

Règlement Local de Publicité (RLP) Loches (37)



Réunion publique

7 décembre 2022

Plan de la réunion

- 1. Notions de base sur la réglementation de la publicité extérieure**
 - 2. Procédure du Règlement Local de Publicité (RLP)**
 - 3. Bilan du diagnostic**
 - 4. Orientations du RLP débattues de 10 mai 2022 en conseil municipal**
-

1. Notions de base sur la réglementation de la publicité extérieure

Les principaux textes de référence

Synthèse

- **Le Code de la Route**, Titre IV – L'usage des voies, titre Premier, Chapitre VIII – Publicités, enseignes et préenseignes ; **Articles R.418-1 à R.418-9** relatifs à la publicité, aux enseignes, aux enseignes publicitaires et aux préenseignes visibles des voies ouvertes à la circulation publique (comprendre routière)

Objectifs :

- ✓ **Améliorer la sécurité des automobilistes ;**
- ✓ **Garantir la spécificité de la signalisation routière ;**
- ✓ **Sauvegarder l'intégrité des voies et de leurs abords.**

Définitions et grands principes

Les principales règles d'implantation de la publicité extérieure sont déterminées par :

- **Le Code de l'Environnement**, Livre V - Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ; Titre VIII – Protection du cadre de vie ; Chapitre premier – Publicité, enseignes et préenseignes ; Articles L.581-1 à L.581-45 et articles R.581-1 à R.581-88.

Objectif : Concilier la liberté d'expression par le moyen de la publicité, des enseignes et préenseignes avec la protection du cadre de vie.

Le Code de l'Environnement régit la « **Publicité extérieure** » qui comprend les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

On entend par « voies ouvertes à la circulation publique », les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Un parking ouvert privé, un chemin vicinal, une piste de ski sont donc des « voies ouvertes à la circulation publique » alors que **tout ce qui est à l'intérieur d'un local, d'une gare, d'une station de métro, n'est pas concerné par la réglementation de la publicité extérieure.**

Définitions et grands principes

Différences entre publicité, enseigne et préenseigne

Publicité : 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.

Enseigne : toute inscription, forme ou image **apposée sur un immeuble*** et relative à une activité qui s'y exerce. *L'**immeuble** désigne aussi bien la construction que le terrain où s'exerce l'activité.

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



Exemples non locaux



Définitions et grands principes

Dispositifs ne relevant pas de la réglementation de publicité extérieure

La **signalisation d'information locale (SIL)** est une catégorie de signaux routiers, dont l'implantation est régie par le code de la route. Il ne s'agit donc pas de préenseignes.

Il existe deux types de panneaux de SIL :



Dc29

Il indique l'endroit où l'utilisateur doit commencer sa manoeuvre pour se diriger vers les services et équipements situés dans la direction indiquée par la flèche.



Dc43

Il annonce les services et équipements desservis au prochain carrefour

Définitions et grands principes

Dispositifs ne relevant pas de la réglementation de publicité extérieure

La signalisation d'information locale (SIL) peut facilement devenir de la préenseigne dès lors qu'elle ne respecte pas les règles d'implantation propre à cette catégorie de signaux routiers :

- Il ne peut y avoir plus de 6 mentions par support, dont 4 dans la même direction (pour des raisons évidentes de lisibilité et de sécurité).
- La SIL ne peut pas être de la même couleur que les panneaux de signalisation routière (blanc, bleu, vert, jaune, rouge...)
- La taille et la police des lettres est normée ;
- Seuls sont autorisés les idéogrammes réglementaires (les logotypes d'entreprises sont proscris) ;
- Les règles d'implantation (en pré-signalisation ou en position) doivent être respectées.



Exemple non local

2. Procédure du RLP

Qu'est-ce qu'un RLP ?

Composition du dossier

Le **RLP** est un document réglementaire approuvé par le conseil municipal et annexé au PLU.

Il est constitué :

- d'un **rapport de présentation** ;
- d'un **règlement** ;
- d'**annexes** (Cartographie du zonage, arrêté de limite d'agglomération).

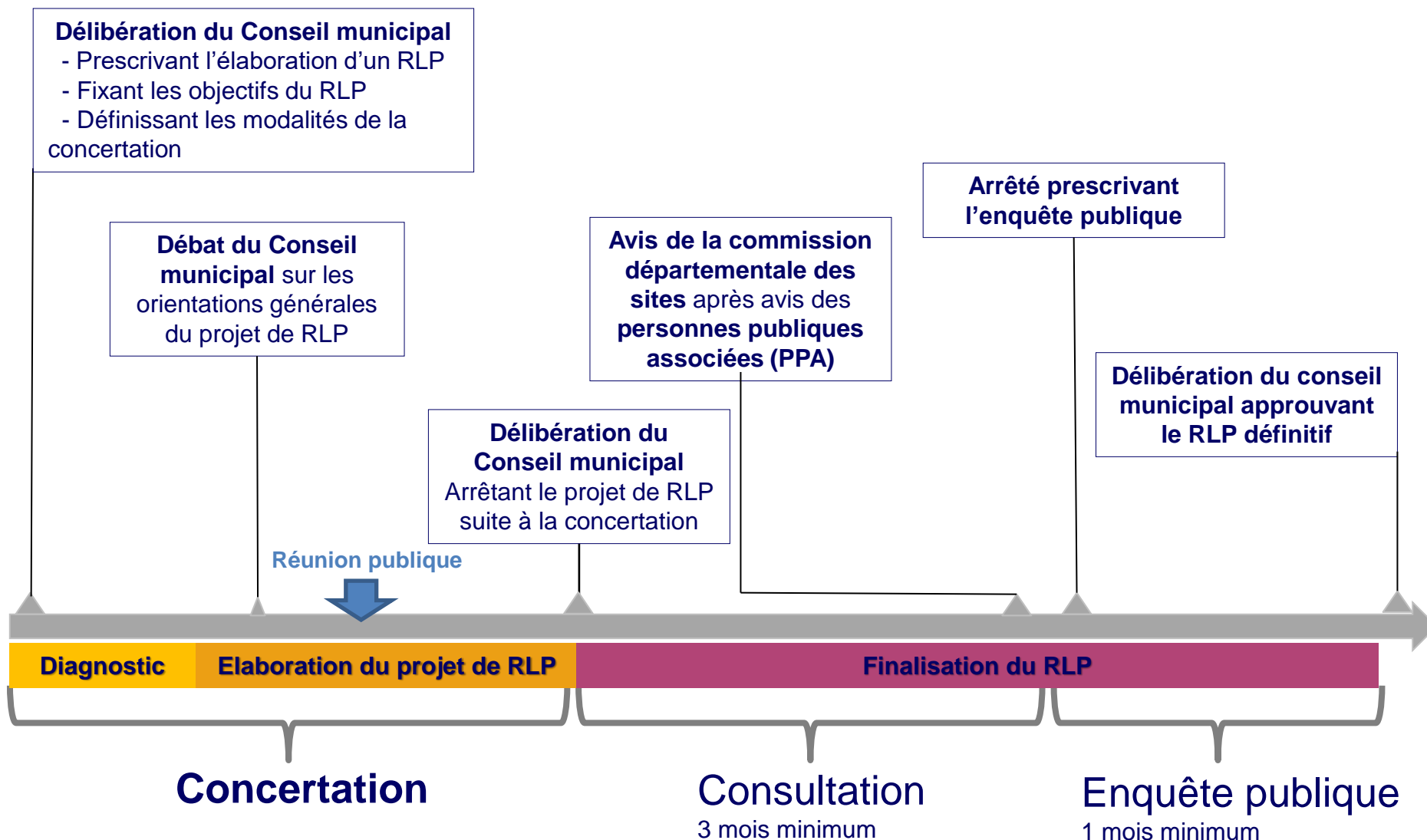
Il édicte des **règles plus restrictives que le régime général** pour **améliorer le cadre de vie**, créer les conditions d'une ville agréable et une plus-value pour le commerce local.

Il doit permettre de **concilier la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie**.

Il est élaboré en concertation avec les Personnes Publiques Associées (services de l'Etat, chambres consulaires, etc.) et fait l'objet d'une enquête publique.

Qu'est-ce qu'un RLP ?

Procédure et étapes clés



Modalités de concertation mises en place avec le public

Lors du Conseil Municipal du 19/03/2021, la ville de Loches a décidé de prescrire son RLP avec les modalités de concertation suivantes :

- Mise à disposition du public d'un registre de concertation
- Mise à disposition d'une boîte e-mail spécifique aux questions relatives au RLP : concertation-rlp@mairie Loches.com
- Possibilité d'émettre ses observations par courrier postal adressé au Maire tout au long de la concertation
- Publication d'un article dans la presse locale à l'issue de la prescription d'élaboration et au moment de l'arrêt de projet
- Communications dans le magazine d'informations municipales et sur le site internet de la ville de Loches
- Organisation d'une réunion publique avant le bilan de la concertation et l'arrêt du projet de RLP.

Conséquences du RLP

Une fois opposable, le RLP a les conséquences suivantes :

- Toute implantation, remplacement ou modification d'enseigne est **soumise à autorisation du Maire.**
- Les publicités et préenseignes préexistantes ont 2 ans pour se mettre en conformité (si conformes aux dispositions antérieures)
- Les enseignes préexistantes ont 6 ans pour se mettre en conformité (si conformes aux dispositions antérieures)
- **Le pouvoir de police de la publicité extérieure est exercé par le Maire au nom de la commune et non plus par la Préfète au nom de l'Etat.**

Le pouvoir de police concerne :

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

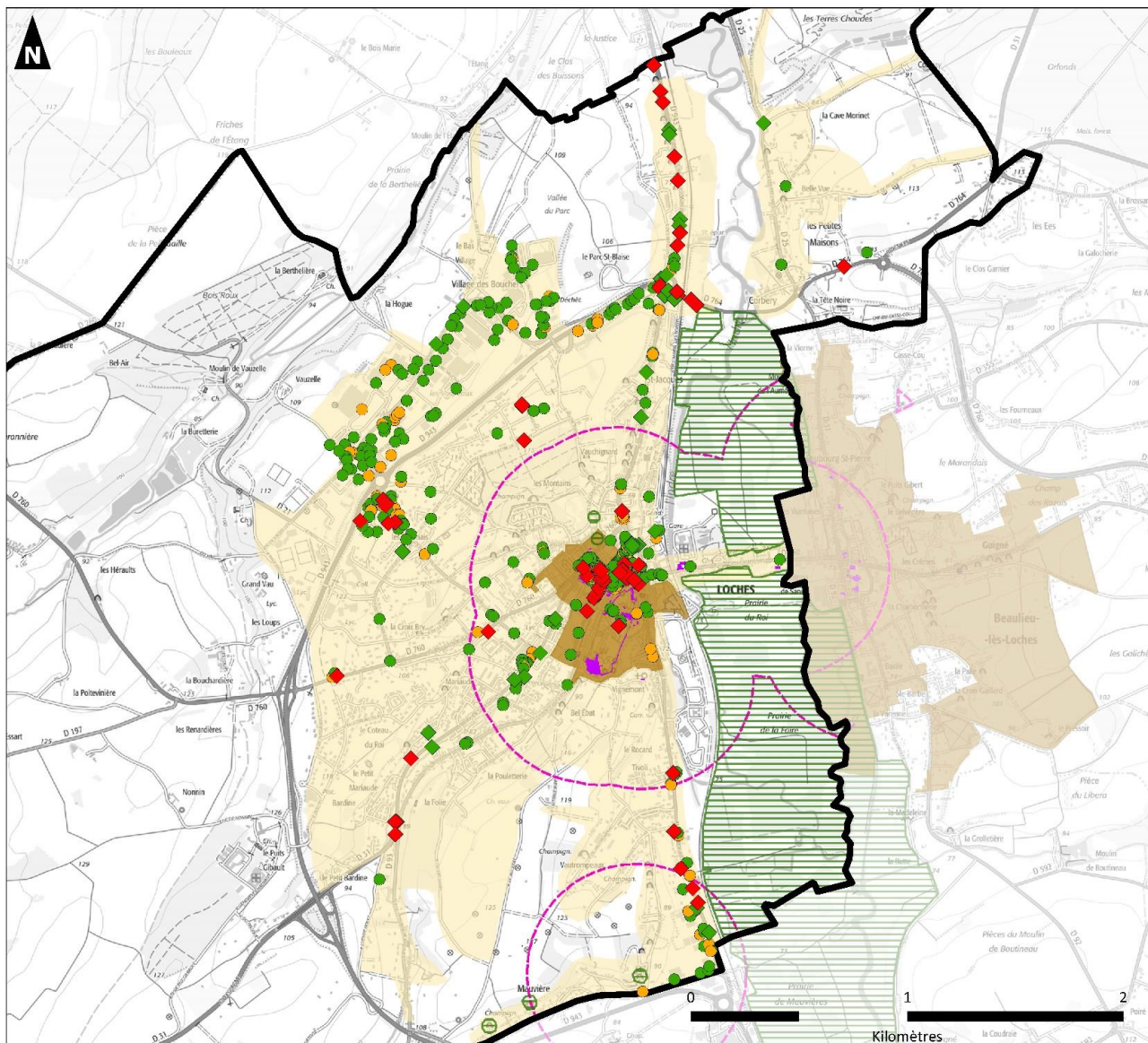
Objectifs du RLP – délibération de prescription d'élaboration du 19 mars 2021



Objectifs définis lors de la délibération initiale du 19 mars 2021 :

- **Décliner, préciser et adapter la réglementation nationale** aux caractéristiques du territoire communal,
- **Améliorer l'image et l'attractivité du territoire** en encadrant l'affichage publicitaire au niveau des axes structurants, des entrées de villes, du centre ancien et des zones d'activités,
- **Mettre en valeur le patrimoine et les paysages urbains et naturels** par la limitation de l'impact des dispositifs de publicité,
- Prendre en considération un **équilibre judicieux entre respect de l'environnement visuel et utilité économique**,
- **Limiter la présence de dispositifs de publicité lumineuse** et encourager la réalisation d'économie d'énergie en incitant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux,
- Permettre un **meilleur suivi de l'installation des dispositifs d'enseignes, préenseignes et publicités sur le territoire communal**, en redonnant au Maire la compétence en matière d'instruction des demandes et déclarations préalables en la matière, ainsi que le pouvoir de police qui en découle.



3. Bilan du diagnostic

Secteurs à enjeu





-  Commune de Loches
-  Limite d'agglomération





PUBLICITES ET PREENSEIGNES

-  Conforme
-  Non conforme

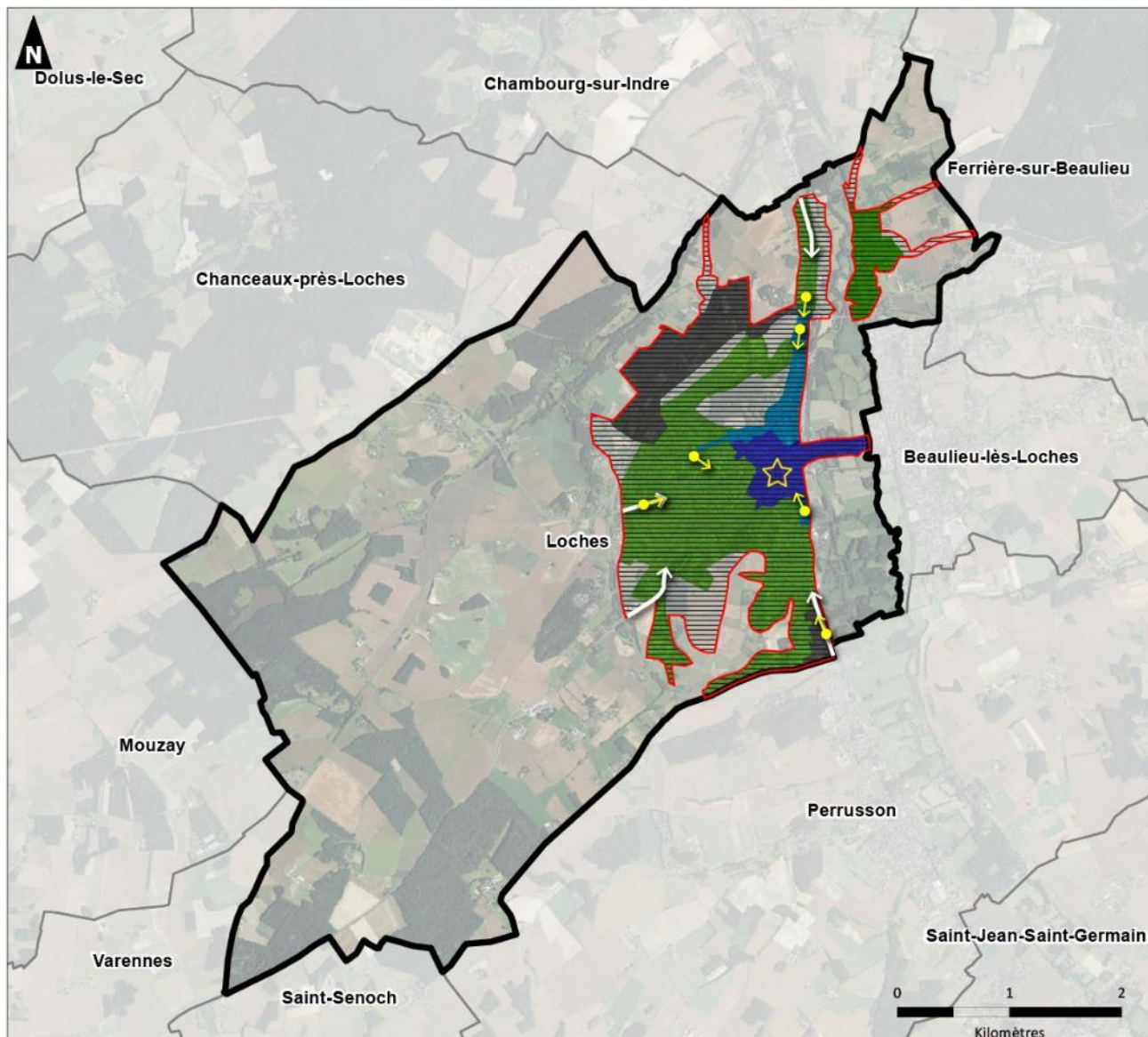
ENSEIGNES



-  Conformes
-  Non conformes

ÉLÉMENTS DE CONTRAINTE DE LA COMMUNE :







-  Monuments historiques
-  Protection au titre des abords de monuments historiques
-  Site patrimonial remarquable
-  Zone Spéciale de Conservation

L'agglomération de la ville de Loches





-  Commune de Loches
-  Limite communale

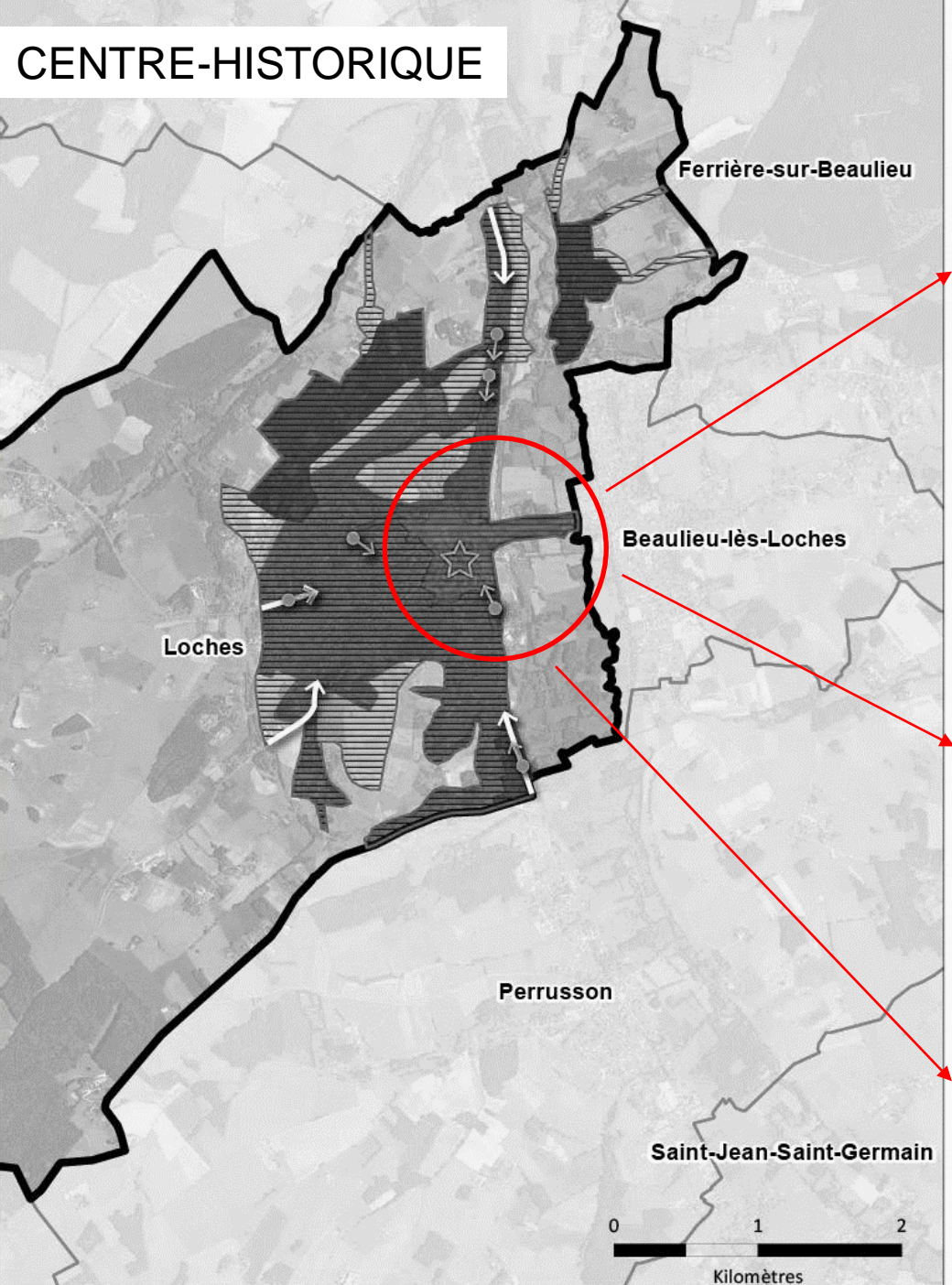
L'AGGLOMÉRATION DE LA VILLE DE LOCHES :

-  Limite de l'agglomération
-  Centre ancien
-  Extension urbaine ancienne (faubourg)
-  Extension urbaine récente (zone pavillonnaire)
-  Zone industrielle et commerciale
-  Entrée de ville principale

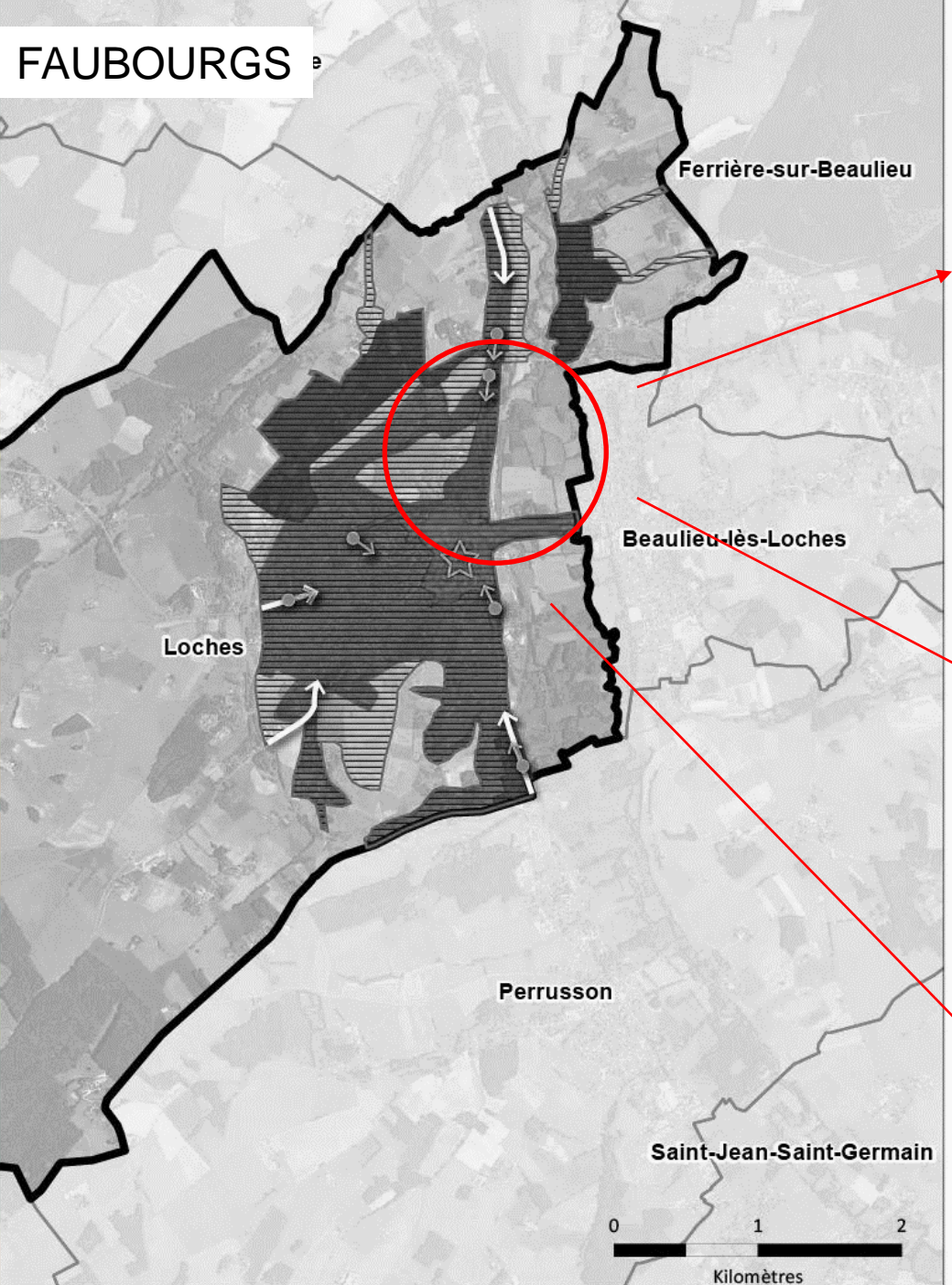
PERCEPTIONS VISUELLES :

-  Repère paysager : Cité médiévale (donjon, église, logis)
-  Cône de vue à préserver

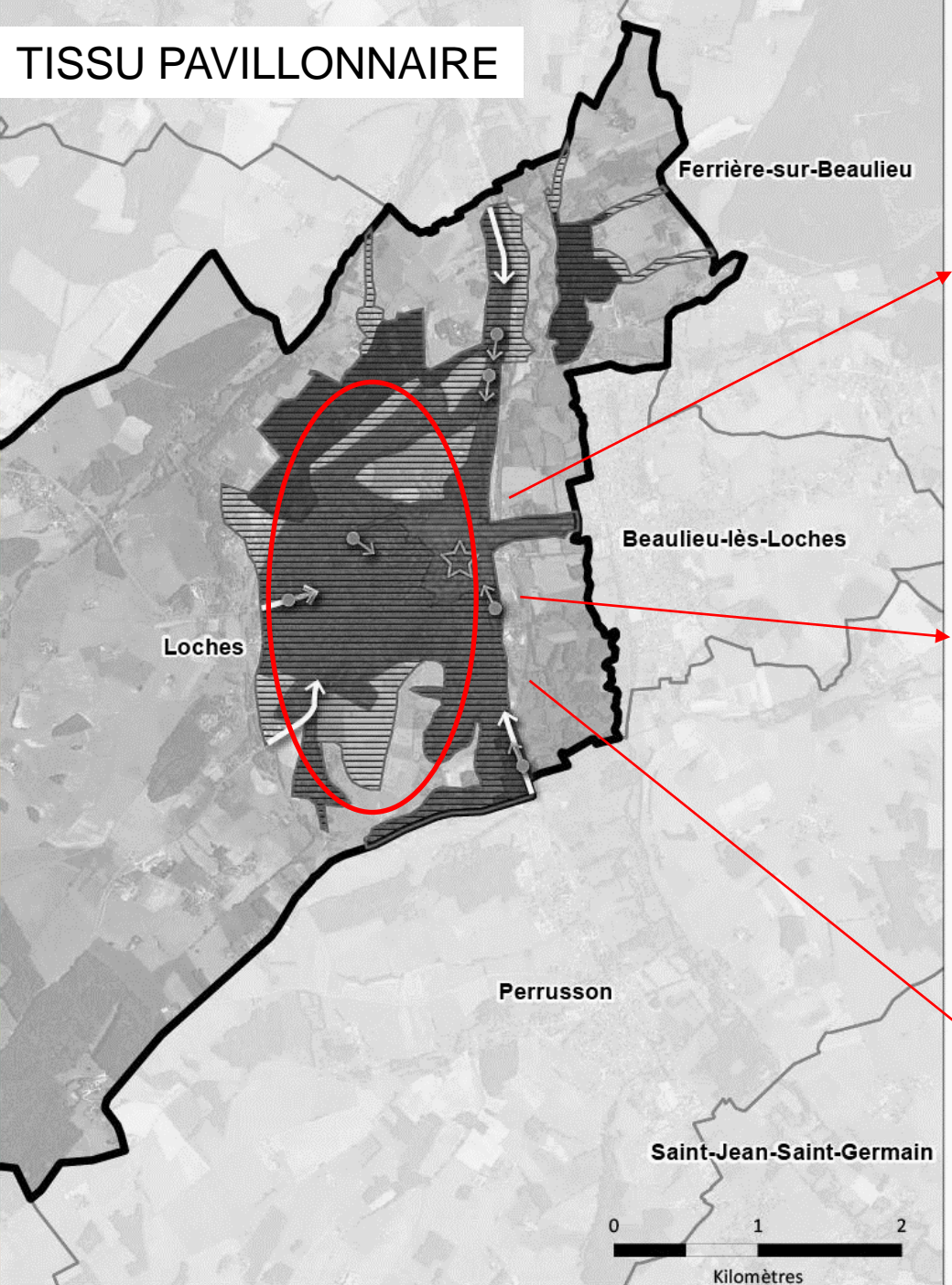
CENTRE-HISTORIQUE



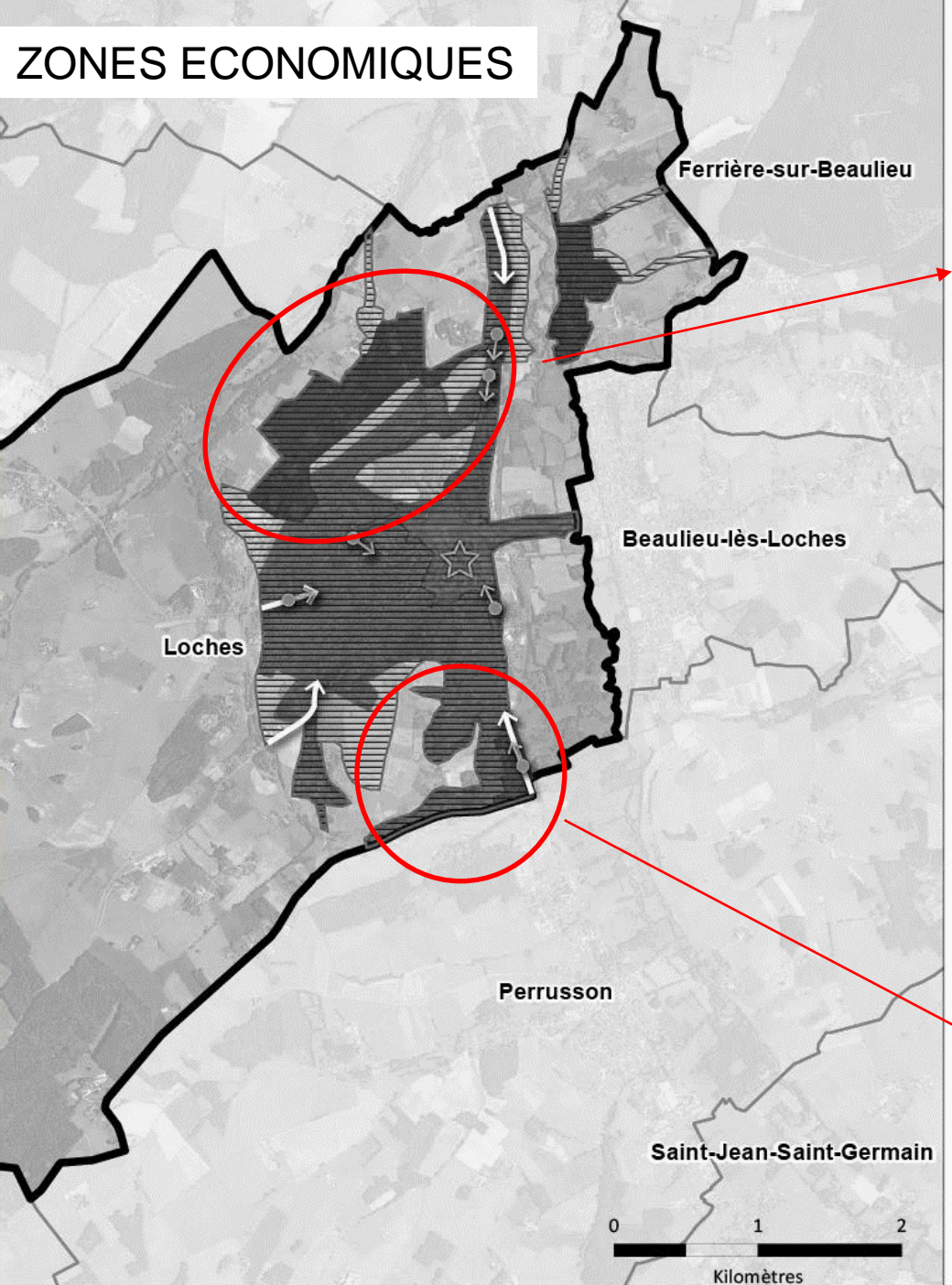
FAUBOURGS



TISSU PAVILLONNAIRE



ZONES ECONOMIQUES



Synthèse

Retour de terrain :

- **570 dispositifs** relevés, dont **82% d'enseignes** (69% disposées à plat)
- 3 types de publicité et de préenseigne :
 - Dispositif à plat
 - Dispositif au sol
 - Dispositif scellée au sol > interdit dans le cas de Loches, qui compte moins de 10.000 habitants
- Présence de publicité :
 - Centre-historique à proximité des commerces > interdite par le RNP
 - Zones économiques
- Non-conformité :
 - 21 % des enseignes en raison de leur hauteur trop importante, ou de leur localisation (ex : enseigne apposée en drapeau implantée sur la partie habitable), ou d'une emprise par façade dépassant les seuils autorisés
 - 70 % des publicités. Elles sont majoritairement implantées dans le centre-historique de la commune contenue dans des espaces protégés
 - 33 % des enseignes (1 sur 3 relevées) en raison du type (scellée au sol)
- Dispositifs hors agglomération (autorisés seulement pour les enseignes) : seulement 3 sur le territoire



Bilan du diagnostic

Exemples d'enseignes non conformes



← Surface de plus de 15% de la façade



Hauteur dépassant les
1/5 de la façade



Dispositif en dehors de
la localisation de
l'activité (ici parking)



← Cessation d'activités

Bilan du diagnostic

Exemples de publicités non conformes



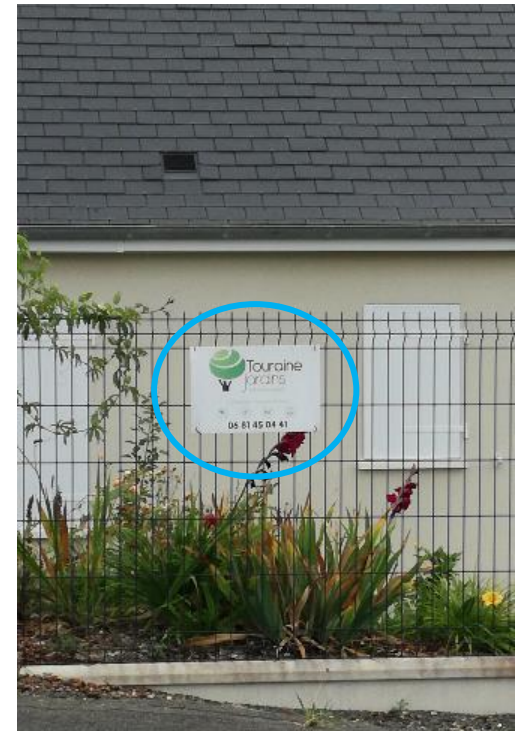
Dispositif sur voie publique



← Surface de plus de 4m²



Dispositif sur une clôture non-aveugle →

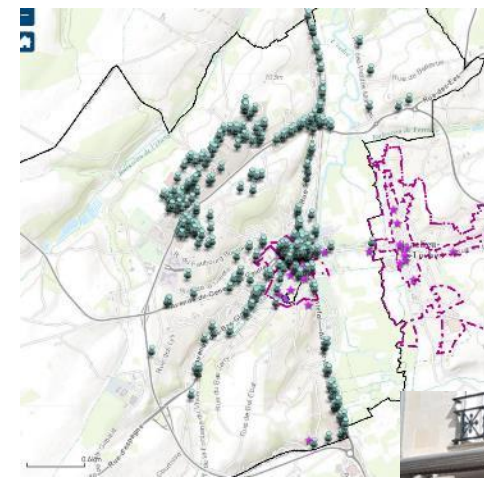


Dispositif scellé au sol sur domaine privé

Synthèse

4 constats sur le territoire :

- Densité des dispositifs différents selon les secteurs géographiques, avec une densité forte dans les entrées de ville, les zones à vocation économique et le centre-historique
- Un centre-historique au passé dense et une pression publicitaire forte
- Un tissu urbain, avec peu de pression, mais une mixité des activités à préserver
- Améliorer la lisibilité des acteurs locaux dans les zones à vocation économique
- Qualifier les entrées de ville sous forte pression publicitaire



4. Objectifs et orientations du RLP débattus en conseil municipal du 20/05/2022

Objectifs généraux du RLP

Grandes orientations du RLP

- **Renforcer l'aspect qualitatif et la lisibilité des enseignes**, avec un effort qualitatif dans le centre historique compris dans un SPR et dans le périmètre de protection aux abords des monuments historiques et sur les entrées de villes principales ;
- **Réintroduire de manière modérée la publicité** normalement interdite dans le périmètre du SPR et des monuments historiques ;
- **Maitriser la présence de la publicité et préenseignes** sur l'ensemble du territoire avec un effort supplémentaire porté sur les entrées de villes en termes de surfaces et de densité ;
- **Limiter les supports lumineux et les périodes d'éclairage** des publicités et des enseignes lumineuses.

Objectifs généraux du RLP

Des orientations déclinées en 4 niveaux d'ambition

Zone	Descriptif	Grandes orientations
ZR1	<p>Site patrimonial remarquable et les faubourgs</p> <p>Cette zone concerne le centre ancien et son extension de forte qualité architecturale et paysagère compris dans le périmètre du SPR.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de publicité hors mobilier urbain - Prescriptions qualitatives pour les enseignes, en cohérence avec la qualité architecturale des supports et au type de bâtiment support.
ZR2	<p>Entrées de villes</p> <p>Cette zone concerne les entrées villes principales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Publicités et préenseignes maîtrisées dans les supports, les formats et la densité. - Prescriptions qualitatives relatives aux enseignes adaptées au type de bâtiment support.
ZR3	<p>Autres zones hors SPR et entrées de villes en agglomération</p> <p>Zone comprenant les zones à vocation d'activités commerciales, artisanales et industrielles situées en agglomération ; mais aussi les zones d'équipement et d'habitation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Réintroduire la publicité dans les périmètres des monuments historiques. - Maîtriser la présence de la publicité et préenseignes en reprenant les dispositions du règlement national de publicité.
ZR4	<p>Hors agglomération</p> <p>Zone comprenant les zones d'activités situées hors agglomération, les activités isolées ainsi que les secteurs naturels et ruraux.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Interdiction totale de la publicité.

Orientations concernant la publicité

Publicité murale

- Interdiction de la publicité sur façade des Monuments Historiques (MH).

ZR1 : Site patrimonial remarquable et faubourgs

- Interdiction de la publicité sur façade pour valoriser le centre ancien (sauf la publicité patrimoniale).

ZR2 : Entrées de ville

- Limitation du dispositif sur façade uniquement et de la densité.

ZR 3 Autres zones hors SPR et entrées de villes en agglomération

Autoriser la publicité murale dans les périmètres des monuments historiques, dans les limites prévues par le règlement national (15 % de la surface de la façade commerciale, 25 % pour les façades < 50 m²)



Exemple de traduction réglementaire en entrée de ville Nord : un seul panneau par façade limité à 4m² de surface

Orientations concernant la publicité

Mobilier urbain

ZR1 et ZR2 : Site patrimonial remarquable et faubourgs et entrées de villes

- Autoriser et limiter la publicité sur mobilier urbain à 2 m² en ZR1 et ZR2.

ZR3 : Autres zones hors SPR et entrées de villes en agglomération

- Autoriser la publicité sur mobilier urbain en application de la réglementation nationale.



Abris voyageur 2 m²
(exemple non local)



MUPI 2 m²

Orientations concernant les enseignes

Enseignes murales

ZR1 et ZR2 : Site patrimonial remarquable et faubourgs et entrées de villes

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



Exemple non local



Bâtiments à vocation d'activité en ZR2 : Entrées de villes

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

Orientations concernant les enseignes

Enseignes scellées au sol

ZR2 : Entrées de ville

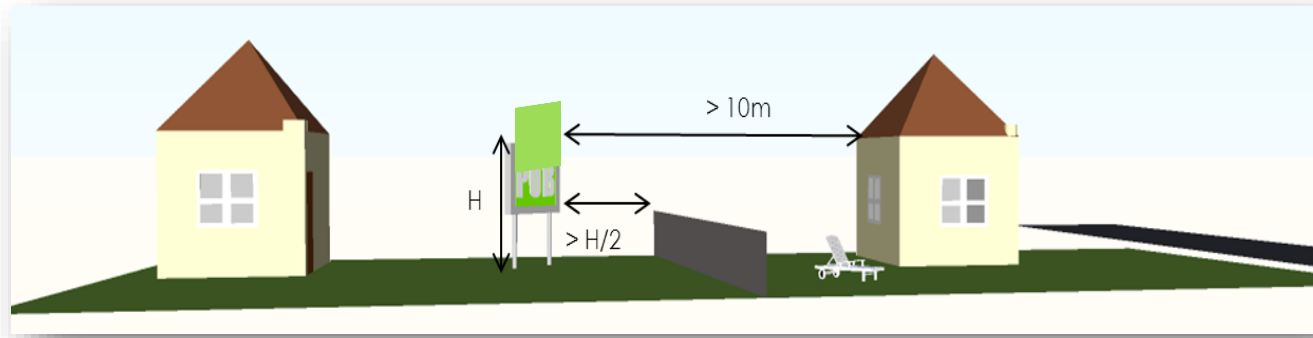
- Améliorer la lisibilité des activités, limiter le nombre de dispositifs et favoriser la qualité des dispositifs.



ZR3 : Autres zones hors SPR et entrées de villes en agglomération

- Améliorer la lisibilité des activités, comme le prévoit la réglementation nationale,

Règles pour les Enseignes de plus de 1m²: limitées à 6m² maximum et un dispositif par voies publiques bordant l'unité foncière de l'activité



Orientations concernant les enseignes

Enseignes lumineuses



Exemple non local



Exemple non local

- **Proscrire les enseignes lumineuses**, sauf exception en ZR3 pour le prix des carburants
- **Autoriser sous conditions l'éclairage des enseignes**, et le limiter aux horaires d'ouverture des activités

Synthèse des orientations du RLP

Synthèse des orientations du RLP

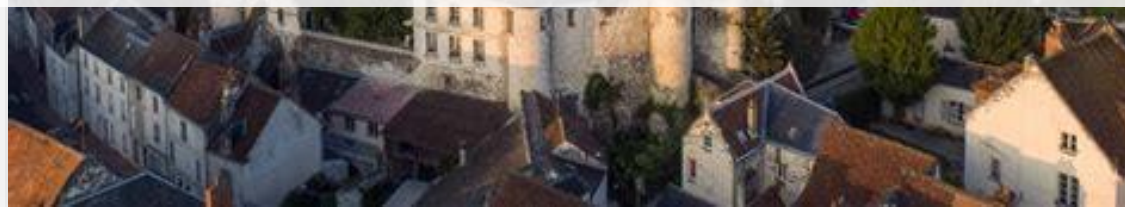
Tableau de synthèse des orientations

Publicités et préenseignes	ZR1	ZR2	ZR3
Scellée ou posée au sol	Non	Non	Non
Murale	Non	4 m ² limité en densité	4 m ²
Sur mobilier urbain (MUPI et abris voyageurs)	2 m ²	2 m ²	2 m ²
Numérique	Non	Non	Non
Enseignes	ZR1	ZR2	ZR3 et 4
Scellée ou posée au sol	Non	6 m ² limité en densité	6 m ²
Murale à plat et perpendiculaire	Limité en nombre 15 % de la surface de la façade commerciale, 25 % pour les façades < 50 m ²	Limité en nombre 15 % de la surface de la façade commerciale, 25 % pour les façades < 50 m ²	RNP: 15 % de la surface de la façade commerciale, 25 % pour les façades de moins de 50 m ²
Lumineuse	Non	Carburant uniquement	Carburant uniquement
Eclairage des enseignes	Limité aux horaires d'ouverture	Limité aux horaires d'ouverture	Limité aux horaires d'ouverture

Règlement Local de Publicité (RLP) Loches (37)



Merci de votre attention



Réunion publique

7 décembre 2022