



PRÉFET DES YVELINES



Direction départementale des territoires

Service Environnement  
Paysages, Risques, Nuisances

9 1 1 4 9 9

Madame le Maire  
Hôtel de Ville  
22 Grande Rue  
78 125 ORPHIN

Ref : SE\_PRN\_20200103\_Orphin\_envoiPAC

Affaire suivie par : Malika IZZA  
Tél : 01 30 84 30 54  
malika.izza@yvelines.gouv.fr

P. J. : un document et ses annexes

Versailles, le **23 JAN. 2020**

Objet : Porter à connaissance (PAC) de la commune de ORPHIN.

Madame le Maire,

Je vous adresse les éléments constitutifs du porter à connaissance de l'État, dans le cadre de l'élaboration de votre règlement local de publicité.

Je vous rappelle que ce porter à connaissance doit être tenu à la disposition du public et qu'il doit être annexé au dossier d'enquête publique.

Je ne manquerai pas de vous communiquer, dans les meilleurs délais, dès que j'en aurai connaissance, toute nouvelle information qui vous sera utile pour l'élaboration de ce document.

Je vous prie d'agréer, Madame le Maire, l'assurance de ma considération distinguée.

La directrice départementale des territoires

Isabelle DERVILLE





PREFET DES YVELINES

Direction départementale des Territoires  
Service environnement  
Unité paysages, risques et nuisances

Affaire suivie par : Malika IZZA

téléphone : 01 30 84 30 54  
[malika.izza@yvelines.gouv.fr](mailto:malika.izza@yvelines.gouv.fr)

**PORTER A CONNAISSANCE (PAC)  
POUR LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ  
DE LA COMMUNE DE ORPHIN**



## Table des matières

<b>A) LA RÉFORME DES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ .....</b>	<b>4</b>
1) Objectifs d'un règlement local de publicité	
2) Champ d'application du règlement local de publicité (RLP)	
3) Procédure d'élaboration du RLP	
4) Le contenu du RLP	
<b>B) LE RAPPORT DE COMPATIBILITE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE.....</b>	<b>7</b>
1) La charte d'un parc national	
2) La charte d'un parc naturel régional	
<b>C) LES SITES SENSIBLES ET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....</b>	<b>7</b>
1) Les interdictions absolues décrites à l'article L.581-4 du code de l'environnement	
2) Les interdictions relatives décrites à l'article L.581-8 du code de l'environnement	
3) Les zones à protéger d'un PLU et les espaces boisés classés de l'article R 581 30 du code de l'environnement	
<b>D) LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITES PAR UN RLP.....</b>	<b>8</b>
1) Sur les palissades de chantier	
2) Publicité effectuée en exécution d'une décision	
<b>E) L'AFFICHAGE D'OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS.....</b>	<b>9</b>
<b>F) LES DISPOSITIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE LUMINEUSE ET NUMERIQUE....</b>	<b>9</b>
<b>G) DISPOSITIONS LIEES A PROXIMITE DES ROUTES A GRANDE CIRCULATION, AUTOROUTES, VOIES EXPRESS ET BRETELLE DE RACCORDEMENT.....</b>	<b>10</b>
<b>H) AUTRES PRESCRIPTIONS APPLICABLES AUX DISPOSITIFS DE PUBLICITE, D'ENSEIGNES ET PREENSEIGNES.....</b>	<b>10</b>
1) Prescriptions relatives à l'utilisation du domaine public	
2) Prescriptions du code de la route relatives aux publicités, enseignes et préenseignes	
3) Les recommandations eu égard à un plan de prévention des risques d'inondation	

# Règlement local de publicité

(articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement  
articles R.581-1 et suivants du code de l'environnement)

Le règlement local de publicité (RLP) est un instrument de planification locale de la publicité pour des motifs de protection du cadre de vie. Son adoption répond à la volonté d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités du territoire en prévoyant des dispositions plus restrictives que ce dernier. Il s'agira d'apporter grâce au zonage du RLP une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager ou naturel qu'il convient de protéger même si le territoire ne présente pas de caractère remarquable.

En l'absence de RLP, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le préfet. Toutefois, s'il existe un règlement local de publicité, ces compétences sont exercées par le maire au nom de la commune. Si l'EPCI est compétent dans l'élaboration et la révision du règlement local de publicité intercommunal, l'instruction et le pouvoir de police restent du ressort de la commune.

Le maire ou le président de l'EPCI compétent conduisent donc la procédure d'élaboration du RLP(i) (article R.123-15 du code de l'urbanisme). A cette fin, l'État au travers du préfet de département joue un rôle primordial dans le cadre du «porter à connaissance» (PAC).

Dès notification de la délibération prescrivant le RLP, le préfet doit porter à la connaissance du maire ou du président de l'EPCI l'ensemble des dispositions particulières applicables au territoire concerné qui lui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement (article L.121-2 et R.121-1 du code de l'urbanisme).

## A) LA RÉFORME DES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ

### 1) Objectifs d'un règlement local de publicité

L'objectif premier d'un RLP est de préserver le cadre de vie des habitants de la commune et/ou de l'intercommunalité en portant un soin particulier à la mise en valeur du patrimoine architectural naturel et paysager. En effet un recours non maîtrisé de l'expression commerciale que représente la publicité peut être source de pollution visuelle et de dénaturation des paysages.

En application de l'article L.581-14 du code de l'environnement, la commune ou l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme peut élaborer sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'établissement public un règlement local de publicité qui adapte en agglomération, les dispositions prévues à l'article L.581-9 du code de l'environnement.

En dehors de l'agglomération, et dans des conditions particulières décrites à l'article L.581-7 du code de l'environnement, la publicité peut être autorisée par un règlement local de publicité.

Conformément aux dispositions de l'article L.581-18 du code de l'environnement, le règlement local de publicité peut également prévoir des prescriptions relatives aux enseignes dans des conditions plus restrictives que celles du règlement national et ce, sur l'ensemble du territoire communal (en ou hors agglomération). Par ailleurs, dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation.

Selon les dispositions de l'article R.110-2 du code de la route, l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire en application de l'article R.411-2 du code de la route et sont représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

## **2) Champ d'application du règlement local de publicité**

### *a) Dispositions générales applicables à toutes publicités*

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L. 581-4, la publicité est interdite :

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

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

3° sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

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

### *b) En ce qui concerne la partie de territoire communal située à l'intérieur de l'agglomération*

Sous réserve des dispositions des articles L.581-4, L.581-8 et L.581-13 du code de l'environnement, le règlement local de publicité définit dans l'agglomération une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national (article L.581-14 code environnement).

### *c) Le nouveau périmètre d'interdiction de publicité en agglomération autour des monuments historiques*

La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP), a porté à 500 m le rayon du périmètre d'interdiction de publicité autour des monuments historiques (au lieu de 100 m).

Cette nouvelle interdiction entrera en vigueur dès l'approbation du nouveau règlement local de publicité d'Orphin, en application de l'article 112 de cette même loi. Toutefois, conformément aux dispositions du dernier alinéa du I de l'article L.581-8 et du 2ème alinéa de l'article L.581-14 du code de l'environnement, cette interdiction pourra être levée sur tout ou partie du périmètre d'un rayon de 500 m autour de chaque monument historique (cf. paragraphe C-3 deux premiers alinéas ci-après), à condition que la réglementation appliquée soit plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

### *d) En ce qui concerne la partie de territoire communal située en dehors de l'agglomération*

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, la publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité du cadre de vie et du paysage (article L.581-7 du code de l'environnement).

Le règlement local de publicité délimite alors le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi permis et édicte les prescriptions qui leur sont applicables. Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération. Une bretelle de raccordement autoroutière est une route reliant les autoroutes au reste du réseau routier (article R.581-77 du code de l'environnement).

### **3) Procédure d'élaboration du règlement local de publicité**

#### *a) Procédure semblable à la procédure PLU*

En application des dispositions de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue à l'article L.123-13 et des dispositions transitoires de l'article L.123-19 du même code.

Le maire ou le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

#### *b) La commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS) Formation publicité*

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale ou la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites (CDNPS). En formation publicité, le maire ou le président de l'EPCI est invité à siéger à la séance au cours de laquelle le projet est examiné et a voix délibérative. L'avis de la CDNPS est pris au vu d'un rapport de l'État. Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

### **4) Le contenu d'un règlement local de publicité**

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

#### *a) Le rapport de présentation*

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et les objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs. Le diagnostic est l'occasion de recenser les dispositifs publicitaires en infraction avec le RNP et d'identifier les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu de dispositions législatives (article L.581-4 et L.581-8). Le diagnostic doit aussi permettre d'identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique. L'expertise des services déconcentrés de l'État (DDT et DRIEE) ainsi que celle du conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement (CAUE) pourra être à cet égard sollicitée.

#### *b) La partie réglementaire*

La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L.581-9 et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8 du code de l'environnement en ce qui concerne la publicité et les pré-enseignes en agglomération, ainsi que le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R.581-66 et R.581-77 du code de l'environnement en ce qui concerne les pré-enseignes dites «dérogoires» mentionnées au dernier alinéa de l'article L.581-19 et au III de l'article L.581-20 du code de l'environnement. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.



### *c) Les annexes*

Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci.

Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route doivent être représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

## **B) LE RAPPORT DE COMPATIBILITÉ DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ**

### **1) La charte d'un parc national**

Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicable à l'aire d'adhésion d'un parc national mentionnées au 2° du I de l'article L.331-3 du code de l'environnement. A noter que le département des Yvelines n'a pas de parc national.

*Le département des Yvelines n'a pas de parc national.*

### **2) La charte d'un parc naturel régional**

Les dispositions du règlement local de publicité devront être compatibles avec les orientations et mesures de la charte d'un parc naturel régional (décret n°2011-1430 du 3 novembre 2011) mentionnées au II de l'article L.333-1 du code de l'environnement.

*Le territoire d'Orphin ne fait pas partie d'un parc naturel régional.*

## **C) LES SITES SENSIBLES ET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ**

### **1) Les interdictions absolues décrites à l'article L.581-4 du code de l'environnement**

Le règlement local de publicité ne peut pas déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-4-I et II du code de l'environnement qui dispose que toute publicité est interdite :

- 1°) sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques (cf. articles 100-4 de la loi LCAP du 7 juillet 2016) ;
- 2°) sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- 3°) dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- 4°) sur les arbres ;
- 5°) sur les immeubles qui, avant la prescription du RLP, auraient été identifiés comme présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque par arrêté du maire après avis de la commission départementale compétente en matière de sites dans sa formation publicité.

### **2) Les interdictions relatives décrites à l'article L.581-8 du code de l'environnement**

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-8-I du code de l'environnement, laquelle interdiction s'applique aux dispositifs situés dans les agglomérations et :

- 1°) aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine (cf. articles 100 -5-a et 112-I 3ème alinéa de la loi LCAP précitée ) => rayon du périmètre de protection porté à 500 m (au lieu de 100 m) ;
- 2°) dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du

- code du patrimoine (cf. article 100-5-a de la même loi) ;
- 3°) dans les parcs naturels régionaux.
- 4°) dans les sites inscrits (cf. article 100-5-b de la même loi) ;
- 5°) à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du code de l'environnement (cf. article 100-5-c de la même loi) ;
- 7°) dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- 8°) dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 du code de l'environnement (sites Natura 2000).

***La commune d'Orphin est concernée par les interdictions mentionnées aux articles L.581-4 et L.581-8,***

***Concernant les monuments historiques et les monuments naturels (sites inscrits et classés), se référer au courrier de l'UDAP daté du 3 janvier 2020 (ci-joint en annexe)***

***Concernant les sites NATURA 2000, le territoire d'Orphin n'est pas concerné.***

### **3) Les zones à protéger d'un PLU et les espaces boisés classés de l'article R.581-30 du code de l'environnement.**

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés dans le sol ou installés directement sur le sol sont interdits, en agglomération :

- 1°) dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme;
- 2°) dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur le plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

***La commune d'Orphin comporte des espaces boisés classés ainsi que des zones à protéger du PLU situés en agglomération.***

*Selon l'article L.130-1 du code de l'urbanisme, le classement en espaces boisés classés (EBC) interdit tout changement d'affectation ou tout mode d'occupation du sol de nature à compromettre la conservation, la protection ou la création des boisements.*

*A noter qu'au sens de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme, lorsque des zones non-boisées sont incluses en EBC, tout aménagement ou opération qui empêcherait la venue naturelle des bois y est interdit.*

## **D) LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITES PAR UN RLP**

### **1) Sur les palissades de chantier**

Conformément aux dispositions de l'article L.581-14 4ème alinéa du code de l'environnement, la publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L.581-8 du code de l'environnement (aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine et dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code).

Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2007, un nouveau dispositif autorise sous conditions une dérogation mesurée en faveur de l'affichage publicitaire sur les bâches d'échafaudages pour les monuments historiques. L'ensemble des sommes récoltées est utilisé pour financer les travaux de restauration qui ont nécessité les échafaudages (Articles L.621-29-8 et R.621-86 à R.621-91 du code du patrimoine).

entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes (art.581-35 du code de l'environnement).

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie.

Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Une publicité numérique peut avoir une surface unitaire maximale égale à 50 mètres carrés et s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol lorsqu'elle est installée sur l'emprise d'un aéroport dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes. Dans ce cas, le dispositif publicitaire numérique est apposé conformément aux prescriptions de l'autorité compétente en matière de police et respecte les prescriptions du quatrième alinéa de l'article R.581-34 et celles de l'article R.581-35.

*La commune d'Orphin possède une population de 898 habitants (INSEE 2016).*

#### **G) DISPOSITIONS LIEES A LA PROXIMITE DES ROUTES A GRANDE CIRCULATION, AUTOROUTES, VOIES EXPRESS ET BRETelles DE RACCORDEMENT A UNE AUTOROUTE.**

Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Dans les autres agglomérations ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

Sur l'emprise des aéroports et des gares, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent :

- ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ;
- ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.

La liste des routes à grande circulation est fixée par le décret 2009-615 du 3 juin 2009.

*La commune d'Orphin n'est pas concernée par les routes à grande circulation*

#### **H) AUTRES PRESCRIPTIONS APPLICABLES AUX DISPOSITIFS DE PUBLICITÉ, D'ENSEIGNES ET PRÉENSEIGNES**

##### **1) Prescriptions relatives à l'utilisation du domaine public**

###### *a) Les autorisations de voirie*

Selon les dispositions de l'article L.113-2 du code de la voirie routière, en dehors des cas prévus aux articles L.113-3 à L. 113-7 et de l'installation par l'État des équipements visant à améliorer la sécurité routière, l'occupation du domaine public routier n'est autorisée que si elle a fait l'objet, soit d'une permission de voirie dans le cas où elle donne lieu à emprise, soit d'un permis de stationnement dans les autres cas. Ces autorisations sont délivrées à titre précaire et révocable.

###### *b) Les règlements de voirie*

Les règlements de voirie peuvent comporter des prescriptions sur la publicité et les enseignes lorsque celles-ci sont prévues d'être installées en surplomb du domaine public routier.

## **2) Publicité effectuée en exécution d'une décision particulière**

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'excède pas une surface unitaire de 1,50m<sup>2</sup>.

## **E) L'AFFICHAGE D'OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS**

En application de l'article L.581-13 du code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations la surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (article R.581-2 code environnement):

- 1°) 4 m<sup>2</sup> pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 2°) 4 m<sup>2</sup> plus 2 m<sup>2</sup> par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 3°) 12 m<sup>2</sup> carrés plus 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (article R.581-3 du code de l'environnement).

Si le maire ne prend pas d'arrêtés relatifs aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, sera amené à déterminer le ou les emplacements nécessaires. Cependant, l'arrêté préfectoral cessera de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements.

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés à l'article L.581-4 du code de l'environnement (immeubles classés, monuments naturels, sites classés, cœur des parcs nationaux, réserves naturelles, arbres et immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque...).

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction déterminée à l'article L.581-8 et autoriser l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sur les palissades de chantiers dès lors que l'affichage est supérieur à 2m<sup>2</sup>.

*Sur la commune d'Orphin, une surface minimale de 4 m<sup>2</sup> doit être réservée à l'affichage d'opinions et des associations.*

## **F) DISPOSITIONS APPLICABLES À LA PUBLICITÉ LUMINEUSE ET NUMÉRIQUE**

La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique est cependant interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, quand bien même cette agglomération appartiendrait à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes

*c) Accessibilité de la voirie aux personnes à mobilité réduite (PMR)*

L'article 45 de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 modifiée par ordonnance n°2014-1090 du 26 septembre 2014 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées indique qu'un plan de mise en accessibilité de la voirie et des aménagements des espaces publics doit être établi dans chaque commune à l'initiative du maire ou, le cas échéant, du président de l'établissement public de coopération intercommunale. Ce plan fixe notamment les dispositions susceptibles de rendre accessible aux personnes handicapées et à mobilité réduite l'ensemble des circulations piétonnes et des aires de stationnement d'automobiles situées sur le territoire de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale.

Les aménagements destinés à assurer aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, et aux personnes à mobilité réduite l'accessibilité des voies publiques ou privées ouvertes à la circulation publique et des autres espaces publics doivent satisfaire aux caractéristiques techniques définies dans le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 et l'arrêté ministériel du 15 janvier 2007. Ces textes précisent notamment qu'un cheminement doit avoir une largeur minimale de 1,40m libre de mobilier ou de tout autre obstacle éventuel et que cette largeur peut toutefois être réduite à 1,20m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.

**2) Prescriptions du code de la route relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes**

En application des articles R.418-1 à R.418-9 du code de la route, dans l'intérêt de la sécurité routière, la publicité, les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes peuvent être interdites sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, lorsqu'elles en sont visibles.

**3) Les recommandations relatives aux plans de prévention des risques d'inondation**

Dans les zones inondables, les dispositifs de publicité, d'enseignes ou pré-enseignes ne doivent pas gêner l'écoulement des eaux, en cas de crue, ce afin d'éviter de créer des embâcles.

*La commune d'Orphin est citée dans l'arrêté préfectoral du 2 novembre 1992, portant délimitation du périmètre des zones à risque d'inondation des cours d'eau non domaniaux et valant PPRI.*

Fait à Versailles le 24 JAN. 2020

La directrice départementale des territoires



**Isabelle DERVILLE**

