



Élaboration du REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

PRESENTATION DU DIAGNOSTIC

14 mars 2016

1

Le territoire concerné

2

Contexte juridique général

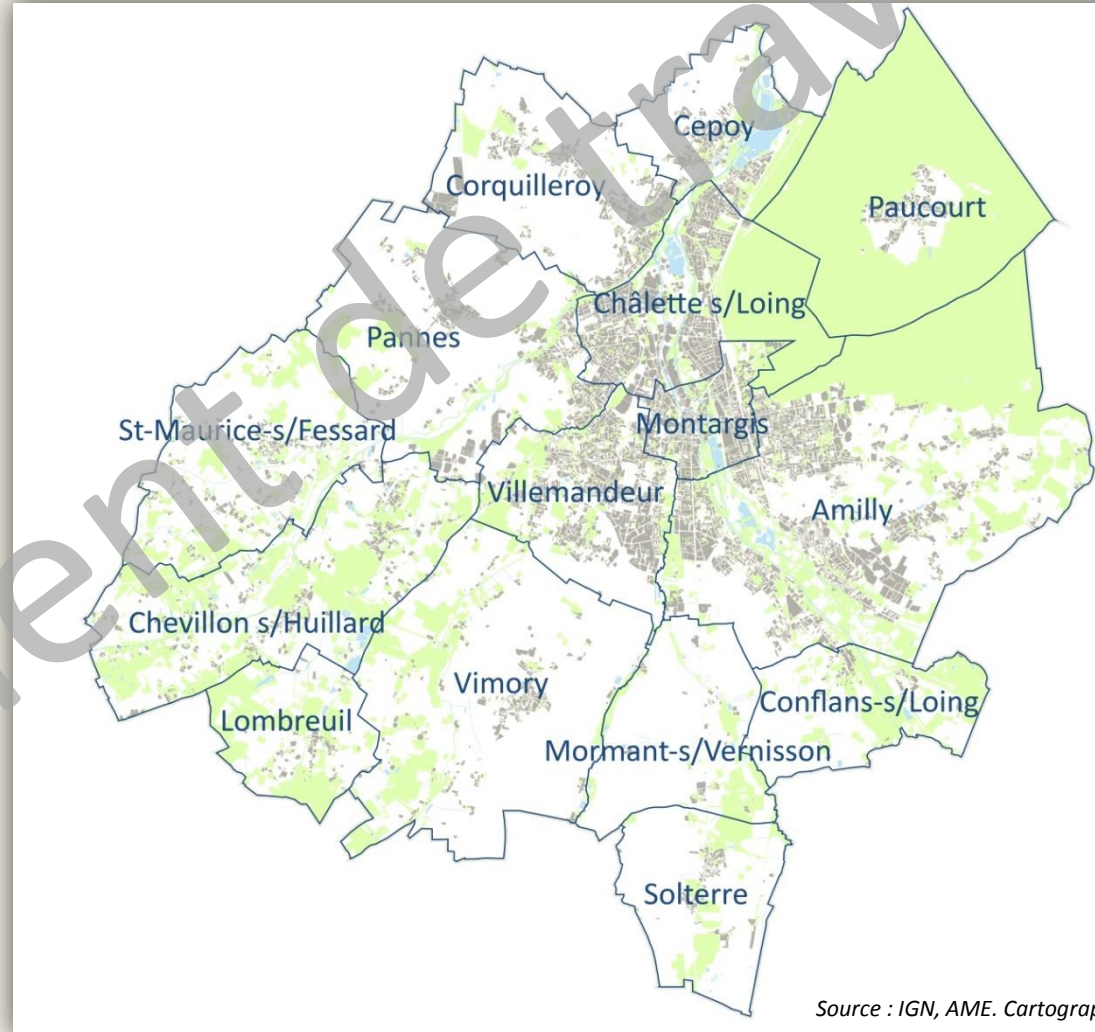
3

Diagnostic

4

Préconisations pour la suite de la mission

Structure intercommunale et évolution de l'AME



Source : IGN, AME. Cartographie ASTYM.

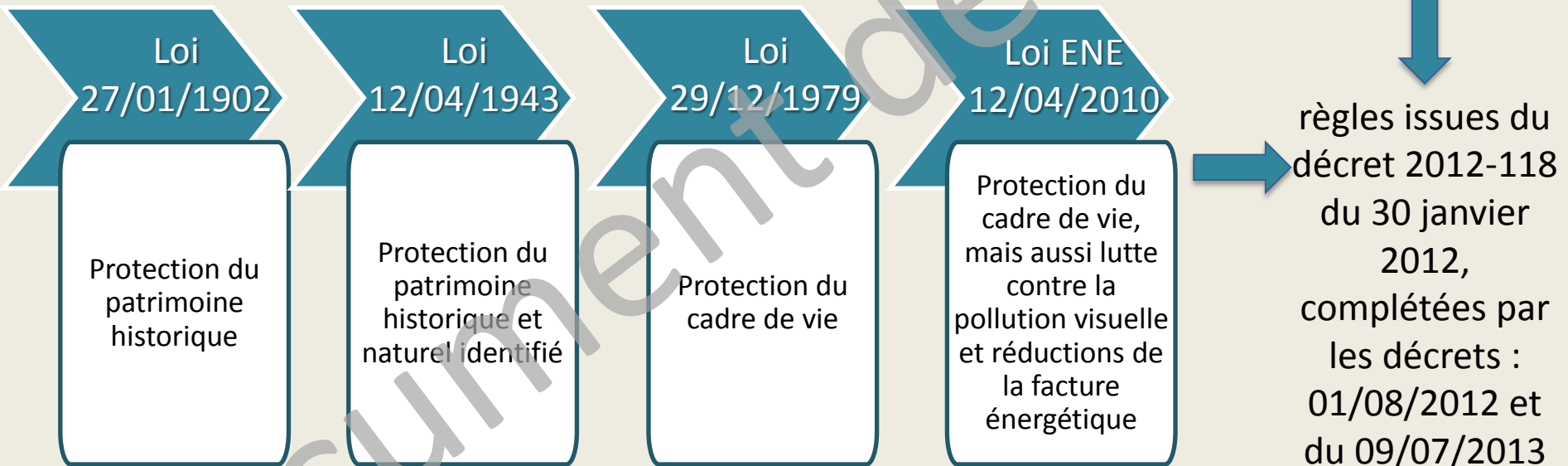
- L'élaboration du règlement concerne les 15 communes de l'AME
- Les enjeux de publicité extérieure varient selon :
 - La taille de la commune.
 - La localisation par rapport :
 - aux réseaux routiers
 - aux principales zones de concentration commerciale.

- Réglementer la publicité, les enseignes et les préenseignes afin d'assurer la protection du cadre de vie (art. L581-2 du Code de l'Environnement).
- Cela concerne, en particulier, les dispositifs visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Un cadre législatif qui a évolué

❑ Les articles L581-1 à L581-45 du Code de l'Environnement définissent la réglementation

Règlement National de Publicité



❑ Les articles L581-1 à L581-45 du Code de l'Environnement définissent la réglementation

Dispositifs visés par la réglementation

Dispositifs visés par la réglementation

Publicités

- *inscription, forme ou image, destinées à informer le public ou à attirer son attention*

Enseignes

- *inscription, forme ou image apposées sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce*

Préenseignes

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

Art. L581-3 du Code de l'Environnement

Publicité



Crédit photo : ASTYM

Enseigne



Crédit image : Google maps

Préenseigne



Crédit photo : ASTYM

Mobilier urbain supportant de la publicité

☐ Mobilier urbain

- « Ensemble des objets ou dispositifs publics ou privés installés dans l'espace public et liés à une fonction ou à un service offert par la collectivité »¹



☐ Mobilier supportant de la publicité :

- Abris destinés au public (ex : abribus)
- Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local
- Kiosques à journaux,
- Colonnes porte-affiches,
- Mâts porte-affiches

☐ Le mobilier urbain supportant la publicité numérique est interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

1. Annie Boyer, Élisabeth Rojat-Lefebvre. « Aménager les espaces publics. Le mobilier urbain » Paris, éd. du Moniteur; p. 20

Dispositifs lumineux

- Des dispositifs de publicité à la réalisation desquels participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet
- Soumis à des règles particulières par rapport à la publicité non lumineuse
- Ils ne sont pas autorisés à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
- Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses doivent être éteintes entre 1h et 6h du matin

L'AME et les critères qui s'appliquent

- ☐ AME : unité urbaine de moins de 100 000 habitants

↳ la réglementation s'applique selon le seuil de communes de plus ou moins de 10 000 habitants. Des règles spécifiques existent pour les communes de :

- Plus de 100 000 habitants : Amilly, Châlette-sur-Loing, Montargis
- Moins de 10 000 habitants : les 12 autres communes de l'agglomération

↳ Cela concerne notamment les surfaces et conditions d'autorisation

L'AME et les critères qui s'appliquent

Seuil démographique : communes de 10 000 habitants et plus

Dispositif	Surface et conditions d'autorisation
Publicité	<ul style="list-style-type: none"> • Surface maximale de 12 m² ; 8 m² pour les publicités lumineuses. • Installée sur des bâtiments, murs ou clôtures. • Ou scellée au sol ou directement au sol. • D'autres conditions mentionnées par le Code de l'Environnement dans les articles R581-22 à 47.
Préenseigne	<ul style="list-style-type: none"> • Apposées sur des murs ou clôtures, dans les mêmes conditions que la publicité.
Enseigne	<ul style="list-style-type: none"> • Selon les conditions des articles R581-58 à 65 du Code de l'Environnement. • Les enseignes apposées au sol directement : surface limitée à 12 m² de surface unitaire. • D'autres conditions mentionnées par le Code de l'Environnement dans les articles R581-58 à 61.

Seuil démographique : communes de moins de 10 000 habitants

Dispositif	Autorisés
Publicité	<ul style="list-style-type: none"> • Surface maximale de 4 m². • Installée sur des murs ou clôtures. • D'autres conditions mentionnées par le Code de l'Environnement dans les articles R581-22 à 33 et R581-42 à 47.
Préenseigne	<ul style="list-style-type: none"> • Apposée sur des bâtiments, murs ou clôtures. • Dans les mêmes conditions que la publicité.
Enseigne	<ul style="list-style-type: none"> • Selon les conditions des articles R581-58 à 65 du Code de l'Environnement. • Les enseignes apposées au sol directement : surface limitée à 6 m² de surface unitaire.

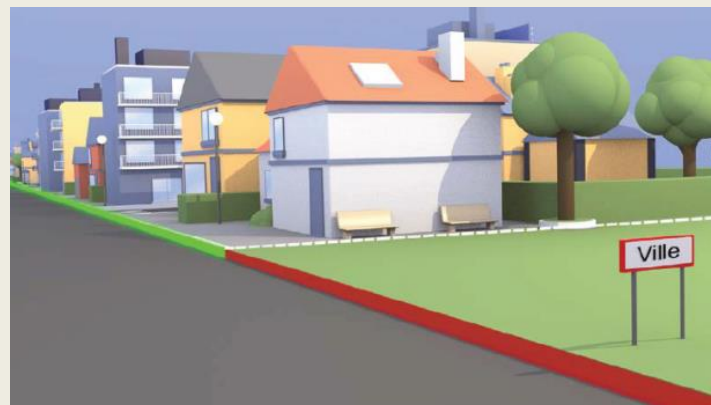
La notion d'agglomération

- ❑ La publicité est interdite hors agglomération et admise en agglomération
 - ↳ ■ la notion d'agglomération provient du Code de la Route : un espace sur lequel sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et délimités par des panneaux d'entrée (EB-10) et de sortie (EB-20)
 - Ces panneaux font l'objet d'une implantation conformément à un arrêté municipal
- ❑ Si les panneaux d'entrée ou de sortie sont mal implantés, ce sont les éléments matériels ou physiques servant de référence pour identifier l'agglomération

La notion d'agglomération

- ❑ Important : les communes de l'AME doivent veillent à définir les limites d'agglomération conformément aux principes exposés ci-dessus.
- ❑ Les arrêtés municipaux, accompagnés d'un document graphique où apparaissent les limites de l'agglomération, constituent des annexes du RLPi

Le RLPi s'applique en fonction de la situation physique et non pas selon les panneaux



Source : MEDDE. « La réglementation de la publicité extérieure. Guide pratique »

Le cadre de vie et les sites sensibles

❑ Interdictions :

- Zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés.
- Secteurs sauvegardés.
- Parcs naturels régionaux.
- Sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci.
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les MH ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou mentionnés au II de l'article L581-4 du Code de l'Environnement,.
- ZPPAUP, AVAP.
- Aire d'adhésion des parcs nationaux.
- Zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L414-1 du Code de l'Environnement,
- Sur les arbres (article L584-4 du Code de l'Environnement).

La règle nationale de densité

Applicable au domaine privé

Dispositifs muraux :

- Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m.
- Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.



Dispositifs scellés au sol :

- Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m.
- Deux dispositifs entre 40 m et 80 m
- Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.



Source : MEDDE. « La réglementation de la publicité extérieure. Guide pratique »

La règle nationale de densité

Applicable au domaine public

Dispositifs scellés au sol :

- Un dispositif par tranche de 80 m sur le domaine public.



Source : MEDDE. « La réglementation de la publicité extérieure. Guide pratique »

Instruction

- Pas de RLPI : compétence de l'Etat
- Avec RLPI : Maire de la commune

Police

- Pas de RLPI : Préfet
- Avec RLPI : Maire de la commune

... sur les communes d'Amilly et de Montargis

- Version en vigueur du 9-02-1998
- 6 zones de publicité restreinte
- 1 zone de publicité autorisée

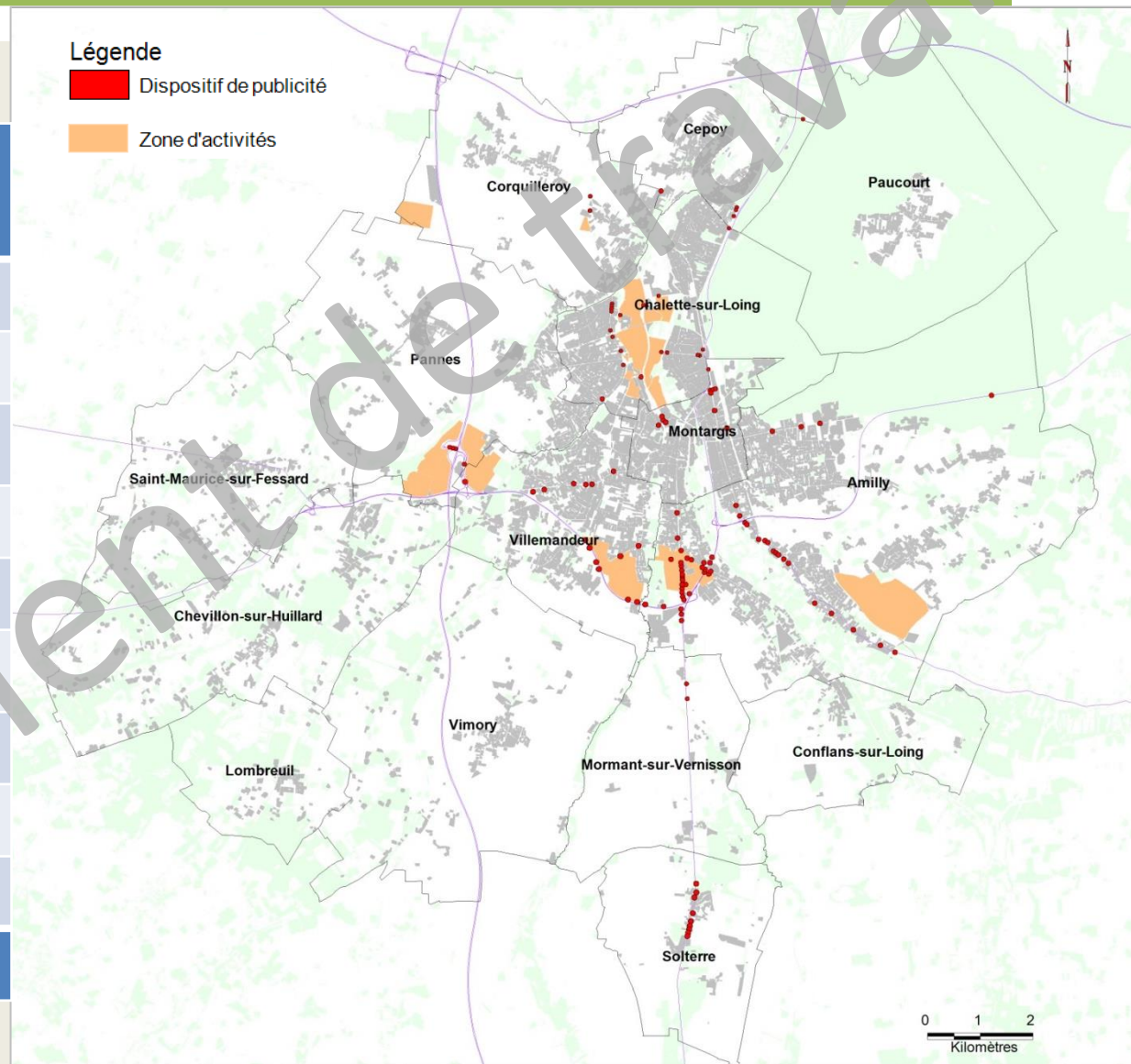
Atouts	Faiblesses
<p>Des zonages qui tiennent compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des enjeux patrimoniaux architecturaux et paysagers des deux communes. • De la localisation des zones commerciales (centre-ville et centres commerciaux périphériques). 	<p>Règlement s'appliquant seulement sur 2 communes.</p>
<p>Certaines dispositions plus restrictives que le RNP sont définies sur les zones, y compris l'interdiction.</p>	<p>Des adaptations requises par rapport à l'évolution de l'agglomération.</p>
<p>Des dispositions renforcent la régulation de l'implantation de publicités, préenseignes et enseignes par rapport à la dimension et aux secteurs où ils peuvent être implantés.</p>	

Trois enjeux importants à retenir

- Les effets des interdictions dans les secteurs protégés (secteurs patrimoniaux). Cela a permis de préserver le cadre de vie.
- La définition d'un règlement qui précise les différentes zones et apporte des dispositions restrictives plus adaptées aux spécificités locales, au-delà de ce qui est prévu dans le Règlement National de Publicité.
- L'exercice du droit de police est également appliqué pour parvenir à un cadre de vie où les dispositions du RLP(i) sont respectées.

Cartographie des dispositifs de publicité

Commune ayant un dispositif relevé	Nombre de dispositifs	Part sur le total
Amilly	53	43%
Cepoy	5	4%
Chalette-sur-Loing	21	17%
Corquilleroy	2	2%
Montargis	11	9%
Mormant-sur-Vernisson	2	2%
Pannes	4	3%
Solterre	9	7%
Villemandeur	15	12%
AME	122	100%



Source : Cadastre, SIG de l'AME, relevé de terrain juin 2015 et cartographie ASTYM

Elaboration du RLPI Diagnostic 14/03/2016

Caractéristiques des dispositifs implantés

Publicité murale

Remarque : ce dispositif cache partiellement la signalétique concernant le nom de la rue.



Crédit photos : ASTYM

12 m²



Crédit photos : ASTYM

4 m²

Caractéristiques des dispositifs implantés

Publicité scellée au sol



Mono pied



Crédit photos : ASTYM

Bipied

Caractéristiques des dispositifs implantés

Préenseignes

Murale



Crédit photos : ASTYM



Crédit photos : ASTYM

Scellée au sol

Mono pied



Bipied



Crédit photos : ASTYM

Caractéristiques des dispositifs implantés

Enseignes



En façade

Caractéristiques des dispositifs implantés

Enseignes

Scellées au sol



Crédit photos : ASTYM



En toiture



Crédit images : Google Street View



Crédit photos : ASTYM

Caractéristiques des dispositifs implantés

Enseignes

Perpendiculaires



Crédit photos : ASTYM

30 % des dispositifs relevés présentent des situations de non-conformité, classées en 3 catégories :

- Implantation.
- Dimension.
- Densité.

La publicité murale:

- Elle ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte (Art. R.581-27, alinéa 2).
- Une publicité ne peut dépasser les limites de l'égout du toit.



La publicité murale:

- *La publicité est interdite « sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public... » (Art. R.581-22-1°).*
- *La publicité est interdite « sur les clôtures qui ne sont pas aveugles » (Art.R.581-22).*



Crédit photos : ASTYM



Crédit photos : ASTYM

La publicité scellée au sol:

- Un dispositif publicitaire peut être installé à moins de dix mètres des baies s'il est en retrait du plan du mur contenant cette baie. En effet, dans ce cas, il ne porte pas atteinte à la vue dont les occupants du bâtiment jouissent à partir de leur baie.
- L'implantation d'un dispositif scellé au sol « ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété » (Art. R.581-33, 2ème alinéa).



Crédit photos : ASTYM



Crédit photos : ASTYM

Des cas de non-conformité

La publicité scellée au sol:

- « Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol (Code de l'Environnement. Art. R581-26).
- « 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. » (Code de l'Environnement. Art. R581-31)



Crédit image : google street view



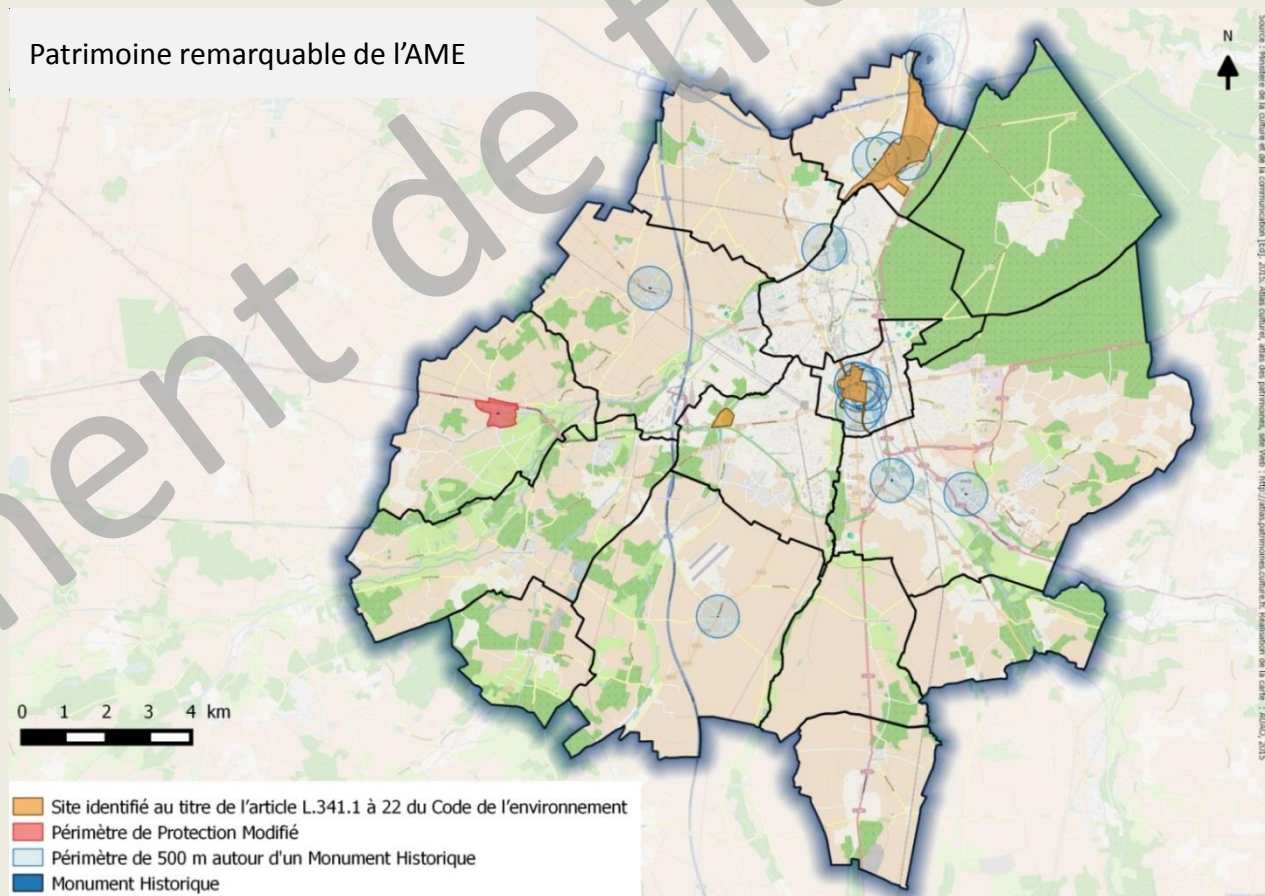
Crédit photos : ASTYM

La préservation du cadre patrimonial

Un patrimoine remarquable nombreux et diversifié

Centre-ville de Montargis : les supports publicitaires sont interdits, préservant ainsi la qualité du cadre de vie

L'identification du patrimoine local avec les communes permettra également d'identifier des secteurs de préservation du cadre de vie, incluant l'interdiction de dispositifs publicitaires



Source : Ministère de la Culture. <http://atlas.patrimoines.culture.fr>. Cartographique AUAO

Où restreindre ou interdire la publicité ?

Valorisation de la trame verte et bleue

- Une démarche d'interdiction d'implantation des dispositifs de publicité pourrait être adoptée dans le RLPI, sur les espaces verts, les cours d'eau, les canaux. Cela contribuerait à valoriser la trame verte et bleue.



Où restreindre ou interdire la publicité ?

Préservation de la qualité du cadre de vie dans le tissu urbain par rapport à l'implantation de dispositifs de publicité

- Des dispositions de préservation du cadre patrimonial pourraient être appliquées dans les secteurs historiques de toutes les villes et villages de l'agglomération.
- Dans ce cadre, des exceptions pourraient être étudiées au cas par cas



Où restreindre ou interdire la publicité ?

Interdiction ou restriction sur des axes routiers ou des sections des axes routiers

- En devenant un axe local de circulation et non plus un axe principal, on pourrait interdire ou limiter l'implantation de dispositifs de publicité.



Crédit photo : ASTYM

Où restreindre ou interdire la publicité ?

Réduire le nombre de publicités sur les lieux non-conformes

- Cela concerne les cas de dispositifs mis sur des endroits interdits : hors agglomération, plantations, poteaux, clôtures non aveugles.
- Une démarche d'information aux sociétés de la publicité et aux enseignes pourrait être mise en œuvre afin de leur rappeler les situations de non-conformité dans lesquelles se trouvent un certain nombre de dispositifs.
- Avant d'exercer le pouvoir de police, il faudrait laisser un laps de temps pour que les panneaux soient enlevés.

Crédit photo : ASTYM

Réduire le nombre de publicités sur les lieux non-conformes

- Définir des dispositions plus restrictives que le RNP sur le format et la densité constitue une façon de donner plus de cohérence à l'affichage.
 - Réduire davantage la taille des formats
 - Une application plus restrictive concernant la règle de densité
 - Application de règles communes aux enseignes et/ou aux zones commerciales

Crédit photo : ASTYM

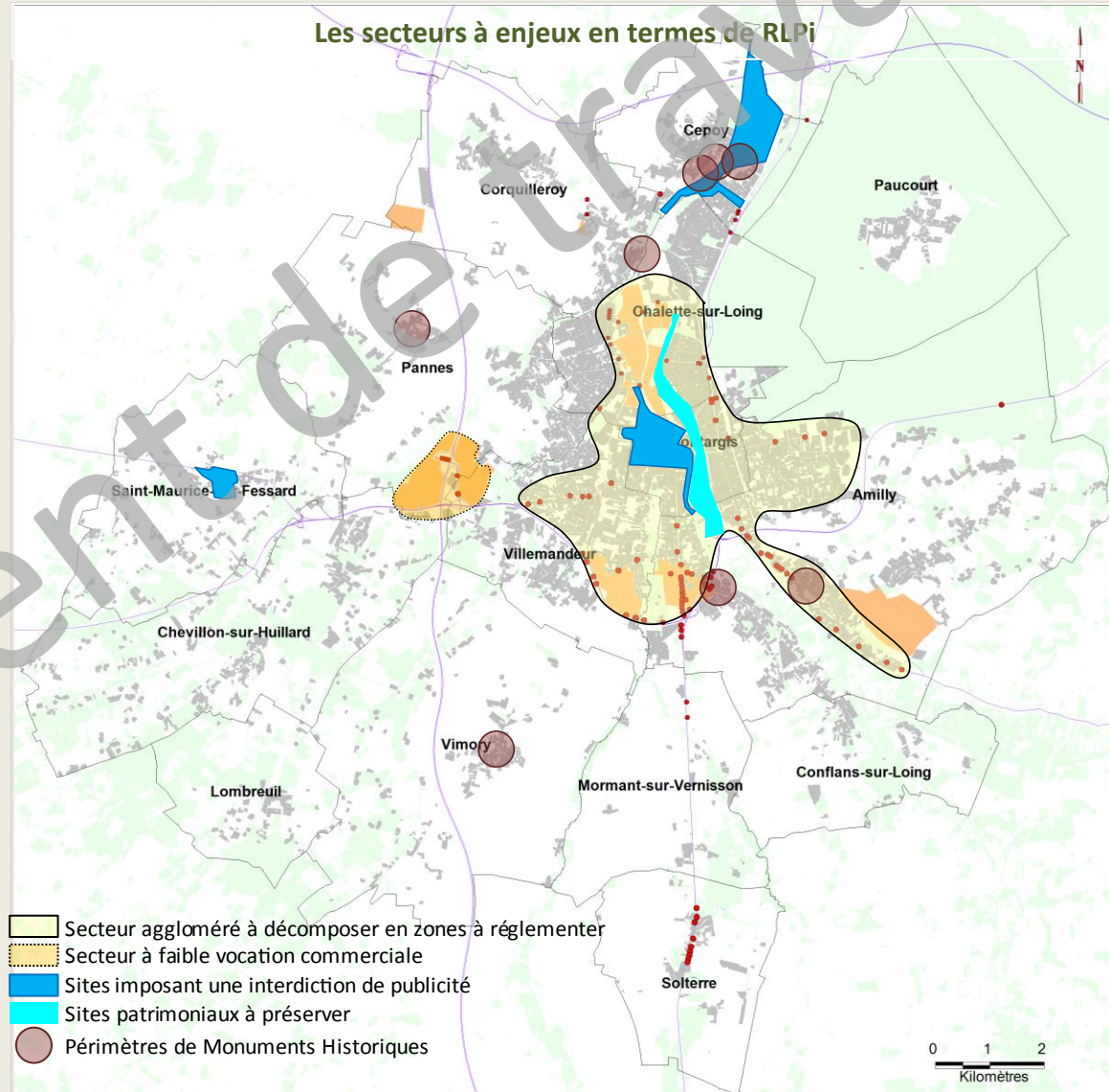
Quels types de secteur distinguer ?

Facteurs sont à prendre en compte en vue de la mise en œuvre du RLPI sur le territoire :

- Les seuils démographiques du Règlement National de Publicité, qui distingue bien les dispositions réglementaires pour les communes de plus ou de moins de 10 000 habitants ;
- L'existence des zones commerciales et des axes routiers principaux qui les desservent ;
- La signalisation des panneaux d'entrée et sortie d'agglomération ;
- Les éléments patrimoniaux à préserver et à valoriser.

Crédit photo : ASTYM

- Le secteur aggloméré du cœur d'agglomération.
- Le secteur d'activité ayant une faible activité commerciale.
- Les secteurs et sites patrimoniaux recensés, lieux de préservation et de valorisation patrimoniale, interdisant ou limitant fortement les dispositifs de publicité.



Temps d'échange pour des questions ou des interventions