



EXTRAIT DU  
REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS  
DU CONSEIL MUNICIPAL

Séance du  
JEUDI 10 MARS 2022 à 19 h 00  
Salon d'honneur de l'Hôtel de Ville

**OBJET** : D7 - Révision du Règlement local de publicité (RLP) de la Ville de Saint-Jean-d'Angély - Débat sur les orientations du RLP

**Date de convocation** : ..... 4 mars 2022

**Nombre de conseillers en exercice** : ..... 29

**Nombre de présents** : ..... 21

Françoise MESNARD, Maire, Cyril CHAPPET, Myriam DEBARGE, Matthieu GUIHO, Natacha MICHEL, Jean MOUTARDE, Marylène JAUNEAU, Philippe BARRIERE, Mathilde MAINGUENAUD, Adjointes ;

Anne DELAUNAY, Jocelyne PELETTE, Denis PETONNET, Pascale GARDETTE, Catherine BAUBRI, Patrice BOUCHET, Michel LAPORTERIE, Fabien BLANCHET, Houria LADJAL, Médéric DIRAISON, Micheline JULIEN, Ludovic BOUTILLIER, formant la majorité des membres en exercice.

**Excusés ayant donné pouvoir** : ..... 4

Anne-Marie BREDECHE à Myriam DEBARGE ; Jean-Marc REGNIER à Cyril CHAPPET ; Julien SARRAZIN à Philippe BARRIERE ; Sabrina THIBAUD à Mme la Maire

**Absents excusés** : ..... 3

Sandrine RONTET-DUCOURTIOUX ; Henoah CHAUVREAU ; Patrick BRISSET

**Absente** : ..... 1

Gaëlle TANGUY

**Présidente de séance** : Françoise MESNARD, Maire

**Secrétaire de séance** : Pascale GARDETTE

Mme la Maire constate que le quorum (10) est atteint (loi n° 2021-1465 du 10 novembre 2021 prorogeant jusqu'au 31 juillet 2022 le régime de sortie de l'état d'urgence sanitaire) et ouvre la séance.

\*\*\*\*\*

Hôtel-de-Ville - BP 10082  
17415 Saint-Jean-d'Angély cedex  
Tél. : 05 46 59 56 56  
Fax : 05 46 32 29 54  
www.angely.net

TÉLÉTRANSMIS AU  
CONTRÔLE DE LÉGALITÉ  
sous le n° 017-211703475-20220310-  
2022\_03\_D7-DE  
Accusé de réception Sous-préfecture  
le 11 mars 2022  
Affiché le 11 mars 2022

## N° 7 - Révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de Saint-Jean-d'Angély - Débat sur les orientations du RLP

Rapporteur : M. Jean MOUTARDE

La Ville de Saint-Jean-d'Angély, compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU), doit réviser son Règlement Local de Publicité (RLP), arrêté le 18 décembre 1986.

Le nouveau RLP traduira les volontés de la Ville en matière d'amélioration du cadre de vie, prenant en compte les évolutions urbaines, celles des techniques en matière d'affichage publicitaire, et les nouvelles dispositions du Grenelle II. De plus, cette révision est rendue obligatoire pour l'obtention du pouvoir de police de la publicité, lequel permet la maîtrise locale de l'affichage extérieur, au travers des autorisations délivrées et du contrôle de la réglementation.

Par délibération du 10 décembre 2020, le Conseil municipal prescrivait la révision de son règlement local de publicité, et en définissait les objectifs :

- ➔ Mettre en valeur les espaces naturels et les entrées de ville ;
- ➔ Déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité ;
- ➔ Fixer les règles esthétiques pour l'installation des enseignes ;
- ➔ Maîtriser l'implantation publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales, et conserver l'exigence de règles qualitatives strictes ;
- ➔ Encadrer les dispositifs lumineux.

Le règlement local sera soumis ultérieurement au Conseil municipal en vue de l'arrêt du projet, puis de son approbation. Ces étapes doivent cependant être précédées d'un débat sur les orientations du RLP, deux mois au moins avant l'examen du projet de RLP.

Ce présent débat constitue un simple échange autour des orientations générales du projet, précédé par une communication des orientations proposées. Il n'est suivi d'aucun vote.

Les orientations proposées s'appuient sur un diagnostic réalisé au démarrage de l'étude, qui a fait ressortir les points saillants résumés ci-après.

### Publicités et pré-enseignes :

Le diagnostic a mis en évidence une situation de l'affichage très en écart par rapport aux règles du Code de l'environnement et du RLP de 1986 : très peu de supports sont conformes.

En effet, de nombreux supports scellés au sol sont installés, alors qu'ils sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Ils étaient rendus possibles par le RLP de 1986, sur quelques axes, par le biais d'une zone de publicité « élargie », mais cette possibilité a été extrapolée par certains afficheurs à tout le territoire. De plus, en dehors des anciennes Zones de Publicités Restreintes (ZPR), les surfaces sont beaucoup trop importantes, de l'ordre de 12 m<sup>2</sup>, alors qu'elles devraient être redescendues à 4 m<sup>2</sup> depuis 2015.

Le mobilier urbain publicitaire présente également des non conformités à la réglementation.

D'un point de vue qualitatif, le mobilier urbain publicitaire affecte parfois l'environnement, de par son installation dans des lieux patrimoniaux, ou entrave les perspectives paysagères.

La publicité murale affecte elle-aussi le cadre de vie, de par les surfaces, les densités en jeux, ainsi que les installations, parfois réalisées sur des murs qualitatifs.

Enfin, on note une large tendance au (très) mauvais état des publicités, qui confère à la ville une image vétuste.

#### Enseignes :

Des infractions aux règles nationales ont également été mises en évidence lors du diagnostic. Il s'agit, par exemple, d'enseignes mal positionnées sur les façades, ou qui en occupent une surface trop importante. Il s'agit aussi d'enseignes scellées au sol de densité et de surface trop importantes.

D'un point de vue qualitatif, le Secteur Patrimonial Remarquable (SPR) présente, dans l'ensemble, des devantures soignées. Néanmoins, certains problèmes concernent le nombre et le positionnement des enseignes perpendiculaires, ainsi que l'usage des baies, qui sont de plus en plus utilisées comme support d'enseignes, associant des photographies agressives visuellement.

En zones d'activités, ce sont les enseignes scellées au sol, ainsi que l'usage de banderoles et d'aquillux (enseignes temporaires), qui affectent le plus l'environnement. Toutefois, une grande partie des problèmes est traitée par l'application des règles nationales. Les enseignes lumineuses ont également un impact fort.

**Ainsi, suivant les objectifs précités, et le diagnostic réalisé, les orientations proposées se déclinent autour des axes suivants :**

#### **1. Protection du patrimoine naturel et bâti & préservation des paysages**

- En étant plus restrictif sur les conditions d'installation de la publicité, y compris sur mobilier urbain, dans les zones paysagères et en SPR, principalement en secteur sauvegardé,
- En mettant en place des critères d'installation des publicités (zonage, interdictions, surface, reculs, ...) permettant la préservation des vues sur les éléments intéressants,
- En cadrant l'installation des enseignes sur les façades, en SPR, par adaptation des règles du RLP de 1986 aux nouveaux usages.

#### **2. Réduction de l'impact visuel des publicités, des pré-enseignes et des enseignes**

- En limitant les surfaces et les densités au-delà des règles nationales,
- En introduisant des contraintes pour l'installation sur les murs de bâtiments et de clôture.

#### **3. Prise en compte des nouveaux modes de communication**

- En définissant l'usage des dispositifs temporaires.

#### **4. Limitation de l'impact environnemental des enseignes lumineuses**

- En cadrant l'usage des enseignes numériques,
- En mettant en place des règles sur les éclairages d'enseignes.

**Vu** le Code général des collectivités territoriales,

**Vu** l'article L.581-14 du code de l'environnement, disposant que le règlement local de publicité est élaboré ou révisé par l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, ou, à défaut, par la commune,

**Vu** le code de l'environnement, et plus précisément son article L.581-14-1 disposant que la procédure applicable à l'élaboration d'un RLP est conforme à celle prévue pour un PLU,

**Vu** l'article L.153-12 du code de l'urbanisme portant sur l'obligation et les modalités d'un débat sur le document d'orientations du PLU au sein du Conseil municipal,

**Vu** la délibération du 10 décembre 2020, prescrivant la révision du RLP et énonçant ses objectifs et les modalités de la concertation,

**Considérant** que les orientations du Règlement Local de Publicité doivent faire l'objet d'un débat au sein du conseil municipal, deux mois au moins avant l'examen du projet de RLP,

**Considérant** la procédure de concertation et d'information mise en place,

**Considérant** les objectifs retenus par la Ville dans le cadre de la révision de son RLP, et les conclusions issues du diagnostic,

**Considérant** les orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité de Saint-Jean-d'Angély, se déclinant autour des axes suivants :

**1. Protection du patrimoine naturel et bâti & préservation des paysages**

- En étant plus restrictif sur les conditions d'installation de la publicité, y compris sur mobilier urbain, dans les zones paysagères et en SPR, principalement en secteur sauvegardé,
- En mettant en place des critères d'installation des publicités (zonage, interdictions, surface, reculs, ...) permettant la préservation des vues sur les éléments intéressants,
- En cadrant l'installation des enseignes sur les façades, en SPR, par adaptation des règles du RLP de 1986 aux nouveaux usages.

**2. Réduction de l'impact visuel des publicités, des pré-enseignes et des enseignes**

- En limitant les surfaces et les densités au-delà des règles nationales,
- En introduisant des contraintes pour l'installation sur les murs de bâtiments et de clôture.

**3. Prise en compte des nouveaux modes de communication**

- En définissant l'usage des dispositifs temporaires.

**4. Limitation de l'impact environnemental des enseignes lumineuses**

- En cadrant l'usage des enseignes numériques,
- En mettant en place des règles sur les éclairages d'enseignes.

**Considérant** l'avis favorable de la commission Urbanisme réunie le 3 mars 2022, pour la fixation des orientations générales du projet de RLP, telles que précisées ci-dessus.

Il est proposé au Conseil municipal de :

- prendre acte de la tenue, au sein du Conseil municipal, du débat qui a eu lieu sur les orientations du projet de Règlement Local de Publicité de la Ville de Saint-Jean-d'Angély ;
- constater que le débat formalisé par la présente délibération est clos ;
- dire que la présente délibération fera l'objet d'une publication au recueil des actes administratifs de la Ville.

**Le Conseil municipal a pris acte de la tenue, au sein du Conseil municipal, du débat qui a eu lieu sur les orientations du projet de Règlement Local de Publicité de la Ville de Saint-Jean-d'Angély**

**Pour extrait conforme,  
La Maire,  
Conseillère régionale,  
Françoise MESNARD**

**TÉLÉTRANSMIS AU  
CONTRÔLE DE LÉGALITÉ**  
sous le n° 017-211703475-20220310-  
2022\_03\_D7-DE  
Accusé de réception Sous-préfecture  
le 11 mars 2022  
  
Affiché le 11 mars 2022

Cette décision pourra faire l'objet d'un recours administratif ou d'un recours contentieux devant le Tribunal administratif dans un délai de deux mois à compter de sa publication et de sa réception par le représentant de l'Etat.