

Etude sur l'affichage publicitaire à l'échelle du territoire du SCoT Grand Douaisis



Les outils mobilisables

Sommaire

Introduction	P 4
1. Les démarches participatives amiables	P 7
1.1 Courriers de sensibilisation et de prévention	P 8
1.2 La charte de qualité des enseignes	P 10
1.3 Le Plan de signalisation d'information locale	P 18
2. Les démarches réglementaires	P 30
2.1 La procédure légale de mise en conformité	P 31
2.2 Le règlement local de publicité	P 40
2.3 Mesure de protection du patrimoine	P 53

Introduction

L'enjeu publicité extérieure et communes volontaires pour agir à ce jour

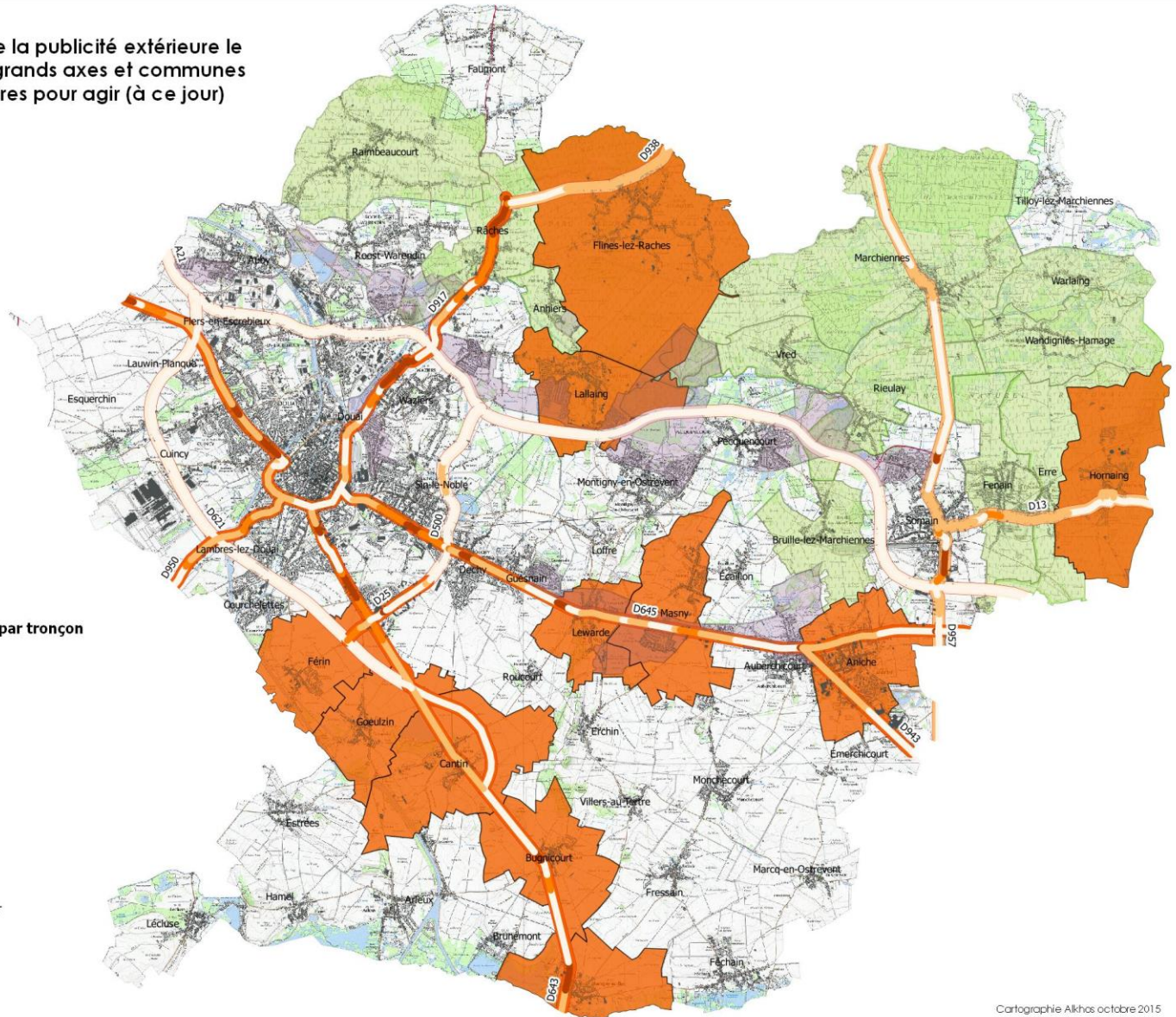
à ce jour



Impact de la publicité extérieure le long des grands axes et communes volontaires pour agir (à ce jour)



 Communes volontaires pour agir



0 2.5 km

(c) Fond scan 25 IGN 2013

Cartographie Alkhor octobre 2015

Introduction

L'étude commanditée par le SMSCot du Grand Douaisis a consisté dans un premier temps à faire le diagnostic de l'impact de la publicité extérieure le long des axes structurants le territoire car ils sont à la fois une cible privilégiée des afficheurs mais aussi la principale vitrine du territoire.

Le diagnostic a permis de distinguer le degré d'impact de la publicité extérieure entre chacun de ces grands axes, mais également, le long de ces axes, suivant le type de territoire traversé.

Nous avons vu que l'impact de la publicité extérieure dépend de la densité de dispositifs, mais également grandement de leur conformité et de leur bonne insertion sur les bâtiments et dans le paysage.

Cet impact, bien que très inégal, est globalement relativement fort, puisque près des deux tiers des dispositifs rencontrés ne sont pas conformes avec les réglementations nationales et locales applicables, ou mal intégrés.

Cette ultime étape de l'étude présente donc les différentes actions susceptibles d'être mises en œuvre pour que la publicité soit à la fois mieux intégrée dans le cadre de vie et plus profitable pour l'activité économique.

Pour chacune des actions préconisées, nous présentons :

- les collectivités ou entités pour lesquelles la mise en œuvre de ces actions nous semblent pertinentes;
- Les atouts et limites de chaque action
- Le détail des modalités de mise en place
- des préconisations et illustrations

Une fiche action propre à chaque commune est annexée à ce rapport, récapitulant les actions recommandées à mettre en œuvre sur la base des axes étudiés lors de cette étude.

Cependant, il va de soit que l'action à mener doit de préférence être engagée à l'échelle intercommunale. C'est pourquoi, le SM SCoT du Grand Douaisis va continuer d'accompagner les communes volontaires dans la définition de leur programme d'action commun.

Introduction

Objectifs de la démarche :

Les actions présentées visent une meilleure intégration de la publicité extérieure dans le cadre de vie et une meilleure attractivité du territoire et de l'activité économique.

Dans le détail il s'agit :

- D'affirmer l'identité et l'image de la collectivité en général.
- De valoriser le patrimoine paysager et architectural.
- De renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale et favoriser l'équité entre acteurs économiques.
- De renforcer la sécurité des automobilistes.
- De prendre en compte le développement des nouveaux procédés d'affichage (numérique) et favoriser les économies d'énergie.

1. Les démarches participatives amiables

1.1 Courriers de sensibilisation et de prévention

1.2 La charte de qualité des enseignes

1.3 Le schéma directeur de signalisation d'information locale

➤ Mise en œuvre possible à l'échelle intercommunale et pour toutes les communes du territoire !

1. Les démarches participatives amiables

1.1 Courriers de sensibilisation et de prévention

Action	Acteurs	Avantages	Inconvénients
- Courrier au préfet l'invitant à agir sur le territoire de la commune accompagné des fiches tronçon de l'étude. - Courriers aux afficheurs et aux fabricants d'enseignes locaux les enjoignant à appliquer la réglementation nationale avec un guide illustré associé. - Courriers aux grandes enseignes situées sur le territoire communal ciblées au regard de leur impact.	- Toutes les communes du territoire sont concernées puisque ces courriers ont une vocation préventive et de sensibilisation. (Même les communes ou la publicité extérieure ne pose pas de problèmes sont donc concernées). - Le SM SCoT. - Les deux intercommunalités du territoire (Communauté d'agglomération du Douaisis et communauté de communes Cœur d'Ostrevent).	- Facile à mettre en œuvre par toutes les communes sans connaissance techniques requises. - Peut contribuer à une prise de conscience et à une amélioration des pratiques à venir, voire, à des mises en conformité spontanées. - Les services de l'Etat seront orientés pour traiter les secteurs comportant le plus grand nombre d'irrégularités	L'efficacité de la démarche dépend de la bonne volonté des cibles de l'action : - Les résultats positifs liés aux changements de pratiques pourraient tarder à se voir ; - Le gros des dispositifs non conformes ne sera probablement pas régularisé spontanément.

1. Les démarches participatives amiables

1.1 Courriers de sensibilisation et de prévention

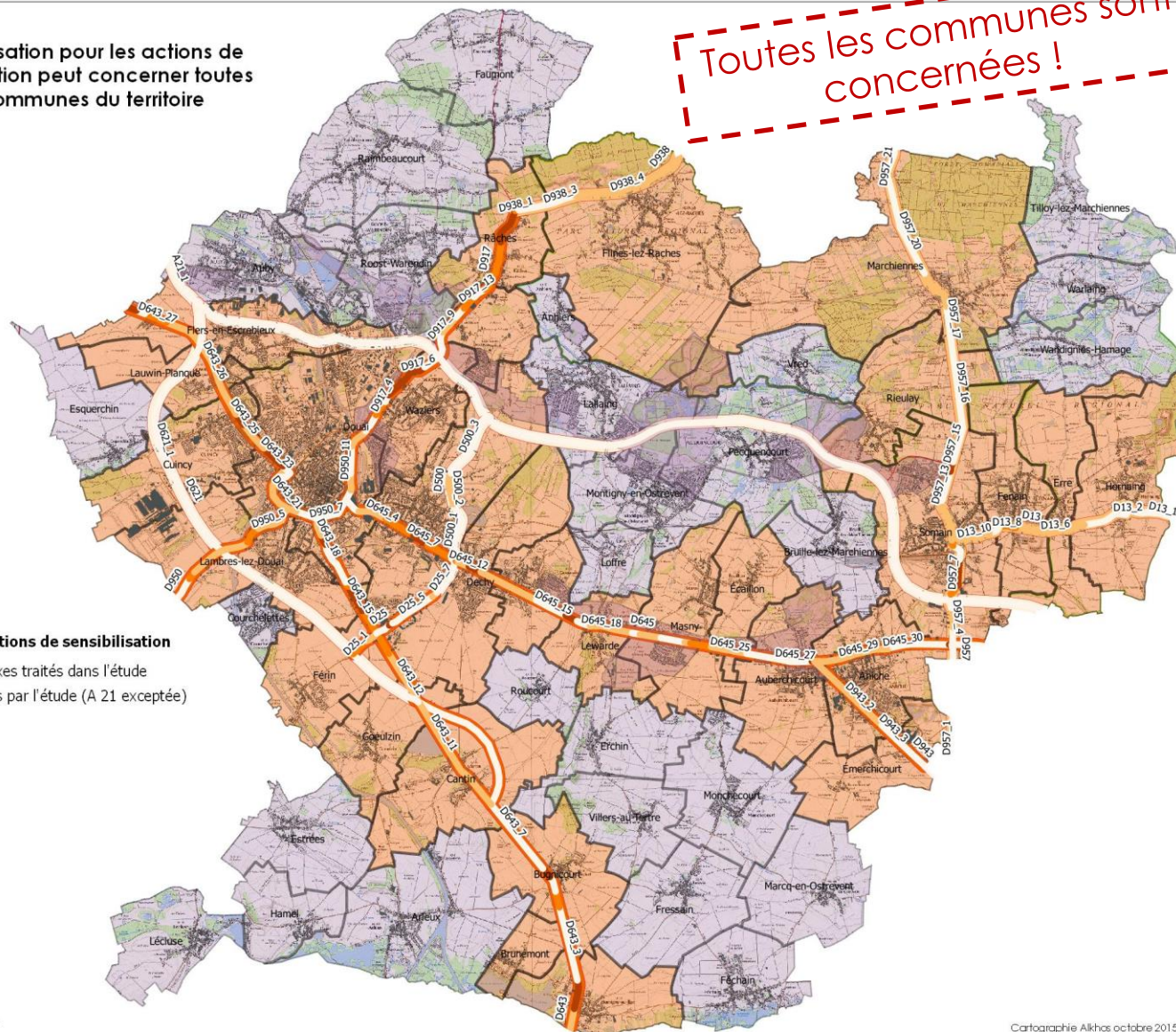


La mobilisation pour les actions de sensibilisation peut concerner toutes les communes du territoire

Toutes les communes sont concernées !

Communes concernées par les actions de sensibilisation

- Communes traversées par les axes traités dans l'étude
- Communes hors des axes traités par l'étude (A 21 exceptée)



0 2.5 km

(c) Fond scan 25 IGH 2013

Cartographie Alkhos octobre 2015

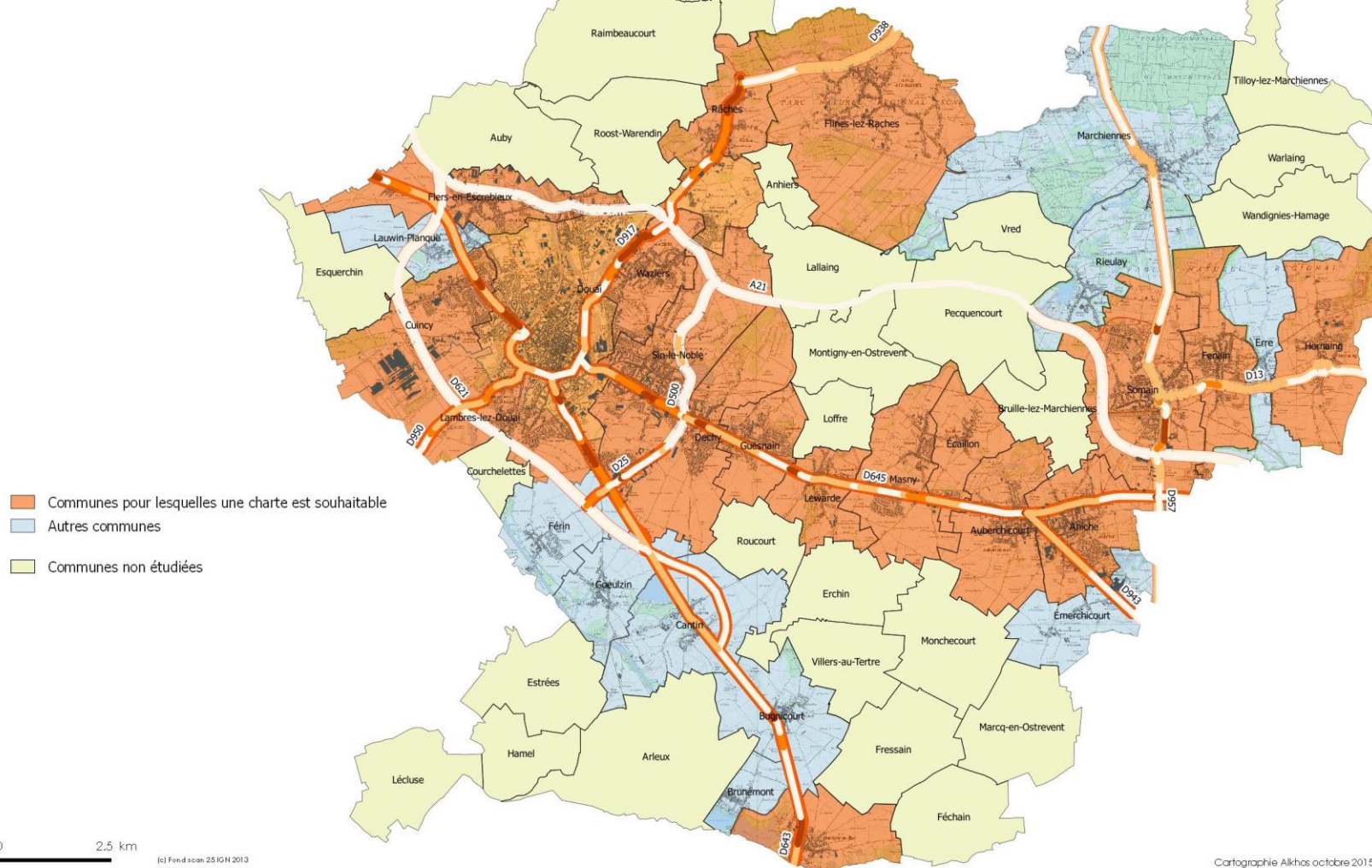
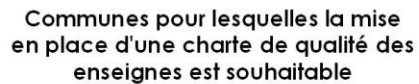
1. Les démarches participatives amiables

1.2 La charte de qualité des enseignes

Acteurs	Intérêt - Avantages	Inconvénients	Bilan
- La charte peut être élaborée à l'initiative du SM SCoT Grand Douaisis ou, des deux intercommunalités. - Elle peut en outre être élaborée par le Parc naturel régional Scarpe-Escout (13 communes du territoire concernées). - Elle peut également être élaborée à l'échelle d'une commune, d'une zone d'activité, d'un centre-ville commercial.	- Rappeler les règles du régime général et définir des dispositions plus favorables au cadre de vie que le régime national voire, même plus ambitieuses que celles d'un règlement local opposable. - La charte (à l'échelle intercommunale) permet notamment de donner un cadre commun pour les communes souhaitant se doter d'un RLP opposable. - C'est un outil plus consensuel qu'un règlement opposable qui est bien perçu par les acteurs économiques locaux.	- La charte est un document non opposable qui repose sur la libre adhésion des communes et surtout, la bonne volonté des acteurs économiques. Il peut en résulter des disparités de mise en œuvre d'une commune à l'autre et au sein d'une même commune. - La charte prévoit des dispositions pour les enseignes uniquement, à l'exclusion des publicités.	L'élaboration d'une charte à l'échelle communale nécessite une volonté politique et une démarche participative de concertation et de co construction avec les acteurs économiques locaux pour espérer une adhésion à la démarche et une amélioration de la qualité des enseignes sur le terrain. La mise en place d'une charte de qualité de la publicité extérieure à l'échelle du territoire ou d'un regroupement de communes aurait en outre pour intérêt de donner un cadre de référence aux communes souhaitant se doter d'un RLP.

1. Les démarches participatives amiables

1.2 La charte de qualité des enseignes



1. Les démarches participatives amiables

1.2 La charte de qualité des enseignes

Des préconisations essentiellement centrées sur les enseignes



Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

1. Les démarches participatives amiables

1.2 La charte de qualité des enseignes

Préconisations pour les enseignes sur façade en centre ville



- ✓ **Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales** en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade.

1. Les démarches participatives amiables

1.2 La charte de qualité des enseignes

Préconisations pour les enseignes sur façade en zone d'activité



Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade. (2 enseignes par façade et 15 % de la façade maximum)

1. Les démarches participatives amiables

1.2 La charte de qualité des enseignes

Préconisations pour les enseignes scellées au sol en zone d'activité



Améliorer la lisibilité des zones d'activité en limitant le nombre et la surface des enseignes scellées au sol.
(Proscrire les 4 x 3 m au profit de totems de 6 m² maximum)

1. Les démarches participatives amiables

1.2 La charte de qualité des enseignes

Préconisations pour les enseignes sur toiture en zone d'activité



- ✓ **Proscrire les enseignes sur toiture** au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants.

1. Les démarches participatives amiables

1.2 La charte de qualité des enseignes

Exemple d'enseignes et zones d'activité de qualité



Musée Archéologique Arkéos – Douai (69)

1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

Pourquoi mettre en place un plan de SIL ?

- Les **dispositifs en place** dans le territoire sont **peu efficaces** (manque de lisibilité et de continuité) **et hétérogènes**.
- les **préenseignes de type signalétique** sont **interdites dans un parc naturel régional** et ne peuvent être réintroduites ;
- les **préenseignes dérogatoires** sont **amenées à quasiment disparaître** depuis juillet 2015, et ne peuvent pas être réglementées par un RLP ;
- a contrario, **le manque de signalisation dévalorise le territoire**, voire le fragilise. Le manque d'affichage des ressources locales est préjudiciable à leur reconnaissance, leur exploitation, leur fréquentation.

1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

Le plan de signalisation locale se compose principalement de **deux étapes complémentaires** :

- **La charte de la signalisation locale** qui **définit les principes de signalisation et le type de mobilier à utiliser**. Pour 13 des communes du territoire, la réflexion sur cette charte pourrait avoir lieu à l'échelle territoriale du PNR Scarpe-Escout et s'inscrire dans une réflexion plus globale d'élaboration de la charte signalétique de l'affichage.
- **Le schéma directeur** qui **définit concrètement l'emplacement et le contenu des panneaux implantés**. Il s'agit de la phase pré opérationnelle dont une intercommunalité ou une commune peut être le maître d'ouvrage en appliquant la charte préalablement définie.

1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

Les étapes

▪ La charte de signalisation locale

1 – Sélection et hiérarchisation des pôles (sites, services, équipements, commerces qui doivent et/ou peuvent être signalés).

2 – Proposition des principes de signalisation (types de panneaux en fonction du pôle signalé, nombre maximum de lames par pôle, distance maximale pour signalisation...)

3 – Elaboration d'une charte mobilière et graphique qui définit comment signaler à travers le type de panneaux à mettre en place. Elle permet d'homogénéiser le mobilier en place et d'améliorer la lisibilité et l'image véhiculée par le territoire concerné.

▪ Le schéma directeur

4 - Localisation, quantification des panneaux et chiffrage.

▪ Mise en œuvre

5 – Le projet de définition (à faire au moment de la réalisation) précise le lieu d'implantation des panneaux sur chaque carrefour ainsi que les mentions exactes sur chaque panneau.

6 – Consultation des entreprises.

7 - Fabrication et pose du mobilier.

1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

Le plan de SIL permet de traiter la problématique des préenseignes



Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

Préconisations pour les préenseignes dans le cadre du plan de SIL



- ✓ Remplacer les préenseignes en agglomération par de la SIL pour les établissements isolés et une signalétique de zones.

1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

Préconisations pour les préenseignes dans le cadre du plan de SIL



- ✓ **En alternative au tout préenseignes** dans les zones d'activité ou en centre ville, mettre en place des **relais d'information service (RIS)**.

1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale



Un guide signalétique élaboré par la mission bassin minier est paru en août 2015 en vue notamment d'harmoniser la signalétique en relation avec le patrimoine du bassin minier.

Le maître d'ouvrage d'un plan de SIL devra prendre en compte les recommandations de ce guide.

1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

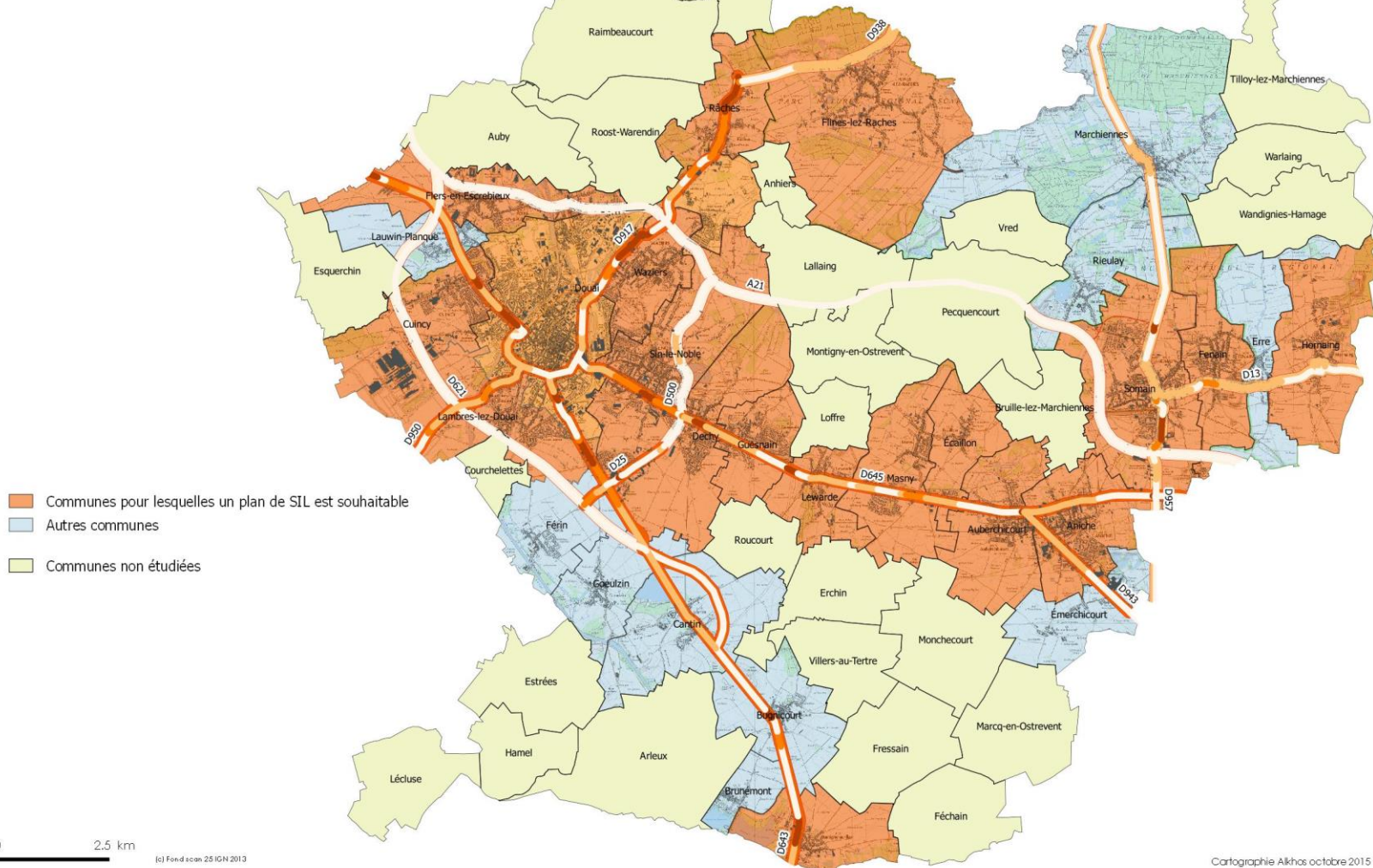
Acteurs	Intérêt - Avantages	Inconvénients	Bilan
- Le plan de SIL peut être élaboré à l'initiative des deux intercommunalités. - Il peut en outre être élaboré par le Parc naturel régional Scarpe-Escaut (13 communes du territoire concernées). - Il peut également être élaboré à l'échelle d'une commune, d'une zone d'activité, d'un centre-ville commercial.	- Améliore l'accueil et le guidage des usagers pour accéder aux sites, équipements et commerces. - Facilite et organise les flux sur le territoire concerné par un choix et un affichage des itinéraires d'accès. - Contribue à renforcer l'identité et la mise en valeur du territoire en harmonisant les dispositifs et en maîtrisant mieux l'implantation de toute signalétique. - Permet de proposer une alternative efficace et fonctionnelle aux préenseignes qui est souvent bien accueillie par les acteurs économiques.	- Le plan de SIL est un document non opposable qui repose sur la libre adhésion des acteurs économiques. Il peut en résulter des disparités de mise en œuvre au sein d'une même commune, certains acteurs économiques pouvant préférer rester sur le format préenseignes. - La mise en place d'un plan de SIL nécessite un budget conséquent pour financer l'étude préalable d'implantation et le coûts des mats et des lames.	La charte de la signalisation locale qui définit les principes de signalisation et le type de mobilier à utiliser doit de préférence être élaborée au niveau intercommunal pour donner le cadre des schémas directeurs d'implantation portés par les communes. La mise en place des barrettes de SIL doit être conditionnée au retrait préalable des préenseignes pour ne pas cumuler les deux modes d'affichage et perdre en lisibilité. L'élaboration d'une charte à l'échelle communale nécessite une démarche participative de concertation et de co construction avec les acteurs économiques locaux pour espérer une adhésion à la démarche.

1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale



Communes pour lesquelles la mise en place d'un plan de SIL est plus spécifiquement souhaitable



1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

Fonction de la signalisation d'information locale :

Guider les usagers vers un site, un équipement ou des commerces.

Message type :

Nom de l'établissement ou nom générique + Idéogramme + direction

Implantation préconisée :

En présignalisation voire en position sur le carrefour d'accès à l'établissement.

Atouts :

Dispositifs non assimilables à des préenseignes mais à de la signalisation routière donc **autorisés dans un parc naturel régional**.

Contraintes :

Doivent scrupuleusement respecter les conditions d'implantation et les caractéristiques prévues par le code de la route (pas plus de 6 mentions par mat dont 4 pour la même direction, pas de logotypes mais des idéogrammes réglementaires, police et hauteur de lettrage...)

Autres principes générateurs d'homogénéité :

Sont soumis à autorisation du gestionnaire de voirie (qui peut demander le respect d'une charte)

Ne peut être implantée isolément sans s'inscrire dans une démarche globale.



1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

Signalisation d'information locale

Exemple de charte mobilière et graphique

Version bimât (centre ville)

Support :

Type : bi-mât cylindrique
Matériaux : aluminium
Dimension : Ø 76 mm
Hauteur sous panneau : 1000 mm
Couleur : gris

Coût estimatif :

Mâts : 210 € HT
Lame : 120 € HT
Pose : 300 € HT

Signalisation différenciée entre
équipements / services publics
et équipements commerciaux



1. Les démarches participatives amiables

1.3 Le plan de signalisation d'information locale

Relais Information Services :

Exemple de charte mobilière et graphique

Variante 1 :

Structure aluminium revêtue
de panneaux en tôle d'acier galvanisé
Dimensions : H 2000 mm x L 100 mm
Décor impression quadri sur film
contre collé ou sérigraphie

Coût estimatif :

Mobilier : 2700 € HT
Conception graphique : 1500 € HT
Pose : 700 € HT

Variante 2 :

Mâts aluminium
Dimension : Ø 76 mm
Hauteur hors sol : 2000 mm
Couleur : bordeaux et gris
Panneau en tôle d'acier galvanisé
Décor impression quadri sur film
contre collé ou sérigraphie

Coût estimatif :

Mobilier : 2000 € HT
Conception graphique : 1500 € HT
Pose : 700 € HT



2. Les démarches réglementaires

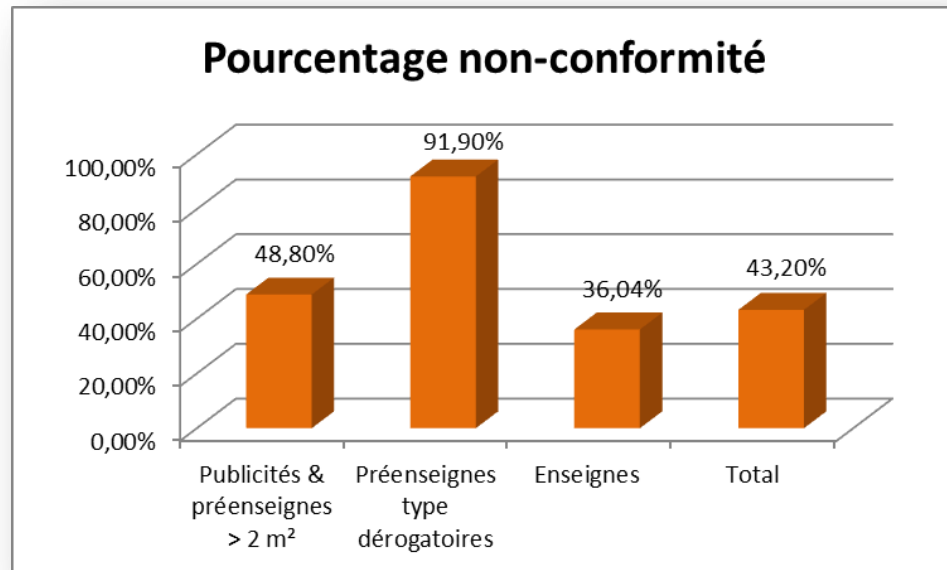
2.1 La procédure légale de mise en conformité

2.2 Le règlement local de publicité

2. Les démarches réglementaires

2.1 La procédure légale de mise en conformité

- **Les procédures de sanction administratives** à l'encontre des dispositifs non conformes au regard du code de l'environnement **sont nécessaires** puisque la plupart des préenseignes de type dérogatoires et près de la moitié des publicités et plus d'un tiers des enseignes sont non conformes vis-à-vis du code de l'environnement en vigueur le long des axes concernés par l'étude.



- **Toutes les communes peuvent agir !** Celles qui n'ont pas le pouvoir de police peuvent cependant dresser le procès verbal d'infraction et l'adresser au préfet pour qu'il engage la procédure légale.

2. Les démarches réglementaires

2.1 La procédure légale de mise en conformité

Les procédures de sanction administratives à l'encontre des dispositifs non conformes au regard du code de l'environnement sont définies aux articles L.581-26 à 33 et R.581-82 à 84 de ce code.

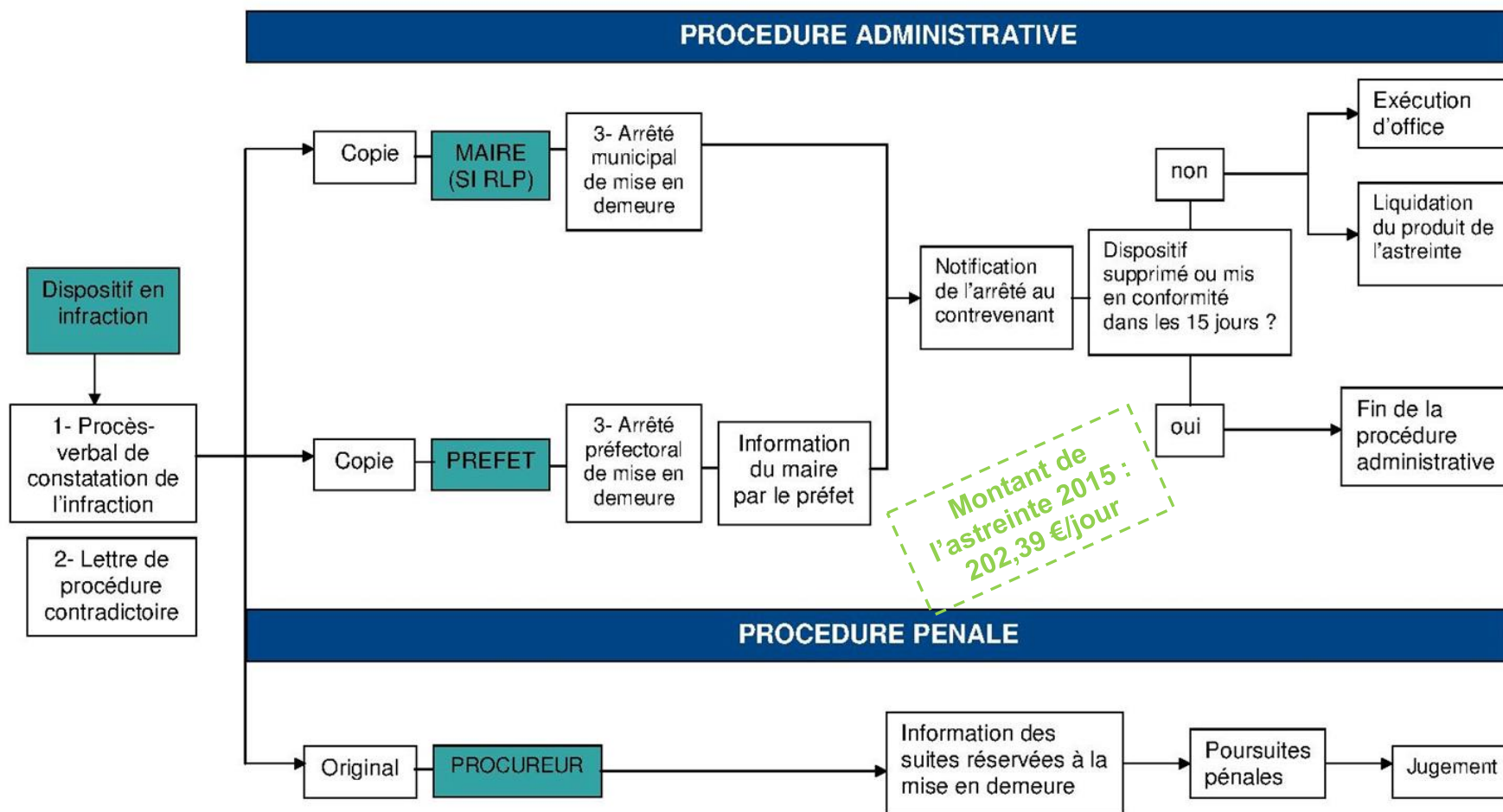
Si elle constate une publicité, une préenseigne ou une enseigne irrégulière au regard du code de l'Environnement, l'autorité compétente (le préfet en règle générale ou le maire, qui agit au nom de la commune lorsqu'un RLP ou un RLPi est en vigueur sur son territoire) est tenu d'engager la procédure de sanction administrative adéquate à l'encontre du contrevenant. Le type de procédure engagé dépend du type d'infraction :

- Procédure classique de sanction au titre du code de l'Environnement
- Procédure d'exécution immédiate en cas d'infraction aux articles L. 581-4, 5, 8 et 24 du code de l'Environnement
- Procédure de sanction en cas d'irrégularité de la déclaration préalable
- Procédure de sanction au titre du Code de la Route

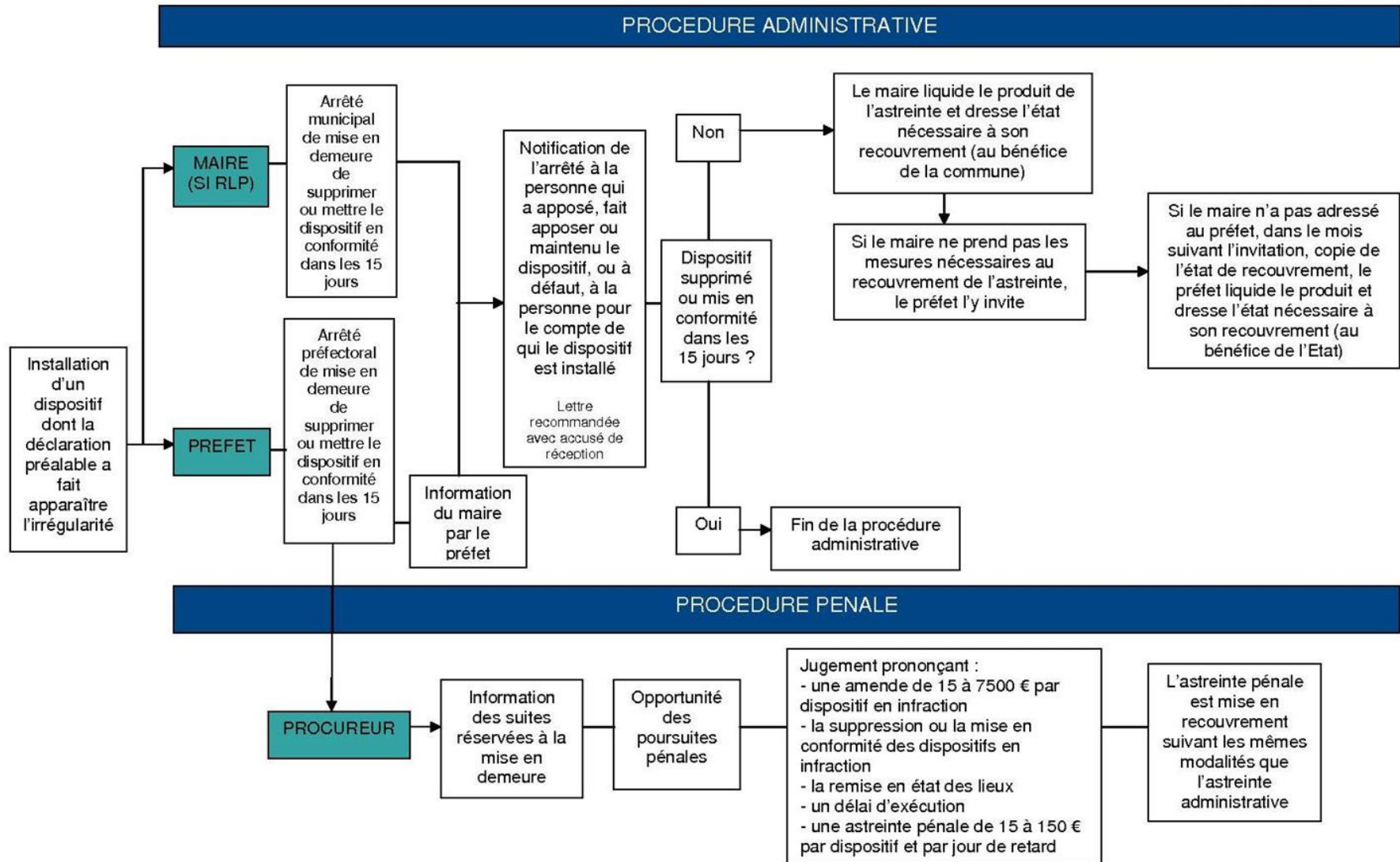
2. Les démarches réglementaires

2.1 La procédure légale de mise en conformité

Procédure de sanction classique au titre du code de l'environnement

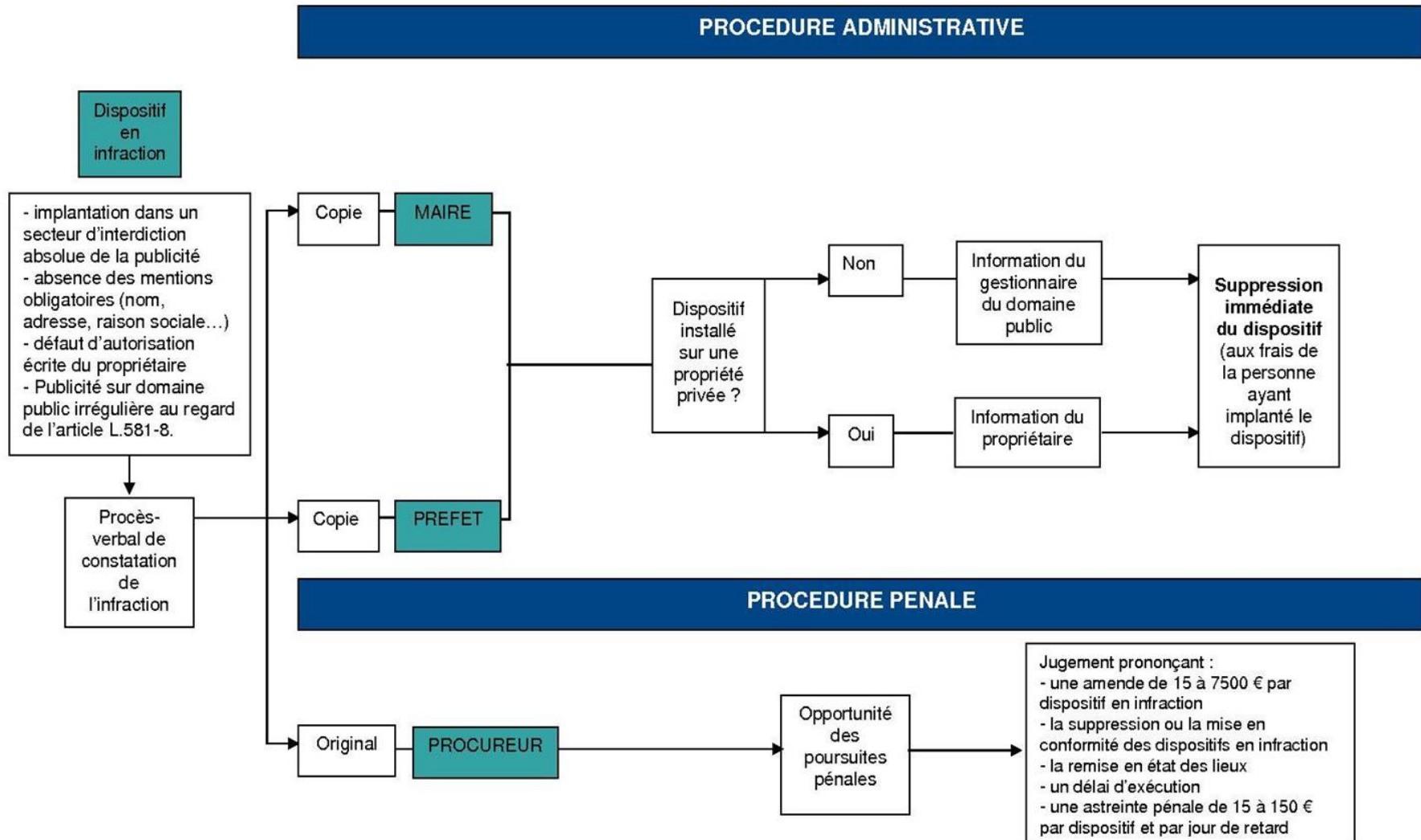


Procédure de sanction lorsque la déclaration préalable A fait apparaître l'irrégularité

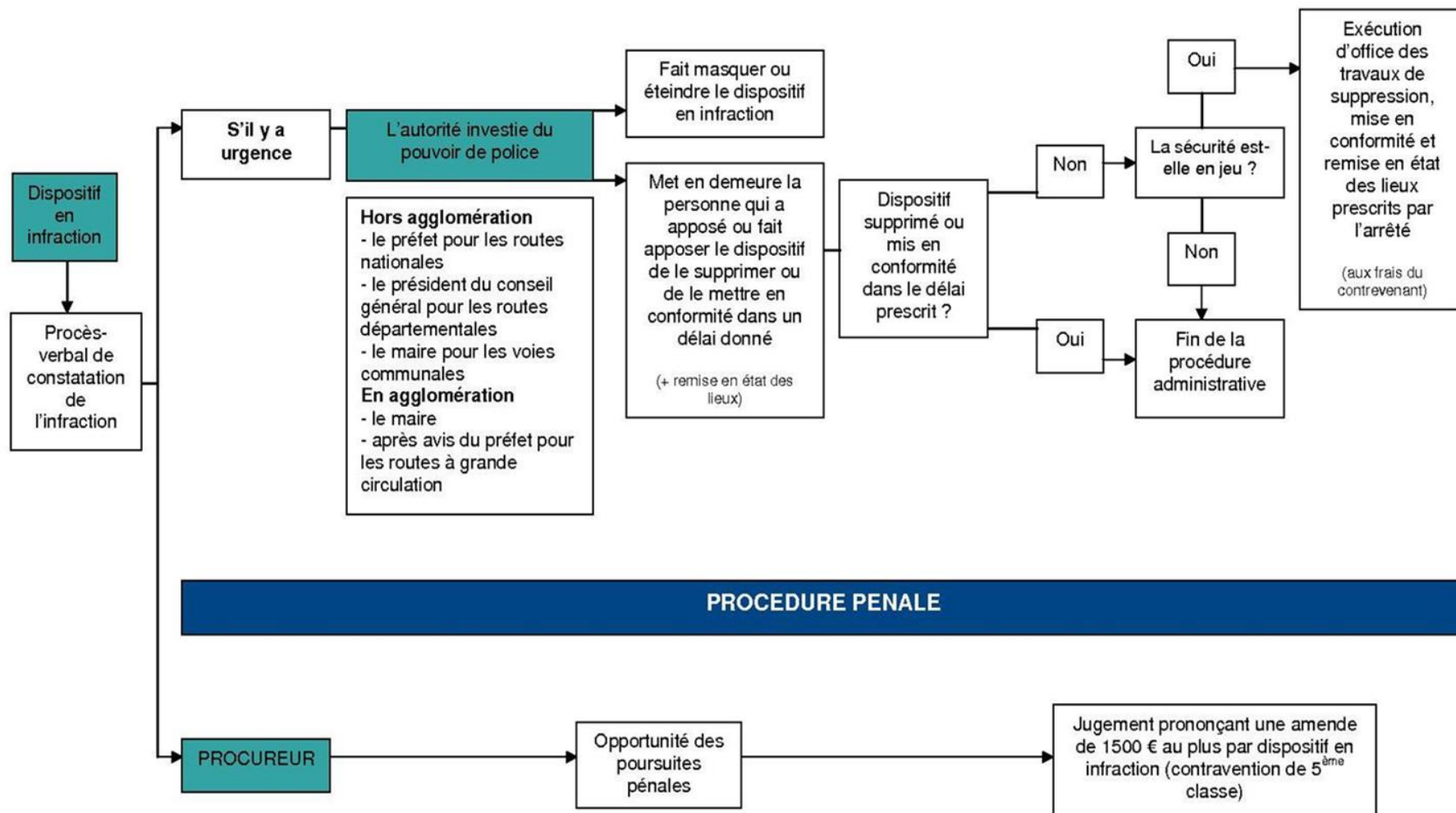


Procédure d'exécution immédiate

Infractions aux articles L.581-4, 5, 8 et 24 du code de l'Environnement



Procédure de sanction au titre du Code de la route



2. Les démarches réglementaires

2.1 La procédure légale de mise en conformité

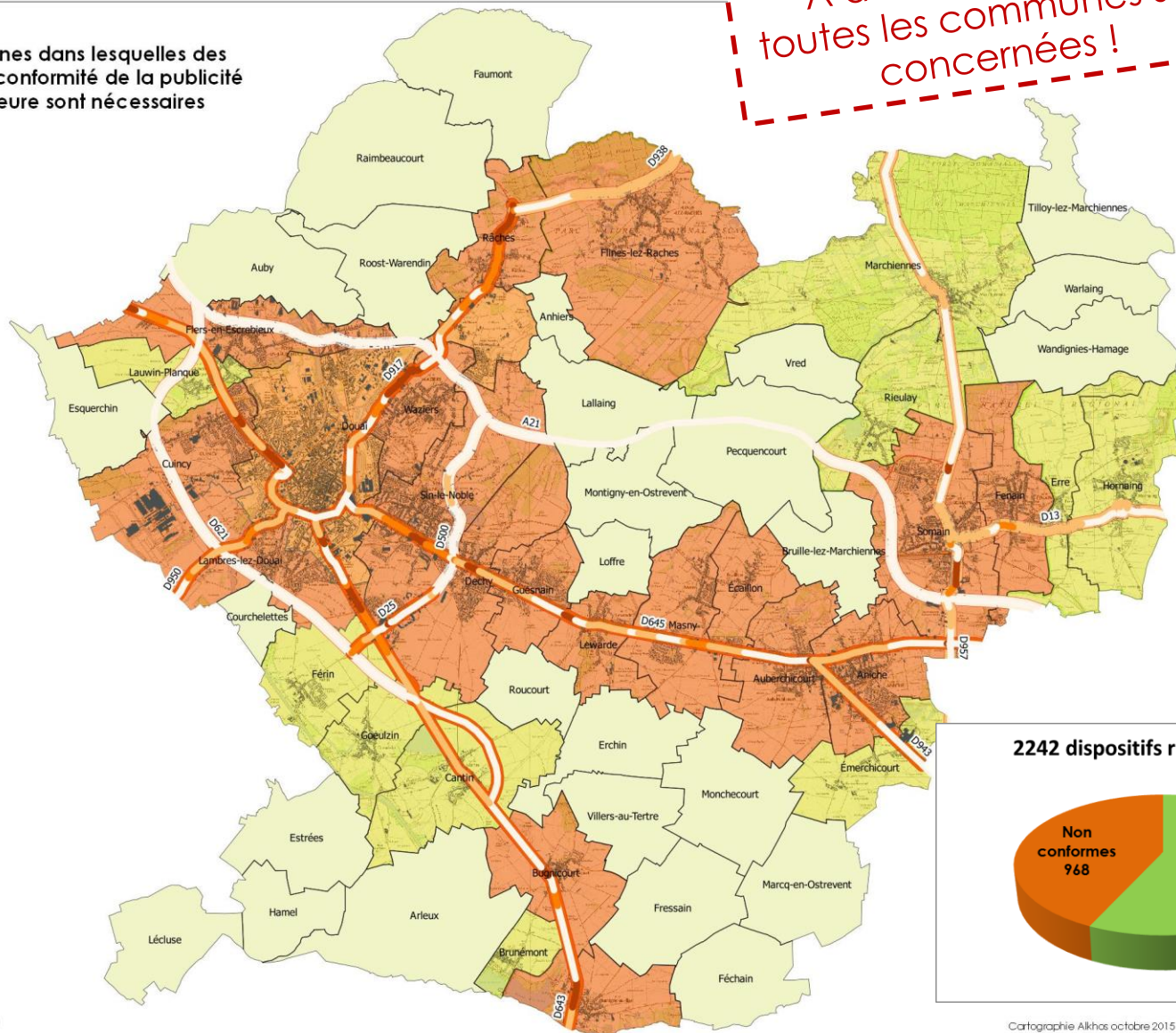
Acteurs	Avantages	Inconvénients	Bilan
- Les communes lorsqu'elles sont dotées d'un RLP (Douai, Lambres-lez-Douai, Pecquencourt). - Le préfet pour les communes non dotées d'un RLP. - Les communes ne disposant pas du pouvoir de police doivent toutefois dresser des procès-verbaux de constat d'infraction et les envoyer à la préfecture pour qu'elle engage la procédure administrative	- Procédure « carrée » permettant à coup sûr la régularisation des dispositifs non conformes sans délai (sauf pour les enseignes non conformes avec les nouvelles dispositions du Grenelle II : mise en conformité à compter de juillet 2018). - Possibilité de réduire fortement la pollution visuelle, en particulier dans les communes appartenant au PNR Scarpe-Escaut	- Procédure mal perçue par les entreprises qui nécessite de la détermination politique car elle vient sanctionner des entreprises communales avec des amendes pénales et des astreintes administratives importantes.. - En l'absence de règlement local de publicité (RLP) dans la commune, le maire n'est pas compétent pour agir mais c'est le préfet. (Ce qui peut également être perçu comme un atout).	- Des résultats spectaculaires peuvent être obtenus pourvu qu'il y ait une forte volonté politique. - Lorsqu'elle est engagée par une commune, la procédure administrative devrait toujours être précédée d'une phase amiable.

2. Les démarches réglementaires

2.1 La procédure légale de mise en conformité

Communes dans lesquelles des
mises en conformité de la publicité
extérieure sont nécessaires

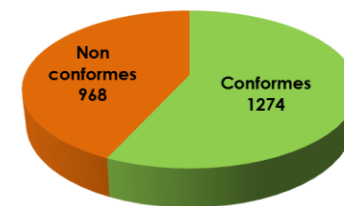
A des degrés divers,
toutes les communes sont
concernées !



Mises en conformité

- Utiles
- Particulièrement utiles
- Communes non étudiées

2242 dispositifs recensés dont :



2. Les démarches réglementaires

2.1 La procédure légale de mise en conformité

Simulation des effets d'une campagne de mise en conformité



Commune de Lewarde : suppression des publicités hors agglomération

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

I. Mode d'élaboration

Le RLP est un outil pour permettre de concilier la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

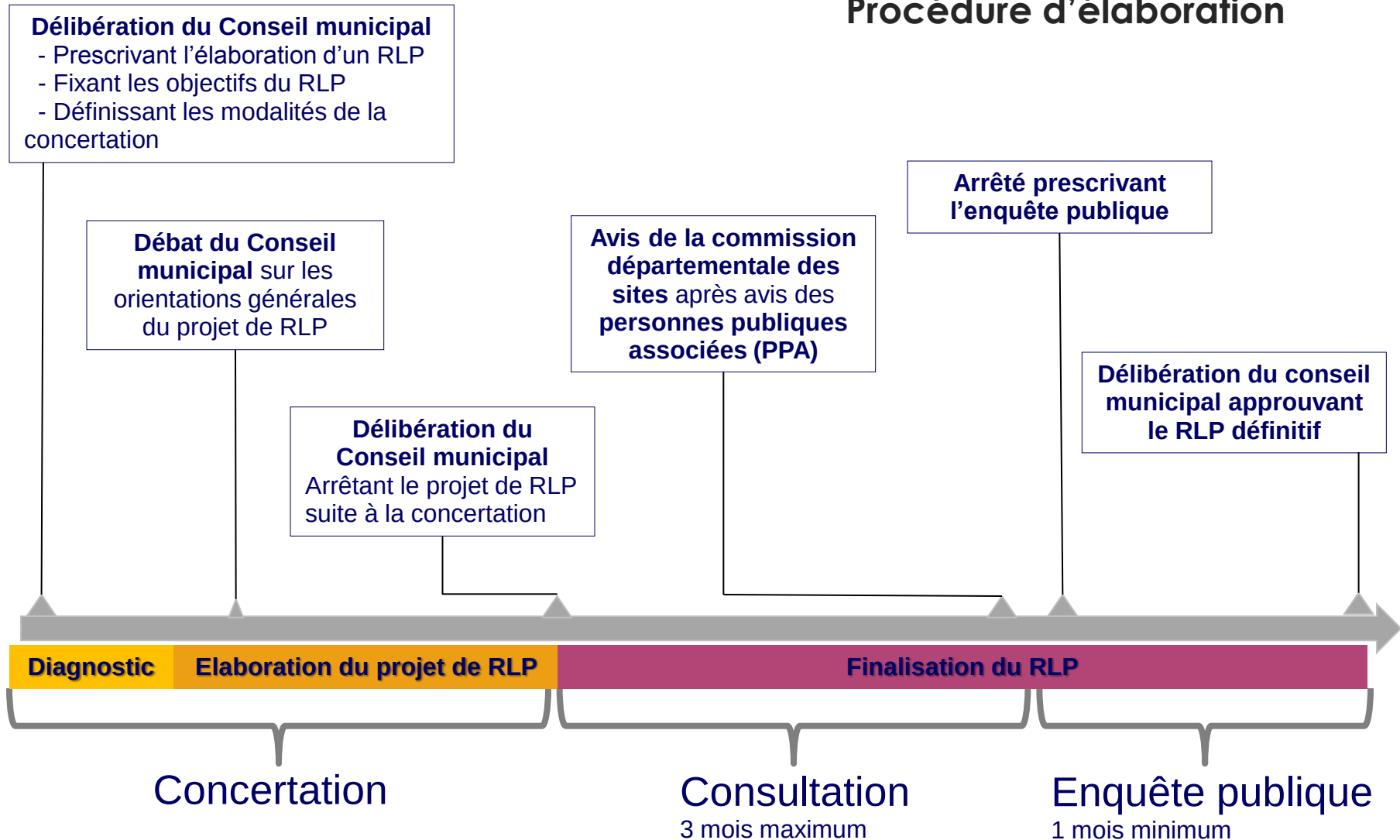
Pour ce faire, il édicte des **règles nécessairement plus restrictives que le régime général** pour améliorer le cadre de vie et créer les conditions d'une plus-value pour le commerce local.

Il est **élaboré selon la même procédure que les PLU** (concertation, consultation, enquête publique). Une fois approuvé, il est annexé au PLU.

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

Procédure d'élaboration



II. Incidence du RLP

1. Les enseignes sont soumises à un **régime d'autorisation préalable**.

2. Délais de mise en conformité :

- ✓ Deux ans pour les publicités et préenseignes
- ✓ Six ans pour les enseignes.

3. **Le pouvoir de police de la publicité extérieure est exercé par la commune**, en son nom et non pas par la DDT.

Le pouvoir de police concerne :

- ✓ Les sanctions à l'encontre des dispositifs non conformes.
- ✓ La gestion des dossiers de demande d'autorisation d'enseignes
- ✓ La gestion des dossiers de déclarations des publicités et préenseignes.

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité



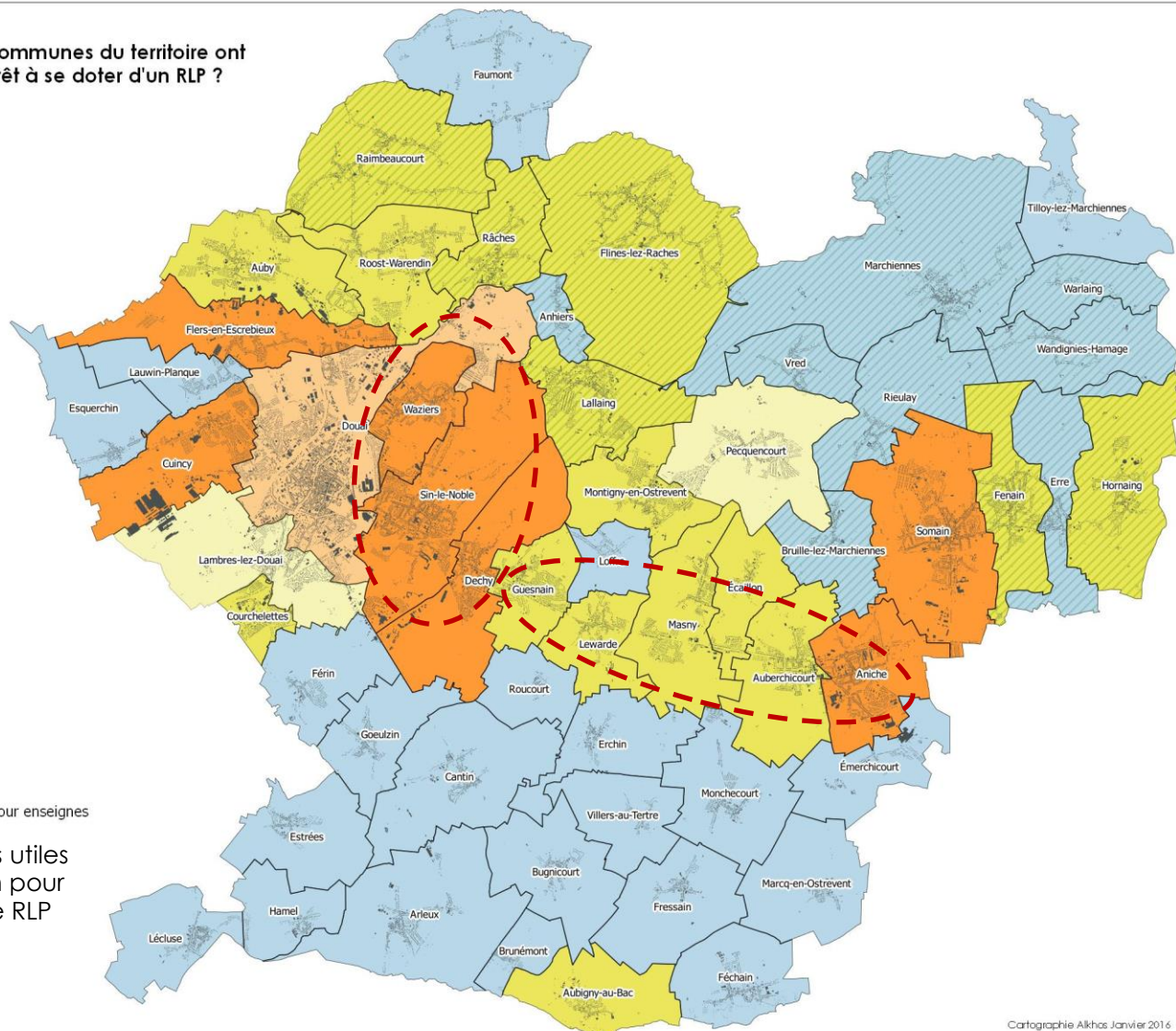
Quelles communes du territoire ont un intérêt à se doter d'un RLP ?

RLP

- Inutile
- Utile
- Recommandé
- RLP existant
- RLP existant à réviser

▨ Commune classée PNR = RLP pour enseignes

⬢ Regroupements utiles pour la réflexion pour l'élaboration de RLP



0 2,5 km

Cartographie Alkhos Janvier 2016

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

Acteurs	Avantages	Inconvénients	Bilan
- L'EPCI doté de la compétence PLU ou la commune.	- Permet d'adapter la réglementation nationale au niveau local et de choisir des dispositions en adéquation avec les objectifs qualitatifs de la collectivité. - Le RLP est opposable aux dispositifs qui ne lui sont pas conformes. - Permet d'améliorer le cadre de vie en dé densifiant la publicité. Permet d'améliorer l'intégration, la qualité et la lisibilité des enseignes et, par voie de conséquence, des entreprises qui les apposent. - Permet à la collectivité d'avoir le pouvoir de police de l'affichage et d'agir directement et efficacement sur le territoire.	- La collectivité doit se donner les moyens humains d'appliquer la réglementation qu'elle a adopté. - Mis en place relativement lourde basée sur l'élaboration des PLU avec concertation, consultation et enquête publique d'une durée de 1 à 2 ans. - Lorsqu'une commune élabore et fait appliquer son RLP, les communes voisines peuvent voir leur territoire dégradé par effet report. - Peut être mal perçu par les entreprises en l'absence d'une communication adaptée. - Coût de la démarche	- Un outils très efficace permettant d'améliorer sensiblement une situation dégradée mais qui demande de l'investissement de la part de la collectivité. Ne peut donc pas être envisagé par une trop petite commune. - Son caractère opposable ne doit faire oublier de proposer une démarche d'accompagnement et de tenter de traiter chaque dossier à l'amiable et avec diplomatie.

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

Orientations

Quatre niveaux de propositions maximum

Nom de la zone	Descriptif	Grandes orientations
ZR 1	Centres historiques de haute qualité architecturale et / ou appartenant au PNR ou dans le périmètre d'un monument historique ou dans le périmètre des bien inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco.	- Interdiction totale de la publicité. - Prescriptions fortement qualitatives pour les enseignes, en cohérence avec la qualité architecturale des supports.
ZR 2	Autres secteurs à vocation principale d'habitat et d'équipements. Cette zone comprend les extensions directes des centres anciens, les zones d'habitat collectif, les zones d'habitat pavillonnaire et les équipements culturels et sportifs hors secteurs protégés.	- Prescriptions qualitatives relatives aux enseignes adaptées au type de bâtiment support. - Publicité sur façade et sur mobilier urbain tolérée.
ZR 3	Les zones d'activités commerciales, industrielles et artisanales.	- Prescriptions qualitatives relatives aux enseignes adaptées aux zones d'activité. - Publicité sur mobilier urbain tolérée.
ZR 4	Hors agglomération Zone comprenant habitat et zones d'activités isolées mais également des secteurs naturels et protégés.	- Interdiction totale de la publicité. - Prescriptions relatives aux enseignes adaptées au type de bâtiment support.

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

Orientations pour les publicités



Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont l'objet est de les recevoir.

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

Orientations

Publicités scellées au sol hors ZR 1 (communes des unités urbaines)



- ✓ **Favoriser l'intégration de la publicité scellée au sol** en limitant les surfaces (8 m² maximum sur mobilier urbain) et en les dédensifiant.

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

Orientations

Publicités sur façades hors ZR 1 (communes des unités urbaines)



- ✓ **Favoriser l'intégration de la publicité sur façade** en limitant les surfaces (8 m² maximum) et en les dé densifiant.

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

Orientations

Publicités numériques (communes des unités urbaines)



- ✓ **Favoriser l'intégration de la publicité numérique** en proscrivant les dispositifs scellés au sol et en limitant sa surface. (2 m² maximum)

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

Orientations

Publicités sur façades hors ZR 1 (communes du PNR)



- ✓ Publicités murales d'une superficie de 1,5 m² autorisées uniquement dans les zones d'habitat et d'équipement (ZR2) non compris dans le centre historique à haute valeur patrimoniale.

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

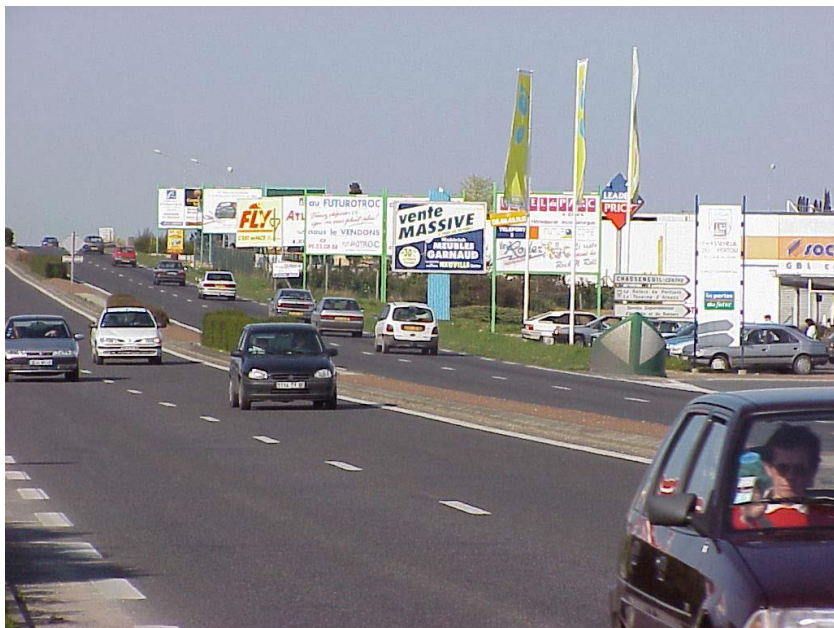
Tableau récapitulatif synthétique des prescriptions nationales pour les enseignes et des orientations proposées

Enseignes	Régime général (communes des unités urbaines)	Régime général (Autres communes avec agglomérations < 10 000 hab)	Orientations ZR 1 Centres historiques	Orientations ZR 2 Habitat et équipements	Orientations ZR 3 Activité	Orientations ZR 4 Hors agglomération
Scellée ou posée au sol	12 m²	6 m²	Non	Oui pour cas particuliers	6 m² + prescriptions qualitatives	6 m² + prescriptions qualitatives
A plat sur façade	15 % du support (25 % si < 50 m²)	15 % du support (25 % si < 50 m²)	15 % + prescriptions qualitatives, limitation en nombre	15 % + limitation en nombre	15 % + limitation en nombre	15 % + limitation en nombre
En drapeau	15 % du support (25 % si < 50 m²)	15 % du support (25 % si < 50 m²)	15 % + prescriptions qualitatives, limitation en nombre	15 % + limitation en nombre	Non	15 % + limitation en nombre
Sur toiture	60 m²	60 m²	Non	Non	Oui sur toit incliné	Oui sur toit incliné
Lumineuse (numérique)	Oui	Oui	Non	Non	Sur façade uniquement	Non

2. Les démarches réglementaires

2.2 Le règlement local de publicité

Exemple de résultat obtenu suite à la mise en place d'un RLP



Commune de Chasseneuil du Poitou, agglomération de Poitiers (150 000 habitants)

2. Les démarches réglementaires

2.3 Mesure de protection du patrimoine

L'interdiction de la publicité sur un immeuble « remarquable »

- ✓ Le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la commission départementale compétente en matière de sites*, peut en outre interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque. (Article L.581-4 du code de l'Environnement).
 - Publicités et préenseignes sont ensuite interdites sur l'immeuble et à moins de 100 m et dans le champ de visibilité de l'immeuble.
 - Les enseignes sont soumises à autorisation du maire.

Un outil d'initiative communale facile à mettre en place pour préserver des immeubles qui ne sont pas protégés au titre du code du patrimoine (Monuments historiques inscrits ou classés par exemple). Si plusieurs immeubles rapprochés dans un centre historiques sont concernés, cela permet, par le biais des périmètres de protection de 100 m, de protéger tout un secteur de la publicité sans mettre en place de RLP.

*L'avis de la commission départementale compétente en matière de sites est réputé acquis s'il n'est pas intervenu dans un délai de deux mois à compter de la saisine par le préfet ou de la demande d'avis de la commission adressée par le maire au préfet.



Siège :
49 rue Ambroise Paré – 71850 CHARNAY-LES-MACON

Agence :
5 place Gustave Rivet 38000 GRENOBLE

tel : 03.85.38.14.54 – fax : 03.85.38.41.02 –
mail : contact@alkhos.fr –
site web : www.alkhos.fr