

RLPi



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RAPPORT DE PRESENTATION

Envoyé en préfecture le 27/02/2026
Reçu en préfecture le 27/02/2026
Publié le
ID : 080-248000499-20260226-S3_20260226_85-DE



LE PRÉSIDENT
A. BARBAUT

An official circular stamp of the 'VAL DE SOMME LA COM DE COM' with a signature over it.

Sommaire

Introduction.....	5
1. Contexte géographique et administratif	7
1.1. Localisation.....	7
1.2. Population.....	8
1.3. Axes de communication	8
1.4. Activités économiques et industrielles	8
1.5. Sites protégés.....	8
1.6. Contexte géographique et paysager.....	9
2. Historique de la démarche.....	11
2.1. Chronologie :.....	11
1- Diagnostic de la publicité extérieure	11
2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.....	11
3. Diagnostic	12
3.1. Objet du diagnostic	12
3.2. Problèmes identifiés.....	12
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu.....	13
3.4. Synthèse statistique.....	15
4. Objectifs.....	18
5. Orientations	19
5.1. Les grandes orientations :.....	19
5.2. Orientations pour les publicités et préenseignes	20
5.3. Orientations pour les enseignes	21
Conclusion.....	23
Synthèse des orientations du RLPi.....	24

Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLUi) peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLPi définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLPi est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre V du livre 1er du Code de l'Urbanisme, articles L 153-11 à L 153-22.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLPi et l'élaboration, la révision ou la modification du PLUi peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre 1er du Code de l'Environnement.

Le RLPi, une fois approuvé, est annexé au PLUi ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

A compter de sa mise en œuvre, les publicités et préenseignes conformes aux réglementations antérieures ont 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du RLPi, les enseignes ont 6 ans.

Conformément à l'article L.581-18 du Code de l'Environnement, toute installation d'enseigne doit faire l'objet d'une autorisation préalable du maire, après présentation du dossier de demande d'installation d'enseigne dont le formulaire CERFA est disponible sur le site internet de la Communauté de communes du Val de Somme.

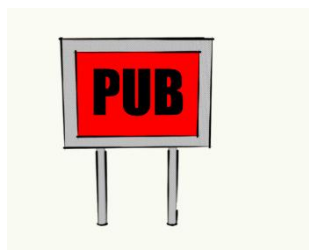
Le RLPi comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de l'établissement public de coopération intercommunale 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 prescriptions adaptant les dispositions nationales. Les prescriptions du RLPi peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLPi et sont annexés à celui-ci. 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 intercommunal.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R.153-21 du Code de l'Urbanisme, le RLPi est mis à disposition sur le site internet de l'établissement public de coopération intercommunale. (*Article R.581-79 du Code de l'Environnement*)

Le Code de l'Environnement et le présent règlement local de publicité intercommunal réglementent les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. (Cela inclut les dispositifs apposés sur domaine privé mais cela exclut les dispositifs situés à l'intérieur d'un local.)

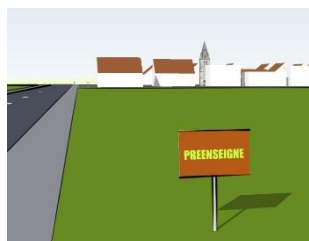
Les définitions données par le code de l'environnement sont les suivantes :



Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à **informer** le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont l'objet est de les recevoir.



Enseigne : toute inscription, forme ou image **apposée sur un immeuble*** et relative à une activité qui s'y exerce. *L'**immeuble** désigne aussi bien la construction que le terrain où s'exerce l'activité.



Préenseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la **proximité d'un immeuble** où s'exerce une activité déterminée.

1. Contexte géographique et administratif

1.1. Localisation

La communauté de communes du Val de Somme est située dans le département de la Somme, en région Hauts-de-France, à quelques kilomètres à l'est d'Amiens.

Le territoire de la communauté de communes est composé des 33 communes suivantes :

- Aubigny
- Baizieux
- Bonnay
- Bresle
- Bussy-lès-Daours
- Cachy
- Cerisy
- Chipilly
- Corbie
- Daours
- Fouilloy
- Franvillers
- Gentelles
- Hamelet
- Heilly
- Hénencourt
- Lahoussoye
- Lamotte-Brebière
- Lamotte-Warfusée
- Le Hamel
- Marcelcave
- Méricourt-l'Abbé
- Morcourt
- Pont-Noyelles
- Ribemont-sur-Ancre
- Saily-Laurette
- Saily-le-Sec
- Treux
- Vaire-sous-Corbie
- Vaux-sur-Somme
- Vecquemont
- Villers-Bretonneux
- Warloy-Bailion



Les 33 communes appartenant à la CC du Val de Somme

1.2. Population

La communauté de communes du Val de Somme compte une population de 26 624 habitants en 2021. Aucune commune de la CCVS ne possède une agglomération de plus de 10 000 habitants. Les agglomérations de la CCVS sont donc soumises aux dispositions du code de l'environnement relatives aux agglomérations de moins de 10 000 habitants.

La superficie intercommunale est de 246,4 km², ce qui donne une densité de population en 2021 de 108 habitants par km².

1.3. Axes de communication

Le territoire de la CCVS est traversé par plusieurs axes routiers principaux :

- L'autoroute A29 qui traverse le sud du territoire d'ouest en est avec un échangeur au niveau de la commune de Villers-Bretonneux
- La route départementale D 1029 qui traverse le territoire sur un axe est-ouest en passant par les communes de Villers-Bretonneux et Lamotte-Warfusée.
- La route départementale D929 et sa variante D929A passant par Pont-Noyelles, Lahousoye et Franvillers.
- Les routes départementales D1, D23, D42 et D919.

La CCVS est également sur le parcours de la voie ferrée reliant localement Amiens à Albert et Paris à Lille. Trois gares sont desservies sur le territoire : Daours, Corbie et Méricourt-l'Abbé. Une autre voie ferrée au sud dessert les communes de Villers-Bretonneux et Marcelcave.

1.4. Activités économiques et industrielles

La CCVS compte 743 entreprises d'après la seule chambre de commerce et d'industrie.

Ces entreprises se concentrent principalement dans les zones d'activité d'Aubigny, Corbie, Fouilloy et Villers-Bretonneux.

Les communes de Corbie, Daours, Fouilloy et Villers-Bretonneux en particulier comptent également une grande quantité de commerces en centres-villes.

1.5. Sites protégés

Le territoire de la CCVS compte un site classé (mémoriaux de Villers-Bretonneux et de Le Hamel et leurs perspectives) et une dizaine de monuments historiques classés ou inscrits. La CCVS est également concernée par les périmètres de protection des abords de deux monuments historiques situés hors territoire.

Il s'agit notamment des châteaux d'Hénencourt et d'Heilly, de l'église Notre-Dame-de-l'Assomption, de l'ancienne Abbatiiale de Corbie, des églises de Cerisy, Lamotte Warfusée et Heilly, du mémorial Australien... Le périmètre de protection des abords de ces monuments historiques couvre en partie les centres historiques de Corbie, Pont-Noyelles, Cerisy, Lamotte-Warfusée, Heilly, Ribemont -sur-Ancre et Daours.

Le territoire de la CCVS est également concerné par des sites Natura 2000 centrés sur la vallée de la Somme.

La liste exhaustive et la cartographie des sites protégés figure en annexes du présent RLP.

Dans ces secteurs, la publicité est interdite par défaut. Elle peut cependant être réintroduite dans le périmètre de protection d'un monument historique (pas dessus) par l'instauration d'un RLPi.

L'installation des enseignes est soumise à autorisation après accord de l'architecte des bâtiments de France à moins de 500 m ou dans le périmètre adapté des abords d'un monument historique classé ou inscrit.

1.6. Contexte géographique et paysager

Le territoire de la CCVS est essentiellement rural et se caractérise par la diversité des paysages qui le compose. Il est traversé en son milieu par la Somme. La vallée de la Somme méandre selon une direction est-ouest. Aux côteaux abruptes et boisés succèdent des zones humides et des marécages de haute qualité paysagère et environnementale. Le nord du territoire est constitué d'un plateau agricole vallonné tandis que le sud est occupé par une plaine agricole comportant peu de relief et des perspectives paysagères très ouvertes.

Les paysages urbains, quant à eux, présentent dans les centres-villes et villages un bâti présentant de fortes qualités architecturales.



Val de Somme compris dans un site Natura 2000



Plateau agricole



Plaine agricole



Traversée de village



Centre historique de Corbie

2. Historique de la démarche

2.1. Chronologie :

La CCVS s'apprêtant à récupérer au premier août 2024 le pouvoir de police de la publicité mais n'étant pas dotée, jusqu'à présent, d'un règlement local de publicité intercommunal, elle a souhaité engager l'élaboration de son règlement local de publicité. L'objectif est, d'une part, d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques de son territoire et d'autre part, de mettre en œuvre une politique environnementale plus qualitative en matière d'enseignes en particulier.

Le conseil communautaire de la CCVS a donc délibéré le **22 juin 2023 pour prescrire l'élaboration de son règlement local de publicité intercommunal** et adapter la réglementation nationale à son territoire.

Les élus ont également décidé de mandater un bureau d'étude pour assister la CCVS dans l'élaboration du RLPi. La mission qui a débuté en septembre 2024 est composée de deux phases :

- une phase préalable de diagnostic de la publicité extérieure ;
- une phase d'accompagnement dans la procédure d'élaboration du RLPi.

1- Diagnostic de la publicité extérieure

Le diagnostic, réalisé de septembre à novembre 2024, établit un état des lieux de l'existant. Il a permis le repérage des irrégularités en matière d'affichage publicitaire et l'identification des dispositifs nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation nationale. La phase de diagnostic du territoire s'est achevée par sa restitution en comité de pilotage regroupant les élus concernés le 27 novembre 2024.

2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.

Au regard des problématiques mises au jour par le diagnostic, le conseil communautaire s'est réuni pour débattre et s'accorder sur les orientations et objectifs du futur RLPi le 26 mars 2025.

Comme annoncé lors du lancement de la démarche, deux ateliers de concertation (12 mai 2025) ont été organisés afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux, des associations et des représentants des sociétés d'affichage.

Les services de l'Etat compétents en la matière ont été associés à cette procédure d'élaboration du RLPi. Ils ont notamment été invités par la CCVS à s'exprimer sur le projet de RLPi lors d'une réunion « personnes publiques associées » le 17 juin 2025.

3. Diagnostic

3.1. *Objet du diagnostic*

Le RLPi est élaboré selon la même procédure qu'un PLUi et nécessite une étape fondamentale pour permettre de mettre en place des adaptations réglementaires ciblées ; le diagnostic du territoire.

Le diagnostic a été réalisé à partir d'une analyse de données et du cadre réglementaire applicable sur le territoire et d'un relevé de terrain.

Le diagnostic du territoire de la CCVS a permis de répondre à plusieurs objectifs :

- Le rappel du contexte réglementaire du territoire.
- L'identification des secteurs à enjeux en raison, notamment, de la densité de dispositifs de publicité extérieure et de la quantité de dispositifs non conformes ou mal intégrés.
- Le recensement exhaustif des publicités et préenseignes conformes et en infraction vis-à-vis du Code de l'environnement.
- En ce qui concerne les enseignes, un reportage photographique permettant d'évaluer l'impact des dispositifs dans leur contexte paysager, qu'ils soient conformes ou non avec les réglementations en vigueur a été réalisé. Il a permis de mettre en évidence certains dispositifs conformes mais portant un préjudice à la qualité architecturale et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent et pouvant justifier une adaptation locale des règles nationales.

3.2. *Problèmes identifiés*

- **Le territoire de la CCVS est globalement peu touché par les excès de la publicité extérieure, à l'exception des communes Corbie, Fouilloy, Villers-Bretonneux et dans une moindre mesure, Daours.**
- **Les points noirs paysagers se situent au niveau des principales entrées de villes et des zones d'activités commerciales qui les bordent** du fait du surnombre et des formats des enseignes, des publicités et des préenseignes.
- Des **enseignes de centres villes de qualité inégale et parfois médiocre.**
- Des **enseignes scellées au sol** au niveau des zones d'activité hors ou en agglomération **portant atteinte aux perspectives urbaines et paysagères.**
- De la **publicité commerciale trop présente et parfois illégale, en particulier au niveau des entrées de ville y compris sur des supports de type mobilier urbain.**
- **Présence de signalétique normalisée mais souvent en surnombre et qui perd en efficacité. Dispositifs souvent qui plus est assimilables à des préenseignes illégales.**
- **Les grands axes routiers hors agglomération sont bien préservés. On n'y trouve que de rares préenseignes non dérogoires.**
- A noter que le mobilier urbain en place support de publicité, n'est pas réglementaire car il ne respecte pas dans l'ensemble sa fonction accessoirement publicitaire.

L'enjeu du RLPi est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune et en tenant compte de son appartenance au Parc Naturel Régional Oise Pays de France et de la présence de sites protégés à forte qualité paysagère et architecturale.

3.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic à l'échelle de la commune a permis de cartographier les **secteurs à enjeux** importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :

Vue d'ensemble :



Zoom Corbie et Fouillois :



Zoom Villers-Bretonneux :



- **Entrées de villes et zones d'activité**

Les principaux points noirs paysagers de la CCVS se situent au niveau des entrées de ville et des zones d'activité commerciales et industrielles qui les bordent parfois.

En particulier, les zones commerciales bordant la D1 à Fouilloy et au sud de Villers-Bretonneux.

L'enjeu de maîtrise de la publicité extérieure et donc de la qualité et de la lisibilité de ces secteurs est d'autant plus fort qu'ils constituent des entrées de ville et influent sur l'image donnée par le territoire dans son ensemble. La lisibilité des entreprises qui les composent en dépend également.

- **Les centres-villes**

Les centres-villes de Fouilloy, Corbie, Villers-Bretonneux et dans une moindre mesure, Daours sont d'importants pôles commerciaux. L'immense majorité des commerces de type centre bourg s'y concentrent.

L'enjeu est d'améliorer la qualité et l'efficacité de la signalisation des commerces pour renforcer l'attractivité de ces pôles et améliorer la mise en valeur architecturale des centres-villes, à plus forte raison lorsqu'ils sont compris dans le périmètre de protection autour de monuments historiques protégés.

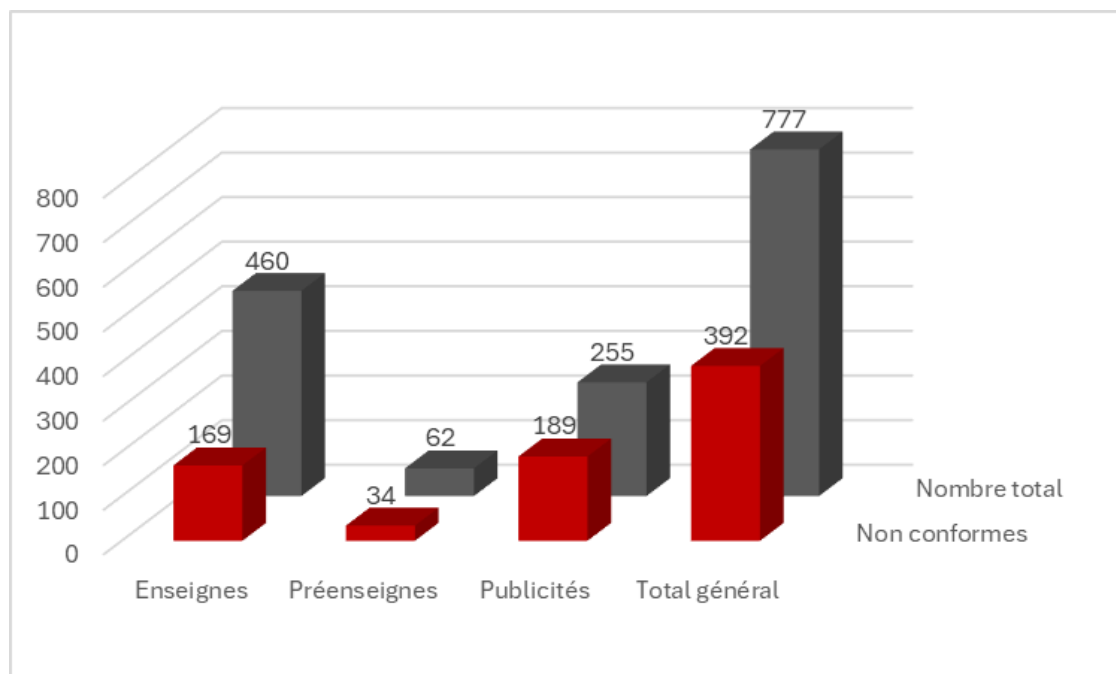
- **Reste du territoire, centres-villages, lotissements, secteurs naturels et ruraux**

L'enjeu sur le reste du territoire est de maintenir l'état de préservation actuel, (peu ou pas de préenseignes) voire, même, de l'améliorer, en favorisant la qualité des enseignes isolées.

3.4. Synthèse statistique

A l'occasion du relevé de terrain, **777 dispositifs de publicité extérieure, enseigne et préenseignes ont été recensés**. 392 d'entre eux ne sont pas conformes avec les réglementations nationale et/ou locale, soit près des trois quarts des dispositifs.

On ne peut pas en déduire un pourcentage global d'infraction, l'ensemble des enseignes n'ayant pas été relevé.



Les enseignes représentent (59,2 %) des dispositifs recensés.
 Les publicités représentent près d'un quart (24,3 %) du total.
 Les préenseignes représentent moins de 8 % des dispositifs relevés.

Les publicités représentent près de la moitié (48,2 %) des dispositifs en infraction quand enseignes et préenseignes représentent respectivement 43,1 % et 8,7 % des infractions.

Près des trois quarts des publicités (74,1 %) et 54,8 % des préenseignes sont non conformes !

Les enseignes relevées sont non conformes dans plus d'un tiers des cas (36,7 %).



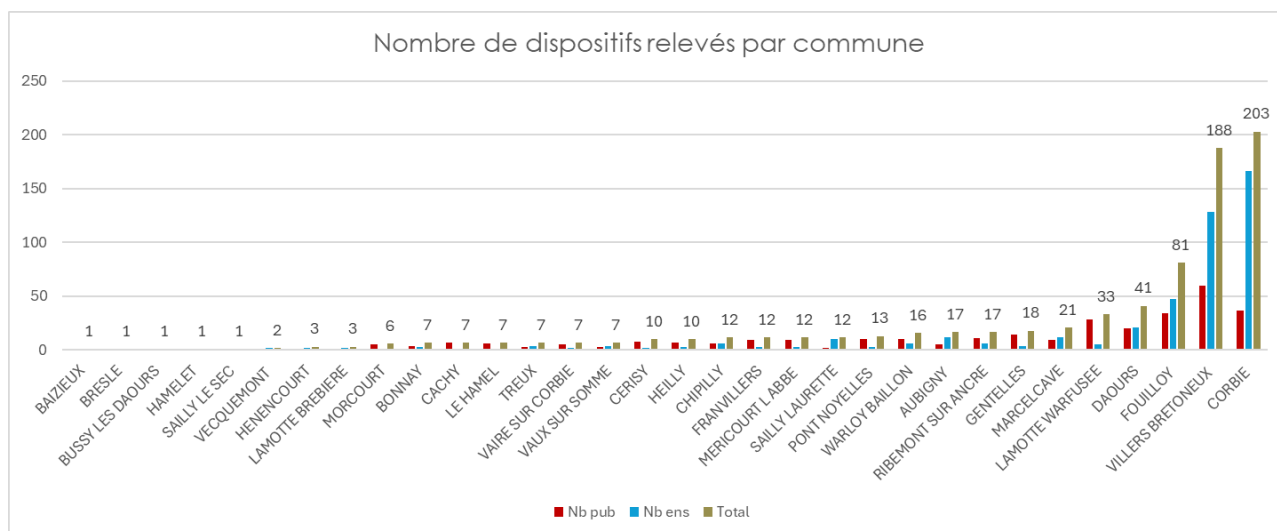
Exemple de dispositifs publicitaires non conformes dans le périmètre de protection aux abords de monuments historiques protégés à Corbie

La répartition des dispositifs selon les communes du territoire intercommunal est très inégale.

Moins de 10 dispositifs ont été recensés sur 16 des 33 communes que compte la CCVS. Il s'agit de communes rurales qui ne sont traversées que par des axes routiers secondaires.

14 communes comptent entre 10 et 41 dispositifs recensés et moins d'un tiers du total des dispositifs relevés.

Les communes de Fouilloy, Villers-Bretonneux et Corbie accueillent à elles seules près des deux tiers (60,7 %) des dispositifs relevés.



Le diagnostic a par ailleurs fait ressortir que certaines enseignes ou publicités conformes vis-à-vis de la réglementation nationale portent cependant un préjudice paysager au territoire et que la simple application de la réglementation nationale n'est pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionne la collectivité.



Enseignes scellées au sol peu qualitatives et /ou dont la hauteur excessive contribue à masquer les perspectives paysagères.



Les enseignes sur clôture aveugle ont le même impact que les enseignes scellées au sol.



Enseignes scellées au sol peu qualitatives contribuant à masquer les perspectives paysagères.



Les enseignes scellées ou posées au sol de moins de 1 m² ne sont pas limitées en nombre.



Publicités dégradant la qualité des perspectives paysagère dans les traversées urbaines



Enseignes portant préjudice à l'image de l'activité, du bâtiment support et des perspectives paysagères

4. Objectifs

Aujourd'hui, la réglementation nationale applicable contient des dispositions qui ne sont plus adaptées aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère identifiés par la CCVS.

Rappel des objectifs généraux avancés lors de la délibération initiale prescrivant le RLPi :

1. La préservation du cadre de vie et des paysages

- limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie, les paysages et protéger le patrimoine naturel et bâti ;
- préserver et mettre en valeur l'environnement des paysages ruraux et urbains du territoire, en prenant en compte les périmètres des monuments historiques, des sites protégés
- améliorer la sécurité routière,
- tenir compte de l'impact des dispositifs publicitaires sur la faune et réduire leur empreinte environnementale, en particulier leur consommation énergétique,

2. Favoriser l'attractivité économique, commerciale et touristique

- améliorer la lisibilité des dispositifs publicitaires notamment sur les secteurs entrés de ville, sur les principaux axes du territoire, sur les zones d'activités commerciales à enjeux et dans les zones à vocation résidentielle ;
- permettre un dialogue direct avec les commerçants et acteurs économiques
- prendre en compte les nouveaux procédés et moyens technologiques utilisés en matière d'affichage publicitaire ;
- s'inscrire dans les orientations stratégiques directionnelles et touristiques à l'échelle du département.

3. Permettre une réglementation plus souple et adaptée aux caractéristiques du territoire

- adapter les règles nationales aux spécificités du territoire de la CCVS
- produire un document unique à l'échelle de la CCVS prenant en compte les caractéristiques de chaque territoire
- faire bénéficier d'un règlement local de publicité les communes qui n'en disposaient pas.

5. Orientations

Afin de mettre en œuvre les objectifs définis précédemment, la CCVS a défini les orientations permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son nouveau Règlement Local de Publicité intercommunal.

5.1. Les grandes orientations :

Grandes orientations :

Orientation 1 : Renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes sur l'ensemble du territoire, avec un effort qualitatif supplémentaire dans les centres historiques compris dans le périmètre de protection aux abords des monuments historiques classés ou inscrits;

Orientation 2 : Maintenir l'interdiction généralisée de la publicité en secteur protégé ;

Orientation 3 : Maitriser la présence de la publicité en limitant les surfaces et la densité en dehors des secteurs protégés ;

Orientation 4 : Rationaliser et homogénéiser les préenseignes qui prendront la forme d'une signalisation d'information locale adaptée aux besoins des entreprises du territoire;

Orientation 5 : Limiter les supports numériques et les périodes d'éclairage des publicités et des enseignes lumineuses ;

Quatre niveaux de prescriptions pour le RLPi :

- **Zone réglementée n°1 (ZR1) : Zone de protection des monuments historiques et zones urbaines sensibles**

Cette zone concerne principalement les centres anciens et leurs extensions de forte qualité architecturale et paysagère mais également toutes les autres formes d'urbanisation compris dans le périmètre de protection aux abords des monuments historiques. Elle concerne également les entrées ou cœurs de villes et villages sensibles et de haute valeur patrimoniale qui ne font pas partie d'un secteur protégé.

- **Zone réglementée n°2 (ZR2) : Habitations et équipements**

Cette zone concerne l'intégralité des secteurs agglomérés dont le bâti a une vocation principale d'habitat hors ZR1. Elle comprend donc, les centres anciens et leurs extensions directes, les zones d'habitat collectif, les zones d'habitat pavillonnaire, les équipements culturels et sportifs et les bâtiments d'activité isolés.

- **Zone réglementée n°3 (ZR3) : Activités en agglomération**

Cette zone regroupe les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle dont les bâtiments ont, en majorité, une architecture adaptée à ce type d'activités (Zone d'activités).

- **Zone réglementée n°4 (ZR4) : Hors agglomération**

Zone comprenant des activités isolées ou en projet, ainsi que les secteurs naturels et ruraux.

5.2. Orientations pour les publicités et préenseignes

▪ ZR1 : Zone de protection des monuments historiques et zones urbaines sensibles

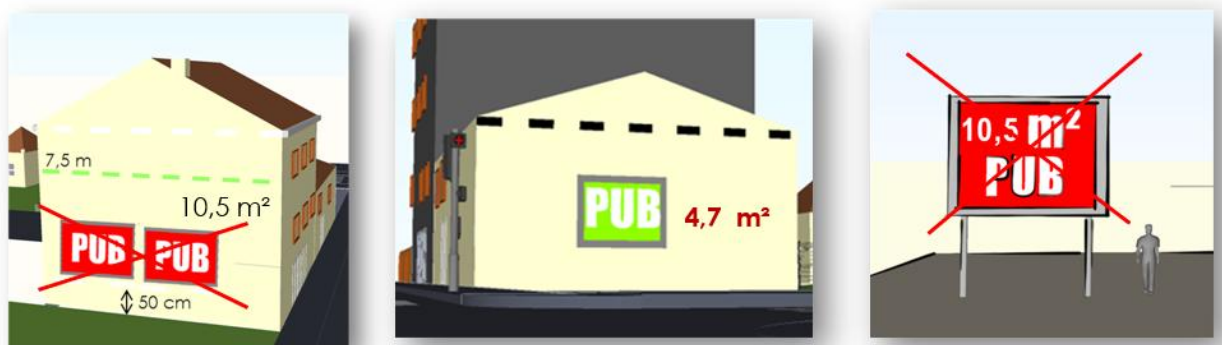
- Interdiction des publicités ou préenseignes hors mobilier urbain de type mats porte affiche.
- Pas de publicité numérique.

Justification : Le maintien de l'interdiction de la publicité dans le périmètre des abords des monuments historiques et l'interdiction dans les secteurs sensibles permet de protéger les centres historiques et les secteurs d'habitation en général des excès de la publicité extérieure.

La seule réintroduction effectuée par la CCVS en secteur protégé concerne la publicité sur mobilier urbain de type mat porte affiche, réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives, avec une limitation à 2m² maximum.

▪ ZR2 : Habitations et équipements et ZR3 : Activités en agglomération

- Publicités et préenseignes maîtrisées dans les supports, les formats et la densité. Pas de dispositif scellé au sol et format mural limité à 4,7 m² à raison d'un dispositif maximum par unité foncière. Interdiction stricte dans certains secteurs d'entrée de ville.
- Publicités sur mobilier urbain et abris voyageurs de 2m² maximum.
- Pas de publicité numérique.



Justification La publicité sur façade est limitée en densité pour limiter son impact sur les paysages urbains. La publicité est interdite dans l'entrée de ville sud de Corbie pour améliorer l'image de la commune.

▪ ZR4 : Hors agglomération

Interdiction totale de la publicité (hors préenseignes dérogatoires).

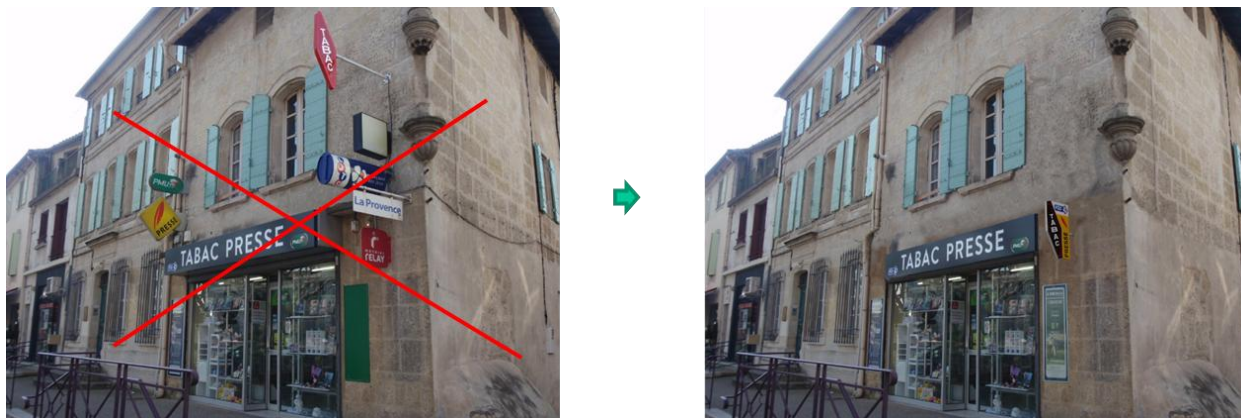
▪ Toutes zones

Maintien de l'interdiction de la publicité numérique.

5.3. Orientations pour les enseignes

- Enseignes sur façade de bâtiments d'habitation en ZR1 et ZR2

Favoriser la qualité esthétique et la lisibilité des façades commerciales en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement et la qualité architecturale du bâtiment support.



- Enseignes sur façade sur bâtiment à vocation d'activité (ZR2 et ZR3 en particulier)

Favoriser la qualité esthétique et la lisibilité des façades commerciales en limitant la surface des enseignes sur façade tel que le prévoit la réglementation nationale post Grenelle (15 % de la surface de la façade) et en limitant le nombre d'enseignes.



- **Enseignes scellées au sol**

Améliorer la lisibilité des activités en limitant le nombre de dispositifs, comme le prévoit la réglementation nationale.

Réduire les formats et favoriser la qualité des dispositifs.



- **Enseignes sur toiture**

Conformément aux prescriptions de la charte du PNROF, proscrire les enseignes sur toiture terrasse au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants et favoriser la qualité des secteurs commerciaux.



▪ Enseignes numériques

Sauf exceptions, (croix de pharmacies, affichage numérique du prix des carburants par exemple), les enseignes numériques scellées au sol ou en drapeau sont interdites dans toutes les zones au même titre que les publicités numériques, pour éviter une pollution lumineuse forte et favoriser les économies d'énergie.

Seules les enseignes numériques derrière vitrine jusqu'à 2 m² maximum de surface cumulée sont admises.



Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, et pour protéger son patrimoine paysager et architectural, la Communauté de Communes du Val de Somme a défini les objectifs et les orientations en matière de publicité extérieure.

L'élaboration du RLPi vise à mettre en œuvre une politique environnementale plus qualitative en matière de publicité extérieure tout en préservant la visibilité et donc l'attractivité des commerces, notamment des centres-villes et villages.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixés la collectivité, un document réglementaire plus adapté que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du Règlement Local de Publicité intercommunal introduit par le présent rapport de présentation.

Synthèse des orientations du RLPi

(Toutes les prescriptions présentées sont des maximum)

PUBLICITE	Régime général CCVS en agglomération (hors secteurs protégés)	PRESCRIPTIONS		
		ZR1	ZR2	ZR3
Scellée ou posée au sol	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
Murale	2 x 4,7 m²/F (hors secteurs protégés)	Interdite	1 x 4,7 m²/UF	1 x 4,7 m²/UF
Sur mobilier urbain	2 m² (hors secteurs protégés)	Non sauf mats porte affiche	2 m²	2 m²
Numérique	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite

- Y compris publicités et préenseignes lumineuses. Le seul procédé admis pour la publicité lumineuse est l'éclairage par transparence.

- Publicité interdite en ZR4 (hors agglomération)

ENSEIGNES	Régime général en ou hors agglomération	Toutes zones	ZR 1	ZR 2	ZR 3 & ZR 4
Scellée ou posée au sol	1 par voie bordant l'établissement (si 1 m ² ou +) 6 m ² 6,5 à 8 m de haut	1 par voie maximum (y compris < 1m ²) dont 1 chevalet sur terrasse commerciale	0,65 m ² /4 m de haut ou 3 m ² /3 m de haut, 1,2 m de large	6 m ² /4 m de haut, 1,8 m de large	6 m ² /4 m de haut, 1,8 m de large
A plat sur façade	15 % du support (25 % si < 50 m ²)	15 % du support Sur bâtiment d'habitation : 1 enseigne en bandeau par vitrine en lettres découpées, 1 en drapeau par façade, 2 en applique de 0,5 m ²	Bât d'habitation : Hauteur des lettres bandeau : 0,4 m Bandeau : 0,7 m Bat d'activité : 2 enseignes. Bandeau : 1 m applique : 2 m ²	Bât d'habitation : Hauteur des lettres bandeau : 0,4 m Bandeau : 0,7 m Bat d'activité : 60 m ² unitaire 2 enseignes + 1/ 40 ml	60 m ² unitaire 2 enseignes + 1/ 40 ml
En drapeau			Bât d'habitation : 0,5 m ² de haut, 0,8 m saillie Bât d'activité : non	Bât d'habitation : 0,5 m ² de haut, 0,8 m saillie Bât d'activité : non	Non
Sur toiture ou auvent	60 m ² 3 m de haut	Non sur toit terrasse		Sur toit incliné sans dépasser le faitage. Hauteur : 0,6 m	
Numérique	Oui	Non sauf exceptions (croix pharmacies, prix carburants...)	Derrière vitrine 0,25 m ² unitaire et 2 m ² au total		

RLPi



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RAPPORT DE PRESENTATION

Règlement intégral consultable sur le site de la communauté de communes du Val de Somme.

Règlement réalisé avec le concours du bureau d'études Alkhos