

# Commune de Viriat



RAPPORT DE PRÉSENTATION

## *Révision du règlement local de publicité*

Décembre 2021

# TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>4</b>
CONTEXTE LÉGISLATIF.....	4
INTÉRÊT DE LA RÉVISION DU RLP.....	4
<b>1 LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ</b> .....	<b>6</b>
1.1   LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE.....	6
1.2   LES PIÈCES CONSTITUTIVES DU RLP .....	8
1.2.1   Le rapport de présentation.....	8
1.2.2   Le règlement.....	8
1.2.3   Les annexes.....	8
1.3   LE CHAMP D'APPLICATION MATÉRIEL.....	9
1.3.1   La publicité.....	9
1.3.2   L'enseigne.....	10
1.3.3   La préenseigne .....	11
1.3.4   Le cas particulier des préenseignes dérogatoires .....	12
1.3.5   L'affichage d'opinion.....	13
1.3.6   Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation.....	14
<b>2 ANALYSE TERRITORIALE</b> .....	<b>15</b>
2.1   APPROCHE GLOBALE.....	15
2.2   LE PATRIMOINE NATUREL .....	17
2.3   LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL.....	18
2.4   LE RÉSEAU VIAIRE.....	19
2.5   LES ZONES D'ACTIVITÉS OU COMMERCIALES.....	20
2.6   LES QUARTIERS RÉSIDENTIELS.....	21
2.7   SYNTHÈSE DES ENJEUX POUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE.....	22
<b>3 LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES</b> .....	<b>24</b>
3.1   LE CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE.....	24
3.1.1   La population de référence .....	24
3.1.2   L'agglomération.....	24
3.2   LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES À LA PUBLICITÉ.....	27
3.2.1   La surface de la publicité .....	27
3.2.2   Les principales règles applicables à la publicité murale .....	27
3.2.3   Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol .....	27
3.2.4   Le régime applicable au mobilier urbain .....	27
3.2.5   Le régime applicable à la publicité numérique.....	27
3.2.6   La publicité sur véhicules terrestres.....	28
3.2.7   La publicité sur bâches .....	28

3.2.8   La publicité sur toiture .....	28
3.2.9   La règle nationale de densité .....	28
3.2.10   L'obligation d'extinction nocturne .....	28
3.2.11   Le régime de déclaration ou d'autorisation .....	29
3.2.12   Tableau de synthèse des règles applicables .....	29
<b>3.3   LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES AUX ENSEIGNES.....</b>	<b>30</b>
3.3.1   Les principales règles applicables à l'enseigne murale .....	30
3.3.2   Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol .....	30
3.3.3   Les principales règles applicables à l'enseigne sur toiture ou terrasse .....	31
3.3.4   Les principales règles d'extinction nocturne .....	31
<b>3.4   LE POUVOIR DE POLICE .....</b>	<b>32</b>
<b>3.5   LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP ACTUEL.....</b>	<b>33</b>
<b>4 LE DIAGNOSTIC .....</b>	<b>34</b>
4.1   MÉTHODE DE RECENSEMENT.....	34
4.1.1   Publicité .....	34
4.1.2   Enseignes .....	35
4.2   LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITÉ.....	36
<b>5 LES CONSTATS .....</b>	<b>43</b>
5.1   PUBLICITÉ.....	43
5.2   ENSEIGNES .....	43
5.2.1   Hors agglomération.....	43
5.2.2   Le patrimoine naturel .....	44
5.2.3   Le patrimoine architectural.....	44
5.2.4   Le réseau viaire .....	45
5.2.5   Les zones d'activités ou commerciales.....	45
5.2.6   Le centre-village et les quartiers résidentiels.....	46
5.3   SYNTHÈSE DES CONSTATS.....	48
5.3.1   Publicité .....	48
5.3.2   Enseignes .....	48
<b>6 LES ORIENTATIONS .....</b>	<b>49</b>
6.1   PUBLICITÉ : .....	49
6.2   ENSEIGNES : .....	49
<b>7 EXPLICATION DES CHOIX .....</b>	<b>50</b>
7.1   ZONAGE .....	50
7.1.1   Publicité .....	50
7.1.2   Enseignes .....	50
7.2   PARTIE RÉGLEMENTAIRE.....	50
7.2.1   Publicité .....	50
7.2.2   Enseignes .....	51

# INTRODUCTION

## CONTEXTE LÉGISLATIF

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE ou « Grenelle II ») est le dernier grand texte législatif ayant adopté des dispositions en matière de publicité. Parmi les nombreuses modifications apportées aux règles antérieures, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement, il convient de retenir celles qui concernent l'institution par les communes ou leurs groupements compétent en matière de PLU d'un règlement local de publicité (RLP). Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets d'application qui constituent le règlement national de la publicité (RNP). Ils ont été codifiés aux articles R.581-1 et suivants du Code de l'environnement.

Depuis la loi ENE, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui devient donc intercommunal (RLPi). A défaut, les règlements locaux de publicité sont communaux, ce qui est le cas de Viriat.

## INTÉRÊT DE LA RÉVISION DU RLP

### *La caducité*

Actuellement, la ville de Viriat dispose d'un règlement local de publicité (RLP) communal. Adopté en 1998, antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, on dit à son propos qu'il s'agit d'un règlement de publicité de première génération. Or l'article L.581-14-3 du Code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, à peine de caducité.

Cette caducité a été portée du 13 juillet 2020 au 13 janvier 2021 par l'article 29 de la Loi n° 2020-734 du 17 juin 2020.

### *Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire*

Les règlements locaux de publicité (RLP) sont devenus de véritables instruments de planification locale. Ils offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicités, enseignes et préenseignes.

Les RLP s'inscrivent dans une vision stratégique du territoire. Élaborés selon une procédure identique à celle des plans locaux d'urbanisme (PLU), ils visent à préserver les paysages et à améliorer le cadre de vie.

Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLP sera établi.

**Le RLP institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.58-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLP peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité. Sont notamment concernés les lieux suivants :**

- les sites patrimoniaux remarquables (SPR) ;
- les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques;
- les sites inscrits et sites Natura 2000.

# 1. LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 1.1 | LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLP est identique à celle d'un PLU (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).

**La délibération de prescription du RLP en date du 10 décembre 2019, a précisé les objectifs poursuivis :**

- préserver l'image attractive de la commune grâce à une réduction significative de l'affichage publicitaire ;
- protéger le cadre de vie grâce à une diminution importante de la pollution visuelle;
- limiter la consommation énergétique liée à l'affichage publicitaire.

Elle a également défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLP (articles L.103-2 et L.153-11 du Code de l'urbanisme).

**Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :**

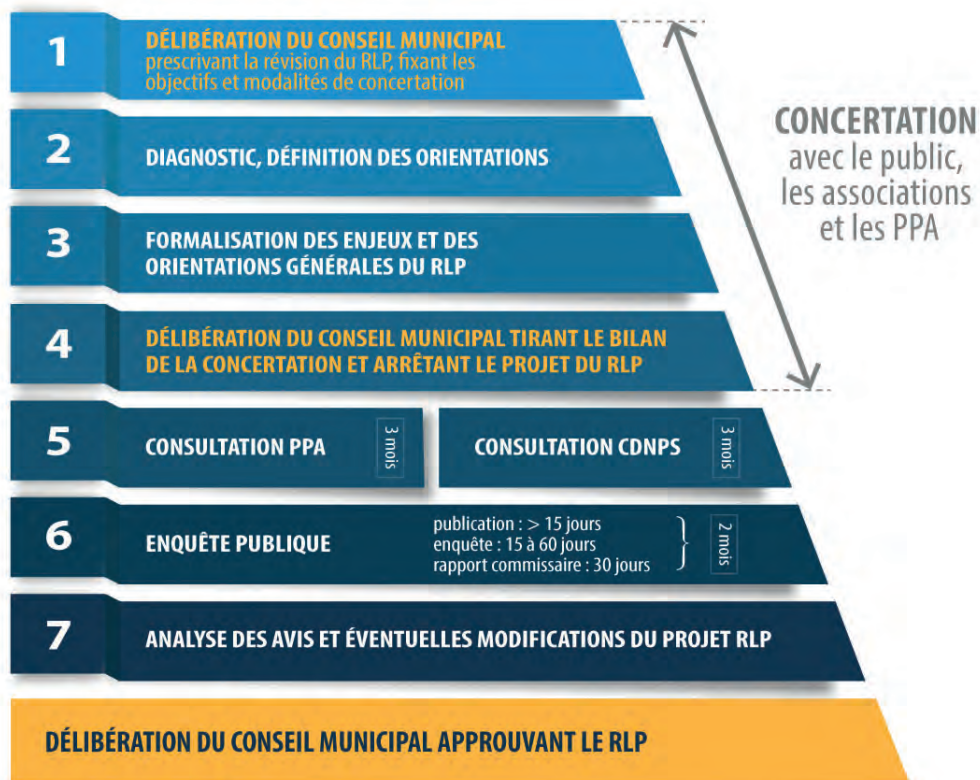
- une réunion avec les professionnels concernés (annonceurs publicitaires) ;
- une réunion publique ;
- un registre mis à disposition du public lui permettant de formuler des observations et propositions tout au long de la procédure d'élaboration du RLP ;
- une communication dans la presse locale ;
- une communication sur le site Internet de la commune.

Un débat sur les orientations peut éventuellement avoir lieu, sans obligation, car contrairement au PLU, le RLP ne comporte pas de PADD.

En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA) ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

Le RLP arrêté fait ensuite l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Le projet de RLP est ensuite approuvé par le conseil municipal.



### Schéma de la procédure

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLP entre en vigueur. Il est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera opposable que deux ans plus tard pour les publicités et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'environnement).

	Nouveaux dispositifs	Dispositifs en place
Publicité	Application immédiate	2 ans après approbation
Enseignes	Application immédiate	6 ans après approbation

## 1.2 | LES PIÈCES CONSTITUTIVES DU RLP

Conformément à l'article R.581-72 du Code de l'environnement, un RLP comprend au moins :

- un rapport de présentation ;
- une partie réglementaire ;
- des annexes.

Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, glossaire, etc.

### 1.2.1 | Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure sur le territoire de la commune. Il présente le recensement des dispositifs en mesurant leur impact sur le cadre de vie et analyse leur conformité aux dispositions du RNP et, le cas échéant, du RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux. Pour cela, il relève les secteurs nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport précise les objectifs et définit les orientations en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il explique enfin les choix des règles instituées dans le règlement.

### 1.2.2 | Le règlement

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

### 1.2.3 | Les annexes

Les annexes sont constituées :

- des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres identifiés<sup>1</sup> si existants dans le rapport de présentation et le règlement ;
- du(des) arrêté(s) municipal(aux) fixant les limites du territoire aggloméré ;
- du (des) document(s) graphique(s) les matérialisant.

---

1. Les périmètres sont des secteurs identifiés hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du Code de l'environnement).



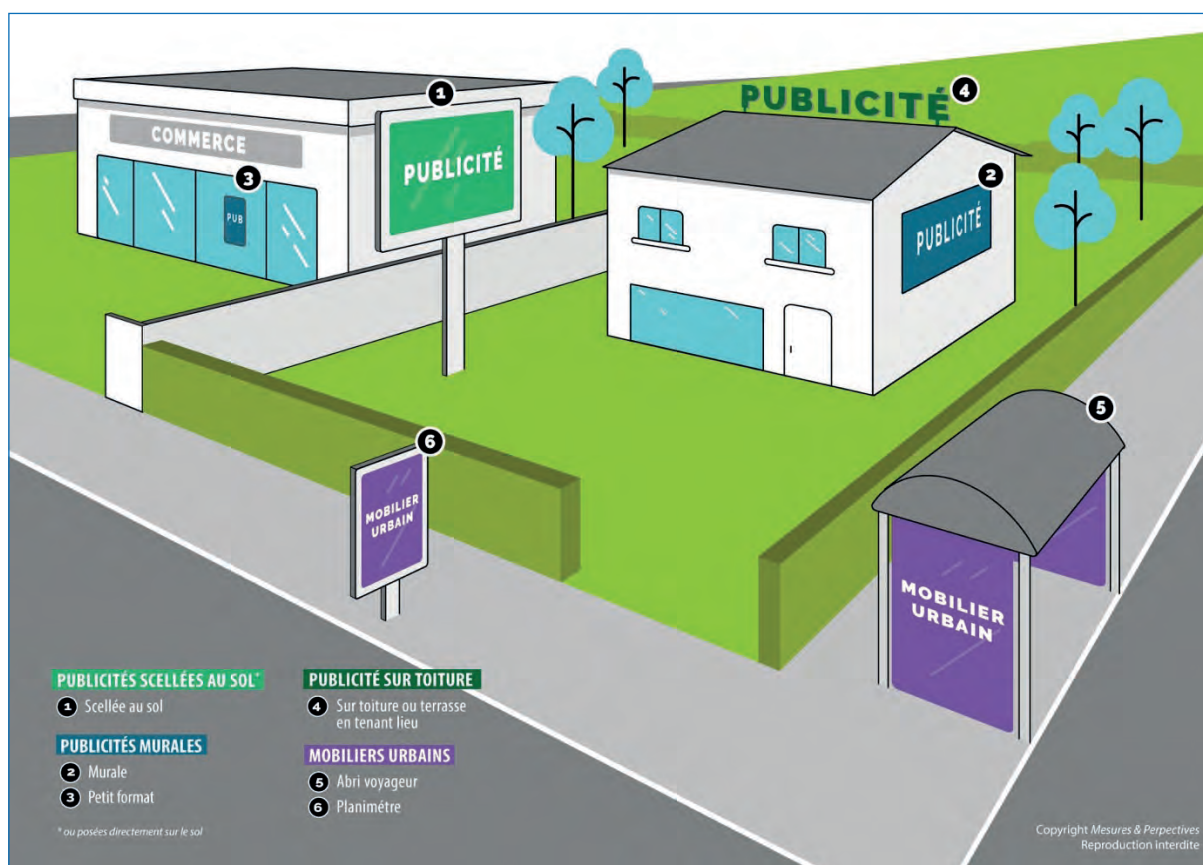
## 1.3 | LE CHAMP D'APPLICATION MATÉRIEL

L'article L.581-3 du Code de l'environnement définit les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées. Il s'agit de :

- la publicité ;
- l'enseigne ;
- la préenseigne.

### 1.3.1 | La publicité

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3-1° du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.



**Le caractère généraliste de la définition de la publicité conduit à prendre en considération tous les types de publicité réglementés par le RNP suivant :**

- leurs conditions d'implantation (publicités scellées au sol, apposées sur un support existant, sur bâches, apposées sur du mobilier urbain) ;
- leurs dimensions ;
- leur caractère lumineux ou non ;
- leur mobilité (publicité sur véhicules terrestres, sur voies navigables).

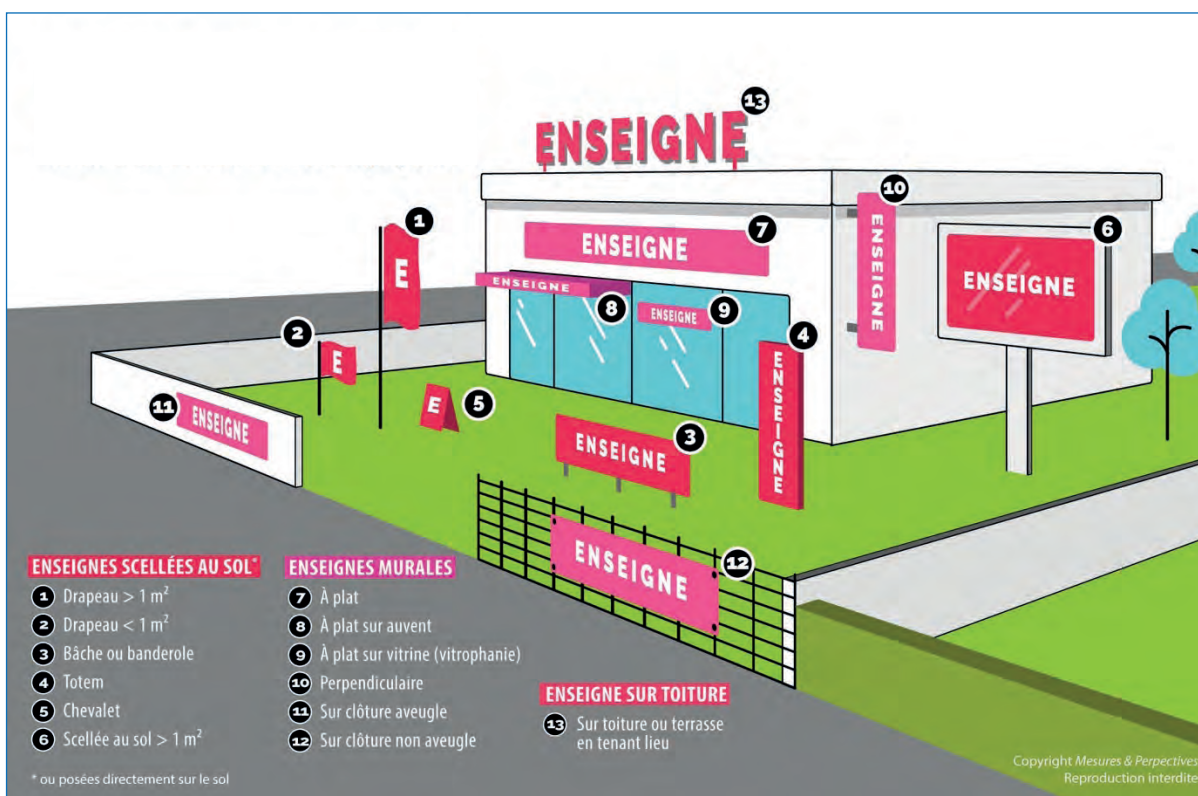
Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de la commune et de son appartenance à une unité urbaine dans lesquels ils sont implantés.

### 1.3.2 | L'enseigne

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3-2° du Code de l'environnement).

Les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode ou de leur lieu d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;
- enseignes lumineuses ;

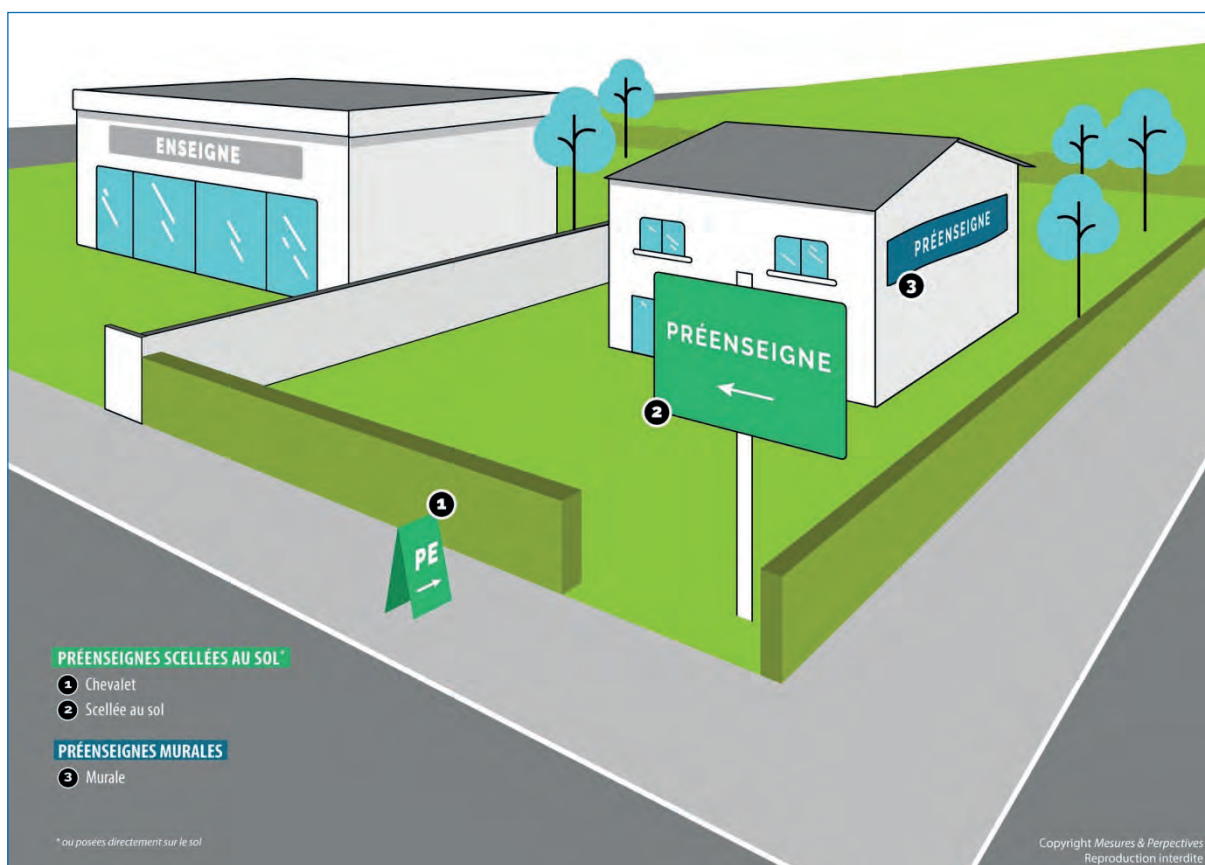


### 1.3.3 | La préenseigne

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L. 581-3-3° du Code de l'environnement).

La préenseigne informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction ou de distance.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Par conséquent, un RLP ne peut instituer de dispositions particulières les concernant différemment de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.



### 1.3.4 | Le cas particulier des préenseignes dérogatoires

Seules les préenseignes dérogatoires (Art. L.581-19 et R.581-66 et 67) sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles sont implantées hors agglomération.

**Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que :**

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois, mentionnées dans les articles L.581-20, R.581-68, 69 et 71 du Code de l'environnement. Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

**Elles sont soumises à des conditions de format, de distance et de nombre par rapport à l'activité signalée :**

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Fabrication ou vente de produits du terroir	Monopied 1m (h) x 1,5 m (L)	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments historiques ouverts à la visite		4	10 km
Temporaires		4	-



■ Préenseigne dérogatoire (photo prise sur un autre territoire)

### 1.3.5 | L'affichage d'opinion

Le régime de l'affichage d'opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (l'article L.581-13 du Code de l'environnement) exige que chaque commune réserve sur l'ensemble du territoire communal des emplacements 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.

#### La surface minimale réservée est de :

- 4 m<sup>2</sup> pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m<sup>2</sup> plus 2 m<sup>2</sup> par tranche de 2 000 habitants pour les communes dont la population est comprise entre 2 000 et 10 000 habitants ;
- 12 m<sup>2</sup> plus 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les communes dont la population est supérieure à 10 000 habitants.

Population		Surface en m <sup>2</sup>
De	A	
0	2 000	4
2 001	2 000	6
4 001	6 000	8
6 001	8 000	10
8 001	10 000	12
au-delà de 10 000		5 m <sup>2</sup> par tranche supplémentaire de 10 000

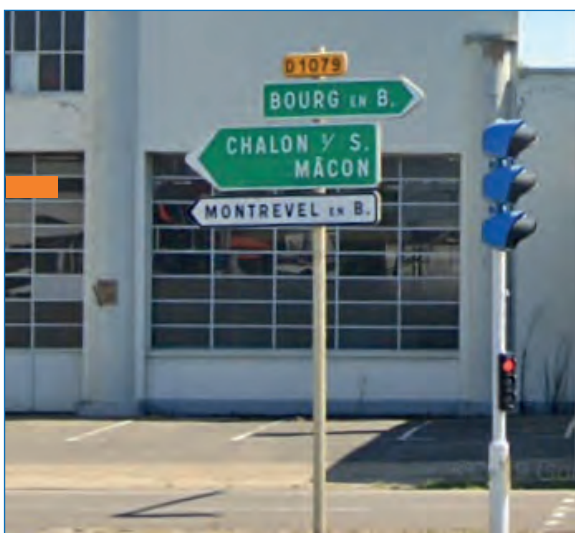
Pour Viriat, dont la population est de 6 705 habitants (source INSEE Population légale 2018 en vigueur au 1er janvier 2021), la surface minimale à respecter est de 10 m<sup>2</sup>.

Les emplacements sont fixés par arrêté municipal.

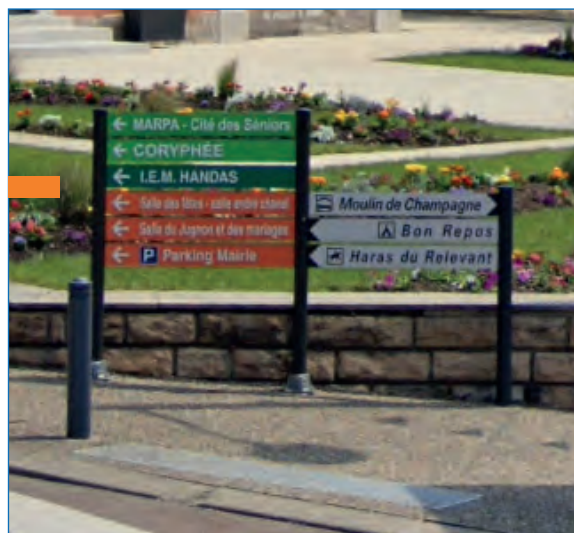
### 1.3.6 | Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation

Malgré leur ressemblance avec les publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application du Code de l'environnement.

Tel est le cas des dispositifs régis par le Code de la route, dont la signalisation d'information locale (SIL), ou des dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population.



Signalisation routière



Signalisation d'information locale (SIL)

Sont également exclus de la réglementation les mobiliers urbains ne comportant aucune publicité, ainsi que les œuvres artistiques ou les décorations. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.



Écran numérique (sans publicité)

## 2. ANALYSE TERRITORIALE

### 2.1 | APPROCHE GLOBALE

Viriat appartient à la région de la Bresse.

Le territoire de la commune est composé de trois principales unités paysagères : la Bresse forestière, le plateau Bressan et la vallée de la Reyssouze.

La commune s'étend sur un plateau légèrement vallonné d'altitude moyenne de 225 m.

D'une superficie de 4535 ha, la commune de Viriat se trouve à proximité de Bourg-en-Bresse. Le bourg est situé au cœur de son territoire communal dont les multiples hameaux sont pour certains confrontés à la convergence des grands axes de circulation en direction de Bourg en Bresse.

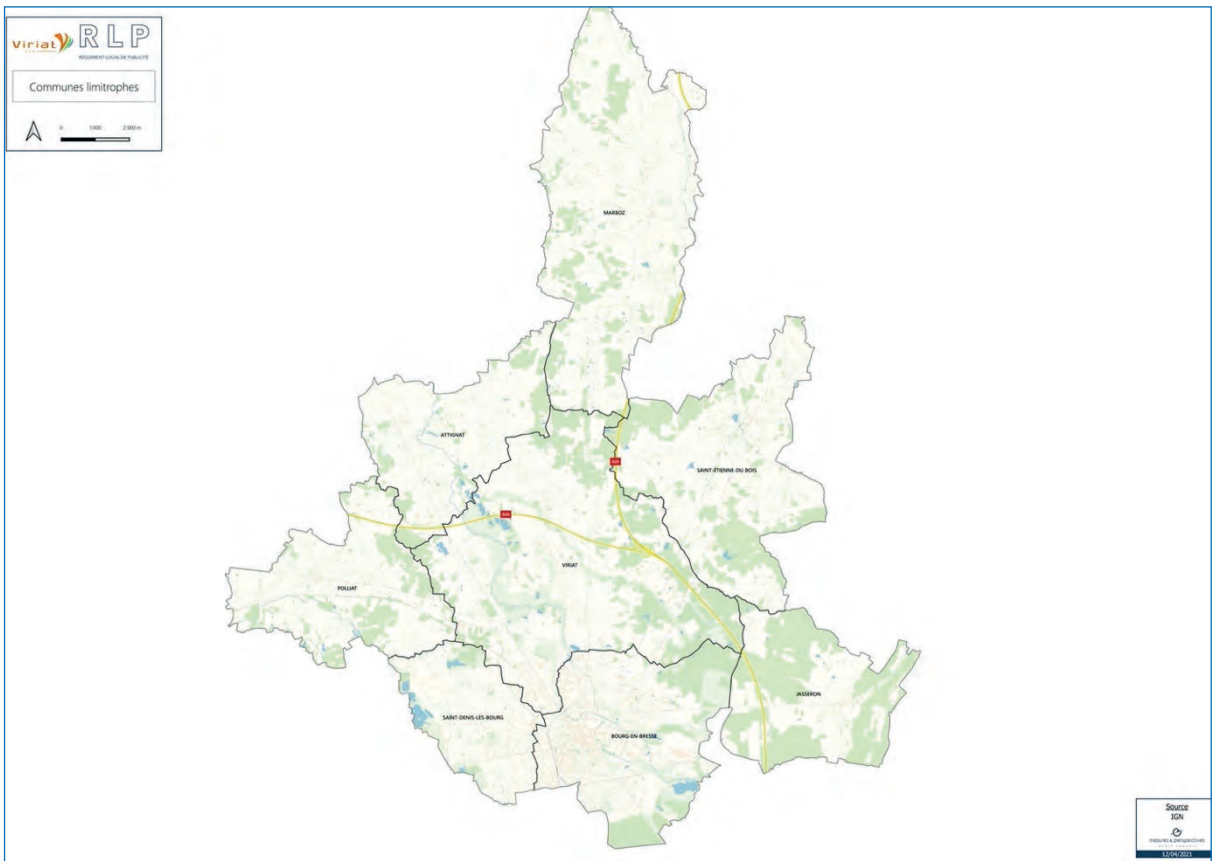
#### Les communes limitrophes sont :

- Polliat et Saint-Denis-lès-Bourg à l'ouest ;
- Bourg-en-Bresse au sud ;
- Jasseron et Saint-Étienne-du-Bois à l'est ;
- Marboz et Attignat au nord.

La sortie Bourg-nord sur l'A 40 au nord et celle de Viriat sur l'A 39 à l'est rendent la commune très accessible.

#### La commune se caractérise par

- un centre bourg organisé au carrefour des routes départementales 29 et 29 A ;
- un second pôle bâti qui est le prolongement de l'agglomération burgienne ;
- des équipements et activités économiques d'intérêt communautaire ;
- des hameaux nombreux et fermes isolées sur l'ensemble du territoire ;
- une agriculture encore très active ;
- des boisements et éléments naturels intéressants.

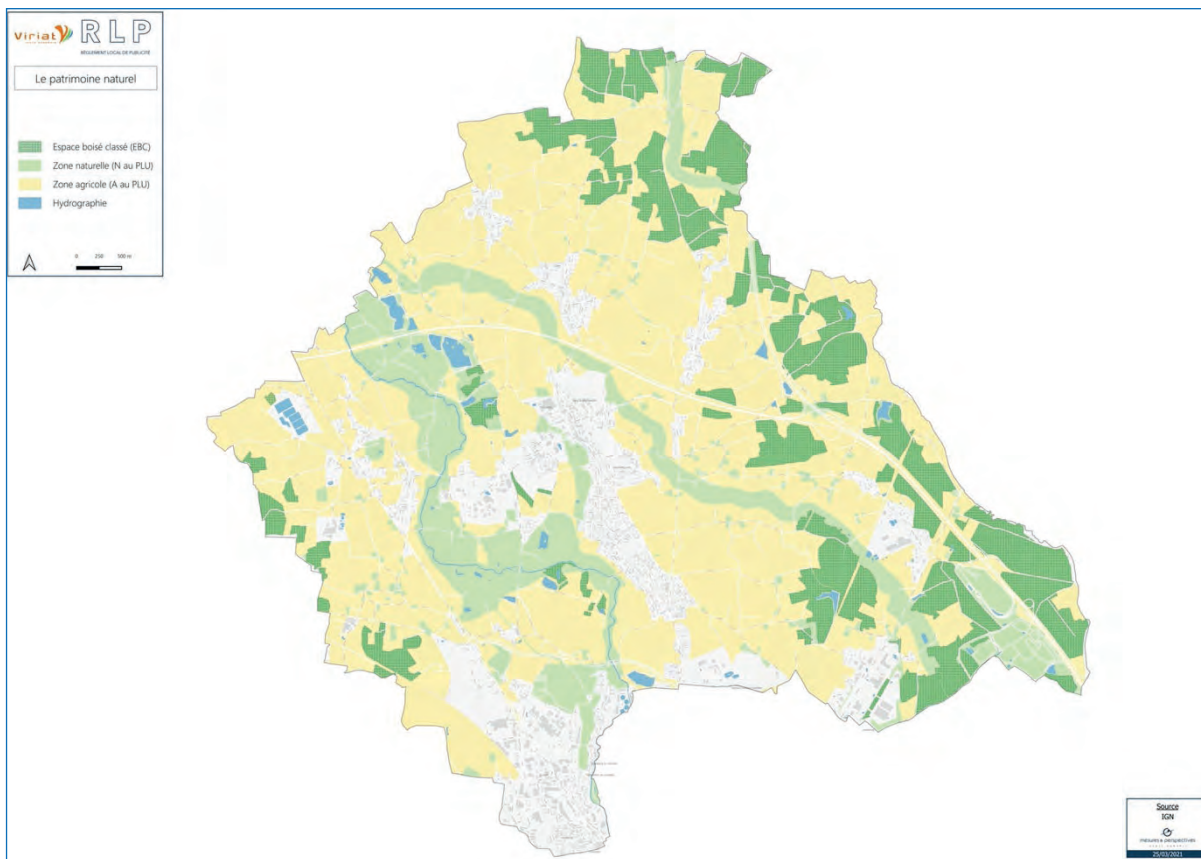


■ Communes limitrophes de Viriat



## 2.2 | LE PATRIMOINE NATUREL

La totalité du patrimoine naturel est situé hors agglomération.



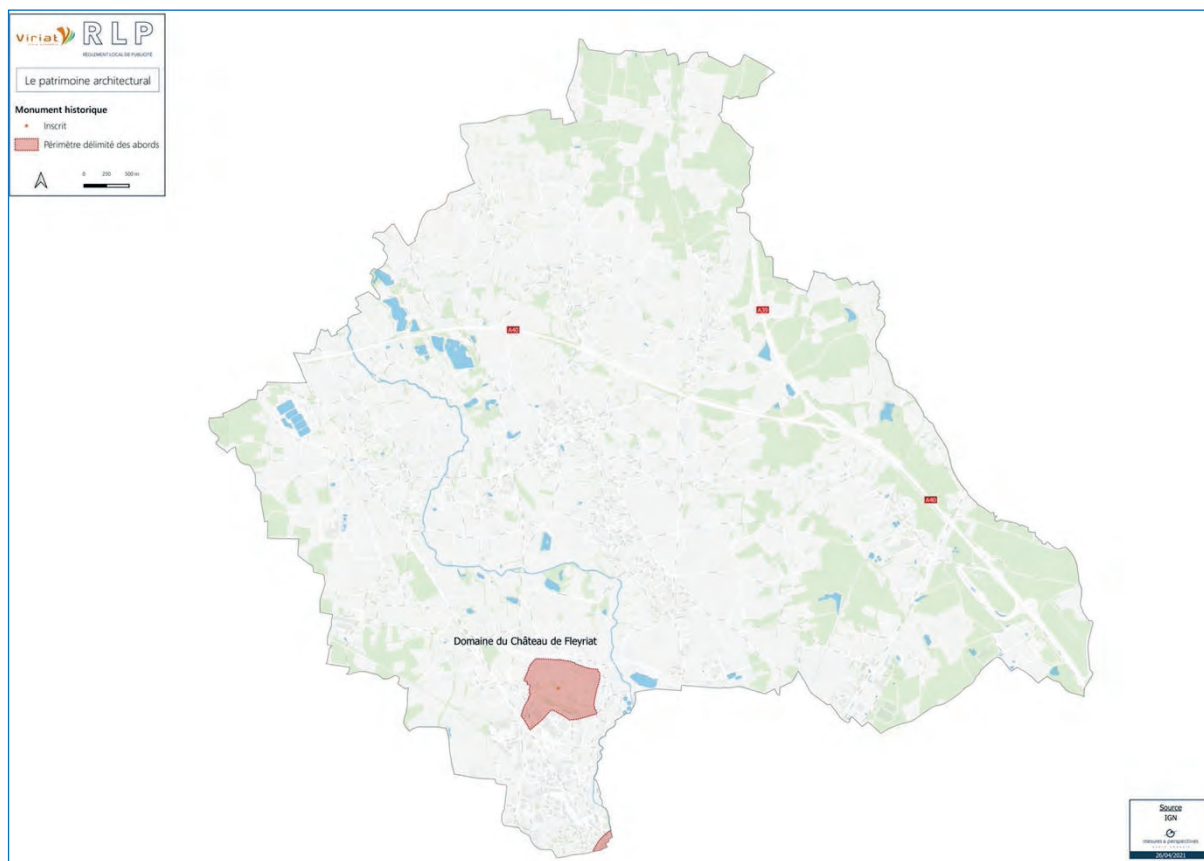
### Enjeux pour le RLP :

- Maintenir l'interdiction de la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires ou temporaires ;
- Autoriser les enseignes avec des prescriptions pour le respect des sites.

## 2.3 | LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL

Le Domaine du château de Fleuryriat est inscrit aux Monuments Historiques. Son périmètre délimité des abords (PDA) tangente l'est de la RD 1079 à hauteur du rond-point de Fleuryriat et couvre une partie du centre hospitalier de Bourg-en-Bresse.

Le périmètre de protection d'un monument historique situé sur Bourg-en-Bresse couvre l'extrême sud de la commune.



### Enjeux pour le RLP :

- Maintenir l'interdiction de la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires ou temporaires ;
- Autoriser les enseignes avec des prescriptions pour le respect des sites.

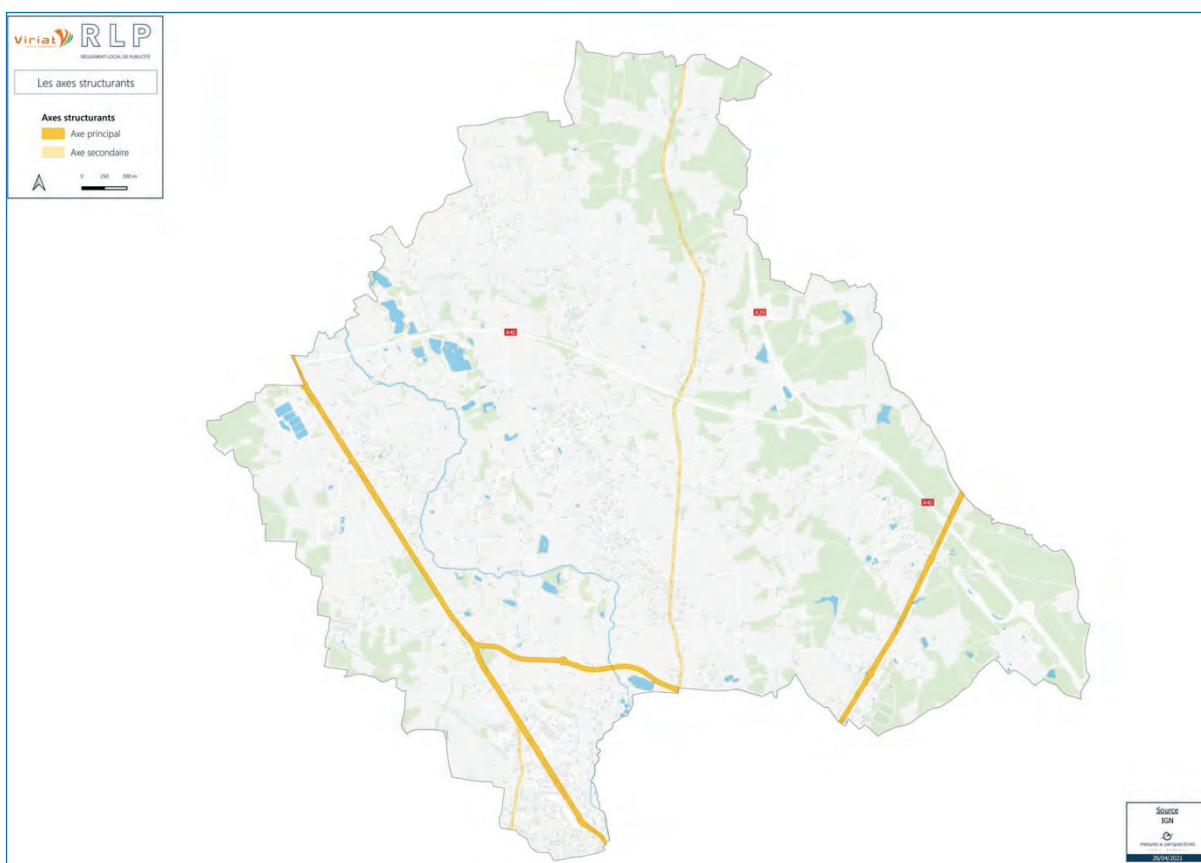
Le château de Fleuryriat (source site internet Jardin Patrimoine)

## 2.4 | LE RÉSEAU VIAIRE

La commune est traversée par trois axes orientés nord-sud. Les RD 975 et 1083 sont les axes principaux. La RD 996 est un axe secondaire.

Le contournement nord de Bourg-en-Bresse relie le rond-point de Louhans (RD 996) au rond-point du Guidon (RD 975).

En relation avec les règles du RLP, deux de ces axes sont chargés en publicité.



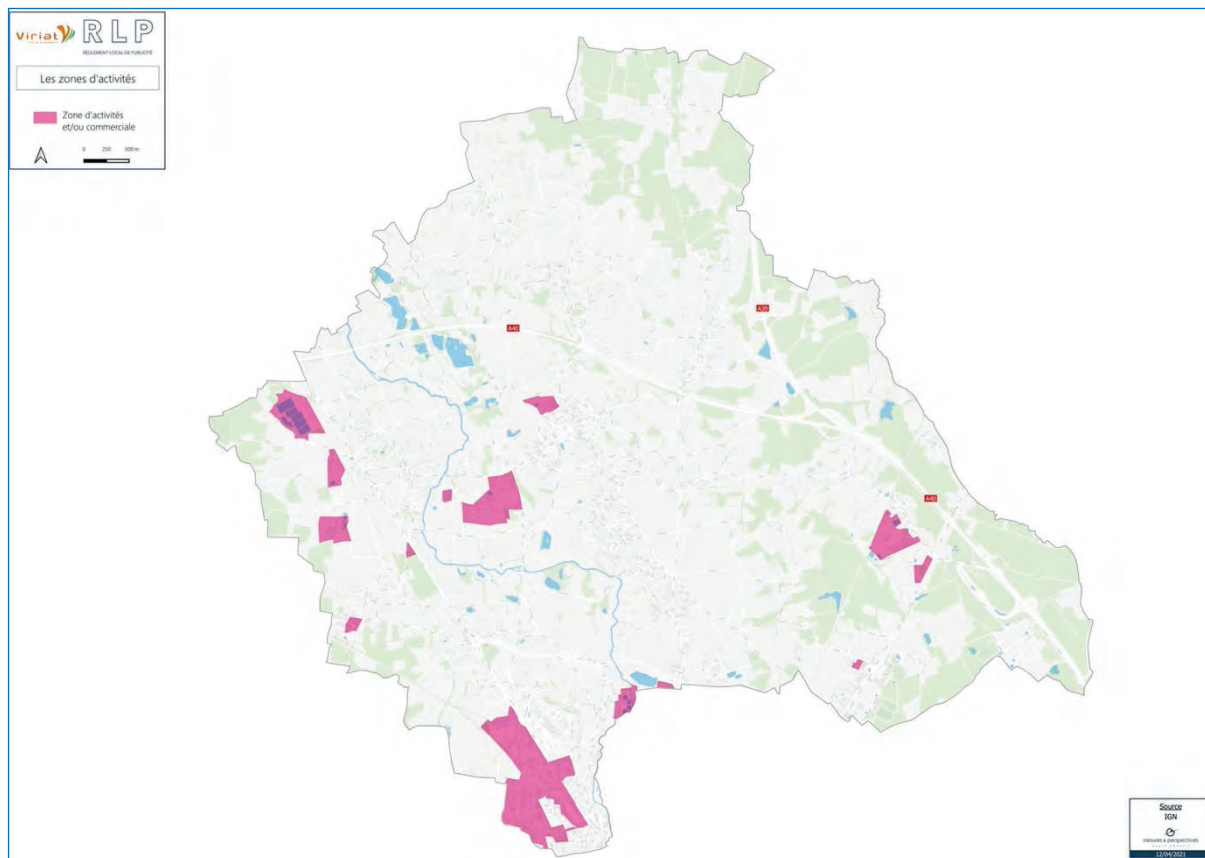
### Enjeux pour le RLP :

- Admettre la publicité selon le RNP en agglomération ;
- Anticiper l'apparition éventuelle des enseignes numériques.

## 2.5 | LES ZONES D'ACTIVITÉS OU COMMERCIALES

La plupart d'entre elles sont situées hors agglomération. Il s'agit principalement de zones d'activités.

Les deux zones commerciales installées à La Neuve et aux Vareys sont situées en agglomération.



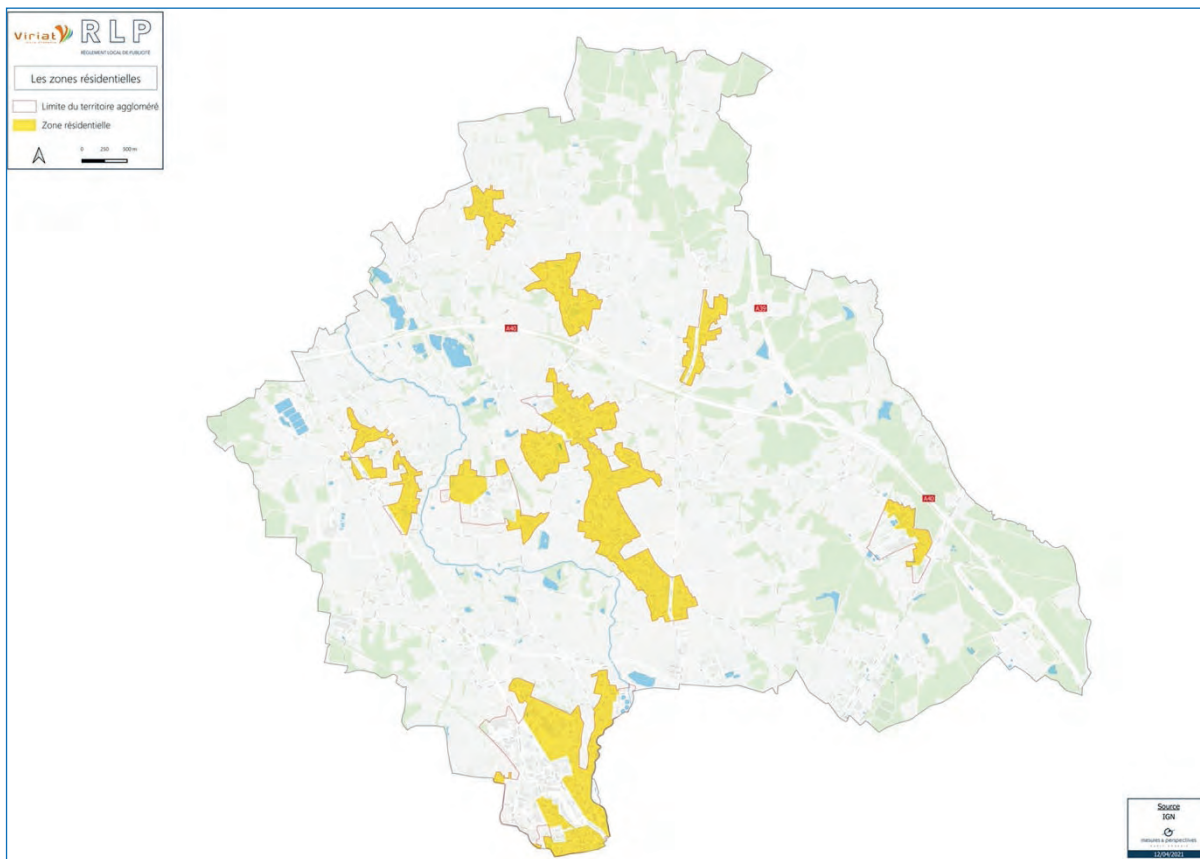
### Enjeux pour le RLP :

- Admettre la publicité selon le RNP en agglomération ;
- Anticiper l'apparition éventuelle des enseignes numériques.

## 2.6 | LES QUARTIERS RÉSIDENTIELS

Ces quartiers recouvrent le territoire aggloméré restant à l'issue de la définition des autres secteurs.

La publicité y est absente.



### Enjeux pour le RLP :

- Interdire la publicité à l'exception du mobilier urbain et des préenseignes temporaires ;
- Adapter les formats des enseignes en relation avec le bâti

## 2.7 | SYNTHÈSE DES ENJEUX POUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Le RLP doit être un outil permettant la préservation du paysage urbain, rural et des sites à forte valeur patrimoniale. Cette préservation est modulée en fonction du contexte et de l'intérêt des lieux. Le RLP doit aussi permettre de trouver le bon équilibre entre la volonté de favoriser l'essor économique local, en permettant aux entreprises de se signaler, et le souci de valoriser le cadre de vie pour les personnes qui y résident ou les visiteurs qui le parcourent.

**Ainsi, au regard des caractéristiques du territoire et des espaces spécifiques identifiés, un ensemble d'enjeux a été déterminé :**

### *le patrimoine naturel :*

- Maintenir l'interdiction de la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires ou temporaires ;
- Autoriser les enseignes avec des prescriptions pour le respect des sites.

### *le patrimoine bâti :*

- Maintenir l'interdiction de la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires ou temporaires ;
- Autoriser les enseignes avec des prescriptions pour le respect des sites.

### *le réseau viaire :*

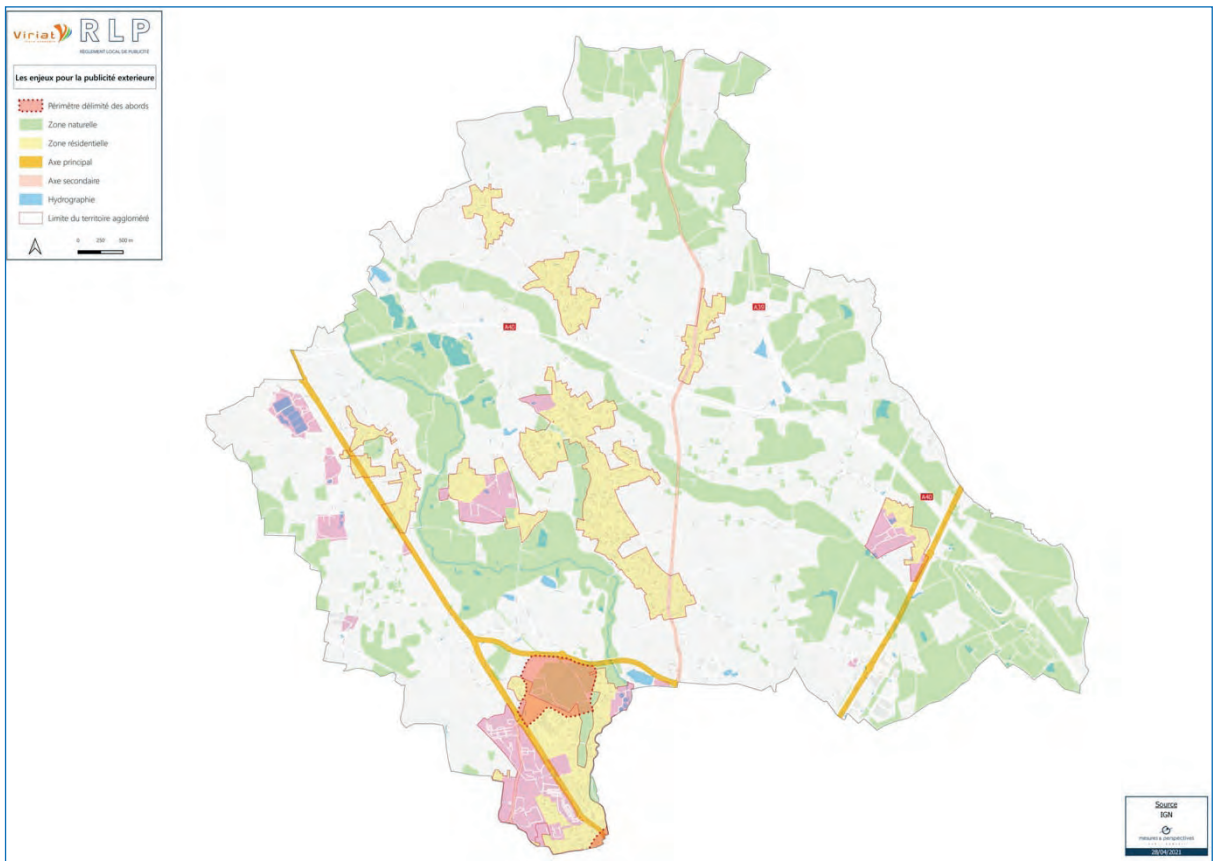
- Admettre la publicité selon le RNP en agglomération ;
- Anticiper l'apparition éventuelle des enseignes numériques.

### *les zones d'activités ou commerciales :*

- Admettre la publicité selon le RNP en agglomération ;
- Anticiper l'apparition éventuelle des enseignes numériques.

### *les quartiers résidentiels :*

- Interdire la publicité à l'exception du mobilier urbain et des préenseignes temporaires ;
- Adapter les formats des enseignes en relation avec le bâti.



**Carte de synthèse des secteurs à enjeux**

# 3. LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES

Le Code de l'environnement fixe des règles liées aux différentes spécificités des territoires.

## 3.1 | LE CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE

Agglomération, population et unité urbaine sont trois notions fondamentales pour comprendre, appliquer et adapter localement le Code de l'environnement en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne.

- La publicité est interdite hors agglomération. Il importe donc de connaître précisément les lieux situés en agglomération ou hors agglomération.
- Le code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants et un autre régime pour celles de plus de 10 000 habitants.
- Toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10 000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants s'applique, à l'exception de quelques règles.

### 3.1.1 | La population de référence

C'est l'INSEE qui définit la population de référence. La population communale est la population sans double compte. Pour les communes comportant des parties agglomérées séparées, c'est la population de chaque partie agglomérée qui fait référence. Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes dépendent en grande partie du nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont installées.

### 3.1.2 | L'agglomération

L'agglomération selon l'alinéa 1 de l'article R.110-2 du Code de la route est « *un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* ». Ce même Code prévoit que les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire.

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « *en agglomération/hors agglomération* ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. Les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, ainsi que le document graphique afférent sont annexés au RLP.

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être implantés au droit des immeubles bâtis rapprochés afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.



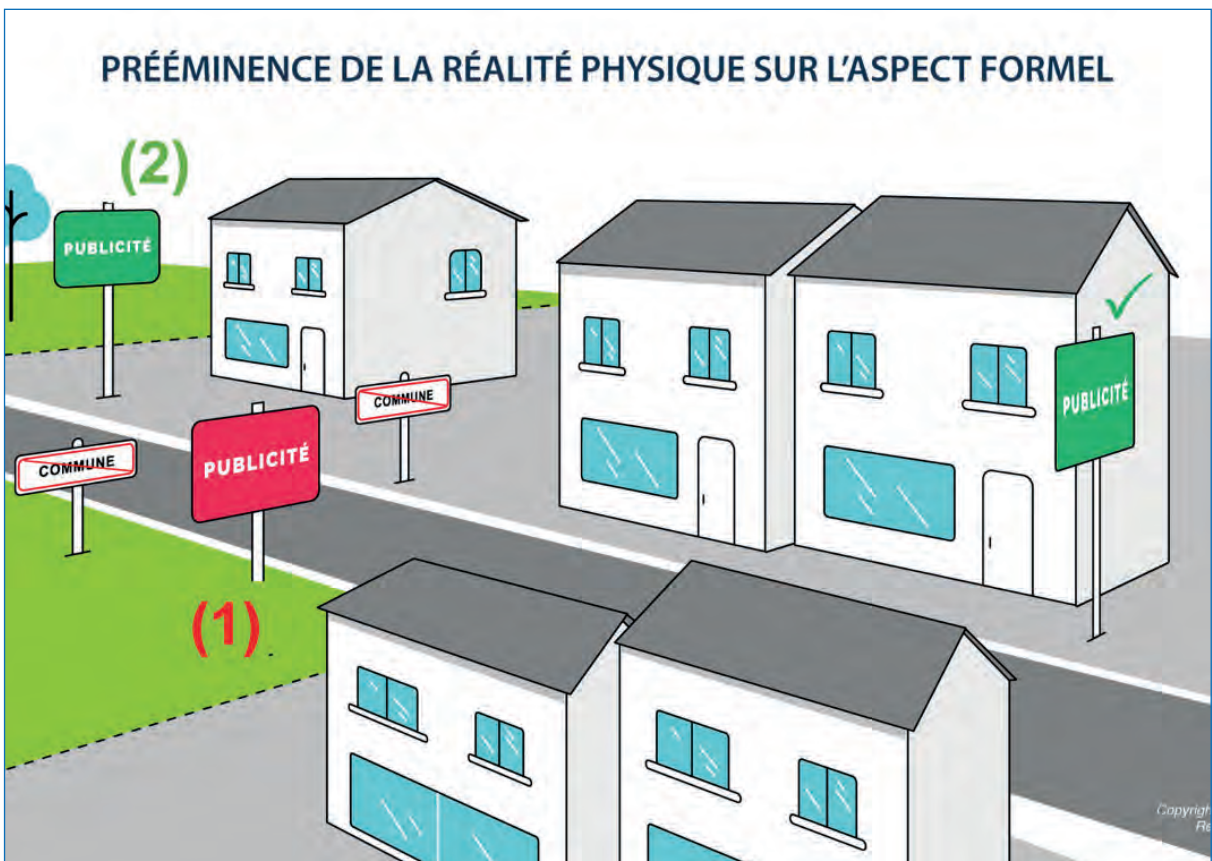


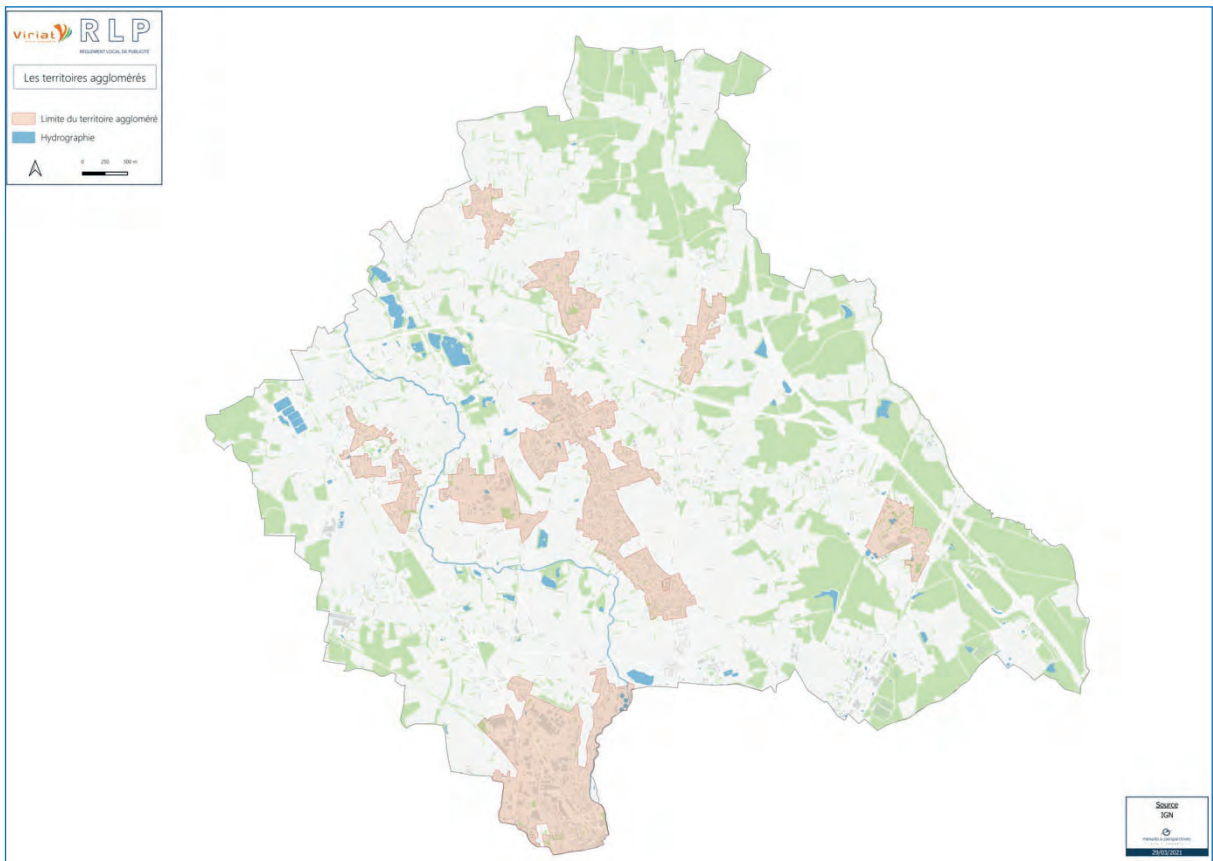
■ **Panneaux EB 10 et EB 20**

Les panneaux et les bâtis ne sont pas toujours en parfaite concordance.

**Au sens du Code de la route, les espaces dessinés (schéma ci-dessous) imposent une limitation de vitesse des véhicules entre les panneaux. Pour la publicité au sens du Code de l'environnement :**

- l'espace entre le panneau « commune » et la première maison dans l'illustration ci-dessous (1) ne peut pas accueillir de publicité parce qu'il est considéré comme en dehors du milieu aggloméré ;
- l'espace de part et d'autre du panneau « commune » dans l'illustration ci-dessous (2) peut accueillir des dispositifs publicitaires, l'ensemble étant considéré comme un milieu aggloméré, même si les règles en matière de circulation routière sont différentes.





■ Les territoires agglomérés (source IGN)

## 3.2 | LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES À LA PUBLICITÉ

Au vu des chiffres de population et de l'absence d'appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ce sont les règles les plus restrictives qui s'appliquent sur le territoire aggloméré de Viriat.

Le RNP a fixé un régime propre à la publicité murale, à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, à la publicité numérique, à la publicité sur toiture, et à la publicité sur bâche. A également été instituée une règle nationale de densité et, pour la publicité lumineuse, une obligation d'extinction nocturne.

### 3.2.1 | La surface de la publicité

L'instruction du ministère de la transition écologique et solidaire en date du 18 octobre 2019 fixe les modalités de calcul des formats des publicités.

- pour le mobilier urbain, la surface est la surface de l'affiche ;
- pour toutes les autres publicités, la surface est la surface de l'affiche et de l'encadrement ;
- lorsqu'il s'agit d'un dispositif scellé au sol, le pied n'est pas pris en compte dans le calcul.

### 3.2.2 | Les principales règles applicables à la publicité murale

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (Art. R581-26 du Code de l'environnement).

### 3.2.3 | Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle est interdite (Art. R581-31 du Code de l'environnement).

### 3.2.4 | Le régime applicable au mobilier urbain

Le mobilier urbain fait l'objet d'articles spécifiques définissant les mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité. La surface est limitée à 2 m<sup>2</sup>.

### 3.2.5 | Le régime applicable à la publicité numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. Elle est interdite.

### 3.2.6 | La publicité sur véhicules terrestres

La publicité sur les véhicules terrestres est réglementée par le Code de l'environnement. Il est à souligner que tous les véhicules terrestres sont concernés dès lors que leur utilisation est essentiellement publicitaire, quel que soit le nombre de roues, que le véhicule soit motorisé ou non, etc.

### 3.2.7 | La publicité sur bâches

La publicité sur bâche, de chantier ou publicitaire, est interdite.

### 3.2.8 | La publicité sur toiture

La publicité sur toiture est interdite.

### 3.2.9 | La règle nationale de densité

La règle nationale de densité limite le nombre de dispositifs publicitaires sur un territoire donné. Elle se calcule en fonction de la longueur de la façade d'une unité foncière bordant une voie publique. Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 m, il ne peut y avoir qu'une publicité murale voire deux si elles sont juxtaposées ou superposées.



Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire.

### 3.2.10 | L'obligation d'extinction nocturne

À l'exception du mobilier urbain, la publicité lumineuse sous toutes ses formes, y compris la publicité éclairée par projection ou transparence, est soumise à une obligation d'extinction nocturne entre 1 h et 6 h du matin.

### 3.2.11 | Le régime de déclaration ou d'autorisation

En fonction de sa nature, la publicité est soumise soit à déclaration, soit à autorisation.

	Autorisation	Déclaration
Publicité murale	non	oui
Publicité lumineuse (éclairée par projection ou transparence)	non	oui
Publicité sur mobilier urbain	non	non
Publicité de petit format	non	oui
Préenseignes dérogatoires	non	non

### 3.2.12 | Tableau de synthèse des règles applicables

Publicité (soumise à déclaration)	
Murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures de surface < à 0,50 m <sup>2</sup> )	< à 4 m <sup>2</sup>
	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
	hauteur < à 6 m
	bas du dispositif à plus de 0,5 m du sol
Scellée au sol	interdite
Numérique	interdite
Sur toiture	interdite
Bâches publicitaire ou de chantier	interdite
Petit format	surface unitaire < à 1 m <sup>2</sup> surface cumulée < à 1/10 <sup>e</sup> de la devanture commerciales dans la limite de 2 m <sup>2</sup>
Horaires d'extinction	de 1h à 6h
Mobilier urbain	< à 2 m <sup>2</sup>

## 3.3 | LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES AUX ENSEIGNES

Le RNP s'applique aux enseignes. Leur régime diffère selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculairement à un mur, scellées au sol ou directement installées sur le sol, installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

### 3.3.1 | Les principales règles applicables à l'enseigne murale

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent dépasser 1 m de haut.

Les enseignes installées devant un balconnet, une baie ou sur un balcon ne doivent pas dépasser les limites du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet, du balcon ou de la baie. Elles ne peuvent constituer une saillie de plus de 0,25 m par rapport au balcon.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.

La surface cumulée des enseignes murales ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>, la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.

### 3.3.2 | Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Deux enseignes peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

La surface unitaire est limitée à 6 m<sup>2</sup>.

Lorsque sa surface est supérieure à 1 m<sup>2</sup>, l'enseigne scellée au sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsqu'elle fait 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large.

Lorsque sa surface est inférieure à 1 m<sup>2</sup>, le nombre n'est pas réglementé.

### 3.3.3 | Les principales règles applicables à l’enseigne sur toiture ou terrasse

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fonds autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

La hauteur est limitée à 3 mètres si la hauteur de façade qui la supporte est inférieure à 15 mètres. Cette hauteur est portée au 1/5 de la façade si cette dernière est supérieure à 15 mètres dans la limite de 6 mètres.

La surface cumulée des enseignes sur toiture d’un même établissement ne peut excéder 60 m<sup>2</sup>.

### 3.3.4 | Les principales règles d’extinction nocturne

Comme pour la publicité lumineuse, l’enseigne lumineuse, c’est-à-dire l’enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse, est soumise à une obligation d’extinction nocturne. Elle est également fixée de 1 h à 6 h du matin lorsque l’activité signalée a cessé. Lorsqu’une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d’activité de l’établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Enseigne (soumise à déclaration)	
Sur façade (à plat + perpendiculaire)	25% de la façade si < à 50 m <sup>2</sup> ou 15% de la façade si > à 50 m <sup>2</sup>
A plat	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d’égout du toit et saillie < à 0,25 m
Perpendiculaire	saillie < à 1/10 <sup>e</sup> de la distance séparant les deux alignements de la voie publique sans excéder 2 m
Scellée au sol	1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l’immeuble si surface > à 1 m <sup>2</sup>
	hauteur < à 6,5 m si largeur > à 1 m ou hauteur < à 8 m si largeur < à 1 m < à 6 m <sup>2</sup>
Horaires d’extinction	de 1h à 6h
Clignotantes	interdites à l’exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d’urgence
Sur toiture	lettres découpées dissimulant leurs fixations surface cululée < à 60 m <sup>2</sup> hauteur < à 3 m si hauteur bâtiment < à 15 m ou hauteur < à 6 m si hauteur bâtiment > à 15 m

## 3.4 | LE POUVOIR DE POLICE

Dans l'état actuel du droit, l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement prévoit que le pouvoir de police appartient au préfet, mais qu'il est transféré au maire s'il existe un règlement local de publicité. Dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones au sein desquelles le RLP ne prévoit pas de règles spécifiques, ou si le RLP ne prévoit aucune règle spécifique pour l'ensemble de la commune.

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF) ou du préfet de région. L'accord de l'ABF est nécessaire notamment pour les autorisations d'enseignes dans un périmètre de 500 m par rapport au monument.

Le règlement local de publicité étant caduc depuis le 14 janvier 2021, les enseignes ne sont plus soumises à autorisation, sauf dans les secteurs relevant de la compétence de l'Architecte des Bâtiments de France.

Lorsque le nouveau RLP sera adopté, le maire reprendra la compétence sur l'ensemble du territoire de sa commune, qu'il soit couvert ou non par le zonage.

La commune ne faisant pas partie d'un EPCI compétent en matière de PLU, l'application de la loi 2012-1104 du 22 août 2021 Climat et Résilience ne modifiera pas cette compétence du pouvoir de police.



## 3.5 | LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP ACTUEL

Le règlement a été pris par arrêté du 21 décembre 1998.

Il institue 1 zone de publicité restreinte (ZPR), 1 zone de publicité élargie (ZPE) et 4 zones de publicité autorisées (ZPA).

La **ZPR** correspond au centre du village, au quartier Jayr, à la Perrinche et Champagne.

La publicité est interdite.

Les enseignes sont interdites sur toiture et sur les terrasses et trottoirs si supérieures à 1 m<sup>2</sup>.

La **ZPE** couvre les secteurs de La Neuve et des Vareys.

Les muraux sont interdits.

Les dimensions des panneaux scellés au sol sont fixées à 4 m x 3 m.

**Une règle de densité est mise en place pour les dispositifs scellés au sol :**

- $L < 40 \text{ m} = 0$
- $40 < L < 100 \text{ m} = 2$  juxtaposés, sinon 1 seul;
- $L > 100 \text{ m} = 2$  perpendiculaires juxtaposés sinon 1 seul avec interdistance de 100 m.

Les 4 **ZPA** couvrent les RD 1079, 975 et 1083.

Les dimensions des panneaux scellés au sol sont fixées à 4 m x 3 m maximum.

Une règle de densité est mise en place pour les dispositifs scellés au sol variables selon les sections d'axes des ZPA.

Les dispositifs doivent être implantés avec un retrait de 5 m de la limite du domaine public.

Aucune publicité dans un rayon de 150 m à partir du centre des ronds-points du Guidon et de Tanvol.

Les zones artisanales et industrielles des Baisses, des Greffets et de la Chambière sont interdites à la publicité.

### **Commentaire :**

Les règles dérogatoires admises par la loi de 1979 dans les différentes zones de publicité, sont moins restrictives pour la surface (4x3) et la nature des dispositifs (scellés au sol).

La publicité murale est interdite sur la totalité du territoire.

Le RLP a donc complètement pris à contre-pied la loi qui n'admet que les muraux et interdit les scellés au sol.

Les surfaces admises ainsi que les panneaux scellés au sol ne pourront être reconduits dans le futur RLP. La possibilité de créer des ZPE ou des ZPA est désormais exclue de la loi.

# 4. LE DIAGNOSTIC

## 4.1 | MÉTHODE DE RECENSEMENT

L'élaboration du RLP nécessite de connaître la situation des publicités et des enseignes en place.

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire de Viriat concernés par la réglementation.

Il permet d'établir un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public, en lien avec les orientations fixées par la délibération de prescription d'élaboration.

L'observation qualitative permet de déterminer les enjeux : infraction à la réglementation en vigueur, lieux surchargés, matériels inadéquats, atteintes au cadre de vie.

Au-delà de l'analyse qualitative, l'analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles inégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP, porte manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

### 4.1.1 | Publicité

La totalité du territoire de la commune a été parcourue permettant le relevé des dispositifs de plus de 1,5 m<sup>2</sup>, mobilier urbain compris.

Une base de données SIG a été constituée sur la base des relevés terrain, permettant d'établir une cartographie des dispositifs recensés.

**Pour chaque dispositif, les données sont détaillées sous forme d'une fiche reprenant tous les éléments nécessaires à son analyse et son suivi :**

- nature du dispositif ;
- adresse ;
- photo ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- légalité ou non.

The image shows a screenshot of a web-based data entry form for outdoor advertising. The form is titled 'Géopano' and contains various fields for recording information about a device. The fields are organized into sections: 'Nom et adresse du propriétaire', 'Date de dépose (première)', 'Date d'installation', 'Date de retrait', 'Type de dispositif', 'Code postal', 'Ville', 'Société', 'Adresse locale de la société', 'Propriété', 'Support', 'Socle', 'Plan', 'Matériau(s)', 'Autre matériau', 'Législation', 'Légale RNP', 'Légale RLP', 'Autre infraction', 'Commentaire', 'Code attribué par la société exploitante', 'Lien(s)', 'Légende', and 'Photo'. A photo of a building with a sign is visible at the bottom of the form.

■ Exemple de fiche

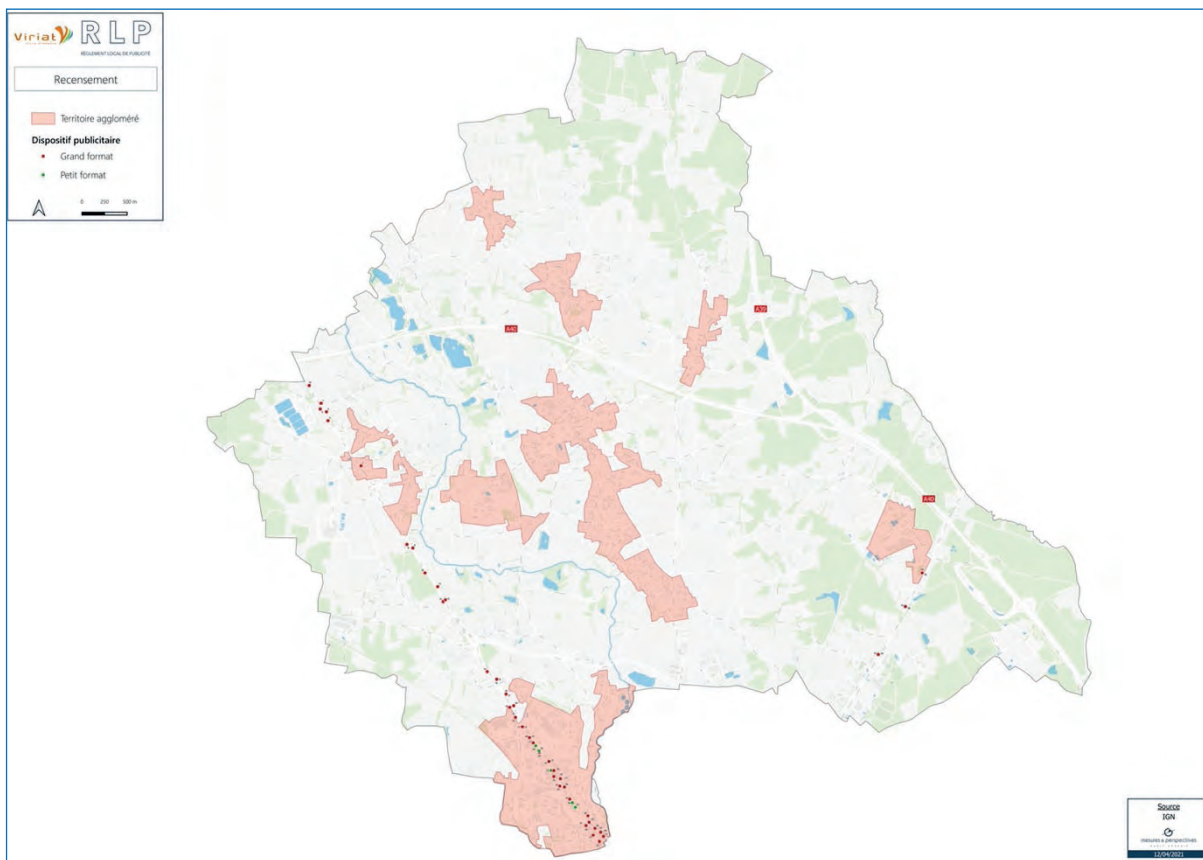
## 4.1.2 | Enseignes

Un repérage qualitatif sur le territoire de Viriat en matière d'enseignes a été réalisé, permettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans leur environnement.

## 4.2 | LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITÉ

Le nombre de dispositifs publicitaires relevés est de 59, dont 5 mobiliers urbains de communication (hors abris voyageurs).

Les positions sont matérialisées sur la carte suivante :



### Carte de la publicité extérieure sur le territoire

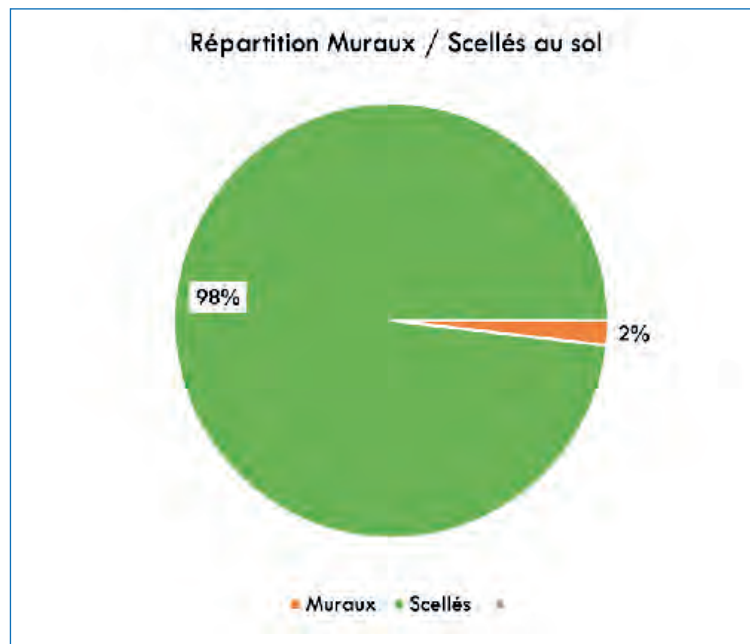
98 % des panneaux sont scellés au sol.



### Panneau mural



### Panneau scellé au sol



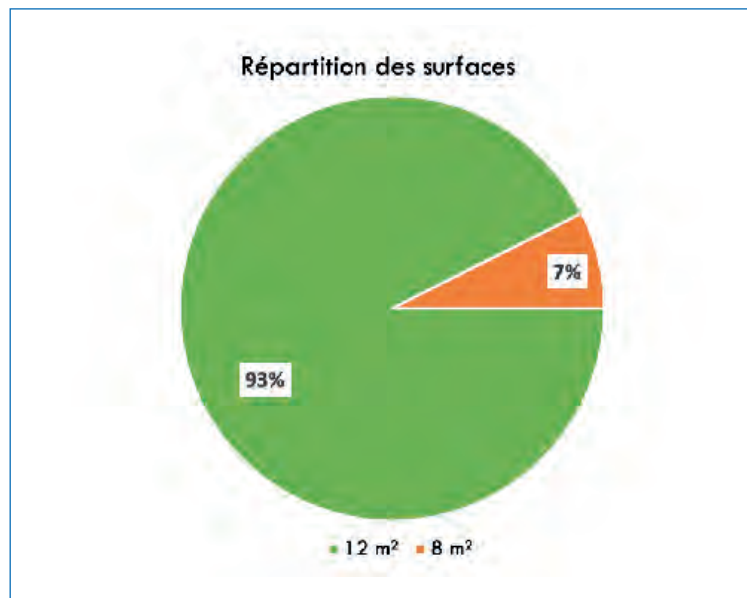
100 % des panneaux ont une surface de 12 ou 8 m<sup>2</sup>.



12 m<sup>2</sup>



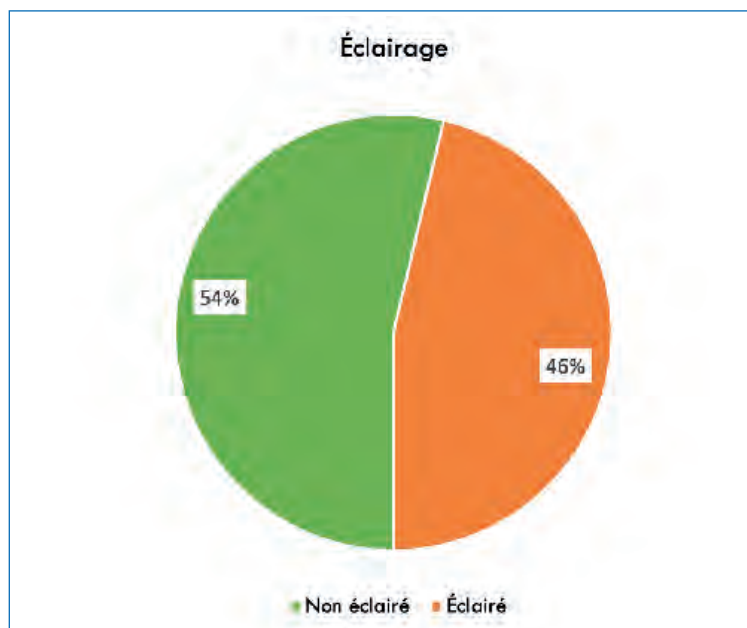
8 m<sup>2</sup>



La moitié des mobiliers sont éclairés.



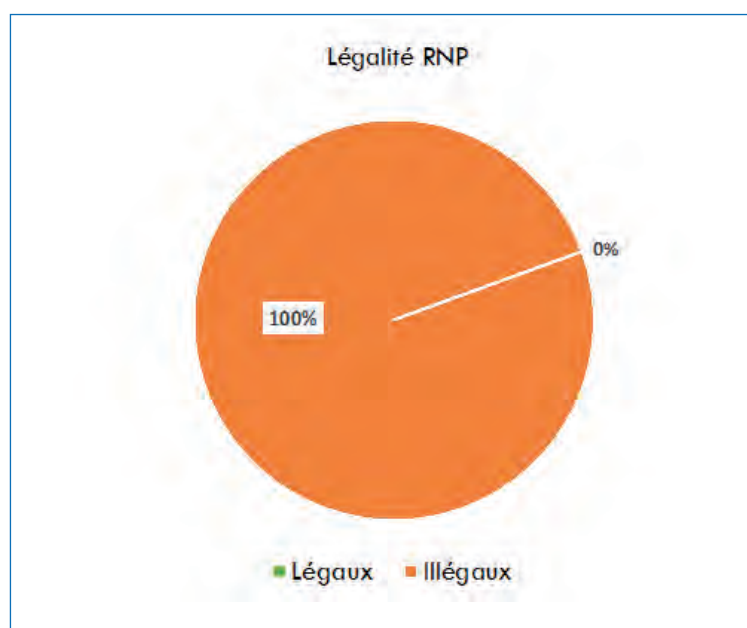
■ Boulevard Édouard Herriot - La Neuve

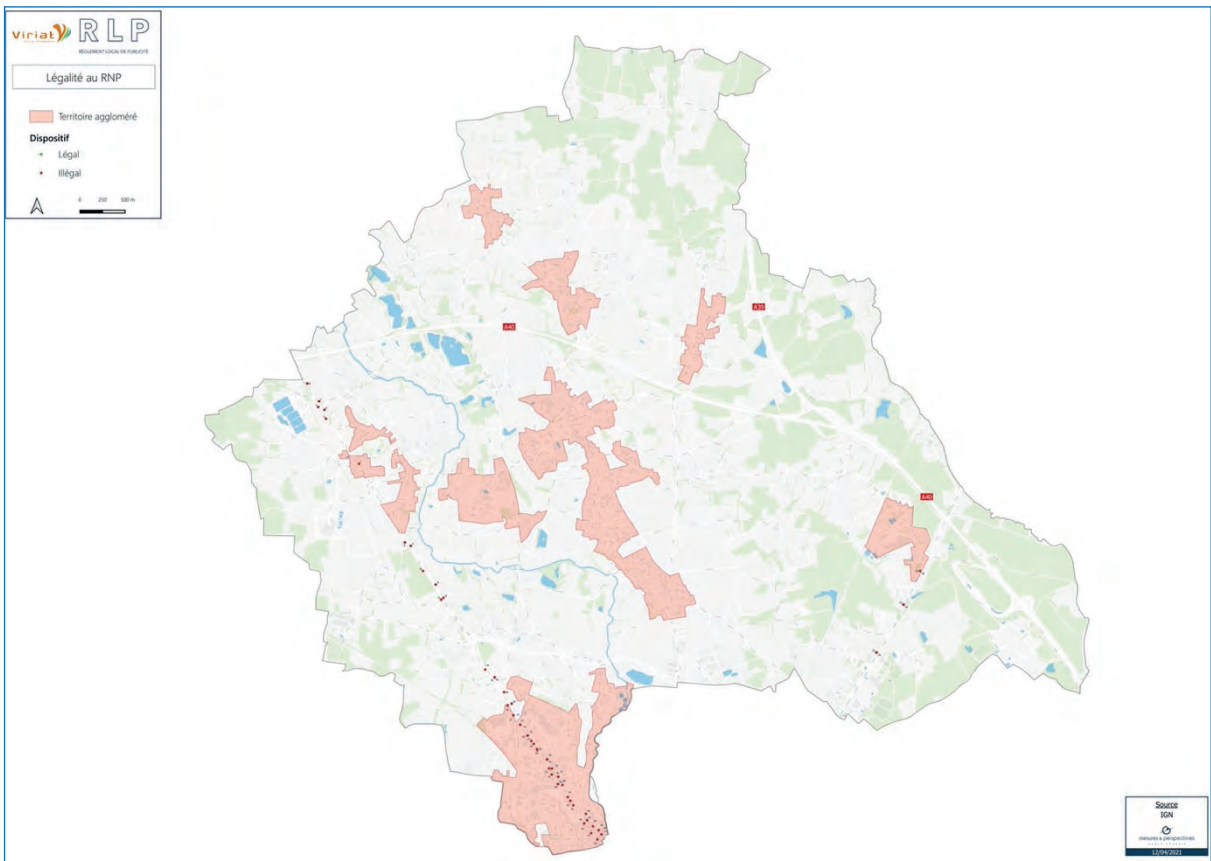


Il n'y a pas de publicité numérique.

La légalité des dispositifs s'analyse au regard du RNP.

Les infractions sont au nombre de 54 sur les 54 panneaux sur propriété privée, soit 100 %.

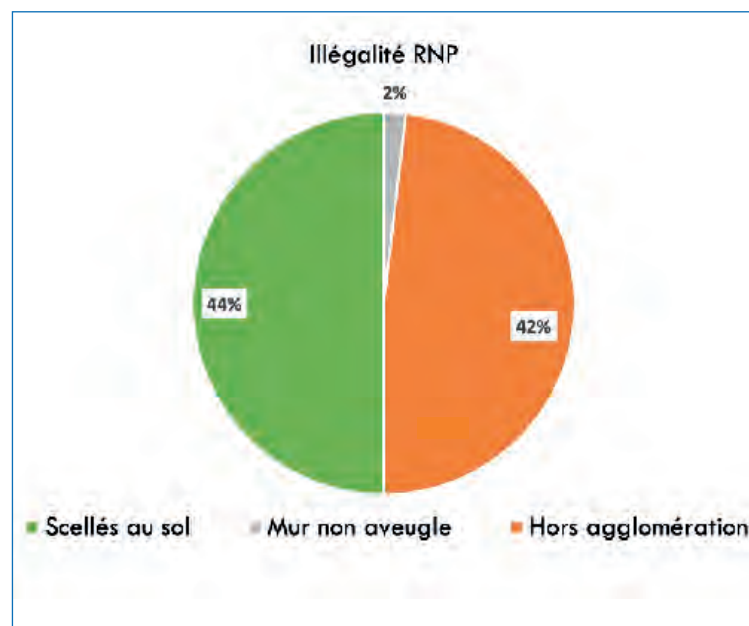




### Carte des dispositifs illégaux

Les motifs sont les suivants :

- scellés au sol : 27
- sur mur non aveugle : 1
- hors agglomération : 26







■ Scellés au sol



■ Mur non aveugle



■ Hors agglomération

Bien que le RLP de 1998 soit caduc, il est intéressant d'analyser la conformité des dispositifs au regard de ses prescriptions.

Le panneau mural, situé dans la ZPE, est la seule infraction au RLP caduc car seuls les dispositifs scellés au sol y sont admis.

Le panneau situé boulevard Édouard Herriot ne respecte pas les dimensions de 4 m x 3 m.



Route de Paris - Les Vareys



Bd Édouard Herriot

# 5. LES CONSTATS

## 5.1 | PUBLICITÉ

Le RNP s'applique à Viriat depuis la caducité du RLP, le 13 janvier 2021. Le RLP de 1998, **moins restrictif que le RNP**, a permis l'implantation de dispositifs qui se trouvent aujourd'hui, à 100 %, en infraction avec le Code de l'environnement, hors mobilier urbain.

Aucun d'entre eux n'a de possibilité d'adaptation. La mise en conformité conduira à leur suppression.

## 5.2 | ENSEIGNES

### 5.2.1 | Hors agglomération

Quelques d'établissements sont installés hors agglomération, notamment le long de la RD 1083, à hauteur du chemin de la Cambuse, puis à hauteur du chemin de Tanvol.

Les enseignes respectent le Code de l'environnement, avec quelques exceptions. Il s'agit du nombre (limité à 1 par voie bordant l'établissement) ou de la surface (limitée à 6 m<sup>2</sup>).



Enseigne sur toiture légale



Enseigne scellée au sol légale



■ Enseigne scellée au sol illégale (surface)



■ Enseignes scellées au sol illégales (nombre)

Les enseignes de la zone d'activités des Baisses, située route des Greffets, n'appellent pas de remarques.



■ Enseigne sur façade légale

## 5.2.2 | Le patrimoine naturel

Il n'y pas d'établissements commerciaux dans le patrimoine naturel.

## 5.2.3 | Le patrimoine architectural

Il n'y pas d'établissements commerciaux dans le périmètre délimité des abords. Au sud de la commune, sur l'avenue de Mâcon et le boulevard Édouard Herriot, des activités sont installées.

## 5.2.4 | Le réseau viaire

Le réseau viaire principal traverse les zones commerciales des Vareys et de La Neuve.

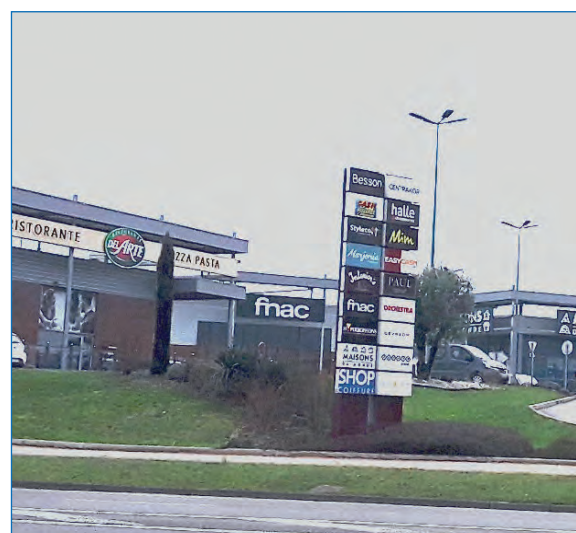
Seules certaines enseignes scellées au sol ne respectent pas la surface égale (6 m<sup>2</sup>).



■ Enseigne scellée au sol illégale

## 5.2.5 | Les zones d'activités ou commerciales

Le Retail Park La Neuve est récent. Les enseignes sont bien intégrées à son architecture moderne. L'enseigne scellée au sol située à l'entrée regroupe la majorité des commerces, évitant une surcharge visuelle.



■ Les enseignes sont éclairées la nuit.



Les enseignes sont éclairées la nuit.

Le centre commercial de la Chambière est situé à l'écart de la RD 1079.

Si les enseignes sur façade sont conformes, quelques enseignes scellées au sol sont illégales (hauteur > à 6,5 m et surface > à 6 m<sup>2</sup>).



Murale conforme



Scellée au sol illégale

### 5.2.6 | Le centre-village et les quartiers résidentiels

Les activités commerciales sont concentrées dans le centre du village.

Les enseignes sont respectueuses des façades.



■ Rue Prosper Convert

## 5.3 | SYNTHÈSE DES CONSTATS

A l'issue de cette analyse des différents secteurs à enjeux et des dispositifs installés, ressortent les éléments clefs qui doivent orienter la future réglementation.

### 5.3.1 | Publicité

La prolifération de la publicité est concentrée sur les deux axes principaux.

54 panneaux sur 54 sont en infraction avec le RNP depuis le 13 janvier 2021 et devront être mis en conformité pour le 13 janvier 2023. La publicité en son état actuel sera supprimée, à l'exception du mobilier urbain.

**Les règles (surface à 12 m<sup>2</sup> et scellés au sol) du RLP de 1998 s'appliquant à Viriat étaient basées sur celles de communes de plus de 10 000 habitants. La commune ayant moins de 10 000 habitants, elles ne pourront pas être reconduites.**  
**Les possibilités sont décrites au 3.1.12 et il ne pourra y être dérogé.**  
**Les dispositifs en infraction devront être supprimés pour le 13 janvier 2023.**

### 5.3.2 | Enseignes

L'application du RNP est globalement respectée.

Quelques enseignes sur toiture ou scellées au sol ne sont pas en conformité.

Il n'y a pas d'enseignes numériques.



## 6. LES ORIENTATIONS

La réglementation nationale, l'étude des enjeux, l'analyse des règlements en vigueur et tous les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, ont permis d'établir les d'orientations pour l'élaboration des futures règles du RLP.

### 6.1 | PUBLICITÉ :

Les prescriptions pourront porter sur les points suivants :

#### *Limitier la densité :*

Les règles actuelles du RNP ne limitent pas totalement la multiplication de panneaux sur une même unité foncière. Elles doivent être renforcées par des règles de densité.

#### *Fixer des horaires d'extinction pour la publicité lumineuse :*

Ils sont fixés de 1 h à 6 h. La réduction de la facture énergétique et la lutte contre la pollution lumineuse nocturne conduisent à imposer une plage horaire plus importante.

### 6.2 | ENSEIGNES :

Les prescriptions pourront porter sur les points suivants :

#### *Adapter les dimensions des enseignes numériques et les lieux où elles seraient autorisées :*

Le RNP ne fixe pas de règles particulières aux enseignes numériques. Le RLP doit en limiter les lieux d'installation et les dimensions.

#### *Fixer des horaires d'extinction :*

Pour les mêmes motifs que pour la publicité et dans une volonté d'harmonisation, la plage d'extinction nocturne sera étendue avec des horaires identiques.

# 7. EXPLICATION DES CHOIX

## 7.1 | ZONAGE

Les attentes de traitement en matière de publicité et d'enseignes étant distincts, deux zonages sont créés, l'un pour la publicité et l'autre pour les enseignes.

### 7.1.1 | Publicité

Le règlement national de publicité impose des règles restrictives pour la publicité dans les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de moins de 100 000 habitants.

L'urbanisme laisse peu de place aux possibilités d'implantation.

Le zonage correspond au territoire aggloméré.

### 7.1.2 | Enseignes

Dans une approche de traitement égalitaire sur toute la commune pour les acteurs économiques, il n'est pas créé de zonage pour les enseignes.

## 7.2 | PARTIE RÉGLEMENTAIRE

### 7.2.1 | Publicité

**P.A :** La publicité peut être admise dans les lieux d'interdiction relative. Il est donc posé en principe général la dérogation aux interdictions fixées par l'article L.581-8 du code de l'environnement et la soumission des publicités au régime défini dans chaque zone. Cette dérogation répond aux enjeux économiques propres à ces zones tout en veillant au maintien de la protection de l'environnement architectural et urbain.

**P.C :** Le respect de l'architecture est une préoccupation qui s'inscrit dans le RLP. Pour protéger les façades, la règle d'interdiction de la publicité à moins de 0,50 m du sol s'étend à toute arête verticale du mur qui la supporte.

Une règle de densité limite à 1 dispositif par unité foncière pour ne pas voir se multiplier les dispositifs sur un même support.

**P.D** : Les murs de clôture ou les clôtures, éléments structurants du paysage urbain, doivent demeurer visibles et la publicité ne peut y être apposée.

**P.I** : Pour lutter contre la pollution lumineuse nocturne et limiter la facture énergétique, la plage horaire d'extinction fixée par le RNP de 1 h à 6 h est étendue de 23 h à 6 h, à l'identique des enseignes. Par souci d'égalité de traitement, cette règle s'applique également à la publicité sur mobilier urbain, abris voyageurs compris.

## 7.2.2 | Enseignes

Le RNP a fortement renforcé la réglementation des enseignes en 2012. Aussi, et afin de ne pas nuire à l'activité économique, la ville n'a-t-elle pas souhaité être plus restrictive.

**E.H** : Seules les enseignes lumineuses sont réglementées.

Comme pour la publicité, la plage horaire d'extinction fixée par le RNP de 1 h à 6 h est étendue de 23 h à 6 h, en alignement sur les horaires d'extinction des façades des bâtiments publics.

Du fait de leur consommation énergétique et de l'impact de leur luminosité, les enseignes numériques, sur façade ou à l'intérieur des vitrines, sont réservées aux zones d'activités ou commerciales. Leur surface est limitée.