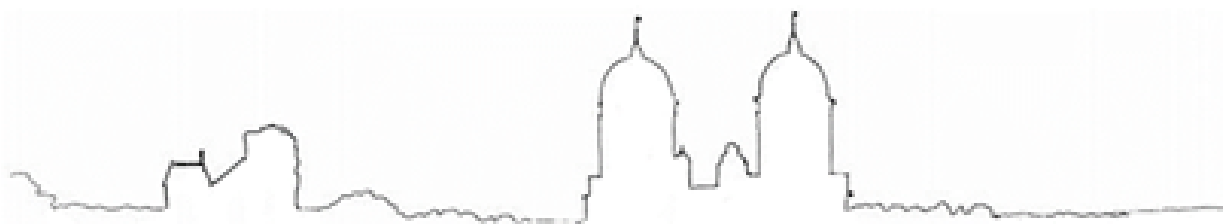


ville de
**Saint Jean
d'Angély**

**Département de la Charente-Maritime
Commune de Saint-Jean-d'Angély
Règlement Local de Publicité (RLP)
Arrêté le 30 juin 2022**



Rapport de présentation

Vu pour être annexé à la délibération du
Conseil Municipal arrêtant le RLP et tirant
le bilan de la concertation

En date du 30 juin 2022

La Maire

Table des matières

AVANT-PROPOS	3
CONTEXTE	4
1/ Compétence	4
2/ Présentation du territoire	4
DIAGNOSTIC	8
1/ Les règles en vigueur – Règles nationales du code de l’environnement	8
1.1/ Publicités et aux préenseignes hors agglomération	8
1.2/ Publicités et aux préenseignes situées en agglomération	8
1.2/ Publicité sur mobilier urbain	9
1.3/ Enseignes permanentes	10
1.4/ Enseignes temporaires	11
2/ Les règles en vigueur – Règlement Local de Publicité	13
3/ Diagnostic des publicités et des préenseignes	15
3.1/ Etat des lieux	15
3.2/ Diagnostic réglementaire	17
3.3/ Diagnostic qualitatif	26
4/ Diagnostic des enseignes	30
4.1/ Etat des lieux	30
4.2/ Diagnostic réglementaire	30
4.3/ Diagnostic qualitatif	39
OBJECTIFS POURSUIVIS ET ORIENTATIONS GENERALES	43
CONTENU DU REGLEMENT- JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS	44
1. Justification du zonage et des règles relatives aux publicités et aux préenseignes	44
2. Justification des règles relatives aux enseignes	47
APPLICABILITE DES NOUVELLES DISPOSITIONS	49
SANCTIONS ENCOURUES	50

Avant-propos

L'affichage publicitaire est un moyen d'expression et de communication qui compose un élément marquant du cadre de vie, qui impacte le paysage et peut devenir source de pollution visuelle, en l'absence de dispositions pour en assurer la maîtrise.

L'installation des publicités, des préenseignes et des enseignes est réglementée par le Code de l'environnement, dont les dispositions visent à permettre la liberté de l'affichage tout en assurant la protection du cadre de vie et des paysages.

Pour s'accorder au contexte local, le Conseil Municipal peut prendre l'initiative d'élaborer un Règlement Local de Publicité (RLP), qui définit une ou plusieurs zones dans lesquelles s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Par ailleurs, un RLP permet au Maire de détenir le pouvoir de police de la publicité, et donc d'être en capacité de maîtriser localement la situation, au travers des autorisations délivrées pour l'installation des enseignes, et du contrôle de l'application de la réglementation.

Bénéficiant d'un cadre de vie préservé, tant d'un point de vue patrimonial que d'un point de vue naturel, la ville de Saint Jean d'Angély met en place de nombreuses actions concourant à l'embellissement de la ville, avec l'objectif d'obtenir des labels, tels que : Ville d'Art et d'Histoire, Ville thermale, Ville touristique, Ville fleurie.... La maîtrise de l'affichage extérieur constitue un enjeu important pour l'atteinte de ces labels.

Ainsi, le Conseil Municipal de Saint Jean d'Angély a délibéré le 10 décembre 2020 pour engager la révision de son RLP.

Conformément à l'article R.581-73 du Code de l'environnement, ce présent rapport de présentation est l'une des composantes du règlement local de publicité. Il s'appuie sur le diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Contexte

1/ Compétence

L'article L.581-14 du Code de l'environnement prévoit que le Règlement Local de Publicité (RLP) est élaboré ou révisé par l'Etablissement Public de Coopération Intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme, ou, à défaut, par la commune.

La ville de Saint Jean d'Angély n'a pas transféré la compétence urbanisme à la communauté de communes Vals de Saintonge Communauté ; elle est par conséquent compétente pour conduire la procédure de révision de son RLP, engagée par la délibération du Conseil Municipal du 10 décembre 2020.

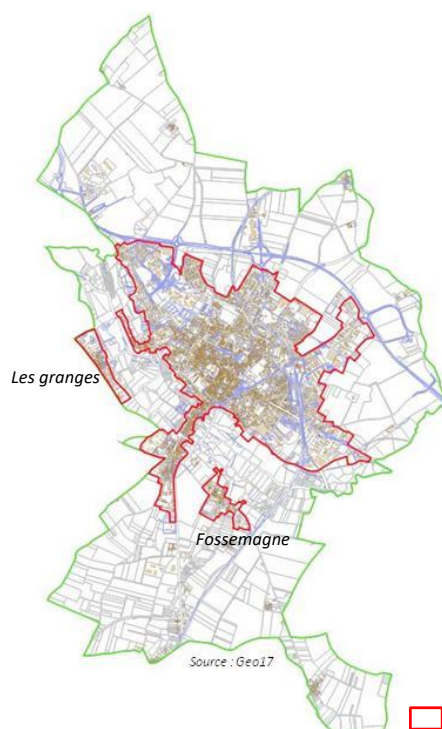
2/ Présentation du territoire

✓ Situation et population :

La commune, dont la superficie est proche de 19 km², est située dans le département de la Charente Maritime, chef-lieu de l'un des 5 arrondissements du département. La commune est composée d'une agglomération principale, et de deux agglomérations secondaires :

- Fossemagne,
- Les Granges.

La ville compte **6 796 habitants** (source Insee 2019) ; elle ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants



□ : Contour des agglomérations

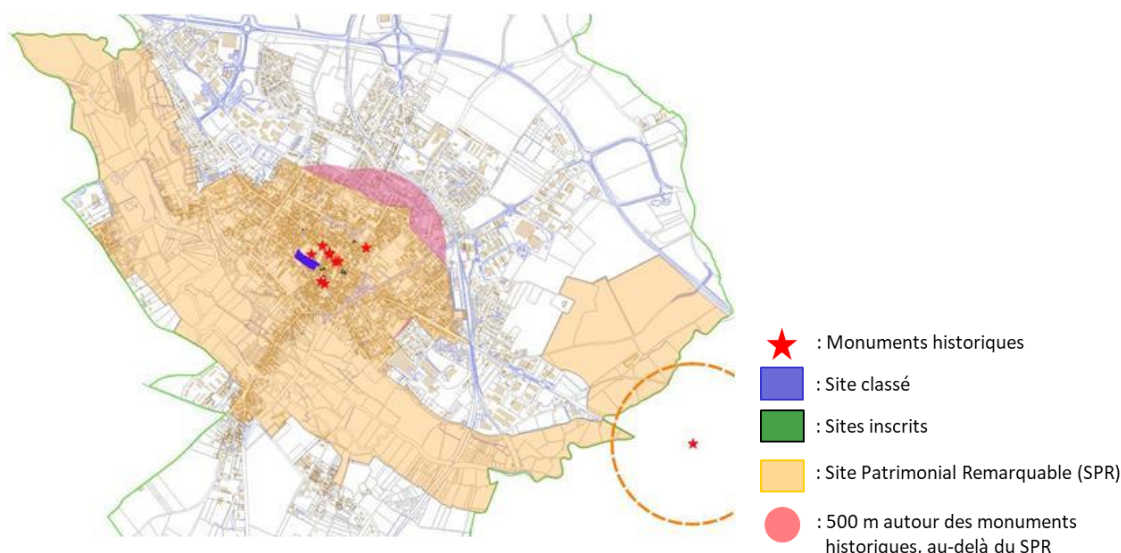
Ainsi, les règles qui s'appliquent dans les agglomérations de Saint-Jean-d'Angély sont celles relatives aux agglomérations de moins de 10 000 habitants, ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

✓ Le patrimoine :

La commune compte :

- Un site classé & inscrit : place de l'Archiprêtre Paillet,
- Un Site Patrimonial Remarquable (SPR), issu d'une ZPPAUP créée en 1996, et révisée en 2011 ; celle-ci intègre les sites inscrits, ainsi que tous les nombreux monuments historiques classés ou inscrits, dont font partie :
 - L'ancienne Abbaye Royale Saint Jean Baptiste,
 - La Tour de l'Horloge,
 - La Fontaine du Pilori...

A défaut de Périmètres Délimités des Abords, un périmètre de 500 m qui s'applique pour la protection des Monuments Historiques au titre des abords.



- ➔ La publicité est interdite de manière absolue sur les monuments historiques et dans le site classé (L.581-4 du Code de l'environnement)
- ➔ La publicité est interdite de manière relative [*] en agglomération (L.581-8 du Code de l'environnement) :
 - Dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR),
 - Aux abords des monuments historiques (500 m et covisibilité).

[] : de manière relative : un RLP peut déroger à cette interdiction. Dans ces périmètres, l'installation d'enseigne est soumise à l'accord préalable de l'ABF.*

✓ Secteurs naturels ou boisés du PLU :

Le PLU en vigueur a déterminé :

- ✓ Des zones « N »,
- ✓ Des Espaces Boisés Classés, la plupart d'entre eux se situant aux abords de La Boutonne.

Dans ces zones, en agglomération, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits (R.581-30 du Code de l'environnement).

Cette règle concerne également la publicité sur mobilier urbain.

Ces espaces se situent, pour la plupart, en dehors des zones agglomérées.



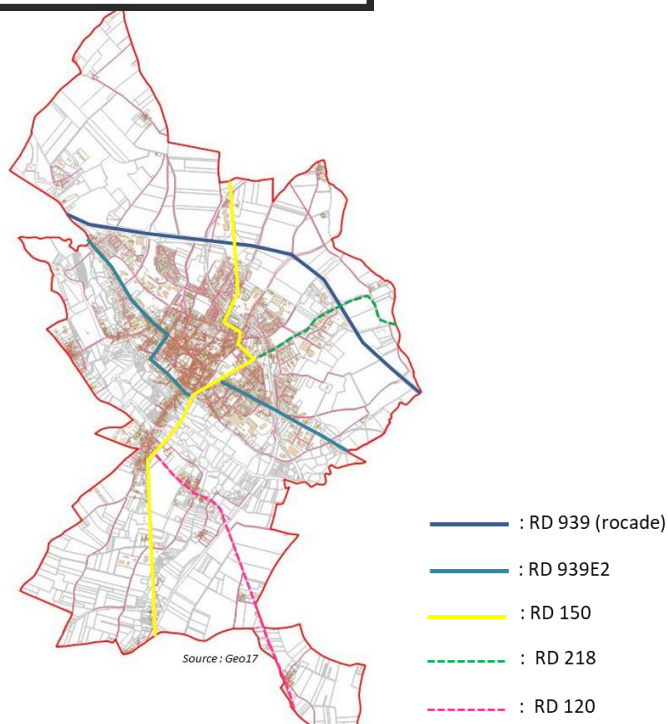
✓ Axes majeurs de circulation :

Trois routes départementales majeures assurent la traversée de la commune :

- La RD 939 (Rocade – est / ouest), reliant Surgères à Angoulême, et traversant la commune, au nord, sur des espaces non agglomérés
- La RD 939E2 permet l'accès est et ouest au centre ville, à partir de la RD939
- La RD 150 nord / sud, reliant Niort à Saintes, en traversant la ville

D'autres axes complètent la desserte locale :

- La RD 218, à partir de la RD 939
- La RD 120,



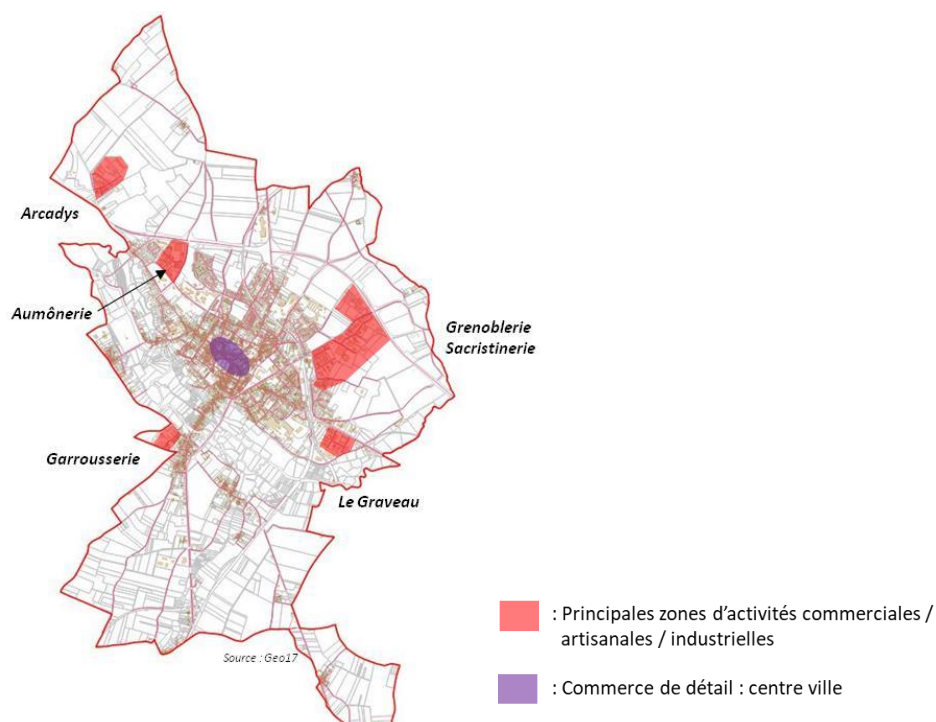
✓ Localisation des activités :

St Jean d'Angély, ville centre du territoire, est marquée par la présence de commerces de détail nombreux et diversifiés ; plus de 150 commerces sont installés en centre-ville.

Les zones d'activités majeures (Aumônerie / Sacristinerie / Grenoblerie) se concentrent aux abords de la rocade.

Bien que comportant des activités artisanales, ces zones sont essentiellement commerciales, et articulées autour de deux hypermarchés (Leclerc à la Sacristinerie et Intermarché à l'Aumônerie).

D'autres activités et commerces sont présents sur le reste de la ville, de manière plus diffuse.



Diagnostic

1/ Les règles en vigueur – Règles nationales du code de l'environnement

Les règles nationales du code de l'environnement, avec sa partie législative (L.581-1 à L.581-45) et sa partie réglementaire (R.581-1 à R.581-88), sont applicables à Saint Jean d'Angély, sauf si le présent RLP prévoit une disposition différente, nécessairement plus restrictive, auquel cas, elle se substitue à la règle nationale.

Les règles nationales les plus significatives sont précisées ci-après.

1.1/ Publicités et aux préenseignes hors agglomération

Les publicités et préenseignes sont interdites hors agglomération, à l'exception des préenseignes dérogatoires et des préenseignes temporaires, telles que définies par les articles L.581-19, alinéas 3 et suivants, et L.581-20 du Code de l'environnement.

Le Règlement Local de Publicité ne dispose pas de la faculté de réglementer ces deux types de préenseignes, qui ne sont donc soumises qu'aux dispositions nationales.

1.2/ Publicités et aux préenseignes situées en agglomération

Principales règles applicables aux publicités et aux préenseignes situées en agglomération, hors interdictions absolues ou relatives résultant des articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement.

Aux abords des Monuments Historiques, et en Site Patrimonial Remarquable, il ne peut être dérogé à l'interdiction de publicité que dans le cadre des règles édictées par le présent RLP.

Supports interdits	<ul style="list-style-type: none"> • Les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire,... ; • Les murs de bâtiments, sauf s'ils sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.5 m² ; • Les clôtures non aveugles, les murs de cimetière et de jardin public.
Installation scellée ou posée au sol	<ul style="list-style-type: none"> • Interdite
Apposition sur un mur	<ul style="list-style-type: none"> • Apposition à plus de 0.5 m du niveau du sol, • Pas de dépassement des limites du mur, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Installation sur le mur ou parallèlement au mur, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m,

Apposition sur un mur (suite)	<ul style="list-style-type: none"> • Suppression préalable des publicités préexistantes, • Surface maximale : 4 m², • Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m.
Densité (propriété privée)	<p>Lorsque la longueur du linéaire de façade de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inférieure ou égale à 80 m : 1 seul dispositif mural ; Par exception : un deuxième dispositif mural est possible, sous réserve d'un alignement horizontal ou vertical des deux dispositifs sur le mur support. • Supérieure à 80 m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.
Publicité lumineuse	<ul style="list-style-type: none"> • Interdite
Bâche de chantier ou bâche publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> • Interdite
Dispositif publicitaire de dimensions exceptionnelles	<ul style="list-style-type: none"> • Interdit

1.2/ Publicité sur mobilier urbain

Le mobilier urbain ne peut supporter de publicité :

- Hors agglomération,
- Dans un Espace Boisé Classé du PLU,
- Dans une zone protégée par le PLU,

Par ailleurs, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité numérique dans une agglomération de moins de 10 000 habitants. Le RLP ne peut déroger à cette interdiction.

Pour les autres cas, en dehors des interdictions relatives aux abords des Monuments Historique et dans le Site Patrimonial Remarquable, les principales règles sont les suivantes :

Tous mobiliers	<ul style="list-style-type: none"> • L'affichage ne doit pas être visible à partir d'une voie publique située hors agglomération
Abris voyageurs	<ul style="list-style-type: none"> • Surface unitaire maximale de la publicité : 2 m² ; • 2 m² peuvent être rajoutés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol
Mobiliers accessoirement publicitaires	<p>La surface de la publicité n'excède pas la surface non publicitaire (information à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Surface maximale : 2 m², - Hauteur maximale : 3 m.

1.3/ Enseignes permanentes

Règles générales	<ul style="list-style-type: none"> • Matériaux durables, • Bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement, • Suppression de l'enseigne et remise en état des lieux dans les 3 mois suivant la cessation de l'activité, • Extinction des enseignes entre 1h et 6h (sauf si l'activité fonctionne dans cette période), • Interdiction des enseignes clignotantes (sauf pour les pharmacies et services d'urgence).
Apposition à plat ou parallèle au mur	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement des limites du mur, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m, • Sur un auvent, une marquise, la hauteur de l'enseigne est limitée à 1 m, • Devant un balcon ou une baie : la hauteur de l'enseigne est limitée à celle du garde-corps.
Apposition perpendiculaire au mur	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement de la limite supérieure du mur, • Saillie inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m, • Interdiction d'installation devant une fenêtre ou un balcon.
Surface maximale des enseignes sur façade	<p>La surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (à plat sur mur et perpendiculaires au mur) ne doit pas excéder :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est inférieure à 50 m², • 15 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est supérieure à 50 m².
Installation en toiture	<p>Pour le cas le plus courant de l'activité exercée dans plus de la moitié d'un bâtiment de moins de 15 m de haut :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enseigne réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant sa fixation, et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base, • Hauteur maximale de l'enseigne : 3 m, • Surface cumulée maximale des enseignes sur la toiture d'un même établissement : 60 m².
Installation scellée ou posée au sol (> 1 m²)	<ul style="list-style-type: none"> • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin, lorsque l'enseigne se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, sauf enseignes dos à dos de mêmes dimensions en limite séparative signalant les activités s'exerçant sur deux fonds voisins,

Installation scellée ou posée au sol (> 1 m ²) - Suite	<ul style="list-style-type: none"> • Densité limitée à une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée, • Surface maximale : 6 m², • Hauteur maximale par rapport au sol : <ul style="list-style-type: none"> ✓ 6.50 m, si la largeur est supérieure ou égale à 1 m, ✓ 8 m, si la largeur est inférieure à 1 m.
--	--

1.4/ Enseignes temporaires

Sont considérées comme des enseignes temporaires, au sens de l'article R.581-68 du Code de l'environnement :

- Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois,
- Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent 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.

Durée d'installation	<ul style="list-style-type: none"> • Installation 3 semaines au plus tôt avant le début de la manifestation ou de l'opération • Retrait 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.
Règle générale	<ul style="list-style-type: none"> • Bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement.
Apposition à plat ou parallèle au mur	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement des limites du mur, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m.
Apposition perpendiculaire au mur	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement de la limite supérieure du mur, • Saillie inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m.
Installation scellée ou posée au sol (> 1 m²)	<ul style="list-style-type: none"> • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin, lorsque l'enseigne se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, sauf enseignes dos à dos de mêmes dimensions en limite séparative signalant les activités s'exerçant sur deux fonds voisins, • Densité limitée à une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée, • Cas des enseignes installées pour plus de 3 mois (travaux publics, opérations immobilières, location ou vente de fonds de commerce) : surface unitaire maximale de 12 m².

Extinction

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.

Si ce n'est pas le cas, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

2/ Les règles en vigueur – Règlement Local de Publicité

La ville disposait d'un RLP, pris par arrêté municipal du 18/12/1986. Celui-ci est devenu caduc le 13/01/2021. Toutefois, il continue de produire ses effets pendant deux ans, soit jusqu'au 13/01/2023, pour les dispositifs qui lui sont conformes au 13/01/2021, et qui deviennent non conformes au Code de l'environnement.

Il est donc nécessaire de préciser les règles de ce RLP, afin de prendre en compte le cadre réglementaire qui s'applique sur la commune potentiellement jusqu'en janvier 2023.

✓ Zonage :

Le zonage se compose de 2 zones de publicité restreinte (ZPR), l'une concerne le centre-ville, et l'autre, les axes sensibles, d'entrée de ville, et de 1 zone de publicité élargie (ZPE) :



✓ Principales règles applicables aux publicités et aux préenseignes :

ZPR centre-ville :

- ✓ Publicité interdite
- ✓ Préenseignes admises, soumises aux règles nationales
- ✓ Publicité sur mobilier urbain admise, soumise aux règles nationales

ZPR axes sensibles :

- ✓ Publicités et préenseignes admises, soumises aux règles nationales
- ✓ Publicité sur mobilier urbain admise, soumise aux règles nationales

ZPE :

- ✓ Publicité scellée au sol possible :
 - Surface maximale 12 m²
 - Hauteur maximale par rapport au sol : 4,5 m

- ✓ Publicité murale non précisée par le RLP : soumise aux règles nationales
- ✓ Préenseignes admises, soumises aux règles nationales
- ✓ Publicité sur mobilier urbain admise, soumise aux règles nationales

Interdiction totale de publicité sur les rives du Canal St-Eutrope, du Lare, et Puycherand, ainsi que sur les rives de la Boutonne, sur une largeur de 50 m et une longueur de 100 m de part et d'autre du Pont-Saint-Jacques

En dehors de ces zones, seules les règles nationales du Code de l'environnement s'appliquent.

✓ Principales règles applicables aux enseignes :

ZPR centre-ville et axes sensibles :

- ✓ Enseignes limitées à : logo – RS – nom du commerce
- ✓ Pas d'enseigne sur balcon ou élément architectural
- ✓ Hauteur maxi des enseignes : allège des baies du 1er étage
- ✓ Activité s'exerçant à l'étage : sur le montant ou dans le tableau de la porte d'accès, ou au-dessus de celle-ci
- ✓ Nombre d'enseignes limité par rue à 1 à plat, et, éventuellement 1 perpendiculaire
- ✓ Enseigne perpendiculaire : surface maxi de 0,4 m² - saillie maxi de 0,8 m, et hauteur maxi de 0,8 m – Dimensions plus importantes pour les hôtels, restaurants et cinémas
- ✓ Matériaux autorisés : bois, fer, acier, cuivre, verre, alu. Caissons plastiques interdits ; le plexiglas peut être toléré

Nota : ces règles ont été reprises à l'identique par le règlement de la ZPPAUP de 2011

ZPE et reste de la commune :

Seules les règles nationales du Code de l'environnement s'appliquent.

3/ Diagnostic des publicités et des préenseignes

3.1/ Etat des lieux

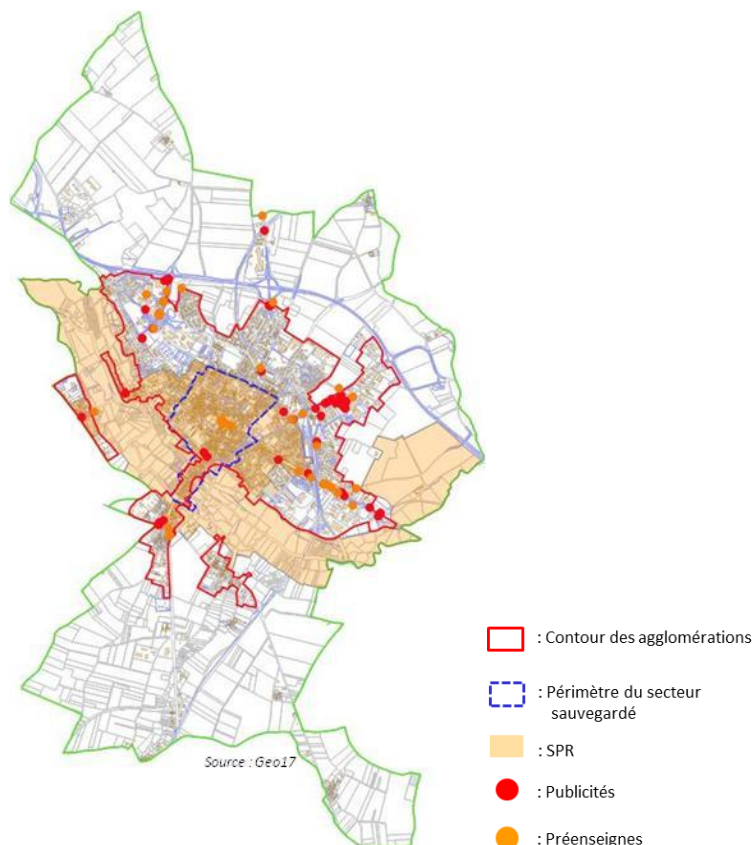
✓ Localisation des publicités et des préenseignes :

Les publicités et les préenseignes sont le plus largement installées en agglomération, les concentrations les plus importantes se situent :

- Av Georges Brossard (18),
- Av Jacques Richard & rue Anatole Contré (18),
- Av de Gaulle et du Point du Jour (15).

On note la présence de publicités et de préenseignes en SPR, y compris dans le périmètre du secteur sauvegardé.

Les abords immédiats de La Boutonne ne sont pas concernés par la présence de publicité ou de préenseigne.



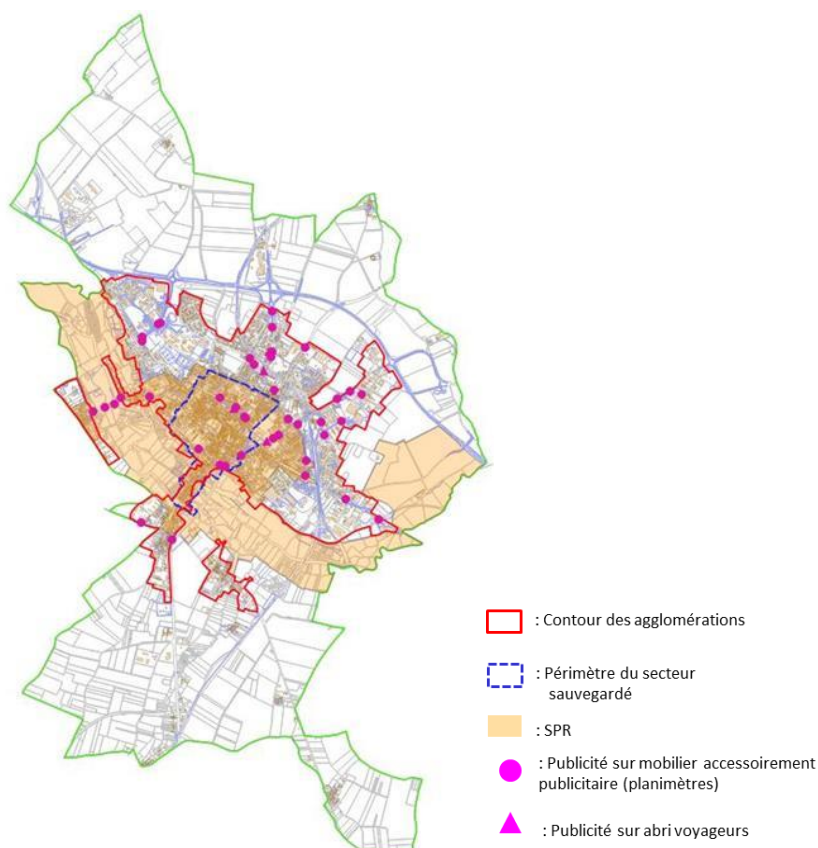
✓ Localisation de la publicité sur mobilier urbain :

La publicité sur mobilier urbain est disséminée sur le territoire,

D'assez nombreux supports (19/45) se situent en ZPPAUP, y compris en secteur sauvegardé,

Certains mobiliers se situent également av de Marennes, dans un espace situé hors agglomération.

On note une faible diversité des bénéficiaires de ces publicités, lors de l'inventaire.



✓ Caractéristiques du parc publicitaire :

Le parc existant est composé de 151 publicités et préenseignes installées sur le territoire communal.

La surface totale représentée s'élève à environ 672 m².

La publicité sur mobilier urbain « accessoirement publicitaire » représente 45 supports (soit presque le tiers de l'ensemble des supports). Les mobiliers sont exploités par :

- JC Decaux (Spaceo lors de l'inventaire) : 38 dispositifs, dont 34 planimètres, et 4 abris voyageurs,
- Publi Essor : 7 dispositifs

Le grand format de publicité le plus représenté est le 4X3 (12 m²) : 22 supports,

3.2/ Diagnostic réglementaire

- 102 publicités et préenseignes sur les 106 dispositifs recensés sont en infraction par rapport aux règles.
- 23 mobiliers urbains publicitaires sur les 45 dispositifs recensés sont en infraction par rapport aux règles

Ceci représente un taux total très élevé d'infraction, de 83 %

26 motifs d'infractions ont été déterminés.

- ✓ Certains conduisent à la suppression des supports concernés, qui ne peuvent pas être mis en conformité à l'emplacement où ils se trouvent,
- ✓ D'autres peuvent être mis en conformité.

Des exemples sont donnés, faisant référence aux articles relatifs au Code de l'environnement.

Le RLP de 1986 est nécessairement pris en compte dans le diagnostic, pour la détermination des infractions « potentielles », c'est-à-dire celles disposant du délai du 13/01/2023 pour être résolues.

➤ Protection du patrimoine bâti : présence de publicité en SPR (L.581-8 du RNP)

Publicités sur mobilier urbain

19 supports sont des publicités sur mobilier urbain (9 se situent en secteur sauvegardé). Ces mobiliers sont donc potentiellement couverts par le RLP de 1986, jusqu'en 01/2023, sous réserve de ne pas présenter d'autres infractions. Or, :

- ✓ **3 mobiliers sont en zone N** (quai de Bernouet et av de Marennes), ce qui constitue une infraction à l'article R.581-30 du RNP





Ce support, situé le long de la RD 150 est hors SPR, mais également installé en zone N du PLU

- ✓ **2 mobiliers ne respectent pas l'accessibilité** (passage libre de 1,2 m à 1,4 m mini sur le trottoir) :



- ✓ **7 mobiliers ne disposent pas de rappel au sol**, destinés à les rendre perceptibles par les non-voyants (19 au total sont concernés par ce problème sur la commune).
- ✓ **1 mobilier dispose de deux faces publicitaires**, alors qu'une seule n'est possible.

En final, concernant le mobilier urbain, et tous motifs d'infraction confondus sur la commune, on peut dire que seuls 11 dispositifs sur les 45 sont conformes en tous points, auxquels s'ajoutent 11 mobiliers supplémentaires, qui se situent en SPR, sans autre « infraction », donc qui restent « couverts par le RLP de 1986 » jusqu'en 01/2023.

Publicités et préenseignes

6 supports sont des publicités :

- ✓ **3 sont en ZPR « Axes sensibles »**, mais présentent d'autres irrégularités, donc sont illégaux dès à présent :



Pas d'information sur l'exploitant et mauvais état



Surface non conforme et mauvais état



Installation sur mur non aveugle

✓ Les 3 autres ne sont pas en ZPR :



Autres infractions : surface trop importante et mauvais état

10 supports sont des préenseignes (possibles du fait du RLP, suivant les règles nationales), dont 5 sont en secteur sauvegardé :



Chevalets « préenseignes » en secteur sauvegardé ; ils sont illégaux, car les publicités ou préenseignes posées au sol sont interdites



Mur non aveugle, surface non conforme, et mauvais état

Les 5 autres (en SPR, mais hors secteur sauvegardé) sont en également en infraction :



Surfaces non conformes



2 sont situés sur le domaine public sans autorisation, et 3 supports sont scellés au sol

➤ **Publicités / préenseignes scellées ou posés au sol (R.581- 31 du RNP)**

✓ **Installation en Zone N**



Secteur Intermarché ; tous ces supports sont scellés et se situent, de plus, en zone N



Rte de Niort, ces supports sont scellés, en zone N, mais aussi hors agglomération

✓ **Les 12 publicités installées par un publicitaire sur l'emprise d'un supermarché sont en infraction pour ce motif :**



- ✓ 11 dispositifs de grand format (4X3) sont concernés par cette infraction :



- ✓ 7 se situent en ZPE (où la seule publicité scellée est possible), mais seules 2 d'entre eux sont conformes aux règles en vigueur, parmi lesquelles une hauteur maximale de 4,5 m :



Av du Point du Jour, en ZPE :

- ✓ Les 2 publicités sont conformes au RLP de 1986 (surface, hauteur,...)
- ✓ La préenseigne pour But suit les règles nationales ; si l'affichage avait été une publicité, sa hauteur aurait été non conforme

- **Publicités / préenseignes murales non conformes ; elles sont installées :**
- ✓ Sur mur non aveugle (R.581-22 du RNP),
 - ✓ Et/ou densité trop importante et/ou alignement non respecté (R.581-25 du RNP),
 - ✓ Et/ou surface > 4 m² hors tout (R.581-26 du RNP),
 - ✓ Et/ou apposition à moins de 50 cm du sol et/ou au-dessus de l'égout du toit (R.581-27 du RNP)



Densité et hauteur / sol



Surface et mauvais état



Surface, hauteur / sol, et dépassement du mur



Surface, hauteur / sol



Surface et égout du toit



Surface, densité et alignement



Surface, mur non aveugle, et mauvais état

➤ Publicités / préenseignes hors agglomération (L.581-7 du RNP)



Les préenseignes relatives au Cognac Louis Bouron entrent dans la catégorie des préenseignes dérogatoires ; cependant, les 4 dispositifs constatés sont non conformes : surface supérieure à 1.5 m², nombre supérieur à 2 et installation à moins de 5 m du bord de la chaussée :



Surface non conforme



➤ **Publicités / préenseignes non conformes : autres motifs diffus**

- ✓ **Installation sur le domaine public sans autorisation**, éventuellement associée à l'installation sur des supports interdits (EDF, télécom, candélabres, signalisation routière)



Signalisation routière



Usage anormal du domaine public



Candélabre

- ✓ **Pas de mention du nom de l'exploitant sur le dispositif (L.581-5 du RNP)**

3.3/ Diagnostic qualitatif

- La publicité sur mobilier urbain entrave parfois les cônes de vues et perspectives sur le patrimoine bâti, dans le SPR et en dehors de celui-ci :



Mobilier situé av du Gén. De Gaulle, à plus d'un km de l'Abbaye St-Jean Baptiste



RAPPORT DE PRESENTATION

- La publicité sur mobilier urbain impacte également les perspectives paysagères naturelles :



- La publicité murale nuit à certaines perspectives ; l'effet est renforcé par la surface ou la densité ; elle impose sa présence à proximité des intersections :



RAPPORT DE PRESENTATION

- Enfin, un nombre important de dispositifs est dans un état déplorable, et apporte une image « vétuste » à la ville :



4/ Diagnostic des enseignes

4.1/ Etat des lieux

Une centaine de commerces ou entreprises sont concernés par une ou plusieurs non conformités en regard de leurs enseignes.

Une vingtaine de commerces de plus étaient concernés, en SPR, par des infractions au titre du RLP : enseignes en surnombre et enseignes perpendiculaires de dimensions trop importantes.

18 motifs d'infractions ont été relevés. Des exemples sont donnés ci-après.

4.2/ Diagnostic réglementaire

➤ Enseignes situées hors du lieu de l'activité (L.581.3 du RNP)



Cette infraction est fréquente pour les enseignes perpendiculaires



Enseigne débordant sur la porte d'accès à l'étage



➤ Enseignes maintenues après cessation d'activité (R.581-58 du RNP)



➤ Enseignes murales dépassant les limites du mur (R.581-60 du RNP)



➤ Enseignes murales installées au-dessus du niveau de l'égout du toit (R.581-60 du RNP)



Le dépassement des limites de l'égout du toit est assez fréquent pour les bâtiments artisanaux

➤ Enseignes murales dont la surface est trop importante (R.581-3 du RNP)



Occupation > 25 % de la surface de la façade commerciale < 50 m²



Occupation > 15 % de la surface de la façade commerciale > 50 m²



- **Enseignes scellées au sol non conformes (R.581-64 et R.581-65 du RNP)**
- Enseignes trop nombreuses : elles sont limitées à 1 le long de la voie
 - Surface trop importante : > 6 m²
 - Hauteur trop importante : > 6,5 m
 - Installation ne respectant pas la distance à la limite séparative de propriété (H/2)



Les drapeaux contribuent souvent à ces infractions

RAPPORT DE PRESENTATION



- Enseignes en toiture en panneaux pleins au lieu de lettres découpées (R.581-62 du RNP)



- Enseignes en mauvais état (R.581-58 du RNP)



- Enseignes ne respectant pas l'accessibilité : < 2,2 m haut / sol ; < 1,4 m large / mur



- Enseignes perpendiculaires sur balcon (R.581-61 du RNP)



4.3/ Diagnostic qualitatif

Le Site Patrimonial Remarquable présente dans l'ensemble des devantures soignées. Néanmoins, quelques point mériteraient d'être traités :

- ✓ **La problématique des enseignes perpendiculaires, trop nombreuses, et mal placées :**



- ✓ Les nombreux chevalets, flammes et accessoires qui occupent le domaine public :



Cette problématique sera traitée par le biais d'un règlement de voirie.

- ✓ **L'usage des baies comme support d'enseignes, qui vient contrecarrer les efforts mis en œuvre sur les autres enseignes :**



En zones d'activités, ce sont les non-conformités aux règles nationales du Code de l'environnement, et en particulier celles concernant les enseignes scellées au sol, qui altèrent principalement le cadre de vie ; Au delà, on peut noter les impacts :

- ✓ **D'une prolifération de banderoles et de dispositifs temporaires, tels que les aquilux :**





✓ Des enseignes lumineuses et numériques :



Enseignes lumineuses



Enseigne numérique

Objectifs poursuivis et orientations générales

Les objectifs poursuivis par la ville ont été fixés lors de la délibération du Conseil Municipal du 10 décembre 2020.

Ces objectifs sont les suivants :

- ✓ 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.

Les objectifs poursuivis dans le cadre de la révision du RLP sont en cohérence avec les orientations du PADD du PLU en vigueur (approuvé le 09/02/2012), notamment celle de préservation du patrimoine, des paysages et milieux de la vallée, traduite par :

- La mise en valeur de la qualité patrimoniale de la Ville,
- La préservation des milieux existants notamment la vallée de la Boutonne.

A partir de ces objectifs, et de l'analyse précédemment présentée, les orientations générales qui se dégagent, et qui ont été débattues par le Conseil Municipal du 10 mars 2022 sont les suivantes :

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...) 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 préenseignes 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.

Contenu du règlement- Justification des choix retenus

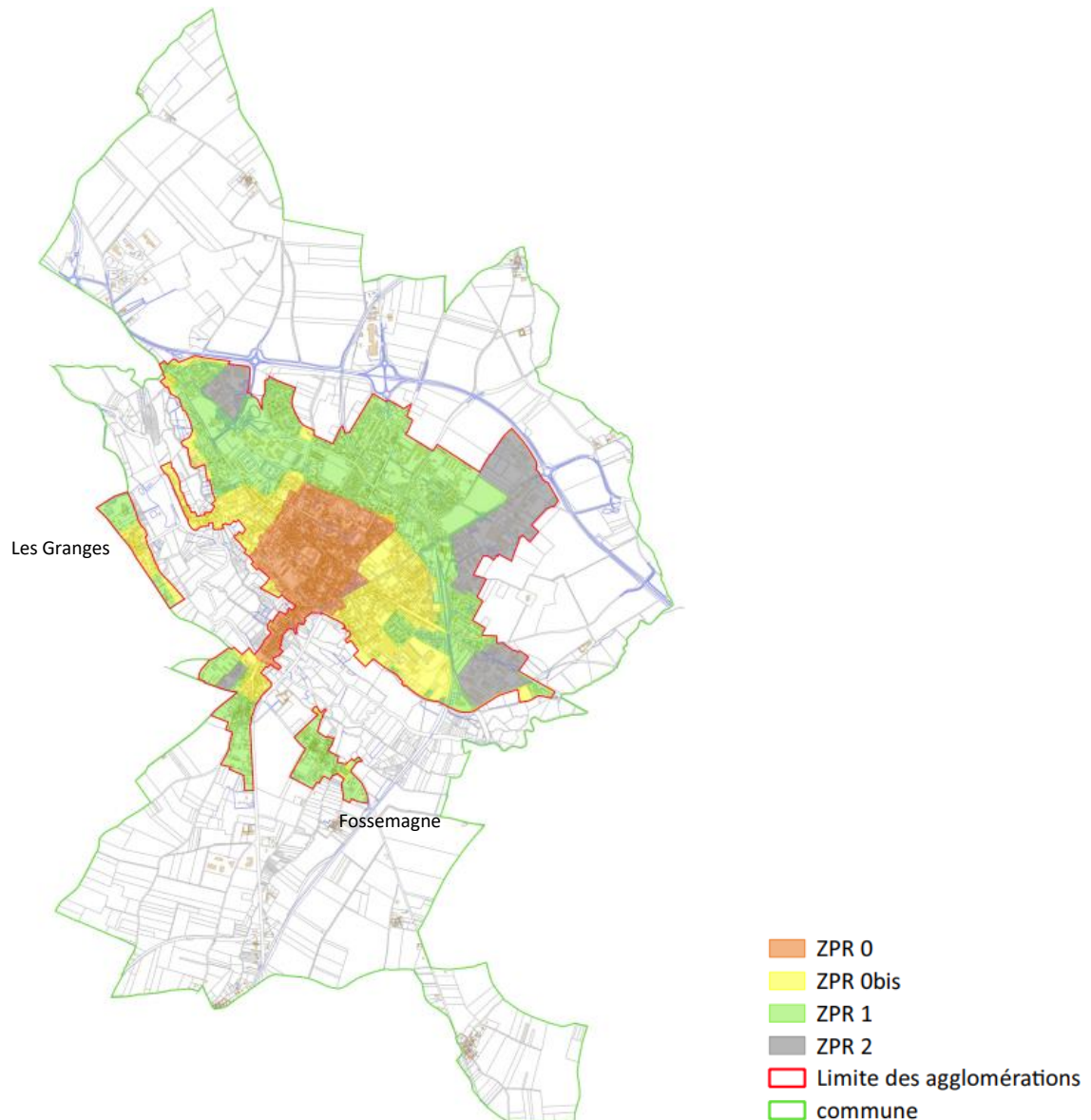
1. Justification du zonage et des règles relatives aux publicités et aux préenseignes

Quatre zones de publicité sont instituées dans les limites des agglomérations, qui adaptent les dispositions nationales du Code de l'environnement.

Elles se nomment ZPR, pour « Zone de Publicité Réglementée ».

Le plan de zonage est présenté en annexe 1 et rappelé ci-après. Les zones concernées par la réglementation se nomment ZPRO, ZPRO bis, ZPR1 et ZPR2.

Les différentes zones s'appuient sur des parcelles entières.



La ZPRO correspond à la partie « secteur sauvegardé » du Site Patrimonial Remarquable. Le patrimoine y est dense et particulièrement riche, l'environnement est à préserver.

Le RLP y interdit la publicité, de tout format ; cette règle s'applique également à la publicité sur mobilier urbain. Le RLP ne déroge pas à l'interdiction posée par l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

Ce zonage et cette disposition d'interdiction répondent à l'orientation de protection du patrimoine naturel et bâti & de préservation des paysages.

La ZPRObis correspond à la partie du Site Patrimonial Remarquable située en dehors du secteur sauvegardé.

Dans cette zone, il est possible d'installer du microaffichage publicitaire, moyennant une restriction en surface à 0.5 m² par support, et en densité à un support par devanture commerciale.

Le microaffichage publicitaire représente de la publicité de petit format, installée sur les devantures commerciales par des sociétés d'affichage spécialisées. Ce type de publicité a été plus largement défini par le Code de l'environnement issu du Grenelle II ; de par la rédaction de ce code, un RLP ne dispose pas de la faculté d'interdire ce type de publicité, au-delà des secteurs patrimoniaux protégés par les articles L.581-4 et L.581-8. Sa taille réduite, et son insertion sur les devantures commerciales confèrent à ce type de publicité une facilité d'intégration, et un moindre impact sur l'environnement.

Il est également possible d'installer, en ZPRObis, du mobilier urbain publicitaire, mais sous réserve que la publicité ne soit pas en covisibilité avec l'Abbaye-Saint-Jean-Baptiste, sur les axes d'entrée de ville, à partir desquels la visibilité sur les Tours est particulièrement frappante, du fait de la configuration des axes : situation proéminente pour l'avenue du Général de Gaulle, et alignement pour le Faubourg d'Aunis. Le diagnostic a en effet mis en évidence que de telles installations étaient inappropriées, en entrée de ville, la perspective sur les Tours constituant un élément caractéristique digne d'intérêt et de préservation.

La dérogation à l'interdiction de publicité en Site Patrimonial Remarquable est justifiée par la dimension des supports admis, les mesures complémentaires visant à protéger les cônes de vue sur le patrimoine, et la possibilité pour la ville, pour ce qui concerne la publicité sur mobilier urbain, d'assurer la maîtrise des installations, s'agissant de l'occupation du domaine public.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations de :

- ✓ **Protection du patrimoine naturel et bâti & de préservation des paysages,**
- ✓ **Réduction de l'impact visuel des publicités.**

La ZPR1 correspond aux parties essentiellement résidentielles de la commune. On trouve également dans cette zone des établissements scolaires, médicaux, et des terrains de sport.

Le RLP permet l'installation de la publicité, sur le domaine public comme privé, compte tenu d'une surface maximale d'affichage de 2 m² sur les murs aveugles de bâtiments, et de 1.5 m² sur les murs de clôture. Sur la propriété privée, la densité est limitée à un dispositif par unité foncière. La largeur de l'encadrement est limitée à 10 cm, afin d'éviter un impact trop fort du support. Enfin, les installations ne sont pas admises sur les murs en pierres apparentes, le diagnostic ayant mis en évidence que l'impact de la publicité sur ce type de murs était fort.

La publicité de grand format est aujourd'hui présente dans cette zone, les restrictions apportées par le RLP vont permettre une amélioration de ces quartiers.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations de :

- ✓ **Protection du patrimoine naturel et bâti & de préservation des paysages,**
- ✓ **Réduction de l'impact visuel des publicités.**

La ZPR2 correspond aux zones d'activités, commerciales, artisanales et industrielles. Dans cette zone, où la publicité a moins d'impact, les règles édictées par le RLP sont moins nombreuses. La densité est un peu plus restreinte : seul un dispositif peut s'installer pour la première tranche ouverte de 80 m de linéaire de façade, alors que le Code de l'environnement en prévoit une deuxième, par exception. La largeur de l'encadrement est également réduite à 10 cm, et la surface admise pour les publicités sur mur de clôture, ou sur clôture aveugle, est réduite à 2 m². En effet, ces supports ont un impact plus fort, en limite du domaine public, et sur un fond de plus petites dimensions.

Concernant la surface de 4 m², le règlement ne précise pas s'il s'agit d'une surface d'affichage, ou d'une surface hors tout. Lors de la rédaction de ce règlement, et de l'arrêt du projet, la surface maximale prévue par le Code de l'environnement pour une publicité murale dans une agglomération de moins de 10 000 habitants est de 4 m² hors-tout, c'est-à-dire incluant l'encadrement. C'est donc cette limite qui constitue le maximum possible.

Cependant, une évolution du Code de l'environnement est à l'étude, visant à admettre que la surface hors-tout puisse aller au-delà, la surface de 4 m² représenterait alors la surface d'affichage maximale.

En définitive, ce zonage et ces dispositions répondent à l'orientation de réduction de l'impact visuel des publicités et des préenseignes.

Le RLP permettra, à terme, une insertion des publicités en cohérence avec le patrimoine en présence, et la nature de la zone.

La présence publicitaire sur la ville va être drastiquement réduite, les entrées de ville vont être transformées ; en effet, les installations sont aujourd'hui beaucoup plus en relation avec une agglomération de plus de 10 000 habitants : présence massive de publicité scellée au sol, et de formats 12 m². Il semble que la zone de publicité élargie qui avait été créée par le RLP de 1986 ait été « extrapolée » par les afficheurs sur toute l'agglomération. Or, non seulement cette capacité d'élargir les règles locales et d'admettre de la publicité scellée au sol a disparu avec la loi Grenelle II, mais, de plus, le format a été grandement réduit pour une ville de la strate de Saint-Jean-d'Angély, passant de 12 m², à 4 m².

Cette mise aux normes du futur RLP permettra, par la même occasion, de « nettoyer » la ville de nombreux supports publicitaires vétustes, dégradant l'image de la ville.

2. Justification des règles relatives aux enseignes

Les règles applicables aux enseignes sont en relation avec l'appartenance, ou non, au Site Patrimonial Remarquable :

- Le Site Patrimonial Remarquable concentre la majeure partie du commerce de détail, il intègre en effet tout le centre-ville. Dans ce périmètre, l'Architecte des Bâtiments de France doit donner son accord préalablement à la pose des enseignes.
- En dehors du Site Patrimonial Remarquable, l'activité est le plus souvent de plus grande emprise et hébergée dans des bâtiments de grandes dimensions, souvent parallélépipédiques, répondant à des besoins très différents en matière de réglementation.

Dans le Site Patrimonial Remarquable :

Les règles édictées par le RLP, élaborées en collaboration avec l'Architecte des Bâtiments de France, visent à obtenir des façades qualitatives, en cohérence avec la richesse patrimoniale des lieux.

Des règles définissent la manière dont les enseignes parallèles et perpendiculaires doivent être intégrées aux façades, suivant que l'activité soit exercée totalement ou partiellement au rez-de-chaussée, ou à l'étage.

L'enseigne à plat sur mur est constituée de lettres découpées, ou de bandeaux en applique, lesquels respectent des règles de sobriété. Les enseignes formées de lettres découpées sont toutefois exigées, dans certains cas.

Les enseignes à plat sur mur, perpendiculaires, sur baies, et les enseignes scellées au sol sont réglementées en dimensions, tandis que certaines enseignes, impactant particulièrement le cadre de vie, sont interdites (en toiture, numériques, banderoles...).

Faisant suite à la possibilité offerte par la loi Climat et Résilience, de réglementer les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des devantures, le RLP prévoit de les limiter, d'une façon générale, en tant que taux maximal d'occupation de la baie. Les enseignes numériques, qui constituent des enseignes lumineuses particulières, à affichage dynamique, sont quant à elles limitées en surface, et en densité. En effet, il est important de cadrer l'usage de ces enseignes, sources de nuisances, lorsque surfaces et luminosité sont en jeu.

Enfin, des critères sont définis pour les éclairages d'enseignes, visant à en atténuer les effets, tout en procurant une mise en valeur des enseignes et des devantures.

En dehors du Site Patrimonial Remarquable :

Les règles sont adaptées aux activités concernées et répondent au diagnostic préalable ; les enseignes en façade ne sont soumises qu'aux règles nationales du Code de l'environnement.

Les enseignes scellées ou posées au sol font l'objet de règles spécifiques, imposition d'une forme « totem » ou « rectangulaire allongée », afin de bien marquer le positionnement commercial, en maîtrisant l'impact visuel de ce type d'enseignes.

L'usage des banderoles, supports particulièrement impactant visuellement, est également réglementé : la banderole ne peut être installée que sur un mur, ou un scellement au sol, et par le biais d'une structure dédiée.

Les enseignes numériques sont interdites ; elles le sont donc sur toute la commune

Règles d'éclairages et d'extinctions :

Une période d'extinction plus large que celle du Code de l'environnement est définie : les enseignes doivent être éteintes de 23h00 à 7h00, sauf en cas d'exercice de l'activité. Cette période est adaptée au mode de fonctionnement de la commune.

Enfin, la Loi Climat et Résilience du 22/08/2021 est venue permettre le cadrage, dans un RLP, des installations d'enseignes lumineuses placées à l'intérieur des devantures ; compte tenu de l'impact assez fort de ces supports sur l'environnement extérieur au local, il est prévu que ces enseignes soient éteintes entre 19h00, heure la plus courante d'arrêt des activités, et 7h00.

En définitive, l'ensemble des règles instituées pour les enseignes répond aux orientations de :

- **Protection du patrimoine naturel et bâti & de préservation des paysages,**
- **Réduction de l'impact visuel des enseignes,**
- **Prise en compte des nouveaux modes de communication,**
- **Limitation de l'impact environnemental des enseignes lumineuses.**

Applicabilité des nouvelles dispositions

Les publicités, préenseignes ou enseignes installées après l'approbation du règlement local de publicité doivent être conformes à ses dispositions.

Les publicités, préenseignes ou enseignes installées avant l'approbation du règlement local de publicité disposent d'un délai pour se mettre en conformité, ce délai est de :

- 2 ans pour les publicités et les préenseignes,
- 6 ans pour les enseignes.

Toutefois, **ce délai ne s'applique que si les supports sont conformes aux dispositions en vigueur lors de l'approbation du règlement local de publicité, c'est-à-dire au Code de l'environnement**. Si ce n'est pas le cas, la mise en conformité par rapport aux nouvelles dispositions du règlement local de publicité est requise sans délai.

Pour les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines, un délai de 2 ans s'applique pour leur mise en conformité par rapport aux nouvelles dispositions.

Sanctions encourues

Toute infraction au Code de l'environnement et au présent règlement local de publicité est sanctionnée suivant les dispositions prévues par les articles L.581-26 à L.581-42 et R.581-82 à R.581-87 du Code de l'environnement.

Notamment, la procédure administrative prévoit, dès la constatation d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne irrégulière au regard des dispositions du Code de l'environnement et du règlement local de publicité, que le Maire prenne un arrêté ordonnant, dans les cinq jours, soit la suppression, soit la mise en conformité des publicités, enseignes ou préenseignes en cause, ainsi que, le cas échéant, la remise en état des lieux.

A l'expiration du délai de cinq jours, si la situation n'est pas entrée en conformité, la personne à qui a été notifié l'arrêté de mise en demeure est redevable d'une astreinte, dont le montant est réévalué chaque année.

Pour information, ce montant est de 219.70 € par jour et par dispositif en infraction depuis le 20 février 2022.

Le Maire peut également procéder à des travaux de remise en conformité d'office, aux frais du contrevenant.

Des sanctions pénales peuvent également être mises en œuvre. Le montant des amendes dépend de l'infraction commise.

Par exemple, l'amende s'élève à 7 500 € par dispositif, lorsque celui-ci a été installé sans avoir obtenu les autorisations préalables requises, ou sans avoir procédé à la déclaration préalable prévue. Cette même amende peut s'appliquer si le dispositif ne respecte pas les dispositions particulières prévues par le règlement local de publicité, ou encore s'il est maintenu au-delà du délai prévu par l'arrêté de mise en demeure évoqué ci-dessus.