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à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

Pour chaque publicité ou préenseigne, le Code de l'environnement précise que « *Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.* ». « *Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent* »<sup>29</sup>.

---

<sup>29</sup> Article R581-24 du code de l'environnement

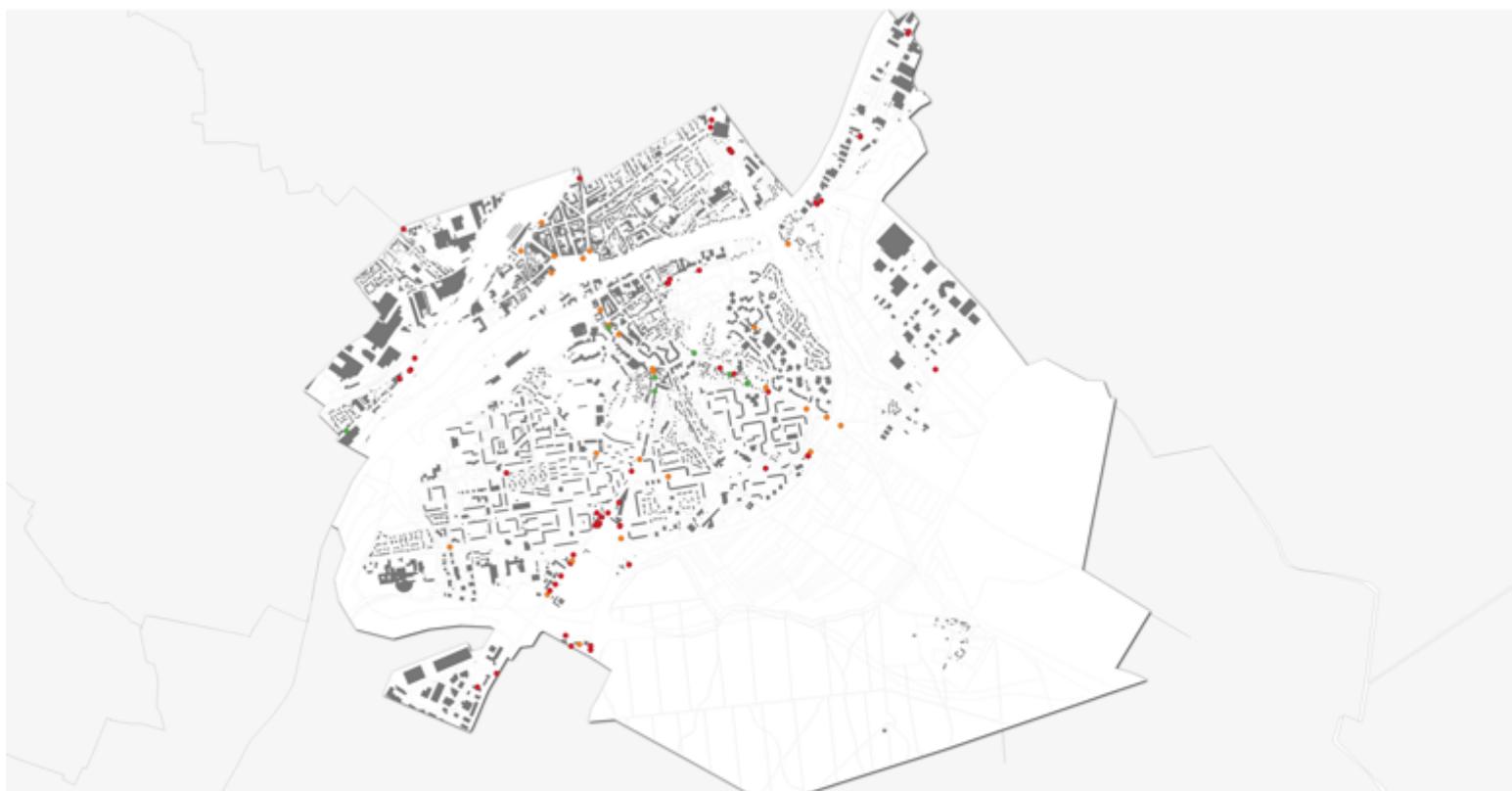
99 publicités et préenseignes (relevé des publicités sur mobilier urbain non exhaustif) ont été recensées sur le territoire de Creil. Elles représentent au total près de 870m<sup>2</sup> de surface d’affichage.



Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de Creil en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (62% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (11%). Il s’agit pourtant de dispositifs qui s’intègrent mieux au paysage<sup>30</sup>. Le reste des publicités relevées sont des publicités installées sur le mobilier urbain. Ce type de supports constitue une catégorie spécifique de publicité et représente 27% des publicités relevées sur Creil.

<sup>30</sup> fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités réalisée par le Ministère de la Transition écologique et solidaire.

## Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de Creil



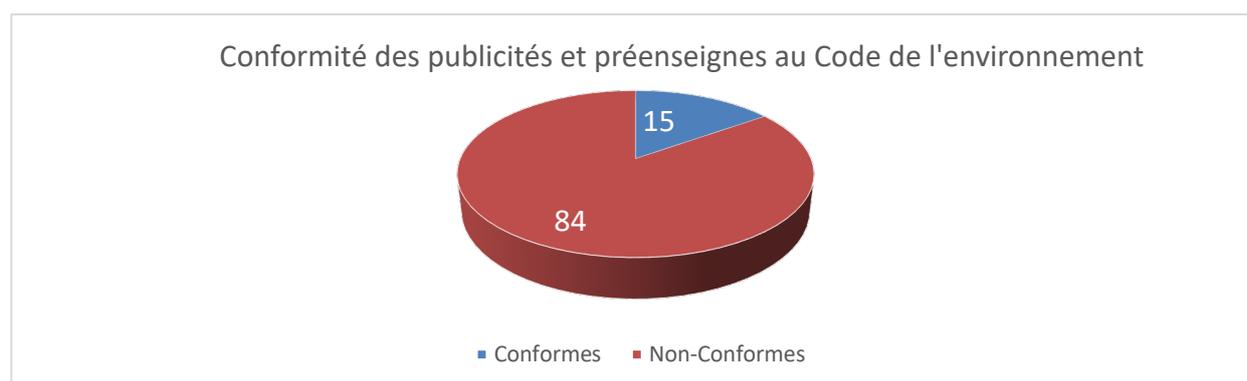
### Légende

- Publicité / pré-enseigne apposée sur un mur ou une clôture
- Publicité / pré-enseigne apposée sur mobilier urbain
- Publicité / pré-enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Monuments historiques classés ou inscrits
- Site classé "Forêt d'Ermenonville, de Pontarmen de Haute Pommeraie, Clairière et Butte Saint-Christophe"
- Sites inscrits
- Site Natura 2000 "Couteaux de l'Oise autour de Creil"
- Périmètre de protection (500m) aux abords des monuments historiques
- Parc Naturel Régional OISE - Pays de France

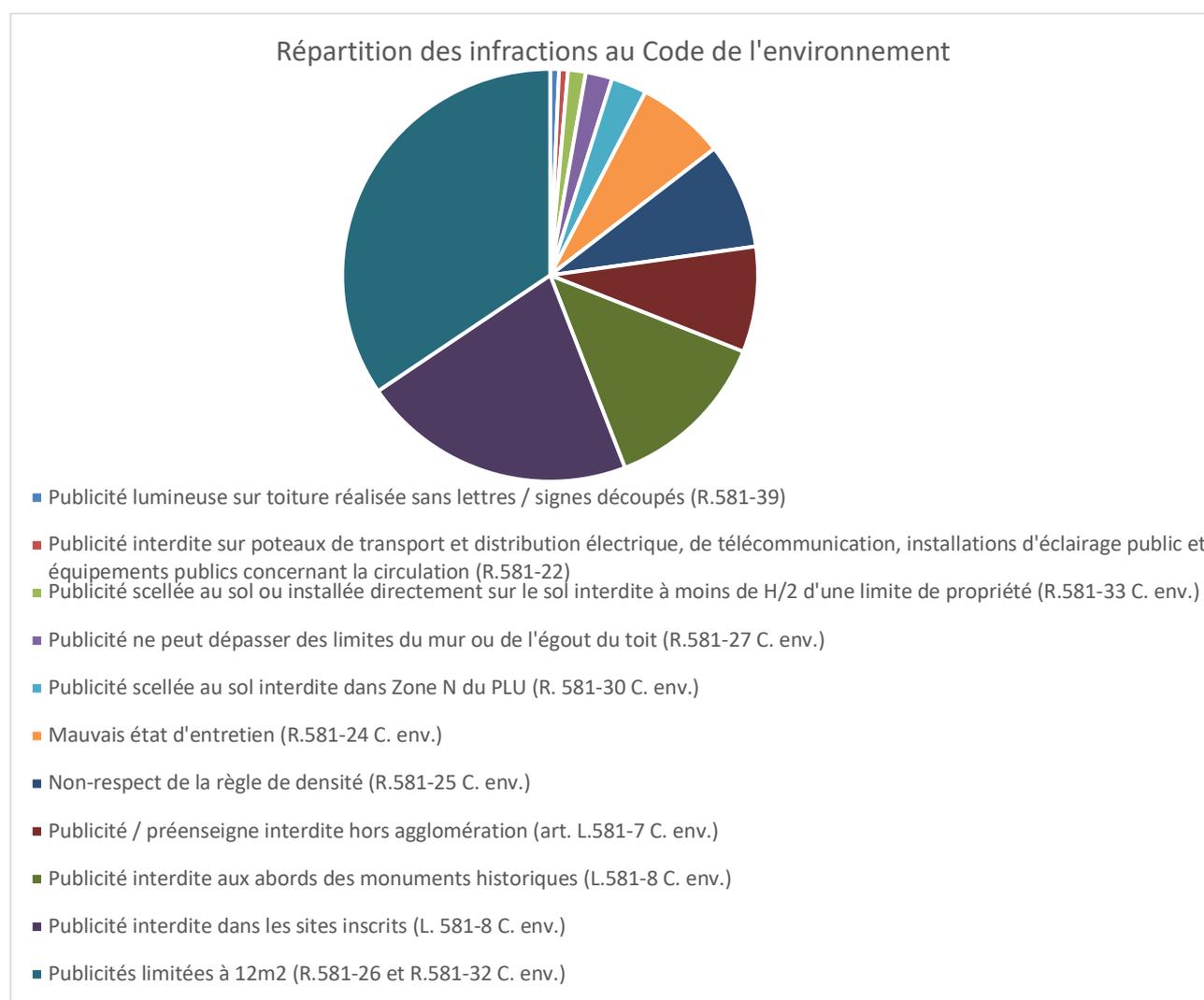
0 750 1500 m

La majorité des dispositifs publicitaires et des préenseignes est installée sur les axes structurants et entrées de ville de Creil comme, la D1016, la Route de Chantilly, le Boulevard Salvador Allende, Rue R. Schuman ou encore l'Avenue du Tremblay.

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



On constate que 84 dispositifs non-conformes au Code de l'environnement ce qui représente 85% des publicités et préenseignes de Creil. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On compte donc 84 dispositifs non-conformes pour 95 infractions.



L'élaboration du RLP permettra à la collectivité d'acquérir les compétences de police et d'instruction pour mettre en conformité les dispositifs a priori non-conformes.

## Localisation des publicités et préenseignes en infraction sur la commune de Creil



### Légende

- Publicité / préenseigne en infraction
- Publicité / préenseigne légale
- Sites inscrits
- ▨ Périmètre de protection (500m) aux abords des monuments historiques

0 750 1500 m

On remarque que la grande majorité des infractions est due soit à l'implantation des publicités ou préenseignes dans des lieux non autorisés (dans le site inscrit, dans les périmètres de protection des monuments historiques, etc.) soit au format, trop important des publicités ou préenseignes.

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

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

- Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$
- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

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

1° Dans les espaces boisés classés<sup>31</sup>,

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

Localisation des espaces boisés classés et des zones N du PLU sur la commune de Creil



Légende  
Espaces boisés classés (EBC)  
Zones N du PLU  
- Bâti  
Parcelles  
Limites communales

0 750 1500 m

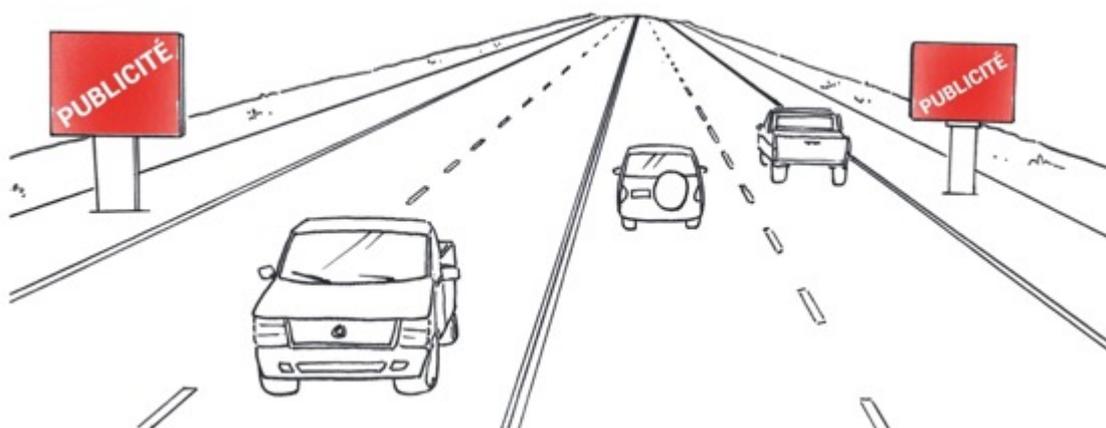
<sup>31</sup> Article L130-1 du code de l'urbanisme

En l'espèce, on compte 4 supports installés dans la zone N du PLU. Ces supports sont principalement installés aux abords de la D1016 au nord de la commune à la limite de Nogent-sur-Oise et à la limite de la commune de Saint-Maximin.



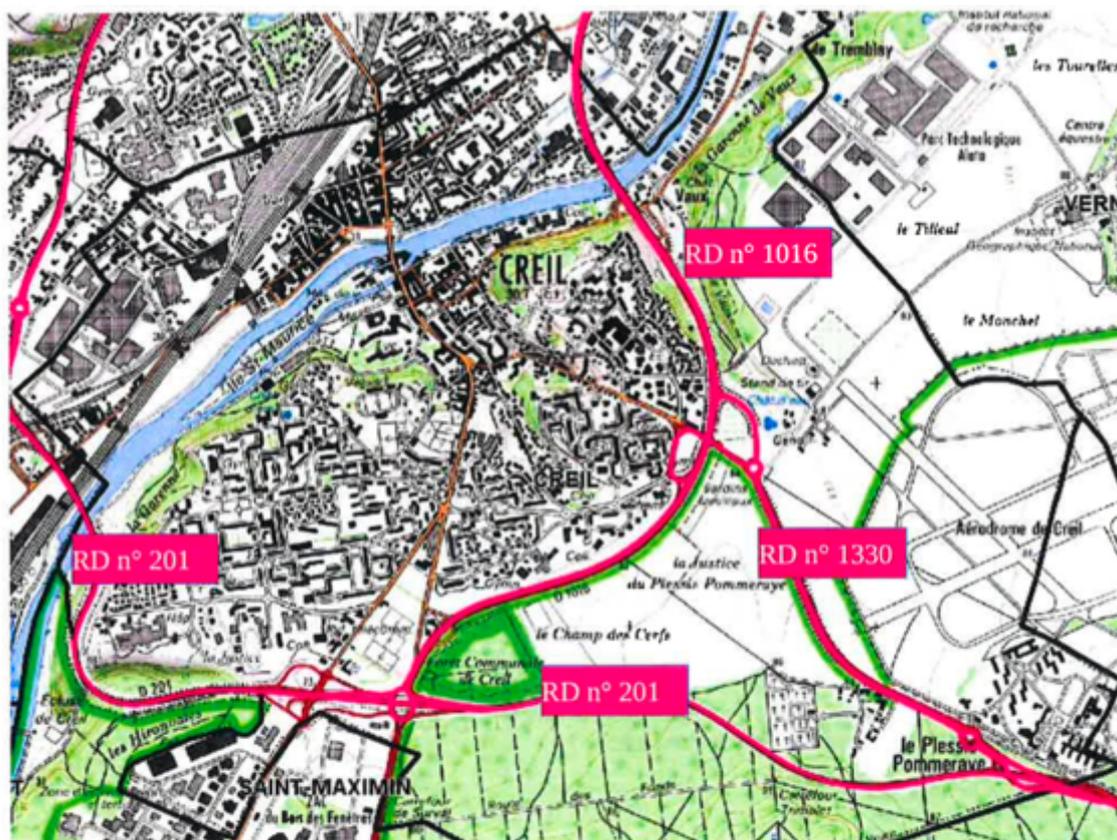
Exemple de publicité / préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol installée en zone N du PLU, mars 2021, Creil.

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



La ville de Creil compte 3 voies classées à grande circulation :

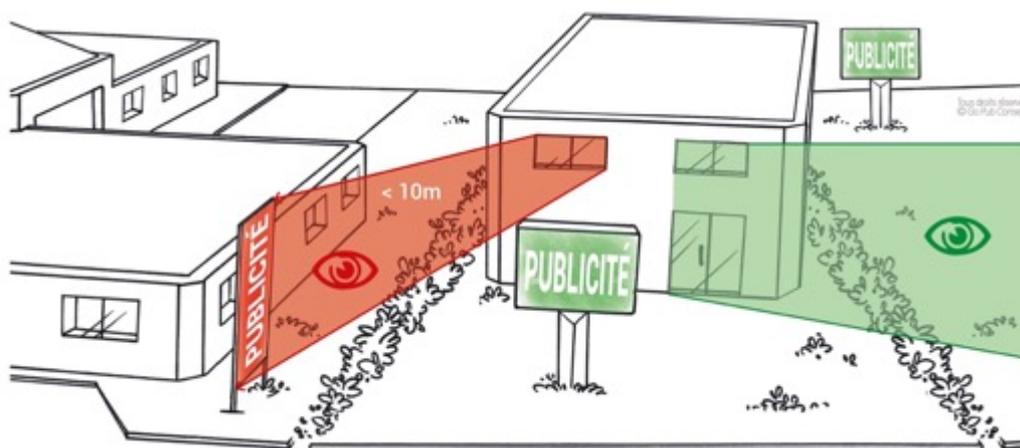
- La route départementale n°1016 ;
- La route départementale n°1330 ;
- La route départementale n°201.



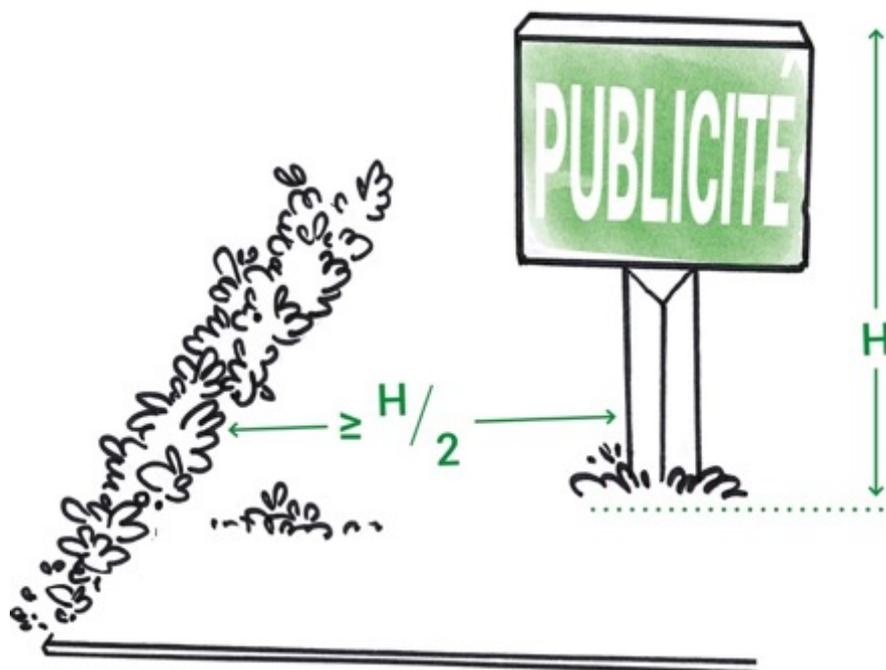
 **ROUTES À GRANDE CIRCULATION**

Source : Porter à connaissance

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



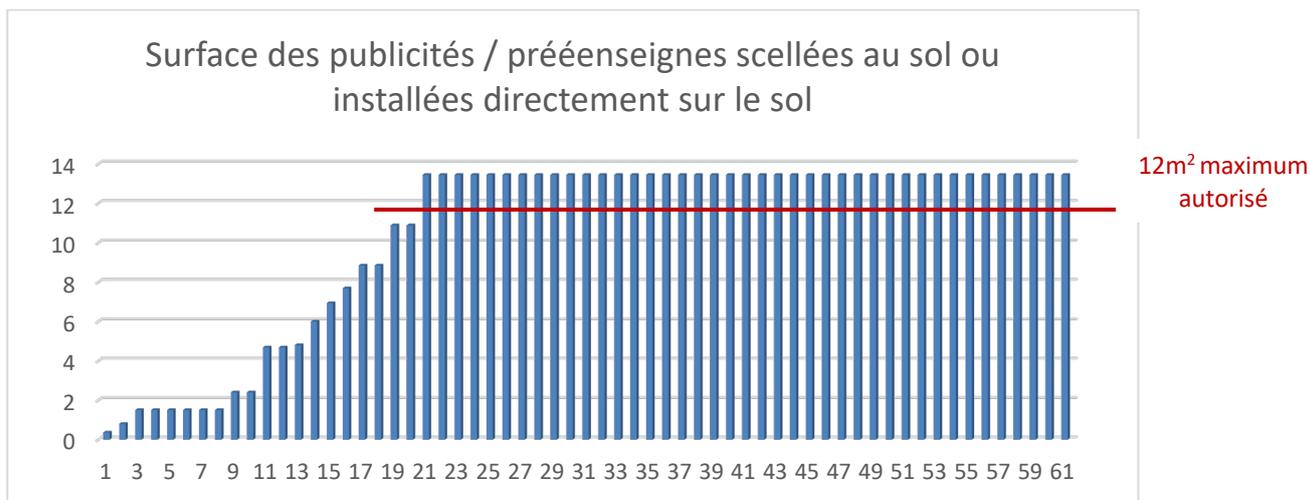
L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.<sup>32</sup>



Exemple de publicité ne respectant pas la règle dite « H/2 », mars 2021, Creil.

<sup>32</sup> : Le Guide pratique de la Publicité Extérieure réalisé par le Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie précise que « Cette règle, dite de prospect, connue sous le nom de « H/2 » s'applique à un dispositif publicitaire installé sur une unité foncière ou sur le domaine public par rapport à l'unité foncière riveraine. En revanche, elle ne s'applique pas lorsque le dispositif publicitaire est installé sur une unité foncière par rapport aux voies ouvertes à la circulation publique. »

Sur la commune de Creil, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la catégorie de publicité la plus recensée sur le territoire (62% des dispositifs).



On remarque que 41 dispositifs excèdent la surface de 12m<sup>2</sup>, format maximum autorisé par le Code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II ». Cela représente 67% des publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. On compte moins d'une dizaine de support avec une surface comprise entre 6 et 12m<sup>2</sup>. Enfin, sur les dispositifs restants, 21% n'excèdent pas 5 m<sup>2</sup>.



Publicité / préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de 8m<sup>2</sup> et publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus de 12m<sup>2</sup>, mars 2021, Creil.



Publicité / préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de 2m<sup>2</sup>, mars 2021, Creil.

On retrouve également des publicités ne respectant pas les prescriptions d'implantations fixées par le Code l'environnement ou avec un impact important du fait de leurs caractéristiques.



Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées hors agglomération, mars 2021, Creil.



Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol avec passerelles fixes, mars 2021, Creil.



Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol avec passerelles fixes et en mauvais état d'entretien et publicité / préenseigne installée sur un poteau d'éclairage public, mars 2021, Creil.

Les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol sont principalement leurs lieux d'implantation et leur format.

En effet, la commune de Creil compte beaucoup de dispositifs publicitaires de très grand format (excédant 12m<sup>2</sup>) sur le territoire. Le RLP pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants. Beaucoup de collectivités instaurent une limitation de surface à 10,5m<sup>2</sup>.

Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles esthétiques (mono-pied, interdiction des passerelles, etc.) pour privilégier l'installation de supports qualitatifs sur son territoire.

Le futur RLP pourra préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme c'est le cas dans certains quartiers et zones pavillonnaires. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Enfin, le RLP pourra encadrer l'installation des publicités ou préenseignes implantées dans le site inscrit. En effet, il s'agit d'une réflexion importante dans le cadre du RLP car la ville peut choisir d'y autoriser la publicité ou de laisser la réglementation nationale s'appliquer. Dans le dernier cas, la publicité et les préenseignes seront totalement interdites et la ville devra mener une campagne de mise en conformité importante.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus de 12m<sup>2</sup>, mars 2021, Creil.

### 1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

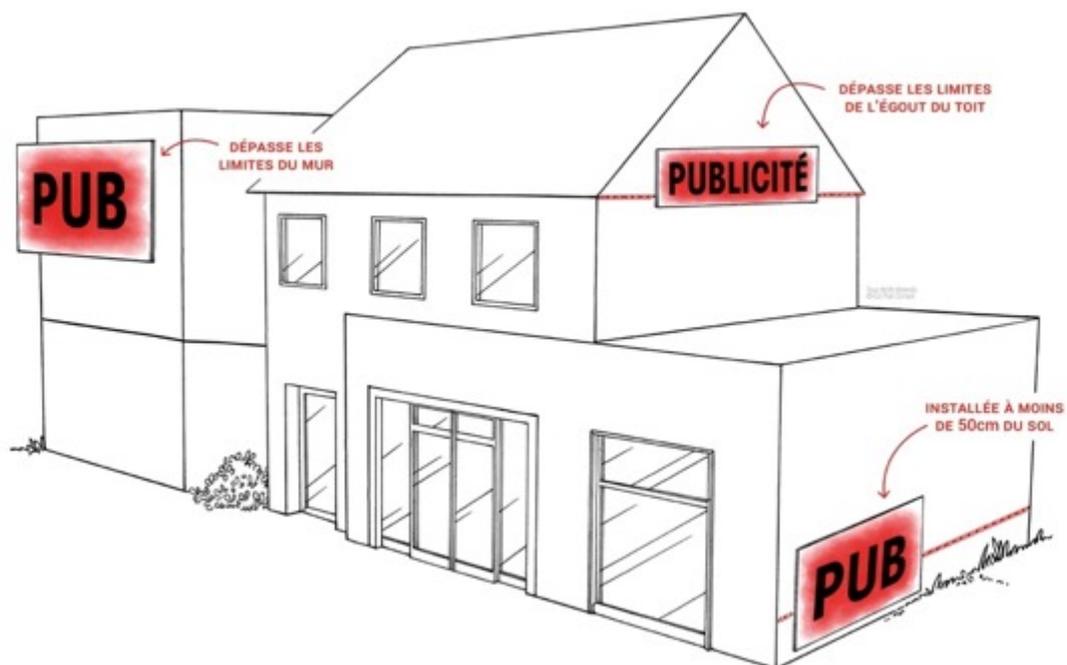
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$

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

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

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



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

Actuellement, les publicités apposées sur mur ou clôture ne représentent que 11% des dispositifs publicitaires relevés sur Creil. Pourtant, il s'agit des dispositifs qui s'intègrent mieux à l'environnement : « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »<sup>33</sup>.



Publicité sur mur, mars 2021, Creil.

On remarque qu'à l'exception d'un seul support tous les dispositifs apposés sur mur ou clôture ont une surface supérieure à 12m<sup>2</sup>. La surface de 12m<sup>2</sup> est le maximum fixé par le Code de l'environnement depuis la loi « Grenelle II ». Le support restant n'excède pas 9m<sup>2</sup>.



Publicité sur mur d'une surface de 8m<sup>2</sup> et publicité sur mur d'une surface de plus de 12m<sup>2</sup>, mars 2021, Creil.

<sup>33</sup> fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités réalisée par le Ministère de la Transition écologique et solidaire.

Les publicités sur mur ou clôture sont principalement impactées par les infractions liées à des dispositifs dépassant des limites du mur ou de l'éégout du toit.



Publicités dépassant des limites du mur ou de la clôture sur laquelle elles sont installées, mars 2021, Creil.

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont globalement identiques à ceux des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol. Une réflexion pourra être portée sur l'harmonisation, si possible, des règles de densité entre ces 2 types de publicités pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces 2 catégories de dispositifs. Un encadrement similaire en matière de surface pourra être choisi.

Enfin, cette catégorie étant la moins présente sur le territoire et les supports présents sur la commune étant tous en infraction, la commune pourra choisir d'interdire tout ou partie de ces publicités sur son territoire.

#### 1.4. La densité

Outre les règles d'implantations spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>34</sup> applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

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

Par exception, il peut être installé :

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

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

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

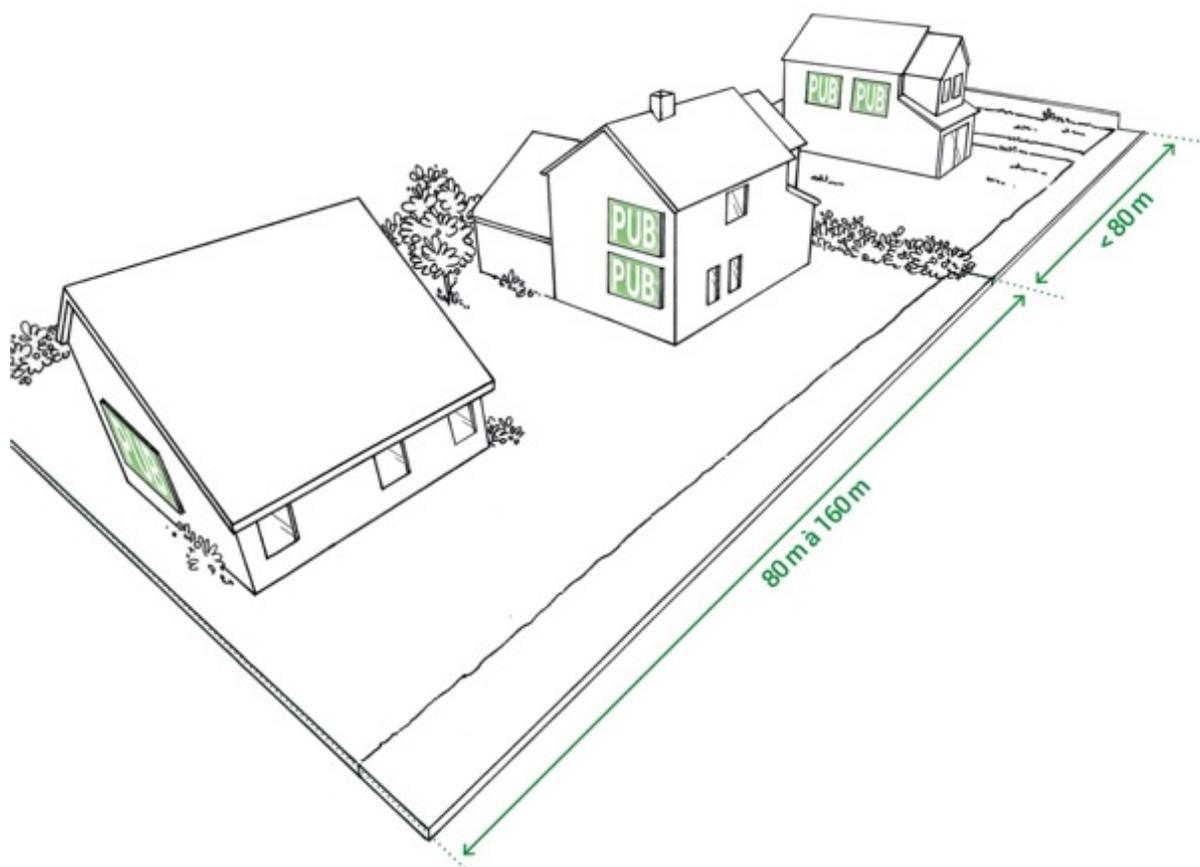
II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

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

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

---

<sup>34</sup> Article R581-25 du code de l'environnement



Soumises à la réglementation nationale, on relève plusieurs supports implantés sur la même unité foncière. Bien que conformes au Code de l'environnement, ces installations ont un impact plus important sur le paysage et accentue la dégradation du cadre de vie.



Publicités apposées sur mur / clôture avec une densité supérieure à 1 support par unité foncière, mars 2021, Creil.



Le constat des enjeux liés à la densité de la publicité et des préenseignes sur mur ou clôture s'applique également aux publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.

La présence de plusieurs supports sur la même unité foncière accentue la pression publicitaire sur des secteurs très précis du territoire. L'impact des publicités et préenseignes y est alors décuplé.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol avec une densité supérieure à 1 support par unité foncière, mars 2021, Creil.

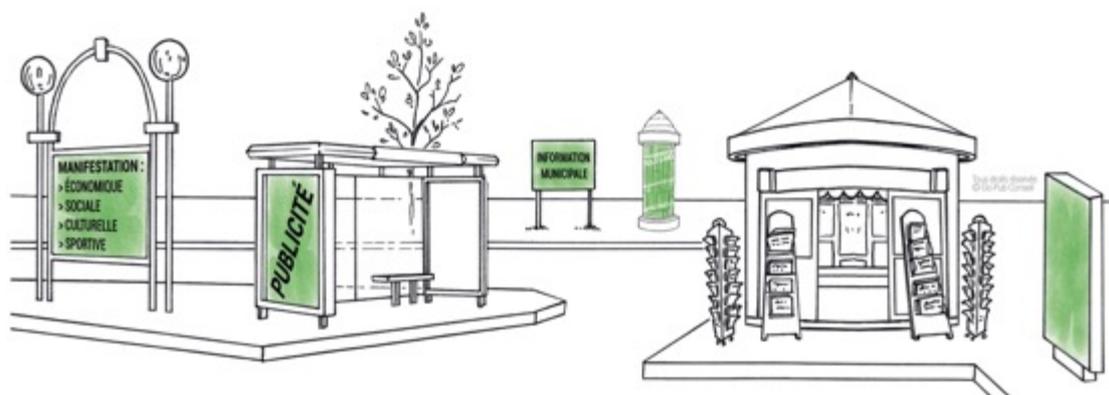


Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol avec une densité supérieure à 1 support par unité foncière, mars 2021, Creil.

Le futur RLP pourra donc mettre en place des règles de densité plus strictes que celles actuellement fixées dans le Code de l'environnement pour valoriser le territoire de Creil. L'objectif d'une telle réglementation est de limiter l'impact et la surenchère de dispositifs publicitaires dans sur certains secteurs qui subissent une forte pression publicitaire.

## 1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

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



Type	Règles applicables
<b>Abris destinés au public</b>	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
<b>Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public</b>	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
<b>Colonnes porte-affiches</b>	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
<b>Mâts porte-affiches</b>	ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ .
<b>Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</b>	ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés ( $8 \text{ m}^2$ si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

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

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

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

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

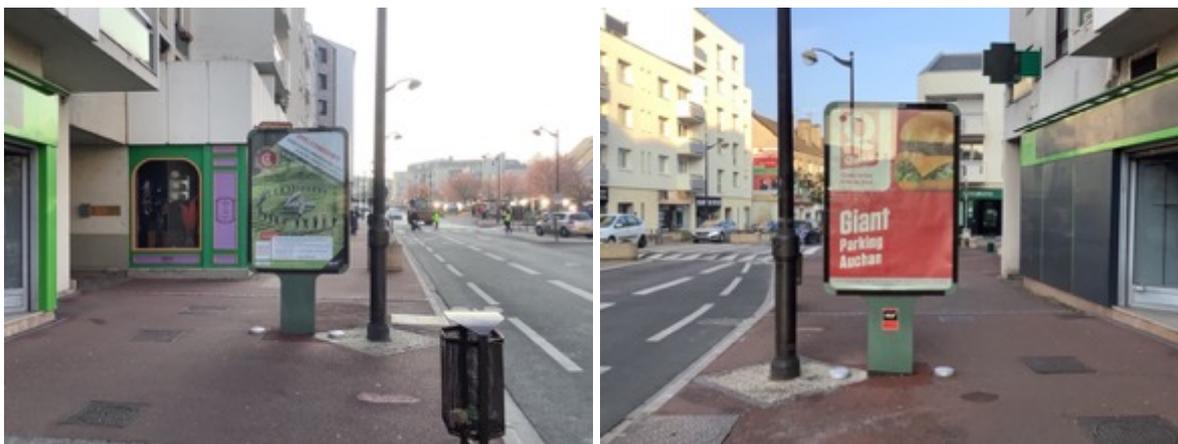
La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories mais seulement 3 sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain sont présentes sur la commune de Creil, à savoir :

- les abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2m<sup>2</sup> ;
- les mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucette* » ;
- les colonnes porte-affiches, appelées également « *colonnes Morris* ».



Colonne porte-affiche pouvant supporter de la publicité (nb : ce support n'en supporte pas à l'heure actuelle) et publicité apposée sur abris destiné au public, mars 2021, Creil.



Publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques d'un format de 2m<sup>2</sup>, mars 2021, Creil.

Les publicités supportées par les mobiliers sont globalement de petit format (2m<sup>2</sup>). Cependant, certaines publicités de type « *sucette* » peuvent atteindre un format de 8m<sup>2</sup>.



Publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques d'un format de 8m<sup>2</sup>, mars 2021, Creil.

Une dizaine de supports a un format de 8m<sup>2</sup>. Les autres publicités supportées par du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ont un format de 2m<sup>2</sup>. Ces supports posent peu de problématiques paysagères. Néanmoins, compte tenu de la réglementation nationale applicable sur le territoire on relève plusieurs publicités apposées sur mobilier urbain installées dans le site inscrit « *Vallée de la Nonette* ».



Publicité apposée sur colonne porte-affiche installée dans le site inscrit « Vallée de la Nonette » et publicité apposée sur abris destiné au public installé hors agglomération, mars 2021, Creil.



Publicités apposées sur mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques d'un format de 8m<sup>2</sup> et installés dans le site inscrit « Vallée de la Nonette » mars 2021, Creil.



Publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques d'un format de 2m<sup>2</sup>, installés dans le site inscrit « Vallée de la Nonette » et en zone N du PLU, mars 2021, Creil.

Bien que le format de ces publicités soit généralement moins impactant pour les paysages (car de faible format), ce type de dispositifs occupe une place majeure dans le paysage urbain. Ainsi, la place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal devra être traitée de manière spécifique dans la future réglementation locale.

Compte tenu de la présence du site inscrit de la « Vallée de la Nonette », la ville devra mener une réflexion spécifique sur ce secteur. En effet, le code de l'environnement autorise, dans le cadre d'un RLP, à déroger à l'interdiction de publicité en site inscrit de manière limitative.

Par ailleurs, le caractère éventuellement numérique de ces dispositifs devra également être pris en compte. A ce jour, aucun support numérique apposé sur mobilier urbain n'a été relevé.

## 1.6. La publicité sur bâches

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

On compte deux types de bâches :

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

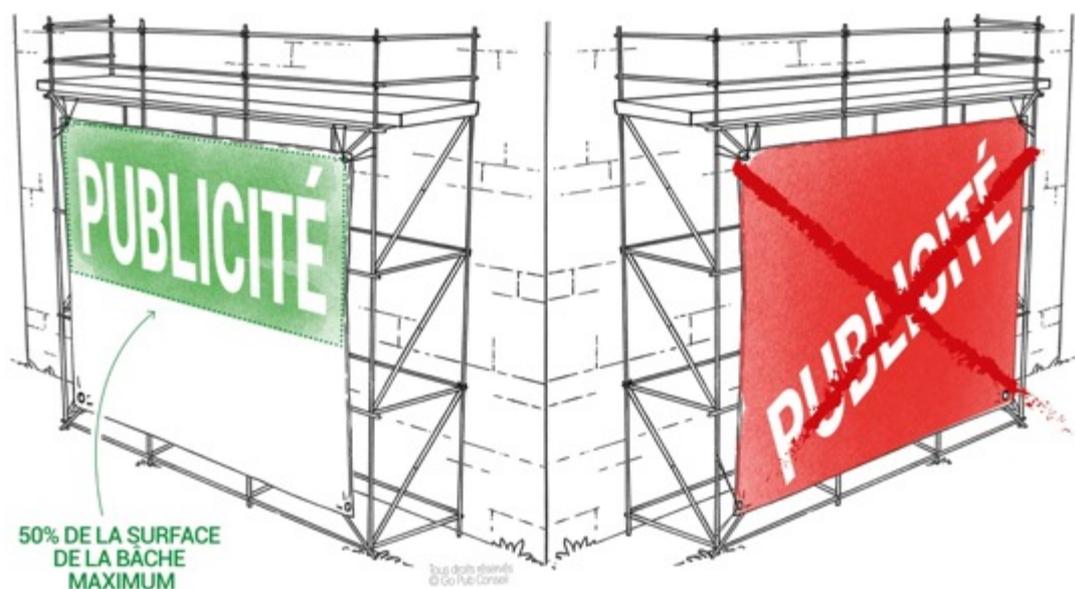
2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

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

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

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  50% de la surface de la bâche<sup>35</sup>

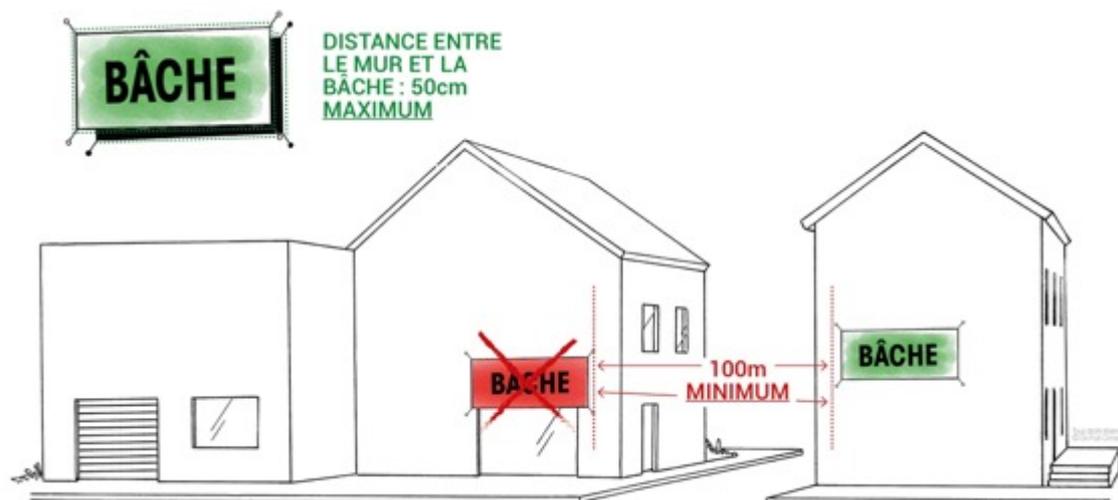


Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la

<sup>35</sup> L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

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



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

Lors du recensement, aucune bâche n'a été relevée sur le territoire de Creil. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

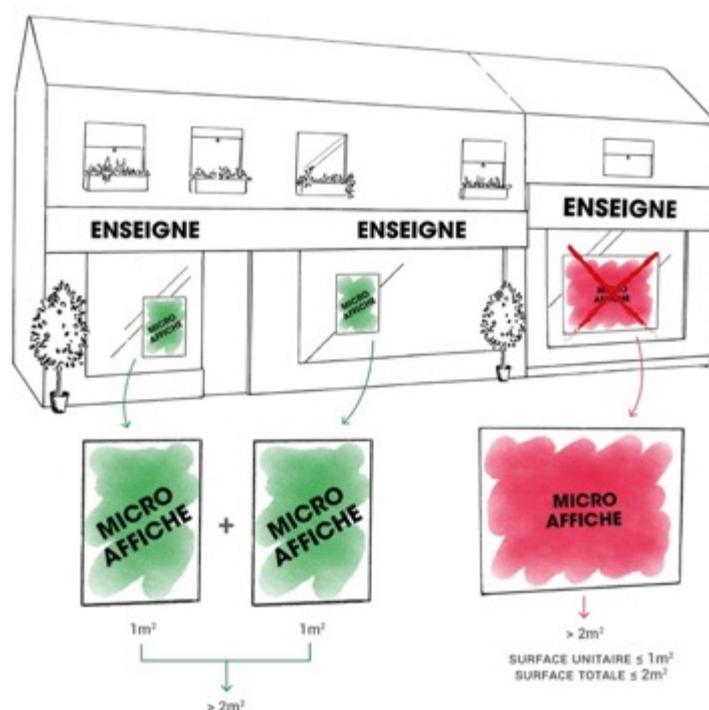
### 1.7. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.

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

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1m<sup>2</sup>, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* ».

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

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



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

## 1.8. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

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

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

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

Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevée sur le territoire de Creil. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

1.9. Les dispositifs installés à l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération

Type	Caractéristiques	
<b>Publicité non lumineuse sur mur ou clôture</b>	Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
<b>Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux</b>	Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6 \text{ m}$	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
<b>Publicité lumineuse</b>	Surface $\leq 8 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6 \text{ m}$	

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

Les publicités sur les véhicules terrestres<sup>36</sup> ainsi que sur les eaux intérieures<sup>37</sup> sont également réglementées par le code de l'environnement.

<sup>36</sup> Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

<sup>37</sup> Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

## 1.10. Publicités / préenseignes lumineuses

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

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

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

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

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

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh<sup>38</sup>.



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

<sup>38</sup> [https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400\\_1oawf6\\_doc172.pdf](https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf)

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

Le Code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>39</sup>. Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

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

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

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>40</sup>, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à  $2,1 \text{ m}^2$  ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

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

La publicité lumineuse ne peut :

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

---

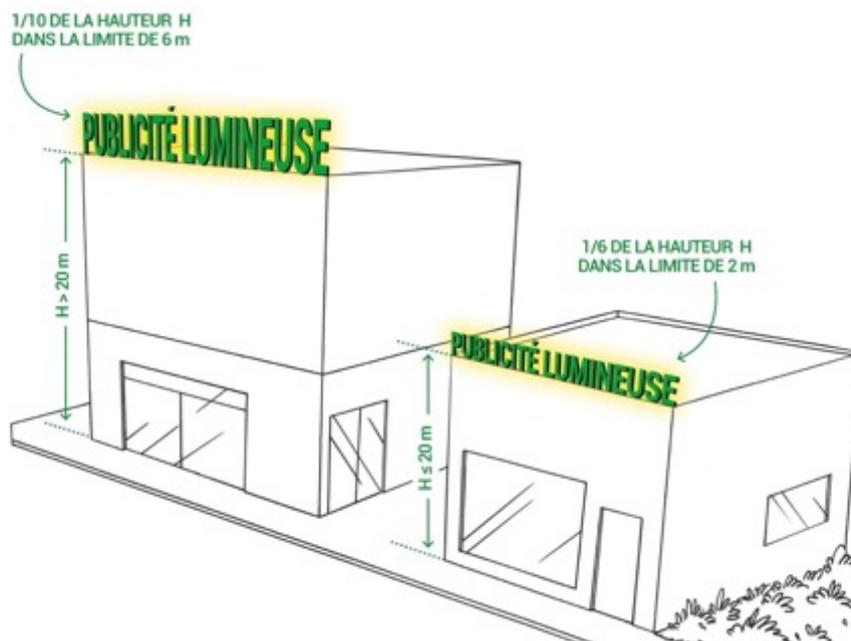
<sup>39</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour

<sup>40</sup> arrêté ministériel non publié à ce jour

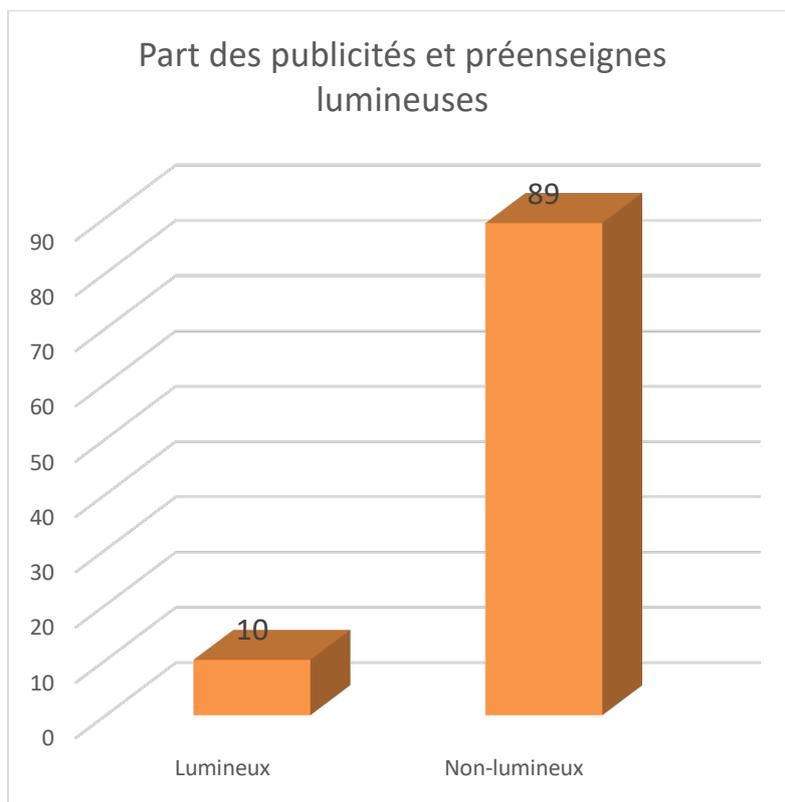


Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports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

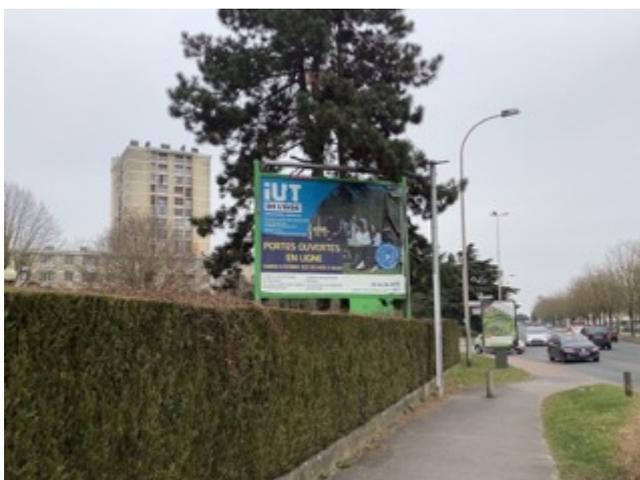
Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade $\leq 20$ m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2m
Hauteur de la façade $> 20$ m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6m



En l'espèce, la publicité lumineuse est très peu présente sur le territoire de Creil puisque seulement 10% des dispositifs sont lumineux.



10 dispositifs lumineux sont éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.



Publicité éclairée par projection, mars 2021, Creil. Exemple de publicité éclairée par transparence (non relevé sur la commune).

Le recensement a mis en évidence la présence d'un seul dispositif publicitaire numérique.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol numérique, mars 2021, Creil.

Lors du recensement une publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu à également été relevée.



Publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu, mars 2021, Creil.

Cependant, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- **Sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière**, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire. Si les lampes sont surdimensionnées, leur puissance doit être réduite. Remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;
- **Moduler la durée d'éclairage**, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

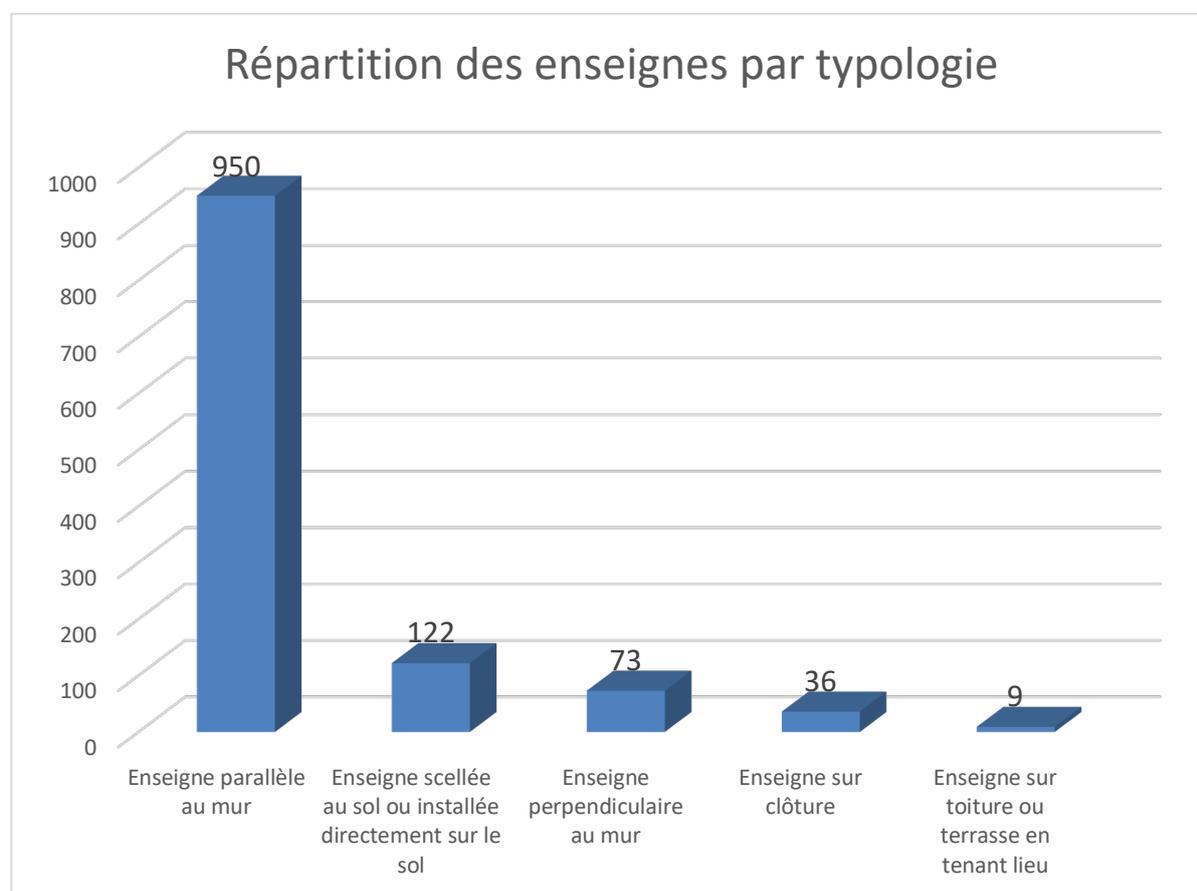
## 2. Les enjeux en matière d'enseignes

### 2.1. Généralités

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

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

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

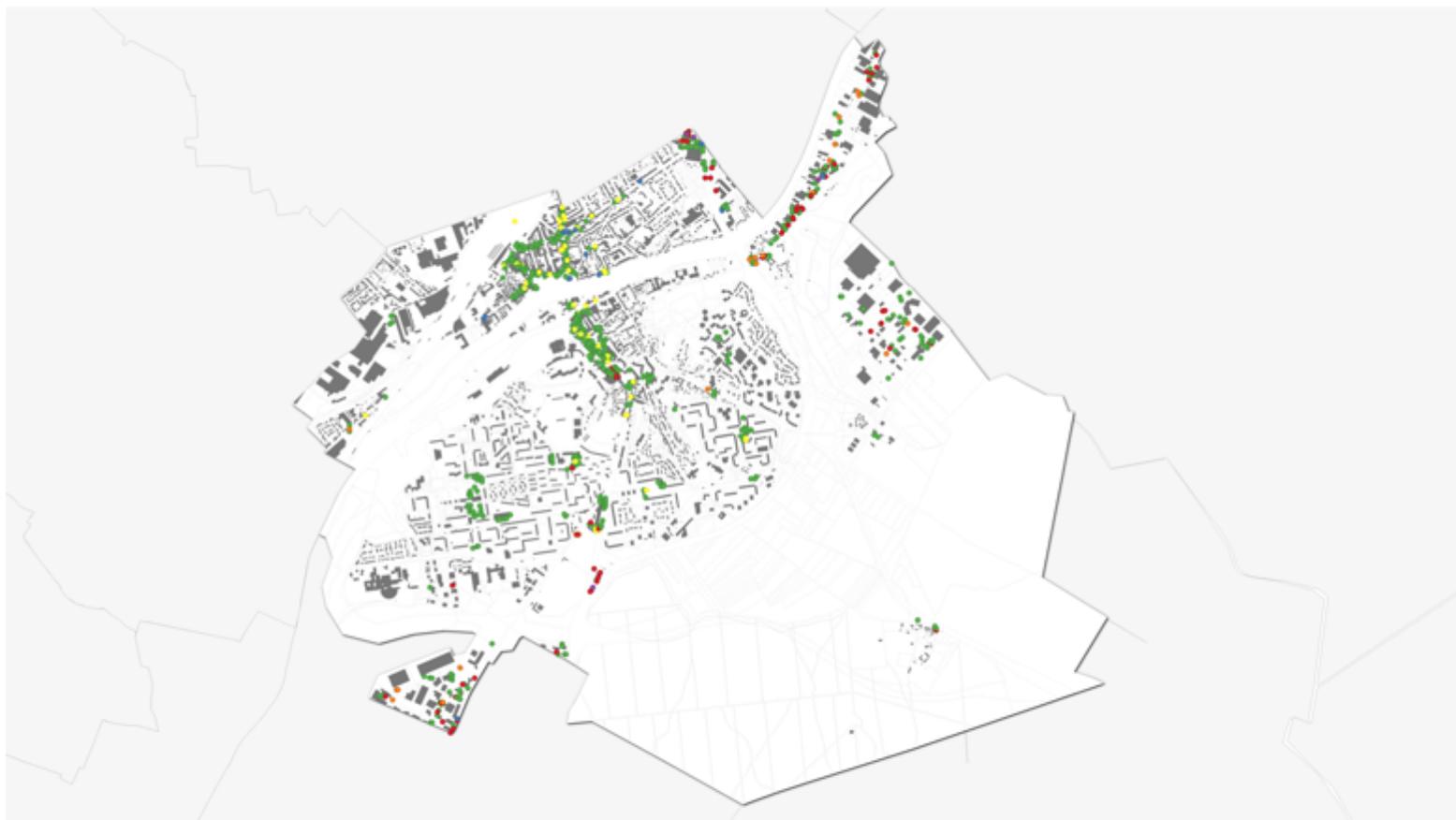


Quel que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes doivent être :

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

Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense (zones d'activités, centre-ville, etc.).

### Localisation des enseignes sur la commune de Creil

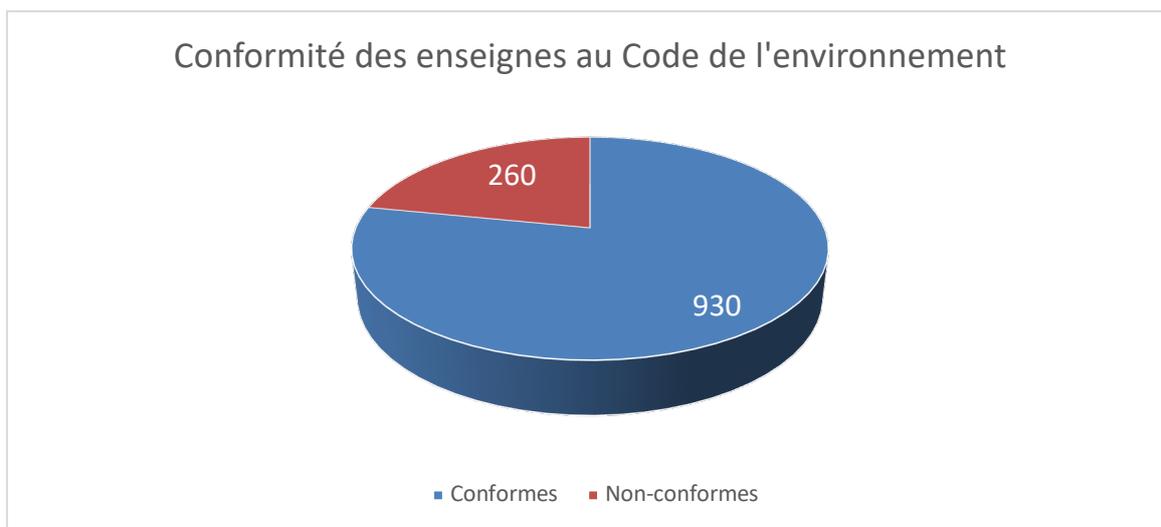


#### Légende

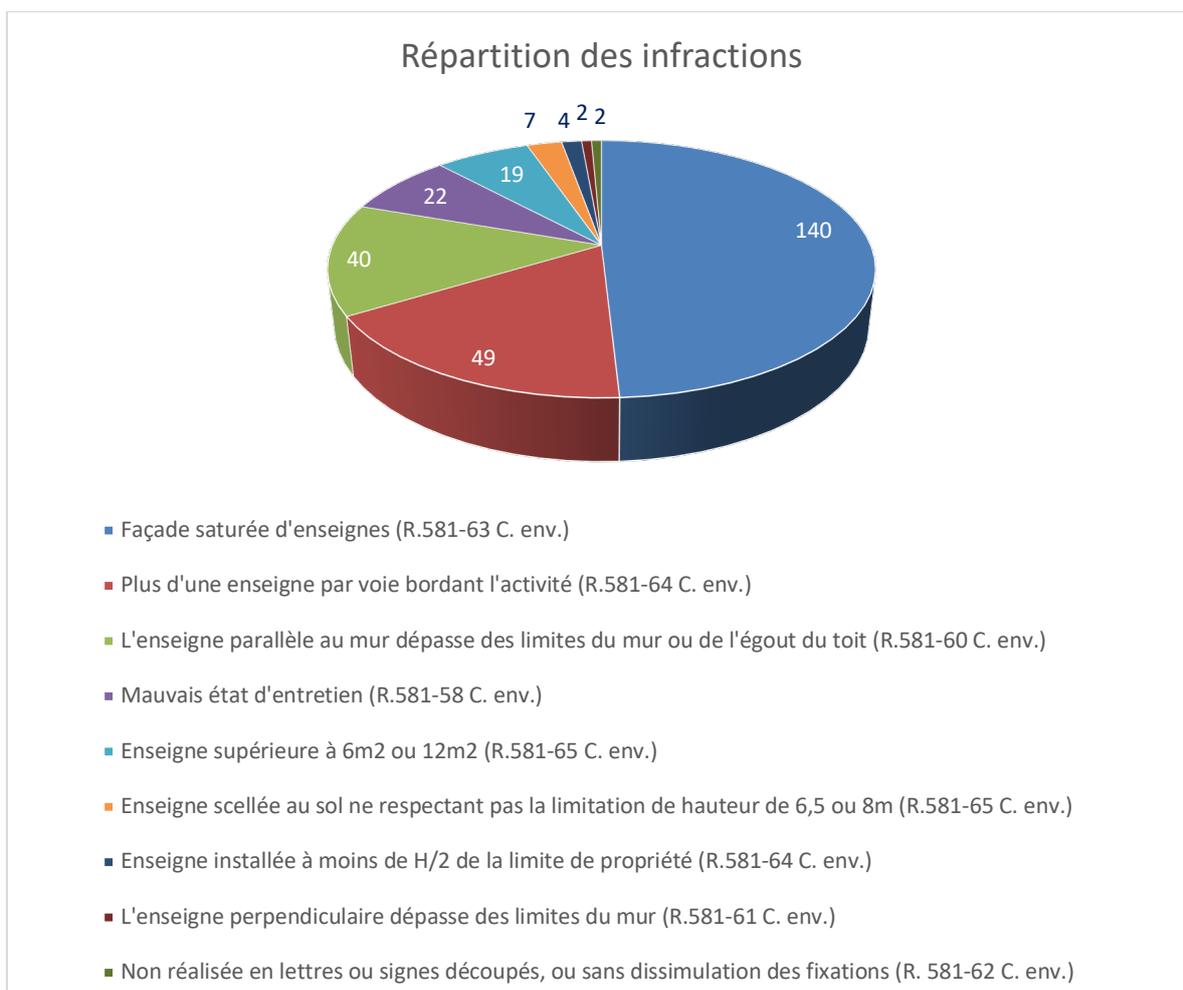
- Enseigne parallèle au mur
- Enseigne perpendiculaire au mur
- Enseigne sur clôture
- Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu
- Enseigne temporaire

0 750 1500 m

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



On constate que 260 dispositifs non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 22% des enseignes de la commune de Creil. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On relève donc 260 dispositifs non-conformes pour 285 infractions réparties de la manière suivante :



## 2.2. Enseignes parallèles au mur

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ce type d'enseigne représente 80% des enseignes relevées à Creil et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store- banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Enseignes parallèles au mur réalisées avec un panneau de fond, mars 2021, Creil.



Enseignes parallèles au mur de type « vitrophanie », mars 2021, Creil.



Enseignes parallèles au mur réalisées en lettres découpées, mars 2021, Creil.



Enseigne parallèle peinte directement sur la façade, mars 2021, Creil.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface<sup>41</sup>. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

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



Enseignes parallèles au mur dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit et enseigne en mauvais état d'entretien, mars 2021, Creil.

<sup>41</sup> [La surface cumulée des enseignes](#)

Malgré l'absence totale de règles locales en matière d'enseignes, on relève des enseignes permettant de valoriser les activités et devantures commerciales. En effet, on relève plusieurs devantures ou les enseignes parallèles au mur sont particulièrement soignées. Ces enseignes de qualité sont dues à la présence de périmètre de protection aux abords des monuments historiques et du site inscrit « Vallée de Nonette », qui permet à l'architecte des bâtiments de France (ABF) de donner son accord pour chaque installation d'enseigne dans ces secteurs.



Enseignes réalisées en lettres découpées, bien intégrées à la devanture commerciale et qualitative dans leur réalisation, mars 2021, Creil.

Le futur RLP pourra privilégier la qualité de ces enseignes (lettres découpées, etc.) et/ou leur implantation afin que les enseignes parallèles au mur participent à la mise en valeur des bâtiments sur lesquels elles sont installées.



Enseigne parallèle au mur en bandeau masquant une partie du bâtiment. Redondance du message véhiculé par les enseignes parallèles au mur, mars 2021, Creil.



Enseigne parallèle au mur installée en étage et masquant les modénatures du bâtiment, mars 2021, Creil.

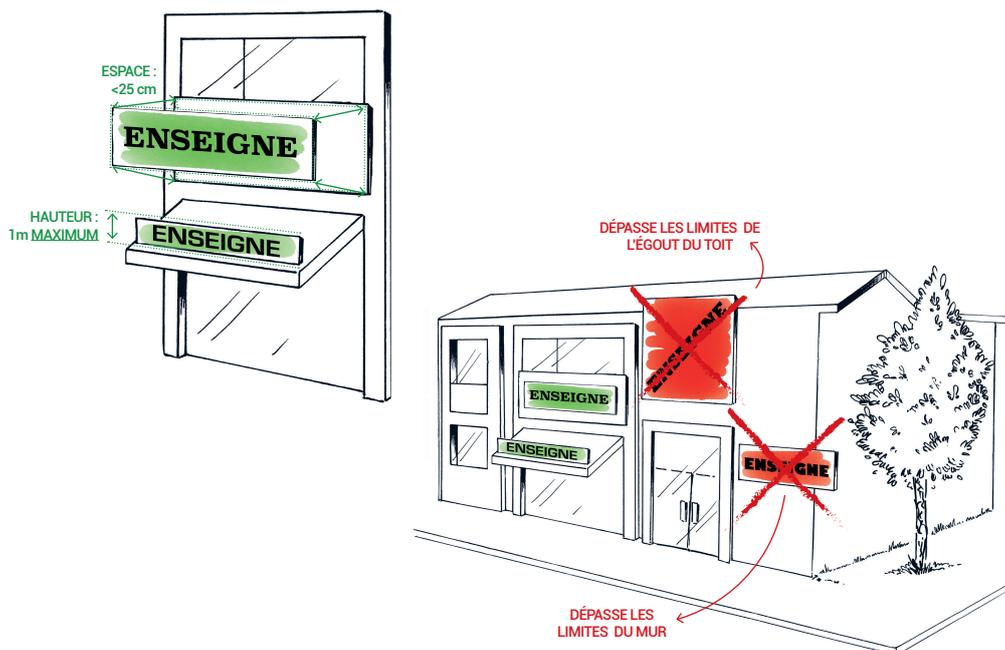


Redondance du message véhiculé par les enseignes parallèles au mur, mars 2021, Creil.

### 2.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon

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

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



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, elles viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.



Une seule enseigne sur balcon a été relevé lors du recensement, mars 2021, Creil.

La faible présence des enseignes sur auvent ou marquise et des enseignes sur balcon pourra faire l'objet d'une interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

## 2.4. Enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture représentent à peine 3% des enseignes de Creil. Ce type d'enseigne est plus souvent présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau national. A ce titre, elles sont traitées dans la continuité de la partie dédiée aux enseignes parallèles au mur. Pour autant leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface peut être particulièrement important.

La faible présence de ce type d'enseigne sur le territoire pourra être entérinée par la future réglementation locale en interdisant sur tout ou partie du territoire ce type d'enseigne.



Enseignes sur clôture non-aveugle, mars 2021, Creil.



Enseignes sur clôture aveugle, mars 2021, Creil.

Au même titre que les autres enseignes, les enseignes sur clôture pourront faire l'objet d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP. Cela permettra de mieux maîtriser leur implantation et de mettre en place des règles plus appropriées aux caractéristiques de ces enseignes. Une limitation en nombre et/ou format pourrait permettre une meilleure insertion de ces enseignes dans leur environnement.

## 2.5. Enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 6% des enseignes du territoire et disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.



Enseignes perpendiculaires au mur de forme carrée, mars 2021, Creil.



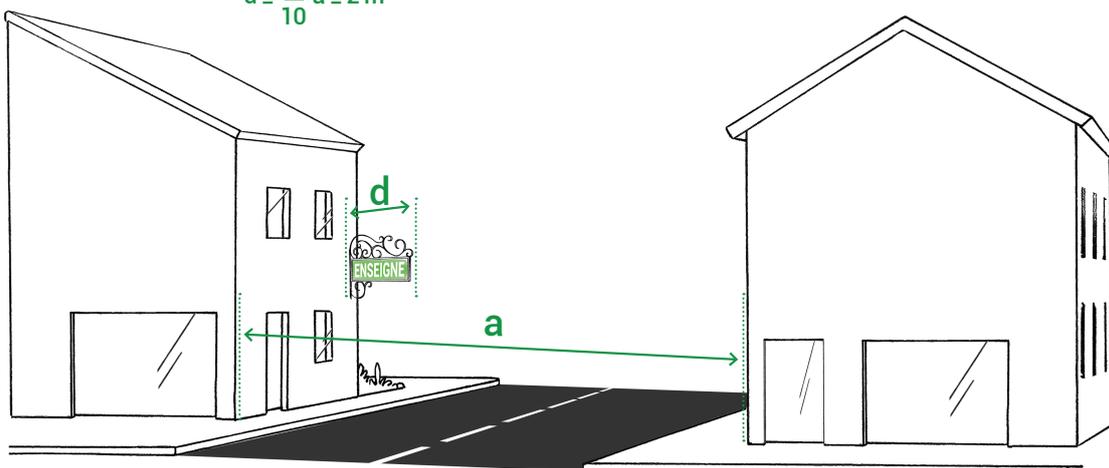
Enseignes perpendiculaires au mur de forme allongée, mars 2021, Creil.

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

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

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

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



Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. On relève également plusieurs devantures accueillant plusieurs enseignes perpendiculaires au mur. Cependant, cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité / lisibilité de l'activité.



Plusieurs enseignes perpendiculaires signalant la même activités, mars 2021, Creil.



Saillie importante de l'enseigne perpendiculaire, mars 2021, Creil.

Bien que leur format soit plus faible que les autres enseignes, les enseignes perpendiculaires au mur peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville.



Impact des enseignes perpendiculaires du fait de leur format varié, leur hauteur, leur saillie, sur les bâtiments sur lesquels elles sont installés et sur le paysage urbain, mars 2021, Creil.

L'alignement des enseignes perpendiculaires avec les enseignes parallèles pourrait améliorer la qualité d'implantation des enseignes perpendiculaires au mur.



Alignement des enseignes perpendiculaires aux enseignes parallèles au mur, mars 2021, Creil.



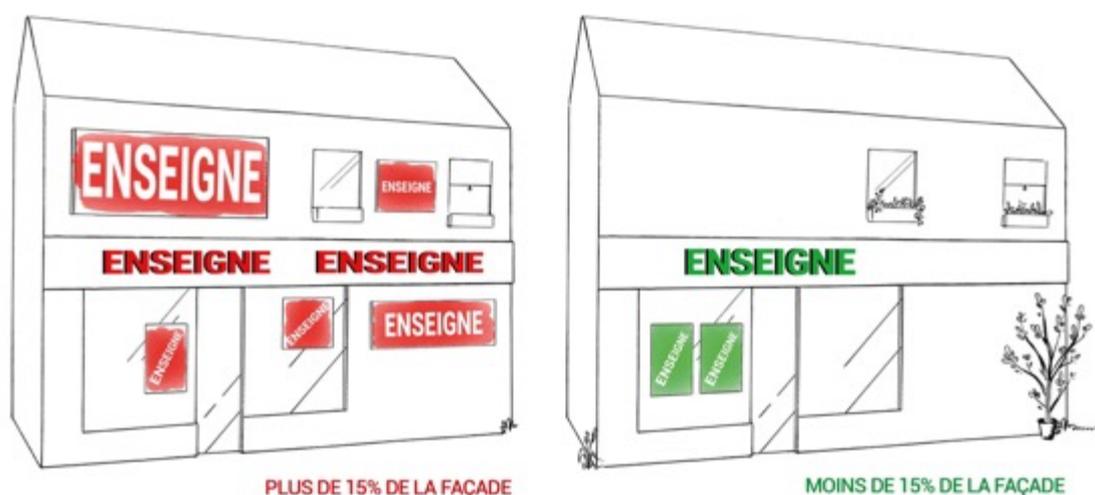
Exemple d'enseigne perpendiculaire non alignée avec l'enseigne parallèle au mur, mars 2021, Creil.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité, notamment dans le centre-ville. Le nombre d'enseignes, leur taille, saillie, ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes.

## 2.6. La surface cumulée des enseignes

Cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée<sup>42</sup> 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 m<sup>2</sup>.

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



On rencontre plusieurs façades saturées d'enseignes sur le territoire. Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale (ex : centre historique). Cette règle nationale est apparue dans le cadre de la « grennellisation » des règles applicables à la publicité extérieure.

<sup>42</sup> Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Suite à l'analyse du recensement, il apparait que c'est cette règle qui génère le plus d'infraction sur le territoire.



Commerces dont la façade est saturée d'enseignes, mars 2021, Creil.

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

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue (10%). Elles sont particulièrement présentes sur les zones d'activités économiques de la commune et participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».

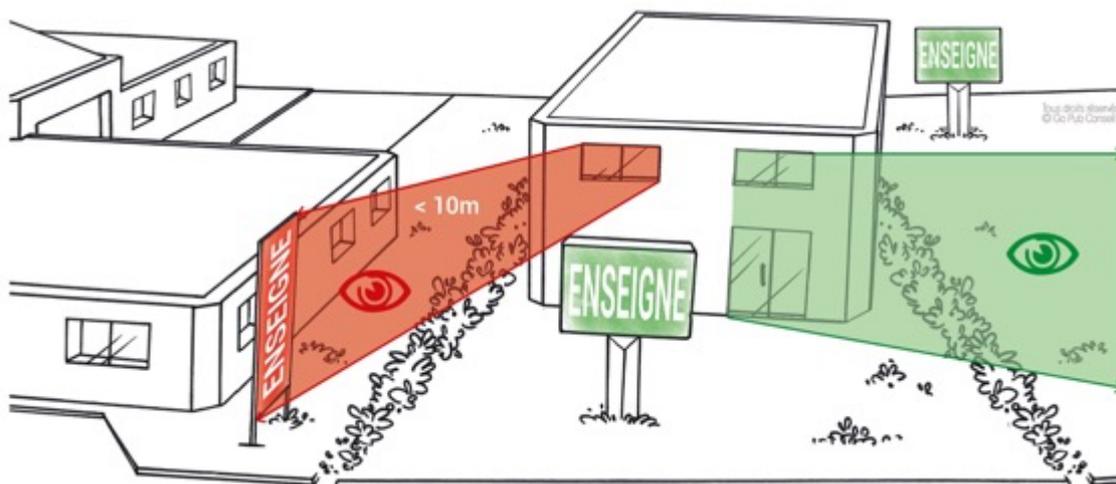


Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « drapeau » et de type « mât », mars 2021, Creil.

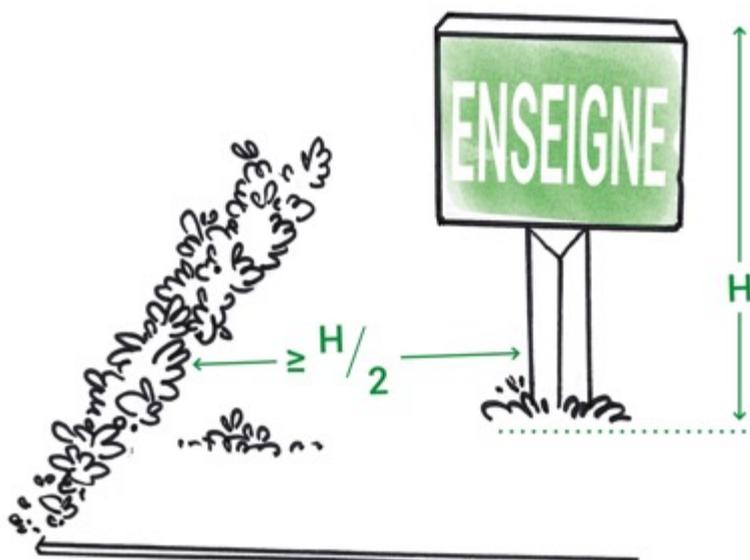


Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « totem » et de type « panneau », mars 2021, Creil.

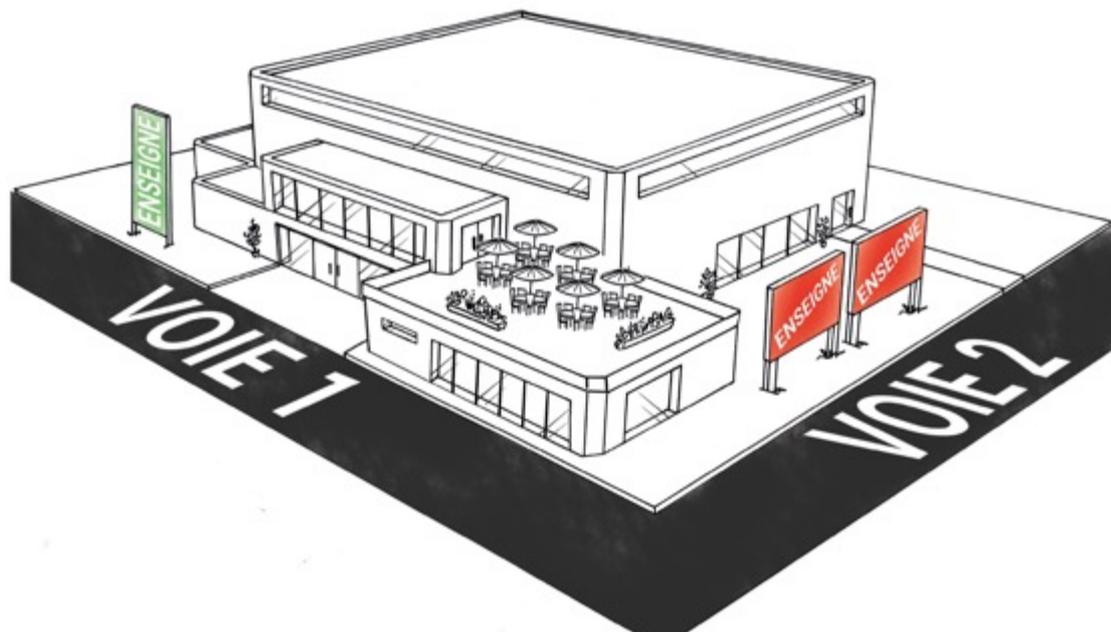
Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations. Les enseignes de plus de  $1\text{m}^2$ , scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins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



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



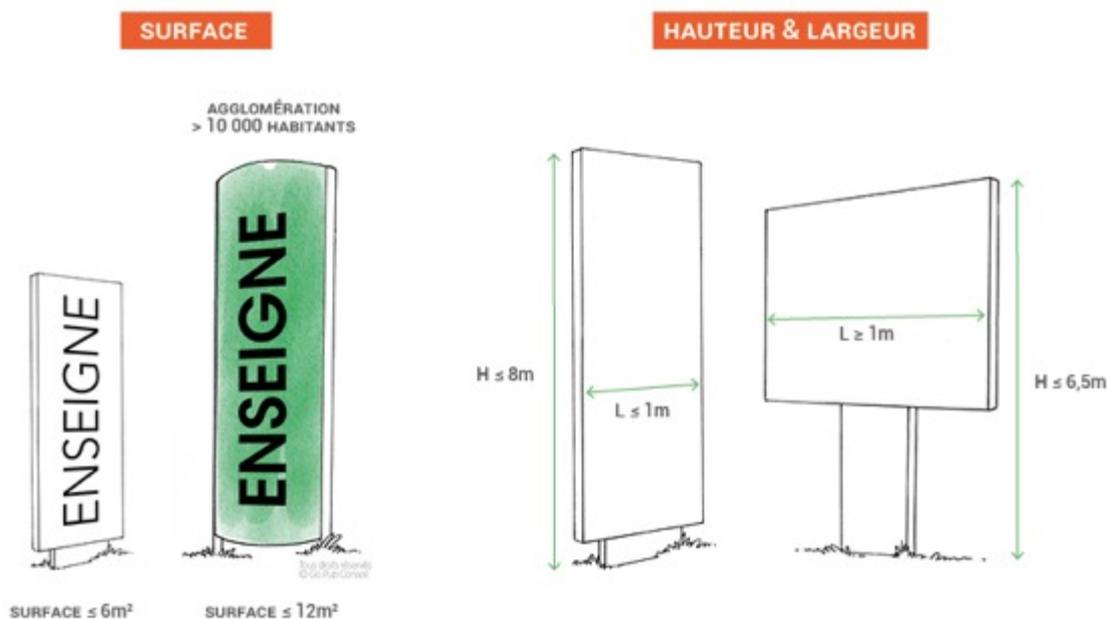
Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m<sup>2</sup>. Elle est portée à 12 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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



Ces enseignes ont un impact similaire aux publicités et préenseignes de même type et font l'objet de plusieurs types d'infractions. On relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule enseigne. Il s'agit de l'infraction la plus courant concernant ces enseignes.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle dite « H/2 », qui impose une implantation de ces enseignes à au moins la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété, mars 2021, Creil.

Le format de ces enseignes peut également être un facteur qui accentue l'impact sur les paysages et le cadre de vie.



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol d'un format supérieur à 8m<sup>2</sup>, mars 2021, Creil.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la limitation en nombre fixée par le code de l'environnement, mars 2021, Creil.

Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifique en vue de réduire leur impact. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre.

Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale. **NB** : Pour être qualifiées d'enseignes ces dispositifs doivent être installés sur l'unité foncière de l'activité, sinon, il s'agit de publicité ou préenseigne. Cette règle ne s'applique pas lorsque l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public, dans ce cas, on considère le dispositif comme étant une enseigne (ex : porte-menu sur une terrasse de restaurant).

## 2.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu est essentiellement présente en zone d'activités. Elle compte pour à peine 1% du total des enseignes relevées. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.

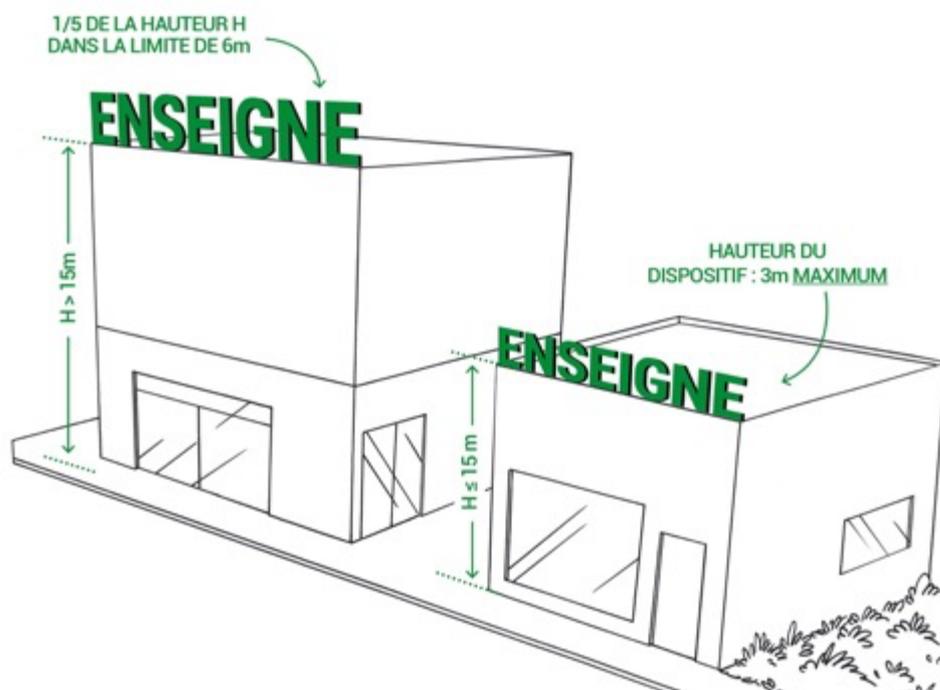


Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu, mars 2021, Creil.

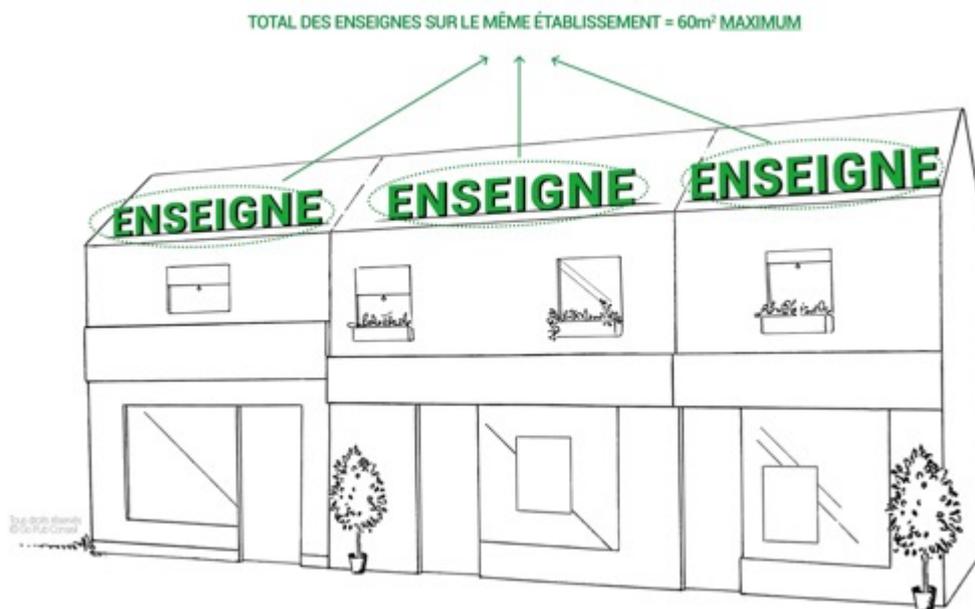
Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables,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

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

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



Surface cumulée<sup>43</sup> des enseignes sur toiture d'un même établissement  $\leq 60 \text{ m}^2$



<sup>43</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Seulement 2 de ces enseignes sont en infraction car installées avec un panneau de fond.



Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu, non réalisée avec des lettres découpées, mars 2021, Creil.

Le futur RLP pourra proposer de réduire la taille de ces enseignes, voire de les interdire sur tout ou partie du territoire, compte tenu de leur très faible présence.

## 2.9. Enseignes lumineuses

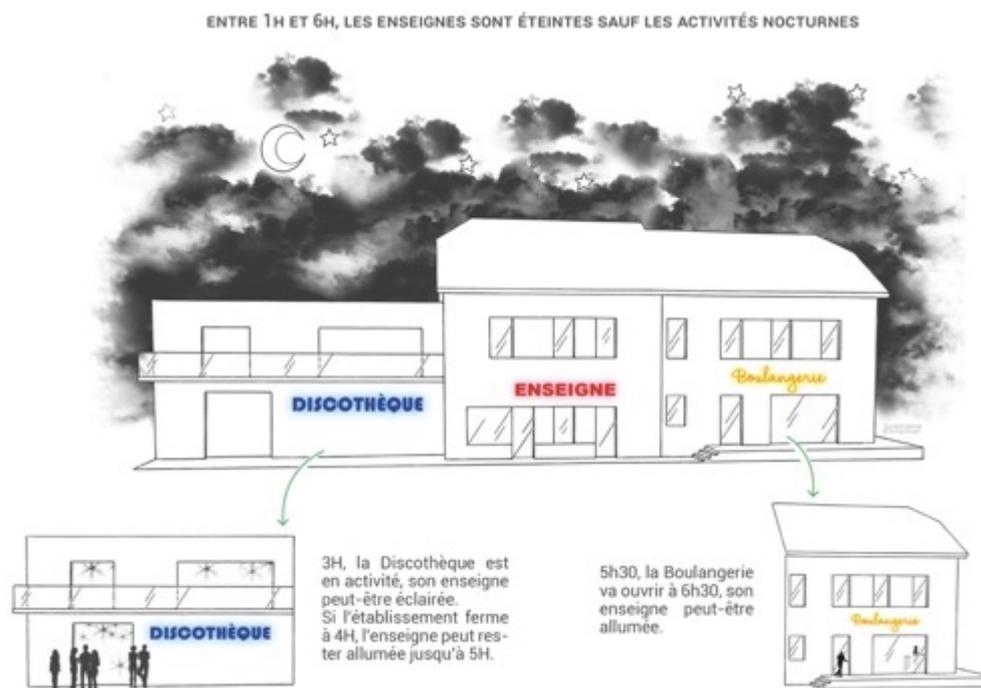
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type<sup>44</sup>.

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

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>45</sup>.

Elles sont éteintes<sup>46</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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

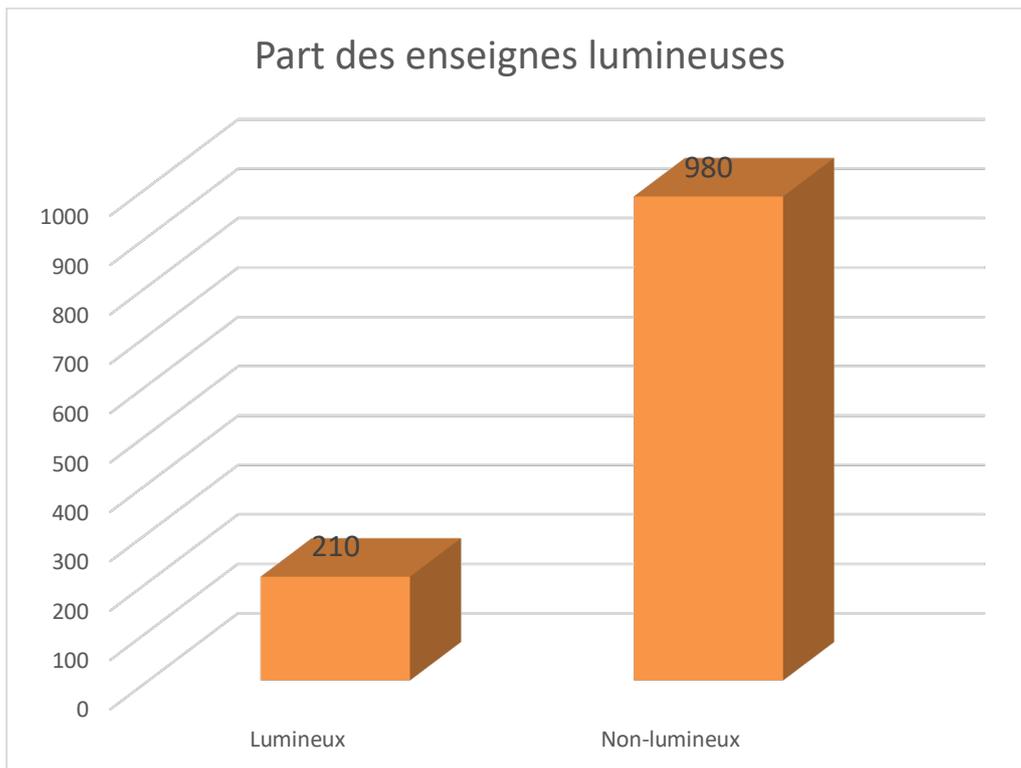


Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R.581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « *toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet* ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc. Sur le territoire communal, 17% des enseignes sont lumineuses.

<sup>44</sup> [Publicités / préenseignes lumineuses](#)

<sup>45</sup> arrêté non publié à ce jour

<sup>46</sup> l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral



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



Enseignes lumineuses éclairées par transparence, mars 2021, Creil.



Enseignes lumineuses éclairées par projection, mars 2021, Creil.



Enseignes lumineuses éclairées par des néons, mars 2021, Creil.

Quelques enseignes numériques ont été relevées sur le territoire communal signalant principalement des services d'urgences, pharmacie, hébergements, restaurants etc. Il s'agit donc d'enseigne avec un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

## 2.10. Enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

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

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

Les enseignes temporaires sont soumises « *partiellement*<sup>47</sup> » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentées précédemment, notamment :

- Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes<sup>48</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>49</sup>.

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

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

- Saillie  $\leq 25$  cm ;
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit.

### Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

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

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

- Surface totale  $\leq 60$  m<sup>2</sup>

---

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

<sup>48</sup> il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

<sup>49</sup> arrêté non publié à ce jour

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

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

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes sur une clôture, d'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol, ou d'enseigne parallèle au mur pour des opérations immobilières ou la promotion de locaux vacants. Elles peuvent posséder de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.



Enseignes temporaires sur mur, sur clôture non-aveugle et scellée au sol ou installée directement sur le sol, mars 2021, Creil.

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

### **III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure**

#### ***1. Les objectifs***

Par une délibération du 14 juin 2019, la commune de Creil a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- Garantir un cadre de vie de qualité pour les habitants, les visiteurs et les commerçants ;
- Développer l'attractivité des secteurs d'activités et commerçants de la ville ;
- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie en protégeant le patrimoine naturel et bâti ;
- Traiter les entrées de ville pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes ;
- Adopter des règles d'extinction nocturne ;
- Adopter des dispositions plus respectueuses du cadre de vie ;
- Adapter les règles nationales aux caractéristiques du territoire de la ville ;
- Prendre en compte l'évolution des techniques d'affichage et de marketing publicitaire et anticiper l'évolution de la ville.

L'ensemble de ces objectifs a pour vocation de permettre la construction d'un projet équilibré et conciliant les principes de conciliation entre liberté d'expression et liberté de commerce et d'industrie avec ceux de la protection du cadre de vie et des paysages.

## ***2. Les orientations***

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

**Orientation 1 :** Autoriser la publicité de manière limitative dans les sites inscrits et dans les périmètres de protection des monuments historiques classés et inscrits pour garantir une cohérence de traitement entre les différents espaces ;

L'objectif de cette orientation est de tenir compte du parc publicitaire existant. En effet, la commune dispose de plusieurs supports publicitaires au sein des périmètres de protection des monuments historiques classés et inscrits mais également dans le site inscrit « *Vallée de la Nonnette* ». Dans ces espaces on retrouve de la publicité apposée sur mobilier urbain que la commune souhaite préserver pour garantir du mobilier urbain de qualité sur la totalité de son territoire. On retrouve également sur les espaces d'activités et sur les axes pénétrants comme la route de vaux, la rue Robert Schuman, route de Chantilly et rue Léon Blum, des publicités de plus grands formats. Dans un souci d'équilibre, la commune a souhaité maintenir des possibilités de publicités sur ces espaces dans des conditions spécifiques permettant de valoriser le cadre de vie.

**Orientation 2 :** Limiter le format et la densité des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire pour valoriser le patrimoine local naturel et bâti ;

Grâce au diagnostic réalisé, la ville a pu travailler sur la réduction des formats des publicités, principalement des publicités apposées sur mobilier urbain notamment dans le centre-ville et les secteurs et quartiers pavillonnaires. Pour les autres supports publicitaires, la ville a privilégié une règle de densité adaptée permettant de réduire sensiblement le nombre de dispositifs présents sur la commune. Ces suppressions permettront de mettre en avant et de valoriser le patrimoine local.

**Orientation 3 :** Limiter les dispositifs lumineux (publicités, enseignes et préenseignes) y compris les dispositifs numériques ;

Dans le cadre de cette orientation, la ville a mis en place une plage d'extinction nocturne correspondant aux enjeux du territoire. Elle a également défini des conditions d'utilisation concernant les supports numériques afin de lutter contre la pollution lumineuse générée par la publicité extérieure.

**Orientation 4 :** Interdire l'installation de certaines enseignes particulièrement impactantes pour les paysages comme, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, les enseignes sur balcon, sur auvent ou marquise, etc. ;

Dans le cadre de l'élaboration de son RLP, la ville a souhaité interdire certaines enseignes peu qualitatives. Pour cela, elle s'est appuyée sur le diagnostic réalisé mais également sur sa charte des devantures et les préconisations de la charte du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France. L'objectif étant de favoriser des installations d'enseignes plus qualitatives.

**Orientation 5 :** Valoriser, notamment dans le périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartier, l'installation d'enseignes parallèles et perpendiculaires de qualité encadrant leur nombre, leur saillie et leur implantation et leur aspect ;

En cohérence avec l'action cœur de ville menée par la ville, la collectivité a souhaité acter les dispositions déjà contenu dans sa charte des devantures. L'objectif étant d'avoir des règles contraignantes afin de créer une véritable identité en cœur de ville. Ces règles ont été complétées par des prescriptions de la charte du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France.

**Orientation 6 :** Réglementer strictement les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en les limitant en encadrant en nombre, en format et/ou en hauteur ;

Compte tenu de la présence de plusieurs agglomérations sur la commune, la ville a souhaité harmoniser le format des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de grand format. Par ailleurs, des règles spécifiques ont également été définies pour les enseignes inférieures ou égales à 1m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol.

**Orientation 7 :** Encadrer les enseignes sur clôture en nombre et en surface ;

Peu présente sur la commune, la ville a souhaité mener une réflexion sur ces enseignes afin d'en limiter l'impact. En effet, ces supports sont souvent de faible qualité et nuisent à la qualité du cadre de vie et des paysages d'un territoire. Leur format et leur nombre a été limité pour réduire l'impact de ces supports.

**Orientation 8 :** Renforcer la réglementation sur les enseignes temporaires.

Bien que le Code de l'environnement encadre les enseignes temporaires, la ville a souhaité harmoniser, lorsque c'est possible, les règles applicables aux enseignes permanentes et temporaires. L'objectif étant de limiter l'impact des enseignes temporaires sur le paysage.

## IV. Justification des choix retenus

### 1. Le zonage

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Creil. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n° 1 (ZP1) couvre le périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers ;
- La zone de publicité n° 2 (ZP2) couvre les axes principaux de Creil dont la route de Vaux, la rue Robert Schumann, l'avenue Puvis de Chavannes, rue Léon Blum, route de Chantilly, rue Salvador Allende, rue Jean Jaurès et la D1016 de la limite communale avec Nogent-sur-Oise jusqu'à l'Oise ;
- La zone de publicité n° 3 (ZP3) couvre les espaces d'activités de la commune ;
- La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les espaces agglomérés du territoire en dehors de la ZP1, ZP2 et ZP3.

Les secteurs situés en dehors des 4 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception<sup>50</sup>.

La ZP1 : le périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers :

La ZP1 et notamment la partie du périmètre de l'action cœur de ville présente des enjeux architecturaux et patrimoniaux forts identifiés par des protections spécifiques :

- le site inscrit du parc municipal Rouher ;
- le site inscrit de l'île de Creil ;
- une partie du site inscrit de la Vallée de la Nonette ;
- les périmètres de protection de 500 mètres aux abords du pavillon, de l'église et du château.

Quant aux polarités commerciales de quartiers, elles ont été intégrées à la ZP1 pour que les commerces de proximité puissent bénéficier d'une équité dans le traitement de leur enseigne. L'objectif de cette zone est de mettre en place une réglementation qualitative pour faire émerger une identité spécifique à ce secteur.

---

<sup>50</sup> [La notion d'agglomération](#)

### La ZP2 : les axes principaux du territoire :

Cette zone regroupe les axes sur lesquels se concentre la pression publicitaire. Ces axes ont été identifiés lors du diagnostic comme étant des axes et des secteurs à enjeux. Pour ces axes, une réglementation spécifique est mise en place afin de réduire le nombre de supports publicitaires sur ces voies.

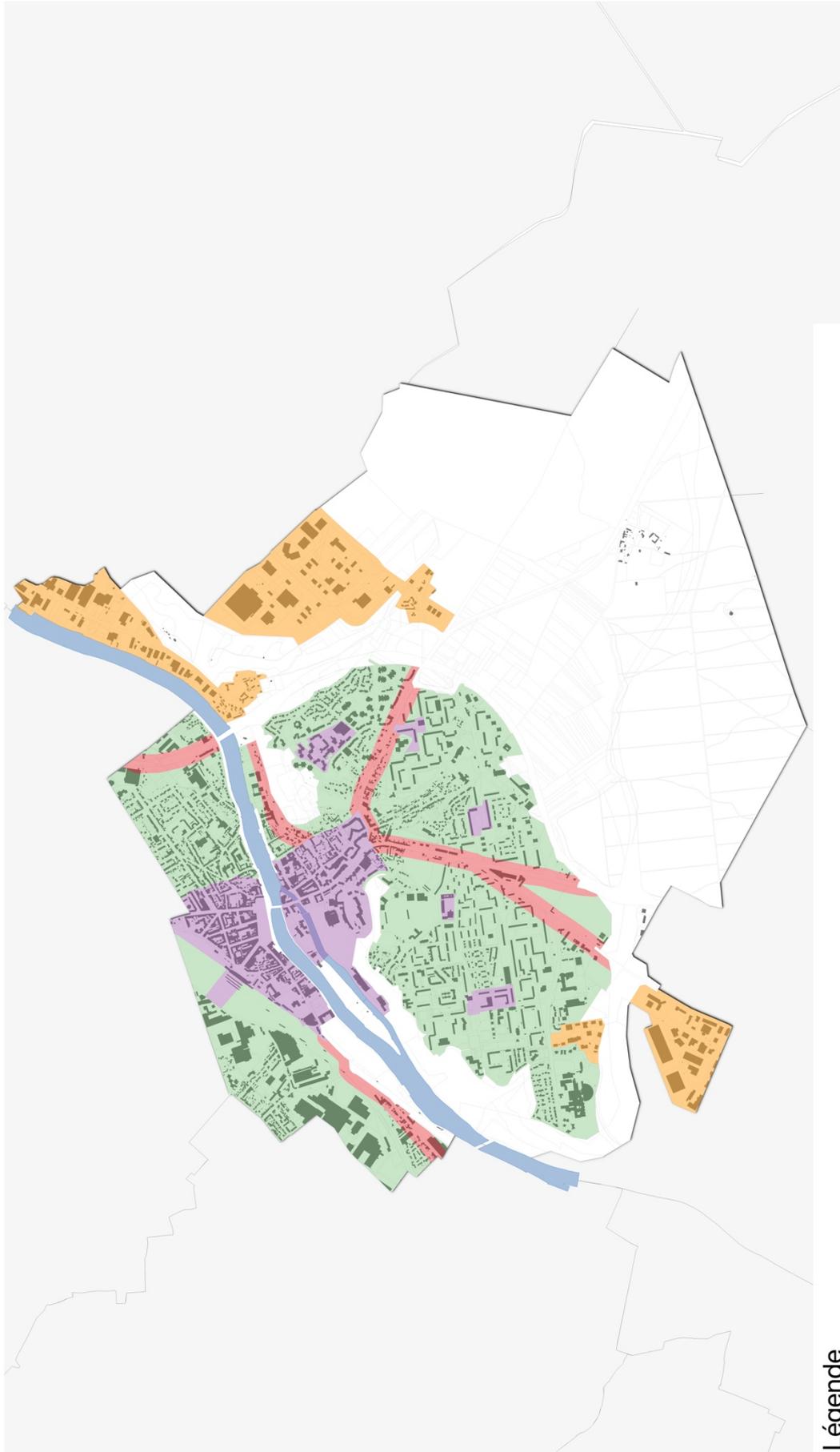
### La ZP3 : les zones d'activités de la commune :

Cette zone regroupe les différentes zones d'activités commerciales ou industrielles du territoire. Ces secteurs génèrent une pression publicitaire médiane principalement due à la présence d'enseignes. Dans cette zone, la ville a souhaité mettre en place une réglementation assez souple vis-à-vis des enseignes en maintenant des possibilités d'installation publicitaire encadrées.

### La ZP4 : les espaces agglomérés en dehors de la ZP1 à ZP3 :

Cette zone regroupe les secteurs à vocation principalement d'habitat et d'équipement accueillant principalement des quartiers résidentiels où l'on retrouve peu de pression publicitaire. Dans cette zone, la ville a souhaité préserver le cadre de vie des habitants par la mise en place d'une réglementation très stricte en matière de publicité.

## Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de Creil



### Légende

- ZP1 : Périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers
- ZP2 : Axes principaux de Creil dont la route de Vaux, la rue Robert Schumann, l'avenue Puvlis de Chavannes, rue Léon Blum, route de Chantilly, rue Salvador Allende, rue Jean Jaurès et la D1016 de la limite communale avec Nogent-sur-Oise jusqu'à l'Oise
- ZP3 : Espaces d'activités
- ZP4 : Espaces agglomérés en dehors des ZP1, ZP2 et ZP3

## ***2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes***

De manière générale, la ville a souhaité déroger à l'interdiction de publicité dans les lieux d'interdiction relative de publicitaire afin de favoriser un traitement équitable de secteurs disposant de caractéristiques identiques. Les publicités et préenseignes autorisées sont précisées dans chaque zone de publicité.

Dans la zone de publicité n°1 (périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers) et dans la zone de publicité n°4 (les espaces agglomérés en dehors de la ZP1 à ZP3) la ville a souhaité autoriser de manière limitative la publicité. La ville a tenu compte de la présence de son mobilier urbain supportant de la publicité, l'existence d'une convention de mobilier urbain ainsi que des services rendus par ce mobilier urbain aux habitants et usagers des transports publics.

La ville a donc souhaité autoriser uniquement la publicité apposée sur mobilier urbain sur l'ensemble de la ZP1 et de la ZP4 dans la limite de 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol pour la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Le mobilier étant « *un ensemble des équipements publics mis au service des usagers de la voie publiques répondant à un besoin des habitants de la commune*<sup>51</sup> », la commune a souhaité maintenir les supports actuellement en place sur son territoire. Sur l'ensemble de la ZP1 et de la ZP4, la publicité numérique apposée sur mobilier urbain est autorisée mais doit respecter les formats et hauteur définis précédemment. Enfin, toutes les publicités lumineuses y compris celles apposées sur le mobilier urbain sont soumises à la règle d'extinction nocturne entre 23 heures et 6 heures. Les publicités sur les palissades de chantier demeurent également autorisées.

En ZP1 (périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers), l'instauration de ces règles impliquent la suppression de 5 supports publicitaires.

En ZP4 (les espaces agglomérés en dehors de la ZP1 à ZP3), l'instauration de ces règles impliquent la suppression d'une dizaine de supports publicitaires.

Cette réglementation va donc permettre de tenir compte des supports existants sans pour autant dégrader la qualité du cadre de vie des Creillois et Creilloises.

Dans la zone de publicité n°2 (axes principaux) et dans la zone de publicité n°3 (zones d'activités), la ville a interdit :

- les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- les publicités et préenseignes sur clôture.

Cette interdiction s'appuie sur la faible présence de ces publicités et préenseignes sur le territoire et leur caractère particulièrement impactant.

---

<sup>51</sup> Réponse parlementaire du 20/03/2012 à la question parlementaire n°94211 de Mme Zimmermann du 23/11/2010.

Dans la zone de publicité n°2 (axes principaux) et en zone de publicité n°3 (zones d'activités), la collectivité a fait le choix de maintenir le format national de 12m<sup>2</sup> pour les publicités et préenseignes installées sur mur et scellées au sol ou installées directement sur le sol. La hauteur de ces publicités et préenseignes a été harmonisée à 6 mètres de hauteur au sol maximum. Pour limiter l'impact de ces supports, la commune a privilégié l'instauration de la règle de densité suivante :

- En ZP2 : une seule publicité autorisée par unité foncière dont le linéaire est d'au moins 20 mètres (en deçà de 20 mètres linéaires la publicité est interdite) ;
- En ZP3 : une seule publicité autorisée par unité foncière sans tenir compte du linéaire.

Les unités foncières étant de taille plus importante, les risques d'accumulation et de surenchère sont moins prégnants.

Sur une quarantaine de supports, la seule application de la règle de densité implique la suppression d'environ 15 supports publicitaires.

La publicité apposée sur le mobilier urbain fait l'objet d'une réduction de format à 8m<sup>2</sup> et 6m de hauteur au sol afin d'être en cohérence avec le mobilier urbain actuellement installés dans cette zone.

Par ailleurs, la publicité numérique est autorisée (y compris sur mobilier urbain) dans un format limité à 6m<sup>2</sup> et 6m de hauteur au sol. Enfin, toutes les publicités lumineuses y compris celles apposées sur le mobilier urbain sont soumises à la règle d'extinction nocturne entre 23 heures et 6 heures.

Cette réglementation vise à respecter un équilibre entre la préservation du cadre de vie et la liberté de commerce et d'industrie.

### ***3. Les choix retenus en matière d'enseignes***

Le RLP de Creil interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est considérée comme peu qualitative soit en raison de la surface, soit du type d'implantation de l'enseigne.

A ce titre, et pour garantir à l'ensemble du territoire communal une égalité de traitement des enseignes et un cadre de vie protégé, la ville a décidé d'interdire :

- les enseignes sur les arbres ou les plantations ;
- les enseignes sur les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les enseignes sur auvents ou marquises ;
- les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant conformément à la Charte du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France ;
- les enseignes sur les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne.

Ces règles permettent de privilégier une meilleure intégration des enseignes et une protection du patrimoine bâti sur l'ensemble de la commune.

Elle a également décidé d'interdire les enseignes numériques excepté lorsqu'elles signalent un service d'urgence, une pharmacie ou une station-essence sur l'ensemble de son territoire. Les enseignes lumineuses installées à l'intérieur des vitrines sont soumises à la plage d'extinction nocturne entre 23 heures et 6 heures. Les enseignes numériques installées à l'intérieur des vitrines sont limitées à 1 seule par activité et 2m<sup>2</sup> maximum.

L'objectif de ces règles est d'interdire l'implantation de dispositifs peu qualitatifs sur le territoire et de maintenir l'état actuel de la commune.

Dans la zone de publicité n°1 (périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers), la collectivité a décidé de valoriser les enseignes installées en façade et encadre les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur de la manière suivante :

- l'enseigne parallèle au mur ne doit pas dépasser le niveau du plancher du 1<sup>er</sup> étage, pour les activités qui ne sont pas exercées exclusivement en étage ;
- l'enseigne parallèle au mur ne doit pas dépasser les limites latérales de la devanture de l'activité (conformément à la charte du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France) ;
- l'enseigne parallèle au mur doit être réalisée en lettres ou signes découpés, ou peintes directement sur la façade ou réalisée avec un panneau de fond transparent ;
- le lettrage et le logo de l'enseigne parallèle au mur sont limités à 50cm ;
- l'épaisseur des enseignes parallèles au mur est limitée à 5cm sauf impossibilité technique ou architecturale (conformément à la charte des devantures de Creil).
- Les enseignes perpendiculaires doivent être alignées à l'enseigne parallèle ;
- les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade (conformément à la charte du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France) ;

- la saillie et la largeur des enseignes perpendiculaires est limitée à 0,60m (conformément à la charte des devantures de Creil) ;
- la hauteur des enseignes perpendiculaires est limitée à 0,80m (conformément à la charte des devantures de Creil) ;
- l'épaisseur des enseignes perpendiculaires est limitée à 10cm (conformément à la charte des devantures de Creil).

Enfin, les enseignes installées sur les baies (vitrophanies) sont autorisées uniquement s'il s'agit d'un lettrage (les images sont interdites). Elles sont également limitées en format à 1m<sup>2</sup> unitaire, sans excéder 1/10<sup>ème</sup> de la surface de la façade commerciale.

L'objectif de ces règles est de ne pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées et valoriser ce secteur à forte dominance patrimoniale. La collectivité souhaite donc privilégier des enseignes qualitatives sur son territoire.

Les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées uniquement si l'activité est non visible depuis la voie publique dans la limite de 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol maximum.

L'objectif de cette règle est de limiter l'utilisation des enseignes de ce type dans l'hyper centre et dans les polarités de quartiers. En effet, dans ces secteurs les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur sont généralement suffisantes pour signaler et rendre visible une activité.

Les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont quant à elles autorisées mais limitées à une par voie bordant l'activité et 1,2 mètre de hauteur au sol.

Ces enseignes n'étant pas encadrées dans le Code de l'environnement, la commune a souhaité mettre en place une réglementation locale pour éviter la surenchère de ce type de support.

Les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement si l'activité est non visible depuis la voie publique dans la limite de 1m<sup>2</sup> et d'une seule par voie bordant l'activité.

L'objectif de cette règle est de limiter l'utilisation des enseignes de ce type qui ne sont pas toujours qualitatives. Néanmoins, les activités d'autoentrepreneurs sont de plus en plus fréquentes et la ville a tenu à prévoir des possibilités de signalisation de ces activités spécifiques.

Dans les autres zones de publicité (ZP2, ZP3 et ZP4), les règles applicables sont légèrement plus souples. Cependant, les règles proposées restent plus restrictives que la réglementation nationale. Ainsi, les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur sont encadrées de la manière suivante :

- l'enseigne parallèle au mur ne doit pas dépasser le niveau du plancher du 1<sup>er</sup> étage, pour les activités qui ne sont pas exercées exclusivement en étage ;
- l'enseigne parallèle au mur ne doit pas dépasser les limites latérales de la devanture de l'activité (conformément à la charte du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France) ;
- Les enseignes perpendiculaires doivent être alignées à l'enseigne parallèle ;
- les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade (conformément à la charte du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France) ;
- la saillie des enseignes perpendiculaires est limitée à 1m ;
- la hauteur des enseignes perpendiculaires est limitée à 1m.

Par ailleurs, les règles concernant les enseignes installées sur les baies (vitrophanies) sont identiques à celles de la ZP1.

Les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans les ZP2, ZP3 et ZP4 dans les mêmes conditions qu'en ZP1.

Dans les ZP2 et ZP3, les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 6m<sup>2</sup> et 6m de hauteur au sol. En ZP4 et hors agglomération, ces enseignes ne sont autorisées que si l'activité n'est pas visible depuis la voie publique et dans la limite de 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur au sol.

Cette règle permet de limiter la hauteur de ces enseignes qui peuvent aller jusqu'à 8m de hauteur au sol et de diviser par 2 le format de ces enseignes (6m<sup>2</sup> contre 12m<sup>2</sup> au titre du Code de l'environnement). Elle permet également de limiter l'impact de ces supports sur les secteurs résidentiels et hors agglomération.

Dans la zone de publicité n°2 (axes principaux) et dans la zone de publicité n°3 (zones d'activités), les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement si l'activité n'est pas visible depuis la voie publique dans la limite de 2m<sup>2</sup> et d'une seule par voie bordant l'activité. Ces règles ne s'appliquent pas au Parc ALATA où il existe déjà des contraintes paysagères importantes.

Dans la zone de publicité n°4 (espaces agglomérés en dehors de la ZP1 à ZP3), les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement si l'activité n'est pas visible depuis la voie publique dans la limite de 1m<sup>2</sup> et d'une seule par voie bordant l'activité.

Ces règles permettent de limiter l'utilisation des enseignes de ce type qui ne sont pas toujours qualitatives.

Par ailleurs, sur l'ensemble du territoire les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne entre 23 heures et 6 heures pour préserver le paysage nocturne et lutter contre la pollution lumineuse.

La commune de Creil a également règlementé les enseignes hors agglomération. En effet, les enseignes implantées hors agglomération sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes installées en ZP4.

L'ensemble de ces règles a été établi de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.