

# RLPi

de Saint-Dizier, Der& Blaise

Agglomération



## RESUME NON TECHNIQUE

# SOMMAIRE

CHAPITRE 1 : CONTEXTE DE L'ÉLABORATION DU RLPi .....	3
CHAPITRE 2 : DIAGNOSTIC ET ENJEUX .....	4
I. <i>Contexte territorial</i> .....	4
1.    Présentation du territoire et contexte démographique.....	4
2.    Contexte géographique, paysager et patrimonial .....	5
3.    Contexte économique .....	5
4.    Contexte viaire et ferroviaire .....	5
II. <i>Diagnostic publicitaire du territoire</i> .....	7
1.    Publicités et pré-enseignes .....	7
2.    Enseignes .....	8
III. <i>Principaux enjeux du territoire</i> .....	9
IV. <i>Synthèse des enjeux et orientations</i> .....	9
CHAPITRE 3 : LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPi .....	10
CHAPITRE 4 : LA DEFINITION DES LIMITES D'AGGLOMERATION .....	11
CHAPITRE 5 : LA TRADUCTION REGLEMENTAIRE .....	11
I. <i>Motifs de délimitation du zonage</i> .....	11
II. <i>Le règlement</i> .....	12
1.    Dispositions relatives aux publicités et préenseignes .....	12
2.    Dispositions relatives aux enseignes.....	14

## Chapitre 1 : Contexte de l'élaboration du RLPi

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE), le Code de l'environnement a été réformé par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012.

La réforme de la réglementation nationale de publicité extérieure est applicable depuis le 1er Juillet 2012.

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document qui régit de manière plus restrictive que la Réglementation Nationale de Publicité (RNP), la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire donné. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel et bâti. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager du territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLP, les dispositions du règlement national de publicité en vigueur demeurent opposables. L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le Code de l'environnement et le Code de la route.

La communauté d'agglomération de Saint Dizier Der et Blaise a ainsi engagé l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal dont les objectifs sont les suivants (extrait de la délibération du 16 décembre 2019) :

- Anticiper la caducité du RLP de Saint-Dizier (juillet 2022)
- Maintenir un cadre de vie de qualité
- Renforcer l'attractivité résidentielle et des acteurs économiques locaux
- Mettre en valeur les centres-villes, bourgs et villages
- S'adapter et anticiper les nouvelles technologies

# Chapitre 2 : Diagnostic et enjeux

## I. Contexte territorial

### 1. Présentation du territoire et contexte démographique

La Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise regroupe environ 60 000 habitants. Sa ville centre, Saint-Dizier, demeure, avec ses 25 000 habitants (42% des habitants de l'agglomération), la première ville de Haute-Marne. La Communauté d'Agglomération se compose des 22 communes suivantes :

- > Allichamps
- > Ambrières
- > Attancourt
- > Bailly-aux-Forges
- > Bayard-sur-Marne
- > Bettancourt-la-Ferrée
- > Brousseval
- > Ceffonds
- > Chamouilley
- > Chanceny
- > Cheminon
- > Chevillon
- > Curel
- > Domblain
- > Dommartin-le-Franc
- > Doulevant-le-Petit
- > Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière
- > Eurville-Bienville
- > Fays
- > Fontaines-sur-Marne
- > Frampas
- > Hallignicourt
- > Hauteville
- > Humbécourt
- > La Porte du Der
- > Landricourt
- > Laneuville-à-Rémy
- > Laneuville-au-Pont
- > Louvemont
- > Magneux
- > Maizières
- > Maurupt-le-Montois
- > Moëslains
- > Montreuil-sur-Blaise
- > Morancourt
- > Nancy
- > Osne-le-Val
- > Perthes
- > Planrupt
- > Rachecourt-sur-Marne
- > Rachecourt-Suzémont
- > Rives Dervoises
- > Roches-sur-Marne
- > Saint-Dizier
- > Saint-Eulien
- > Saint-Vrain
- > Sapignicourt
- > Sommancourt
- > Sommevoire
- > Thilleux
- > Trois-Fontaines-l'Abbaye
- > Troisfontaines-la-Ville
- > Valcourt
- > Vallerest
- > Vaux-sur-Blaise
- > Ville-en-Blaisois
- > Villiers-en-Lieu
- > Voillecomte
- > Vouillers
- > Wassy



Carte du territoire

Source : IGN © BD Topo  
Réalisation : Service SIG-PA Saint-Dizier Avril 2018

## **2. Contexte géographique, paysager et patrimonial**

Le patrimoine paysager de la communauté d'agglomération témoigne des différentes activités agricoles qui se sont succédées au cours du temps et qui ont modelé le territoire. Bien que connaissant depuis plusieurs décennies des modifications structurelles non négligeables, le paysage agraire reste omniprésent sur le territoire. Les terres cultivées et d'élevages en constituent la composante principale. Les conditions topographiques de plaine permettent aux exploitations agricoles d'occuper l'ensemble de l'espace disponible, hors milieux forestiers et urbains.

Une autre composante majeure du territoire est l'eau. La Marne, La Blaise, ainsi que de multiples rivières et canaux traversent la Communauté d'Agglomération. Associés au Lac du Der, ces cours d'eau structurent le paysage. Ils creusent des vallées créant ainsi une microtopographie locale. Ces reliefs permettent de dégager des cônes de vue particuliers, sensibles aux questions d'affichage publicitaire.

Le paysage agraire et de cours d'eau est complété par un patrimoine bâti remarquable. Le territoire compte en effet de nombreux monuments historiques, dont leurs abords sont protégés, ainsi que des sites classés et inscrits. Ce sont en tout 53 monuments historiques, 4 sites classés et 2 sites inscrits qui sont protégés sur le territoire

## **3. Contexte économique**

La vie économique de l'agglomération s'organise majoritairement autour de Saint Dizier avec des relais locaux constitués autour de Montier en Der, Wassy, Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière et de la vallée de la Marne.

L'agglomération dispose d'un tissu économique dynamique et varié, avec un total de 1898 établissements sur l'unité urbaine de Saint Dizier en 2016.

Une dizaine de zones d'activités accueillent ces entreprises sur l'ensemble du territoire. Les principales zones se trouvent autour des pôles de Saint Dizier ( avec les zones du Chêne Saint-Amand et du Val d'Ornel) et Wassy.

## **4. Contexte viaire et ferroviaire**

Le territoire de Saint Dizier, Der & Blaise est traversé par d'importantes infrastructures de transport : voie ferrée, routes nationales (N4 et N67) et réseau de départementales organisé en étoile autour de Saint Dizier (D384 et D635).

Ces axes structurants sont des vecteurs d'identité du territoire, mais ce sont aussi des espaces privilégiés pour l'expression publicitaire.

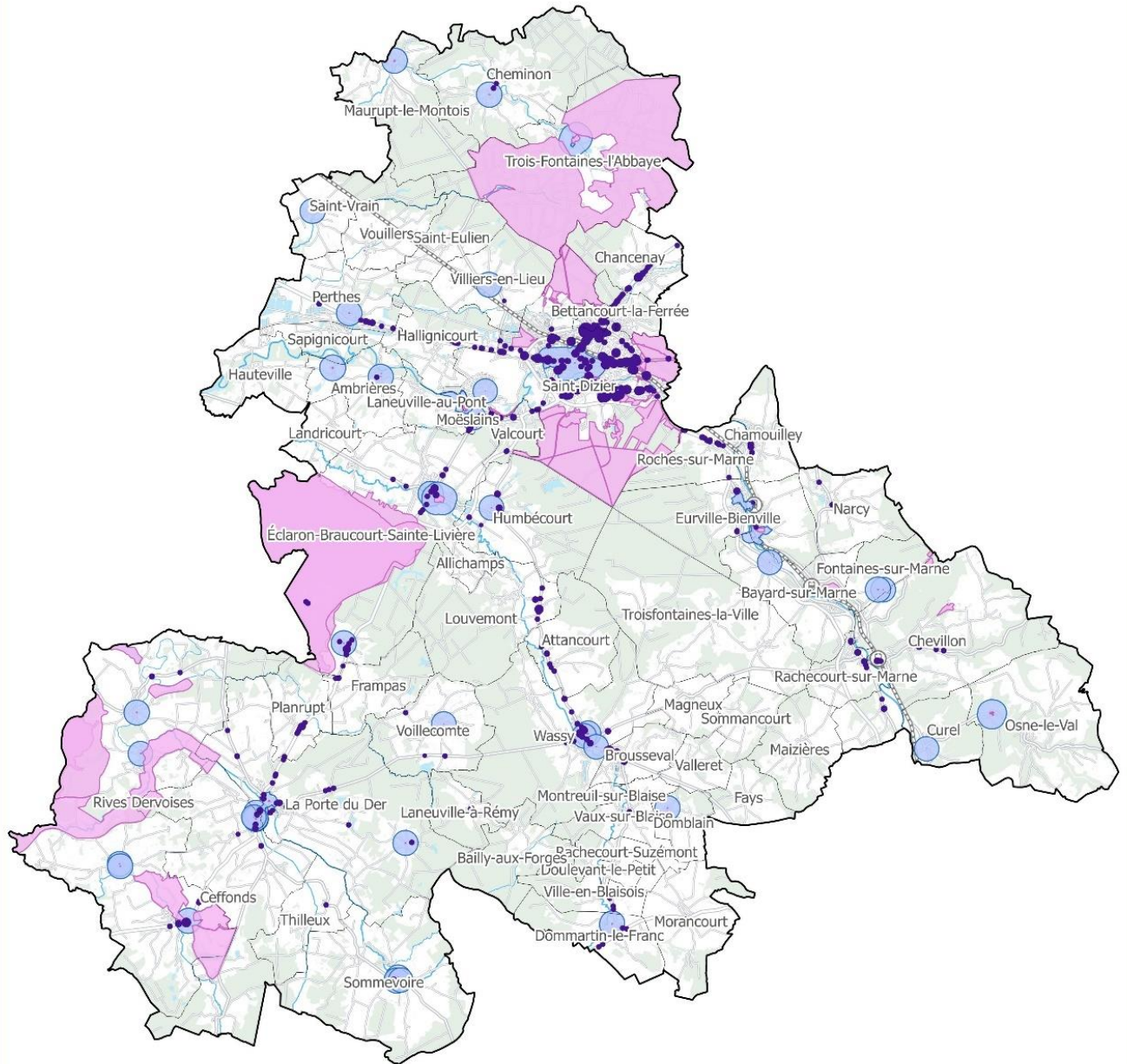
Les N4 et N67 classées en voies express sont protégées de la publicité, tandis que les D384, D400, D2B et D635 sont considérées comme des voies à grande circulation.

Au regard de l'importance de ces modes de déplacement offerts, la perception du paysage et de l'affichage publicitaire depuis les axes routiers structurants constitue l'un des enjeux majeurs du RLPi.



## Périmètres d'interdiction

RPLi de la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier Der



0 2 km

Sources : IGN, Atlas des Patrimoines, INPN, Syndicat mixte du Nord Haute-Marne, PAC - Elaboration du SCoT du Nord Haute-Marne 2018

Réalisation : EVEN CONSEIL - Mars 2019



- Interdiction absolue
- Interdiction relative

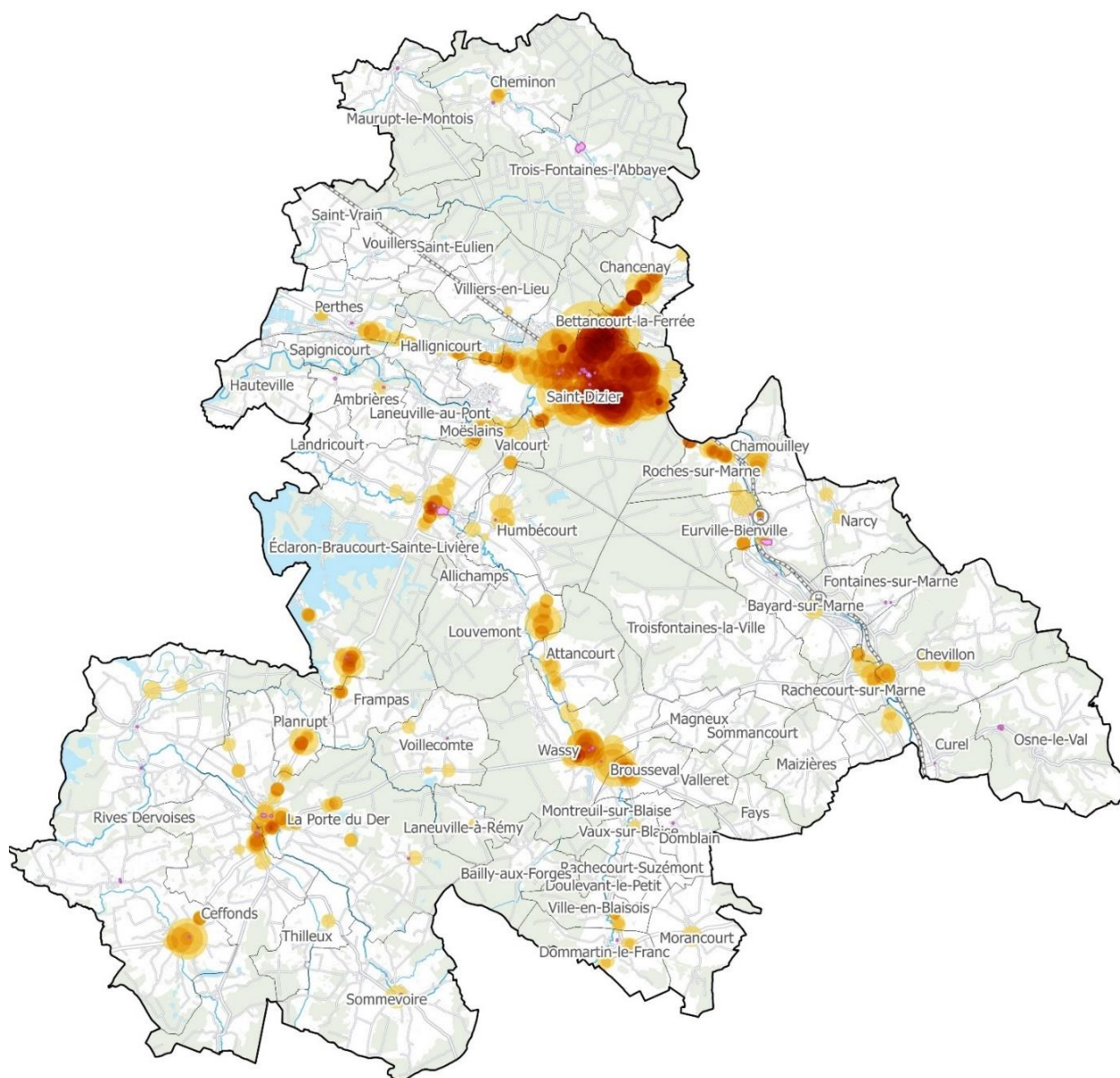
## II. Diagnostic publicitaire du territoire

### 1. Publicités et pré-enseignes

Un recensement détaillé des publicités et pré-enseignes présentes sur le territoire intercommunal a été réalisé en janvier 2019 en parcourant la quasi-totalité des grands axes du territoire. Une base de données de l'ensemble des dispositifs de publicité et pré-enseigne a été réalisée (photographie et géoréférencement), pour analyser les conformités au regard de la RNP.

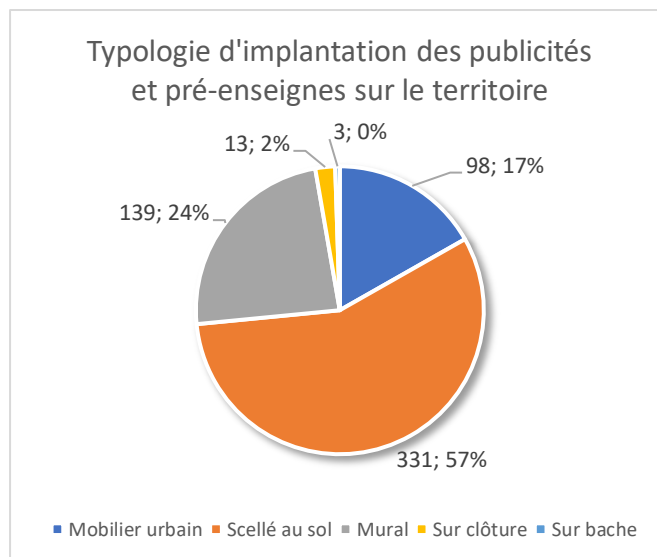
Ce recensement a permis d'identifier une surdensité d'affichage aux abords de secteurs particuliers et notamment aux abords des zones d'activités, le long des voies de grande circulation (y compris hors agglomération) et aux abords des principaux carrefours et giratoires de Saint Dizier.

Localisation des 584 dispositifs recensés (publicité et préenseignes) – Formats et densité.



Le principal mode d'implantation des publicités et pré-enseignes est **scellé au sol**. Au total, 374 publicités sont scellées au sol, dont 213 dans des communes de moins de 10 000 habitants ( alors même que cette typologie est interdite dans ces communes), soit 36% de dispositifs non-conformes. Vient ensuite la **typologie murale**, qui représente **24% des modes d'implantation** des publicités et pré-enseignes.

Enfin, l'implantation des publicités sur mobilier urbain représente 18% des modes d'implantation.



La majorité des dispositifs sont de petit format (72 % des dispositifs font moins de 4m<sup>2</sup>), tandis que 7%, soit 40 dispositifs font plus de 12m<sup>2</sup> et sont donc non conformes à la réglementation nationale.

Le territoire est concerné par un nombre important de non-conformités. Ainsi 46% des supports sont non-conformes à la réglementation nationale (sans mise en conformité possible par le biais du RLPi). Les principales infractions sont la mauvaise implantation des dispositifs (scellés au sol dans des communes de moins de 10 000 habitants) et l'implantation hors agglomération.

## 2. Enseignes

Les enseignes sont quant à elles principalement situées dans les centres bourgs, le long des axes traversants, ainsi qu'au niveau des zones d'activités. Elles sont principalement implantées en façade tandis que les enseignes au sol se concentrent quasiment exclusivement au niveau des zones d'activités.

Le diagnostic fait apparaître un certain nombre de non-conformités à la RNP et notamment :

- La densité des enseignes au sol (pour rappel, la RNP n'autorise qu'1 dispositif de plus de 1m<sup>2</sup> par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité) ;
- L'absence de lettres découpées pour les enseignes en toitures.

### III. Principaux enjeux du territoire

Le diagnostic laisse apparaître plusieurs secteurs d'enjeux différents.

Type de secteur		Enjeux pour le RLPi
Centralités historiques et commerçantes		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protection du patrimoine urbain par la définition de règles spécifique au bâti patrimonial</li> <li>• Valorisation des centres-villes/centres-bourgs par des enseignes de meilleure qualité</li> <li>• Mise en avant du commerce de proximité par des enseignes homogènes</li> </ul>
Les paysages naturels et urbains		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préservation des espaces de nature actuellement peu affichés par une limitation de l'affichage</li> </ul>
Les quartiers d'habitations		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitation de l'impact de la publicité le long des axes des zones résidentielles menant aux zones d'activités par une limitation en densité</li> <li>• Préservation du cadre de vie des habitants par un affichage maîtrisé</li> </ul>
Principaux axes et entrées de ville		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation de l'expression des acteurs économiques du territoire</li> <li>• Amélioration de la qualité des entrées de ville</li> </ul>
Les zones d'activités	De Saint Dizier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitation de la surdensité d'affichage liée à l'accumulation d'enseignes au sol et de publicités de grand format</li> <li>• Homogénéisation du traitement des enseignes dans l'ensemble de la zone du Val d'Ornel à cheval entre deux communes</li> <li>• Limitation de l'affichage temporaire</li> </ul>
	Des autres communes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitation de la surdensité d'enseignes dans des secteurs peu affichés</li> <li>• Mise en place d'un affichage directionnel efficace jusqu'aux zones d'activités</li> </ul>

### IV. Synthèse des enjeux et orientations

Sur le territoire, les enjeux se concentrent majoritairement sur deux grands secteurs.

D'un côté les axes qui regroupent la plus grande partie des non-conformités, avec des publicités hors agglomération et des formats trop importants. Les entrées de villes depuis les axes constituent des emplacements stratégiques pour les commerçants afin de se rendre visibles et sont aujourd'hui fortement impactés par les dispositifs publicitaires, notamment au niveau des zones d'activités du territoire.

De l'autre, le territoire est très riche, autant en terme patrimonial que de nature. Les cônes de vues sont facilement impactés par les dispositifs publicitaires, alors que le paysage naturel est un des points forts du territoire, notamment à proximité du Lac du Der. Au sein des bourgs de moins de 10 000 habitants et à Saint-Dizier, l'enjeu de l'intégration des enseignes au bâti est primordial. Les maisons à pans de bois ou en pierre de taille peuvent par exemple être particulièrement impactés par l'implantation d'enseignes en bandeau de couleur.

Ainsi le règlement aura une double fonction : limiter l'impact de la publicité le long des axes en et hors agglomération et protéger le patrimoine naturel et bâti du territoire.

## Chapitre 3 : Les Orientations et objectifs du RLPi

Sur la base des objectifs et des enjeux identifiés, quatre orientations ont été définies. Ces grandes orientations sont déclinées en sous objectifs précisés ci-dessous :

### **ORIENTATION 1 : Maintenir un cadre de vie de qualité**

- Supprimer les publicités hors agglomération
- Assurer la visibilité des entreprises hors agglomération
- Valoriser les espaces de nature situés dans l'agglomération et les vues sur le paysage (Marne et canaux, vallées, espaces boisés, grands parcs)
- Assurer la lisibilité des entrées de ville de Saint-Dizier et préserver le caractère patrimonial des entrées de ville des centres-bourgs

### **ORIENTATION 2 : Assurer l'attractivité des acteurs économiques locaux**

- Limiter la publicité dans les quartiers résidentiels et harmoniser les enseignes des polarités commerciales secondaires
- Trouver un équilibre entre préservation des paysages et expression des activités
- Veiller à une bonne visibilité de l'information événementielle et culturelle

### **ORIENTATION 3 : Mettre en valeur les paysages des centres-villes, bourgs et villages**

- Harmoniser le traitement des enseignes dans le centre-ville de Saint-Dizier et dans les centres-bourgs
- Améliorer l'intégration des enseignes, maîtriser strictement les publicités sur le bâti patrimonial
- Préserver les abords du patrimoine remarquable, monuments historiques, sites classés et inscrits

### **ORIENTATION 4 : S'adapter et anticiper les nouvelles technologies**

- Anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique
- Adapter les horaires d'extinction nocturne au territoire

## Chapitre 4 : La définition des limites d'agglomération

Les limites d'agglomérations ont été définies conformément à la définition du Code de la route.

Ainsi, c'est l'article R. 110-2 du Code de la route qui définit l'agglomération comme désignant « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou le borde [...] ». L'article R. 411-2 du même code stipule que « les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire ».

Le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée (ou de sortie) et leur positionnement par rapport au bâti, pour le dessin des limites d'agglomération.

## Chapitre 5 : La traduction règlementaire

### I. Motif de délimitation du zonage

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, quatre zones de publicité ont été définies, dont certaines sont ensuite divisées en sous-secteurs.

Pour chacune de ces zones de publicité (ZP), des prescriptions particulières ont été élaborées. Le RLPi prévoit également des dispositions communes à l'ensemble de ces zones.

<b>ZP0</b>	<b>ZP0</b>	Espaces naturels, bourgs patrimoniaux et secteurs protégés
<b>ZP1</b>	<b>ZP1a</b>	Cœur de ville de Saint Dizier et centres-bourgs
	<b>ZP1b</b>	Zones résidentielles de Saint Dizier, axes et centres-bourgs
<b>ZP2</b>	<b>ZP2a</b>	Zone d'activités du Chêne Saint Amand
	<b>ZP2b</b>	Zones d'activités
	<b>ZP2c</b>	Parc d'activités de référence
<b>ZP3</b>	<b>ZP3</b>	Axes « tampons » entre zones d'activités et les zones résidentielles

## II. Le règlement

### 1. Dispositions relatives aux publicités et préenseignes

#### DISPOSITIONS GENERALES

Pour chaque zone de publicité, des règles spécifiques ont été définies. A ces règles s’ajoutent des dispositions générales concernant l’ensemble du territoire, indépendamment du zonage ou de la localisation en ou hors agglomération concernant les enseignes.

Une plage d’extinction nocturne est définie de 23h à 6h pour tous les types de dispositifs (enseignes, préenseignes, publicités) et toutes les communes du territoire

#### DISPOSITIONS RELATIVES AUX ZONES DE PUBLICITE

Elément de lecture de l’exposé des règles ci-après

### Légende



Publicité sur mobilier urbain



Publicité scellée ou posée au sol



Publicité murale



Publicité numérique



Autorisé



Interdit

> **ZP0** : Espaces naturels, bourgs patrimoniaux et secteurs protégés

*Aucune forme de publicité n’est admise en ZP0*



> **ZP1** : Centres-villes, centres-bourgs et secteurs résidentiels

***En ZP1a**, seule la publicité sur petit mobilier urbain est autorisée*

***En ZP1b** seules la publicité sur petit mobilier urbain et la publicité murale de 4m<sup>2</sup> sont autorisées*



> **ZP2** : Zones d'activités

**En ZP2a** (seule zone d'activité du territoire intégralement dans une commune de plus de 10 000 habitants) la publicité est autorisée sur petit mobilier urbain, sur supports muraux de 4m<sup>2</sup> et scellés au sol de 10,50m<sup>2</sup>. La publicité numérique est autorisée jusqu'à un format de 8m<sup>2</sup> (mais fortement limitée en densité).



**En ZP2b** la publicité est autorisée sur petit mobilier urbain et sur supports muraux de 4m<sup>2</sup>

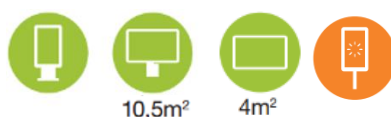


**En ZP2c** (secteur du futur parc d'activités de référence) la publicité est interdite



> **ZP3** : Axes « tampons » entre zones d'activités et les zones résidentielles

**En ZP3** la publicité est autorisée sur petit mobilier urbain, sur supports muraux de 4m<sup>2</sup> et sur supports scellés au sol de 10,50m<sup>2</sup> (limités en densité).



## 2. Dispositions relatives aux enseignes

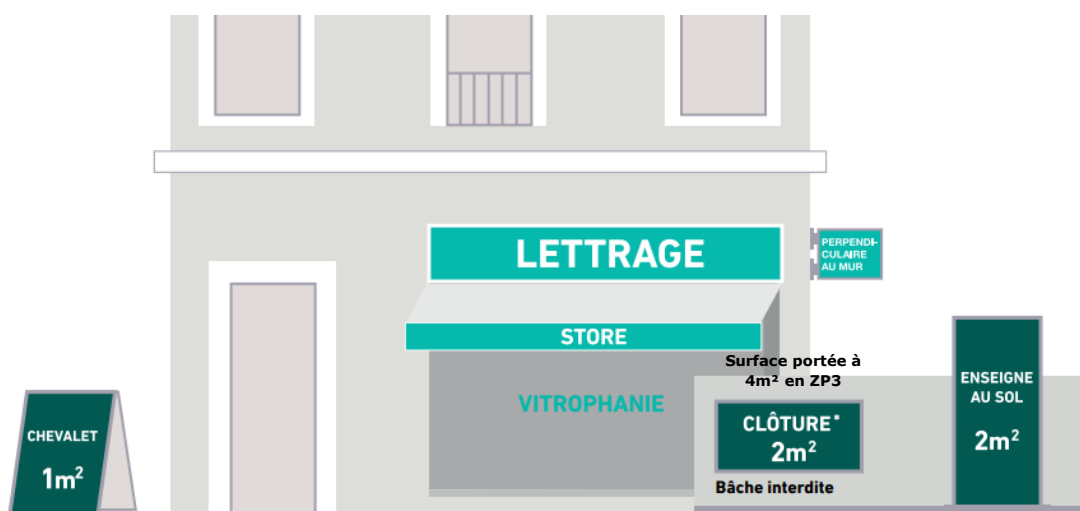
### DISPOSITIONS GENERALES

Des dispositions générales s'appliquant à tous les dispositifs quel que soit leur zone d'implantation ont été définies. Elles doivent permettre de définir un cadre esthétique et qualitatif permettant d'assurer la bonne intégration architecturale et urbaine des enseignes. L'implantation et les surfaces des enseignes en façade y sont traités. Le RLPi y fixe l'extinction des enseignes lumineuses entre 22 h et 6h.

### DISPOSITIONS RELATIVES AUX ZONES DE PUBLICITES

#### > ZP0, ZP1, ZP3 ENSEIGNES DE CENTRE-VILLE, DE ZONES RESIDENTIELLES ET D'AXES

Le RLPi définit des règles plus strictes que la réglementation nationale en vigueur. Elles assureront une expression commerciale de qualité respectant le cadre urbain, paysager voire patrimonial des secteurs de centres-villes et centres-bourgs, des espaces résidentiels et des espaces naturels le cas échéant. Le RLPi ambitionne ainsi à terme des perceptions de fronts commerciaux valorisés.



Globalement au sein de ces secteurs, sont autorisées les enseignes en façade (parallèles et perpendiculaires) ainsi que les enseignes au sol et sur clôture de petit format (moins de 2m<sup>2</sup>). Les enseignes sur toiture et les enseignes numériques sont interdites.

## > ZP2 ENSEIGNES DE ZONES D'ACTIVITES

Des règles plus strictes que la réglementation sont instituées en zones d'activités. Elles permettront la visibilité des acteurs commerciaux et économiques, sur des espaces présentant des enjeux économiques, tout en recherchant le respect de l'environnement paysager proche, du bâti et du voisinage. Le RLPi ambitionne ainsi à terme, une cohérence d'ensemble et une meilleure lisibilité des activités existantes sur le territoire.



Dans ces secteurs, les enseignes en façade, au sol, sur clôture sont autorisées. L'implantation en toiture est autorisée, en revanche les enseignes numériques sont interdites.