

# Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

## Dossier d'Approbation

### Elaboration du PLUi Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin


#### Règlement Local de Publicité *Rapport de présentation*

PLUi :

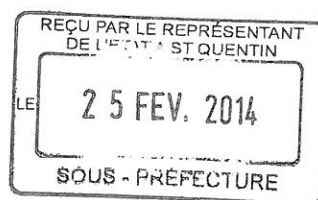
- arrêté par délibération du Conseil  
Communautaire le 17 Juin 2013
- approuvé par délibération du Conseil  
Communautaire le 17 février 2014

Vu pour être annexé à la délibération du  
Conseil Communautaire le 17 février 2014

Le Président,



Pierre ANDRÉ





1.	PRÉAMBULE.....	4
2.	OBJECTIFS DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	10
3.	SPATIALISATION DES ENJEUX DE TERRITOIRE.....	14
4.	DE LA SPATIALIATION DES ENJEUX À LA DÉFINITION DES ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	33
5.	JUSTIFICATIONS DES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ .....	36

## 1. PREAMBULE

### 1.1. Le Règlement Local de Publicité

Le Règlement Local de Publicité adapte aux conditions locales les règles nationales en matière de publicités, d'enseignes et de préenseignes.

Il constitue un document de portée réglementaire opposable aux tiers, qui édicte des règles locales en matière de publicités, d'enseignes et de préenseignes.

### 1.2. Rappel des principes généraux

La publicité extérieure est soumise à une réglementation protectrice de l'environnement et du cadre de vie. Son installation doit être conforme à des conditions de densité et de format, et faire l'objet de déclaration ou d'autorisation préalables.

Le Code de l'environnement autorise la publicité dans les agglomérations, c'est-à-dire en ville. Hors agglomération, elle est permise uniquement dans les gares, les aéroports et les centres commerciaux.

Le principe de régulation des normes est celui de la démographie communale avec un seuil de 10 000 habitants, modulé par l'appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

### 1.3. Rappel du cadre législatif

- **Loi de 1979 et réforme législative**

La loi de 1979 a créé la première réglementation d'ensemble de l'affichage publicitaire extérieure et des enseignes.

Le Code de l'environnement qui a intégré la loi n°79-1150 du 29 décembre 1979, définit les règles applicables aux dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique afin d'assurer la protection du cadre de vie tout en réaffirmant le principe de la liberté d'expression.

Ces règles n'ont pas évolué depuis près de 30 années.

Pourtant la progression générale de la pression publicitaire liée à l'évolution de l'urbanisation, notamment aux entrées de villes, ainsi que le développement de nouveaux procédés ou dispositifs, ont rendu nécessaire de vérifier l'adéquation de la loi de 1979 avec la qualité du cadre de vie, le droit de l'urbanisme, les principes de la décentralisation, d'intercommunalité, de participation des citoyens et de simplification des démarches administratives.

En 2008, une étude sur la publicité extérieure a été engagée. En 2009, un rapport sénatorial conclut à la nécessité de faire évoluer la législation.

Les articles 36 à 50 de la loi portant engagement national pour l'environnement ont consacré cette réforme législative.

L'objectif majeur de cette réforme est d'améliorer le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles. Ainsi, elle prévoit un encadrement plus restrictif de l'affichage publicitaire, notamment en introduisant une notion de densité, en interdisant la publicité hors agglomération, en supprimant les pré-enseignes dérogatoires admises hors agglomération, en favorisant les économies d'énergie, et en révisant les règles nationales de format et d'emplacement.

#### ▪ **Les principaux points de la réforme**

Les réglementations locales, antérieurement plus souples ou plus sévères que la réglementation nationale, ne peuvent à présent qu'être plus restrictives que la règle nationale. Cette modification aura pour effet de rationaliser les réglementations publicitaires avec une règle nationale encadrant plus qualitativement le secteur et un déploiement de règlements locaux adaptés aux territoires et aux spécificités particulières du cadre environnant pour des prescriptions territoriales se substituant aux règles nationales.

Le décret limite et encadre l'affichage publicitaire. Il n'a pas pour objectif de le supprimer mais de le rendre plus qualitatif et plus respectueux du cadre de vie des français tant en termes de nuisances visuelles que de paysage.

Il est conservé l'interdiction des dispositifs publicitaires scellés au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et il est prévu de réduire les formats des dispositifs muraux admis dans ces mêmes communes à 4m<sup>2</sup>.

Le décret prévoit une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux. Celle-ci est instaurée pour limiter le nombre de dispositifs admis, par linéaire de 80 mètres, sur le domaine privé et public. Son impact sera surtout visible pour les entrées de ville (cette nouvelle règle pourrait entraîner de 5 à 10% de dépose de dispositifs).

Les publicités apposées sur l'emprise des aéroports seront soumises au même régime que celles apposées dans les agglomérations moyennes et grandes ce qui est cohérent avec la typologie de ces zones. Dans les aéroports les plus importants, des publicités de grands formats pourront être admises en accord avec le gestionnaire.

Un régime d'autorisation est créé pour les bâches. Le décret d'application encadre et définit ce régime.

Afin de réduire la consommation d'énergie et les nuisances visuelles, des mesures d'extinction des dispositifs lumineux, et de luminance maximale admise, sont prévues.

Les publicités lumineuses devront être éteintes la nuit, entre 1h et 6h du matin. Des dérogations sont possibles à cette extinction afin de prendre en compte les événements exceptionnels et les zones des grandes unités urbaines (plus de 800 000 habitants) où une part de l'activité et du tourisme se déroule aussi la nuit.

Dans ces grandes unités urbaines c'est le Règlement Local de Publicité (RLP) qui réglera les extinctions, selon les zones et selon les dispositifs.

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h du matin. Les maires peuvent déroger à ces extinctions en cas d'événements exceptionnels. A l'exception des services d'urgence, les enseignes clignotantes sont interdites.

De plus, un encadrement spécifique des publicités lumineuses, et notamment des écrans numériques, est prévu, avec, pour ces derniers, des surfaces maximales admises de 2,1m<sup>2</sup> à 8m<sup>2</sup> selon les consommations énergétiques des dispositifs.

Le décret limite aussi, dans toutes les communes, les dispositifs publicitaires muraux installés sur des bâtiments industriels ou commerciaux.

Il encadre également spécifiquement les enseignes en les limitant en surface et en nombre.

#### 1.4. Tableau synoptique des formats entre la loi de 1979 et le nouveau décret

Loi de 1979 Régime antérieur au décret	Décret	Dispositifs muraux	Scellés au sol	Publicité lumineuse			Evolutions
				Eclairée par projection ou transparence	Digitale	Lumineux stricto sensu	
Agglomération de moins de 2000 habitants	Agglomération de moins de 10 000 habitants	4 m <sup>2</sup> 4 m <sup>2</sup>	Interdits Interdits	4 m <sup>2</sup> 4 m <sup>2</sup>	Interdit Interdit	Interdit Interdit	Aucun changement
Agglomération entre 2000 et 10 000 habitants	Agglomération de moins de 10 000 habitants	4 m <sup>2</sup> 12 m <sup>2</sup>	Interdits Interdits	4 m <sup>2</sup> 12 m <sup>2</sup>	Interdit Admis	Interdit Admis	Changements : réduction des formats des dispositifs muraux et interdiction de certain dispositifs lumineux
Agglomération de plus de 10 000 habitants	Agglomération de plus de 10 000 habitants	12 m <sup>2</sup> 16 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup> 16 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup> 16 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup> (ou 2,1m <sup>2</sup> si non respect seuil consommation fixée par décret) 16 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup> 16 m <sup>2</sup>	Encadrement des dispositifs lumineux
Agglomération de moins de 10 000 habitants faisant partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants	Agglomération de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	12 m <sup>2</sup> 16 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup> 16 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup> 16 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup> 16 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup> 16 m <sup>2</sup>	Encadrement des dispositifs lumineux

### 1.5. Tableau synoptiques des formats

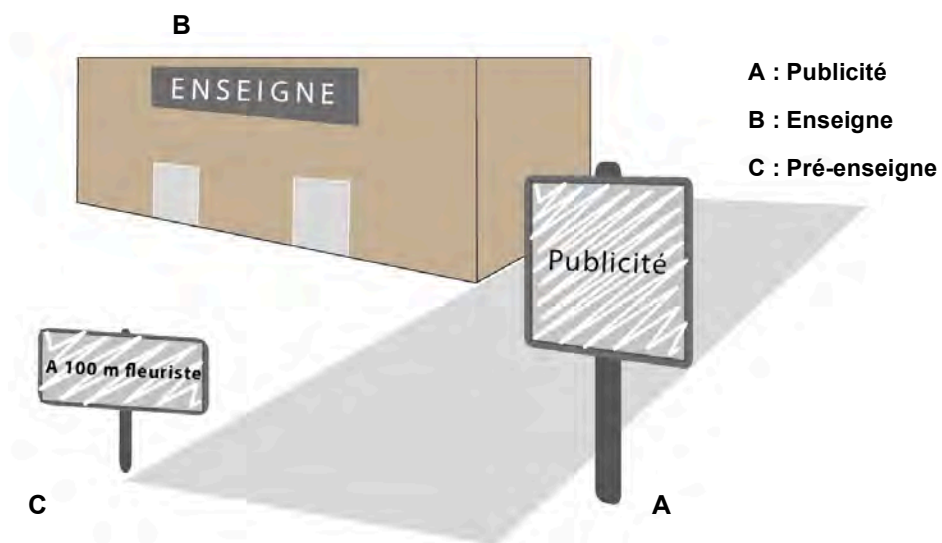
	Bâches	Emprises des aéroports	Véhicules publicitaires	Micro-affiches	Proximité des établissements commerciaux hors agglomération
<b>Avant</b>	Par RLP	Par RLP	16 m <sup>2</sup>	Par RLP	Par RLP
<b>Après non soumis à autorisation</b>		12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	surface unitaire inférieure à 1 m <sup>2</sup> , 10% devanture dans la limite de 2 m <sup>2</sup> cumulé	Par RLP Dispositifs classiques : 12 m <sup>2</sup>
<b>Après soumis à autorisation</b>	Bâches chantier : publicité sur 50% de la bâche au maximal sauf travaux permettant l'obtention d'un label BBC rénovation  Bâches publicitaire : pas de limitation de surface	12 m <sup>2</sup> à 50m <sup>2</sup> scellés au sol			Bâches: pas de limitation de surface



## 1.6. Définitions

Agglomération et population sont deux notions clés pour appliquer le Code de l'environnement en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne.

- **Agglomération** : espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (article R.110-2 du Code de la route).
- **Unité urbaine** : on appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.
- **Publicité (A)** : « constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités ».
- **Enseigne (B)** : « Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ».
- **Préenseigne (C)** : « Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ».



## 2. OBJECTIFS DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### 2.1. Le territoire de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin

Le territoire intéresse les 20 communes de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin : Castres, Contescourt, Essigny-le-Petit, Fayet, Fieulaine, Fonsomme, Fontaine-Notre-Dame, Gauchy, Grugies, Harly, Homblières, Lesdins, Marcy, Mesnil-Saint-Laurent, Morcourt, Neuville-Saint-Amand, Omissy, Remaucourt, Rouvroy et Saint-Quentin.

Le territoire de la communauté d'Agglomération ne forme pas, au sens INSEE, une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Les 20 communes recensent quelques 72 579 habitants (INSEE Population légale 2009 en vigueur au 1er janvier 2012 – Décret du 27/12/11).

Sur le territoire de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin, seule la ville de Saint-Quentin disposait d'un Règlement Local de Publicité (arrêté le 21 octobre 2008), ce dernier été annulé le 31 mai 2011 par le Tribunal Administratif d'Amiens.

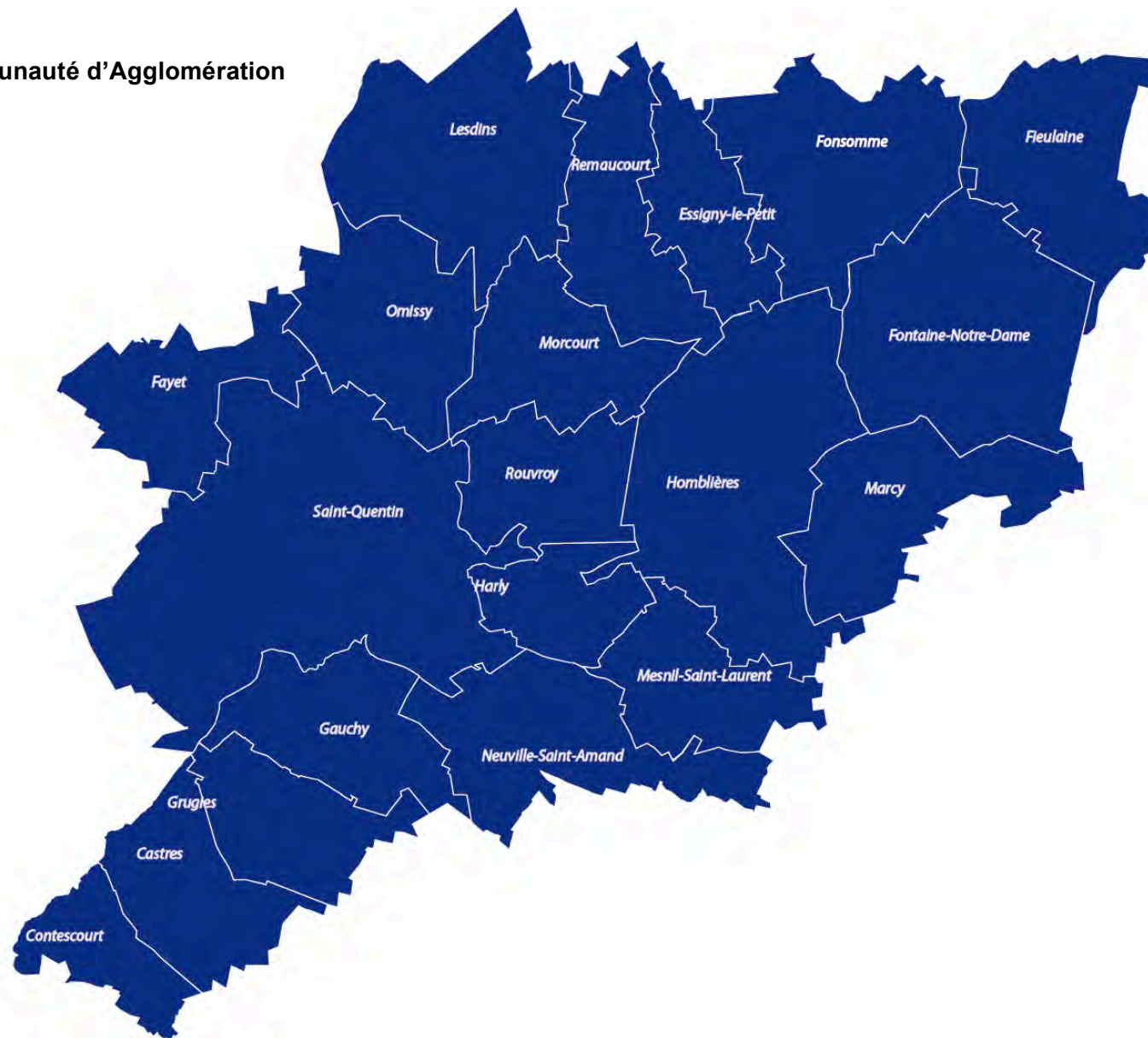
Les vingt communes de l'intercommunalité sont régies par la nouvelle réglementation nationale du Code de l'environnement (loi de juillet 2010 et le décret de janvier 2012).

L'élaboration du Règlement Local de Publicité présente une démarche communautaire en raison des compétences de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin en matière de Plan Local d'Urbanisme.

## Population communale et décrets applicables en matière de publicité

<b>Communes</b>	<b>Population municipale</b>	<b>Décrets applicables</b>
<i>Castres</i>	227	<b>Agglomération de moins de 10 000 habitants</b>
<i>Contescourt</i>	69	
<i>Essigny-le-Petit</i>	368	
<i>Fayet</i>	547	
<i>Fieulaine</i>	284	
<i>Fonsomme</i>	526	
<i>Fontaine-Notre-Dame</i>	386	
<i>Gauchy</i>	5 518	
<i>Grugies</i>	1 038	
<i>Harly</i>	1 729	
<i>Homblières</i>	1 442	
<i>Lesdins</i>	853	
<i>Marcy</i>	161	
<i>Mesnil-Saint-Laurent</i>	450	
<i>Morcourt</i>	589	
<i>Neuville-Saint-Amand</i>	875	
<i>Omissy</i>	811	
<i>Remaucourt</i>	326	
<i>Rouvroy</i>	409	
<i>Saint-Quentin</i>	55 971	<b>Agglomération de plus de 10 000 habitants</b>
<b>Population totale</b>	<b>72 579</b>	

## Le territoire de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin



## **2.2. Les attendus du Règlement Local de Publicité**

Qu'il soit contrôlé ou subi, l'affichage publicitaire est désormais partie intégrante des paysages urbains du territoire communautaire et n'est pas sans impact sur le cadre de vie des habitants, des acteurs économiques, des usagers de la ville, des touristes.

Si la publicité est un droit à l'information, la multiplication des dispositifs peut être une source de moindre qualité du paysage.

Le Règlement Local de Publicité de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin répond à une triple volonté :

- **améliorer et valoriser le cadre de vie dans une stratégie globale d'aménagement et de développement de l'espace communautaire.**
- **conduire une réglementation en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne cohérente et harmonisée à l'échelle du territoire communautaire.**
- **satisfaire intelligemment aux besoins et aux impératifs en communication et en publicité des acteurs économiques présents sur le territoire.**

### 3. SPATIALISATION DES ENJEUX DE TERRITOIRE

Dans le cadre du Règlement Local de Publicité, la démarche de diagnostic s'inscrit dans une appréhension spatialisée du territoire de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin, et dans une vision stratégique du développement et de l'aménagement du territoire.

**D'une part, la démarche d'élaboration prend acte des objectifs et des orientations définis dans le cadre du Plan Local d'Urbanisme intercommunal et plus particulièrement, les ambitions et les attendus en matière de paysage qui ont été définis et débattus dans le cadre du Projet d'Aménagement et de Développement Durables du PLUi.**

**D'autre part, elle appréhende le territoire de l'intercommunalité en séquences spatialisées qui développent des dynamiques, des spécificités fonctionnelles et des ambiances urbaines particulières mais également, des attentes de protection et de valorisation patrimoniales, architecturales différenciées selon les secteurs, les besoins, les attentes.**

La préservation patrimoniale est proportionnelle aux richesses historiques et bâties des lieux. C'est pourquoi, les attendus en matière de valorisation et de préservation du bâti dans le centre historique de Saint-Quentin ne sont pas comparables à ceux d'un environnement bâti contemporain à dominante résidentielle qui se développe aux marches du noyau ancien de la ville centre.

Au regard des secteurs agglomérés de l'espace communautaire, les enjeux d'affichages sont différents et correspondent aux séquences urbaines en place et aux objectifs fonctionnels qui y sont liés, aussi bien les fonctions existantes que les fonctions à venir.

**Le Règlement Local de Publicité prend appui donc sur l'armature urbaine en place – et plus spécifiquement le pôle aggloméré de Saint-Quentin, Fayet, Gauchy et Harly – qui concentre les enjeux les plus prononcés en matière d'affichages publicitaires, d'enseignes et de préenseignes.**

### **3.1. PLU intercommunal et RLP, assurer le prolongement des ambitions du PADD, rechercher une cohérence avec le zonage réglementaire du PLUi**

L'élaboration du Règlement Local de Publicité sur le territoire de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin s'inscrit pleinement dans les orientations du Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD) du PLU intercommunal.

Si le PADD du PLU intercommunal se structure autour de cinq principes fédérateurs porteurs de développement et d'aménagement de l'espace communautaire, il accorde une ambition de premier rang à la qualité des paysages bâtis et naturels.

L'orientation du PADD « **Territoire – Patrimoine** » qui constitue le cinquième axe du PADD affiche comme principe clé « **Parfaire le paysage du quotidien** ».

Le RLP se doit de répondre pleinement à cette ambition en veillant à la qualité des paysages des entrées de ville et de l'agglomération, des paysages bordiers des principaux axes routiers, à l'amélioration du cadre de vie des habitants, des usagers et des acteurs locaux, à l'embellissement de l'espace public et de l'espace urbain.

Ces ambitions sont autant d'objectifs du PADD qui trouvent leur traduction dans le présent Règlement Local de Publicité.

Pour s'assurer de la cohérence d'actions et d'objectifs à l'échelle communautaire, le RLP prend appui sur ces grands principes de zonage réglementaire du PLU intercommunal. La démarche concomitante du PLU intercommunal et du RLP assure, si ce n'est une « superposition » parfaite de zonage, une cohérence entre les deux zonages réglementaires.

### **3.2. Améliorer la police de l'environnement**

Un corpus réglementaire à l'échelle du pôle aggloméré assure une mise en œuvre et une mise en application plus aisées mais aussi une prise en compte facilitée par les acteurs intéressés, locaux ou nationaux (afficheurs, commerçants...).

Si l'élaboration du Règlement Local de Publicité est portée par le président de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin, dans le cadre du RLP, le pouvoir de police est exercé par les maires afin de mener sur le terrain une gestion de l'application des prescriptions réglementaire du RLP sur le territoire.

### **3.3. Identification des séquences urbaines pour une spatialisation du Règlement Local de Publicité**

Les développements urbains s'affranchissent des limites communales, il apparaît donc opportun de définir des règles identiques sur les communes en dépassant les découpages administratifs afin d'assurer une gestion cohérente du dispositif réglementaire.

C'est pourquoi, quatre séquences urbaines sont identifiées dans la démarche de diagnostic du Règlement Local de Publicité comme secteurs devant faire l'objet d'une réglementation particulière et adaptée en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne :

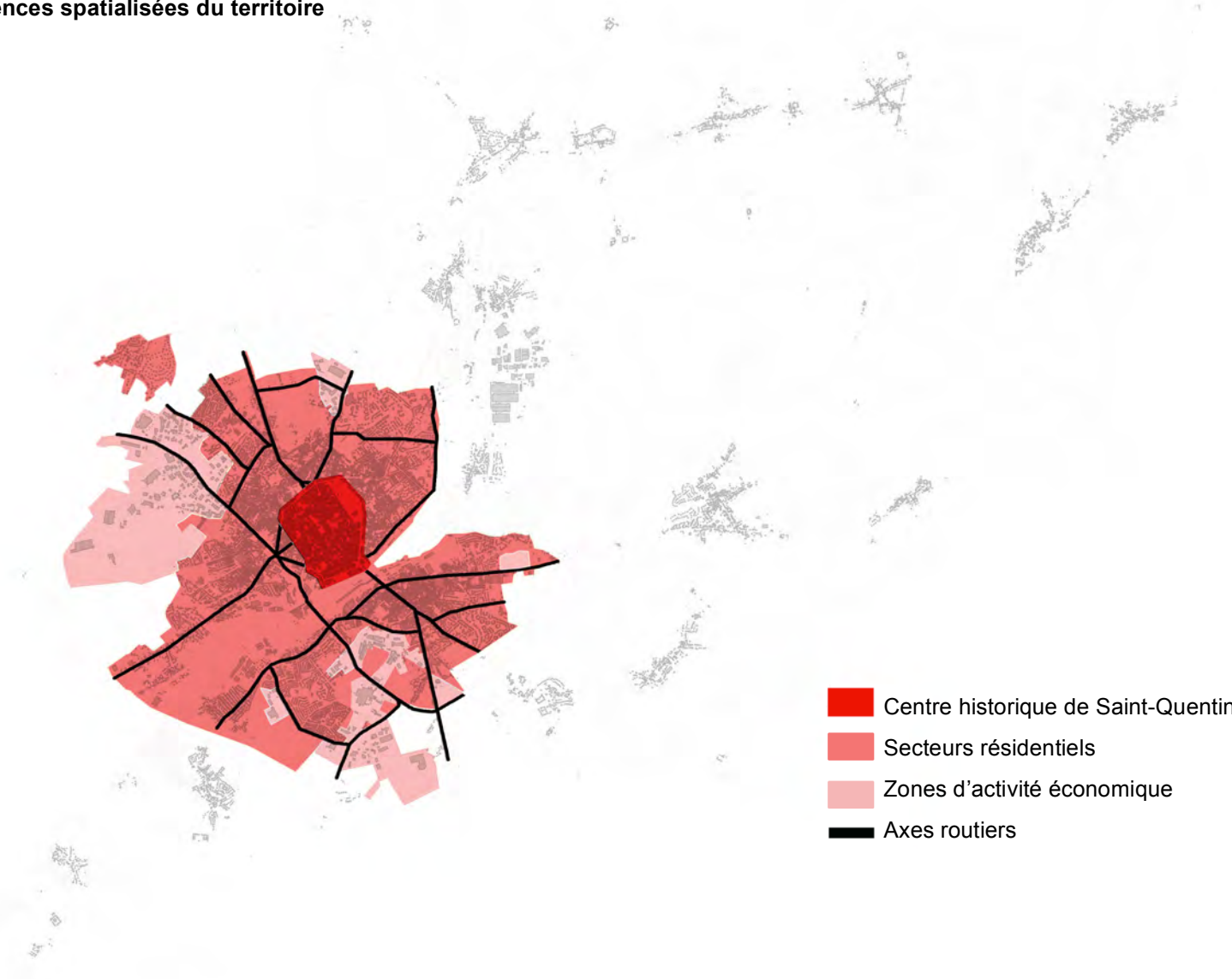
- le centre-ville historique de Saint-Quentin,
- les grands axes routiers,
- les quartiers résidentiels à vocation mixte,
- les zones d'activité économique et commerciale.

Centre-historique, quartiers résidentiels mixtes, zones d'activités économiques sont les trois principaux secteurs qui constituent un ensemble urbain cohérent. En effet, ils forment le pôle aggloméré de l'espace communautaire où les axes de circulation majeurs assurent la continuité et la desserte entre les secteurs identifiés.

La carte ci-après localise les quatre séquences urbaines du territoire identifiées dans le cadre du RLP.



**Les quatre séquences spatialisées du territoire**



### 3.3.1. Le centre-ville historique de Saint-Quentin

Le rayonnement et l'attractivité du centre historique de Saint-Quentin sont portés par la présence d'un tissu commercial, de services et d'activités économiques dynamiques mais aussi par la valeur historique et patrimoniale des lieux.

Le centre historique de Saint-Quentin est l'un des principaux – si ce n'est le principal – secteur de convergence spatiale de l'intercommunalité. S'y concentrent tout particulièrement les commerces et les services du quotidien mais également les activités commerciales et de services plus exceptionnelles : ils sont donc générateurs de déplacements, de concentration de population – clients, badauds, habitants – dans un cadre bâti d'exception.

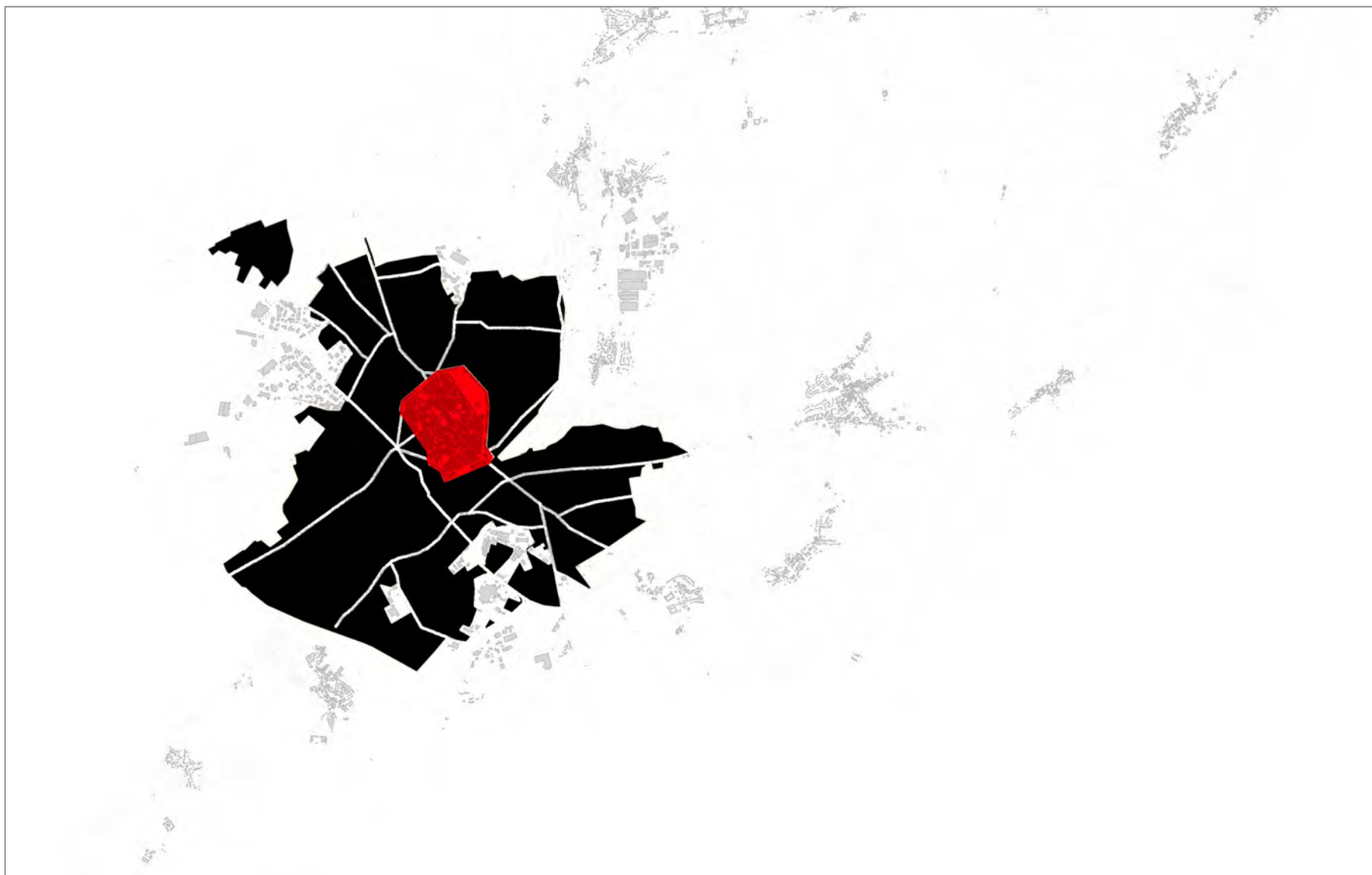
Le centre historique de Saint-Quentin présente des limites tangibles correspondant au noyau bâti anciennement protégé par les remparts, remplacés en 1830 par les boulevards urbains. La première guerre mondiale a détruit une partie des constructions antérieures à 1914. La trame viaire ancienne a toutefois subsisté, ainsi que les principaux monuments historiques, qui ont maintenant valeur de repères dans la ville, enrichissant le patrimoine architectural de la commune.

La place de l'Hôtel de Ville constitue le cœur de la ville et de l'agglomération, principal espace d'échanges et de rencontres, elle est aujourd'hui réservée aux piétons. La basilique Saint-Quentin constitue un des symboles architecturaux majeurs du territoire, aisément perceptible dans le paysage d'inscription de la Communauté d'Agglomération.

La qualité et les richesses patrimoniales du centre-ville font l'objet d'une reconnaissance et de mesures de protection administratives. Dans le périmètre du centre-ville de Saint-Quentin, huit bâtiments sont protégés ou inscrits au titre des monuments historiques.

- **Hôtel de Ville**, salle des délibérations du conseil municipal, vestibule en haut de l'escalier avec leur décor réalisé en 1926 - classé le 29 août 1984.
- **Hôtel Joly de Bammeville**, rue des Cannoniers : le portail d'entrée sur la rue, y compris les vantaux de la porte, la façade ouest du XVII<sup>ème</sup> et la façade sud du XVIII<sup>ème</sup> siècle sur la cour intérieure ; l'escalier intérieur en bois - classé le 25 août 1930.
- **La chapelle de la Charité**, rue des Patriotes (en totalité) - inscrit le 29 juillet 2005.
- **La collégiale** : classée (liste de 1840).
- **L'hôtel 46, rue d'Isle** : façades sur rue et sur cour et les deux escaliers – inscrit le 11 octobre 1930.
- **La porte dite « des Cannoniers »** - inscrite le 11 octobre 1930.
- **Le puits Place Gaspard de Coligny** – inscrit le 11 mai 1932.
- **Le théâtre municipal** – inscrit le 10 octobre 1995.

## Le centre-ville historique de Saint-Quentin



Aux éléments de bâtis protégés et inscrits, le patrimoine urbain et architectural s'enrichit des courants et des styles architecturaux qui ont laissé une empreinte dans la ville : bâtiments Art Déco, Arts Nouveaux, Néo Classique rythment par leur présence le paysage bâti du centre.

La richesse du cadre architectural et le patrimoine d'exception ont permis à la ville de Saint-Quentin d'être labellisée « Ville d'Art et d'Histoire ». Ce label est le témoin d'une volonté politique de valorisation du patrimoine local et de promotion d'espaces bâtis de caractère, d'une politique touristique valorisant l'architecture et le patrimoine.

L'élaboration du RLP est l'occasion d'accompagner cette démarche de valorisation du capital historique et bâti local en veillant à la qualité des dispositifs de publicité, d'enseigne et de pré-enseigne installés dans le secteur ancien de la ville centre de la communauté d'agglomération.

L'amélioration de l'environnement bâti répond également à la recherche d'un cadre urbain vecteur d'un environnement commercial dynamique et attractif. La qualité urbaine des espaces publics du centre-ville joue une fonction de plus-value pour les activités en place.

Pour accompagner le développement et soutenir le maintien des enseignes commerciales, de services, d'activités du loisir et de la restauration, la réglementation des dispositifs d'affichage publicitaire, d'enseignes et de pré-enseigne s'assure du maintien d'un cadre urbain attractif et attrayant en limitant la multiplication, en étant attentif à la qualité et l'esthétique des éléments et des installations d'affichage, d'enseigne et de préenseigne mis en œuvre.

Ici, le RLP ne cherche pas à sanctuariser le centre ancien mais doit veiller à assurer un ensemble urbain cohérent, un environnement et un cadre de vie préservés.

- **Spatialisation des enjeux et objectifs du RLP : la séquence « Centre Ville historique de Saint-Quentin » tient une position majeure dans l'armature urbaine. C'est pourquoi, une vigilance est requise quant à la réglementation de la publicité, des enseignes et des préenseignes pour concilier attractivité économique, culturelle, patrimoniale et qualité du cadre de vie.**

**Le RLP doit ainsi répondre à des enjeux, à des objectifs qui peuvent, lorsqu'ils sont pris individuellement, être divergents, mais font sens dans une appréhension globale :**

- **protection et valorisation du caractère patrimonial des lieux.**
- **préservation du cadre de vie des habitants et des usagers.**
- **animation commerciale, attractivité et dynamisme du centre-ville.**
- **besoins des acteurs économiques locaux en matière de communication.**
- **attractivité touristique du centre historique.**
- **valorisation du cadre de l'environnement bâti dans le cadre du label « Ville d'Art et d'Histoire ».**

### 3.3.2. Les entrées d'agglomération et les grands axes de circulation

Les entrées de ville et les entrées d'agglomération déterminent, en partie, la qualité d'un lieu. Elles jouent un véritable effet vitrine qui a des retentissements et des répercussions – positives ou négatives – sur l'attractivité et l'image du territoire, tant à l'échelle du cadre de vie, du tourisme qu'à celle de l'activité commerciale et économique.

Bien que les grands axes de circulation ne forment pas un tissu bâti spécifique, ils appellent une attention particulière quant à la qualité et à la préservation de leur paysage bordier. Ces axes traversant sont très fréquentés et constituent de fait des espaces privilégiés pour la mise en place d'enseignes, de préenseignes et de publicités.

En effet, les voies classées à grande circulation sont les supports d'un trafic routier soutenu irriguant l'agglomération de Saint-Quentin. A leurs abords, les publicités bénéficient d'une exposition privilégiée. Ce sont aussi dans ces séquences routières que les acteurs locaux économiques peuvent capter une clientèle en développant le long des voies des pré-enseignes destinées à orienter les consommateurs, les usagers des commerces et des services.

Les entrées d'agglomération et les abords des axes routiers magistraux sont ainsi recensés comme des espaces particulièrement sensibles et exposés à une pression d'affichage publicitaire et de l'implantation de pré-enseigne.

Si les voies classées à grande circulation hors agglomération bénéficient des dispositions réglementaires du Code de la route et du Code de l'environnement, celles en zones agglomérées sont retenues au RLP comme des séquences urbaines sensibles devant nécessairement bénéficier de dispositions particulières.

**Les voies classées à grande circulation (décret du 31 mai 2010) sur le territoire de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin sont donc retenues comme des séquences devant faire l'objet d'une réglementation spécifique et adaptée.**

- RD 1029, 1044, 8 et 13.
- Avenue des Fusillés de Fontaine-Notre-Dame à Saint-Quentin,
- Boulevard Emile et Raymond Pierret (Saint-Quentin),
- Boulevard de Verdun (Saint-Quentin),
- Alexandre Dumas (Saint-Quentin),
- Rue de la Chaussée Romaine, entre la rue de Paris et le boulevard de Verdun (Saint-Quentin),
- Rue de Paris (Saint-Quentin),
- Avenue Pierre Choquart (Harly),
- Rue de Fère à Neuville-Saint-Amand.

Le RLP complète cette maille viaire en incluant comme **axes routiers particulièrement sensibles et donc porteurs d'enjeux** :

- l'axe « **avenue du Général de Gaulle – boulevard Jean Bouin – boulevard du Docteur Schweitzer** » de part sa position en rive droite de la Vallée de la Somme. Cet axe développe des vues sur la vallée et les boisements connexes dont il convient de conserver les qualités paysagères.
- l'axe « **avenue de la Résistance – rue Alexandre Ribot** » et la rue des Combattants d'Afrique du Nord qui assurent des liaisons routières privilégiées au centre commercial de Salicamps, au Nord de la ville de Saint-Quentin.
- la **rue Henriette Cabot** est une artère importante de l'entrée d'agglomération Nord du territoire communautaire.
- la **rue de Fayet** borde le centre commercial Auchan, forme une entrée d'agglomération et développe des interfaces avec la zone commerciale.
- le **boulevard Henri Martin, la rue Faidherbe et le boulevard Victor Hugo**, qui depuis le boulevard de Verdun, rayonnent en direction du centre-ville historique de Saint-Quentin, sont des voies de desserte et d'accès au centre ancien. Ils ont une fonction de mise en scène (avant-scène) du centre historique ancien.
- la **rue de Guise**, bordée par le centre commercial Leclerc d'Harly, est une pénétrante d'agglomération traversant Harly, le faubourg d'Isle qui permet de se rendre à la gare de Saint-Quentin et au centre-ville.
- l'axe **boulevard Cordier – RD 671** tangente la gare de Saint-Quentin et assure une desserte Ouest de l'agglomération au Sud de la vallée de la Somme.
-

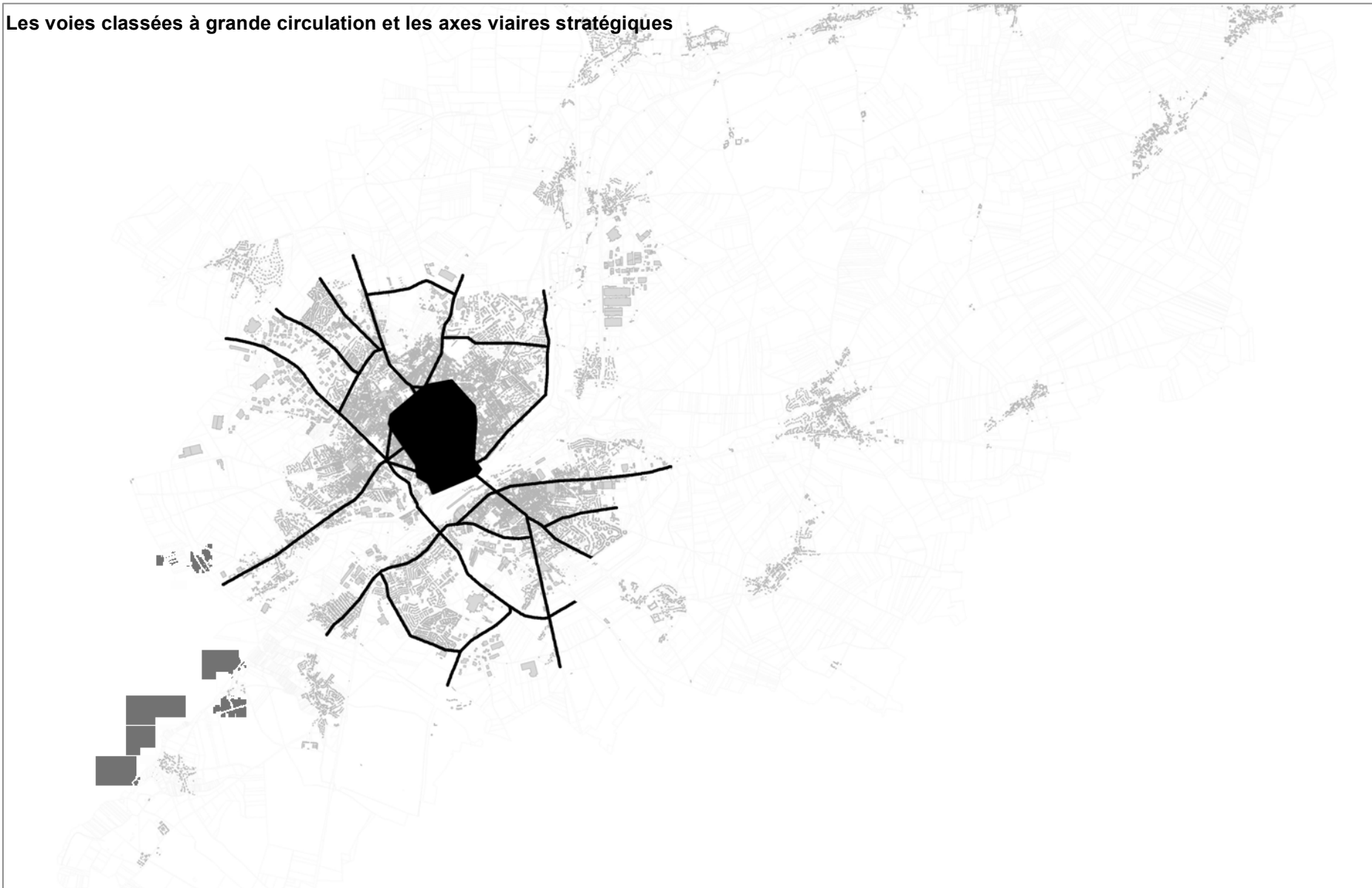
- le **boulevard du Docteur Guérin** constitue le prolongement de l'avenue des Fusillés de Fontaine-Notre-Dame, axe identifié comme voie classée à grande circulation.
- le **boulevard Auguste Delaune** tangente la future ZAC Delaune et le centre commercial Intermarché de Gauchy. Ce secteur est dans les années à venir un secteur de développement importante : construction de logements (+ 1000 logements attendus sur le long terme), espaces récréatifs et de détente.

La carte ci-après identifie les axes routiers du pôle aggloméré de Saint-Quentin, Gauchy et Harly.

Il s'agit des voies classées à grande circulation et des voies d'entrée principale d'agglomération, de connexion au centre historique de Saint-Quentin, de desserte principale des zones d'activités et commerciales de l'espace communautaire.



**Les voies classées à grande circulation et les axes viaires stratégiques**



➤ **Spatialisation des enjeux et objectifs du RLP « axes routiers stratégiques » :**

**L'identification de la séquence « Axes routiers » repose sur une nécessaire valorisation et préservation de la qualité des entrées d'agglomération et des paysagers bordiers des axes de circulation principaux.**

**Les paysages des abords de ces voies sont indissociables de la qualité et de l'image de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin.**

**L'amélioration de la lisibilité des principaux axes routiers traversant l'agglomération est donc recherchée. Il s'agit également de conserver, de valoriser des vues et des perspectives sur le centre ancien historique de Saint-Quentin, sur les scènes bâties les plus anciennes et les scènes contemporaines traversées par ces voies de transit et de desserte.**

### 3.3.3. Les quartiers d'habitat

Ils intéressent l'ensemble du pôle aggloméré Saint-Quentin, Fayet, Gauchy, Harly en dehors du secteur spécifique attaché au centre-ville de Saint-Quentin (cf. § 3.4.1.).

L'importance en superficie et en logements de ces séquences, la diversité architecturale liée aux différentes époques de constructions ne permettent pas de distinguer des secteurs particuliers. Ici prime, dans la démarche de RLP, la vocation résidentielle dominante.

Ces secteurs à dominante d'habitat englobent les tissus bâtis les plus anciens et notamment le bâti traditionnel de faubourg aux abords immédiats du cœur historique de Saint-Quentin, l'habitat ouvrier associé aux anciens quartiers industriels du pôle aggloméré.

Sont inclus les opérations et les extensions urbaines contemporaines au paysage bâti divers (logements collectifs en barres et en plots, maisons de villes, maisons individuelles, etc.) qui ont été réalisées en continuité des faubourgs anciens et forment aujourd'hui les espaces aux marches du pôle aggloméré.

Dans ces quartiers à vocation résidentielle mixte, la présence de commerces, de services de proximité, d'activités, d'établissements économiques ponctuent le tissu urbain de manière plus ou moins diffuse.

Des centres commerciaux de fait, des linéaires d'activités animent également les artères les plus empruntées de ces différents quartiers.

Les dispositifs sont généralement de mauvaise qualité, résultat d'une usure et d'un faible renouvellement des enseignes et des préenseignes, d'une réutilisation des dispositifs en place.

## La ceinture urbaine à dominante résidentielle du pôle aggloméré



➤ **Spatialisation des enjeux et des objectifs du RLP : l'entité « Quartier d'habitat »**

Elle répond à un objectif et à des ambitions de sérénité visuelle des quartiers résidentiels. Ici, l'habitant, l'utilisateur doivent pouvoir vivre, mener leurs actes, leurs activités de tous les jours dans un environnement urbain préservé où enseigne, préenseigne et publicité ne se déploient pas en surabondance, ne risquent pas de venir « perturber » le paysage du quotidien.

Le RLP participe à une amélioration du cadre de vie. L'ensemble des quartiers identifiés sur la carte ci-avant est appréhendé de manière globale et cohérente sans pour autant nier la présence d'activités économiques aux typologies très variées. Ces activités sont nécessaires à l'animation des quartiers et sont aussi les témoins de l'histoire locale des faubourgs : la diversité des fonctions (activités, habitat, services, commerces) anime la vie locale des faubourgs anciens.

### 3.3.4. Les zones d'activités à vocation commerciale ou économique

Les zones d'activités à vocation commerciale ou économique sont implantées, de manière privilégiée aux marges immédiates du pôle aggloméré, aux principales portes de l'agglomération et le long des voies magistrales de la trame viaire.

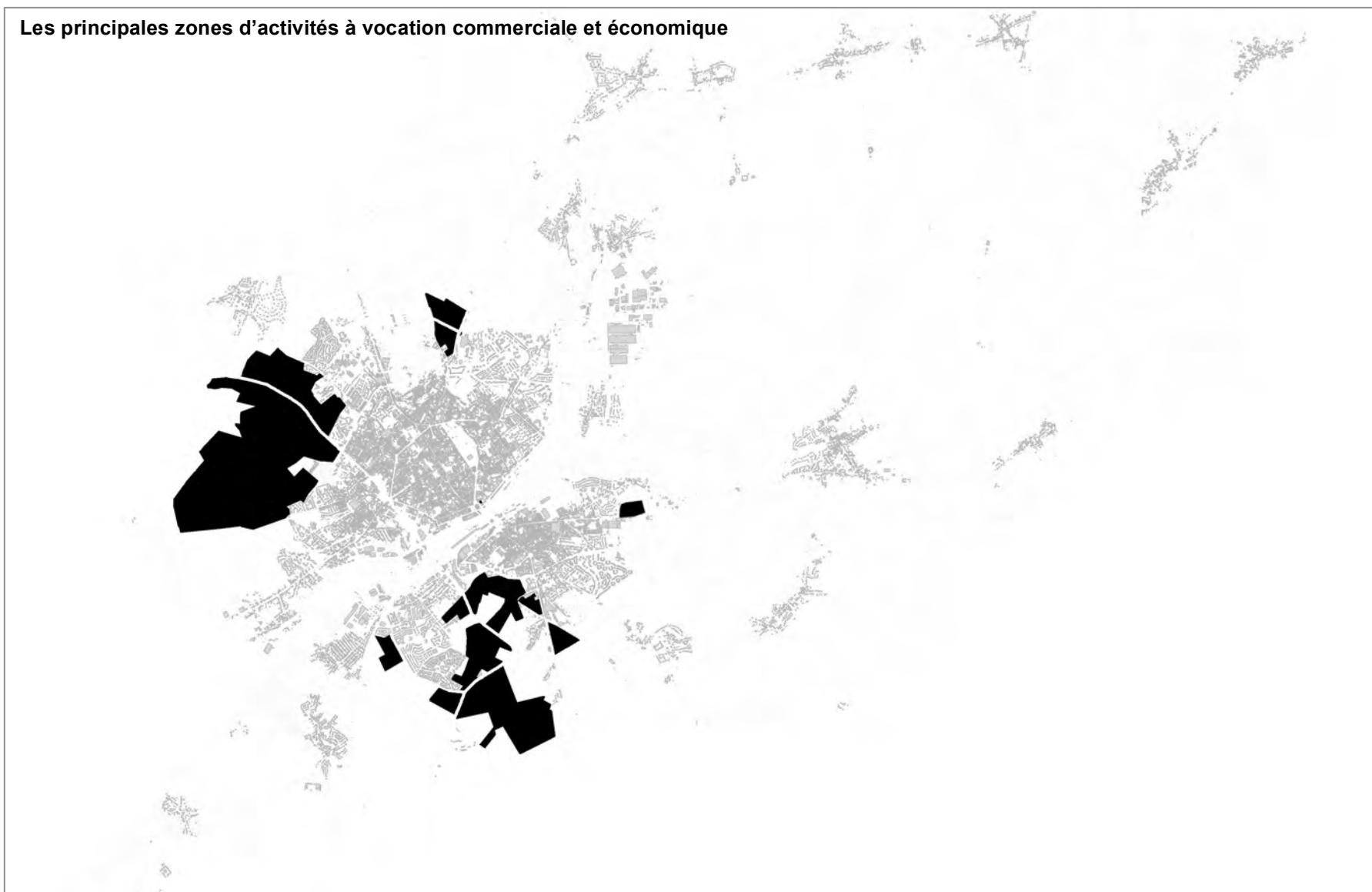
Les secteurs d'activité recensent de nombreuses enseignes et préenseignes, de publicités qui engendrent un fort impact visuel. Les entrées d'agglomération et la périphérie de l'agglomération sont des espaces à préserver du point de vue du paysage. Ce sont également des espaces convoités par les acteurs de l'affichage publicitaire.

De fait, la surdensité de dispositifs faiblement valorisante tend à amoindrir la qualité et la perception des zones d'activités commerciales et économiques mais aussi leur environnement élargi (notamment aux abords des principales voies de circulation qui les traversent et les desservent).

Les zones d'activités à vocation commerciale ou d'activités économiques identifiées au Règlement Local de Publicité sont toutes situées dans le pôle aggloméré de Saint-Quentin, Fayet, Gauchy.

- **Zone de Salicamp** (Saint-Quentin)
- **Bois de la Chocque** (Saint-Quentin)
- **Parc des Autoroutes** (Saint-Quentin)
- **Saint-Lazare** (Saint-Quentin)
- **Porte d'Isle** (Saint-Quentin)
- **Zone commerciale Auchan** (Fayet)
- **Zone commerciale Intermarché** (Gauchy)
- **ZAC du Royeux** (Gauchy)
- **Zone commerciale Leclerc** (Harly)
- **Zone économique** (projet cours terme) au nord de la RD1029

**Les principales zones d'activités à vocation commerciale et économique**



➤ **Spatialisation des enjeux et des objectifs RLP : l'entité « zones d'activités à vocation commerciale ou économique ».**

**Ce type de secteur comporte une grande majorité d'enseignes et de préenseignes. Ces parcs et zones d'activités se situent en entrée ou en sortie d'agglomération. Par conséquent, ils engendrent un fort impact visuel.**

**La recherche d'une harmonisation des règles sur les zones d'activités commerciales et d'activités économiques est une avancée d'importance. Elle assure un assouplissement de la tension concurrentielle en matière de publicité entre les espaces commerciaux identifiés dans le cadre du Règlement Local de Publicité.**

**Par ailleurs, elle répond également aux besoins d'installation de dispositifs par les acteurs économiques locaux dont les activités sont implantées dans ces zones.**

**Enfin, cette séquence s'appréhende selon une lecture croisée et complémentaire avec la séquence des principales voies et entrées d'agglomération. En effet, de par leur situation aux marches de l'enveloppe urbaine constituée, les secteurs d'activités sont étroitement liés à la proximité des grands axes de circulation et aux vues ouvertes sur les espaces agricoles et naturels voisins.**



## 4. DE LA SPATIALISATION DES ENJEUX A LA DEFINITION DES ZONES DE PUBLICITE RESTREINTE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### 5.2. La définition des zones de publicité restreinte : quatre secteurs de prescriptions réglementaires

A la lumière de ce diagnostic et de cette lecture spatialisée des enjeux, le Règlement Local de Publicité est élaboré au regard des particularités de **quatre Zones de Publicité Restreinte (ZPR)**.

Ces quatre secteurs réglementés sont distinctement identifiés afin de tenir compte des caractéristiques et de leurs spécificités à déployer dans le cadre de la réglementation des dispositifs d'affichages publicitaires, d'enseignes et de préenseignes.

#### 4.1.1. La ZPR 1 : Cœur historique

Ce premier secteur de la zone de publicité restreinte délimité au plan de zonage du RLP prend appui sur le cœur historique de Saint-Quentin et de ses prolongements bâtis. Les limites de la ZPR 1 intéressent l'ensemble des quartiers situés à l'intérieur de la ceinture des boulevards de ceinture.

Le périmètre de la ZPR 1 « Cœur Historique » est délimité par la ceinture des sept axes viaires magistraux suivants :

- rue Pierre Brossolette,
- rue Gabriel Péri,
- rue du Général Foy,
- place du Huit Octobre,
- boulevard Gambetta,
- place Crommelin,
- boulevard Richelieu.

Les boulevards eux-mêmes sont inclus dans le périmètre de la ZPR1 et ce jusqu'à une distance de 40 mètres mesurée depuis le fil d'eau extérieur des voies ceinturant la zone.

La ZPR 1 inclut également dans son périmètre de zonage et de règlement la façade urbaine s'ouvrant sur la Somme et le canal de la Somme. Il s'agit du secteur du quai Gayant entre la rue du Général de Leclerc, à l'Est, et la rue Tour Y Val, à l'Ouest. Ce secteur, qui intègre la rive gauche de la vallée, est porteur d'enjeux de développement et de renouvellement liés à la poursuite du renouveau urbain de quai Gayant.

#### **4.1.2. La ZPR 2 : Axes routiers et entrées du pôle aggloméré**

Le second secteur de la zone de publicité restreinte identifié au document graphique est constitué des principales entrées du pôle aggloméré de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin (Saint-Quentin, Fayet, Gauchy, Harly) et des principaux axes de circulation : voies classées à grande circulation, traversantes d'agglomération, voies desservant les zones d'activités économiques et commerciales.

A l'exception des portions de ces axes viaires compris dans le secteur du centre historique (ZPR 1), ce secteur se prolonge sur toute la longueur des voies et, de part et d'autre, jusqu'à une distance de 40 mètres mesurée depuis le fil d'eau.

#### **4.1.3. ZPR 3 : Quartier d'habitat du pôle aggloméré**

Le troisième secteur de publicité restreinte représenté au plan de zonage du RLP comprend l'ensemble des secteurs résidentiels du pôle aggloméré (Saint-Quentin, Fayet, Gauchy, Harly).

Les dispositions du règlement local de publicité ont pour objet de préserver et de protéger les secteurs résidentiels mixtes composés de bâti ancien, d'habitat de faubourg, de tissu à vocation d'habitat individuel et collectif qui accueillent généralement, sous formes diffuses ou regroupées, des activités, des commerces et des services.

La ZPR3 comprend l'essentiel du pôle aggloméré situé en dehors des ZPR1, ZPR 2 et ZPR 4.

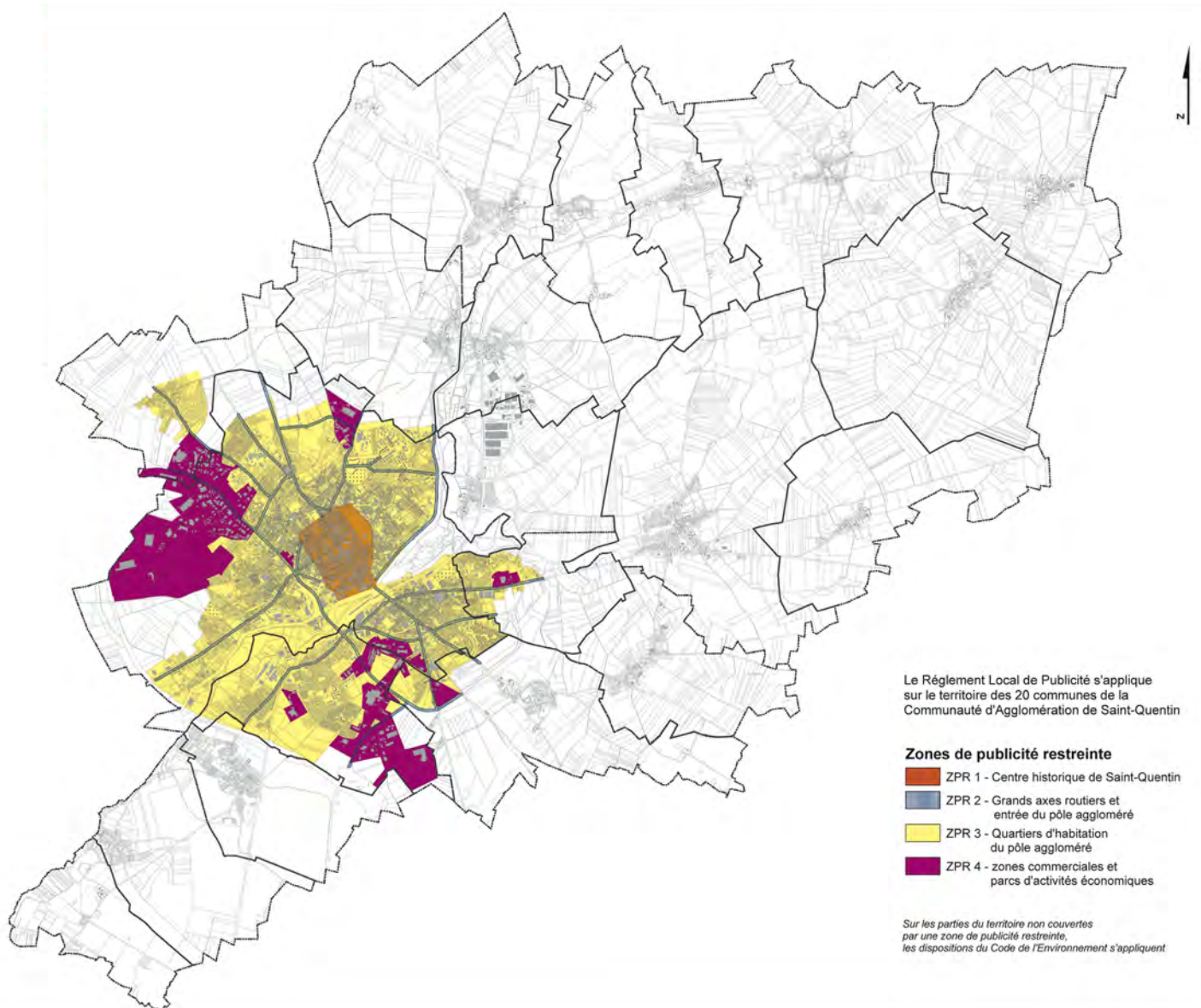
#### **4.1.4. ZPR 4 : Zones et parcs d'activité économiques et commerciales**

Le quatrième secteur de publicité restreinte repéré au zonage du RLP regroupe les secteurs d'activités du pôle aggloméré (Saint-Quentin, Gauchy, Harly). Il intéresse, les parcs industriels, artisanaux et commerciaux identifiés au plan :

- Zone de Salicamp,
- Bois de la Chocque,
- Parc des Autoroutes,
- Saint-Lazare,
- Porte d'Isle,
- Zone commerciale d'Auchan,
- Centre commercial Intermarché à Gauchy,
- ZAC du Royeux,
- Zone commerciale d'Harly, en entrée d'agglomération,
- Zone économique au nord de la RD1029.

Cette zone de publicité a pour objectif de maîtriser le développement de la publicité extérieure dans les parcs d'activités économiques et commerciaux de la Communauté d'Agglomération de Saint-Quentin.

# Zonage réglementaire



## **5. JUSTIFICATIONS DES DISPOSITIONS REGLEMENTAIRES DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**

### **5.1. Les orientations et les objectifs réglementaires du Règlement Local de Publicité**

Les orientations particulières applicables à la publicité, aux préenseignes et enseignes ont été définies pour chaque zone afin de mieux intégrer dans l'environnement et le paysage urbains les dispositifs. Elles intéressent plus particulièrement les objets suivants :

- les prescriptions esthétiques,
- les modalités d'installation et d'implantation,
- les dimensions,
- la densité.

## 5.2. Les dispositions réglementaires du Règlement Local de Publicité visant à protéger la qualité de l'espace public

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	
<b>Prescriptions visant à protéger la qualité de l'espace public et des constructions</b>	<b>Dispositions communes à tous les dispositifs</b>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Dispositif scellé au sol :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Obligation d'installation de type mono-pied</li> <li>* Carrossage obligatoire du dos en cas de dispositif simple face</li> <li>* Interdiction de face présentant des séparations visibles en cas de dispositif double face</li> <li>* Interdiction des dispositifs en doublon, en V, en trièdres et superposés</li> </ul> </li> </ul>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Toitures et terrasses :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Interdiction des enseignes, publicités et préenseignes lumineuses ou non sur les toitures et terrasses</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Toitures et terrasses :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Sous conditions</li> </ul> </li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Clôtures :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Les publicités, enseignes et préenseignes sont interdites sur les clôtures</li> <li>* Cas particulier pour les activités installées dans un bâtiment non visible depuis l'espace public</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Accessoires :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Jambes de force, fondations sortant du sol, gouttières à col sont interdites</li> <li>* Seules sont admises les passerelles intégralement escamotables et rabattables</li> </ul> </li> </ul>				
<b>Dispositions communes aux dispositifs soumis à déclaration</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Aménagements paysagers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Interdiction d'utiliser directement le sol comme support (hors dispositifs scellés au sols) : placards, affiches, marquages sur trottoirs et chaussées</li> <li>* Implantation interdite des publicités au format &gt; 2m<sup>2</sup> à moins de 40 mètres du bord extérieur de la chaussée d'un rond-point</li> </ul> </li> </ul>					
<b>Dispositions diverses</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Couleurs et typographie des enseignes</b> Sobriété typographique, harmonie des couleurs avec la tonalité du bâtiment</li> </ul>					

<b>Prescriptions visant à protéger la qualité de l'espace public et des constructions</b>	<b>ZPR1 - Cœur historique</b>
	<p>Vouée à la protection des sites et de l'architecture, la ZPR1 se caractérise par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Des lieux interdits à la publicité (principalement les sites et les abords des monuments historiques)</li> <li>* Une limitation de la surface des publicités dans le reste de la zone : format maximum 3 m<sup>2</sup> compatible avec un affichage 2 m<sup>2</sup></li> <li>* Modulo sur la ceinture des boulevards du centre anciens, autorisation d'implanter du mobilier urbain destiné à la communication municipale sur des affiches au format 8 m<sup>2</sup> ou plus</li> </ul> <p>➤ <b>Enseignes et façades :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Par établissement 4 types d'enseignes, lumineuses ou non : enseigne en bandeau, enseigne en drapeau, enseigne en applique, enseignes sur store-bannes</li> </ul> <p>➤ <b>Publicités murales :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 3 m<sup>2</sup> uniquement sur mur aveugle</li> </ul> <p>➤ <b>Dispositifs scellés au sol :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Dimensions (hors pied) et hauteur : règles applicables aux publicités murales</li> </ul>
	<b>ZPR2 - Axes routiers et entrées du pôle aggloméré</b>
	<p>➤ <b>Les dispositions applicables aux enseignes, hormis les enseignes scellées au sol, sont identiques aux dispositions de la ZPR 1 : cohérence réglementaire</b></p> <p>➤ <b>Enseignes scellées au sol :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Une seule enseigne scellée au sol par établissement en façade de l'unité foncière bordée par une voie</li> </ul> <p>➤ <b>Publicités murales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Uniquement sur mur aveugle</li> <li>* Dimension 4 m<sup>2</sup> pour les communes de Fayet, Gauchy et d'Harly (Réglementation Nationale, moins de 10 000 habitants)</li> <li>* Dimension 10 m<sup>2</sup> pour la commune de Saint-Quentin (Disposition plus restrictive que la réglementation nationale maxi 12m<sup>2</sup>)</li> </ul> <p>➤ <b>Dispositifs scellés au sol</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Interdit sur les communes de Fayet, Gauchy et d'Harly (Réglementation Nationale, moins de 10 000 habitants)</li> <li>* Dimension 10 m<sup>2</sup> pour la commune de Saint-Quentin (Disposition plus restrictive que la réglementation nationale maxi 12m<sup>2</sup>)</li> </ul>

<b>Prescriptions visant à protéger la qualité de l'espace public et des constructions</b>	<b>ZPR3 - Quartiers d'habitation</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Les dispositions applicables aux enseignes, hormis les enseignes scellées au sol, sont identiques aux dispositions de la ZPR 1</b></li> <li>➤ <b>Enseignes scellées au sol :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Une seule enseigne scellée au sol de type totem par établissement en façade de l'unité foncière bordée par une voie</li> <li>* Autres enseignes interdites</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Publicités murales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Uniquement sur mur aveugle</li> <li>* Dimension 4 m<sup>2</sup> pour les communes de Fayet, Gauchy et d'Harly (Réglementation Nationale, moins de 10 000 habitants)</li> <li>* Dimension 10 m<sup>2</sup> pour la commune de Saint-Quentin (Disposition plus restrictive que la réglementation nationale maxi 12m<sup>2</sup>)</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Dispositifs publicitaires scellés au sol</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Interdit sur les communes de Fayet, Gauchy et d'Harly (Réglementation Nationale, moins de 10 000 habitants)</li> <li>* Dimension 3 m<sup>2</sup> pour la commune de Saint-Quentin (Disposition plus restrictive que la réglementation nationale maxi 12m<sup>2</sup>)</li> </ul> </li> </ul>
	<b>ZPR4 – Zones et parcs d'activités économiques et commerciales</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Enseignes et façades :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Par établissement 5 types d'enseignes, lumineuses ou non : enseigne scellée au sol ou un totem, une enseigne en bandeau, une enseigne en drapeau, une enseigne en applique, une enseigne sur stores-bannes.</li> <li>* Une enseigne sur toiture ou terrasse par façade commerciale.</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Publicités murales ou scellées</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Application de la réglementation Nationale pour les communes de Fayet, Gauchy et d'Harly (agglomération de moins de 10 000 habitants)</li> <li>* Dimension 10 m<sup>2</sup> pour la commune de Saint-Quentin (Disposition plus restrictive que la réglementation nationale maxi 12m<sup>2</sup>)</li> </ul> </li> </ul>

Seules sont admises les passerelles intégralement escamotables et rabattables





▪ **Les dispositions et la prise en compte de l'extinction nocturne des dispositifs**

Le présent règlement applique les prescriptions nationales concernant l'obligation nocturne pour les publicités, enseignes et préenseignes. Son application sur le territoire communautaire vise à réaliser des économies d'énergie.

La mise en œuvre de cette mesure constituera à l'échelle nationale une source d'économies d'énergie conséquente et permettra d'économiser environ 800 GWh chaque année pour les enseignes et plus de 200 GWh pour les publicités. En termes d'efficacité énergétique, cela représente la consommation annuelle de plus de 370 000 ménages et évitera le rejet de plus de 120 000 tonnes de CO<sup>2</sup> chaque année.

Outre des gains d'énergie, la mesure se traduira localement par une réduction des nuisances lumineuses et l'amélioration de la qualité du cadre de vie des citoyens.

Il est utilement rappelé que cette disposition n'intéresse pas :

- les publicités éclairées par projection ou transparence sur le mobilier urbain : abris-bus, kiosques à journaux, colonnes porte-affiches... car la fonction première d'information est de répondre aux besoins en matière d'information des usagers notamment des transports en commun ;
- les publicités numériques sur le mobilier urbain à condition que les images soient fixes pour ne pas gêner les automobilistes.

▪ **La réglementation de la densité des dispositifs et l'amélioration du paysage d'inscription**

Le présent règlement intègre les prescriptions nationales concernant la densité qui s'appliquent aux dispositifs de publicité lumineuse et non lumineuse murale, scellée ou installée directement sur le sol.

Les conséquences positives attendues de ces règles de densité sont la suppression de dispositifs publicités trop concentrées sur une même unité foncière et donc d'améliorer le paysage bordier des voies et axes identifiées au RLP.

Ces prescriptions répondent à une volonté de contenir l'effet d'accumulation et de surexposition des dispositifs le long des axes en assurant une perméabilité minimale entre chaque dispositif implanté.

### 5.3. Une recherche de cohérence et d'harmonisation des zonages réglementaires entre le Règlement Local de Publicité et le Plan Local d'Urbanisme intercommunal

La démarche d'élaboration conjointe du Règlement Local de Publicité et du Plan Local d'Urbanisme intercommunal assure une harmonisation et une cohérence des zonages réglementaires.

En effet, les quatre Zones de Publicité Restreinte (ZPR 1,2,3 et 4) ont été définies dans un souci de recherche de cohérence entre les deux documents.

- **les limites de la ZPR 1 « Cœur Historique »** reprennent en quasi totalité le zonage UA du PLU intercommunal qui correspond au centre historique de la ville de Saint-Quentin. Les marges Est et Ouest du Cœur historique zonées au PLU intercommunal ne sont pas incluses dans le zonage du RLP car la typologie des lieux relève – au regard de la spatialisation des enjeux du RLP – d'un caractère à dominante résidentielle. **La ZPR 1 est donc définie en raison de la qualité des sites, du patrimoine, de la vocation du cœur économique de l'espace communautaire.**

- **les limites de la ZPR 2 « Axes routiers et entrées du pôle aggloméré »** ont été définies au regard d'un constat fonctionnel et paysager. Le Règlement Local de Publicité complète utilement la stratégie de valorisation du paysage et du cadre de vie des habitants définie dans le cadre du Plan Local d'Urbanisme intercommunal. A cet effet, les dispositions réglementaires de la ZPR2 visent à réduire et limiter les impacts visuels dans le paysage d'inscription du pôle aggloméré, d'améliorer les paysages d'entrée d'agglomération, d'accompagner qualitativement les paysages bordiers des axes **routiers, de valoriser le cadre de vie.**
- **les limites de la ZPR 3 « Quartier d'habitat du pôle aggloméré »** présentent une cohérence de zonage du PLU intercommunal. En effet le document graphique du PLUi identifie les quartiers et secteurs à dominante résidentielle dans des zones urbaines spécifiques (U, UB, UC) mais aussi dans les zones d'urbanisation future incluse dans l'enveloppe urbaine constituée. La délimitation du zonage ZPR 3 a veillé à une cohérence entre les zonages RLP / PLU intercommunal. Quelques sous-secteurs, micro zones et secteurs spécifiques identifiés au PLUi ont été inclus dans le zonage ZPR 3 pour éviter tout phénomène de micro-zonage dans un souci de lecture simplifiée, de non multiplication de zonage, et de cohérence d'ensemble.

**La ZPR 3 répond aux besoins de protection de l'environnement de secteurs à vocation d'habitat mixte (commerces en petites et moyennes surfaces).**

- Dans la même logique, **les limites de la ZPR 4 « Zones et parcs économiques et commerciaux »** ont fait l'objet d'une cohérence avec le zonage des grands secteurs économiques et commerciaux du PLU intercommunal. Les limites de la ZPR 4 reprennent les limites du zonage UE du PLUi.

Ponctuellement les micro-secteurs économiques inclus dans le tissu résidentiel identifiés au PLUi n'ont pas fait l'objet d'un zonage ZPR 4. Ces derniers sont classés en ZPR 3.

**La ZPR 4 a pour objectif une meilleure maîtrise du développement de la publicité extérieure dans les zones d'activités économiques et commerciales.**

## Zonage réglementaire

