

Notice explicative de la modification du dossier proposée

Les Personnes Publiques Associées ont émis leurs avis sur le RLP de Saint-Lys et ses pièces constitutives : le rapport de présentation, le règlement écrit, ainsi que le règlement graphique.

Le dossier de RLP présenté à l'enquête publique est celui arrêté par le conseil municipal. Cependant, pour la bonne information du public, il est mis à disposition lors de l'enquête publique le dossier modifié tel qu'il est envisagé d'être soumis à approbation du conseil municipal au regard des avis des PPA, avant de potentielles modifications découlant de l'enquête publique.

Les modifications proposées suivent le code couleur suivant :

- **En vert** : les parties rajoutées
- **En rouge** : les parties qui ont vocation à être supprimées

SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
PREAMBULE	4
1. Définitions	6
2. Cadre législatif d'un règlement local de publicité	8
2. L'essentiel des dispositions s'appliquant à la commune de Saint-Lys	11
► DIAGNOSTIC PUBLICITES ET ENSEIGNES	13
1. Préambule	14
2. Le centre-ville	17
3. Les zones d'activités	22
4. Les dispositifs présents dans l'habitat diffus	32
5. L'affichage d'opinion	34
6. Les dispositifs hors agglomération	37
► ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	41
1. Les objectifs.....	42
2. Les orientations	43

▶	EXPLICATIONS DES CHOIX RETENUS	44
1.	Les différentes zones.....	45
2.	Un règlement coherent avec le PLU en révision et les enjeux identifiés dans le cadre du diagnostic du rlp	46
3.	Faire appliquer la réglementation nationale par le biais du RLP	49

PREAMBULE

La ville de Saint Lys prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité sur son territoire communal, par les délibérations du conseil municipal en date du 08 mars 2018 et du 26/01/2021.

Les **objectifs poursuivis** sont les suivants :

- ▶ La réglementation sera plus restrictive que la réglementation nationale sur certains secteurs stratégiques tels que :
 - Le centre-ville ;
 - Les abords du monument historique.
- ▶ Le RLP sera conduit concomitamment à la démarche du PLU, afin que les réflexions se nourrissent mutuellement, en suivant les objectifs déjà présents dans le PADD :

1. Définir un cadre de vie urbain attractif et qualitatif :

- Préserver l'unité urbaine du cœur de village ;
- Elaborer des prescriptions réglementaires comprenant des objectifs d'intégrations architecturales et paysagères s'appliquant à la commune de Saint-Lys ;
- Mettre en œuvre les dispositions réglementaires adaptées pour protéger et mettre en valeur les bâtiments représentant un intérêt patrimonial.

2. Permettre un développement économique qui renforce les centralités de quartiers identifiées, en lien avec les zones d'activités :

- Centre-ville : pérenniser le tissu commercial du centre-ville en mettant en valeur le patrimoine bâti du cœur urbain ;
- Zone d'activités : conserver le potentiel foncier pour l'accueil des entreprises en le repositionnant sur des axes routiers porteurs en matière d'attractivité, veiller à la qualité de leur implantation dans le paysage et l'environnement.

3. Préserver la richesse patrimoniale du territoire communal dans toute la diversité de ses composantes et mettre en valeur ces ressources pour valoriser le territoire :

- Préserver l'unité urbaine du cœur de village et assurer sa mise en valeur tout en répondant aux exigences techniques actuelles.
- ▶ Améliorer la réactivité face aux infractions du cadre réglementaire.

1. DEFINITIONS

DEFINITION DU R.L.P.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) a pour but d'adapter à des conditions locales les règles nationales régissant la présence de la publicité et des enseignes dans le cadre de vie.

Le règlement local de publicité est un document réglementaire opposable aux tiers, qui édicte des règles locales permettant cette adaptation. Il peut aussi prévoir des dérogations dans le cadre de celles prévues par le Code de l'Environnement.

Une dérogation est par exemple celle qui réintroduit la publicité dans un secteur où elle est interdite. Par exemple la réintroduction de la publicité à moins de 100 m d'un monument protégé, mais dans le cadre de règles plus strictes, par exemple à 0,50m² de surface maximale unitaire d'une publicité.

Le Règlement Local de Publicité approuvé est annexé au PLU.

Les documents obligatoires composant le R.L.P sont :

- ▶ un rapport de présentation qui présente les résultats d'un diagnostic et fixe les orientations paysagistes pour expliquer les choix réglementaires et leur cohérence. Cette cohérence doit se définir par rapport au PLU.
- ▶ un document réglementaire fixant les modifications du règlement national (règles plus restrictives par types d'objets visés).
- ▶ des documents graphiques avec une carte du zonage des ZPR (Zones de Publicité Règlementée) et des périmètres commerciaux hors agglomération, et une carte des limites d'agglomération définies par les arrêtés municipaux qui doivent être joints.

Le présent RLP est annexé au PLU, il est applicable, dès son approbation puis sa publication, à tout nouveau dispositif et aux dispositifs existants non conformes à la réglementation antérieure. La loi du 22 mars 2012, relative à la simplification du droit et à l'allègement des procédures administratives fixe le délai de mise en conformité des dispositifs existants à compter de l'approbation du RLP révisé à deux ans pour les publicités et préenseignes et de 6 ans pour les enseignes.

DEFINITION DES OBJETS VISES PAR LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT

1.0.1. Définition d'une publicité

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités » (Article L581-3 1°).

1.0.2. Définition d'une enseigne

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (Article L581-3 2°).

Cette définition pose comme principe le lien entre le message et le lieu. L'immeuble doit être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou pas, l'important est que l'activité s'y exerce. Ce qui est relatif à une activité est constitué par toute forme de message, et dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant de l'activité. Il peut s'agir d'une image ou d'un nom, d'une marque ou d'un produit quel que soit le moyen de présentation du message au public. Ce n'est pas le contenu du message défini comme enseigne qui est régi mais son apparence matérielle.

1.0.3. Définition d'une préenseigne

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (Article L581-3 3°).

Il s'agit d'un message de signalétique correspondant à une information de destination. La localisation n'est pas déterminante de la définition de l'objet.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions régissant la publicité. Un règlement local de publicité ne peut pas édicter de règles spécifiques pour les préenseignes.

Exemple des différents dispositifs visés par le droit de la publicité extérieure

(source : developpement-durable.gouv.fr¹)



Publicité scellée au sol ou sur un support (PUB) ; publicité sur mobilier urbain (MU) ; préenseigne scellée au sol (PE) ou posée au sol, type chevalet © ; enseignes à plat, perpendiculaire €, en toiture et scellée au sol (E).

1.0.4. Définition d'une préenseigne dérogatoire

« Préenseigne implantée hors agglomération (par dérogation à l'article L.181-7) signalant les activités mentionnées par l'article L.581-19. »

Une dérogation peut être accordée à des préenseignes hors agglomération si elles signalent de manière harmonisée :

- ▶ Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite
- ▶ A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

1.0.5. Définition des Zones de Publicité Réglementée (ZPR)

Les zones de publicité réglementées comportent les règles locales qui sont obligatoirement plus restrictives que celles édictées par le Code de l'Environnement qui constituent le régime national (RN).

Une règle plus restrictive est par exemple celle qui réduirait de 12 m² (règle générale) à 8 m² (règle locale) la surface maximale unitaire d'une publicité.

1.0.6. Définition des Zones de Publicité Autorisée (ZPA)

Les zones de publicités autorisées permettent des possibilités de publicité et de préenseigne hors agglomération.

La loi « Grenelle II » a limité ces possibilités (CF point 2.2.1.).

¹ Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie, « Guide pratique : la réglementation de la publicité extérieure », en ligne, consulté le 21/09/2016

2. CADRE LEGISLATIF D'UN REGLEMENT

LOCAL DE PUBLICITE

PREAMBULE

La loi du 12 juillet 2010 (dite Grenelle II) a eu pour conséquence de modifier plus de la moitié des articles législatifs du code de l'environnement concernant l'affichage publicitaire. Ont évolué principalement les règles nationales concernant la publicité et les enseignes ainsi que la répartition des compétences en matière de police administrative de l'affichage.

L'élaboration et la gestion des règlements locaux de publicité ont changé également. Elles sont désormais effectuées selon les procédures applicables aux plans locaux d'urbanisme.

SYNTHESE DES NOUVELLES REGLES ET DE LA LOI DU 12/07/10, DITE « GRENELLE II » PORTANT ENGAGEMENT NATIONAL POUR L'ENVIRONNEMENT

2.0.1. Préambule

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010, dite « Grenelle II » instaure une nouvelle réglementation relative aux Règlements Locaux de Publicité, qui devront être au moins conformes à ces nouvelles règles, sinon plus contraignantes, et ce avant le 13 juillet 2020.

Le nouveau Règlement Local de Publicité ne peut plus comporter de zones de publicité élargie (normes excédant celle de la réglementation nationale) ni de zone de publicité autorisée (hors agglomération) comme il en existait dans le précédent Règlement Local de Publicité. **Cependant, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation située hors**

agglomération peuvent être autorisés par le Règlement Local de Publicité. Le RLP doit alors délimiter le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables (Art. R581-77 du code de l'environnement). Ces périmètres s'apparentent ainsi aux ZPA des RLP première génération, mais ils s'en distinguent sur deux points :

- ▶ Les ZPA pouvaient être instituées « à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans les groupements d'habitations » (ancien article L.581-7). Leur champ d'application était donc plus large que celui des nouveaux périmètres qui ne concernent ni les centres artisanaux ni les groupements d'habitations.
- ▶ Le régime des ZPA était totalement libre alors que l'article L.581-7 issu de la loi ENE prévoit que les règles applicables dans les périmètres sont prises « dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret ».

Le délai de mise en conformité des dispositifs existants à compter de l'approbation du RLP révisé est de deux ans pour les publicités et préenseignes et de 6 ans pour les enseignes.

Le contenu du présent RLP, deuxième génération, est précisé par le décret du 30 janvier 2012. Il doit comporter au minimum :

- ▶ Un rapport de présentation
 - Appuyé sur un diagnostic
 - Définissant les orientations et objectifs en matière de publicité extérieure
 - Expliquant les choix et règles retenus et les motifs de la délimitation des zones si elles existent

- ▶ Un règlement devant concilier liberté d'expression, liberté du commerce et de l'industrie et protection du cadre de vie
 - Prescriptions : emplacements, densité, surface, hauteur et types de dispositifs autorisés / interdits
 - Périmètres et modalités à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation située hors agglomération
 - Autorisations éventuelles des lieux visés à l'article L.581-8 du code de l'environnement

- ▶ Des annexes :
 - Documents graphiques : zones et périmètres identifiés dans le rapport de présentation et dans le règlement
 - Arrêtés municipaux fixant les limites de la commune

2.0.2. Principes généraux de la réglementation des publicités et enseignes

Pour rappel, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Cette liberté ne peut être restreinte principalement pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif. Ce motif est la protection du cadre de vie, et trouve donc son expression réglementaire dans le cadre du code de l'environnement. En prolongement des règles générales toute mesure réglementaire locale visant la publicité extérieure ou l'enseigne édictée dans le cadre du code de l'environnement ne peut être prise que dans cet objectif. Les autres motifs pouvant légitimement conduire l'autorité publique à limiter, voir interdire, la liberté d'expression exprimée par le moyen de la communication extérieure, ne peuvent être pris que dans d'autres cadres législatifs ; il peut s'agir de la sécurité routière, de la santé publique, ou encore de morale ou de la discrimination raciale etc. L'autorité de police dispose des moyens spécifiques pour intervenir cas par cas ou de manière préventive.

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Mais les messages posés à l'intérieur d'un local fermé et même visibles d'une telle voie, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit de prendre en considération cette notion de visibilité qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne par exemple la protection des monuments historiques. Il est à noter que chaque message ne peut pas être réglementé dans sa formulation (qui détermine sa nature dans le cadre du code de l'environnement), mais seulement dans la forme matérielle de présentation : dimension, nombre, forme, typographie, couleur, technique employée, etc.

Le code de l'environnement admet la présence de la publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés, et l'interdit en dehors de l'agglomération supposé être un paysage naturel.

Un dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité est assimilé lui aussi à une publicité au sens du code de l'environnement. Ceci signifie que le fait de présenter ou pas un message sur un panneau n'est pas déterminant en matière réglementaire si le dispositif potentiellement porteur de message existe ; ainsi en cas d'infraction au code de l'environnement, supprimer le message ne supprime pas l'infraction.

La police est exercée par un maire. Il délivre les autorisations requises avec éventuellement accord ou avis de l'Architecte des Bâtiments de France. La notion d'accord remplace celle d'avis conforme et celle d'avis simple. Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire pour les autorisations d'enseignes dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme (soit 500 m de rayon par rapport au monument sauf adaptation dans le cadre d'un PLU).

2.0.3. Définition de l'agglomération

L'agglomération est définie par l'article R110-2 du code de la route. L'agglomération désigne 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. Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du Maire (article R411-2).

Concernant le code de l'environnement, l'article L 581-7 dispose :
 « En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. Elle est toutefois autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires, selon les prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. La publicité peut également être autorisée par le règlement local de publicité de l'autorité administrative compétente à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par le décret. »

2.0.4. Les compétences en termes de RLP

Les compétences en matière de police de la publicité et d'instruction des demandes d'autorisations sont définies comme suit :

Communes ou EPCI couverts par un RLP	Communes non couvertes par un RLP
L'instruction appartient au maire	L'instruction appartient au préfet du département
Le pouvoir de police appartient au Maire sur tout le territoire de la commune	Le pouvoir de police appartient au Préfet du département
Le maire agit en son nom propre	Le préfet du département agit au nom de l'Etat
Le préfet de département à pouvoir de substitution en cas de carence du maire en matière de police	
L'instruction des demandes d'autorisation concernant les bâches et dispositifs temporaires de dimension exceptionnelle est réalisée par la commune : <ul style="list-style-type: none"> ▶ En son nom propre lorsque celle-ci est couverte par un RLP ▶ Au nom de l'Etat en l'absence de RLP 	
Attention : au regard de la législation actuelle, un EPCI a la compétence pour l'élaboration d'un RLPi mais il n'est pas compétent en matière d'instruction et de police de la publicité.	

2. L'ESSENTIEL DES DISPOSITIONS

S'APPLIQUANT A LA COMMUNE DE SAINT-LYS

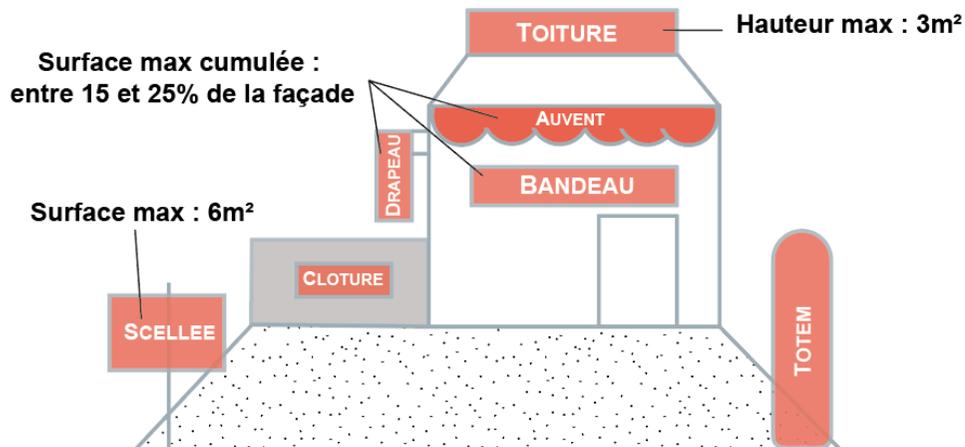
La commune de Saint-Lys compte 9 378 habitants au dernier recensement de l'INSEE. De plus, elle ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. A ce double titre, les dispositions du **règlement national de publicité** qui s'appliquent à la commune sont celles relatives à une agglomération de moins de 10 000 habitants.

Le **règlement local de publicité** doit comporter des règles plus restrictives que le RNP.

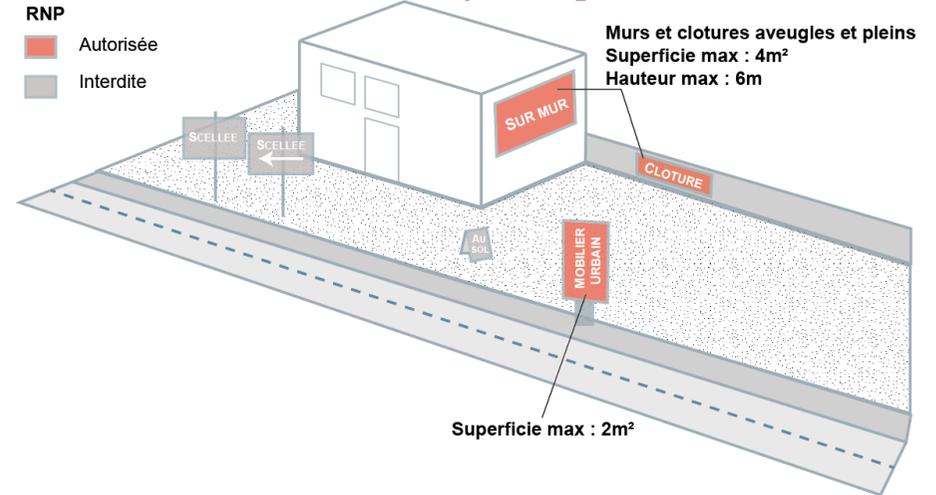
Schéma synthétisant les principales règles du Règlement National de Publicité pour la commune de Saint-Lys Enseignes

RNP

- Autorisée
- Interdite

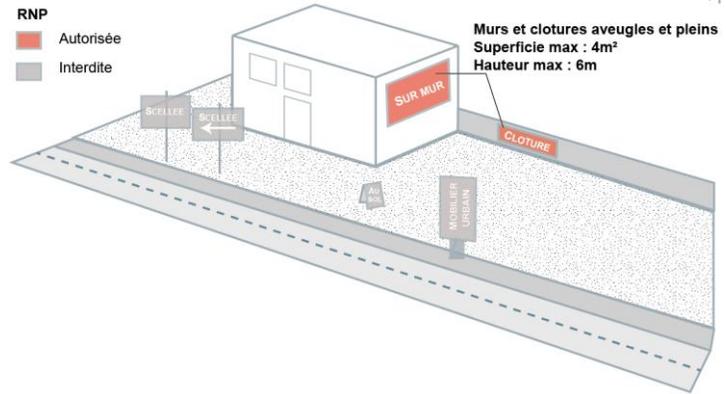


Publicités et préenseignes



L'illustration ci-dessus sera modifiée pour prendre en compte que les publicités seront interdites conformément à l'article 581-31 du Code de l'Environnement : « Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. ».

L'illustration remplaçante :



DIAGNOSTIC PUBLICITES ET ENSEIGNES

1. PREAMBULE

Le diagnostic qui suit a été réalisé à partir d'un recensement de terrain effectué le 16 octobre 2018.

Il recense donc les publicités présentes ce jour et a vocation à être le plus précis possible, mais n'est pas forcément exhaustif.

La méthode retenue a été de parcourir les routes départementales de la commune, en agglomération et hors agglomération et de relever géographiquement et photographiquement tous les dispositifs publicitaires repérés. Les axes parcourus pour effectuer ce recensement sont cartographiés à la carte ci-après.

Ce terrain a permis de faire ressortir que les dispositifs publicitaires sont particulièrement présents :

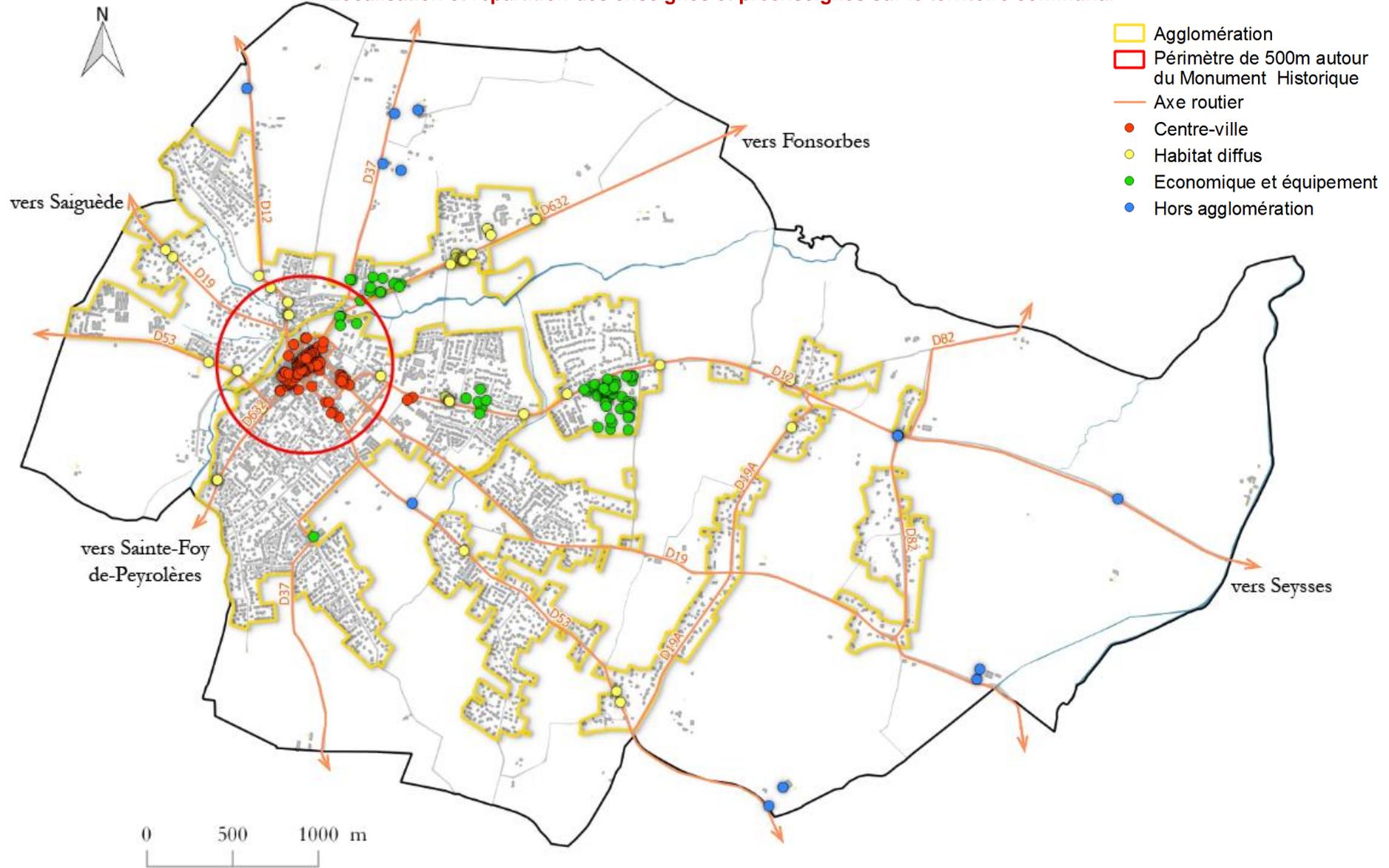
- ▶ En entrée de ville, sur les différentes départementales et notamment dans des zones d'habitat diffus de type pavillonnaire ;
- ▶ Dans les zones d'activités économiques : la commune en compte plusieurs :
 - Une en entrée de ville Est sur la RD 632 (la Bordette, route de Toulouse) ;
 - Une de plus petite taille, à proximité de la station d'épuration, propriété de la SARL Massonau au moment du diagnostic ;
 - La zone de la Grange sur la RD 12 ;
 - La ZAC du Boutet.
- ▶ Dans le centre-ville, où sont majoritairement présentes des enseignes, du fait de la présence de commerces et services de proximité en rez-de-chaussée mais également des publicités et préenseignes.

La commune comprend un monument historique **inscrit : La Halle**, dont le périmètre de 500 mètres intègre le centre-ville dans sa totalité ainsi qu'une petite zone artisanale (voir carte « Localisation et répartition des enseignes et préenseignes sur le territoire communal »).

Localisation des axes traversés pour la réalisation du diagnostic



Localisation et répartition des enseignes et préenseignes sur le territoire communal



2. LE CENTRE-VILLE

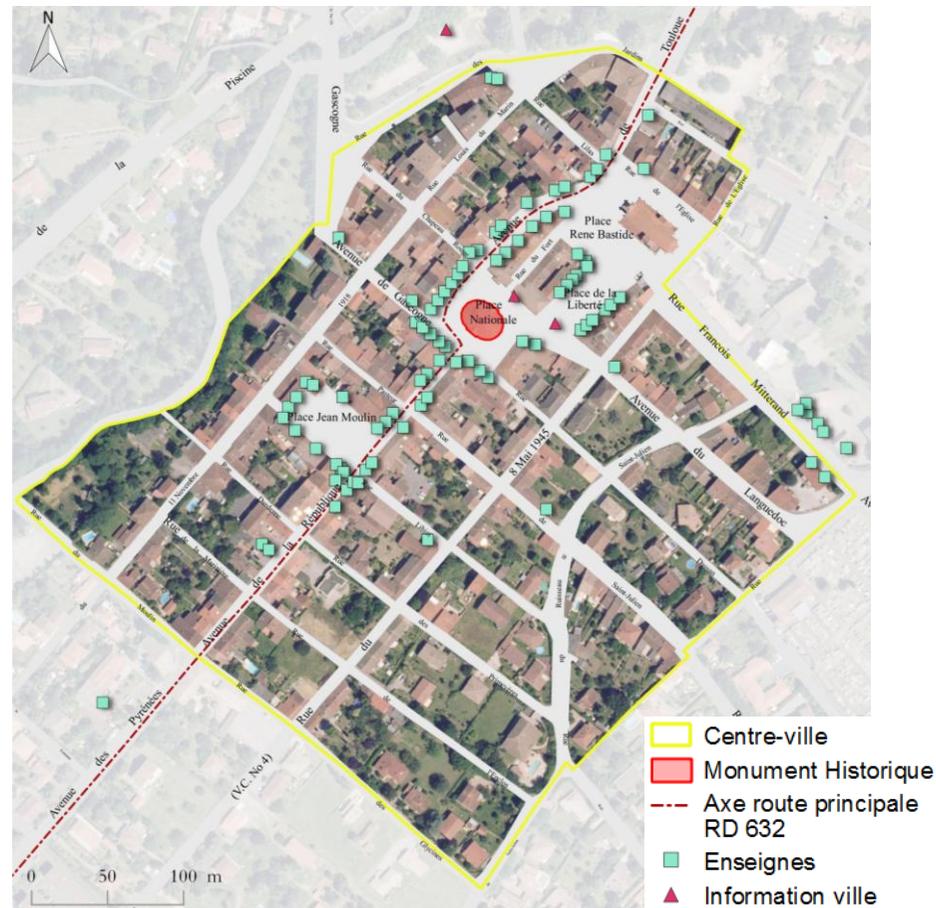
Le centre-ville de la commune de Saint-Lys est traversé par la RD 632 et s'organise autour de quelques rues, où le bâti dense et aligné sur rue lui confère un caractère de cœur de ville.

Les commerces et services participent également à cette ambiance. Ils sont majoritairement présents autour de la Bastide, sur plusieurs places, notamment la place Jean Moulin ou la place de la Liberté et sur l'avenue des Pyrénées (RD 632), la rue du 8 mai 1945 et quelques rues perpendiculaires.

La densité d'enseigne est importante mais s'explique par le nombre d'activités implantées.

De manière générale, les enseignes présentes dans le secteur respectent la réglementation nationale, mais une plus-value qualitative pourrait parfois être apportée.

Concentration des enseignes sur quelques rues



Un grand nombre d'enseignes présentes, notamment place Nationale (1) ou place Jean Moulin (2), où un aménagement de l'espace public peut avoir un effet entraînant sur l'affichage présent

Vue 1



Vue 2



Vues 3 et 4. Enseignes en façade de différents types et aspects place de la Liberté



La place de la Liberté comporte plusieurs enseignes d'activités en exercice, qui sont plus ou moins bien intégrées. L'enseigne « Optique » à droite de la vue 4 est en lettres découpées, ce qui permet une meilleure intégration visuelle dans le bâti.

Vues 5 et 6. Accumulation d'enseignes en drapeau dans plusieurs endroits du centre-ville



Sur plusieurs commerces sont accumulées plusieurs enseignes, dont parfois plusieurs enseignes de type « drapeau », c'est-à-dire perpendiculaire à la façade. L'accumulation peut parfois nuire à l'information, d'autant plus quand le message porté sur l'enseigne est un message publicitaire et non la dénomination de l'activité elle-même.

Vues et 7 8, Exemples d'enseignes en façade peu intégrées dans le bâti



Vues 9 et 10, Exemples d'enseignes aux dimensions importantes



Certaines enseignes sont de tailles importantes par rapport à la surface de la façade commerciale, ce qui les met en infraction vis-à-vis du règlement national de publicité. Sur les vues 9 et 10, il s'agit d'enseignes sur façade, en bandeau. Celles-ci ne devraient pas excéder 25% de la façade commerciale.

Vue 11, Enseigne partagée et scellée au sol, rue Saint-Julien



Le centre-ville ne comprend très peu d'enseignes scellées au sol ou dite « totem ». Ce genre de dispositif peut être utilisé davantage dans un endroit où les activités sont moins présentes mais très regroupées, comme c'est le cas sur la vue 11. Ce dispositif permet à plusieurs entreprises d'être visibles depuis le bord de la route, tout en limitant le nombre de support.

3. LES ZONES D'ACTIVITES

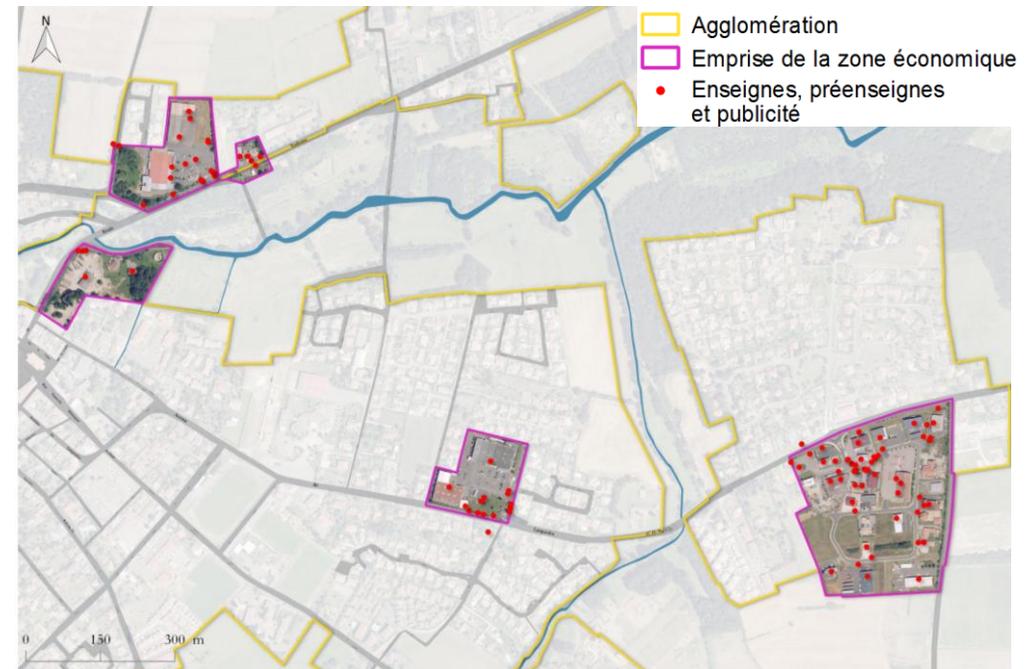
De nombreuses entreprises, commerciales ou artisanales, sont installées dans les zones d'activités économiques de la commune.

Actuellement, la commune compte quatre zones d'activités :

- ▶ La zone commerciale de la Bordette, en entrée de ville est, sur la RD632 ;
- ▶ A proximité du centre-ville, une petite zone artisanale ;
- ▶ La zone commerciale de la Grange ;
- ▶ La ZAC du Boutet.

Ces quatre zones sont situées à l'intérieur de l'agglomération au sens de l'article L.581-7 du Code de l'Environnement. Elles peuvent donc supporter de la publicité, à condition de respecter les conditions fixées par le règlement national de publicité.

Les enseignes, publicité et préenseignes installées dans les zones d'activités



3.1. LA ZONE COMMERCIALE DE LA BORDETTE

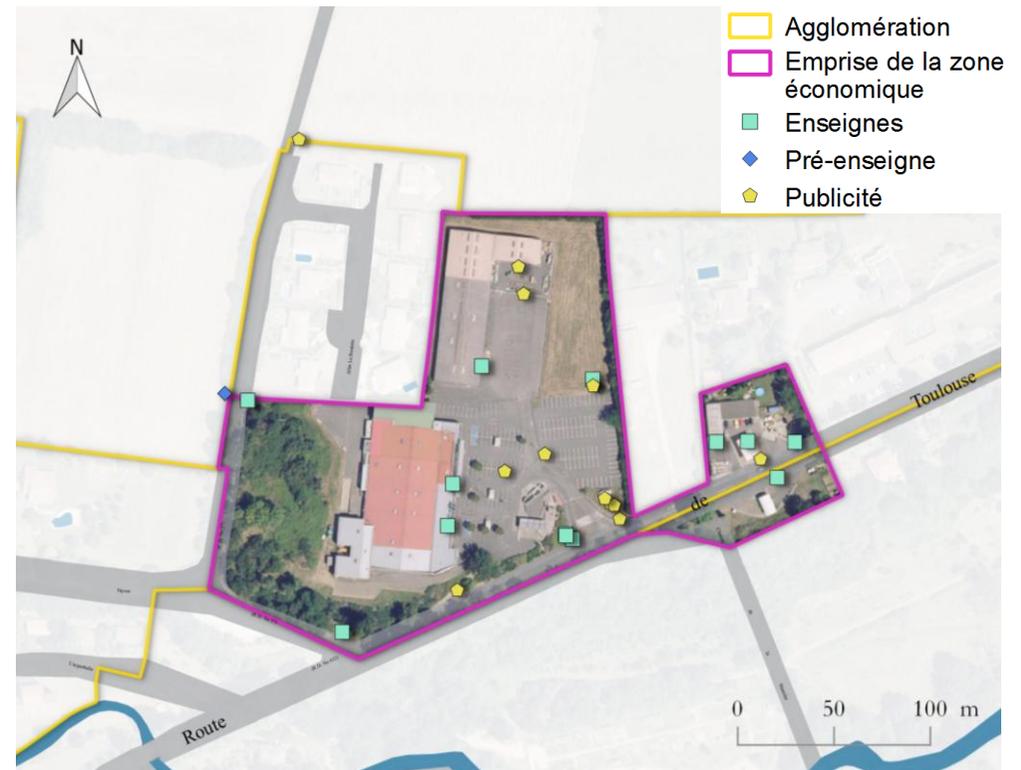
La zone commerciale de la Bordette est implantée sur la route de Toulouse (RD632), en entrée de ville ouest de la commune. Elle marque l'entrée de ville, après le giratoire, par l'implantation de plusieurs entreprises commerciales.

La présence d'une grande surface alimentaire, accompagnée d'un bâtiment lié à un magasin de bricolage et d'une pharmacie en fait une zone attractive, où les habitants et visiteurs se rendent en voiture.

Le carrefour qui dessert cette unité foncière est chargé en dispositifs publicitaires, à la fois des enseignes de grand format, scellées au sol et des publicités temporaires liées aux activités de vente sur la zone.

La partie légèrement plus à l'ouest de la route regroupe également plusieurs entreprises, de part et d'autre de la route de Toulouse cette fois, où les bâtiments et dispositifs publicitaires sont implantés plus en proximité de la route. Cette partie comprend surtout des enseignes scellées au sol, dont l'objectif est de rendre visible les activités présentes et de donner envie aux personnes de passage de s'arrêter.

Les enseignes, publicité et préenseignes installées dans la zone commerciale de la Bordette



Vues 1 à 4, Entrée de zone économique très chargée en dispositifs publicitaires, en majorité dû à la présence d'une grande surface alimentaire et d'autres commerces



Vues 5, 6 et 7 les enseignes des différents commerces de la zone, dont une enseigne en toiture



Vue 8, Signalement de la présence de commerces par un dispositif d'enseignes scellées au sol peu qualitatif (carrefour entre la D37 et D632)



Vues 10, 11 et 12, Nombreuses enseignes scellées au sol à proximité du giratoire de la RD632



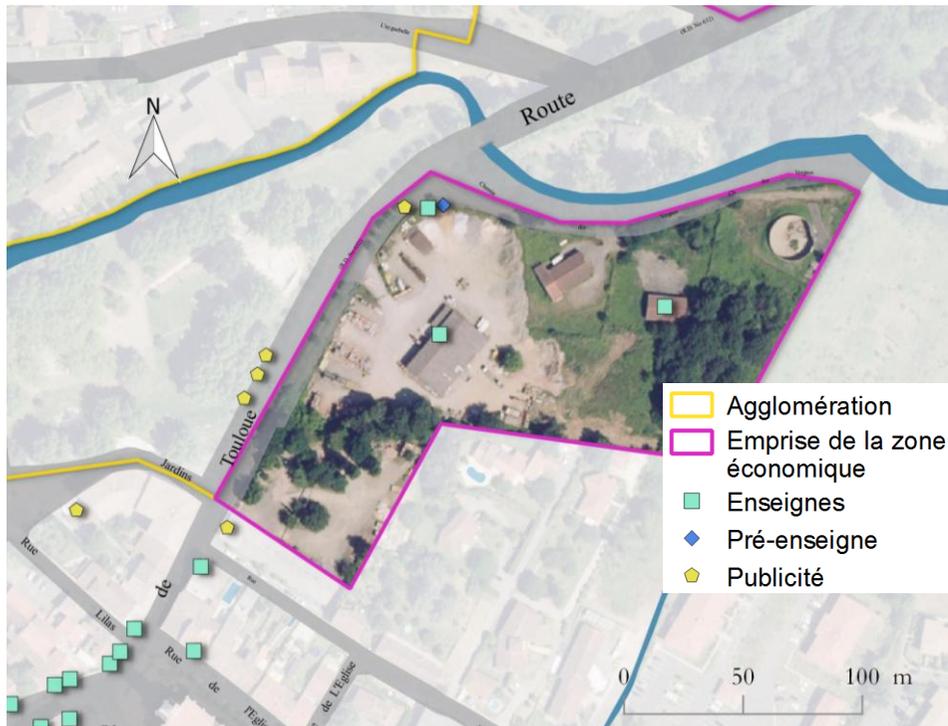
Vue 9, Entreprise située à proximité du giratoire



3.2. UNE ZONE ARTISANALE PROCHE DU CENTRE-VILLE

A proximité du centre-ville, une entreprise de travaux publics ainsi qu'un garage, sont installés en bordure de la RD632 ou à proximité. Cette présence marque l'entrée dans le cœur de la commune, à la fois par une activité qui peut créer des nuisances et par des dispositifs publicitaires nombreux et d'assez grande taille. Les dispositifs publicitaires de cette zone sont nombreux et d'assez grande taille.

Les enseignes, publicité et préenseignes installées dans la zone artisanale proche du centre ville



Enseignes scellées au sol et publicité temporaires sur bâches



3.3. LA ZONE COMMERCIALE DE LA GRANGE

En bordure de la départementale n°12 est implantée une zone d'activité commerciale avec deux enseignes : une grande surface alimentaire et une enseigne de bricolage.

Cette zone est intégrée dans un tissu pavillonnaire dense.

Au niveau des dispositifs publicitaires, les enseignes sont des enseignes en bandeau qui sont bien intégrées sur les bâtiments, notamment parce que les lettres sont découpées et les couleurs uniformes.

Des publicités sont cependant présentes, notamment en bordure de la route Départementale. Elles sont scellées au sol et concernent notamment des promotions temporaires sur des produits vendus au sein de la grande surface alimentaire. Cet affichage est parfois également plutôt désorganisé, et implanté sur un mobilier existant (lampadaire») comme sur la vue n°4.

Les enseignes, publicité et préenseignes installés dans la zone commerciale de la Grange



Vue 1 : des enseignes sur façades relativement nombreuses mais bien intégrées sur le bâtiment et uniformisées à l'échelle de la commune



Vues 2, 3 et 4 : des publicités au sol nombreuses ainsi qu'une enseigne au sol pour la grande surface alimentaire



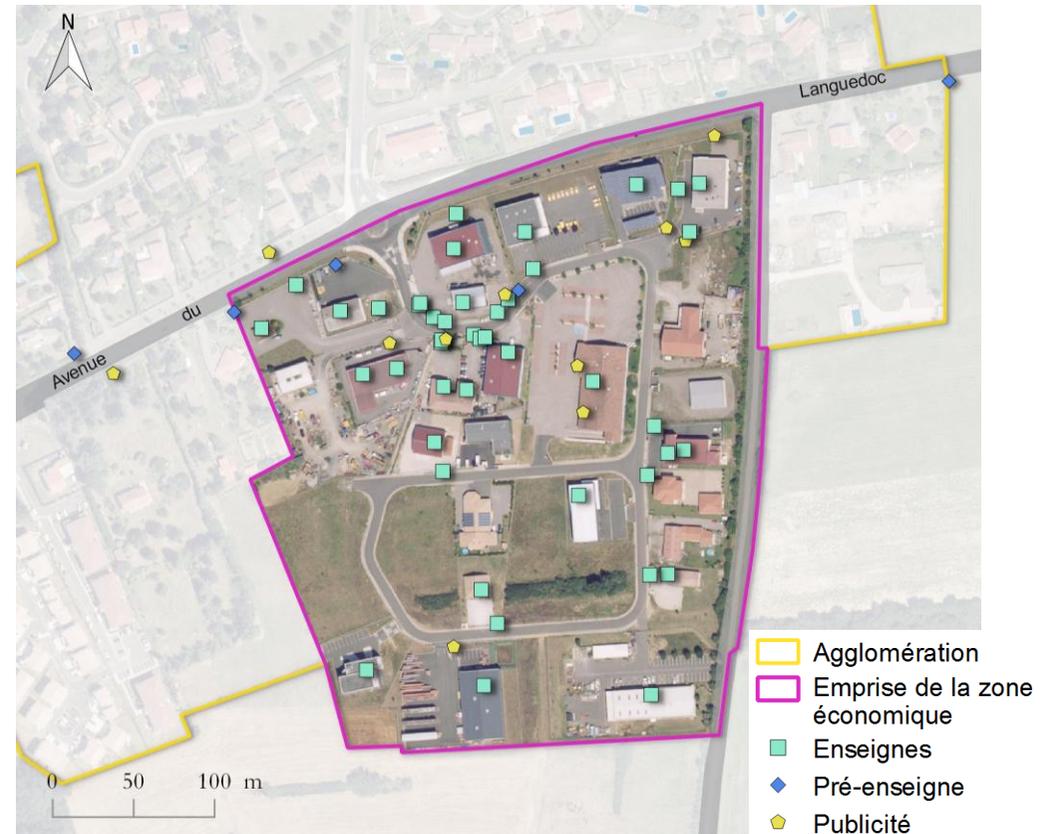
3.4. LA ZAC DU BOUTET

La ZAC du Boutet est une zone économique communale, qui accueille une quarantaine d'entreprises. Elle est localisée route de Muret. Quelques terrains sont encore disponibles, mais l'essentiel des activités est déjà installé, ce qui explique la présence d'enseignes et de quelques publicités, même si la zone en est peu pourvue.

Il est à noter que la commune a fait installer deux dispositifs partagés afin de donner une information claire et à jour sur les entreprises installées sur la zone. Ces panneaux sont installés autour du giratoire. Il s'agit de Relai Information Service (RIS).

Malgré ces deux dispositifs partagés, en très bon état et très visibles, la ZAC est surchargée en dispositifs publicitaires ce qui peut donner une mauvaise impression ou même noyer l'information présente. On note notamment un grand nombre de publicités sur bâches installés sur les clôtures à l'intérieur de la zone, ainsi que des enseignes drapeaux installés sur des mâts.

Les enseignes, publicité et préenseignes installés dans la ZAC du Boutet



Vues 1 et 2, Deux dispositifs de RIS implantés en entrée de ZAC, sur le giratoire



Vue 3 : grand nombre d'enseignes et de préenseignes en arrivant sur le giratoire



Vue 4 : Des enseignes disposées de façon « anarchique » et ne respectant pas le règlement national de publicité en termes de surface



Vues 5 à 8 : Publicités sur bâches et sur clôtures



Vue 9 : Une enseigne alimentaire dont la publicité et l'enseigne sont bien intégrés



Vue 10 : Des enseignes plus discrètes sur des bâtiments d'activités plus en retrait par rapport à l'avenue de Muret



4. LES DISPOSITIFS PRESENTS DANS L'HABITAT DIFFUS

Outre les zones d'activités et le centre-ville, des dispositifs publicitaires existent également à l'intérieur du tissu résidentiel, de manière diffuse. Certains de ces dispositifs peuvent avoir pour objet de nuire éventuellement nuire au cadre de vie résidentiel dans un quartier, c'est pourquoi il est important, à minima, de faire respecter le Règlement National de Publicité.

Ces dispositifs sont liés à des activités présentes dans le tissu diffus, qui bénéficient d'enseignes.

Il existe également des préenseignes concernant des activités qui sont implantées ailleurs sur la commune, dans des zones d'activités par exemple. Elles concernent généralement des activités de grande surface alimentaire. Il est rappelé que ces préenseignes sont interdites si elles sont scellées au sol ou si, adossées à un mur, elles sont d'une superficie supérieure à 4m².

Plusieurs dispositifs concernent des publicités temporaires, concernant des viabilisation et vente de terrains à bâtir. La publicité temporaire est autorisée mais elle doit cependant être retirée une fois les opérations immobilières terminées.

Enfin, on trouve également dans ce tissu résidentiel du mobilier urbain supportant des publicités. C'est le cas par exemple des abribus présents sur la commune.

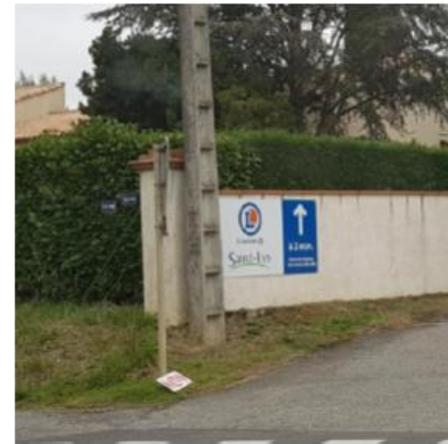
Vues n°1 à 3, Exemples d'enseignes d'activités présentes dans le tissu diffus



Vues n°4 à 6, Publicités temporaires concernant la commercialisation de lots à bâtir



Vues n°7 et 8, Présenseignes scellées au sol en agglomération mais en infraction avec le règlement national



Vue n°9, Exemple de mobilier urbain support de publicités



5. L’AFFICHAGE D’OPINION

Au vu de son nombre d’habitants, la commune est dans l’obligation légale (Code de l’Environnement) de réserver à la disposition des habitants et des associations 12m² pour l’affichage d’opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Bien que la ville ait mis en place de nombreux panneaux d’information, l’affichage temporaire « sauvage » est très fréquent sur la commune.

Lors de la visite de terrain réalisée pour le diagnostic en octobre 2018, plusieurs événements associatifs allaient voir le jour dans les semaines à venir et ces événements étaient indiqués par le biais de micro-affichage en bordure de route



Vues 1 à 3, Exemples de panneaux municipaux à destination de l'affichage d'opinion



Vues 4 à 10, Exemples d'affichage d'opinion temporaire « sauvage »*





6. LES DISPOSITIFS HORS AGGLOMERATION

Certains dispositifs publicitaires de la commune ne sont pas conformes à la réglementation nationale.

Un des principes fondamentaux de la publicité est en effet d'interdire la publicité hors agglomération, et de l'admettre en agglomération, sous réserve du respect des prescriptions du RLP.

Deux dérogations existent au principe de l'interdiction de la publicité hors agglomération. Elle peut en effet être admise :

- A proximité immédiate des établissements de centres commerciaux ;
- Dans l'emprise des aéroports et gares ferroviaires.

Sont également interdites, par exemple, les publicités sur les arbres.

6.1. LES ENTREPRISES SITUÉES HORS AGGLOMERATION

Quelques activités sont implantées à Saint-Lys hors agglomération et peuvent installer sur leur unité foncière, au regard du règlement national, une ou des enseignes. C'est le cas par exemple du centre équestre, situé au sud de la commune ou encore d'un garagiste, ou d'un camping.

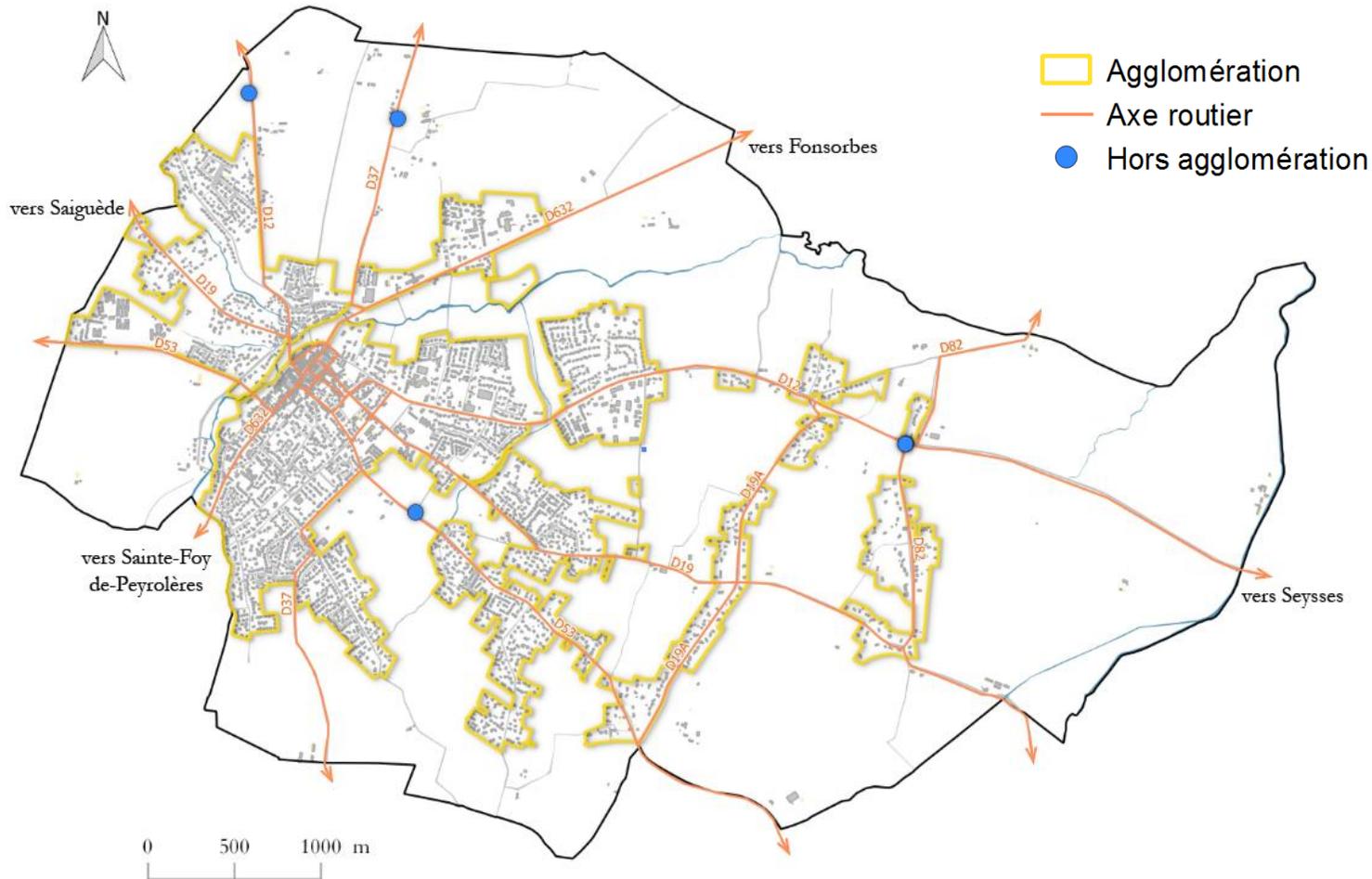
Cependant, bien que l'installation d'enseignes soit autorisée, la qualité de celles-ci pourraient être améliorées afin que leur intégration dans le paysage puisse être optimale.

Vues 1 à 3 exemples d'enseignes (scellées au sol et en façade) correspondant à des activités implantées hors agglomération



6.2. LES PREENSEIGNES HORS AGGLOMERATION

Les entreprises, particulièrement celles ayant besoin d'attirer du public, choisissent d'implanter des préenseignes le long des axes fréquentés, sans tenir compte de la réglementation qui interdit la publicité (et donc les préenseignes) hors agglomération. Toutes les préenseignes ci-après sont en infraction avec le RNP.



Vues 1 à 6, Préenseignes implantées hors agglomération



Certaines préenseignes peuvent bénéficier de dérogation, mais elles doivent concerner :

- ▶ Des activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- ▶ Les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits ouverts à la visite ;
- ▶ Des opérations et manifestations à titre temporaire (article L.581-19 du Code de l'Environnement).

Ces préenseignes sont très peu présentes sur la commune, cette dérogation est donc peu utilisée à Saint-Lys. Le panneau ci-dessous est le seul à avoir été repéré le jour du terrain réalisé pour le diagnostic.

Préenseigne dérogatoire sur la RD53



ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

1. LES OBJECTIFS

Pour rappel, les objectifs fixés dans la délibération initiale sont les suivants :

La ville de Saint Lys prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité sur son territoire communal, par les délibérations du conseil municipal en date du 08 mars 2018 et du 26/01/2021.

Les **objectifs poursuivis** sont les suivants :

- ▶ La réglementation sera plus restrictive que la réglementation nationale sur certains secteurs stratégiques tels que :
 - Le centre-ville ;
 - Les abords du monument historique.

- ▶ Le RLP sera conduit concomitamment à la démarche du PLU, afin que les réflexions se nourrissent mutuellement, en suivant les objectifs déjà présents dans le PADD :

2. Définir un cadre de vie urbain attractif et qualitatif :

- Préserver l'unité urbaine du cœur de village ;
- Elaborer des prescriptions réglementaires comprenant des objectifs d'intégrations architecturales et paysagères s'appliquant à la commune de Saint-Lys ;
- Mettre en œuvre les dispositions réglementaires adaptées pour protéger et mettre en valeur les bâtiments représentant un intérêt patrimonial.

3. Permettre un développement économique qui renforce les centralités de quartiers identifiées, en lien avec les zones d'activités :

- Centre-ville : pérenniser le tissu commercial du centre-ville en mettant en valeur le patrimoine bâti du cœur urbain ;

- Zone d'activités : conserver le potentiel foncier pour l'accueil des entreprises en le repositionnant sur des axes routiers porteurs en matière d'attractivité, veiller à la qualité de leur implantation dans le paysage et l'environnement.

4. Préserver la richesse patrimoniale du territoire communal dans toute la diversité de ses composantes et mettre en valeur ces ressources pour valoriser le territoire :

- Préserver l'unité urbaine du cœur de village et assurer sa mise en valeur tout en répondant aux exigences techniques actuelles.

- ▶ Améliorer la réactivité face aux infractions du cadre réglementaire.

2.LES ORIENTATIONS

LES ENSEIGNES

- Contribuer à la valorisation du centre-ville ;
- Harmoniser les dispositifs et notamment dans le centre ancien, afin de créer une unité ; Cette phrase sera supprimée puisque pour harmoniser les dispositifs il faudrait réaliser une charte des enseignes et devantures adossée au RLP
- Respecter le patrimoine bâti du cœur urbain en mettant en place des enseignes s'intégrant harmonieusement aux façades ;
- Veiller à la lisibilité du message pour les usagers en limitant le nombre et l'implantation des enseignes en façade.

LES PUBLICITES ET PRE ENSEIGNES

- Préserver le centre-ville et les abords de La Halle, inscrite monument historique, en limitant strictement la publicité ;
- Réaliser un travail d'information et de pédagogie à destination des acteurs économiques et des habitants pour partager la réglementation nationale existante et la faire appliquer sur le territoire communal ;
- Améliorer le cadre de vie des habitants en respectant la réglementation nationale, notamment au sein des zones résidentielles et hors agglomération.

EXPLICATIONS DES CHOIX RETENUS

1. LES DIFFERENTES ZONES

Suite à la définition des orientations pour le Règlement Local de Publicité, et après les résultats du diagnostic, trois zones de publicité réglementées sont identifiées afin de tenir compte des différents secteurs identifiés.

Deux zones de publicités sont créées, situées toutes deux en agglomération et dans le périmètre du centre-ville.

ZONE DE PUBLICITE REGLEMENTEE 1 (Z.P.R. 1) CORRESPONDANT AU CENTRE HISTORIQUE

Cette zone est constituée du centre historique, comprenant La Halle place Nationale, inscrit monument historique depuis 2004 et les rues commerçantes qui en partent ainsi que les principales places (place René Bastide, place de la Liberté, place Jean Moulin)

L'intérêt patrimonial impose d'être strict en matière de publicité dans ce secteur de centre-ville, où le bâti est dense, aligné sur rue et l'activité économique composée majoritairement de rez-de-chaussée commerciaux.

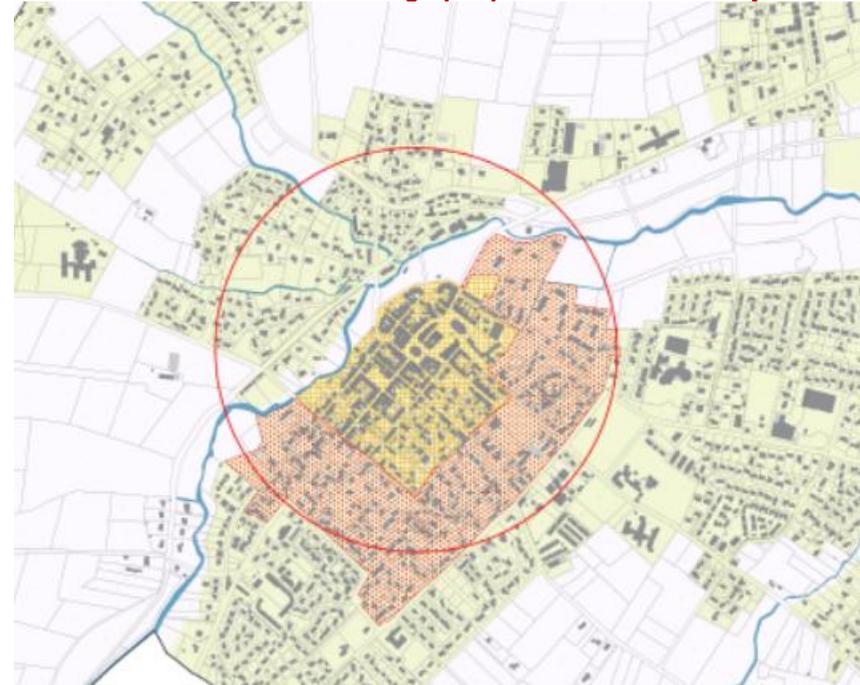
ZONE DE PUBLICITE REGLEMENTEE 2 (Z.P.R. 2) CORRESPONDANT AU CENTRE ELARGI

Il s'agit des rues périphériques au centre historique, qui accueillent quelques activités économiques, des équipements et représentent des secteurs à enjeux en termes de renouvellement urbain.

A l'extérieur des deux zones, c'est le règlement national pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants qui s'applique.

L'illustration ci-dessous, n'indiquant pas l'échelle, va être remplacée par l'illustration suivante.

Extrait du document graphique du RLP de Saint-Lys



Zonage RLP

 Périmètre centre historique

 Périmètre élargi

Autres informations

 Agglomération

 Hors Agglomération

 Périmètre de protection de 500m autour des bâtiments historiques

La nouvelle illustration :



Légende

Zonage RLP*

ZPR1 - Centre historique

ZPR2 - Centre élargi

Autres informations

Agglomération

Hors Agglomération

Périmètre de protection de 500m autour des bâtiments historiques

Panneaux d'agglomération

* Les zones non-comprises dans le ZPR1 ou dans le ZPR2 sont soumises au Règlement National de la Publicité

2. UN REGLEMENT COHERENT AVEC LE PLU EN REVISION ET LES ENJEUX IDENTIFIES DANS LE CADRE DU DIAGNOSTIC DU RLP

Le diagnostic a mis en évidence des enjeux forts sur le centre-ville et des dispositifs parfois en infraction avec la règle nationale ailleurs sur la commune.

Afin de créer une règle locale spécifique à la commune, le centre-ville, notamment en raison des enjeux économiques et patrimoniaux, est le secteur le plus stratégique et sur lequel la règle nationale doit être affinée.

2.1. S'INSCRIRE EN COHERENCE AVEC LE PLAN LOCAL D'URBANISME EN COURS DE REVISION

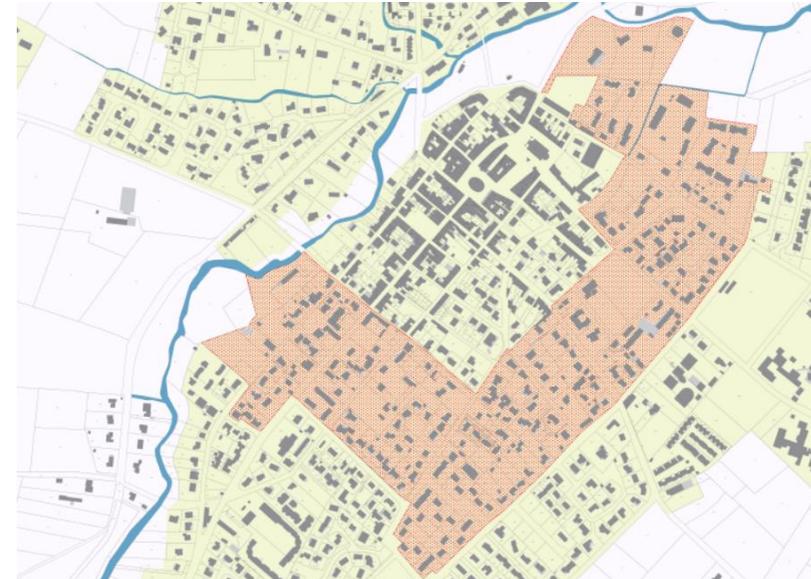
Conformément aux démarches initiées dans le cadre du Plan Local d'Urbanisme, la commune souhaite redynamiser son centre-ville et en faire un espace attractif.

Afin de mettre en cohérence ces deux documents de planification, à portée opérationnelle, les deux règlements graphiques ont été conçus en parallèle : la zone de publicité n°1 correspond à la zone UA du PLU, à savoir la « Zone urbaine correspondant au centre-ancien ». Les règles architecturales imposées dans le cadre du PLU

aux constructions bordant la Place Nationale vont de paire avec la volonté de préserver cet espace de la publicité et d'enseignes trop impactantes vis-à-vis du paysage et du cadre de vie.

Afin d'avoir une vision prospective pour le devenir de la commune de Saint-Lys, le RLP propose également une zone de publicité sur le centre élargi, concernant notamment les constructions de part et d'autre de l'avenue de Sourdeval ou la prolongation des rues du centre historique. Ces espaces sont stratégiques pour le futur de la commune dans une logique de densification des zones bâties et de recherche de davantage de mixité fonctionnelle dans les secteurs résidentiels.

Certains ilots de la zone n°2 sont repérés dans le PLU comme des « Périmètres relatifs à la réhabilitation, la restructuration, la mise en valeur selon l'article L151-7-4° du code de l'urbanisme ». Ces espaces démontrent d'un dynamisme à venir du secteur et du besoin d'anticiper les mutations.



L'illustration suivante peut-être éventuellement supprimée, puisqu'elle rappelle la précédente.

Zone de publicité 2, correspondant au centre élargi

2.2. DES REGLES ORIENTEES VERS LA PRESERVATION DU PATRIMOINE BATI ET DU CADRE DE VIE

LES ENSEIGNES

Concernant les enseignes, les deux zones prévoient des règles qualitatives communes, dont :

- Le respect du dessin architectural de la façade ;
- Le conseil d'utiliser des lettres et signes découpées ou des lettres peintes ;
- Le conseil d'utiliser des couleurs de préférences sombres ou pastels.

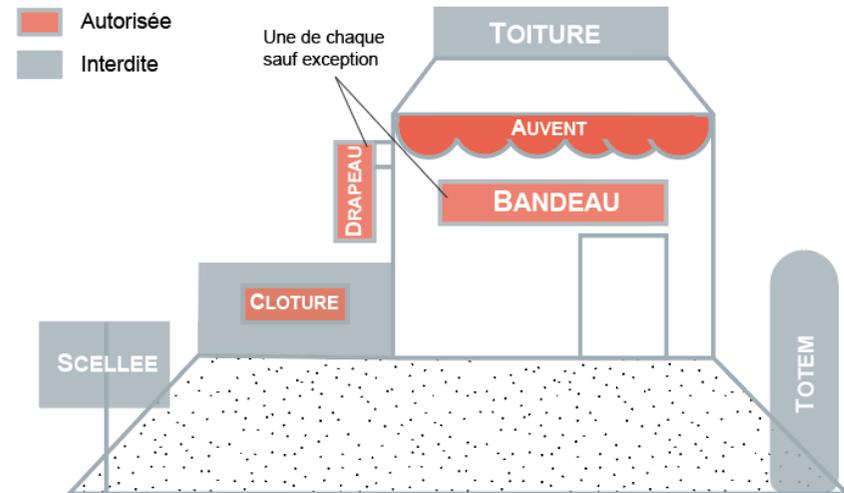
La zone 1 étant celle en co-visibilité directe avec la Halle **classée inscrite**, les règles quantitatives concernant les enseignes sont plus restrictives (voir schéma ci-contre) :

- Zone 1 : une seule enseigne bandeau et une seule en drapeau par façade du commerce, aucune enseigne scellée au sol ;
- Zone 2 : Pas de limitation en nombre des enseignes sur façade mais les enseignes scellées au sol ou installées directement au sol sont limitées à une par activité, avec une hauteur maximale de 4m² et une surface maximale de 6m².

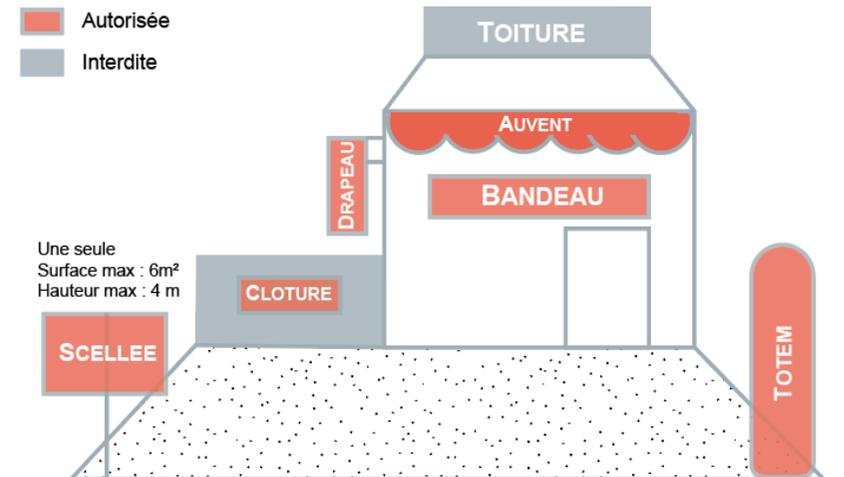
LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES

En ce qui concerne la publicité, le règlement du RLP permet de ré introduire les publicités sur mobilier urbain, y compris dans le périmètre de protection autour de la Halle et de bien informer que tout autre type de dispositif publicitaire est interdit. Le règlement propre aux enseignes rappelle par exemple que les messages à caractère publicitaire sont interdits.

ZPR 1



ZPR 2



3. FAIRE APPLIQUER LA REGLEMENTATION NATIONALE PAR LE BIAIS DU RLP

La réglementation applicable à une commune de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants est restrictive, puisqu'elle interdit presque tous les dispositifs publicitaires, notamment ceux scellés au sol, qui sont les plus marquants pour le paysage et ceux hors agglomération (sauf régime dérogatoire).

Le diagnostic a mis en évidence plusieurs dispositifs en infraction avec la réglementation nationale. En se dotant d'un RLP, la commune de Saint-Lys souhaite se réapproprier la règle nationale, par deux moyens : la communication et l'exercice de sa compétence « publicité ».

3.1. EN COMMUNIQUANT SUR LA REGLE NATIONALE

Le règlement local de publicité vise à préciser la réglementation nationale. Tous les aspects non traités dans le cadre du règlement local sont donc concernés par la réglementation nationale.

Sans chercher à être exhaustif, le règlement du RLP de Saint-Lys vise à rappeler les principales règles nationales dans ses parties « 1. Dispositions générales » et « 2. Dispositions applicables à toute la commune ». L'objectif est de pouvoir communiquer de façon

pédagogique, accessible et synthétique auprès des habitants et acteurs économiques sur les règles applicables.

Sont par exemple rappelés :

- Les secteurs d'interdiction ;
- Les règles d'implantation ;
- La règle de densité ;
- Des règles quantitatives pour les publicités et les enseignes ;
- ...

3.2. EN RECUPERANT LA COMPETENCE « PUBLICITE »

Depuis la loi ENE, lorsque la publicité, l'enseigne ou la préenseigne doit être installée sur un territoire couvert par un RLP, les compétences d'instruction et de police appartiennent au Maire de la commune, y compris sur des espaces où aucune zone spécifique n'a été créée.

La commune de Saint-Lys souhaite donc récupérer la main sur l'instruction et la police et ainsi veiller au respect des règles nationales, dont la plupart sont rappelées dans les parties 1. et 2. du RLP.

SOMMAIRE

SOMMAIRE.....	1
DEFINITION DU ZONAGE.....	3
DISPOSITIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE, AUX PREENSEIGNES ET AUX ENSEIGNES.....	5
DISPOSITIONS GENERALES.....	6
DISPOSITIONS APPLICABLES A TOUTE LA COMMUNE.....	8
1. DISPOSITIONS APPLICABLES A LA Z.P.R. 1 « CENTRE HISTORIQUES »	13
2. DISPOSITIONS APPLICABLES A LA Z.P.R. 2 « CENTRE ELARGI »	16
LEXIQUE.....	19

DEFINITION DU ZONAGE

Deux zones de publicité règlementées sont définies sur l'ensemble du territoire de la commune.

Elles concernent toutes deux une partie de l'agglomération principale de la commune de Saint-Lys.

Elles sont délimitées sur le plan annexé. Les prescriptions relatives à chaque zone figurent dans les dispositions spécifiques à chacune d'elles.

Le règlement s'appuie également sur l'arrêté des limites d'agglomération, annexé au dossier de RLP.

ZONE DE PUBLICITE REGLEMENTEE 1 (Z.P.R. 1) CORRESPONDANT AU CENTRE HISTORIQUE

Cette zone est constituée du centre historique, comprenant La Halle place Nationale, classée inscrite monument historique depuis 2004 et les rues commerçantes qui en partent ainsi que les principales places (place René Bastide, place de la Liberté, place Jean Moulin)

L'intérêt patrimonial impose d'être strict en matière de publicité dans ce secteur de centre-ville, où le bâti est dense, aligné sur rue et l'activité économique composée majoritairement de rez-de-chaussée commerciaux.

ZONE DE PUBLICITE REGLEMENTEE 2 (Z.P.R. 2) CORRESPONDANT AU CENTRE ELARGI

Il s'agit des rues périphériques au centre historique, qui accueillent quelques activités économiques, des équipements et représentent des secteurs à enjeux en termes de renouvellement urbain.

**DISPOSITIONS APPLICABLES
A LA PUBLICITE, AUX
PREENSEIGNES ET AUX
ENSEIGNES**

1. DISPOSITIONS GENERALES

- L'affichage publicitaire sur la commune de Saint-Lys est régi par le présent règlement.
- La réglementation nationale, qui résulte du chapitre 1^{er} du titre VIII du livre V du Code de l'Environnement, sous les articles 581-1 et suivants, s'applique dans son intégralité, dès lors qu'il n'a pas été repris, complété ou renforcé par le présent règlement.

Un résumé des principales dispositions s'appliquant à la commune de Saint-Lys est rappelé dans la partie « 2. Dispositions applicables à toute la commune » du présent document mais il n'est en aucun cas exhaustif et n'a pas pour objectif de se substituer à la réglementation émanant du Code de l'Environnement.

Les règles locales définies dans les parties « 3. Dispositions applicables à la ZPR 1 Centre historique » et « 4. Dispositions applicables à la ZPR 2 Centre élargi » ci-après s'imposent donc et remplacent la règle nationale sur les aspects qui sont réglementés.

Régime d'autorisation

- Le champ d'application de l'autorisation préalable :
 - ▶ Les publicités soumises à autorisation préalable :
 - des emplacements de bâches comportant de la publicité
 - des publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence (ce qui inclut la publicité numérique) qu'elles soient ou non apposées sur du mobilier urbain
 - des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.
 - ▶ Les enseignes soumises à autorisation préalable :
 - des enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP ;
 - des enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8 ;
 - des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.
- Le champ d'application de la déclaration préalable :
 - ▶ Lorsque la publicité n'est pas soumise à autorisation préalable, le dispositif qui la supporte doit faire l'objet d'une déclaration préalable à l'occasion de son installation, de sa modification ou de son remplacement.
L'installation s'entend de l'implantation de tout nouveau dispositif. La modification s'entend de toute transformation affectant l'aspect extérieur, l'orientation, les dimensions ou les caractéristiques d'une installation. Le remplacement s'entend de la dépose d'une installation existante suivie du montage d'une installation nouvelle.

Les préenseignes étant soumises au régime de la publicité, elles doivent aussi faire l'objet d'une déclaration préalable. Cependant, si elles ont des dimensions qui n'excèdent pas un mètre en hauteur ou un mètre cinquante en largeur, elles ne sont pas soumises à la déclaration préalable ; ce qui est notamment le cas, par principe, des préenseignes dérogatoires

Mise en conformité des dispositifs existants

- Le présent règlement prend effet à la date de son approbation par le Conseil Municipal de la commune de Saint-Lys, après transmission au représentant de l'Etat et la mise en publicité dudit règlement.
- Les publicités, enseignes et préenseignes régulièrement mises en place avant l'entrée en vigueur de ce règlement et qui ne sont pas conformes aux prescriptions de ce dernier lui sont soumises.
- Les publicités et préenseignes doivent se conformer à ses prescriptions dans un délai de 2 ans à compter de la date d'entrée en vigueur du RLP.
- Les enseignes doivent se conformer aux prescriptions du RLP dans un délai de 6 ans après son entrée en vigueur.

2. DISPOSITIONS APPLICABLES A TOUTE LA COMMUNE

Les dispositions ci-dessous sont un rappel des principales règles du règlement national de publicité mais ne sont en aucun cas exhaustives.

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et préenseignes est codifiée par le Code de l'Environnement dans sa partie législative aux articles L.581-1 à L.581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R.581-1 à R.581-88.

Les règles locales définies dans les parties « 3. Dispositions applicables à la ZPR 1 Centre historique » et « 4. Dispositions applicables à la ZPR 2 Centre élargi » ci-après s'imposent et remplacent la règle nationale sur les aspects qui sont règlementés.

2.1. Les secteurs d'interdiction

Toute publicité est interdite par le règlement national d'urbanisme :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- Sur les arbres.

La publicité est donc interdite sur la halle et sur les arbres de la commune.

Hors agglomération

- Hors agglomération, la publicité est interdite en vertu de l'article L581-7 du Code de l'Environnement.
- Une dérogation peut être accordée à des préenseignes hors agglomération si elles signalent de façon harmonisée :
 - Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.
 - A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Par dérogation à l'interdiction mentionnée au premier alinéa de l'article L581-7, les préenseignes autorisées sont celles mentionnées à l'article L581-19 du Code de l'Environnement :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.
- A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Leur présentation doit se conformer à l'arrêté ministériel du 23 mars 2015.

En agglomération

- A l'intérieur de l'agglomération, la publicité est interdite, en vertu de l'article L581-8 du Code de l'Environnement et sauf si dérogation du règlement local de publicité :
 - Aux abords des monuments historiques
 - Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables
 - Dans les parcs naturels régionaux
 - Dans les sites inscrits
 - A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits
 - A moins de 500m autour d'un monument classé ou inscrit
 - A moins de 100m autour d'un site patrimonial remarquable
 - Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
 - Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales
- Une dérogation peut être accordée à ces interdictions dans le cadre d'un règlement local de publicité.

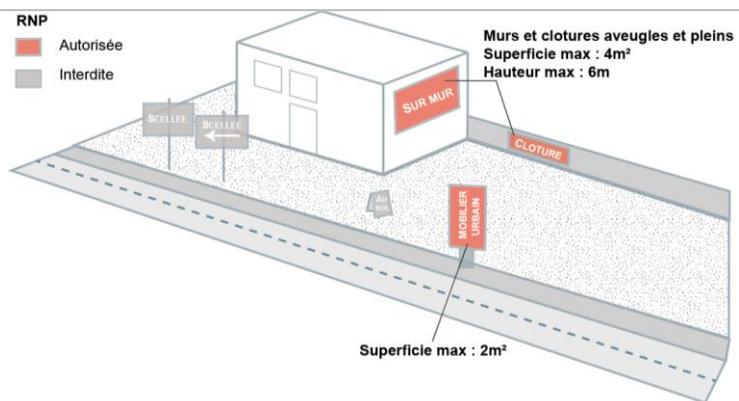
De fait, la publicité est donc interdite autour de la halle, à l'exception des secteurs l'autorisant dans le présent règlement.

2.2. Prescriptions applicables aux publicités en agglomération

Règles d'implantation et de taille des dispositifs

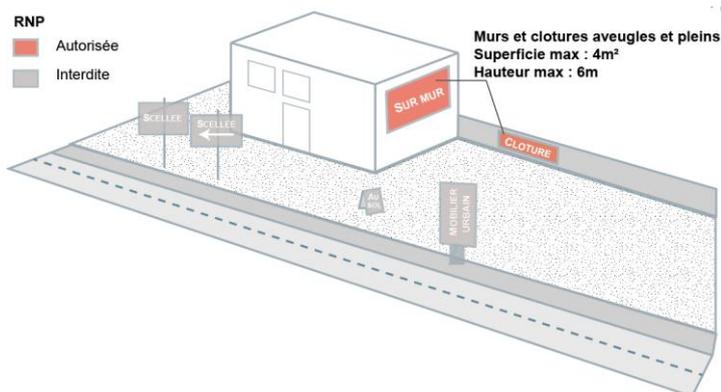
Sont interdits :

- Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou apposés sur le sol ;
- Les publicités lumineuses et numériques ;
- Les bâches de chantier comportant de la publicité ainsi que les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles.



L'illustration ci-dessus sera modifiée pour prendre en compte que les publicités seront interdites conformément à l'article 581-31 du Code de l'Environnement : « Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. ».

L'illustration remplaçante :



Sont autorisées sous conditions :

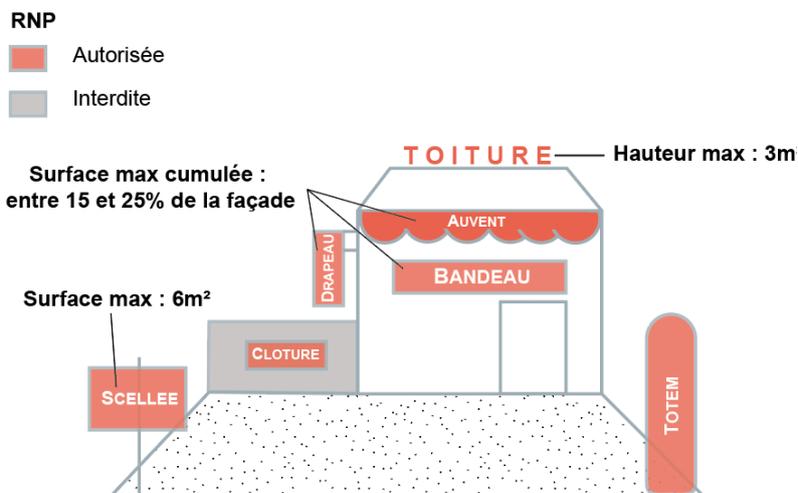
	Surface unitaire max.	Hauteur max.
Publicités sur mur ou clôture	4 m ² (cadre y compris)	6 mètres
Mobilier urbain	2 m²	3 mètres
Publicités lumineuses	Eteintes de 1 heure à 6 heures	
L'affichage de petit format (micro-affichage)	1m ² Ne pas recouvrir plus de 1/10 ^{ème} de la devanture commerciale et dans la limite de 2m ²	-

La réglementation concernant le mobilier urbain sera supprimée conformément à l'article R581-31 du Code de l'Environnement. Cet article dispose « Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. ». L'illustration sera également modifiée pour indiquer que ce type d'installation est interdit.

Règles de densité

N'est autorisé qu'un seul dispositif publicitaire par unité foncière dont le côté bordant la voie est ouverte à la circulation publique est d'une longueur minimale de 80 mètres linéaires.

2.3. Prescriptions applicables aux enseignes



Règles quantitatives :

	Surface unitaire max.	Hauteur max.	Autre information
Les enseignes scellées au sol ou installées directement au sol	6 m ²	6.5m si 1m ou plus de large 8m si moins d'1m de large	Un seul dispositif par voie ouverte à la circulation bordant l'immeuble où l'activité est signalée
Les enseignes apposées sur une façade commerciale	15% max de la surface de la façade commerciale (y compris baie, auvent, marquise) 25% si façade < à 50m ²	-	-
Les enseignes installées sur des toitures ou des terrasses en tenant lieu	60 m ² cumulées	3m max si la hauteur de la façade est < à 15 m 1/5 ^{ème} avec max 6m si la hauteur de la façade est > à 15 m	
Les enseignes lumineuses	Eteintes de 1 heure à 6 heures		

Règles qualitatives :

- Une enseigne doit être constituée de matériaux durables. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement.
- L'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité.
- La création d'enseigne ne doit pas porter atteinte au caractère de l'édifice et elle doit être étudiée de manière à mettre en valeur la composition architecturale.

- Les enseignes sur façade ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées. Soit l'enseigne est fixée au mur et ne doit pas dépasser les limites, soit elle est en toiture.
- Superficie d'une enseigne :
 - Pour les enseignes en lettres et/ou signes découpé(e)s, la superficie de l'enseigne est calculée sur la base du parallélogramme dans lequel s'inscrivent ces lettres et/ou signes.



- Pour les enseignes sur panneaux de fond ou aplat de couleur se distinguant de la couleur de la façade d'un bâtiment et servant de support aux inscriptions, le panneau de fond ou l'aplat doit être comptabilisé dans le calcul de la surface totale d'une enseigne.
- Station-service

Les totems des stations-services présentant les tarifs de carburants peuvent déroger aux règles relatives aux enseignes. Cependant, ces enseignes sur totem ne pourront être clignotantes.

La présentation et l'installation des dispositifs relatifs à la présentation des tarifs de carburants des stations-services doivent se réaliser conformément aux dispositions des articles R581-64 et R581-65 du Code de l'Environnement.

Prescriptions applicables aux enseignes temporaires :

- Elles sont soumises aux prescriptions relatives aux enseignes de la zone dans laquelle elles sont installées. Elles ne doivent pas être installées en sus du nombre d'enseignes autorisées par établissement dans la zone, à l'exception des enseignes apposées à plat sur façade lors des périodes officielles des soldes et en cas de liquidation de biens.
- Dans le cadre d'une manifestation ou d'un évènement, elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées à la fin de la manifestation.

2.4. Prescriptions applicables à l'affichage d'opinion

- Sur l'ensemble du territoire, les emplacements réservés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont implantés selon les modalités définies par le Code de l'Environnement.

3. DISPOSITIONS APPLICABLES A LA Z.P.R. 1

« CENTRE HISTORIQUE »

3.1. Publicités et pré enseignes

ZPR 1 – Article 1.1. Dispositifs interdits

- o Toutes les publicités ainsi que préenseignes, sauf celles autorisées sous conditions, sont interdites.

ZPR 1 – Article 1.2. Dispositifs autorisés sous conditions

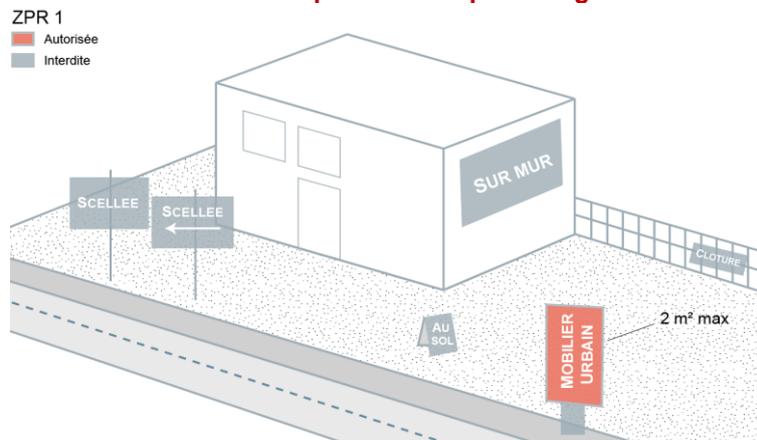
- o Les publicités sur mobilier urbain sont autorisées, pour une surface maximale de 2m².

Le mobilier urbain devra être en accord avec l'environnement des sites d'implantation. Toutes ces implantations devront satisfaire à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France.

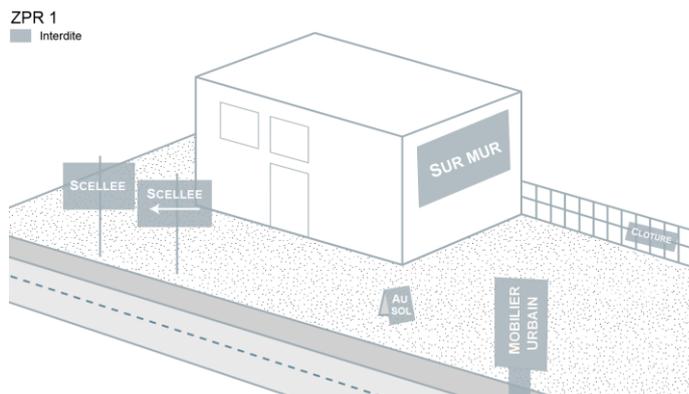
Les publicités seront interdites conformément à l'article 581-31 du Code de l'Environnement : « Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. »

L'illustration ci-dessous sera modifiée pour être en accord avec la règle.

Résumé du règlement local concernant les publicités et préenseignes dans la ZPR1 (non exhaustif)



L'illustration remplaçante :



3.2. Enseignes

ZPR 1 – Article 2.1. Dispositifs interdits

- Les enseignes clignotantes et défilantes sont interdites, à l'exception des pharmacies et des services de secours.
- Les enseignes sur toiture sont interdites.
- Les enseignes publicitaires de marques particulières qui ne sont pas le nom du commerce sont interdites.
- Les enseignes scellées au sol sont interdites.
- Les caissons lumineux sont interdits.
- Les éclairages de type spot installés perpendiculairement à la façade pour éclairer celle-ci ou une enseigne, qu'elle soit à plat ou en drapeau, sont interdits.
- Les enseignes en néon ou leds sont interdites en éclairage direct.

ZPR 1 – Article 2.2. Dispositifs autorisés sous conditions

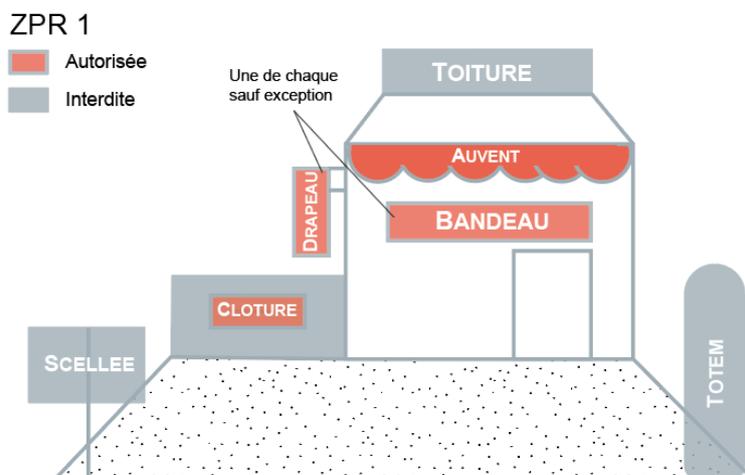
- Ne sont autorisées que les enseignes dont le texte indique le nom de l'activité exercée, la nature de l'activité, la raison sociale de l'établissement ou le nom de celui qui exerce cette activité.
Toute autre mention publicitaire est interdite.
 - Les enseignes sont autorisées si elles informent uniquement sur le nom et/ou la nature du commerce.
 - Les enseignes doivent respecter le dessin architectural de la façade.
 - Les enseignes composées de lettres et signes découpés ou de lettres peintes sont conseillées.
 - Il est autorisé, par façade du commerce une seule enseigne à plat et une seule enseigne en drapeau par façade du commerce.
 - Pour les enseignes à plat installées (en bandeau) : une seule est autorisée excepté pour les commerces d'angles qui auraient une vitrine sur chaque façade.
 - Une seule enseigne perpendiculaire à la façade (en drapeau) par vitrine
Les dimensions doivent se limiter à :
 - 80cm en largeur y compris la potence (dans les rues de largeur réduites, elles pourront être limitées davantage voire interdites) ;
 - 70 cm de hauteur ;
 - 10 cm d'épaisseur ;
 - Installation à une hauteur de 2.5 mètres au moins du bas de l'enseigne au trottoir.
- Elles sont éclairées ou non :
- Soit par l'intérieur avec des motifs et des lettres découpées sur fond opaque ;

- Soit par le dessus par une ou deux réglettes ou un ou deux spots le plus fin(s) possible.
- La surface maximum cumulée autorisée pour les enseignes apposées sur une façade commerciale (perpendiculaire ou parallèle) ne peut excéder 15% de la surface de cette façade. La surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés.

ZPR 1 – Article 2.3. Dispositions particulières

- Les couleurs choisies pour les enseignes devront être de préférence sombre ou pastel. Les caractères typographiques doivent être simples.
- Concernant les bannes et les stores :
 - Leur largeur est égale à la largeur de la baie protégée (installation si possible sous le linteau) ;
 - Le nom ou la nature du commerce est écrit uniquement sur les lambrequins (partie frontale) ;
 - Implantation d'une hauteur minimale de 2.50 mètres par rapport au trottoir.
- Les enseignes apposées sur les clôtures, aveugles ou non, suivent le régime des enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement au mur.

Résumé du règlement local concernant les enseignes dans la ZPR1 (non exhaustif)



4. DISPOSITIONS APPLICABLES A LA Z.P.R. 2

« CENTRE ELARGI »

4.1. Publicités et pré enseignes

ZPR 2 – Article 1.1. Dispositifs interdits

- o Toutes les publicités ainsi que les préenseignes, sauf celles autorisées sous conditions, sont interdites.

ZPR 2 – Article 1.2. Dispositifs autorisés sous conditions

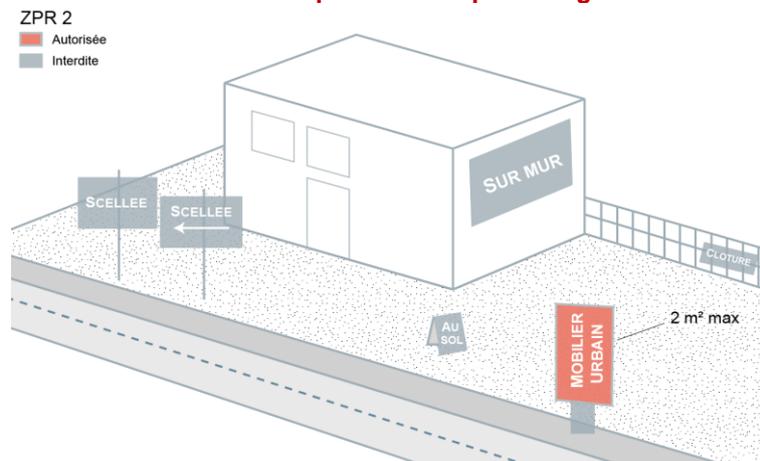
- o Les publicités sur mobilier urbain sont autorisées, pour une surface maximale de 2m²

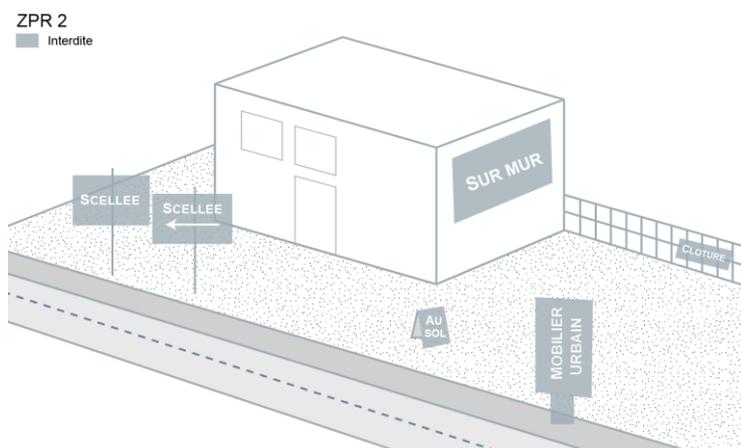
Le mobilier urbain devra être en accord avec l'environnement des sites d'implantation. Toutes ces implantations devront satisfaire à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France quand celui-ci est requis.

Les publicités seront interdites conformément à l'article 581-31 du Code de l'Environnement : « Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. »

L'illustration sera modifiée pour être en accord avec la règle.

Résumé du règlement local concernant les publicités et préenseignes dans la ZPR2 (non exhaustif)



L'illustration remplaçante :**4.2. Enseignes****ZPR 2 – Article 2.1. Dispositifs interdits**

- Les enseignes clignotantes et défilantes sont interdites, à l'exception des pharmacies et des services de secours.
- Les enseignes sur toiture sont interdites.
- Les enseignes publicitaires de marques particulières qui ne sont pas le nom du commerce sont interdites.
- Les caissons lumineux sont interdits.
- Les enseignes en néon ou leds sont interdites en éclairage direct.

ZPR 2 – Article 2.2. Dispositifs autorisés sous conditions

- Ne sont autorisées que les enseignes dont le texte indique le nom de l'activité exercée, la nature de l'activité, la raison sociale de l'établissement ou le nom de celui qui exerce cette activité.
Toute autre mention publicitaire est interdite.
- Les enseignes doivent respecter le dessin architectural de la façade.
- Les enseignes composées de lettres et signes découpés ou de lettres peintes sont conseillées.
- Pour les enseignes perpendiculaires à la façade (en drapeau) :
 - Les dimensions doivent se limiter à :
 - 80cm en largeur y compris la potence (dans les rues de largeur réduites, elles pourront être limitées davantage voire interdites) ;
 - 70 cm de hauteur ;
 - 10 cm d'épaisseur ;
 - Installation à une hauteur de 2.5 mètres au moins du bas de l'enseigne au trottoir.

Elles sont éclairées ou non :

- Soit par l'intérieur avec des motifs et des lettres découpées sur fond opaque ;
- Soit par le dessus par une ou deux réglettes ou un ou deux spots le plus fin(s) possible.
- La surface maximum cumulée autorisée pour les enseignes apposées sur une façade commerciale (perpendiculaire ou parallèle) ne peut excéder 15% de la surface de cette façade. La surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés.
- Pour les enseignes scellées ou installées directement au sol, elles sont autorisées mais devront se limiter à :
 - un dispositif maximum par activité ;
 - Une surface maximale de 6m² et une hauteur maximale de 4 mètres.

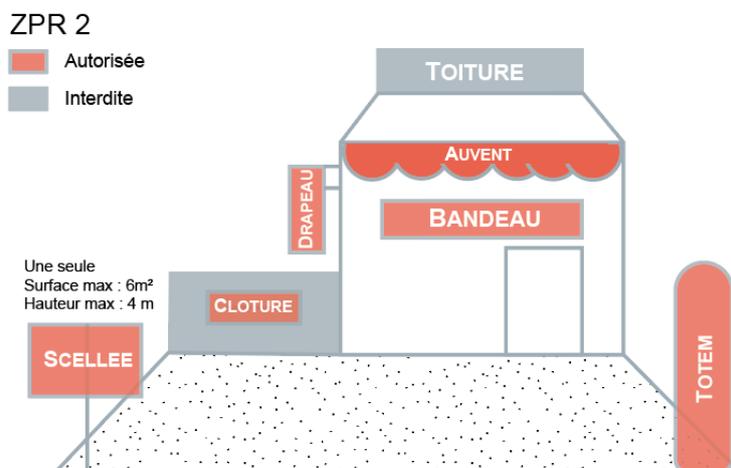
Quand plusieurs activités commerciales sont situées sur la même unité foncière, les enseignes doivent être regroupées sur un seul et unique totem dont la surface est partagée en parts égales réparties entre chaque activité et localisation le long de la voie bordant l'unité foncière. Ce dispositif mutualisé doit présenter un aspect harmonisé.

ZPR 2 – Article 2.3. Dispositions particulières

- Les couleurs choisies pour les enseignes devront être de préférence sombre ou pastel. Les caractères typographiques doivent être simples.
- Concernant les bannes et les stores :
 - Leur largeur est égale à la largeur de la baie protégée (installation si possible sous le linteau) ;
 - Le nom ou la nature du commerce est écrit uniquement sur les lambrequins (partie frontale) ;
 - Implantation d'une hauteur minimale de 2.50 mètres par rapport au trottoir.

Les enseignes apposées sur les clôtures, aveugles ou non, suivent le régime des enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement au mur.

Résumé du règlement local concernant les enseignes dans la ZPR2 (non exhaustif)



LEXIQUE

AVEUGLE : Se dit d'un mur ou d'une façade d'un bâtiment ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0.5 m².

BAIE : Toute surface vitrée pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.).

BANDEAU (DE FAÇADE) : Se dit de la bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

CLOTURE : Terme désignant toute construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

CLOTURE AVEUGLE : Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ajourée.

DEVANTURE : Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrements et d'une vitrine.

DISPOSITIFS (PUBLICITAIRES) : Terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

DURABLE : Terme désignant les matériaux tels que le bois, le plexiglas, le métal ou la toile plastifiée imputrescible.

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

ENSEIGNE LUMINEUSE : Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...)

ENSEIGNE TEMPORAIRE : Enseigne signalant :

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce.

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

PUBLICITE : Terme désignant toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

SAILLIE : Terme désignant la distance qui sépare le dispositif débordant et le nu de la façade

SCELLE AU SOL : Se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne ancrée dans le sol au moyen d'un scellement durable (béton par exemple).

SERVICE D'URGENCE : Se dit d'un service public portant secours aux personnes (pompiers, SAMU) ou assurant la sécurité des personnes (police nationale ou gendarmerie nationale).

SUPPORT : Terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

