



RLPi
Grand Sénonais

RÈGLEMENT
LOCAL
DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL
DU GRAND SÉNONAIS

1. RAPPORT DE PRÉSENTATION

Document approuvé - 21/12/23

DIAGNOSTIC, ENJEUX,
OBJECTIFS ET EXPLICATION
DES CHOIX

1. RAPPORT DE PRÉSENTATION

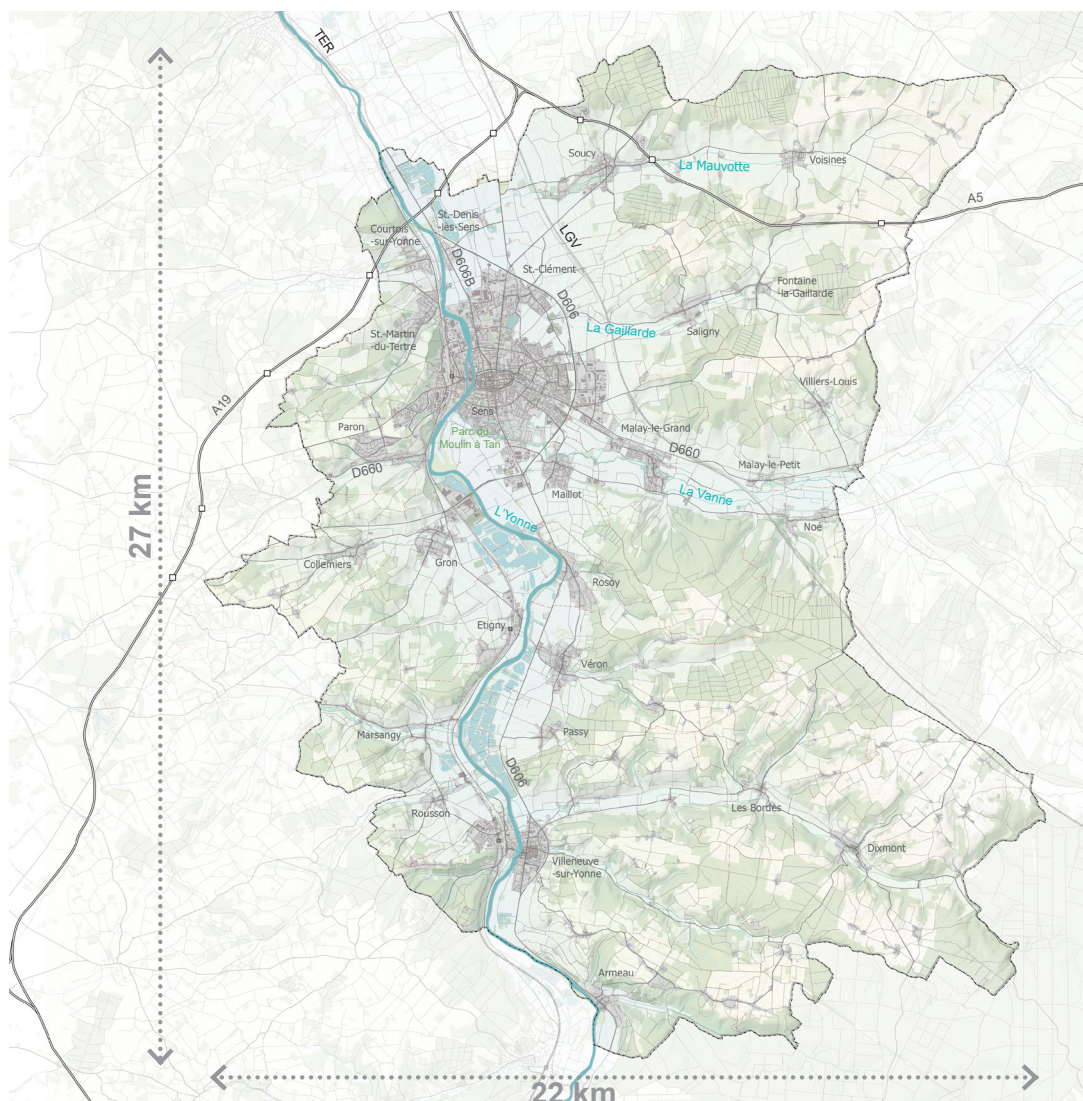
Document approuvé - 21/12/23



SOMMAIRE

Introduction	6
Repères démographiques et géographiques	6
Repères économiques et commerciaux	7
1. CONTEXTE	9
1. Les réglementations nationale et intercommunale	10
2. Le socle de la trame paysagère et ses enjeux	16
2. DIAGNOSTIC	25
1. Les règlements locaux de publicité en vigueur	26
2. Les publicités et les pré-enseignes	30
3. Les enseignes	38
3. ENJEUX, OBJECTIFS ET ORIENTATIONS	45
1. Synthèse et enjeux du diagnostic	46
2. Les objectifs	50
3. Les orientations	51
4. EXPLICATION DES CHOIX	53
FICHE EXPLICATIVE 1	54
Les grands principes d'élaboration du règlement	
FICHE EXPLICATIVE 2	55
Le zonage	
FICHE EXPLICATIVE 3	58
Les dispositions générales et autres prescriptions communes	
FICHE EXPLICATIVE 4	59
La zone 1	
FICHE EXPLICATIVE 5	62
La zone 2	
FICHE EXPLICATIVE 6	63
La zone 3	
FICHE EXPLICATIVE 7	65
La zone 4	
FICHE EXPLICATIVE 8	66
La zone 5	
FICHE EXPLICATIVE 9	67
Synthèse	

Repères démographiques et géographiques



Depuis le 1^{er} janvier 2016, la communauté d'agglomération du Grand Sénonais compte 27 communes. Le territoire qui s'étend sur 375 km² accueille 58 567 habitants en 2015, soit un gain de population de 3% par rapport à 2010.

Le territoire est traversé par l'axe structurant de l'Yonne sur lequel les deux principaux pôles urbains se sont historiquement implantés, Villeneuve-sur-Yonne et Sens, à sa confluence avec la Vanne. Cet axe nord-sud est également celui de la voie ferrée et du tracé de l'actuelle D606.

Les grandes infrastructures de déplacement traversent le territoire : la ligne LGV Paris-Lyon et les autoroutes A19 et A5 qui se rejoignent à la limite nord de l'agglomération.

Le 21 juin 2017, la communauté d'agglomération du Grand Sénonais a prescrit l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme intercommunal - Habitat avec pour objectif de renforcer l'identité des communes et du territoire et d'y développer l'attractivité par une approche globale.

Le présent Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), qui se base lui aussi sur une démarche globale, devra intégrer les différents enjeux mis en avant par le PLUi-H et viser à y apporter des réponses, notamment en matière de qualité de l'environnement urbain.

Repères économiques et commerciaux



Les commerces de proximité de la rue d'Alsace-Lorraine à Sens



La zone industrielle de Salcy implantée à Gron sur les bords de l'Yonne

Le dynamisme économique du Grand Sénonais est fortement porté par une importante production agricole et par un secteur industriel de rayonnement international.

À terme, la redynamisation du port de Gron, l'émergence potentielle d'un pôle urbain et tertiaire autour de la gare de Sens ainsi que les retombées de la démarche Coeur de Ville représentent d'importantes opportunités de renforcement de l'attractivité économique, commerciale et touristique de l'agglomération.

Par ailleurs, le territoire dispose de nombreux ensembles commerciaux, s'affirmant ainsi comme le second pôle commercial de l'Yonne après Auxerre (587M€ de Chiffre d'Affaires annuel), avec notamment 58 commerces de plus de 300 m² et 450M€ de Chiffre d'Affaires annuel à Sens. Le pôle commercial de Villeneuve-sur-Yonne concentre 16M€ de Chiffre d'Affaires annuel aux trois quarts dans le secteur alimentaire.

Les ensembles commerciaux de l'intercommunalité se situent essentiellement en bordure d'axes routiers très fréquentés, dans les zones commerciales Rive Nord, Sens-Sud et Portes de Bourgogne à Sens et au nord de la commune de Villeneuve-sur-Yonne. Le RLPi portera une attention particulière aux dispositifs publicitaires, nécessaires à la communication, employés par les différentes enseignes de ces zones commerciales et pouvant avoir un fort impact visuel sur certains axes routiers.

Le RLPi représente un outil pour encadrer également les enseignes de centres-villes et de centres-bourgs, vis-à-vis d'enjeux urbains et paysagers, tout en permettant leur visibilité et en renforçant leur attractivité.

1



CONTEXTE

> Contexte

1. Les réglementations nationale et locale

> Le Règlement National de Publicité

La mise en place de nouvelles enseignes et publicités est réglementée au niveau national par le décret du 30 janvier 2012 et applicable depuis le 1^{er} juillet 2012 en tant que Règlement National de Publicité (RNP). Les publicités et enseignes installées avant cette date devaient s'y conformer respectivement au plus tard le 13 juillet 2015 et le 1^{er} juillet 2018.

La réglementation nationale varie en fonction :

- du secteur (différenciation entre une implantation en agglomération et une implantation hors agglomération) ;
- du poids de population des communes (dispositions différentes suivant si la commune possède plus de 10 000 habitants ou non) ;

- de l'unité urbaine (les communes de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants se voient appliquer la même réglementation que les communes de plus de 10 000 habitants).

Dans le cas du Grand Sénonais, à l'exception de Sens qui compte 25 784 habitants en 2015, la réglementation de référence pour toutes les communes est donc celle qui s'applique aux agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (la plus importante unité urbaine du territoire étant celle de Sens qui ne dénombre que 37 683 habitants).

> Une réglementation différenciée suivant la nature des dispositifs publicitaires

Le RNP distingue trois types de dispositifs aux réglementations propres et établit donc des dispositions différenciées à chaque typologie de dispositif publicitaire, en matière de densité, de format et d'extinction nocturne...

A/ Les publicités et les pré-enseignes

Selon le code de l'environnement :

- Constitue une publicité toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

- Constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Exemple de publicité murale à Les Bordes



Exemple de pré-enseigne à Rosoy le long de la D606

Le RNP fixe des dispositions communes aux publicités et pré-enseignes, notamment concernant l'obligation d'une autorisation écrite du propriétaire, l'obligation d'apposer les coordonnées des annonceurs sur les publicités et pré-enseignes dérogatoires, ainsi que l'obligation d'entretien des dispositifs, mais aussi en matière d'interdictions, absolues ou dérogeables :

> Interdictions absolues :

- hors agglomération ;
- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles, ainsi que- sur les arbres ;
- sur les arbres.

Certaines interdictions peuvent faire l'objet d'une dérogation par le biais d'un RLPi.

> Interdictions dérogeables en agglomération :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les sites inscrits ;
- a moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Le RNP établit également des dispositions propres à chaque type de publicité et de pré-enseigne.

> La publicité murale est interdite sur :

- les poteaux électriques, téléphoniques, les mâts d'éclairage public... ;
- tous les équipements de circulation routière, ferroviaire... ;
- les murs non aveugles ;
- les clôtures non aveugles ;
- les murs de cimetière ou de jardins publics.

> La publicité scellée au sol est interdite en agglomération :

- dans les espaces boisés classés (EBC) ;
- 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 PLU ou un POS ;
- dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

> Les règles de dimensionnement sont répertoriées ci-après :

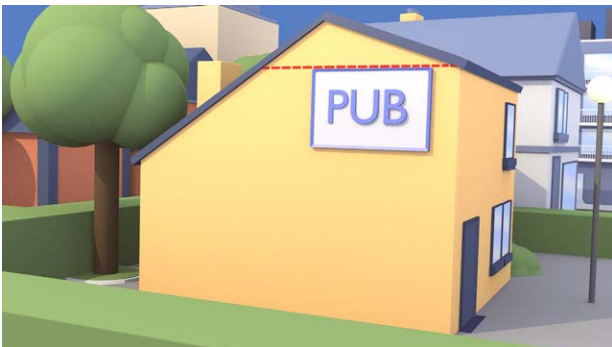
	Sens	Autres communes
Publicité non lumineuse		
Publicité murale	Surface max. : 12m² Hauteur max. : 7,50m	Surface max. : 4m² Hauteur max. : 6m
Publicité scellée/ installée au sol	Surface max. : 12m² Hauteur max. : 6m	Interdite
Bâche publicitaire	Saillie maximum : 0,50m	Interdite
Publicité lumineuse		
Affiche éclairée par projection ou transparence	Normes identiques à celles de la publicité non lumineuse	Normes identiques à celles de la publicité non lumineuse
Publicité autre	Surface max. : 8m² Hauteur max. : 6m	Interdite
Publicité numérique	Surface max. : 8m² Hauteur max. : 6m (ou respectivement 2,1m² et 3m si consommation électrique trop importante)	Interdite

Il est à noter qu'aux abords du réseau routier classé à grande circulation, la surface des publicités murales en bordure de ces voies est limitée à **4m²**.

> Des règles d'implantation sont aussi à respecter, notamment en matière de distance par rapport au faîtage et aux angles des supports pour les publicités murales, ou en matière d'hauteur maximum, de recul par rapport à des baies ou de prospect pour les publicités scellées au sol. En voici quelques principes illustrés :

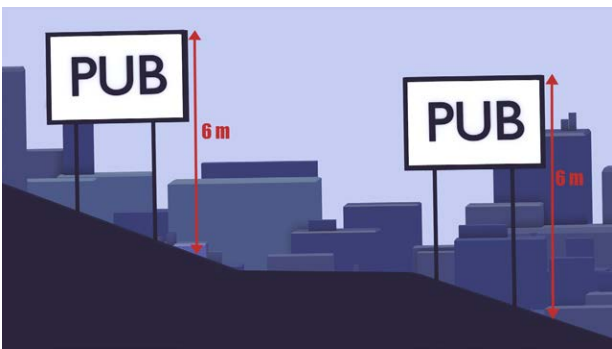
> Contexte - Les réglementations nationale et locale

Publicité murale

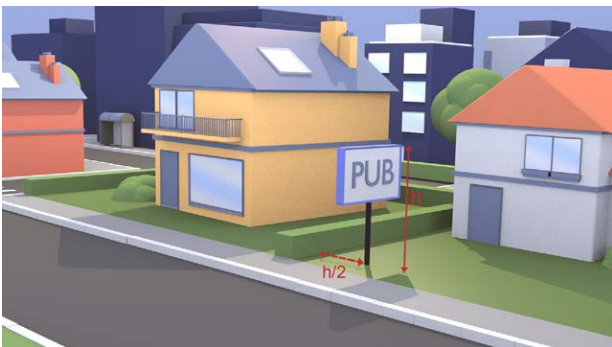


La publicité doit se situer en dessous de la limite de l'égout du toit.

Publicité scellée au sol



Aucun des points des dispositifs publicitaires ne peut s'élever à plus de 6m par rapport au sol naturel.



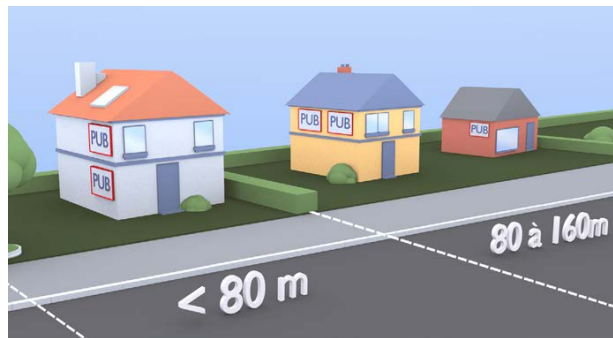
Le dispositif doit être installé au minimum à la moitié de sa hauteur par rapport au fonds voisin, mais peut être à l'aplomb d'une voie ouverte à la circulation publique.

> La règle nationale de densité :

Cette règle est applicable aussi bien à la publicité murale que scellée ou installée au sol et limite le nombre de dispositifs publicitaires sur un territoire donné. Ce nombre se calcule en fonction de la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique comme suit :

- Si la longueur de l'unité foncière est inférieure à 80m et qu'il n'y a pas de publicité scellée au sol, alors la publicité murale est autorisée, à condition de ne pas dépasser 2 dispositifs et que ceux-ci soient alignés verticalement ou

horizontalement et disposés sur un seul mur-support. Un dispositif mural peut être ajouté par tranche entamée de 80m d'unité foncière.



- Lorsque l'unité foncière ne dispose d'aucune publicité murale, l'implantation de dispositifs publicitaires scellés au sol est autorisée et régulée par tranches de 40m ou 80m : un seul dispositif pour une longueur inférieure ou égale à 40m, deux dispositifs maximum au-delà de 40m et jusqu'à 80m, et un dispositif supplémentaire autorisé par tranche entamée de 80m.



> L'obligation d'extinction nocturne :

Tous les types de publicité lumineuse sont soumis à la même obligation d'extinction nocturne entre 1h00 et 6h00 du matin. Seules la publicité sur mobilier urbain et celle située sur l'emprise d'un aéroport bénéficient d'une dérogation.

> Cas particuliers :

Les **chevalets** sont soumis à autorisation d'occupation du domaine public.

L'affichage de petit format, ou « **micro-affichage** » est autorisé sur les devantures commerciales depuis la loi ENE.

Des surfaces dites « **d'affichage libre** » doivent obligatoirement être mises en place dans chaque commune afin d'y permettre l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations.

Les dimensions minimums de ces dispositifs sont fixées en fonction du nombre d'habitants de la commune. En outre, les emplacements doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins de 1 km de l'un au moins d'entre eux.

Le **mobilier urbain** en tant que support de dispositif publicitaire (à l'exception de la publicité numérique interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants), est autorisé, quelle que soit la taille de l'agglomération. La superficie de la publicité dépend du type de mobilier urbain qui la supporte.



Les types de mobiliers urbains pouvant accueillir de la publicité : l'abribus, le kiosque à journaux, la colonne porte-affiche, le mâts porte-affiche (mention culture), le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local.

B/ Les enseignes

Selon le code de l'environnement : constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposées sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Exemple d'enseignes murales et perpendiculaire à Malay-le-Grand

> **Les enseignes sont autorisées partout**, sous réserve qu'elles soient installées sur le bâtiment ou le terrain qui accueille l'activité. Les normes qui leur sont applicables sont les suivantes :

	Surface	Hauteur	Interdictions
Enseigne en toiture	maxi. 60m²	3m à 6m en fonction de la taille de la façade	Panneau plein
Enseigne murale parallèle	15% max. de la façade 25% max. si la façade commerciale > 25% du bâti total	Ne doit dépasser ni l'égout du toit ni le mur support	Dépassement de la hauteur du garde-corps si implantation devant une baie
Enseigne murale perpendiculaire	Saillie par rapport au mur de surface limitée à 1/10ème de la largeur de la voie et à max. 2m	Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur	Devant fenêtre ou balcon
Enseigne scellée/ installée au sol	Sens : 12m² Autres communes : 6m²	6,5m à 8m en fonction de la largeur de l'enseigne	Pas plus d'1 seule enseigne par voie bordant l'immeuble si le dispositif dépasse 1m ²
Enseigne lumineuse	En fonction de l'emplacement	En fonction de l'emplacement	Enseigne clignotante, sauf services d'urgence

Contrairement aux publicités, les enseignes ne sont jamais soumises à déclaration préalable. Elles sont soumises à autorisation dans les zones d'interdiction de la publicité et sur les territoires couverts par un RLP ou un RLPi comme c'est le cas pour le Grand Sénonais.

Par ailleurs, il est à noter que seules les enseignes en lettres découpées sont autorisées en toiture.

> La règle nationale de densité :

Les enseignes scellées au sol d'une surface supérieure à 1m² sont limitées à un seul dispositif implanté le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant le lieu où s'exerce l'activité concernée.

> L'obligation d'extinction nocturne :

Les horaires d'extinction nocturne sont les mêmes que pour les publicités (entre 1h00 et 6h00 du matin), mais présentent quelques variations en fonction des horaires d'ouverture de l'activité concernée : lorsque l'activité cesse ou commence entre 00h00 et 7h00, les enseignes doivent être éteintes au plus tard une heure après l'arrêt de l'activité et allumées au plus tôt une heure avant la reprise de cette activité.

> Contexte - Les réglementations nationale et locale

C/ Les pré-enseignes dérogatoires

Les pré-enseignes sont soumises aux mêmes règles que les publicités (cf. p10)

Une réglementation dérogatoire peut s'appliquer hors agglomération, seulement pour les seules activités répertoriées ci-dessous :

	Nombre total de pré-enseignes autorisées	Distance maximum à l'agglomération ou à l'activité concernée
Monuments historiques classés ou inscrits et ouverts à la visite	4	10km
Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	2	5km
Activités culturelles	2	5km

Les dimensions des pré-enseignes dérogatoires ne peuvent excéder 1m de hauteur et 1,50m de largeur.

Les enseignes et pré-enseignes temporaires sont autorisées lorsqu'elles signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois, ou des travaux publics ou opérations immobilières de plus de 3 mois, et sous condition de respecter certaines règles de dimensionnement et de durée d'implantation.



Exemple de pré-enseigne temporaire à Sens

> Le Règlement Local de Publicité Intercommunal

Depuis la réforme de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi ENE), les Règlements Locaux de Publicité Intercommunaux (RLPi) constituent des outils qui permettent d'établir des règles plus restrictives que le RNP au regard des enjeux architecturaux, paysagers et naturels que présente le territoire concerné. Le RLPi peut par exemple agir sur les règles de densité et d'extinction nocturne dans des

zones spécifiques, réduire et harmoniser les formats autorisés (en imposant par exemple des proportions à respecter), interdire certains dispositifs ou encore établir des prescriptions esthétiques à respecter.

Comme indiqué en page 11, dans certains cas bien spécifiques, le RLPi peut également permettre de déroger aux interdictions d'implantation de dispositif publicitaire définies par le règlement national lorsque cela est justifié. Sur le territoire du Grand Sénonais, cela pourrait concerner les interdictions suivantes :

> En agglomération :

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés (notamment les centres-villes de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne qui comptent de nombreux commerces) ;
- dans la ZPPAUP de Villeneuve-sur-Yonne ;
- à moins de 100 m et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques ainsi que les immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque qui figurent sur la liste établie par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS ;
- dans les zones Natura 2000 de Saint-Martin-du-Tertre et de Paron.

> Hors agglomération :

- à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux (notamment dans les zones d'activités Sens Sud et Porte de Bourgogne à Sens ou du Saule Fendu à Maillot).

Le RLPi constitue donc un véritable outil de planification local, garant de la préservation et de la mise en valeur du cadre de vie grâce à un encadrement et une harmonisation de la publicité extérieure, qu'il s'agisse de publicités, enseignes ou pré-enseignes. Les règles du RLPi doivent être conformes à celles fixées par le PLUi (le PLUi-H du Grand Sénonais est en cours d'élaboration). Par ailleurs, les prescriptions du RLPi doivent également être compatibles avec le Code de la route, pour des raisons de sécurité routière, avec la réglementation en matière d'accessibilité et avec le code de la voirie routière, concernant les occupations du domaine public.

Seules les communes de Sens et d'Etigny sont à ce jour dotées d'un RLP. L'intérêt du RLPi est donc d'établir un document commun à l'ensemble de l'intercommunalité afin d'assurer la cohérence règles appliquées aux différents dispositifs publicitaires admis sur le territoire.

Selon l'article R.581-72 du code de l'environnement, le RLPi doit être composé, au minimum, d'un rapport de présentation, d'un règlement et d'annexes (comprenant le(s) document(s) graphique(s) et les arrêtés municipaux fixant les limites des communes concernées).

Le présent document constitue le rapport de présentation du RLPi du Grand Sénonais et comporte un diagnostic, les objectifs et orientations qui en découlent ainsi que l'explication des choix retenus.

2. Le socle de la trame paysagère et ses enjeux

Le Plan Local d'Urbanisme Intercommunal et de l'Habitat du Grand Sénonais offre une description des grands fondements géographiques propres à l'intercommunalité qui ont déterminé les choix d'installation de la population et d'aménagement du territoire. La trame paysagère et les différents tissus urbains décrits dans le PLUi-H forgent l'identité du Grand Sénonais et donnent

leur caractère aux différents quartiers et vallées qui le composent.

Le présent document a donc pour but de prévenir la dénaturation de ces éléments de patrimoine urbains, naturels et paysagers par des dispositifs publicitaires trop nombreux, trop denses ou inadaptés.

> Les composantes de la trame paysagère du Grand Sénonais

Un système de vallées organisé autour de l'Yonne qui entaille un ensemble de plateaux

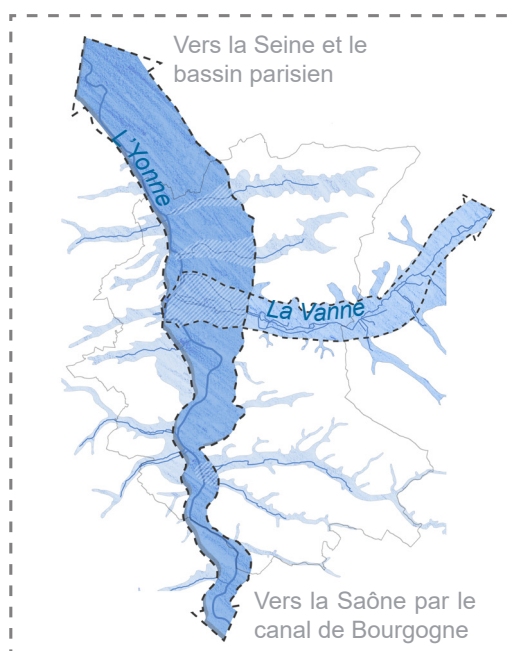
La vallée de l'Yonne constitue la véritable colonne vertébrale du Grand Sénonais. Dépassant les limites du territoire, elle permet de le connecter au bassin parisien par la Seine ainsi qu'à la Saône par le canal de Bourgogne. Les coteaux abrupts du Gâtinais à l'Ouest offrent des points de vue remarquables sur cette vallée qu'il s'agit de préserver.

Perpendiculairement, la principale vallée affluente de l'Yonne, la Vanne, étire l'influence naturelle du territoire vers Troyes. Plus discrètes, une multitude de vallées affluentes, parallèles les unes aux autres, permettent de relier naturellement les plateaux avec la vallée de l'Yonne.

Ces paysages de vallées plus ou moins étendues sont structurants pour le territoire. Ils constituent des espaces de continuité de la trame bleue entourée de la trame verte.

Les abords de l'Yonne et des nombreux rus qui parcourent le territoire présentent des aménagements de différentes natures souvent liés aux loisirs et aux mobilités actives. Ce sont parfois des fonds de parcelles de propriété privés, rendant leur entretien moins systématique. Ce réseau de berges confère une grande qualité au cadre de vie Sénonais avec une forte dimension naturelle, ce qui en fait un espace très sensible à la présence potentielle de dispositifs publicitaire.

Les confluences entre la vallée principale et les vallées affluentes, comme La Vanne ou La Gaillarde, se révèlent être des lieux stratégiques de compréhension du territoire qui concentrent des enjeux urbains, environnementaux et paysagers et qui méritent une attention particulière quant à l'impact que peuvent avoir les publicités, enseignes et pré-enseignes qui y sont implantées.



Vue sur la cathédrale de Sens depuis les coteaux du Gâtinais

Un maillage urbain structuré par vallée et des hameaux dispersés sur les hauteurs

L'implantation des sites bâtis des villes et villages dans le Grand Sénonais est intimement liée à la présence de l'eau. La vallée de l'Yonne regroupe un chapelet de villes et de villages qui accueillent 80 à 90% des habitants du territoire. Ces communes se sont implantées sur une ou deux rives de l'Yonne ou au pied des coteaux. Cette vallée concentre la majorité des emplois et des zones d'activités, notamment commerciales, au sein desquelles le RLPi peut proposer une réintroduction encadrée de la publicité lorsqu'elle se trouve en dehors du périmètre de l'agglomération et que le RNP y interdit donc toute présence de publicité.

En perpendiculaire, les vallées affluentes constituent de véritables lignes de vie au fond desquelles s'égrainent des villages implantés sur la source d'une rivière ou sur une ou deux de ses rives. Sur les hauteurs, seuls des hameaux et des fermes isolés ponctuent les plateaux. Sur l'ensemble du territoire, la présence de l'eau est valorisée par des ouvrages patrimoniaux comme le lavoir de Villiers-Louis ou les canaux de Malay-le-Grand.

Certains des éléments patrimoniaux à usage hydraulique ou autre sont classés ou inscrits au titre des monuments historiques et bénéficient ainsi d'une protection particulière du RNP vis-à-vis de la publicité.

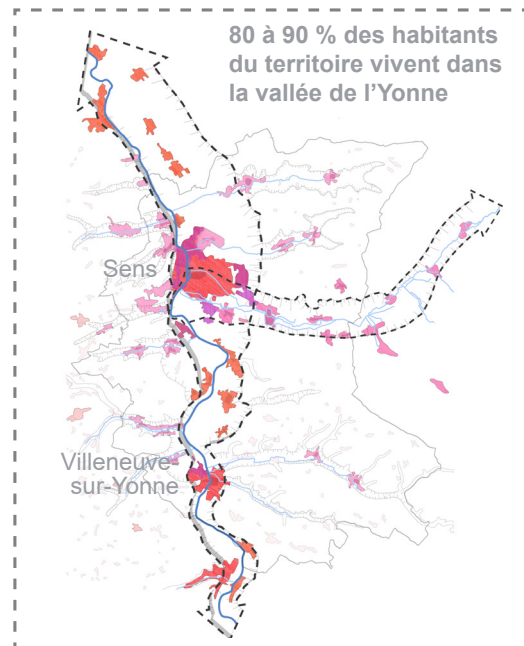
Les villes et villages du Grand Sénonais présentent des schémas d'urbanisation variés, parfois compacts et parfois s'étirant le long d'axes routiers, ce qui peut impliquer une présence accrue des dispositifs publicitaires en bordure de route, qu'il s'agit d'harmoniser à l'échelle du territoire dans le cadre de ce RLPi, afin de ne pas dénaturer les entrées de villes qui constituent souvent la lisière de l'agglomération avec les espaces agricoles et naturels.

L'impact des différents dispositifs publicitaires varie par ailleurs suivant le tissu urbain dans lequel ceux-ci sont implantés.

Ainsi, les centres-villes (notamment le centre-ville de Villeneuve-sur-Yonne qui est inclus dans un périmètre de SPR, ex ZPPAUP), les axes d'entrées de ville (composés d'habitat individuel diffus ou collectif ou d'équipements commerciaux ou d'équipements commerciaux) et les zones d'activités commerciales ou industrielles périphériques constituent les zones les plus marquées par la présence d'éléments publicitaires et d'enseignes, tandis que les centres-bourgs et les tissus d'habitat périphériques sont dans l'ensemble relativement préservés.

Il conviendra donc d'ajuster la réglementation nationale dans le cadre du règlement de ce RLPi au vu des sensibilités de ces différents tissus.

1. Rue du Commerce, dans le centre-ville de Villeneuve-sur-Yonne
2. Place de l'Eglise à Saint-Clément
3. Supermarché en entrée de ville de Sens



1.



2.



3.

> Contexte - Le socle de la trame paysagère et ses enjeux

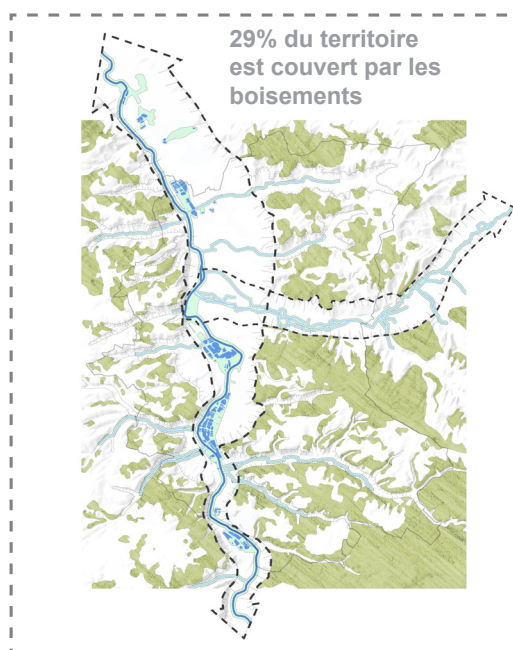
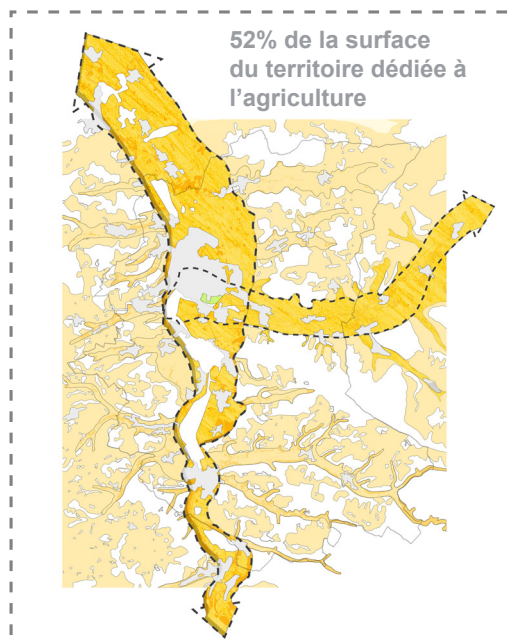
Des plateaux céréaliers et une agriculture valléenne qui enveloppe les sites bâtis

L'agriculture a une place prépondérante dans le Grand Sénonais puisqu'elle recouvre 52% de la surface du territoire. La majorité des terres agricoles se situent sur les plateaux ondulés destinés principalement aux céréales et aux oléagineux. La vallée de la Vanne est dominée par la maïsiculture et les prés y deviennent de plus en plus rares. Dans la vallée de l'Yonne, la polyculture cohabite avec d'autres formes d'agriculture à proximité des villes et villages. De nombreuses lisières font l'objet d'une attention particulière avec la présence de prés fauchés ou de vergers comme à Véron. L'activité maraîchère historique au Sud de Sens transparait encore au sein des jardins familiaux de la plaine des Boutours.

Des plateaux boisés et des espaces de nature le long de l'eau

Les boisements, qui recouvrent 29% du territoire, se situent sur les hauteurs des plateaux. Le morcellement des parcelles avec des propriétés privées de moins de 4 hectares rend l'exploitation contraignante tant pour le bois d'œuvre que pour le bois énergie. Seuls 12% des boisements sont publics. Les forêts domaniales de Soucy-Launay et d'Abbesse se situent en limite Nord et Sud-Est du territoire. Dans la vallée de l'Yonne, des espaces de nature longent le cours d'eau. Des lieux de détente y sont associés comme le chemin de halage ou le parc des Champs Captants. Cependant, les anciennes carrières qui ponctuent l'Yonne ont une valeur écologique relativement faible et restent inaccessibles au public.

Les étendues agricoles constituent de vastes ouvertures sur le grand paysage, depuis les routes, les lisières des villes et villages ou les points hauts des coteaux. Les lisières agricoles à l'interface des villes et villages sont parfois fragiles. Les autres espaces de nature participent aussi grandement de la qualité du cadre de vie. Cette qualité paysagère liée aux étendues agricoles et forestières est à préserver des dispositifs publicitaires pouvant dégrader leur perception ou aller à l'encontre de leur valorisation.



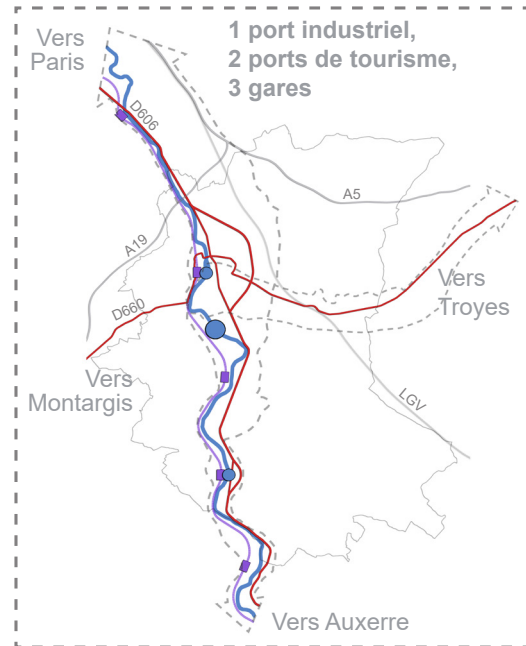
Paysage de la RD606 à Armeau

Des infrastructures qui s'ancrent dans le territoire et d'autres qui le survolent

La vallée de l'Yonne est longée par trois itinéraires historiques qui s'inscrivent dans le territoire. La RD606, ancienne route royale en rive droite de l'Yonne, relie Paris à Auxerre. La RD72 sur la rive gauche longe les coteaux, parallèlement à la ligne de chemin de fer. Ces axes historiques sont accompagnés par la RD660 qui connecte Montargis à Troyes en passant par Sens et la vallée de la Vanne. La rivière est accompagnée d'une plateforme portuaire à Gron, qui permet le fret fluvial vers l'international en passant par le Havre, et de deux ports de tourisme à Sens et à Armeau pour les activités de loisirs. Toutes ces voies de communication empruntent l'axe des vallées, reliant facilement les villes et villages du territoire. En parallèle de ces infrastructures, les autoroutes A5 et A19 ainsi que la ligne LGV s'affranchissant des reliefs, coupant les vallées et les plateaux. Elles bénéficient peu au territoire.

Les abords des infrastructures routières constituent à la fois la vitrine du territoire pour les usagers qui le traversent quotidiennement ou ponctuellement, mais aussi les premiers lieux d'implantation pour les publicités et les enseignes. En ce sens, il est important que ces dispositifs n'impactent pas l'image du territoire et sa perception depuis les nombreux axes routiers qui le sillonnent. Une attention particulière pourra être portée à la publicité sur ces axes, en lien notamment avec :

- La requalification des quais urbains à Villeneuve-sur-Yonne et à Sen ;
- La requalification et la sécurisation de certaines routes historiques dans leurs séquences urbaines (RD606, RD72, RD660, RD 939) ;
- La valorisation du linéaire de la RD606.



1.



2.



3.

1. La RD660 à Malay-le-Petit
2. La RD606 à Véron
3. La RD72 à Marsangy

> Contexte - Le socle de la trame paysagère et ses enjeux

> Le patrimoine bâti, naturel et paysager

L'enjeu du RLPi est de parvenir à trouver un équilibre entre la mise en valeur du cadre de vie qui forge l'identité du territoire et la possibilité pour les entreprises qui font la vitalité économique et touristique locale d'informer le public de résidents, de professionnels ou de visiteurs sur les activités et services qu'elles proposent.

Cet équilibre doit fortement s'appuyer sur la composition de la trame paysagère telle qu'elle est décrite dans les pages précédentes ainsi que sur la présence éventuelle sur le territoire de sites sensibles qui pourraient faire l'objet d'interdictions absolues ou dérogeables.

Ainsi, 9 communes de l'agglomération comptabilisent un total de 56 bâtiments classés ou inscrits en tant que monuments historiques et qui imposent chacun un périmètre de protection. Le centre de Sens est ainsi entièrement couvert par le cumul des périmètres de protection de ses 38 monuments historiques. Cependant, seule Villeneuve-sur-Yonne a mis en place une politique patrimoniale au sein de son PLU, en inscrivant la quasi-totalité de la commune au sein d'un Site Patrimonial Remarquable (SPR, ex Zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP)).

Les deux centres urbains de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne accueillent de nombreux commerces et services disposant d'enseignes et pré-enseignes, nécessaires à leur visibilité et leur pérennité. Ces cœurs de villes, et de manière plus étendue le futur pôle gare de Sens, sont identifiés en tant qu'espaces stratégiques qui doivent participer de l'attractivité du territoire dans le PLUi-H. Le RLPi se doit donc de donner un cadre qui permet de concilier dans ces lieux les enjeux de préservation du patrimoine et les enjeux économiques.

On dénombre par ailleurs trois zones Natura 2000 à travers le Grand Sénonais. Ces sites, tout comme les périmètres de protection des monuments historiques et le SPR de Villeneuve-sur-Yonne font l'objet d'interdictions d'implantation de toute publicité en vertu du RNP, mais certaines de ces interdictions peuvent être assouplies par le biais du RLPi.

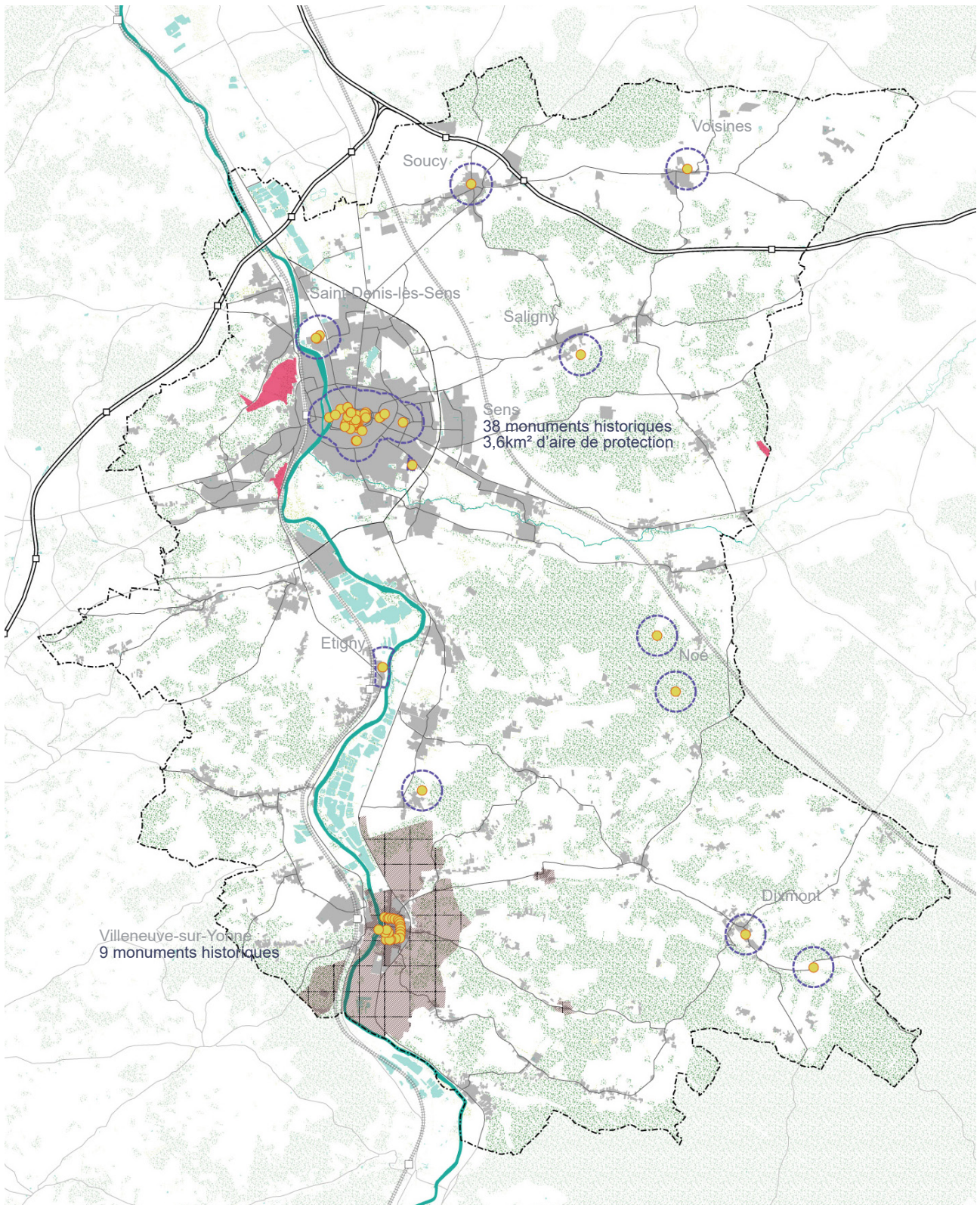
Cependant, ces différentes protections liées aux patrimoines architectural, urbain et environnemental nécessitent de considérer les lieux concernés avec la plus grande des attentions vis-à-vis des prescriptions du RLPi.



Un mobilier urbain support de publicité au sein du périmètre de la ZPPAUP de Villeneuve-sur-Yonne



La rue Thénard, une rue commerçante dans la continuité du centre-ville de Sens



Recensement de protections des éléments naturels et architecturaux ayant un impact sur les réglementations en matière de publicité.

> Contexte - Le socle de la trame paysagère et ses enjeux

> Les autres espaces à enjeux stratégiques identifiés dans le PLUi-H

A/ Les confluences de l'Yonne

Il s'agit de sites qui sont majoritairement à la croisée des développements urbains, des espaces agricoles, des espaces naturels et des infrastructures de communication.

Confrontées à des pressions anthropiques ou naturelles, ces confluences cumulent tous les enjeux environnementaux, économiques, touristiques et d'accueil de la population. En ce sens, le PADD du PLUi-H préconise de veiller tout particulièrement à la qualité environnementale et à l'insertion paysagère des projets se situant dans ces zones sensibles. Ces précautions et recommandations appellent donc à une prise en compte particulière de ces espaces au sein du RLPI.

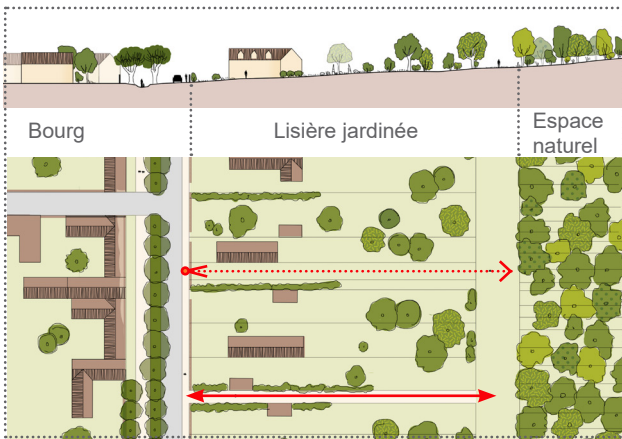
B/ Les lisières urbaines

Le PLUi-H du Grand Sénonais a mis en évidence, à travers son diagnostic et son PADD, l'importance des espaces de lisières, qui effectuent une transition douce entre les espaces urbains, naturels et agricoles. Ces zones sont identifiées au règlement graphique du PLUi-H. Elles ont pour caractéristiques de constituer des espaces particulièrement sensibles en matière de paysage, d'environnement et de cadre de vie. Parmi leurs valeurs, le diagnostic du PLUi-H cite :

- Une imbrication fine entre bâti et non bâti ;
- Une présence végétale généreuse ;
- Des cheminements qui connectent le tissu bâti et la campagne environnante ;
- Des lieux de rencontre et des espaces de loisirs ;
- La présence potentielle d'une agriculture de proximité.

Situées parfois en zone U, N ou A, elles en composent des sous-secteurs dont le développement envisagé dans le PLUi-H diffère du développement général des trois zones en question.

Ces lieux si sensibles, à la croisée de multiples enjeux, méritent une attention toute particulière dans le cadre du RLPI.



Les principes d'une lisière jardinée
 ← Cheminement → Ouverture visuelle



La reconnaissance des typologies de lisières à Véron
 ■ Lisières jardinées ■ Lisières agricoles
 — Absence de lisière



L'écran jardiné et arboré de Villiers-Louis dessine une relation de qualité entre bâti et agriculture



Les jardins familiaux de la plaine des Boutours font partie de la lisière urbaine du Sud de Sens



Les Bordes, au sein de son écran de verdure

2



DIAGNOSTIC

1. Les règlements locaux de publicité en vigueur

Seules deux communes du Grand Sénonais se sont dotées d'un Règlement Local de Publicité : Sens et Étigny. Ils ont été approuvés respectivement en 2005 et en 2011.

> Le RLP de Sens

Ce document établit dans une première partie des prescriptions générales applicables en toute zone. Dans une seconde partie, il énonce les dispositions propres à chacune des trois zones de publicité restreintes (Z.P.R.) qu'il crée.

A/ Les dispositions communes

Des dispositions applicables au matériel

Elles s'attachent à garantir la pérennité de l'aspect initial des dispositifs, de la conservation de leurs qualités techniques dans le temps et de la sécurité des personnes et des biens. L'emploi du bois est expressément interdit, tout comme les passerelles fixes, les jambes de force, les découpes et reliefs sortant du cadre et les gouttières à colle. Des règles d'entretien mensuel sont également énoncées.

- Dispositifs scellés au sol et sur mobilier urbain :

Les seuls dispositifs admis sont de type monopied (d'une largeur maximum d'1m) ou en ayant l'apparence. Seules certaines fixations sont autorisées et l'usage de poteaux et de poutres à profils ouverts est interdit.

Des dispositions complémentaires liées à la temporalité :

Les dispositifs destinés à recevoir de la publicité, mais laissés nus disposent d'un délai de remise aux normes d'un maximum de 24h. Il en est de même pour les dispositifs présentant des détériorations.

Des dispositions limitant le nombre dispositifs autorisés :

- Dispositifs supports : Les bâtiments d'habitation (en tant que destination initiale, soit liée à leur apparence, quel que soit leur usage actuel) ne peuvent accueillir un dispositif sur leur façade que si celle-ci ne présente aucune ouverture d'une surface unitaire supérieure à 0,5m². Une seule publicité ou pré-enseigne admise par pignon ou façade (tandis que le RNP fixe des règles de densité où deux dispositifs par façade peuvent par exemple être autorisés). Un maximum de deux dispositifs co-visibles sur les murs de clôture, les clôtures aveugles et les palissades.

- Dispositifs scellés au sol au sol et sur mobilier urbain : Les dispositifs installés directement sur le sol (sans fixations ou scellements conformes aux dispositions applicables au matériel cité plus haut) sont interdits, à l'exception de dispositifs mobiles qui peuvent être admis sur le domaine public après autorisation du Maire de Sens. Des dimensions maximales restent cependant à observer.

Des dispositions liées au format des dispositifs :

- Dispositifs supports : Par souci d'unité entre les différents dispositifs, le RLP fixe des règles de proportions des dispositifs en distinguant des dispositifs de grand format, limités à 9,5m² (et 8m² de surface utile ne pouvant descendre sous 7m²) contre 12m² sous le régime du RNP, et des dispositifs de petit format, ne pouvant pas dépasser une surface totale maximum de 3m² (et 2m² de surface utile). Ces deux types de dispositifs doivent présenter les proportions respectives suivantes :

Largeur / hauteur = 4 / 3 = 1,333 (à 5% près)

Largeur / hauteur = 1,2 / 1,8 = 0,666 (à 5% près)

- Dispositifs scellés au sol au sol et sur mobilier urbain :

Les mêmes règles de proportion que pour les dispositifs supports s'appliquent aux dispositifs de grand format.

Cette surface utile maximum de 8m² pour les grands formats a été retenue dans un souci d'harmonie des dispositifs, car elle est la seule dimension commune aux sociétés d'affichage et aux exploitants de mobiliers urbains publicitaires.

Enfin, les dispositifs recto verso ne doivent pas présenter de séparation visible.

Des dispositions d'implantation :

- Dispositifs supports : Les conditions d'admission des publicités et pré-enseignes sur les pignons ou façades impliquent un retrait des chaînages, une distance minimum de 1m des angles du support et d'éventuelles ouvertures ainsi qu'une implantation en dessous de la ligne d'égout ou dans son prolongement. De telles conditions s'appliquent également pour les murs de clôture, clôtures aveugles et palissades imposant une implantation au moins 0,50m sous la ligne de faitage, une distance d'au moins 0,50m aux angles du support bâti et un retrait par rapport aux chaînages.

- Dispositifs scellés au sol au sol et sur mobilier urbain :

Toute implantation doit se faire perpendiculairement ou parallèlement à l'axe de la voie la plus proche (tolérance de 10 degrés). S'ils sont visibles depuis une baie d'habitation ils doivent respecter une distance minimum à cette baie, qui varie suivant s'il s'agit de portatifs de grand ou de petit format ou si la baie est située sur le fonds en question ou sur le fond voisin (le RNP ne réglemente que la distance aux baies situées sur les fonds voisins). Par ailleurs, un dispositif de grand format ne peut s'élever à plus de 5m du niveau de la chaussée la plus proche (3m pour les petits formats), dans le respect d'une hauteur totale maximum du dispositif de 6m comme imposé par le RNP.

D'une manière générale, les publicités et pré-enseignes lumineuses éclairées ou bruyantes sont interdites à moins de 10 m d'une baie de maison d'habitation sur un fonds voisin si elles sont visibles de celle-ci et les dispositifs lumineux clignotants ou animés sont interdits.

Les publicités ou pré-enseignes lumineuses ainsi que toutes les enseignes admises sont soumises à autorisation préalable du Maire de Sens délivrée après consultation des administrations concernées et avis de l'Architecte des Bâtiments de France (dans les lieux qui le nécessitent) selon quatre critères :

- La protection des monuments historiques et des vues ;
- La protection de l'architecture ;
- La cohérence avec les dispositions applicables aux autres catégories de réclames ;
- La qualité de vie des habitants.

B/ La Z.P.R 1

Les quatre secteurs de la Z.P.R. 1 et les dispositions applicables :

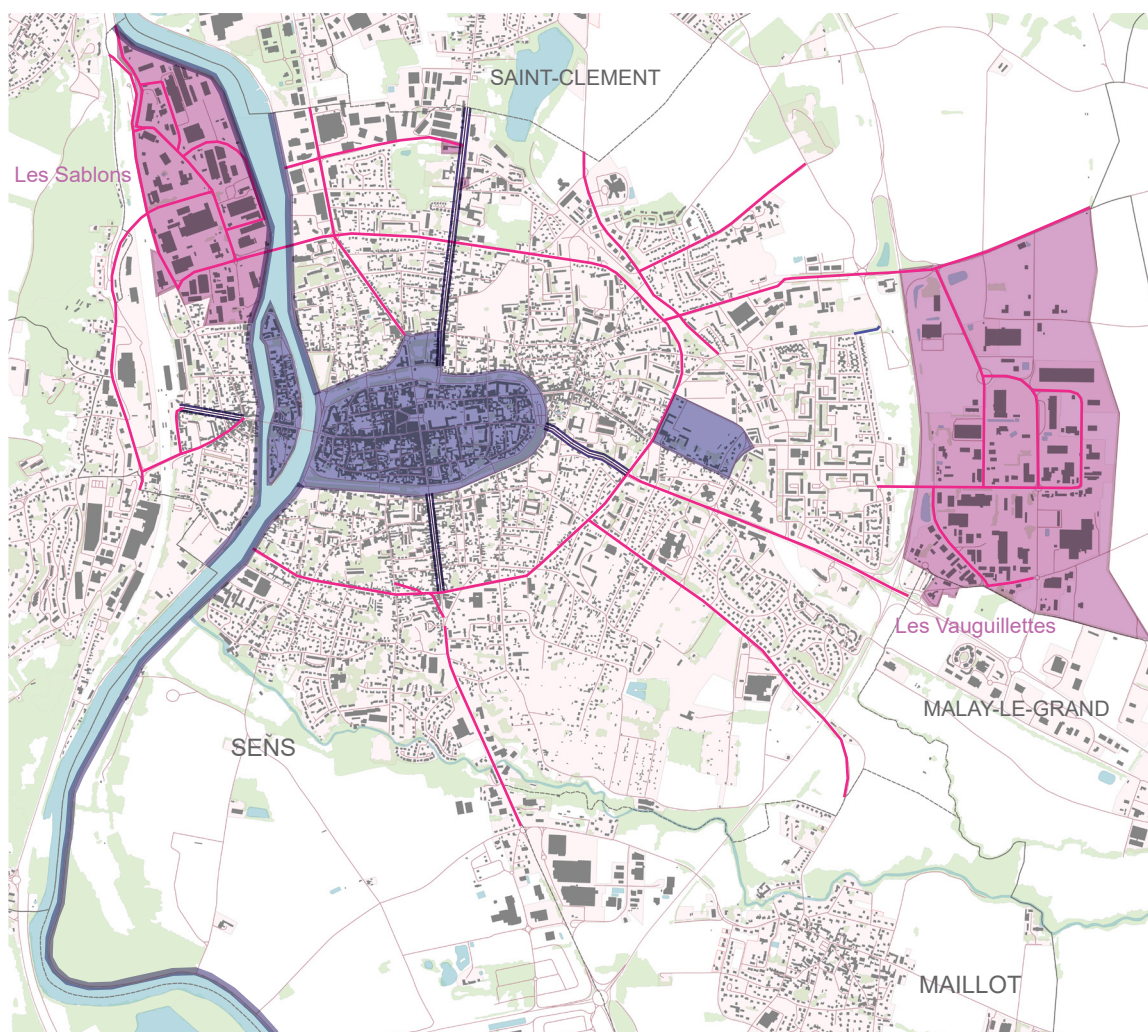
La Z.P.R 1 se compose de quatre secteurs.

Secteur 1 : le centre-ville de Sens, *secteur 2* : certains

axes désignés comme « perspectives monumentales » (les propriétés et parcelles riveraines de ces voies y sont inscrites de part et d'autre de leur emprise), *secteur 3* : les alentours du clos Saint-Savinien depuis février 2001, *secteur 4* : le village de Rosoy dans son entier, qui était alors intégré à la commune de Sens, mais qui est aujourd'hui une commune à part entière.

La délimitation de cette Z.P.R s'appuie manifestement sur des critères patrimoniaux et implique donc une réglementation relativement stricte qui interdit catégoriquement certains types de publicité :

- Les publicités et pré-enseignes sur supports accessoires (soit la publicité désignée comme « murale » dans le RNP ;
- Tout type d'enseignes sur les toitures, les terrasses et les balcons ;
- Les publicités, enseignes et pré-enseignes scellées au sol, de grand format (soit des annonces ayant une surface unitaire supérieure à 2m²) ;



Répartition des ZPR du RLP de Sens

Z.P.R. 1

 Secteurs 1 et 3

 Secteur 2

Z.P.R. 2

 Secteurs 1 et 3

 Secteur 2

Le secteur 4 est composé de l'ancien village de Rosoy anciennement intégré à la commune de Sens.

> Diagnostic - Les RLP de Sens et D'Étigny

- Les publicités et pré-enseignes lumineuses.

Le RLP de Sens autorise l'implantation de publicités et pré-enseignes de petit format sur les palissades de chantier, sous certaines conditions. Il conserve par ailleurs les mêmes délais d'installation et de dépose que le RNP en matière d'enseignes et pré-enseignes temporaires. Cependant, il élargit à l'ensemble des enseignes temporaires l'obligation de soumettre à autorisation du Maire l'installation de ces dispositifs. Les pré-enseignes temporaires doivent suivre les dispositions applicables à la publicité.

C/ La Z.P.R 2

Les trois secteurs de la Z.P.R. 2 :

La Z.P.R 2 est constituée de trois secteurs.

Secteur 1 : Elle comprend tout d'abord un ensemble de parcelles et d'emprises du domaine public riveraines de voies structurantes (entrées de ville, axes traversant les zones d'activité, boulevards de ceinture), qui sont donc susceptibles d'accueillir un grand nombre de publicités en raison de leur fréquentation et de leur positionnement stratégique.

Secteur 2 : Les deux zones d'activités industrielles et commerciales principales de Sens, les Vauguillettes et les Sablons, forment le second secteur de cette Z.P.R. Le RLP conditionne l'accueil de publicité sur une parcelle de cette zone à l'équipement préalable de celle-ci (constructions et V.R.D.).

Secteur 3 : Enfin, deux murs pignons situés à proximité d'une zone commerciale, mais inclus dans le périmètre de la Z.P. R 1 constituent le troisième secteur. Sur chacun de ces murs, un dispositif mural unique est exceptionnellement autorisé.

D'une manière générale, les publicités autorisées par les dispositions communes du RLP sont admises en Z.P.R 2, sous réserve de respecter quelques dispositions complémentaires :

Une disposition liée à la co-visibilité :

Les publicités et pré-enseignes de grand format doivent respecter une distance minimum de 60 mètres les unes par rapport aux autres. Cette règle s'applique uniquement aux dispositifs dits « covisibles » et n'étant pas séparés par une voie. Cette règle considère les paires de dispositifs (enseignes ou pré-enseignes sur support séparées par une distance au moins égale à leur largeur hors tout) comme un ensemble formant un seul et même dispositif. Cette disposition est plus stricte que la règle de densité du RNP.

Une disposition liée à la concurrence :

Les dispositifs existants disposent d'un délai de deux ans pour se conformer aux dispositions de la Z.P.R 2. S'il y a concurrence, afin de faciliter la transition de l'ancienne à la nouvelle réglementation et d'éviter toute décision arbitraire, les exploitants doivent déterminer quel(s) dispositif(s) déposer par rapport à ceux qui sont le mieux intégrés dans l'environnement suivant cinq critères qualitatifs détaillés dans le RLP: conformité, nature du dispositif, distance à une enseigne, distance à la voie et signalisation.

Une disposition particulière pour les premières enseignes de grand format :

La première enseigne scellée au sol de grand format d'un établissement n'est pas soumise aux dispositions liées à la covisibilité, à raison d'une enseigne par voie bordant l'établissement, respectant les dimensions suivantes :
Hauteur : 6m, Largeur : 1,6m, Epaisseur : 0,60m.

En Z.P.R. 2, les publicités et pré-enseignes sur les palissades de chantier ainsi que les enseignes et pré-enseignes temporaires observent les mêmes règles qu'en Z.P.R. 1.

D/ La Z.P.R 3

La Z.P.R 3 couvre le reste du territoire de Sens. Les dispositions communes s'appliquent dans cette zone. S'y ajoutent :

Une disposition liée à la co-visibilité, telle qu'elle est énoncée pour la Z.P.R 2 ;

Une disposition liée à la concurrence, sur le modèle de celle applicable en Z.P.R. 2, mais basée sur quatre critères qualitatifs : conformité, nature du dispositif et signalisation (identiques aux critères utilisés en Z.P.R 2), ainsi qu'un critère de distance à une baie (pour prendre en compte un contexte souvent plus exclusivement résidentiel que dans les secteurs de la Z.P.R. 2.

La disposition particulière pour les premières enseignes de grand format ne s'applique pas dans cette zone.

En Z.P.R. 3, les publicités et pré-enseignes sur les palissades de chantier ainsi que les enseignes et pré-enseignes temporaires observent les mêmes règles qu'en Z.P.R. 1 et 2.

> Le RLP d'Étigny

Il est intégré en annexe du PLU d'Étigny approuvé en 2011. À l'instar du RLP de Sens, il propose une réglementation commune applicable à l'ensemble du territoire de la commune (les dispositifs déjà installés doivent être mis aux normes dans un délai de deux ans).

Il distingue ensuite deux zones comportant des prescriptions distinctes supplémentaires.

A/ Les dispositions communes

Ces dispositions complètent les règles d'entretien du RLP en insistant sur la responsabilité des personnes ou entreprises qui les exploitent et en fixant concernant les dispositifs

Des dispositions complémentaires liées à la temporalité :

Dispositifs supports : les dispositifs destinés à recevoir de la publicité, mais laissés nus disposent d'un délai de remise aux normes d'un maximum de 48h.

Chevalets : Ils doivent être impérativement rentrés le soir, à la fermeture de l'activité.

Des dispositions limitant le nombre de dispositifs autorisés :

Dispositifs supports : une seule publicité admise par unité foncière (tandis que le RNP fixe des règles de densité).

Chevalets : un seul dispositif par établissement autorisé sur le domaine public communal, avec un usage unique d'enseigne (le RNP permet l'implantation de plusieurs chevalets : si l'établissement possède plusieurs façades sur rue ou si la longueur de l'unité foncière sur lequel il est implanté fait plus de 40 m).

Des dispositions d'implantation plus restrictives :

Dispositif support : il ne peut être installé à moins de deux mètres des angles du support bâti (et il doit être centré sur l'axe médian du support bâti).

Chevalets : ils sont à installer au droit de la devanture, au plus près de la vitrine et doivent laisser un passage libre de tout obstacle d'une largeur de 0,90 m en permanence sur le trottoir devant l'établissement afin de permettre l'accessibilité.

Des dispositions liées à la qualité des dispositifs :

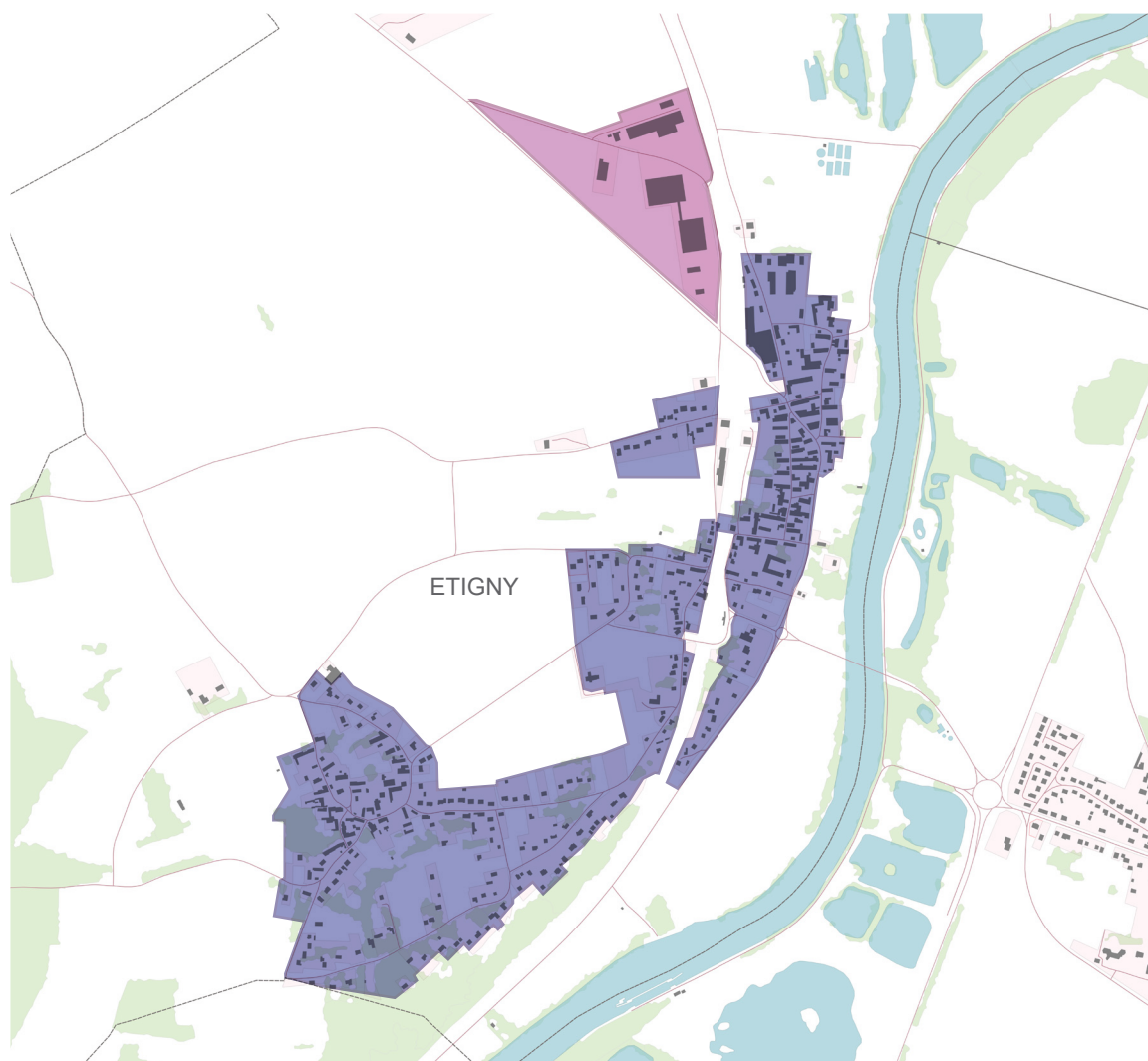
Enseignes : seuls les matériaux nobles sont autorisés et l'utilisation de matériaux non durables est proscrite.

B/ La zone 1

Elle englobe la zone urbanisée. Les dispositions qui y sont applicables limitent la surface des publicités à 2 m² avec des surfaces de support devant être inférieures à 3 m², contre 4 m² de surface maximum autorisée pour la publicité murale par le RNP, la publicité scellée au sol étant interdite dans le cas d'Étigny. Il est à noter que les chevalets installés sur le domaine public, qui sont une sous catégorie des dispositifs scellés au sol, ne sont pas interdits lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (terrasse de café...).

C/ La zone 2

Il s'agit de la zone d'activités. Une seule règle y diffère qui relève de la surface maximum des publicités par rapport à celle imposée par le RNP, soit 4 m².



Répartition des zones du RLP d'Étigny aux réglementations spécifiques

Zone 1

Zone urbaine

Zone 2

Zone d'activités

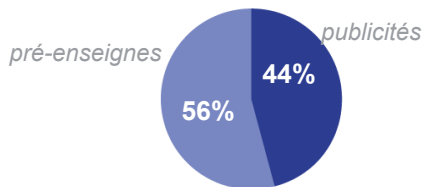
2. Les publicités et les pré-enseignes

> Méthodologie et recensement

Un travail de terrain a été effectué pour recenser les publicités et pré-enseignes présentes le long des principaux axes routiers du Grand Sénonais (cf. page 33). Ont été explorées plus particulièrement les axes d'entrée de ville, les abords des zones d'activités commerciales et industrielles. L'échantillon étudié, bien que non exhaustif, est représentatif, par son étendue, des caractéristiques de la publicité sur le territoire, que ce soit d'un point de vue quantitatif ou qualitatif. Ainsi, les 194 dispositifs recensés se répartissent comme suit :

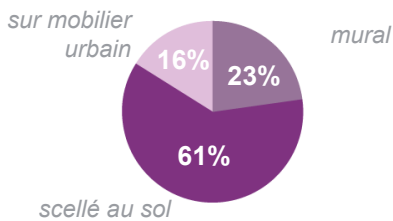
Typologie des dispositifs

Une majorité de dispositifs sont des pré-enseignes.



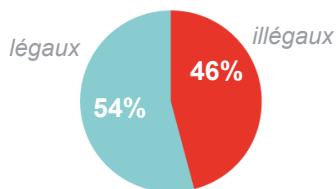
Nature des dispositifs

Les dispositifs scellés au sol largement majoritaires.



Statut des dispositifs

Les dispositifs illégaux représentent une part très importante des dispositifs relevés.

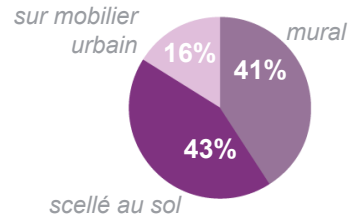


Cette répartition des dispositifs varie suivant les typologies :

Publicités

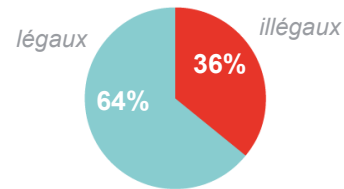
Nature des dispositifs :

La part des dispositifs muraux double presque lorsque l'on considère uniquement les dispositifs étant des publicités, tandis que la part de dispositifs scellés au sol baisse significativement et que celle des dispositifs sur mobilier urbain reste la même.



Statut des dispositifs :

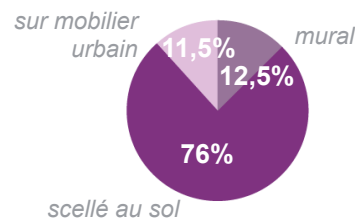
La part des dispositifs illégaux reste importante, mais bien en dessous de la part globale des dispositifs illégaux.



Pré-enseignes

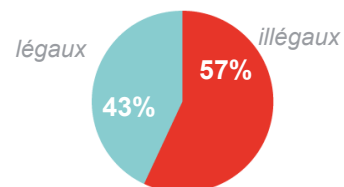
Nature des dispositifs :

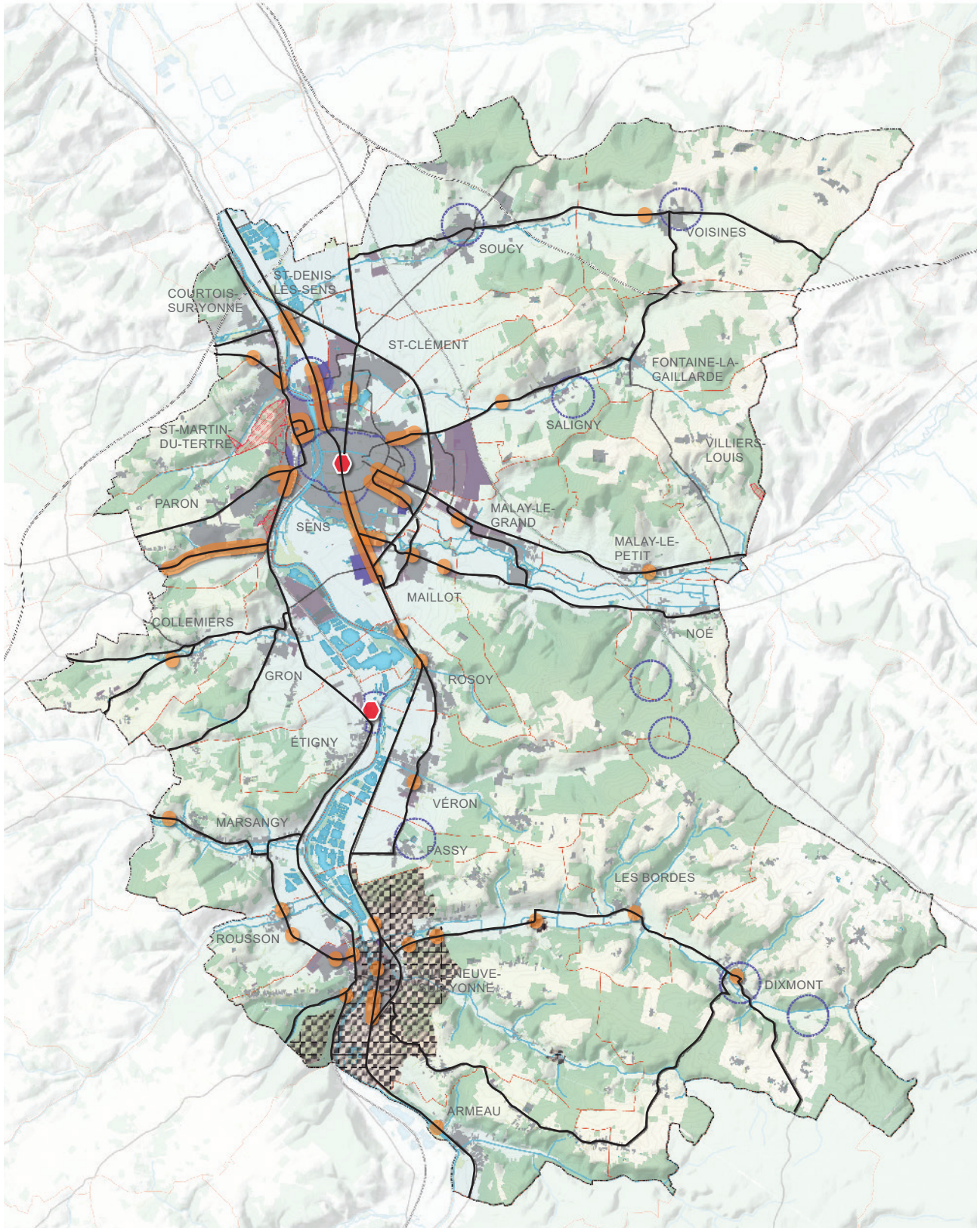
Les dispositifs scellés au sol représentent de loin la majorité des pré-enseignes, laissant une part faible et presque équivalente aux deux autres natures de dispositifs.









Statut des dispositifs :

Les pré-enseignes constituent la typologie la plus problématique puisque leur part de dispositifs illégaux est majoritaire. Ceci est en partie dû au fait que la plupart des pré-enseignes sont scellées au sol et que tous les dispositifs scellés au sol qui se trouvent dans une autre agglomération que Sens sont illégaux (cf. p..)





Localisation par axe routier des dispositifs publicitaires recensés

- | | | | | | |
|---|--|---|--------------------------------|---|-----------------------------------|
|  | périmètre de protection de 500m autour des monuments historiques |  | Limites communales |  | Axes routiers étudiés |
|  | Communes dotées d'un RLP |  | Zone urbanisée |  | Dispositifs publicitaires repérés |
|  | Site Patrimonial Remarquable (SPR - ex ZPPAUP) |  | Zone d'activités industrielles |  | Zone d'activités commerciales |
|  | Zone Natura 2000 | | | | |

> Diagnostic - Les publicités et les pré-enseignes

> Les axes historiques de la rive Est de l'Yonne

Axes étudiés : D15, D171, D173A, D606A, D606, D660, D939, avenue de Senigallia.

9 Communes concernées : Saint-Denis-lès-Sens, Saint-Clément, Sens, Maillot, Rosoy, Véron, Passy, Villeneuve-sur-Yonne, Arneau.

Ces axes présentent la plus importante concentration de dispositifs publicitaires, toutes natures confondues. Un recensement non exhaustif fait état de près de 100 publicités et pré-enseignes et de multiples enseignes (non

dénombrées) principalement propres aux établissements de restauration en bord de route et établissements commerciaux (automobile, ameublement, alimentation...) et artisanaux en lisière de zones d'activités.

Ce nombre important de dispositifs s'explique par le fait que certains segments de ces axes non seulement traversent ou longent des zones d'activités commerciales et artisanales, mais constituent aussi les entrées de ville Nord et Sud des deux pôles urbains du territoire.



Sens / Avenue de Senigallia



Sens / boulevard Aristide Briand



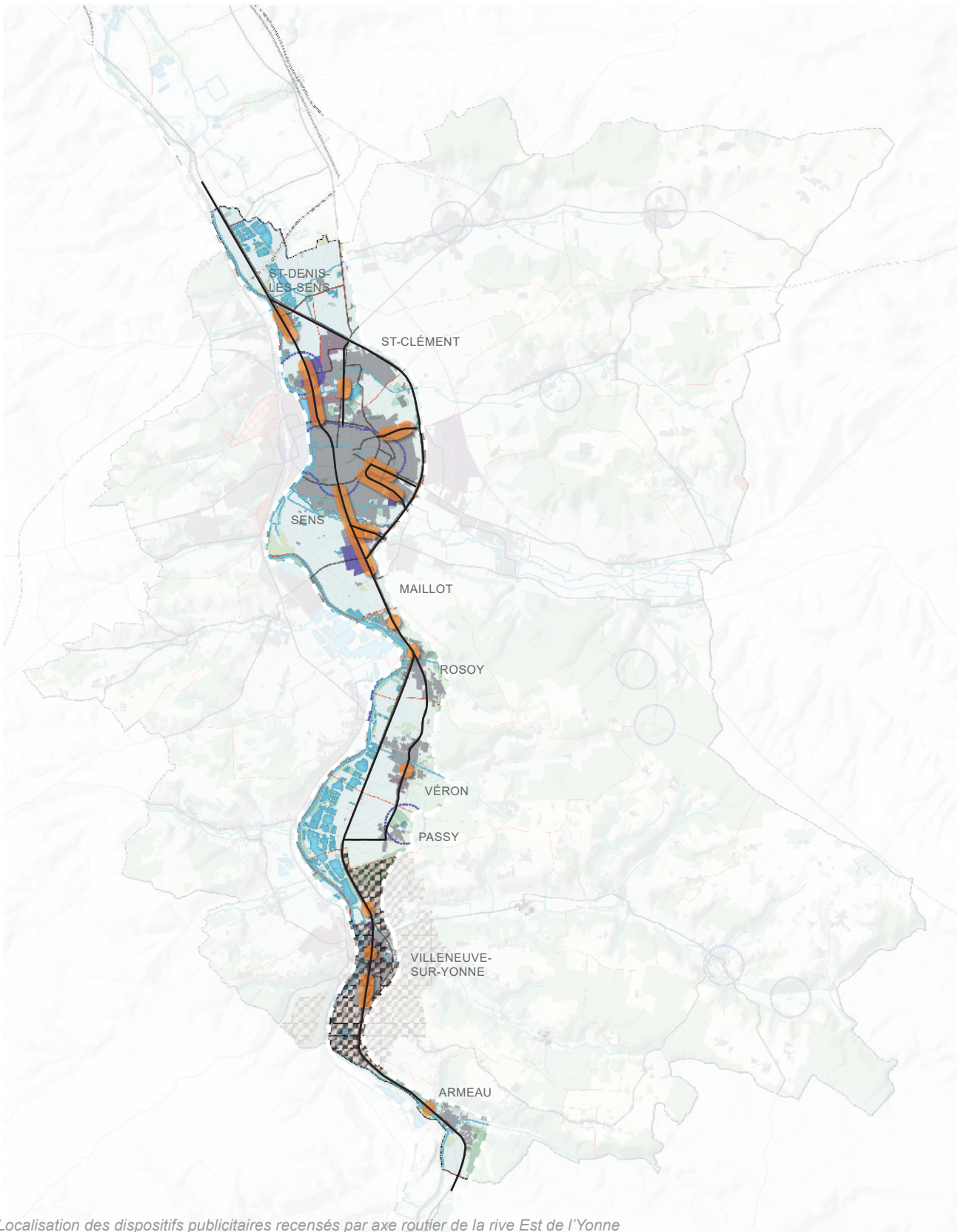
Villeneuve-sur-Yonne / coisement D15 - rue de Valprofonde



Véron / D171



Saint-Clément / D173A



Localisation des dispositifs publicitaires recensés par axe routier de la rive Est de l'Yonne



> Diagnostic - Les publicités et les pré-enseignes

> Les axes routiers de la rive Ouest de l'Yonne

Axes étudiés : D3, D15, D24, D26, D58, D72, D81, D157, D272, D660

10 Communes concernées : Courtois-sur-Yonne, Saint-Martin-du-Tertre, Sens, Paron, Gron, Collemiers, Étigny, Marsangy, Rousson, Villeneuve-sur-Yonne.

Environ 50 dispositifs ont été recensés sur ces axes, pour la plupart scellés au sol, et faisant parfois écran sur le

paysage agricole environnant. Les dispositifs scellés au sol sur les terrains privés sont également représentés, certains d'entre eux étant implantés à quelques mètres à peine de fenêtres de bâtiments d'habitation.

Les axes d'entrée des deux pôles urbains de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne sont les plus impactés.



Courtois-sur-Yonne / D26



Saint-Martin-du-Tertre / D26



Gron / D157



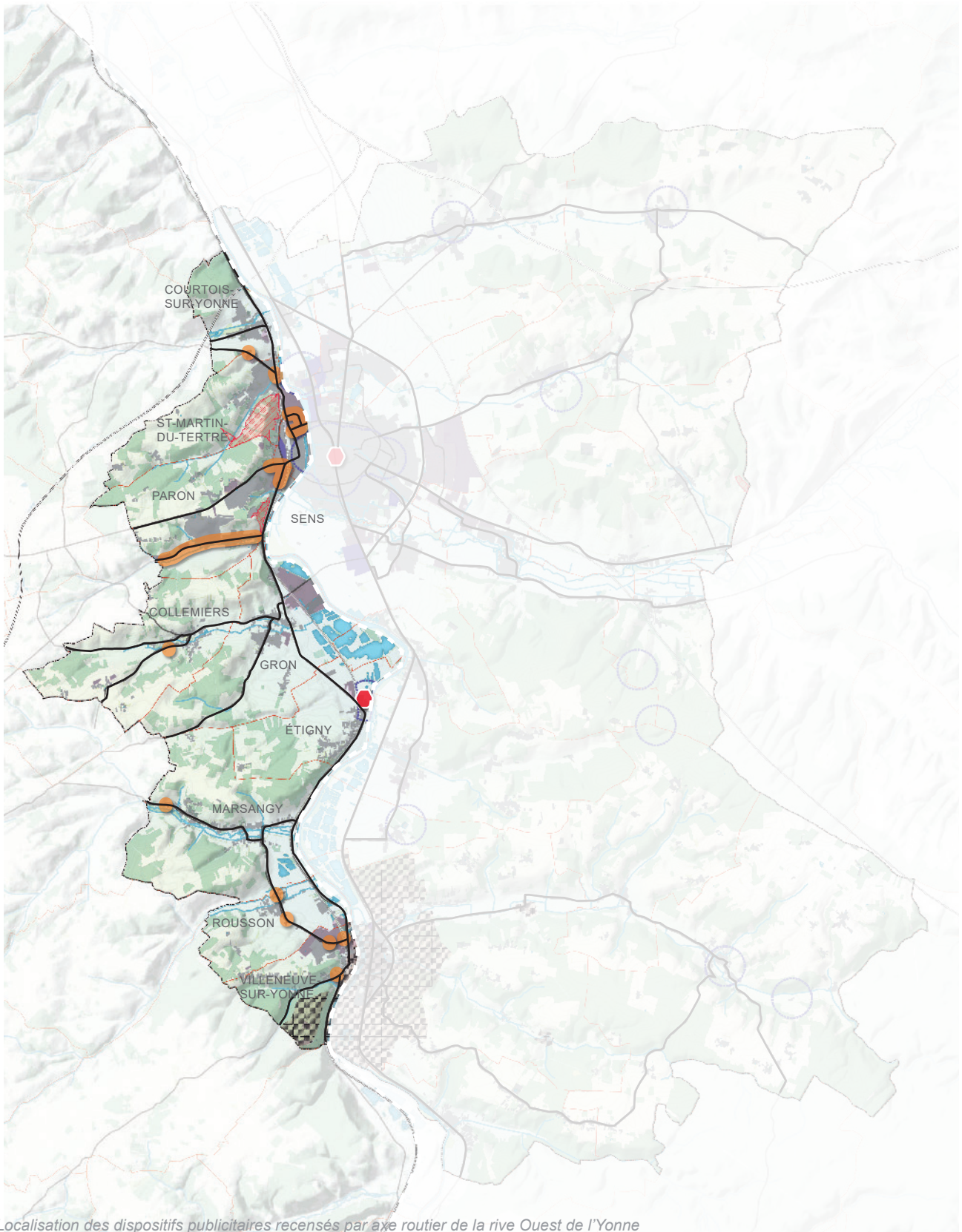
Rousson / D24








Villeneuve-sur-Yonne / D24



Villeneuve-sur-Yonne / D24



Localisation des dispositifs publicitaires recensés par axe routier de la rive Ouest de l'Yonne

- | | | | | | |
|---|---|---|-------------------------------|---|-----------------------------------|
|  | périmètre de protection de 500m
autour des monuments historiques |  | Limites communales |  | Axes routiers étudiés |
|  | Zone de Protection du Patrimoine
Architectural, Urbain et Paysager
(ZPPAUP) |  | Communes dotées d'un RLP |  | Dispositifs publicitaires repérés |
|  | Zone Natura 2000 |  | Zone urbanisée |  | Zone d'activités industrielles |
| | |  | Zone d'activités commerciales | | |

> Diagnostic - Les publicités et les pré-enseignes

> Les axes routiers des vallées affluentes

Axes étudiés : D15, D40, D46, D122, D135, D146, D232, D446, D660, D939.

14 Communes concernées : Voisines, Soucy, Saint-Clément, Sens, Fontaine-la-Gaillarde, Saligny, Villiers-Louis, Malay-le-Petit, Noé, Malay-le-Grand, Maillot, Dixmont, Les Bordes, Villeneuve-surYonne.

Ces différents axes de vallée présentent environ 45 publicités et pré-enseignes.

Vallée de la Mauvotte : Moins d'une dizaine de dispositifs sont recensés le long de ces voies, exclusivement des pré-enseignes scellées au sol à Voisines et Soucy. Les dispositifs sont recensés principalement dans le coeur des bourgs pour signaler les établissements de restauration.

Vallée de la Gaillarde : Uniquement quelques pré-enseignes scellées au sol en approchant de Saligny depuis Sens.

Vallée de la Vanne : Environ 20 dispositifs sur les deux axes.

Vallée des Bordes : Ces routes à caractère très rural présentent moins d'une dizaine de publicités et pré-enseignes dont la quasi-totalité est illégale, notamment en raison de leur implantation dans le périmètre du SPR de Villeuve-sur-Yonne pour certaines d'entre elles.



Vallée de la Gaillarde / Voisines / D135



Vallée de la Vanne / Malay-le-Grand / D660



Vallée de la Vanne / Maillot / D146



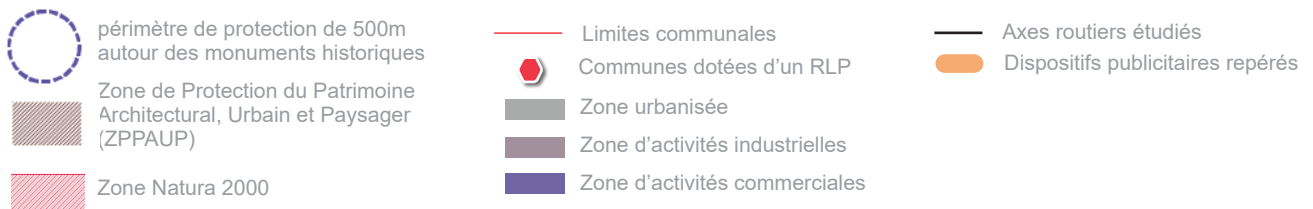
Vallée de la Vanne / Maillot / D146



Vallée des Bordes / Villeneuve-sur-Yonne / D15



Localisation des dispositifs publicitaires recensés par axe routier des vallées affluentes



> Diagnostic

3. Les enseignes

Les enseignes étant très nombreuses, elles n'ont pas fait l'objet d'un diagnostic exhaustif. Le diagnostic concernant les enseignes propose un reportage photographique qui présente la diversité des enseignes observées à Sens et Villeneuve-sur-Yonne, ainsi que

des typologies d'enseignes presque systématiquement et exclusivement présentes au coeur des autres centres-villes : les enseignes multiples des établissements de type cafés/bars/tabacs/restaurants.

> Les centres-villes historiques de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne

En dehors des diverses zones d'activités, les centres-villes de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne constituent les deux polarités majeures en matière de commerces et services de proximité, ce sont donc deux lieux majeurs de concentration d'enseignes sur le territoire. Les enseignes à Sens sont soumises au RLP de Sens, tandis que les enseignes à Villeneuve-sur-Yonne sont simplement soumises au RNP.

Le centre-ville est compris dans son intégralité dans un périmètre de SPR, ce qui implique que les publicités et pré-enseignes y sont interdites tandis que les enseignes y sont soumises à l'autorisation du maire après avis de l'Architecte des Bâtiments de France.

SENS



Des enseignes en nombre restreint et intégrées de manière qualitative.



Deux exemples d'enseignes discrètes, avec une recherche d'intégration et de dialogue colorimétrique avec le bâtiment abritant l'activité concernée.



Une multiplication des enseignes.



Une multiplication d'enseignes peu qualitatives : enseignes temporaires sur mâts et enseignes éclairées par projection en journée.



Une surenchère des enseignes frontales et en drapeau qui masquent l'architecture du bâtiment ou qui s'implantent sur des bâtiments attenants.



Des devantures vitrées occultées par de la vitrophanie.

> Diagnostic - Les enseignes

VILLENEUVE-SUR-YONNE



Omniprésence de chevalets et d'enseignes en drapeau dans l'axe de la Porte de Sens à Villeneuve-sur-Yonne.



Forte présence de la vitrophanie sur les devantures du centre-ville.



Des enseignes plus ou moins bien intégrées dans leur environnement architectural.

AUTRES CENTRES-VILLES ET CENTRES-BOURGS



Saint-Clément



Saint-Clément



Saligny



Soucy



Malay-le-Grand



Saint-Denis-lès-Sens



Dixmont

> Diagnostic - Les enseignes

> Les abords des zones d'activités

Les zones d'activités économiques et commerciales du Grand Sénonais se concentrent autour des pôles urbains de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne. Chaque entreprise y développe sa propre charte d'enseignes s'agissant des formats, matériaux ou encore des couleurs (plus ou moins criardes) employées, et ce indépendamment du contexte paysager environnant.

Nombre de ces enseignes sont donc en infraction par rapport au RNP voire au RLP de Sens : accumulation, emplacement, dimensions... L'emploi d'enseignes temporaires sur bâches ou banderoles y est fréquent.



Saint-Denis-lès-Sens : des enseignes trop nombreuses, surdimensionnées, mal implantées et peu qualitatives.



Saint-Denis-lès-Sens : un dispositif de type manche à air.



Sens et Villeneuve-sur-Yonne : une surcharge d'enseignes : enseignes en façade, sur clôture, sur bâches, scellées au sol sur mât...





Sens / avenue de Senigallia



Gron / D157 : une enseigne très présente dans le paysage



Saint-Martin-du-Tertre / D26 : un cumul d'enseignes frontales



Saint-Clément / D173A : une surcharge d'enseignes temporaires

3



ENJEUX, OBJECTIFS ET ORIENTATIONS

> Enjeux, objectifs et orientations

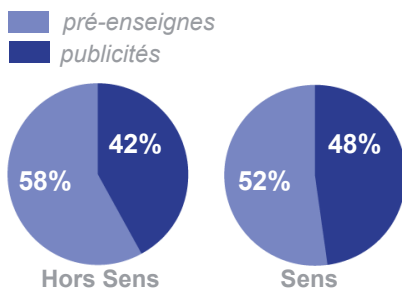
> Synthèse et enjeux du diagnostic

A/ Une double différenciation des dispositifs entre Sens, Etigny et les autres communes

- Des variations peuvent être notées entre les deux communes dotées d'un RLP et le reste du territoire. Si aucune publicité ou pré-enseigne n'a été relevée sur la commune d'Etigny, les dispositifs relevés sur la commune de Sens présentent des caractéristiques différenciées par rapport au recensement global :

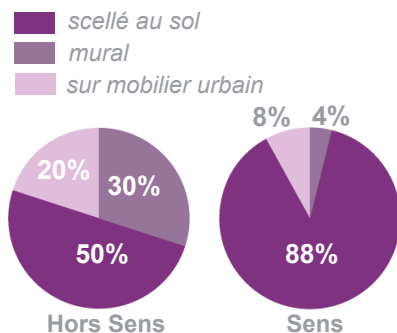
Typologie des dispositifs

A Sens, comme sur le reste du territoire, les pré-enseignes restent le dispositif majoritaire.



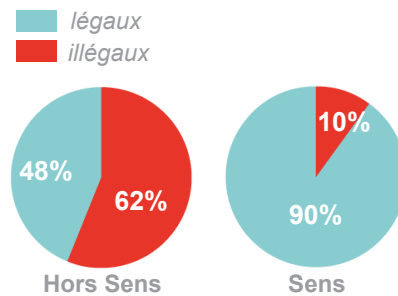
Nature des dispositifs

A Sens, la part des dispositifs muraux baisse considérablement. Ceci peut s'expliquer par l'interdiction des publicités scellées au sol en dehors de Sens par le RNP. La part des dispositifs sur mobilier urbain baisse plus que de moitié tandis que les dispositifs scellés au sol sont de loin les plus nombreux, souvent localisés à proximité des zones d'activités.



Statut des dispositifs

La part des dispositifs illégaux à Sens est infime en comparaison avec le reste du Grand Sénonais. Ceci pourrait s'expliquer soit par une facilité de mise en application des dispositions du RLP, soit par un système efficace de dépose des dispositifs illégaux (enlèvement).



Il est à noter que les dispositifs repérés sur la commune de Sens représentent un peu plus d'un quart des 194 dispositifs identifiés le long des axes étudiés.

- Outre une différenciation dans la répartition des dispositifs, on observe également un effet variable du RNP suivant certains secteurs :

Axes d'entrée de ville : une légère diminution de la densité des publicités et des pré-enseignes sur un même axe en passant d'une commune autre à Sens.

Abords des zones d'activités : une densité équivalente de publicités et de pré-enseignes entre Sens et les autres communes du territoire accueillant des zones d'activités, plus particulièrement agglomérées autour de Sens.

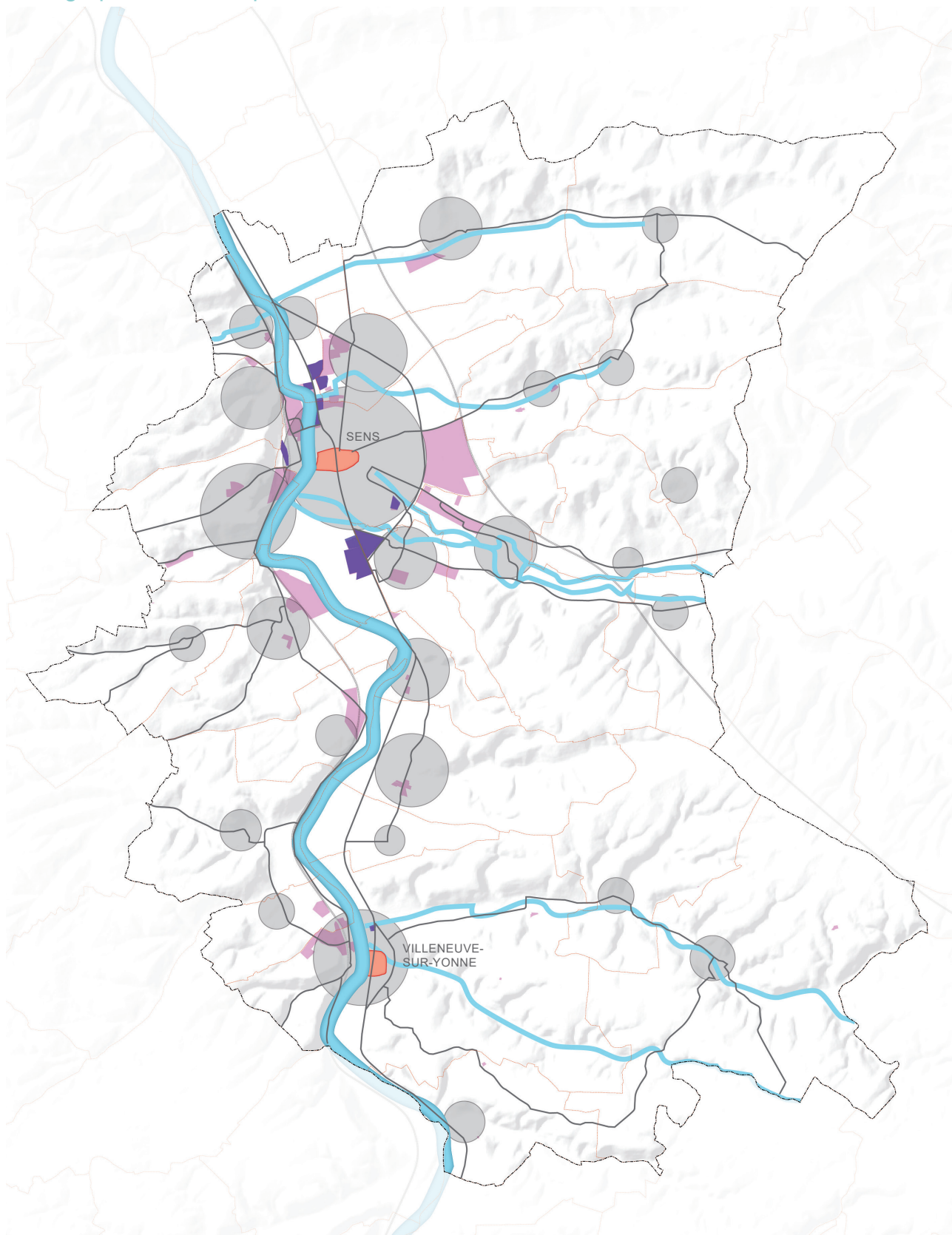
Centres-villes patrimoniaux : une forte diminution de l'impact des publicités, pré-enseignes et des enseignes en centre-ville de Sens, notamment en comparaison avec le centre-ville historique de Villeneuve-sur-Yonne qui pourtant bénéficie d'un SPR.

B/ Des problématiques communes

Des problématiques récurrentes sont observées sur l'ensemble du territoire. Elles dépendent des différents secteurs et des typologies des communes.

Les espaces à enjeux : centres-villes patrimoniaux et zones d'activités

Cartographie schématique



- Limites communales
- Zone urbanisée
- Axes routiers principaux
- Zone d'activités industrielles
- Zone d'activités commerciales
- Centres-villes patrimoniaux des pôles urbains

> Enjeux, objectifs et orientations

Secteurs

Axes d'entrée de ville et abords zones d'activités : une importante densité de publicités, d'enseignes et de pré-enseignes y est observée, et plus particulièrement des dispositifs de grand format, dont le foisonnement impacte fortement la perception du paysage de tout observateur automobiliste ou piéton, que les dispositifs soient légaux ou non.

Centres-villes patrimoniaux : Les centres-villes sont des lieux plus concernés par une densité d'enseignes et de pré-enseignes importante autour des secteurs marchands que par les publicités qui y sont plus rares et plus éparées. Cependant, un simple dispositif publicitaire peut parfois avoir une incidence plus négative qu'un regroupement de quelques enseignes ou pré-enseignes. Les chevalets y sont souvent en surnombre, gênant les déplacements piétons sur le trottoir et constituant une pollution visuelle qui s'égrène tout le long des perspectives des rues commerçantes. Les dispositifs scellés au sol peuvent parfois impacter les perspectives des rues principales en masquant des éléments bâtis ou naturels remarquables situés à l'horizon, notamment à Villeneuve-sur-Yonne (cf. p40). Les dispositifs muraux présentent eux un impact plus direct sur leurs supports, en dénaturant certains éléments d'architectures par leur qualité médiocre ou leur implantation inappropriée.

Espaces à enjeux stratégiques identifiés dans le diagnostic du PLUi-H (confluences, lisières urbaines...) : ces lieux particulièrement sensibles ne sont pas épargnés par le phénomène publicitaire, tant en matière de qualité que de quantité des dispositifs.



Une surcharge de dispositifs publicitaires dans le secteur de la confluence du Ru de Saint-Ange et de l'Yonne à Villeneuve-sur-Yonne

Typologies de communes

Les deux pôles urbains. Sens et Villeneuve-sur-Yonne en tant que principaux pôles urbains du territoire sont concernées par l'ensemble des problématiques communes aux secteurs identifiés plus haut : axes d'entrées de ville, centres-villes patrimoniaux, espaces de confluence, de lisière, et extrémités de l'axe Sens/Villeneuve-sur-Yonne. offrent des secteurs marchands en plein coeur de ville.

Les communes urbaines de la vallée de l'Yonne et/ou agglomérées autour de Sens. Il s'agit de Saint-Denis-lès-Sens, Saint-Clément, Maillot, Malay-le-Grand et Paron, qui concentrent les problématiques liées aux axes d'entrées de villes, aux zones d'activités et aux espaces à enjeux stratégiques.

Les communes plus rurales de la vallée de l'Yonne et des vallées affluentes. Ces communes sont les moins impactées par la présence de la publicité qui s'y manifeste essentiellement à travers deux phénomènes :

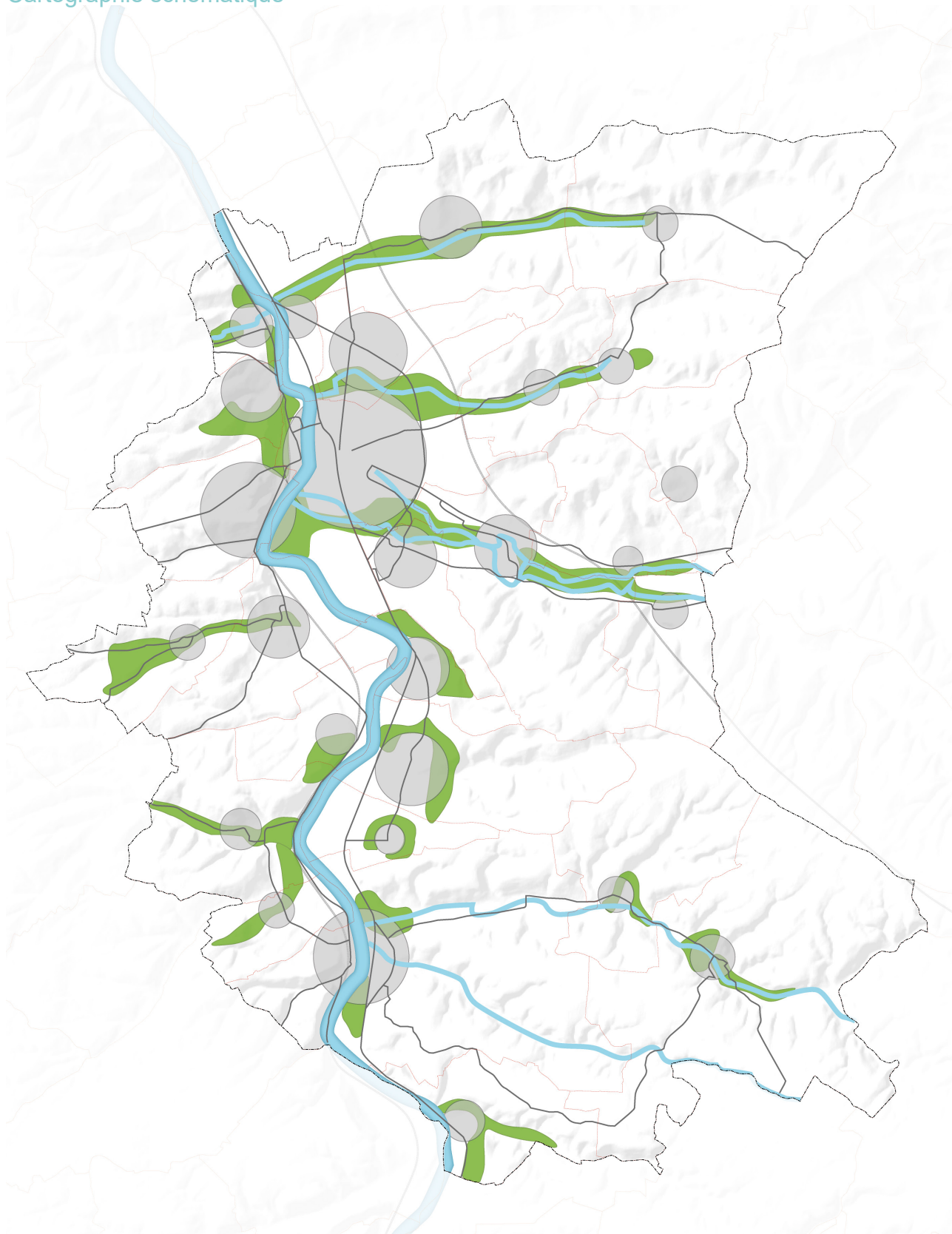
- La multiplication anarchique de pré-enseignes hors agglomération, à l'approche des entrées de ville, bien souvent implantées dans des zones de lisières ;
- La surabondance d'enseignes et de pré-enseignes pour signaler une activité de restauration ou de presse (café, restaurant, bar, tabac...). L'impact de ces dispositifs est d'autant plus fort que ces établissements occupent souvent une place centrale au sein des villages. Il semble également paradoxal, lorsque l'on considère que ces lieux, de par leur nombre réduit, sont connus de tous à travers le territoire.



Des pré-enseignes à l'approche de Saligny sur la D46

Les espaces à enjeux : lisières

Cartographie schématique



-  Limites communales
-  Zone urbanisée
-  Axes routiers principaux
-  Zones de lisières

> Enjeux, objectifs et orientations

> Les objectifs

Au vu des enjeux identifiés à l'issue du diagnostic réalisé sur le territoire du Grand Sénonais cinq grands objectifs peuvent être définis :

1. La nécessité d'assurer une cohérence de la réglementation de la publicité extérieure à l'échelle du territoire de l'agglomération :

L'enjeu du RLPi consiste donc à élaborer un règlement cohérent qui intègre les caractéristiques partagées entre les communes, mais aussi les spécificités qui font leur identité propre.

Le PLUi-H du Grand Sénonais ayant démontré la pertinence de l'échelle intercommunale en matière de planification urbaine et d'aménagement du cadre de vie, le règlement du RLPi pourra à la fois s'inscrire dans les enjeux du règlement (notamment le règlement graphique) du PLUi-H, mais aussi des deux RLP en vigueur qui ont fait leurs preuves.

2. L'adaptation de la réglementation (graphique et littérale) en fonction des spécificités des communes :

- Les pôles urbains patrimoniaux de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne, impactées par tous types de dispositifs et accueillant tous les types de lieux particulièrement touchés par la publicité ;
- Les communes urbaines de la vallée de l'Yonne et/ou agglomérées autour de Sens, connaissant souvent les problématiques liées aux axes d'entrée de ville, aux lisières urbaines et parfois aux zones d'activités économiques et commerciales ;
- Les communes plus rurales de la vallée de l'Yonne ou des vallées affluentes, mieux préservées de l'impact de la publicité.

3. L'intégration et la spatialisation des enjeux spécifiques en matière de trame paysagère, de sites stratégiques et d'éléments de patrimoine :

- Les centres-villes de Sens et Villeneuve-sur-Yonne, plus ou moins bien protégés et préservés, le centre-ville de Sens étant notamment moins impacté par des enseignes et pré-enseignes hétéroclites ou en surnombre que le centre-ville de Villeneuve-sur-Yonne malgré la présence du SPR sur la commune ;
- Les axes d'entrée de ville, envahis par les dispositifs de grand format ;
- Les abords des zones d'activités économiques et commerciales sujettes à une accumulation d'enseignes souvent disproportionnées et peu harmonieuses ;
- Les sites stratégiques identifiés dans le PADD du PLUi-H : les confluences qui accueillent des carrefours de voies structurantes au sein d'espaces sensibles d'un point de vue à la fois environnemental et paysager et les lisières urbaines en général.

4. L'harmonisation et le renforcement de la qualité des dispositifs quelles que soient leur localisation et leur nature :

Les dispositifs recensés sont inégaux s'agissant de leur qualité. Cette hétérogénéité se ressent en fonction de la localisation des dispositifs, mais aussi de leur nature (des enseignes moins qualitatives dans certaines communes, des formats disproportionnés dans certaines zones d'activités...).

5. L'anticipation des enjeux urbains et environnementaux liés à la présence de la publicité sur le territoire :

- La création de nouveaux quartiers et de nouvelles zones d'activités ;
- Le développement pressenti de la publicité numérique ;
- L'enjeu croissant des économies d'énergie.

> Les orientations

Afin de répondre aux objectifs définis plus tôt, le règlement du RLPi devra s'appuyer sur une série de quatorze orientations répertoriées dans le tableau ci-dessous :

OBJECTIFS	ORIENTATIONS
1. La nécessité d'assurer une cohérence de la réglementation de la publicité extérieure à l'échelle du territoire de l'agglomération.	1. S'appuyer sur le zonage cohérent et fédérateur du PLUi-H en cours d'élaboration pour définir le zonage du RLPi.
	2. Établir des règles respectueuses de l'identité du territoire.
2. L'adaptation de la réglementation (graphique et littérale) en fonction des spécificités des communes.	3. Concilier les rôles des pôles urbains de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne dans la réglementation : lieux de patrimoine, pôles économiques, vitrines du territoire...
	4. Conserver et renforcer le caractère paisible des communes rurales.
3. L'intégration et la spatialisation des enjeux spécifiques en matière de trame paysagère, de sites stratégiques et d'éléments de patrimoine.	5. Protéger les centralités historiques et patrimoniales en y limitant la présence de la publicité et en favorisant l'emploi de dispositifs publicitaires respectueux de leur environnement architectural (dimensions, implantation...).
	6. Réguler la prolifération des dispositifs sur les axes d'entrée de ville des deux pôles urbains de l'agglomération, vitrines du territoire pour les personnes qui le traversent, et au sein des confluences, sur les carrefours de voies structurantes.
	7. Créer une zone commune aux zones d'activités économiques et commerciales pour une plus grande cohérence intercommunale, qui permette d'y encadrer davantage les dispositifs publicitaires (en matière de quantité et de qualité), notamment les enseignes.
	8. Limiter strictement la présence de la publicité dans les zones particulièrement sensibles que constituent les lisières urbaines.
4. L'harmonisation et le renforcement de la qualité des dispositifs quelles que soient leur localisation et leur nature.	9. Édicter des règles générales exigeant un entretien régulier des dispositifs dans un but double, de pérennité et d'esthétique.
	10. Adopter un niveau d'exigence équivalent à celui du RLP de Sens concernant la qualité des enseignes dans toutes les communes du territoire.
	11. Proposer des dispositions communes aux dispositifs en matière de formats (dimensions, proportions), de morphologie (emploi de dispositif monopied...)...
5. L'anticipation des enjeux urbains et environnementaux liés à la présence de la publicité sur le territoire.	12. Anticiper et encadrer le développement de la publicité au sein des zones à urbaniser en établissant des règles en cohérence avec la nature de ces zones.
	13. Limiter la présence de la publicité numérique à Sens et la présence de la publicité lumineuse dans les autres communes.
	14. Renforcer les règles d'extinction des dispositifs lumineux.

4



EXPLICATION DES CHOIX

1

FICHE EXPLICATIVE

Les grands principes d'élaboration du règlement

Les objectifs et orientations exposées ci-avant ainsi que les échanges avec les élus et les services de l'agglomération ont permis d'élaborer les dispositions applicables aux publicités, enseignes et pré-enseignes en s'appuyant sur les grands principes suivants :

> Des règles à la croisée du RNP, des retours d'expérience sur le RLP de Sens et des ambitions des élus

Le diagnostic établi dans le présent document identifie des dysfonctionnements par rapport à la mise en application du RNP sur le territoire intercommunal et parfois par rapport à celle du RLP de Sens. Les enjeux sont donc nombreux et la clé de l'élaboration du RLPi réside dans un juste équilibre entre :

- la réglementation nationale, dont les dispositions non modifiées par le RLPi restent applicables ;
- les dispositions des RLP de Sens (malgré la caducité de certaines règles par rapport aux évolutions récentes du RNP) et dans une moindre mesure, d'Etigny, ayant fait leurs preuves et dont l'extension ou l'adaptation à un niveau intercommunal est pertinent (renforcement des dispositions relatives à la qualité des dispositifs et notamment celle des enseignes, définition de deux types de formats publicitaires avec des proportions et des dimensions à respecter plus restrictives que le RNP...);
- de nouvelles dispositions répondant aux ambitions et aux attentes des élus (renforcement des dispositions relatives à la publicité lumineuse, limitation des enseignes scellées au sol, réponse aux enjeux patrimoniaux et paysagers propres au territoire...).

> Des règles différenciées suivant les spécificités des communes

Le territoire du Grand Sénonais compte 27 communes. Il a la particularité de n'accueillir qu'une seule commune de plus de 10 000 habitants, Sens avec ses 25 913 habitants dénombrés en 2016 tandis que le second centre urbain de la Communauté d'Agglomération, Villeneuve-sur-Yonne, compte 5 259 habitants.

Le RNP établit des règles différenciées suivant la jauge limite de 10 000 habitants. Sur le territoire, cette différenciation reste pertinente au vu des structures urbaines et des caractéristiques paysagères des communes. D'une manière générale, les dispositions du RLPi sont donc différenciées entre Sens et les 26 autres communes du Grand Sénonais.

> Un zonage qui s'appuie sur celui du PLUi-H arrêté

Le zonage du PLUi-H du Grand Sénonais constitue le fruit d'un long travail d'analyse du territoire et de coconstruction avec les élus, croisant des enjeux démographiques, économiques, paysagers, environnementaux, patrimoniaux... qui restent proches des enjeux liés à l'encadrement de la publicité extérieure.

Ce zonage a donc servi de base de travail à la délimitation des différentes zones qui composent le zonage du RLPi suivant la méthode exposée à la fiche n°2.

Le zonage du RLPi s'appuie sur le zonage du PLUi-H du Grand Sénonais. Ce dernier comporte quatre zones : la zone urbaine U, la zone agricole A et la zone naturelle N, la zone à urbaniser AU, toutes les quatre composées de plusieurs secteurs.

Le RNP interdit la publicité hors agglomération et cette règle est maintenue dans le RLPi. Les périmètres d'agglomérations figurent par ailleurs en annexe du règlement du RLPi, à titre indicatif.

Le règlement édicte des prescriptions propres à des zones identifiées pour les enjeux qu'elles concentrent.

La délimitation des zones et secteurs du RLPi s'appuie donc sur les secteurs du PLUi-H décrits ci-après :

- le secteur « centralité » Uc, accueillant un tissu bâti relativement compact et concentrant les fonctions centrales de la ville ou du village ;
- le secteur « général » U, composé essentiellement des tissus résidentiels en dehors des centralités et accueillant une mixité des fonctions et des équipements ;
- le secteur « mutation » Um, anciennement dédié aux activités et désormais ouvert à l'habitat sous conditions ;
- le secteur « activités » Ua, regroupant les zones d'activités économiques de l'agglomération, comportant un sous-secteur « activités commerciales » Uaco, lié aux équipements commerciaux en périphérie ;
- le secteur « lisière » UL permet de moduler les règles au sein de la zone urbaine afin de répondre aux différents enjeux propres aux zones de transition entre espaces urbains, agricoles et naturels que constituent les lisières.
- les secteurs correspondants de la zone AU (AU, AUL, AUa, AUaco) pour ceux situés en agglomération.

Au regard des différents enjeux qui caractérisent ces secteurs d'un point de vue de l'encadrement de la publicité extérieure, cinq zones ont été délimitées pour le RLPi.

> La zone 1

Une première zone est délimitée, qui s'appuie principalement sur le périmètre de la zone Uc dans les deux centres urbains du territoire : Sens et Villeneuve-sur-Yonne. En effet, ces deux espaces urbains denses rassemblent de nombreux commerces et services de proximité, mais également de nombreux éléments de patrimoine : bâtiments remarquables parfois protégés au titre des monuments historiques. À l'emprise de ces deux secteurs s'ajoutent :

- des perspectives remarquables à protéger qui s'étendent au-delà des secteurs Uc de Villeneuve-sur-Yonne et de Sens, jusqu'à Saint-Clément afin de préserver au mieux les vues respectivement sur les portes de Sens et de Joigny et sur la cathédrale de Sens.
- les pointes de l'Île d'Yonne, afin de renforcer la cohérence entre le RLPi et la Charte Coeur de Ville mise en place sur la commune de Sens (cf. fiche n°4).

Les prescriptions propres à la zone 1 se veulent particulièrement restrictives en matière de dispositifs et de formats admis ainsi que de limitations relatives aux enseignes.

> La zone 2

La délimitation de la zone 2 a été établie en lien avec le périmètre des secteurs Ua et Uaco du PLUi-H. Elle rassemble toutes les zones d'activités productives et commerciales du Grand Sénonais, en agglomération et hors agglomération. Dans ces espaces où les dispositifs publicitaires foisonnent, de nombreux dispositifs illégaux sont recensés. Les activités recherchent en effet une grande visibilité, notamment depuis les axes routiers et ont donc parfois recours à des formats interdits, dans les communes de moins de 10 000 habitants notamment.

L'institution de cette zone 2 au sein du RLPi vise à harmoniser à l'échelle intercommunale les dispositifs publicitaires caractéristiques des zones d'activités ainsi qu'à en limiter le nombre et le format.

La zone est décomposée en quatre secteurs ce qui permet de différencier les règles applicables en fonction :

- de la taille de la commune (à Sens ou en dehors de Sens) ;
- de la nature de la zone d'activités (commerciale ou non) ;
- de l'environnement où est installé le dispositif (en agglomération ou hors agglomération).

> La zone 3

Cette zone concerne exclusivement la commune de Sens. Elle s'appuie majoritairement sur la délimitation des secteurs U et Um identifiés aux documents graphiques du PLUi-H (à l'exception des perspectives à protéger appartenant la zone 1). Les espaces urbains de la zone 3 sont constitués de quartiers résidentiels plus ou moins anciens et de quartiers en voie de mutation.

L'enjeu patrimonial y est moins important qu'en zone 1 à mesure que l'on s'écarte du centre historique. C'est pourquoi la zone 3 est composée de deux secteurs, délimités de manière concentrique et qui permettent de répondre à cette gradation des enjeux patrimoniaux : les dispositions propres au secteur B qui jouxte la zone 1 sont plus contraignantes que celles dans le secteur A, qui se trouve en périphérie.

> La zone 4

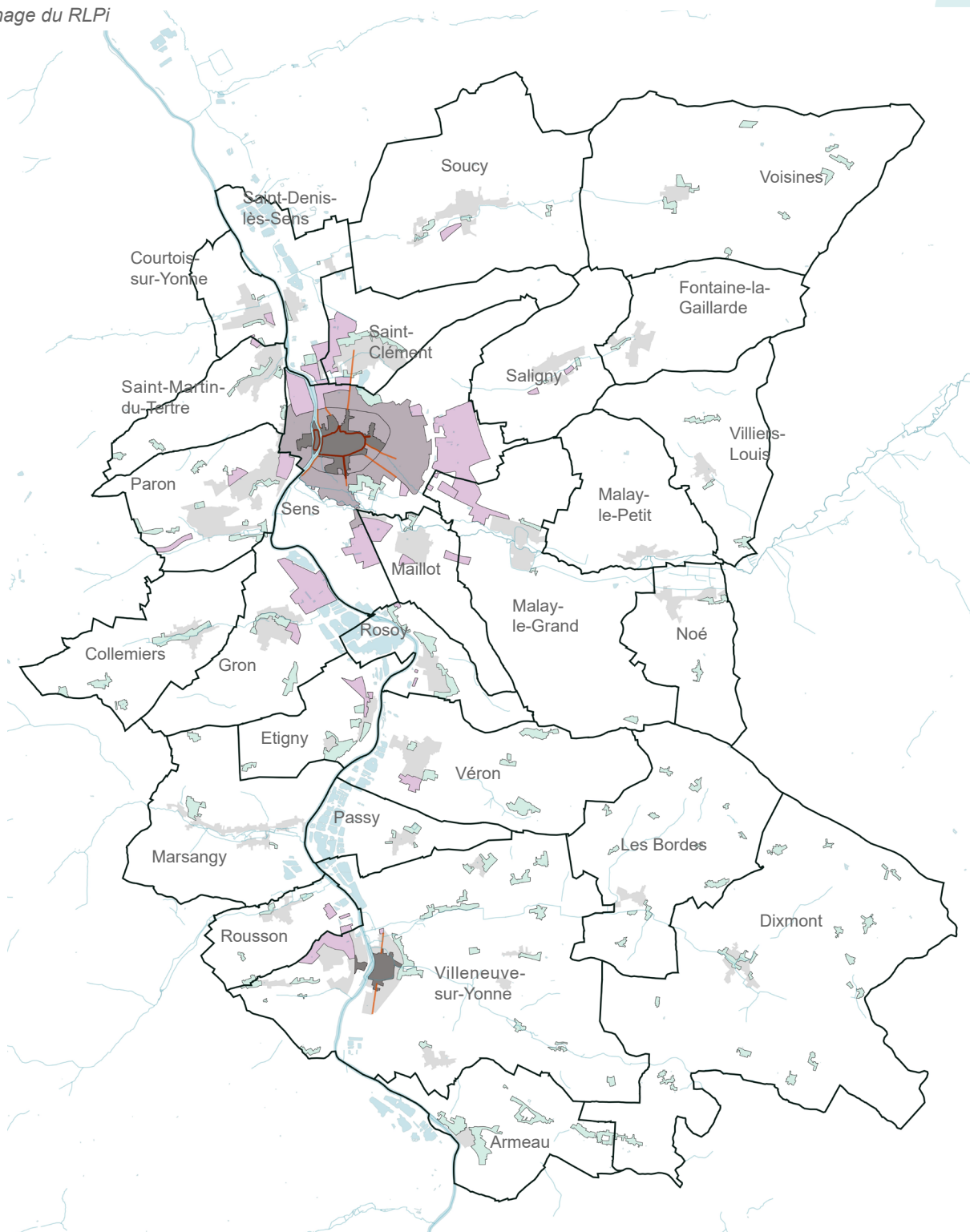
La zone 4 rassemble les secteurs UL délimités dans les documents graphiques du PLUi-H sur 26 communes du territoire (à l'exception de Malay-le-Petit). Elle concerne des espaces peu denses, à forts enjeux environnementaux et paysagers en périphérie des centre-villes et centre-bourgs. Les dispositifs publicitaires y sont très strictement limités par le règlement du présent RLPi.

2

> La zone 5

Enfin, cette dernière zone rassemble l'ensemble des autres secteurs du territoire du Grand Sénonais, en dehors des zones 1, 2, 3 et 4. Elle comprend donc les bourgs et centres-bourgs des communes à l'exception de Sens et d'une partie de Villeneuve-sur-Yonne. Ces espaces sont aujourd'hui relativement moins impactés par la publicité. Les règles qui y sont proposées restent donc assez proches de celles du RNP. La zone comprend également les espaces agricoles et naturels hors agglomération, où la publicité reste interdite.

Le zonage du RLPi



Plan de répartition des zones à l'échelle intercommunale.

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Zone 1 : secteur de centralité et patrimonial <ul style="list-style-type: none"> dont perspectives dont secteur Coeur de ville Zone 2 : secteurs d'activités économiques et commerciales <ul style="list-style-type: none"> dont secteur A à Sens dont secteur Ab à Sens dont secteur B hors Sens dont secteur C hors Sens | <ul style="list-style-type: none"> Zone 3 : secteurs généraux de Sens <ul style="list-style-type: none"> dont secteur A dont secteur B Zone 4 : secteur de lisière urbaine Zone 5 : autres secteurs du territoire <ul style="list-style-type: none"> en agglomération hors agglomération |
|--|---|

Les dispositions générales et autres prescriptions communes

Les dispositions générales décrivent la composition et la structure du règlement et présentent le zonage du RLPI. Par ailleurs, y sont également développés :

- Le renforcement général des prescriptions qualitatives et relatives à l'entretien des dispositifs

Les prescriptions relatives à la qualité des dispositifs et à leur entretien se voient renforcées par rapport au RNP afin de garantir l'esthétisme, la pérennité, la conservation des qualités techniques des dispositifs, leur harmonisation à une échelle intercommunale ainsi que la sécurité des personnes et des biens. Les obligations d'entretien sont précisées avec notamment la mise en place d'un contrôle mensuel obligatoire et un délai de mise aux normes de 24h pour les dispositifs présentant un désordre visible.

- L'extension des interdictions de publicité prévues au RNP

Cette section du règlement ajoute des espaces propres au territoire à la liste des lieux dans lesquels le RNP interdit strictement la publicité.

Il s'agit notamment d'espaces à forte sensibilité paysagère, ponctuels ou formant des continuités traversant plusieurs des zones délimitées au plan de zonage : parcs publics, berges des rivières, des canaux et des quais de l'Yonne...qui ont pour vocation de devenir, lorsque ce n'est pas encore le cas, des lieux supports de loisirs liés à la nature et de continuités douces. L'objectif est donc d'en faire des espaces apaisés, préservés de toute publicité.

Sont également concernés, les abords de certains bâtiments aux fonctions spécifiques, tels que les établissements scolaires et les cimetières et funéraires, à proximité desquels l'implantation de publicité a été jugée impertinente.

Enfin, sans établir une interdiction stricte de l'usage de films adhésifs publicitaires, l'interdiction de leur emploi sur l'intégralité d'un bâtiment est rappelée par le règlement en réponse aux installations de tels dispositifs disproportionnés et disgracieux qui ont pu fleurir sur le territoire au cours des dernières années.

- **Un lexique** qui constitue un article à part entière du règlement (article DG9). Il permet notamment d'intégrer certains rappels de la réglementation nationale dans le cadre de définitions. Par ailleurs, il décrit les deux formats de publicités autorisés dans le cadre du RLPI pour les publicités et les enseignes (hors enseignes scellées au sol de la zone 2 secteurs B et C). Le lexique institue ainsi les dispositifs de grand format et les dispositifs de petit format. Leur surface hors tout ainsi que leur surface utile sont limitées, de même que leurs proportions, pour une homogénéité d'aspect des dispositifs sur le territoire. Le petit format est plus largement autorisé que le grand format, ce dernier étant notamment interdit en dehors de Sens. Le grand format et le petit format abaissent la surface maximale autorisée par le RNP.

Par ailleurs, l'interdiction suivante est commune aux cinq zones du RLPI :

Le cas de la publicité numérique

Selon le RNP, seule la commune de Sens pourrait accueillir de la publicité numérique. Au vu de la forte dimension patrimoniale de la commune, le choix a été fait de n'autoriser la publicité numérique que dans le secteur de la zone 2 située en agglomération, sur mobilier urbain et sur dispositif scellé au sol, ainsi qu'en zone 3, dans l'emprise des quais non couverts et du parvis de la gare de Sens, uniquement sur mobilier urbain et sous réserve de présenter une surface maximale de 2m².

Enfin, la règle suivante est commune aux zones 1, 2, 3 et 5 :

Le cas particulier de la publicité sur abris-bus

Dans le cadre du RLPI, la publicité sur abris-bus est autorisée dans les champs de visibilité et les périmètres de 500 m autour des monuments historiques en zones 1, 2, 3 et 5. Le territoire présente une densité importante de monuments historiques, localisés aussi bien dans les pôles urbains que dans les centres-bourgs. Cette dérogation d'interdiction de la publicité est établie afin de garantir le maintien de mobiliers urbains de type abris-bus et donc un maillage équilibré et efficace du réseau de transports en commun.

4

FICHE EXPLICATIVE

La zone 1

Secteur de centralité et patrimonial

La délimitation de la zone 1 s'appuie sur les périmètres des secteurs Uc du PLUi-H à Sens et à Villeneuve-sur-Yonne. Elle est également basée en partie sur la délimitation de la zone de publicité restreinte n°1 du RLP de Sens à laquelle avait été ajouté en 2001 l'environnement immédiat du clos Saint-Savinien sur demande de la Commission Départementale des Sites, Perspectives et Paysages de l'Yonne,

L'article 1.1 du règlement du RLPi stipule donc :

« • La zone 1 concerne des secteurs de centralité et à forts enjeux patrimoniaux. Elle figure au plan de zonage du présent RLPi. Elle correspond peu ou prou aux zones Uc de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne telles que délimitées aux documents graphiques du PLUi-H, aux pointes Nord et Sud de l'île d'Yonne et à l'environnement immédiat du clos Saint Savinien à Sens (entre la rue d'Alsace Lorraine, l'avenue Pierre de Coubertin, la rue Saint Pierre le Vif et le boulevard de Verdun), étant entendu que le boulevard de Verdun reste en zone 3.

Elle inclut également les perspectives à protéger constituées par les axes suivants :

À Sens

- . Rue Victor Guichard, sur toute sa longueur,
- . Boulevard du Maréchal Foch, jusqu'à son intersection avec l'avenue Pierre de Coubertin,
- . Rue du Général de Gaulle, jusqu'à l'intersection avec la rue des Gravereaux,
- . Rue du Général Leclerc jusqu'au Carrefour de l'Europe,
- . Rue René Binet, jusqu'à l'intersection avec la rue Pierre Larousse,
- . Quai du Petit Hameau,
- . Quai Dr. Albert Schweizer.

À Saint-Clément

- . Rue de la République, jusqu'à son intersection avec la rue du Général Leclercq.

À Villeneuve-sur-Yonne

- . Avenue du Général de Gaulle, sur toute sa longueur.
- . Faubourg Saint-Nicolas, sur toute sa longueur.

Les propriétés et parcelles riveraines des voies citées sont inscrites en zone 1 de part et d'autre de leur emprise. »

Ces perspectives offrent pour la plupart des vues sur la cathédrale de Sens qu'il s'agit de préserver.

Au sein de la zone 1, un secteur spécifique est délimité à Sens, le secteur « **Coeur de ville** ». Il inclut l'amande, les promenades extérieures et intérieures, l'île d'Yonne et certains axes de faubourg.

Au vu de l'importance des enjeux patrimoniaux au sein de cette zone, celle-ci se veut l'une des plus restrictives du RLPi, après la zone 4. Certains types de dispositifs y sont interdits, pour d'autres de nouvelles prescriptions limitatives s'appliquent et les dispositions relatives à la qualité générale des enseignes sont renforcées.

> Interdiction de dispositifs

Les interdictions de dispositifs concernent :

- les publicités murales ;
- les publicités scellées au sol ;
- les publicités de type « micro-affichage ».

> Limitation de dispositifs

D'autres dispositifs se voient limités afin de préserver cette zone patrimoniale :

Publicités

Tout d'abord, dans un objectif de réduction de la consommation énergétique et de lutte contre la pollution visuelle, les publicités lumineuses sont relativement limitées : seules sont autorisées les publicités éclairées par projection ou transparence sur les abris-bus.

S'agissant de la publicité sur mobilier urbain en général, seule la publicité sur abris-bus est autorisée. Par ailleurs, la publicité sur abris-bus est autorisée, dans le cadre du RLPi dans le champs de visibilité et les périmètres de 500 m autour des monuments historiques. En effet, à Sens, la zone 1 accueille près de quarante monuments historiques, répartis essentiellement au sein de l'amande mais aussi à proximité immédiate des promenades extérieures et intérieures, qui sont des axes essentiels de circulations des transports en commun. C'est pourquoi, afin de permettre le maintien de mobiliers urbains de type abris-bus et donc un maillage équilibré et efficace du réseau de transports en commun, la publicité est autorisée sur ce type de mobilier dans l'ensemble de la zone 1.

En outre, l'installation de publicités n'est autorisée sur les palissades de chantier que s'il s'agit de dispositifs de petit format.

Enfin, s'agissant des dispositifs mobiles, des dispositions ont été établies afin de prévenir l'encombrement de l'espace public et de renforcer et d'harmoniser la qualité de ces dispositifs (limitation en nombre et prescriptions qualitatives). Plus spécifiquement, au sein du secteur Coeur de ville, seuls les chevalets sont autorisés et ce uniquement pour les commerces de bouche et les établissements de presse, étant considéré qu'il s'agit pour ces activités d'outils de travail indispensables à leur bon fonctionnement. Cette dernière règle vient appuyer les objectifs de la démarche Coeur de ville qui vise d'une part à pérenniser les établissements existants au sein du périmètre marchand et d'autre part à reserrer ce dernier afin d'en assurer une meilleure visibilité.

Enseignes

S'agissant des enseignes, elles ne peuvent être implantées sur les toitures, ou en dehors des devantures de locaux commerciaux. Les enseignes scellées au

4

sols sont ainsi interdites. Les enseignes murales et en drapeau sont limitées en nombre. Une souplesse est accordée dans le cas de la présence d'une activité dans les étages supérieurs différente de celle exercée au rez-de-chaussée : selon un principe d'équité, une enseigne en drapeau supplémentaire est autorisée pour permettre à cette activité d'être visible depuis la rue. Ce type de configuration, bien que rare à ce jour, tend à se développer. Instauration ce principe d'équité vise à limiter la vacance des premiers étages dans les immeubles avec une activité commerciale implantée en rez-de-chaussée.

> Renforcement des exigences qualitatives relatives aux enseignes

Les centres-villes historiques de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne participent à la construction de l'image générale du Grand Sénonais. Les commerces et services de proximité font le dynamisme de ces deux centres urbains et possèdent souvent une charte graphique qui leur est propre. Cependant, afin d'apporter un peu plus de cohérence au foisonnement des enseignes dans les rues commerçantes et de les adapter au contexte architectural remarquable des deux centres-villes, quelques prescriptions qualitatives supplémentaires figurent au règlement de la zone 1. Une certaine sobriété est en effet attendue vis-à-vis de ces dispositifs, dans le but de minimiser leur impact sur le patrimoine bâti sur lequel ils sont installés et de favoriser leur intégration qualitative à celui-ci.

Ainsi, seules les lettres découpées en applique sont autorisées et à privilégier sans panneau de fond (les lettres peintes sont autorisées en secteur Coeur de ville, où il n'est pas rare de trouver des devantures en bois, tandis que les panneaux de fond (hors devanture en bois) y sont proscrits). S'agissant des enseignes en drapeau, les prescriptions établies ont pour but de renforcer le caractère pittoresque du secteur (potences en ferronnerie, tons sombres...).

Enfin, les types d'enseignes lumineuses sont strictement encadrés et les enseignes lumineuses de type « spots-pelles », particulièrement disgracieuses, sont notamment proscrites.

Il est par ailleurs à noter que la quasi-totalité de la zone 1 à Villeneuve-sur-Yonne est inscrite dans un SPR. Pour les espaces concernés, où la publicité est interdite, ce sont les dispositions du SPR qui prévalent s'agissant des enseignes lorsqu'elles sont plus restrictives ou en conflit par rapport aux prescriptions du RLPi.

Les zones d'activités économiques et commerciales sont présentes dans 16 communes du territoire : Courtois-sur-Yonne, Etigny, Gron, Maillot, Malay-le-Grand, Paron, Rosoy, Rousson, Saint-Clément, Saint-Denis-lès-Sens, Saint-Martin-du-Tertre, Saligny, Sens, Soucy, Véron et Villeneuve-sur-Yonne.

D'une manière générale, la morphologie urbaine qui caractérise ces espaces (largeur des voies, surface des façades, volumétrie des bâtiments) ainsi que les enjeux économiques qu'ils concentrent appellent des règles plus souples que pour les secteurs patrimoniaux ou majoritairement résidentiels.

Cependant, les zones d'activités du territoire sont de nature variable (commerciales, industrielles, artisanales) et sont pour certaines situées en agglomération, pour d'autres en dehors. Pour ces raisons, la zone 2 a été décomposée en quatre secteurs.

> Définition de secteurs

A Sens

La seule commune de plus de 10 000 habitants du territoire concentre des zones d'activités particulièrement stratégiques, de surfaces variables mais relativement conséquentes pour la majorité d'entre elles. Il s'agit de six zones d'activités dont quatre sont situées en agglomération. Leur zonage a été déterminé comme suit :

- **Le secteur A** rassemble les secteurs de zones d'activités commerciales et non commerciales en agglomération soit les zones du Carrefour rue René Binet, des Sablons, de l'Ecoparc et Rive Nord.
- **Le secteur Ab** correspond aux zones d'activités hors agglomération : la zone d'activités non commerciales des Vauguilletes, à l'Est de l'agglomération et la zone d'activités commerciales de Sens Sud / Porte de Bourgogne au Sud de l'agglomération.

En dehors de Sens

- **Le secteur B** qui correspond aux secteurs de zones d'activités en agglomération, à Courtois-sur-Yonne, Etigny, Gron, Maillot, Paron, Rosoy, Saint-Clément, Saint-Denis-lès-Sens, Saligny, Véron et Villeneuve-sur-Yonne.
- **Le secteur C** qui correspond aux secteurs de zones d'activités situées hors agglomération, à Courtois-sur-Yonne, Gron, Maillot, Malay-le-Grand, Paron, Rosoy, Rousson, Saint-Martin-du-Tertre, Saligny et Soucy.

> Interdiction et limitation de publicité

La publicité reste interdite dans les zones d'activités commerciales et non commerciales hors agglomération, soit au sein du secteur C et au sein du secteur Ab, à l'exception de la zone d'activités commerciales Sens

Sud / Porte de Bourgogne. L'interdiction de publicité hors agglomération y est légèrement assouplie. La zone étant préservée de la publicité par le RLP de Sens, le choix a été fait de ne pas y généraliser la réintroduction de la publicité mais de la limiter aux seules publicités sur abris-bus, sous conditions.

Par ailleurs, en secteur B, la publicité scellée au sol est interdite.

> Modulation de la densité des publicités

La limitation du nombre de dispositifs autorisés sur le domaine privé s'appuie sur la règle de densité du RNP, modulée en fonction des secteurs concernés. En effet, si la densité autorisée par le RNP est globalement diminuée au sein de la zone 2, elle reste légèrement plus importante à Sens qu'en dehors de la ville centre. La densité des dispositifs est règlementée comme suit :

- **en secteur A**, il ne pourra être installé qu'une seule publicité de quelque nature que ce soit sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public est inférieur ou égal à 100 mètres linéaires. Par ailleurs, les publicités scellées au sol ne peuvent être implantées sur les unités foncières présentant un linéaire sur voie inférieur ou égal à 20 m.
- **en secteur B**, un seul dispositif mural est autorisé entre 40 m et 100 m linéaire d'unité foncière. Par cette règle, les parcelles d'activités présentant un linéaire sur voie d'une longueur modeste se voient préservées de tout dispositif publicitaire.

Pour les deux secteurs, un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche de 100 m linéaire. Pour les dispositifs situés sur le domaine public, ce sont les dispositions du RNP qui s'appliquent.

> Encadrement de la publicité

En complément des principes de densité établis en zone 2, des prescriptions visent à encadrer le format, l'implantation, la hauteur maximale autorisée, ainsi que l'aspect des dispositifs.

Tout d'abord, en terme de surface maximale des publicités, seuls les dispositifs de grand et de petit format définis dans le lexique sont autorisés. Ainsi la surface maximale autorisée est de 8 m² de surface utile et 10,5 m² hors tout contre 12 m² admis par le RNP. Il est à noter qu'au vu de l'échelle généralement réduite des zones d'activités du secteur B par rapport à celles du secteur A (taille des bâtiments, emprises foncières, surface globale de la zone...), seuls les petits formats sont autorisés dans ce secteur, qu'il s'agisse de publicités murales ou sur mobilier urbain.

La hauteur maximale d'implantation est également abaissée à 3 m pour les publicités scellées au sol de petit format.

5

Par ailleurs, il n'est pas rare de trouver quelques constructions d'habitations dispersées au sein de certaines zones d'activités. Pour cette raison, les distances minimum d'implantation des dispositifs scellés au sol par rapport aux baies ont été réglementées comme suit :

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

- . Sur le même fonds, si la projection orthogonale du cadre d'un dispositif publicitaire scellé au sol sur une baie principale a pour effet de la recouvrir entièrement ou partiellement, le dispositif devra être implanté en recul de 5 mètres de cette baie. Le terme « baie principale » désigne les fenêtres des pièces principales (séjour, salon, salle-à-manger ...).

Enfin, la publicité sur mobilier urbain est admise en zone 2, en secteur A, en secteur B (où elle se trouve limitée au petit format) et en secteur Ab dans la zone d'activités Sens Sud / Porte de Bourgogne.

> Limitation de la publicité lumineuse

Au sein de la zone 2, la publicité lumineuse se trouve plus largement admise que dans les autres zones du territoire. En effet, au sein des zones d'activités, si la question des économies d'énergie reste présente, certains enjeux de limitation de la publicité lumineuse sont moins prépondérants que dans les autres zones délimitées au RLPI. Notamment, l'impact sur le patrimoine bâti y est bien moindre.

Cependant, le choix a été fait de n'autoriser la publicité numérique qu'au sein du secteur A, sur mobilier urbain et sur dispositif scellé au sol. Les deux autres types de publicités lumineuses sont moins limités que la publicité numérique, avec une admission relativement large de la publicité éclairée par projection ou transparence et de la publicité autre en secteur A et l'admission de la publicité murale et sur abris-bus éclairée par projection ou transparence en secteur B.

> Encadrement des dispositifs mobiles

Les dispositifs mobiles sont admis en secteurs A et B en zone 2, sous réserve de respecter les dimensions figurant au règlement et de garantir la bonne accessibilité des espaces publics. En secteur B, où une certaine prévention de la multiplication de ces dispositifs, ils sont limités aux seuls chevalets et ce exclusivement pour les commerces de bouche et les établissements de tabac/presse, étant considéré que ces dispositifs sont essentiels au bon fonctionnement de ces activités.

> Encadrement des enseignes

Le règlement de la zone 2 établit des prescriptions quantitatives et qualitatives applicables aux enseignes et différenciées suivant les secteurs.

Seules les zones 2 et 3 autorisent l'installation d'enseignes scellées au sol. Celles-ci sont par ailleurs plus largement admises en zone 2 qu'en zone 3. En effet, en zone 2 les grands formats sont autorisés à Sens et des formats de 6 m² sont autorisés en dehors de Sens, tandis qu'en zone 3 seuls les petits formats sont autorisés. L'autorisation de ces grands formats scellés au sol permet de répondre à l'enjeu fort de visibilité des enseignes en contexte de zone d'activités.

Par ailleurs, si la règle de surface cumulée du RNP s'applique, le positionnement des enseignes ainsi que les dimensions et le nombre des enseignes en drapeau sont encadrés par le RLPI.

6

FICHE EXPLICATIVE

La zone 3

Secteurs généraux de Sens

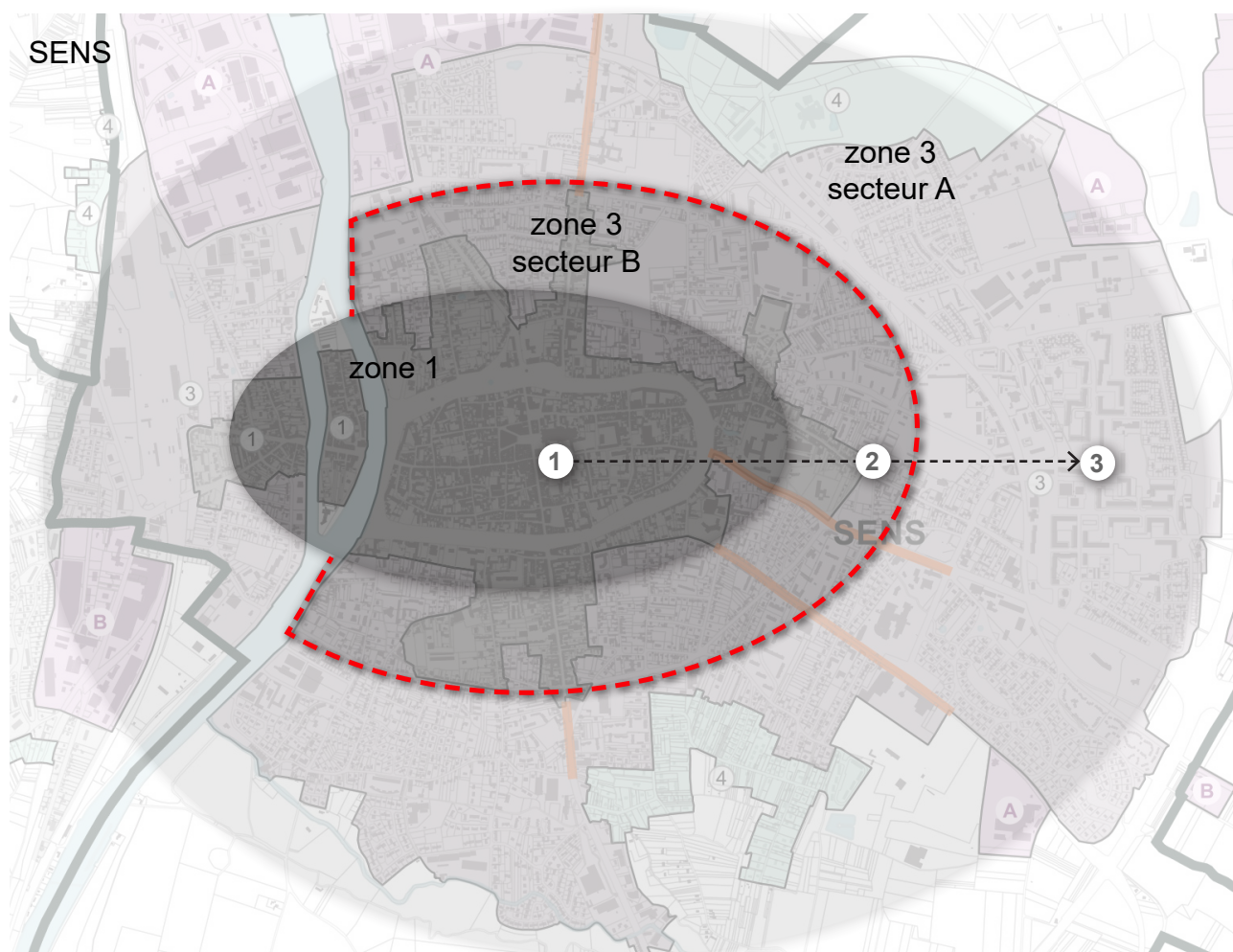
La zone 3 est délimitée exclusivement à Sens et est constituée de l'ensemble de l'agglomération de la commune, à l'exclusion des zones 1, 2 et 4. Elle correspond peu ou prou aux secteurs U et Um du zonage du PLUi-H. Ces quartiers accueillent des tissus urbains variés : espaces en voie de mutation en entrée de ville, axes de faubourgs, lotissements récents, pavillonnaire diffus, petits collectifs, grands ensembles...

A l'échelle de l'intercommunalité, il s'agit des seuls tissus urbains mixtes ou résidentiels au sein desquels les publicités scellées au sol sont autorisées. Aussi les prescriptions propres à cette zone s'attachent-elles particulièrement à encadrer l'implantation de ces dispositifs afin de les adapter au mieux au contexte urbain de Sens et de minimiser leur impact sur le cadre de vie.

> Gradation de la règle

En ce sens, la zone 3 est décomposée en 2 secteurs. Le secteur B se situe entre la zone 1 et les boulevards de ceinture. Il englobe les tissus de faubourgs anciens à proximité directe du centre-ville historique. L'institution de ce secteur permet d'établir une gradation dans l'assouplissement des prescriptions relatives aux dispositifs scellés au sol à mesure que l'enjeu patrimonial diminue, depuis la zone 1, strictement règlementée, jusqu'au secteur A de la zone 3, au-delà des boulevards de ceinture. Ainsi :

- en zone 1 les publicités et enseignes scellées au sol sont interdites ;
- en zone 3, secteur B les publicités et les enseignes scellées au sol de grand format sont interdites ;
- en zone 3, secteur A les publicités et enseignes scellées au sol de petit et grand format sont autorisées, sous conditions de densité, de hauteur...



--- Limite entre secteur A et secteur B en zone 3

1 Interdiction des publicités et enseignes scellées au sol

2 Interdiction des publicités et enseignes scellées au sol de grand format

3 Autorisation des publicités et enseignes scellées au sol de petit et grand format sous conditions

> Réduction de la densité des publicités

Au sein de la zone 3, un principe de densité est appliqué sur le domaine privé. Le principe de densité s'appuie sur la règle de densité du RNP et la renforce. En effet, si les règles d'implantation sur le domaine public du RNP sont maintenues, les règles d'implantation sur le domaine privé sont modulées.

Dans ce dernier cas, le principe de densité du RLPI considère concomitamment les dispositifs muraux et les dispositifs scellés au sol. Ainsi, il ne pourra être installé qu'une seule publicité de quelque nature que ce soit sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public est inférieur ou égal à 100 mètres linéaires.

Par ailleurs, les publicités scellées au sol ne peuvent être implantées sur les unités foncières présentant un linéaire sur voie inférieur ou égal à 20 m en secteur A et à 40 m en secteur B, ceci pour éviter la prolifération de tels dispositifs sur des parcelles de logement individuel notamment.

> Adaptation de la publicité à un environnement à dominante résidentielle

Un spectre relativement large de types de dispositifs est admis en zone 3 (scellés au sol, muraux, de petit ou grand format). Pour préserver le cadre de vie, ils font donc l'objet de prescriptions renforcées en matière de format, d'implantation, de hauteur maximale autorisée, d'aspect...

Tout d'abord, en terme de surface maximale des publicités, seuls les dispositifs de grand et de petit format définis dans le lexique sont autorisés. Ainsi la surface maximale autorisée est de 8 m² de surface utile et 10,5 m² hors tout contre 12 m² admis par le RNP. De même, seules les publicités de petit format sont autorisées sur le mobilier urbain, et leur aspect, leur hauteur et leur implantation sont également réglementés.

La hauteur maximale d'implantation est également abaissée à 3 m pour les publicités scellées au sol de petit format et à 5 m pour les publicités scellées au sol de grand format, contre 6 m permis par le RNP.

Tandis que les implantations sur les murs et clôtures sont finement encadrées, les distances minimales aux baies des publicités scellées au sol sont étendues (applicables également par rapport aux baies sur le fonds d'installation du dispositif) et réhaussées par rapport aux dispositions du RNP :

- à plus de 20 m d'une baie d'une maison d'habitation* située sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie, et à plus de 15 m de toute baie de maison d'habitation sur le fonds qu'ils occupent pour les grands formats.
- à plus de 15 m d'une baie d'une maison d'habitation* située sur un fonds voisin plus de 10 mètres de toute

baie de maison d'habitation sur le fonds qu'ils occupent lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie, à plus de 10 mètres de toute baie de maison d'habitation sur le fonds qu'ils occupent, et à plus de 5 m de toute baie située à rez-de-chaussée (fenêtres, portes, vitrines etc.) pour les petits formats.

> Limitation de la publicité lumineuse

La publicité lumineuse est limitée à la seule publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence sur le mobilier urbain de type abris-bus à l'exception de certains espaces autour de la gare de Sens, où est aussi autorisée la publicité numérique sur le mobilier urbain, sous certaines conditions.

En effet, d'une manière générale, en dehors des zones d'activités du territoire et donc de la zone 2, un développement important de la publicité lumineuse n'est pas souhaité à Sens, dans un objectif de réduction des consommations d'énergie et de limitation de la pollution visuelle dans un contexte relativement patrimonial.

> Encadrement des dispositifs mobiles

Une légère gradation de la règle est également notable s'agissant des dispositifs mobiles, par rapport aux prescriptions de la zone 1 : en zone 1 (hors secteur Coeur de ville), 1 seul dispositif mobile est autorisé par établissement. En zone 3, ce maximum passe à 2 dispositifs pour les établissements de presse, ceux-ci étant répartis d'une manière plus dispersée en zone 3 qu'en centre-ville, ce qui diminue le potentiel encombrement de l'espace public. Des prescriptions qualitatives accompagnent cette règle.

> Limitation et harmonisation des enseignes

A l'instar de la zone 1, les prescriptions qualitatives établies pour les enseignes de la zone 3 visent une certaine sobriété des dispositifs.

Notamment, s'agissant des enseignes lumineuses, seules les lettres découpées en applique sont autorisées. L'emplacement des enseignes est encadré tout comme les dimensions des enseignes en drapeau.

Par ailleurs, les dispositifs sont également limités en nombre et un principe d'équité est instauré (cf. explications fiche n°4).



La zone 4

Secteur de lisière urbaine

La zone 4 est présente dans toutes les communes du territoire à l'exception de Malay-le-Petit. Elle correspond au secteur de lisière urbaine UL du PLUi-H qui accueille presque exclusivement des quartiers pavillonnaires diffus à l'interface avec les espaces agricoles et naturels. Le RLPi cherche à y limiter très fortement la présence de dispositifs publicitaires.

La zone 4 concerne à la fois des espaces situés en agglomération et hors agglomération. En effet, les lisières peuvent correspondre à des quartiers résidentiels peu denses qui ceinturent les centres-bourgs ou à des hameaux de tailles plus ou moins conséquentes, tantôt en agglomération, tantôt hors agglomération. Dans ce dernier cas, le règlement de la zone 4 maintient l'interdiction de publicité établie par le RNP.

> Limitation forte de la publicité

Pour les secteurs en agglomération, la publicité est très fortement limitée, puisque seule est autorisée la publicité sur mobilier urbain de type abris-bus, éventuellement éclairée par projection ou transparence.

Ainsi, la zone de lisière constitue bien une transition entre les secteurs d'interdiction générale de publicité (secteurs hors agglomération des zones 4 et 5) et les espaces urbains des communes, qu'il s'agisse des pôles urbains (zone 1 et 3) ou des communes rurales (secteurs en agglomération de la zone 5).

> Limitation et harmonisation des enseignes

Dans l'ensemble de la zone 4, que ce soit en agglomération ou hors agglomération, les enseignes font l'objet de prescriptions en termes de nature et de nombre des dispositifs autorisés ainsi que de règles d'implantations. Les enjeux concernant les enseignes en zone 4 étant équivalents à ceux concernant les enseignes en zone 5 (soit la majeure partie du territoire), les prescriptions de ces deux zones sont identiques et expliquées dans la fiche n°8.

La zone 5 est composée de l'ensemble des autres secteurs du territoire du Grand Sénonais, en dehors des zones 1, 2, 3 et 4, qu'ils soient en agglomération ou hors agglomération. Elle comprend donc des bourgs et centres-bourgs ainsi que des espaces agricoles et naturels.

Conformément au RNP, la publicité reste interdite hors agglomération et la publicité scellée au sol est interdite en agglomération.

> Réduction de la densité des publicités

Un principe de densité **est** appliqué. Le principe de densité s'appuie sur la règle de densité du RNP et la renforce. En effet, si les règles d'implantation sur le domaine public du RNP sont maintenues, les règles d'implantation sur le domaine privé sont modulées.

Ainsi, il ne pourra être installé qu'une seule publicité murale sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public est inférieur ou égal à 100 mètres linéaires.

> Adaptation des dispositifs à un contexte relativement rural

En agglomération, bien que concernés par la question de la publicité, les espaces de la zone 5 sont relativement peu impactés par celle-ci. Les règles qui régissent la zone restent donc assez proches de celles du RNP.

Ainsi, au-delà de l'interdiction de la publicité scellée au sol établie par le RNP, le RLPi abaisse légèrement la surface maximale autorisée pour les dispositifs muraux prévue au RNP dans les communes de moins de 10 000 habitants : tandis que le RNP autorise 4 m² au maximum, le RLPi n'autorise en zone 5 que les « petit formats » tels que définis au lexique, soit 3 m² de surface hors tout et 2 m² de surface utile.

Cette réduction du format autorisé provient de la volonté d'adapter les dispositifs à l'échelle des bâtiments sur lesquels ils sont implantés, soit essentiellement des constructions d'habitation à R+1 voire R+2 au maximum, au sein de communes relativement rurales. Par ailleurs, au sein des bourgs du territoire, on recense des implantations caractéristiques du sénonais : des bâtis implantés perpendiculairement aux voies, présentant ainsi un pignon possiblement aveugle en front de rue, ou des murs de clôture aveugles, mais de belle facture, implantés au droit de l'espace public. Ces configurations offrent nombre de possibilités d'implantation de dispositifs muraux, qu'il s'agit donc d'encadrer fortement. Les prescriptions proposées concernent donc le format, le nombre et les implantations des dispositifs muraux (par rapport aux angles, aux baies, à l'égoût de toit...).

Pour les mêmes raisons, seules les publicités de petit format sont autorisées sur le mobilier urbain, tandis que le RNP permet l'installation de formats plus conséquents dans le cas d'une publicité sur un « mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non

numérique » (plus communément « sucettes » ou « raquettes »). Leur aspect, leur hauteur et leur implantation sont également réglementés.

> Limitation de la publicité lumineuse

En zone 5, la publicité lumineuse est limitée à la seule publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence sur le mobilier urbain de type abris-bus. En effet, d'une manière générale, en dehors des zones d'activités du territoire et donc de la zone 2, le développement de la publicité lumineuse sur le territoire n'est pas souhaité, afin de conserver le caractère paisible des bourgs et lisières, d'impacter le moins possible la trame noire en contexte rural et de réduire les consommations d'énergie.

> Encadrement des dispositifs mobiles

Ceux-ci sont particulièrement présents à Sens et à Villeneuve-sur-Yonne mais ont également tendance à se développer dans les bourgs de la zone 5. C'est pourquoi des dispositions ont été établies afin de limiter strictement leur nombre (un seul dispositif autorisé par établissement), de garantir leur esthétisme et de préserver la bonne accessibilité des espaces publics en réglementant la manière dont ils peuvent être installés.

> Limitation et harmonisation des enseignes

Les prescriptions portant sur les enseignes s'appliquent aussi bien en agglomération qu'en dehors. Elles portent sur :

- L'interdiction des enseignes scellées au sol et en toiture. Le contexte généralement rural de la zone 5 une forte présence végétale, des bâtiments aux dimensions modestes et des espaces publics aux gabarits limités. Afin de respecter au mieux le caractère des communes concernées, il a donc été choisi de privilégier des enseignes intégrées aux devantures des éventuels établissements existants ou futurs ;
- La limitation du nombre de dispositifs à une enseigne frontale et une enseigne en drapeau par établissement (une par rue si établissement à l'angle de deux rues). Comme dans l'ensemble des zones du RLPi, un principe d'équité s'applique dans le cas d'une seconde activité dans les étages supérieurs (cf. explications fiche n°4).
- L'encadrement de l'emplacement des enseignes frontales et en drapeau afin de garantir une intégration qualitative aux devantures concernées.

OBJECTIFS	ORIENTATIONS	PRESCRIPTIONS RÉGLEMENTAIRES
1. La nécessité d'assurer une cohérence de la réglementation de la publicité extérieure à l'échelle du territoire de l'agglomération.	1. S'appuyer sur le zonage cohérent et fédérateur du PLUi-H en cours d'élaboration pour définir le zonage du RLPi.	La délimitation des zones du RLPi s'appuie sur le zonage du PLUi-H (principalement les zones U, Um, UL, Ua et Uaco), ajusté en fonction des enjeux propres à la publicité.
	2. Établir des règles respectueuses de l'identité du territoire.	Le territoire est divisé en 5 zones afin de répondre aux enjeux spécifiques aux espaces que ces zones délimitent.
2. L'adaptation de la réglementation (graphique et littérale) en fonction des spécificités des communes.	3. Concilier les rôles des pôles urbains de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne dans la réglementation : lieux de patrimoine, pôles économiques, vitrines du territoire...	<p>Les centres-villes patrimoniaux de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne font l'objet d'une zone spécifique, la zone 1, où les prescriptions établies se veulent plus particulièrement limitatives.</p> <p>Les quartiers résidentiels et mixtes de Sens, en dehors du centre-ville, sont délimités en tant que zone 3, avec des prescriptions légèrement assouplies par rapport à la zone 1 pour répondre aux enjeux économiques propres à la ville centre.</p> <p>Les zones d'activités de Sens, pôles économiques du Grand Sénonais, bénéficient de prescriptions propres moins restrictives que les prescriptions applicables aux autres zones d'activités du territoire, par l'institution de différents secteurs au sein de la zone 2.</p>
	4. Conserver et renforcer le caractère paisible des communes rurales.	<p>D'une manière générale, les prescriptions applicables aux communes rurales (soit en zones 4 et 5) se voient renforcées par rapport à la réglementation nationale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - interdiction de toutes publicités lumineuses en dehors des zones d'activités, à l'exception des publicités lumineuses sur abris-bus ; - réduction des formats des publicités autorisés ; - limitation du nombre et du type d'enseignes autorisées ; - renforcement des conditions d'implantation des enseignes ; <p>...</p>

OBJECTIFS	ORIENTATIONS	PRESCRIPTIONS RÉGLEMENTAIRES
3. L'intégration et la spatialisation des enjeux spécifiques en matière de trame paysagère, de sites stratégiques et d'éléments de patrimoine.	5. Protéger les centralités historiques et patrimoniales en y limitant la présence de la publicité et en favorisant l'emploi de dispositifs publicitaires respectueux de leur environnement architectural (dimensions, implantation...).	<p>D'une manière générale, les conditions d'implantation des publicités murales sont renforcées ainsi que celles des enseignes sur les façades.</p> <p>Au sein de la zone 1 relative aux secteurs de centralité et patrimoniaux de Sens et de Villeneuve-sur-Yonne, les types de dispositifs admis sont restreints et des prescriptions sont établies quant aux matériaux à utiliser s'agissant des enseignes. Un renforcement de ces prescriptions est par ailleurs proposé en secteur Coeur de ville à Sens.</p>
	6. Réguler la prolifération des dispositifs sur les axes d'entrée de ville des deux pôles urbains de l'agglomération, vitrines du territoire pour les personnes qui le traversent, et au sein des confluences, sur les carrefours de voies structurantes.	<p>Huit axes d'entrée de ville majeurs du territoire, situés dans les communes de Sens, Villeneuve-sur-Yonne et Saint-Clément sont identifiés en tant que perspectives remarquables et intégrés à ce titre à la zone 1 du RLPI relative au secteur de centralité et patrimonial, le niveau de réglementation des dispositifs publicitaires y est relativement strict.</p>
	7. Créer une zone commune aux zones d'activités économiques et commerciales pour une plus grande cohérence intercommunale, qui permette d'y encadrer davantage les dispositifs publicitaires (en matière de quantité et de qualité), notamment les enseignes.	<p>La zone 2 est propre aux zones d'activités économiques et commerciales du territoire. Elle est divisée en quatre secteurs afin de répondre de manière adaptée aux enjeux différenciés des zones d'activités de Sens et de celles implantées dans les autres communes du Grand Sénonais ainsi que des zones d'activités en agglomération et hors agglomération.</p> <p>Si une plus grande souplesse réglementaire est établie à Sens en matière de format des dispositifs (qui restent inférieurs aux formats admis par le RNP), ceux-ci n'en sont pas pour le moins réglementés en matière de densité (principe de densité renforcé par rapport à celui du RNP).</p>
	8. Limiter strictement la présence de la publicité dans les zones particulièrement sensibles que constituent les lisières urbaines.	<p>La zone 4 établit les prescriptions propres aux secteurs de lisières. Les publicités, sauf cas exceptionnels, y sont interdites (art. 4.2).</p>

OBJECTIFS	ORIENTATIONS	PRESCRIPTIONS RÉGLEMENTAIRES
<p>4. L'harmonisation et le renforcement de la qualité des dispositifs quelles que soient leur localisation et leur nature.</p>	<p>9. Édicter des règles générales exigeant un entretien régulier des dispositifs dans un but double, de pérennité et d'esthétique.</p>	<p>Les articles DG5 à DG7 établissent des prescriptions, applicables sur l'ensemble du territoire, relatives à la qualité des dispositifs, aux délais de mise aux normes et à l'entretien des dispositifs.</p>
	<p>10. Adopter un niveau d'exigence équivalent à celui du RLP de Sens concernant la qualité des enseignes dans toutes les communes du territoire.</p>	<p>En zones 3, 4 et 5, les prescriptions relatives à la qualité des enseignes sont basées sur celles présentes dans le RLP de Sens ainsi qu'au sein de l'article 11 du PLU de Sens, relatif à la qualité architecturale, notamment des façades commerciales.</p> <p>Ces prescriptions sont renforcées en zone 1, en secteur Coeur de ville notamment.</p>
	<p>11. Proposer des dispositions communes aux dispositifs en matière de formats (dimensions, proportions), de morphologie (emploi de dispositif monopied...)...</p>	<p>Le lexique (article DG9) décrit les deux types de formats de publicités (petit format et grand format) autorisés qui constituent une norme commune à toutes les zones. Par ailleurs, des dispositions suivant les types de dispositifs sont établies s'agissant de leur aspect et de leur qualité qui sont à respecter au sein de chaque zone et ce dans un souci d'harmonie à l'échelle intercommunale (notamment, seuls les monopieds sont autorisés s'agissant des dispositifs scellés au sol en zones 2 et 3).</p>
<p>5. L'anticipation des enjeux urbains et environnementaux liés à la présence de la publicité sur le territoire.</p>	<p>12. Anticiper et encadrer le développement de la publicité au sein des zones à urbaniser en établissant des règles en cohérence avec la nature de ces zones.</p>	<p>L'article DG1 indique que le zonage du RLPi a été élaboré à partir du zonage du PLUi-H, il sera alors relativement aisé de définir le classement de la zone nouvellement ouverte à l'urbanisation (exemple : une zone classée AUL au PLUi-H deviendra à priori une zone UL à son ouverture à l'urbanisation ce qui implique alors un classement en zone 4 de lisière dans le RLPi).</p>
	<p>13. Limiter la présence de la publicité numérique à Sens et la présence de la publicité lumineuse dans les autres communes.</p>	<p>La publicité numérique est encadrée et n'est autorisée que sous certaines conditions à Sens en zone 2 et à proximité de la gare.</p> <p>À Sens, les publicités lumineuses sont admises de manière très limitée en zones 1 et 3 et plus largement mais toujours de manière encadrée, en zone 2.</p> <p>En dehors de Sens, elle est admise, de manière très limitée en zones 4 et 5, et plus largement mais toujours de manière encadrée, en zone 2.</p>
	<p>14. Renforcer les règles d'extinction des dispositifs lumineux.</p>	<p>En zone 3, l'article 3.6 impose l'extinction des publicités entre 23h et 6h.</p>

agglomération



le grand
sénonais

RLPi

Grand Sénonais

RÈGLEMENT
LOCAL
DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL
DU GRAND SÉNONAIS