



Elaboration du Règlement Local de Publicité

Réunion de présentation du diagnostic

2 octobre 2024



SOMMAIRE

1. Diagnostic des publicités et préenseignes
2. Diagnostic des enseignes
3. Orientations possibles pour le RLP



Introduction

PROCÉDURE DE RLP



PHASE 1 : Diagnostic

Délibération prescrivant l'élaboration du RLP définissant les objectifs en matière de publicité extérieure et les modalités de concertation

Débat sur les orientations au moins 2 mois avant l'arrêt du projet en CM



PHASE 2 : Elaboration du RLP

Délibération arrêtant le projet de RLP et tirant le bilan de la concertation

Avis des PPA et de la CDNPS puis enquête publique



PHASE 3 : Etape administrative

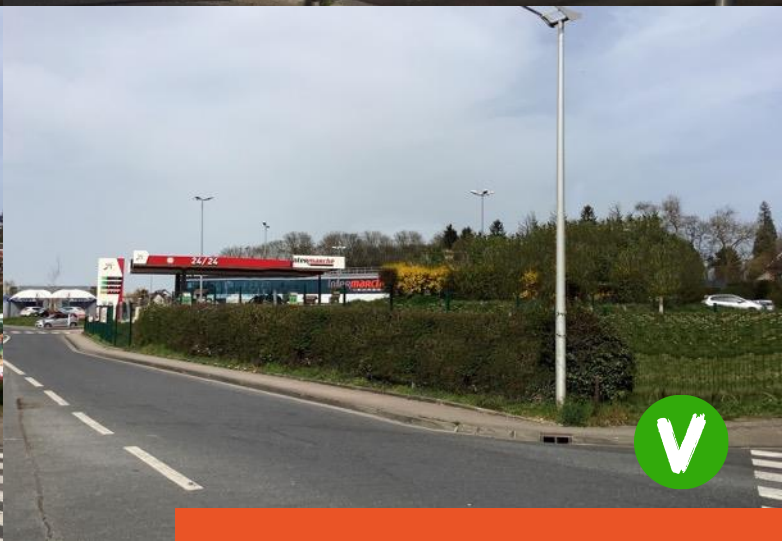
Délibération d'approbation du projet de RLP

CE QUE PERMET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

► Adapter localement les dispositions prévues par le code de l'environnement en matière :

- D'emplacements (muraux, scellés au sol, etc.), de densité, de surface, de hauteur et d'entretien
- De types de dispositifs (bâches, micro-affichage, etc.)
- D'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique
- De publicités et d'enseignes lumineuses (et en particulier numériques)
- Encadrer les publicités et enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines (non encadré par le code de l'environnement)





INTÉRÊT DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

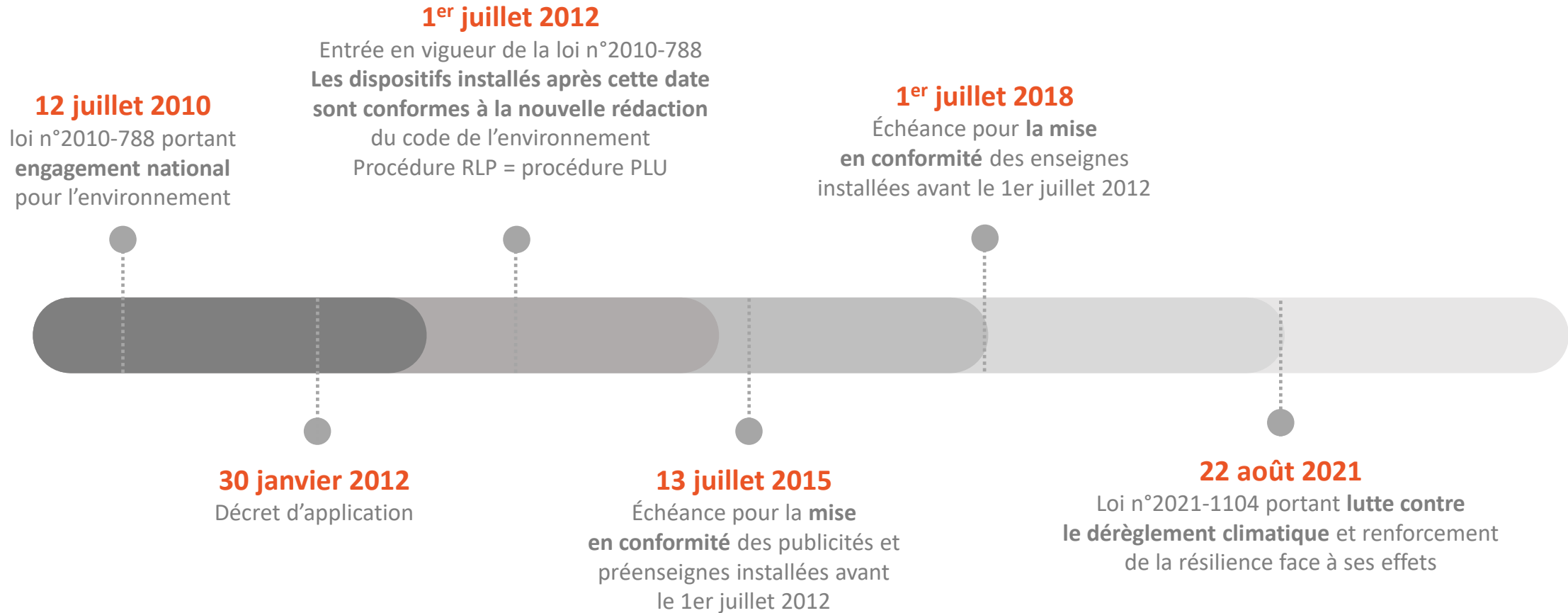
► Le RLP est l'unique document réglementaire qui régit les publicités, les enseignes et les préenseignes.

Il permet à la commune de protéger le cadre de vie :

- en valorisant le patrimoine paysager, architectural et naturel,
- en renforçant l'attractivité et le dynamisme des zones d'activités,
- en améliorant l'image du territoire (centre-ville, entrées de ville...), etc.

Attention : depuis le 1er janvier 2024, le maire est l'autorité de police en matière d'affichage

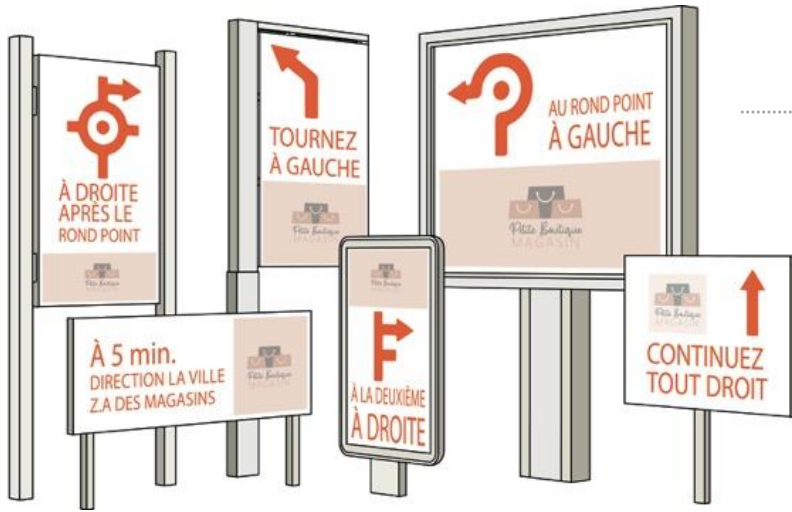
QUELQUES DATES IMPORTANTES





Publicités et préenseignes

DÉFINITIONS



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

Une publicité : à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.



Règlementation identique sauf exception

PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES : INTERDICTION ABSOLUE DE PUBLICITÉ HORS AGGLOMÉRATION

- *Agglomération = espace sur lequel sont groupés des 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.*
- La réalité du bâti prévaut sur l'installation des panneaux d'entrée et de sortie (CE, 02/03/1990).
- Les limites d'agglomération sont fixées par arrêté du maire.

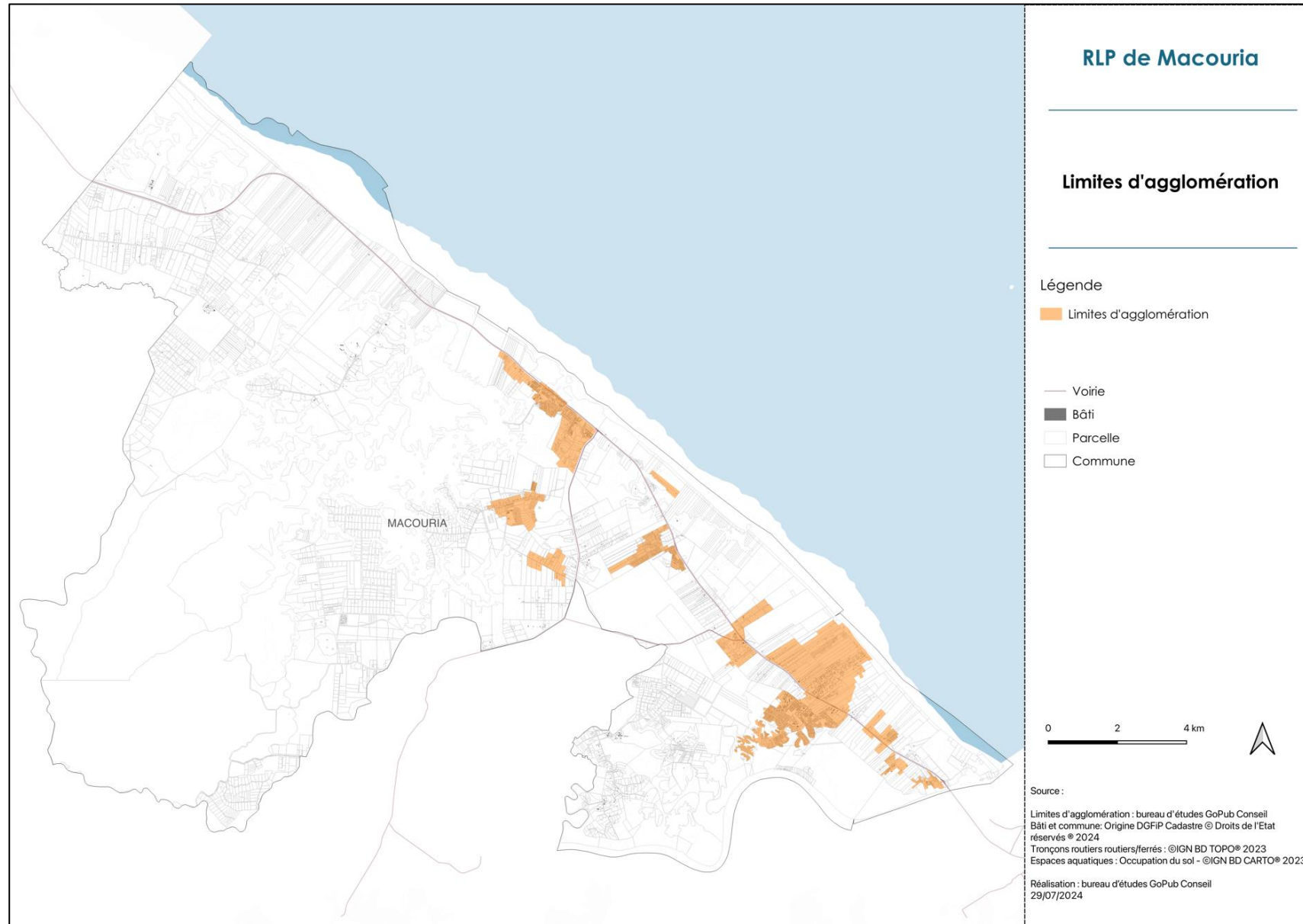


Depuis le 13 juillet 2015, 4 dérogations subsistent :

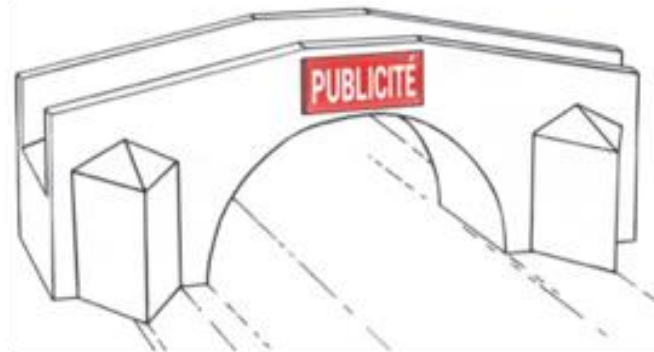
- Les activités en relation avec **la fabrication ou la vente de produits du terroir** par des entreprises locales
- **Les activités culturelles**
- Les **monuments historiques**, classés ou inscrits, ouverts à la visite
- A titre temporaire, **des opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles** à caractère culturel ou touristique



PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES : INTERDICTION ABSOLUE DE PUBLICITÉ HORS AGGLOMÉRATION



PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES : INTERDICTIONS ABSOLUES DE PUBLICITÉ



Interdictions absolues de publicité :

- Sur les arbres et plantations
- Sur les murs de cimetière ou de jardins publics
- Sur les équipements publics relatifs à la circulation
- Sur les poteaux de transport et de distribution d'électricité
- Sur les murs ou clôtures non-aveugles

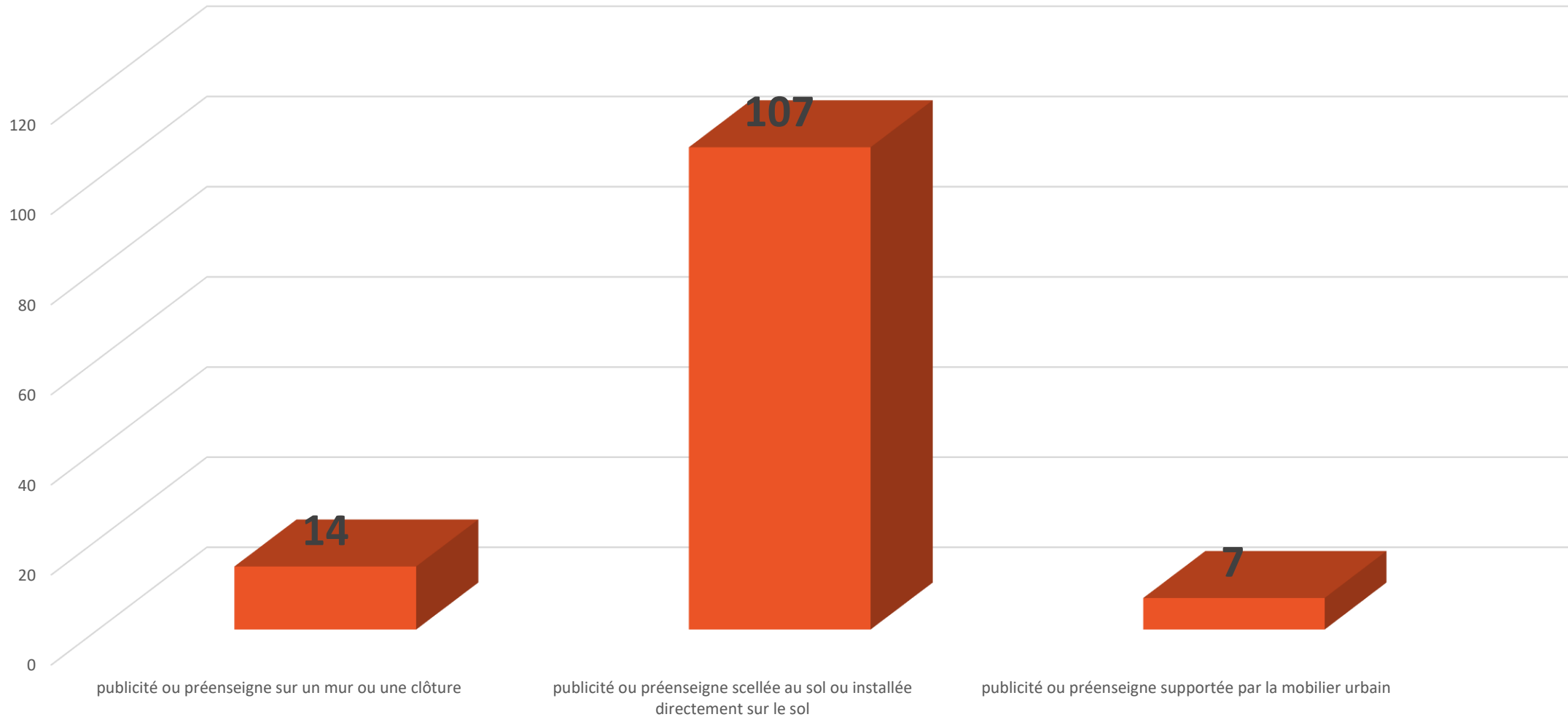
PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES : PRINCIPAUX FORMATS PUBLICITAIRES EN FONCTION DU NOMBRE D'HABITANTS

	Agglomération de moins de 10 000 habitants hors d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Agglomération de moins de 10 000 habitants dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Agglomération de plus de 10 000 habitants
Publicité (ou préenseigne) sur un mur ou une clôture	surface $\leq 4,7 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$
Publicité (ou préenseigne) scellée au sol ou installée directement sur le sol	INTERDITE	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$
Bâche publicitaire et dispositif de dimensions exceptionnelles	INTERDITS	INTERDITS	AUTORISES
Publicité (ou préenseigne) lumineuse éclairée par projection ou transparence	surface $\leq 4,7 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6\text{m ou } 7,5 \text{ m}$ Extinction : 1h – 6h	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6\text{m ou } 7,5 \text{ m}$ Extinction : 1h – 6h
Publicité (ou préenseigne) lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (notamment numérique)	INTERDITE	surface $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ Extinction : 1h – 6h	surface $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ Extinction : 1h – 6h

Cas des agglomérations de la commune

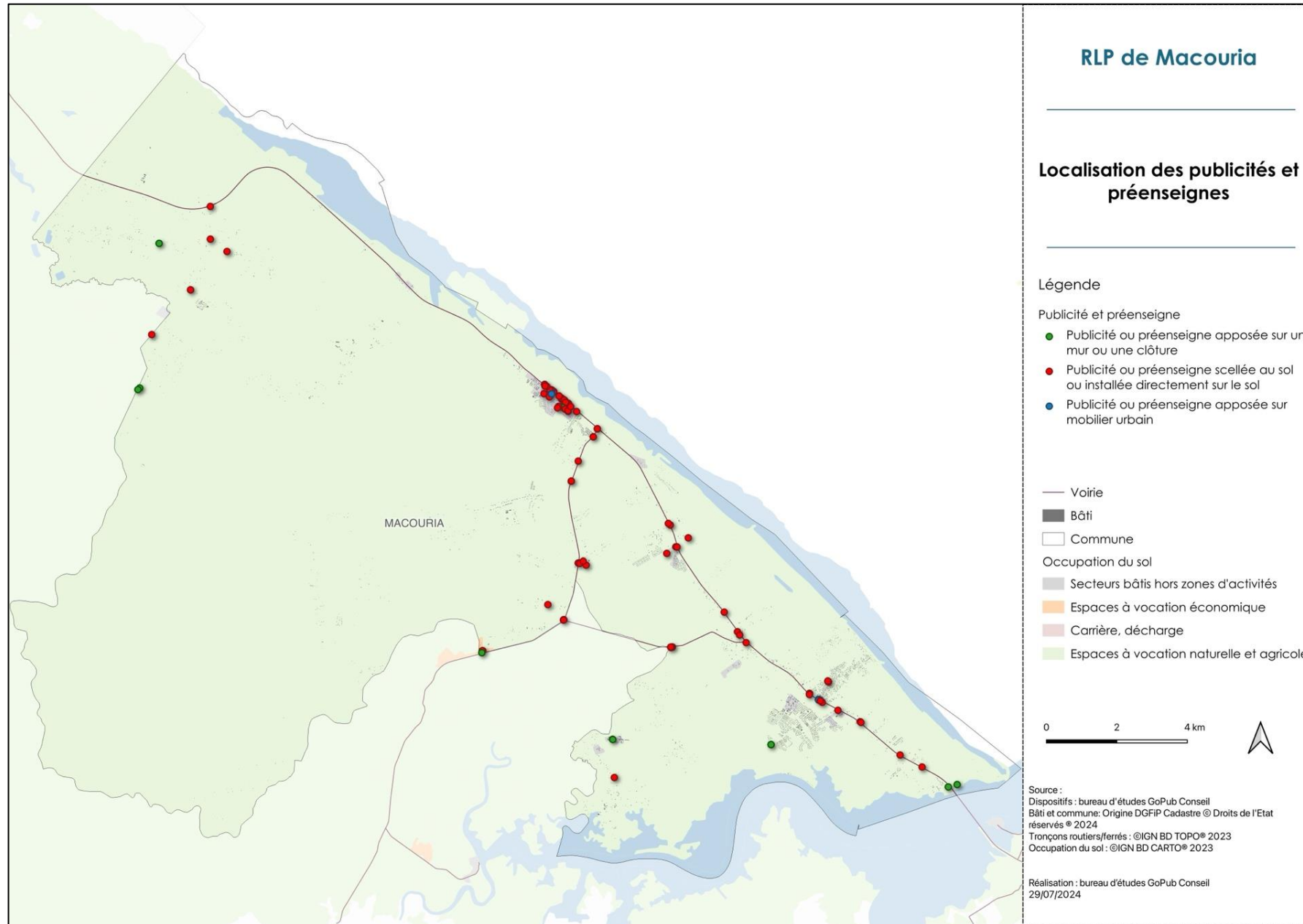
PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES : RÉPARTITION

128 publicités et préenseignes sur le territoire



La plupart des publicités et préenseignes non conformes au code de l'environnement

PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES : LOCALISATION



PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL

107 publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol inventoriées

Principales caractéristiques

Localisation : axes structurants de la commune (N1)

Surface : un nombre important de petits dispositifs

Densité : un dispositif par unité foncière pour la plupart

Conformité : plus de 70% en infraction

Enjeux

- Mise en conformité
- Réduction de la présence de cette forme de publicité ayant un fort impact paysager
- Alternatives possibles : SIL, RIS, Panneau de signalisation routière

Surface	Moins de 4,7 m ²	De 4,7 à 10,5 m ²	Supérieur à 10,5 m ²
Nombre de dispositifs	71	10	26



PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES APPOSÉES SUR MUR OU CLÔTURE

14 publicités et préenseignes apposées sur un mur ou sur une clôture inventoriées

Principales caractéristiques

Localisation : diffuse sur la commune

Surface : uniquement des petits dispositifs (< 2,5 m²)

Densité : un dispositif par unité foncière pour la plupart

Conformité : près de 93% en infraction

Enjeux

- Mise en conformité
- Densité faible à conserver
- Petits formats à conserver



PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES SUPPORTÉES À TITRE ACCESSOIRE PAR LE MOBILIER URBAIN

7 publicités et préenseignes supportées à titre accessoire par le mobilier urbain

Principales caractéristiques

Localisation : le long de la N1

Surface : 2 m² (uniforme sur le territoire communal)

Conformité : conforme au règlement national

Enjeux

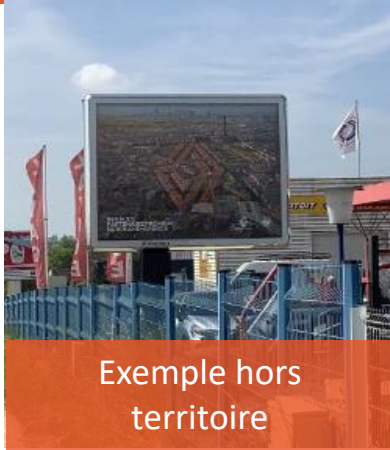
- Maintien de l'uniformité en termes de format



PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES LUMINEUSES

Une publicité lumineuse est une publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Éclairée par transparence



Éclairée par projection



Numérique



Faible présence de la publicités et préenseignes lumineuses

Principales caractéristiques

Localisation : 2 dispositifs numériques identifiées uniquement

Enjeux

- Économie d'énergie
- Préservation de la biodiversité
- Réduction de la pollution lumineuse

LES ORIENTATIONS **POSSIBLES** EN MATIÈRE DE PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

Orientation 1

Réduire la densité publicitaire et le format publicitaire en particulier pour les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées sur le sol (forme de publicités la plus présente) sur le territoire communal

Orientation 2

Limiter l'impact des publicités et préenseignes lumineuses (notamment numériques) en fixant une plage d'extinction nocturne et en réglementant ou interdisant le numérique dans certaines zones et cela y compris à l'intérieur des vitrines

Orientation 3

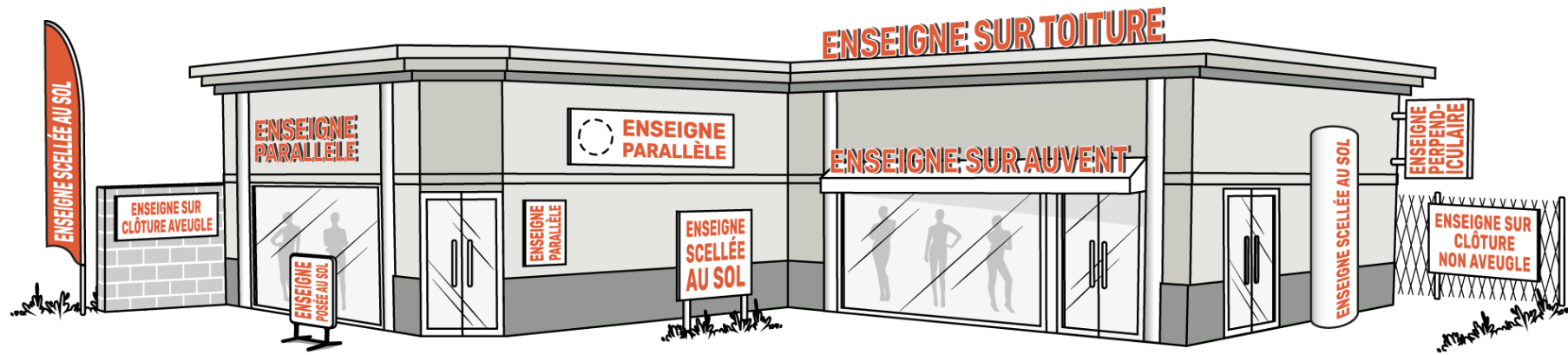
Maintenir la faible présence ou l'absence des publicités sur les murs ou clôtures, des bâches publicitaires ou encore de la publicité sur le mobilier urbain





Enseignes

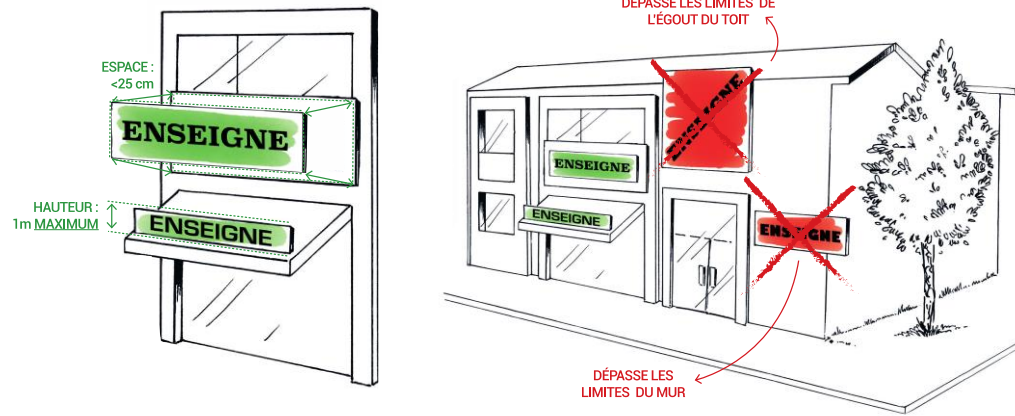
DÉFINITIONS



Une enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s’y exerce.

Près de **300** enseignes échantillonnées sur le territoire

ENSEIGNES PARALLÈLES AU MUR



Ne doit pas dépasser les limites du mur support ou les limites de l'égout du toit

Saillie \leq 25 cm

RNP

Principaux constats du diagnostic

Nombre : la principale catégorie d'enseignes sur le territoire

Implantation : globalement une bonne insertion dans les paysages du territoire

Conformité : très peu d'infractions au RNP

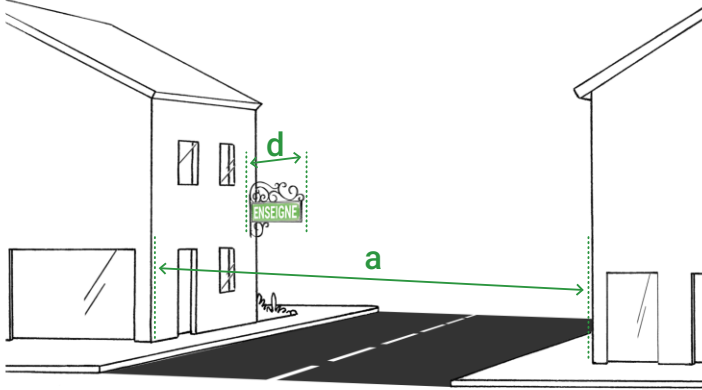
Enjeux : respect du règlement national



ENSEIGNES PERPENDICULAIRES AU MUR

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$a \geq \frac{1}{10} a$$



Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support

Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant 2 alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

Interdit devant un balcon ou une fenêtre

RNP

Principaux constats du diagnostic

Nombre : peu d'enseignes perpendiculaires sur le territoire

Caractéristiques :

- nombre : 1 par activité pour la plupart
- saillie < 1 m pour la plupart

Conformité : conformes au RNP

Enjeux : respect du règlement national et prises en compte des caractéristiques du territoire



SURFACE CUMULÉE DES ENSEIGNES EN FAÇADE



Façade < 50 m²

Façade ≥ 50 m²

25% d'enseignes

15 % d'enseignes

RNP

Constats du diagnostic

Conformité : quelques infractions au RNP

Enjeu : respect du règlement national permet d'éviter la surenchère en façade

ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL



L'ensemble de ces dispositions sont applicables si l'enseigne mesure plus d'un mètre carré

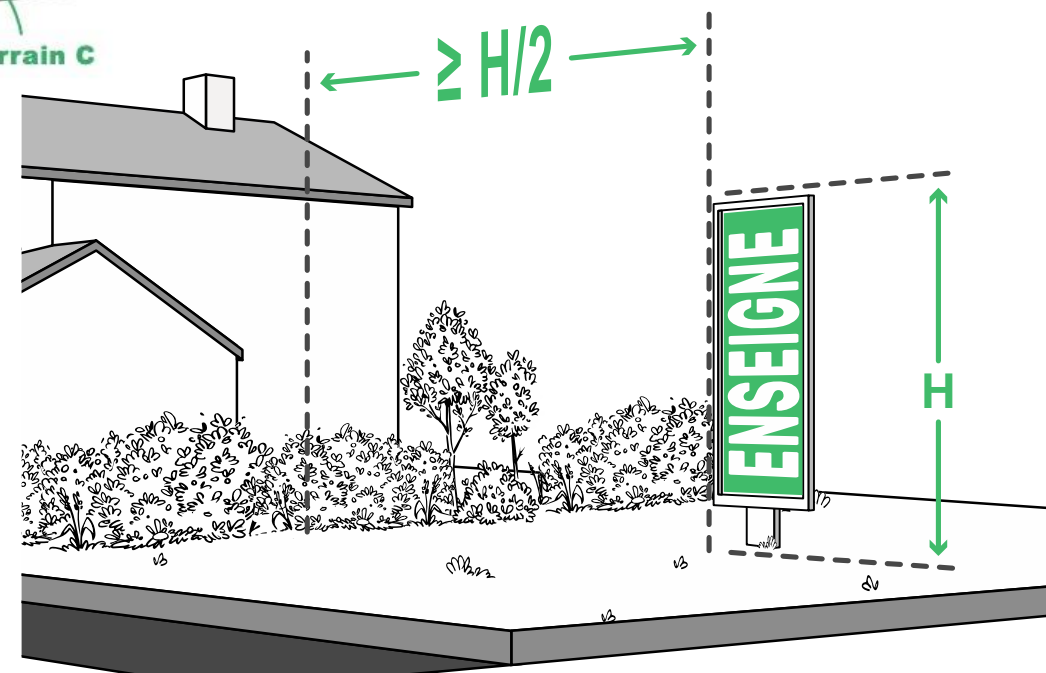
Une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité

Surface $\leq 6 \text{ m}^2$ ($10,5 \text{ m}^2$ si agglomération $> 10\ 000$ habitants)

Hauteur maximale :

- 6,5 m si largeur $\geq 1 \text{ m}$
- 8 m si largeur $< 1 \text{ m}$

RNP



ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL

Principaux constats du diagnostic

Nombre : seconde catégorie d'enseignes la plus présente

Caractéristiques :

- surface < 6 m² pour la plupart
- hauteur au sol < 6 m pour la plupart

Conformité : quelques infractions au RNP (nombre et surface)

Enjeux : respect du règlement national, harmonisation des règles entre agglomérations, pas de règles nationales si l'enseigne mesure moins d'un mètre carré



ENSEIGNES SUR CLÔTURE

Pas de règle dans le code de l'environnement sur cette catégorie d'enseigne

RNP

Principaux constats du diagnostic

Nombre : peu d'enseignes sur clôture sur le territoire

Caractéristiques :

- surface < 2 m² pour la plupart
- nombre : 1 par activité pour la plupart
- sur clôture non aveugle pour la plupart

Enjeux : prise en compte des caractéristiques du territoire pour définir un cadre réglementaire local à ce type d'enseignes

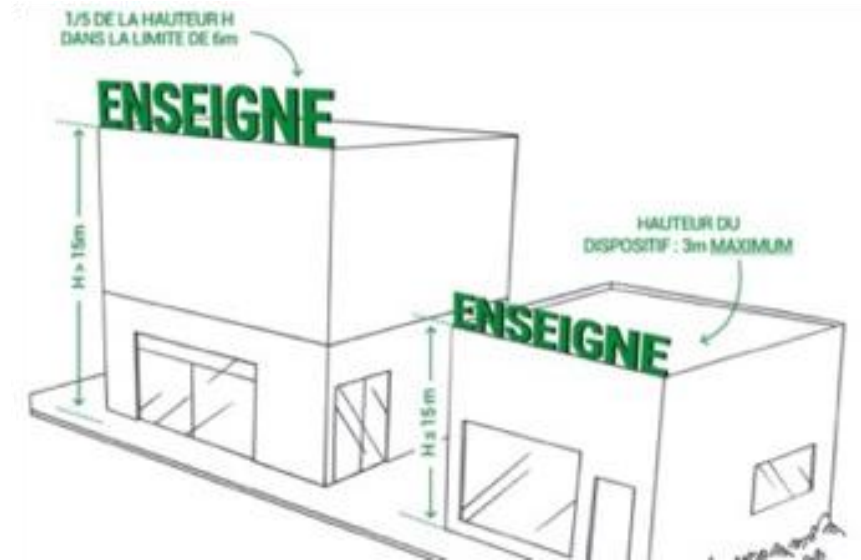


ENSEIGNES SUR TOITURE OU TERRASSE EN TENANT LIEU

Surface cumulée $\leq 60 \text{ m}^2$

RNP

Réalisée en lettres/signes découpés sans panneau de fond de plus de 50 cm



Principaux constats du diagnostic

Nombre : huit enseignes sur toiture

Conformité : toutes illégales car panneau de fond

Enjeux : respect du règlement national et réduction de l'impact paysager de ces enseignes



ENSEIGNES LUMINEUSES

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses : 01h00 – 06h00 sauf pour les activités nocturnes

Enseignes clignotantes interdites sauf pour les services d'urgence comme les pharmacies

RNP

Principaux constats du diagnostic

Caractéristiques :

- grande diversité de type d'éclairage : LED, néons, rétroéclairé, spots, etc.
- aucune enseigne numérique extérieure ou

intérieure

Enjeux :

- Économie d'énergie
- Préservation de la biodiversité
- Réduction de la pollution lumineuse



ENSEIGNES TEMPORAIRES

Sont considérées comme **enseignes temporaires** :

1° Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Règles applicables aux enseignes temporaires = « partiellement » les règles des enseignes permanentes

RNP



Principaux constats du diagnostic

Peu d'enseignes temporaires sur le territoire à l'exception des promotions et des opérations immobilières

Enjeux :

- Harmoniser lorsque cela est possible avec les enseignes permanentes



LES ORIENTATIONS POSSIBLES EN MATIÈRE D'ENSEIGNES

Orientation 4

Eviter l'implantation d'enseignes à certains endroits (sur les arbres, sur les marquises, etc.) et compléter la réglementation nationale des enseignes en façade

Orientation 5

Limiter la place des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en les encadrant lorsqu'elles font moins d'un mètre carré et en harmonisant leur format lorsqu'elles dépassent un mètre carré (hauteur au sol, surface, etc.)

Orientation 6

Limiter l'impact des enseignes lumineuses (notamment numériques) en fixant une plage d'extinction nocturne et en réglementant ou interdisant les enseignes numériques dans certaines zones et cela y compris à l'intérieur des vitrines

Orientation 7

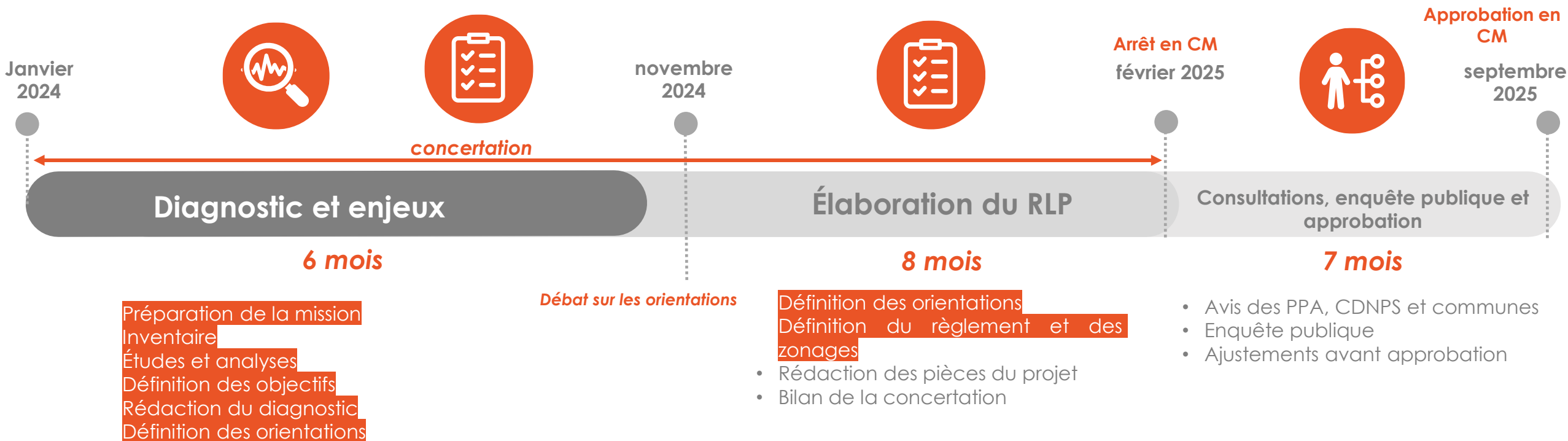
Renforcer la réglementation en matière d'enseignes temporaires



The image features a solid orange background with a faint, light-colored street map pattern. A large, semi-transparent white circle is centered on the page, containing the text 'Planning prévisionnel' in a bold, orange, sans-serif font. The text is arranged in two lines: 'Planning' on the top line and 'prévisionnel' on the bottom line. The overall design is clean and professional, typical of a presentation slide.

Planning prévisionnel

PLANNING PRÉVISIONNEL



PLANNING DES RÉUNIONS

8 réunions

Diagnostic

1

Une réunion de démarrage
(22 janvier 2024)

**Une réunion de
présentation du diagnostic**
(2 octobre 2024)

Elaboration du RLP

2

Une réunion de choix réglementaires et
zonage (2 octobre 2024)

Une réunion PPA
**Une réunion avec les commerçants,
professionnels et associations**
Une réunion publique
(3 et 4 octobre 2024)

*Une réunion avant l'arrêt - bilan de la
concertation (décembre 2024)*

De l'arrêt à l'approbation

3

*Une réunion avant
l'approbation (août ou
septembre 2025)*

En italique = réunion en visioconférence

En orange : réunion de concertation

Surligné : réunion réalisée

