

ROMANS SUR ISERE



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DE LA DRÔME

2018

2885

Direction départementale des territoires
Déplacements et sécurité routière
Qualité et environnement urbain

suivie par : Jean-Yves LE GUYADER
Tél. : 04.81.66.81.31

courriel service : ddt-sdsr@drome.gouv.fr

Valence, le 26 SEP. 2018

Le Préfet

à

Madame le maire de Romans Sur Isère

Urba
Gabriel
P. Labadens
DADI
DGS

Objet : Révision du règlement local de publicité – Porter à connaissance

Ref : Votre délibération du 25 juin 2018

P.J. : 1 porter à connaissance

Par lettre du 18 juillet 2018, vous avez bien voulu me notifier la délibération du 25 juin prescrivant la révision de votre règlement local de publicité (RLP) et définissant les objectifs et modalités de la concertation. Vous avez également souhaité avoir communication des coordonnées de mon représentant dans le cas où je souhaiterai être associé à cette révision.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi Grenelle 2) a réaffirmé la nécessité de préserver le paysage et le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles. Elle a entraîné une modification en profondeur de la réglementation sur les dispositifs publicitaires (publicité, préenseignes et enseignes) et elle a confié au Préfet la charge de son application sur le territoire des communes qui ne sont pas dotées de réglementation particulière.

Dans ce cadre, j'ai engagé depuis maintenant près de cinq années, un plan de prévention et de lutte contre l'affichage illégal dans le département qui définit une stratégie d'action par itinéraire et par commune. La direction départementale des territoires est en charge de son application.

Soucieux de la cohérence d'action sur le territoire départemental face aux enjeux, il m'apparaît judicieux et pertinent que l'État soit associé à la démarche de révision de votre RLP. La direction départementale des territoires de la Drôme – service déplacements et sécurité routière, représenté par monsieur Jean-Yves Le Guyader, sera mon représentant.

Dans le cadre de cette procédure de révision, je porte à votre connaissance l'ensemble des informations réglementaires (article L. 121-2 du Code de l'urbanisme), contenues dans le document joint au présent courrier.

Le Préfet

Eric SPITZ

RAPPORTS

Service déplacements et
sécurité routière

Pôle mobilité et
environnement urbain

13 septembre 2018

Révision du règlement local de publicité

Commune de Romans-Sur-Isère

Porter à connaissance

**Article L.581-14-1 du Code de l'environnement
prescrite par délibération du conseil municipal du 25 juin 2018**



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

**PRÉFET
DE LA DRÔME**

Direction départementale des Territoires de la Drôme

Page 1 sur 1

Sommaire.

1 - Les règlements locaux de publicité.....	5
1.1 - Le cadre juridique d'application national d'un règlement local de publicité (RLP).....	5
1.2 - Autorité compétente en matière de RLP.....	5
1.3 - Portée du RLP : Les règles générales applicables du Code de l'environnement.....	5
1.4 - Préalable à l'élaboration du règlement.....	6
1.5 - État des lieux.....	6
2 - Définitions.....	6
3 - Les dispositions relatives à la publicité sur le territoire de la commune de Romans-Sur-Isère à l'égard de la publicité, des enseignes et préenseignes.....	7
3.1 - Population.....	7
3.2 - Les secteurs d'interdiction absolue de la publicité.....	7
3.3 - Les secteurs d'interdiction en agglomération relative à la protection du patrimoine.....	7
3.3.1 - Les sites de la commune concernés par une protection.....	8
3.3.2 - modalités de dérogation.....	8
3.4 - La réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les secteurs non agglomérés.....	9
3.5 - La réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les parties agglomérées.....	9
3.5.1 - Les publicités.....	9
3.5.2 - Les mobiliers urbains.....	10
3.5.3 - Les préenseignes.....	11
3.5.4 - Les enseignes.....	11
3.5.5 - Divers dispositifs.....	11
3.6 - Éléments à prendre en compte pour l'élaboration du RLP.....	12
3.6.1 - Rappel : Les règles générales applicables du Code de l'environnement.....	12
3.6.2 - Affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations.....	12
3.6.3 - La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs.....	12
3.6.4 - Dispositions particulières concernant les voies soumises à l'application de l'article L. 111-I-4 du Code de l'urbanisme.....	13
3.6.5 - Les délais de mise en conformité des dispositifs existants avec la nouvelle réglementation.....	13
3.7 - A titre informatif : les autres réglementations traitant de la publicité.....	13
3.7.1 - Sécurité routière du Code de la route.....	13
3.7.2 - Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite.....	13
3.7.3 - Occupation du domaine public.....	14
3.7.4 - Plan de Prévention des Risques (PPRN et PPRT).....	14
4 - Procédure d'élaboration du règlement local de publicité (RLP).....	14
4.1 - Procédure générale.....	14
4.2 - Notions préalables à l'élaboration du règlement.....	16
4.2.1 - Les agglomérations de la commune et les limites.....	16
4.2.2 - Diagnostic -État des lieux.....	17
4.3 - Objectifs du règlement local de publicité.....	17
4.3.1 - Les sites sensibles de l'article L.581-4 du Code de l'environnement.....	18
4.3.2 - Les sites sensibles de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.....	19
4.4 - Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLP.....	19
4.4.1 - Sur les palissades de chantier.....	19
4.4.2 - Publicité effectuée en exécution d'une décision.....	19
4.5 - Autorité en matière de police.....	19

5 - Points de vigilance.....	19
5.1 - Les dimensions des dispositifs s'entendent hors tout.....	19
5.2 - Cas des banderoles ou drapeaux publicitaires.....	19
5.3 - Enseignes sur clôture.....	20
5.4 - Publicités lumineuses.....	20
5.5 - Densité.....	20
5.6 - Règles de sécurité.....	20
5.7 - Les zones commerciales.....	20
5.8 - Les entrées de la ville.....	20
5.9 - Les axes de contournement.....	20
5.10 - Cohérence avec les autres territoires voisins.....	20
5.11 - Enjeux tout particuliers pour le paysage.....	21
5.12 - Alertes sur état existant.....	21

Affaire suivie par

Jean-Yves LE GUYADER - DDT 26 - Service déplacements et sécurité routière

Sonia BELKHEIR - DDT 26 - Service déplacements et sécurité routière

Tél. : 04.81.66.81.31

courriel service : ddt-sdsr@drome.gouv.fr

Références internet

Site Internet de L'État en Drôme : www.drome.gouv.fr

Suivi des modifications du document

Version	date	rédacteur	modifications
V0	10/04/18	Jean-Yves LE GUYADER Sonia BELKHEIR	Rédaction initiale du document
V1	11/04/18	Jean-Yves LE GUYADER	Ajout zone commerciale – entrée de ville – axe de contournement
V3	11/04/18	Sonia BELKHEIR	Mobiliers urbains
V4	13/04/18	Jean-Yves LE GUYADER	Compléments sur les principes
V5	30/07/18	Jean-Yves LE GUYADER	Version soumise à UDAP
V6	07/09/18	Sonia BELKHEIR	Compléments suite à l'avis des ABF

1 - Les règlements locaux de publicité

1.1 - Le cadre juridique d'application national d'un règlement local de publicité (RLP)

L'élaboration des règlements locaux est identique à la procédure applicable pour les plans locaux d'urbanisme, en application des articles L. 581-14 et L. 581-14-1 du Code de l'environnement.

1.2 - Autorité compétente en matière de RLP

Le règlement local de publicité est élaboré par la commune si elle a conservé la compétence pour son plan local d'urbanisme (PLU), sinon il relève de l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) compétent en matière de PLU.

C'est également le cas si la commune a transféré la compétence d'élaboration du RLP à un EPCI en application de l'article L. 5211-17 du Code général des collectivités territoriales (CGCT).

1.3 - Portée du RLP : Les règles générales applicables du Code de l'environnement

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes est codifiée dans 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.

Sur l'ensemble du territoire national, ces règles nationales traitent des dispositions applicables pour les enseignes, pré-enseignes, dispositifs publicitaires, enseignes lumineuses, publicités lumineuses, mobiliers urbains publicitaires, enseignes et pré-enseignes temporaires, bâches de chantier, dispositifs de dimension exceptionnelle et de petit format, publicités sur véhicule terrestres, sur l'eau ou dans les airs.

Le règlement local de publicité **complète** l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux.

Le règlement local de publicité (RLP) est un document couvrant l'ensemble du territoire de la commune définissant une ou plusieurs zones dans lesquelles la publicité pourra être restreinte. Ce document doit viser un double objectif, à savoir assurer la qualité du cadre de vie, tout en respectant deux principes constitutionnels, la liberté d'expression et la liberté d'entreprendre.

Selon l'article L. 581-14 alinéa 1 du code de l'environnement : « *L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L. 581-9* ».

En vertu de l'article L. 581-14 alinéa 2 du code de l'environnement, « *sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.* »

Le maire devient alors autorité administrative de police compétente en lieu et place du préfet, et agira ainsi au nom de la commune.

L'article L. 584-14-1 du Code de l'environnement précise que « *Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification*

simplifiée prévue par l'article L. 123-13-3 et des dispositions transitoires de l'article L. 123-19 du même code. »

Les procédures d'élaboration et de révision des documents d'urbanisme débutent par la communication par l'Etat de l'ensemble des informations réglementaires portées à la connaissance de la collectivité en charge du document (article L. 121-2 du Code de l'urbanisme). Vous trouverez ci-après l'ensemble des dispositions du code de l'environnement, afférentes à l'élaboration d'un RLP.

1.4 - Préalable à l'élaboration du règlement

Les limites d'agglomération ayant un effet déterminant en matière de publicité, il est impératif de procéder à l'analyse du positionnement des panneaux d'entrée et sortie d'agglomération, et à la rectification de ceux-ci le cas échéant. Les limites des agglomérations sont fixées le cas échéant.

Elles sont fixées par arrêtés du maire, en application de l'article R. 411-2 du Code de la route.

L'agglomération est 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 la traverse ou qui la borde (article R. 110-2 du Code de la route). En pratique, il s'agit d'un espace cohérent et homogène où la distance entre deux constructions ne peut excéder 200 m.

Les limites sont fixées au plus proche de l'espace bâti et par principe à moins de 50 mètres du premier bâtiment. Des panneaux devront être placés sur toutes les voies d'accès (panneau de type EB10) et sur toutes les voies de sortie d'agglomération (panneaux de type EB20).

Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération doivent être annexés au règlement local de publicité (article R. 581-72 du Code de l'environnement).

1.5 - État des lieux

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il convient d'établir un diagnostic des dispositifs existants, et en particulier de vérifier si certains de ces dispositifs ne sont pas d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règles nationales telles qu'elles résultent notamment de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979, ainsi que du décret n° 82-211 du 24 février 1982 d'une part, du décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 d'autre part.

Ce diagnostic devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et pré-enseignes) et déterminer pour chacun d'eux si le dispositif devrait être maintenu, supprimé ou régularisé, et sous quel délai.

2 - Définitions

1° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ;

2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;

3° Constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Par voies ouvertes à la circulation publique au sens de l'article L. 581-2 du Code de l'environnement, il faut entendre les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

3 - Les dispositions relatives à la publicité sur le territoire de la commune de Romans-Sur-Isère à l'égard de la publicité, des enseignes et préenseignes

3.1 - Population

Selon le recensement INSEE de 2014, la commune de Romans-sur-Isère compte une population municipale permanente de 34 243 habitants¹. La commune fait partie d'une unité urbaine dont la population est évaluée à 56 420 habitants (en 2014).

Vis-à-vis de la réglementation de la publicité extérieure, ce sont donc les dispositions du Code de l'environnement relatives aux communes de plus de 10 000 habitants qui s'appliquent en matière de publicité extérieure.

Au titre du règlement national de publicité, les règles suivantes sont applicables aux agglomérations des communes.

3.2 - Les secteurs d'interdiction absolue de la publicité

En application de l'article L 581-4 du code de l'environnement, la publicité et les pré-enseignes (y compris les pré-enseignes dérogatoires) sont strictement interdites sur les lieux suivants de votre territoire :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles;
- sur les arbres.

Le RLP que vous allez établir ne permet pas de déroger à ces interdictions. Vous veillerez par conséquent à ce que l'ensemble de ces lieux soient identifiés dans votre RLP comme des secteurs d'interdiction absolue de la publicité et des documents graphiques annexés.

3.3 - Les secteurs d'interdiction en agglomération relative à la protection du patrimoine

En application de l'article L 581-8 du Code de l'environnement, la publicité est interdite en agglomération dans un certain nombre de secteurs protégés :

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés,
- dans les secteurs sauvegardés,
- dans les parcs naturels régionaux,
- dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci,
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire,
- dans les zones de protection du patrimoine architectural urbain et paysagers et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine.

¹ Source INSEE : Population légale en vigueur au 1^{er} janvier 2017 – date de référence statistique 1^{er} janvier 2014

3.3.1 - Les sites de la commune concernés par une protection

Sites classés :	• Église St-Barnard parcelle 697 • Cimetière et calvaire des Récollets parcelle 78 • Chemin de croix dit du « Grand Voyage » • 17- station I, située rue du Faubourg Clérieux • 18 et 19 – stations II et III, situées 9 cote des Chapeliers • 20 et 21 – stations IV et V, situées cote de Montalivet • 22 – station VIII, située rue Jean-Jacques Rousseau • 23 – station XV, située rue Pêcherie • 24, 25 et 26 – stations XIX, XX et XXI, situées avenue Berthelot • Château de Pizançon
Sites inscrits : (recouvre la ville intra-muros) :	• Chapelle St-Madeleine (parcelle 696) • Hôtel de Clérieux (parcelle 895) • Hôtel de Coursac (parcelle 668) • Immeubles (parcelle 669 et 670) • Maisons (parcelles 760 ; 388 ; 380 ; 516) • Hôtel de Framond (parcelle 801) • Hôtel Thomé (parcelle 310) • Hôtel du Puy de Peyrins ou du Puy Montbrun (parcelle 891) • Tour Jacquemart (parcelle 490) • Couvent de la Visitation (parcelle 348) • station X située 17 place Jules Nadi • Maison Favor • Abbaye de Vernaison
ZNIEFF1_ZINF_S_026 : (zone naturelle d'intérêt écologique, faunistique et floristique) :	• l'Isère des portes de Romans à la Vanelle • Confluent de la Joyeuse et de l'Isère • Balmes de l'Isère • Vallon des forêts et le plateau de Croix-de-Porte
Une zone Natura 2000 :	• site les sables de l'Herbasse et des Balmes de l'Isère

La commune de Romans-sur-Isère a mis en place le 23/03/2018 un site patrimonial remarquable, en quatre zones remarquables :

- Centre-ville ancien
- Marque Avenue
- Les Berges de l'Isère
- La cité Jules Nadi.

3.3.2 - modalités de dérogation

Dans ces lieux, la publicité, ainsi que les pré-enseignes sont interdites au titre de la réglementation nationale. Toutefois, il peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité en instituant une zone où s'appliquera une réglementation qui devra toutefois rester plus restrictive que les dispositions de droit commun du règlement national.

L'élaboration du règlement d'une zone autorisant la publicité dans les espaces protégés nécessite une vigilance particulière qui justifie d'associer à l'élaboration du RLP, l'architecte des bâtiments de France et l'inspecteur des sites de la DREAL.

Dans le cas où il n'est pas dérogé à ces interdictions, le maire peut, dans le cadre du RLP, autoriser l'affichage d'opinion et la publicité relative aux associations, mentionnées à l'article L. 581-13 du CE sur les palissades de chantier dans des conditions déterminées par décret en conseil d'Etat.

Lorsqu'il est dérogé à l'interdiction de publicité dans ces secteurs, l'installation d'un dispositif publicitaire lumineux ou d'une préenseigne lumineuse sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu est délivrée :

- après accord de l'architecte des bâtiments de France
 - à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ;
 - dans un secteur sauvegardé ;
- après avis de l'architecte des bâtiments de France dans les conditions fixées par l'article L. 642-6 du code du patrimoine :
 - lorsqu'une installation est envisagée dans une zone de protection du patrimoine architectural, urbain ou paysager ou une aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine.

3.4 - La réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les secteurs non agglomérés

En dehors des parties agglomérées, définies par la décision du Conseil d'État du 26 novembre 2012, comme « *espace aggloméré constitué par l'ensemble du bâti de la commune et (...) apprécier qu'à l'intérieur des limites communales de l'agglomération considérée* », **toute publicité est interdite** (article L. 581-7 du code de l'environnement).

Les pré-enseignes, soumises aux dispositions qui régissent la publicité, peuvent, comme le stipulent les articles L. 581-19, R. 581-66 et 67 du code de l'environnement, sous certaines conditions de dimensions (dimensions maximales de 1,50 m de large et de 1 m de hauteur), de nombre et distance notamment, être installées au bénéfice de deux catégories d'activités limitativement définies :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales.

Sont considérés comme produits du terroir les « *produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit* ».

- les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite

Les pré-enseignes hors agglomération, pour les activités utiles à l'usager de la route (hôtel, gîte, camping, restaurant, garage, station service, etc.), sont désormais interdites (depuis le 13 juillet 2015).

3.5 - La réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les parties agglomérées

3.5.1 - Les publicités

- **Les publicités** sont uniquement admises en agglomération, dans le respect des conditions fixées par les articles R. 581-22 à 24 et R. 581-26 à 29 du Code de l'environnement. Les publicités scellées au sol sont autorisées, sous réserve de respect des conditions précisées par les articles R. 581-31 à 33.

Les dispositifs doivent être installés sur les façades de bâtiments ou murs sans ouverture ; ils doivent avoir une surface maximale de 12 m² et une hauteur au-dessus du niveau du sol maximale de 7,50 m.

Les dispositifs publicitaires doivent également obéir à des règles de densité maximale définies à l'article R. 581-25 du Code de l'environnement.

Une règle de densité s'applique pour les dispositifs publicitaires scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique, par une limitation à un dispositif publicitaire par linéaire de 80 mètres sur le domaine privé et un autre sur le domaine public.

- **Les publicités lumineuses** sont autorisées dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (article R. 581-34 du Code de l'environnement) et ne doivent pas excéder une surface unitaire de 8 m², ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du sol.

Les dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence sont soumis aux règles et procédures des dispositifs non lumineux.

Les publicités lumineuses numériques sont spécifiquement encadrées, en ce qui concerne leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique, leur dispositif anti-éblouissement.

Les publicités lumineuses doivent être éteintes la nuit, entre une heure et six heures du matin (article R. 581-35 du Code de l'environnement).

3.5.2 - Les mobiliers urbains

- **Les mobiliers urbains supports publicitaires** peuvent, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies aux articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. Ils sont limités à uniquement cinq types de dispositifs : abri destiné au public, kiosque à journaux ou à usage commercial, mât porte affiches publicitaires, colonne porte affiches publicitaires, mobilier destiné à des informations non publicitaires à caractère local ou à des œuvres artistiques supportant de la publicité à titre accessoire limité en surface (articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement).

Lorsqu'ils supportent de la publicité numérique, ils ne peuvent être placés à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin, lorsque la publicité est visible de la baie et parallèlement à celle-ci (article R581-42 du Code de l'environnement).

Secteurs d'interdiction :

Toute publicité sur mobilier urbain dans les lieux visés à l'article L.581-4 du code de l'environnement est interdite. Cette disposition concerne essentiellement les sites classés ainsi que les parcs des monuments historiques classés ou inscrits. Il n'est pas possible de déroger à cette interdiction.

La publicité sur mobilier urbain est, par principe également interdite dans les lieux visés à l'article L581-8 du code de l'environnement.

En revanche, si un RLP couvre le territoire communal, ce dernier peut déroger à ces interdictions, sauf en ce qui concerne la publicité numérique. En effet, le RLP ne peut pas autoriser de publicité numérique sur mobilier urbain, notamment :

- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les sites Natura 2000.

La publicité sur mobilier urbain est interdite hors agglomération (art L.581-7)

Nota: En vertu de l'article R421-25 du code de l'urbanisme, « *dans les secteurs sauvegardés dont le périmètre a été délimité, les sites classés et les réserves naturelles, l'installation de mobilier urbain [...] doit être précédée d'une déclaration préalable* ». Toutefois, ce mobilier urbain ne pourra pas supporter de publicité compte-tenu de l'interdiction en ces lieux.

3.5.3 - Les préenseignes

- **Les pré-enseignes** admises en agglomération, pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants, sont soumises aux dispositions régissant la publicité (articles L. 581-19 et L. 581-8 du Code de l'environnement) et ne peuvent être apposées que sur des bâtiments, murs ou clôtures sans ouvertures, dans les mêmes conditions que la publicité.
- **Les pré-enseignes temporaires** concernent les manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières, définies aux articles L. 581-20 et R. 581-68 à R. 581-71 du Code de l'environnement.

3.5.4 - Les enseignes

- **Les enseignes** doivent obéir aux règles des articles R. 581-58 à 65 du Code de l'environnement.
- **Les enseignes apposées sur une façade commerciale** doivent respecter, de plus, les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R. 581-63 du Code de l'environnement, qui limite la surface occupée à 15 % lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m², et 25 % lorsqu'elle a une surface inférieure à 50 m².
- **Les enseignes en toiture** doivent respecter les règles de l'article R. 581-62 du Code de l'environnement.
- **Les enseignes scellées posées ou installées au sol** sont limitées en nombre à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique (article R. 581-64 du Code de l'environnement), et à 12 m² de surface dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R. 581-58 à 65 du Code de l'environnement.
- **Les enseignes lumineuses** doivent respecter les règles d'extinction des dispositifs lumineux stipulées à l'article R. 581-59 du Code de l'environnement : elles doivent être éteintes la nuit, entre une heure et six heures du matin ; les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence (article R. 581-59 du Code de l'environnement). Elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R. 581-58 à 65 du Code de l'environnement.
- **Les enseignes temporaires** concernent les opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières définies aux articles L. 581-20 et R. 581-68 à R. 581-71 du Code de l'environnement.

3.5.5 - Divers dispositifs

- **Les bâches de chantier, bâches publicitaires** sont autorisées dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (article R. 581-53 du Code de l'environnement). Les bâches de chantier pourront comporter de la publicité sur la moitié de leur surface, et les bâches publicitaires devront respecter une règle de densité (définies par les articles R. 581-54 à 57 du Code de l'environnement).
- **Les dispositifs publicitaires de grande dimension liés à des manifestations exceptionnelles** sont autorisés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et définis par l'article R. 581-56 du Code de l'environnement.

3.6 - Éléments à prendre en compte pour l'élaboration du RLP

3.6.1 - Rappel : Les règles générales applicables du Code de l'environnement

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes est codifiée dans 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.

Le règlement local de publicité complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux.

3.6.2 - Affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations

En application de l'article L. 581-13 du Code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

Dans le cas où le maire n'a pas pris d'arrêté relatifs aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires. L'arrêté préfectoral cesse de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements.

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, la surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est de 12 m² carrés plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants (article R. 581-2 du Code de l'environnement).

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (article R. 581-3 du Code de l'environnement).

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 du Code de l'environnement. Le règlement local de publicité peut déroger à cette interdiction. Dans le cas où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 m² (article R. 581-4 du Code de l'environnement).

Lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie, les communes ont le droit d'utiliser les palissades de chantier à leur profit comme support de publicité commerciale ou affichage libre (article L. 581-16 du Code de l'environnement).

La publicité lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés est autorisée par dérogation aux interdictions à condition qu'elles n'excèdent pas une surface unitaire de 1,50 m² (articles L. 581-17 et R. 581-5 du Code de l'environnement).

3.6.3 - La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs

La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins de servir essentiellement de support à de la publicité est réglementée aux articles R. 581-48 à R. 581-52 du Code de l'environnement.

Les transports en commun dont le principal objectif est de transporter des gens ne supportent qu'accessoirement de la publicité.

3.6.4 - Dispositions particulières concernant les voies soumises à l'application de l'article L. 111-1-4 du Code de l'urbanisme

Le RLP est obligatoire lorsque la commune élabore, modifie ou révisé le PLU, lorsqu'elle ouvre un secteur à l'urbanisation visée par le L. 111-1-4 du Code de l'urbanisme, situé le long d'une voie, autoroute, route express, déviation ou route, classée à grande circulation par décret.

Dans ce cas, le processus de réalisation du RLP doit être concomitant avec celui du PLU.

Cette disposition vise plus particulièrement une bande de 100 m de part et d'autre de l'axe des autoroutes, routes express et des déviations, et de 75 m des routes à grande circulation aux entrées ou au périmètre de l'agglomération. Dans le cas où un de ces secteurs fait l'objet d'une urbanisation, des règles de publicité doivent plus particulièrement garantir à terme la qualité de l'urbanisme et des paysages, la perception de la ville ou du village urbanisé sous cet angle extérieur.

3.6.5 - Les délais de mise en conformité des dispositifs existants avec la nouvelle réglementation

Les dispositifs d'enseignes de pré-enseignes et de publicités non conformes ne disposent d'aucun délai pour se mettre en conformité.

La commune disposant d'un RLP approuvé, le document réglementaire reste valable, tant qu'il n'est pas modifié, ceci jusqu'au 14 juillet 2020 date de caducité du règlement. Par voie de conséquence, les nouveaux dispositifs sont soumis aux dispositions du RLP existant, en tant qu'il les concerne. Quant aux nouveaux dispositifs pour lesquels le RLP est silencieux, ils sont soumis aux nouvelles dispositions réglementaires nationales.

3.7 - A titre informatif : les autres réglementations traitant de la publicité

3.7.1 - Sécurité routière du Code de la route

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R. 418-1 à R. 418-9 du Code de la route complété par :

- l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et préenseignes hors agglomération du 17 janvier 1983,
- l'arrêté ministériel du 30 août 1977 aux conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou réfléchissants,
- l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation routière.

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la route, le maire en agglomération, le responsable de la voie hors agglomération d'intervenir pour faire cesser les risques : en effet les différents dispositifs publicitaires peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir les usagers de la route.

3.7.2 - Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite

La loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, cadre la politique prioritaire du handicap et de l'accessibilité. Ses décrets d'application précisent les modalités :

- décret n° 2006-1657 du 21 décembre 2006 relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.
- décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques, et par l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

Les passages et occupations sur domaine public et domaine privé doivent être conçus afin de permettre les déplacements et l'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite dans la totalité des itinéraires.

L'attention doit être portée sur le cadre bâti intérieur, les parties privées, la voirie publique et privée, l'aménagement des espaces publics, les systèmes de transport et leur inter-modalité.

Les dispositifs publicitaires positionnés sur voirie doivent respecter cette exigence nationale. Les principes sont rappelés en annexe.

3.7.3 - Occupation du domaine public

L'article L. 113-2 du Code de la voirie routière traite de l'occupation du domaine public par les dispositifs publicitaires.

Il est également nécessaire de se référer aux articles L. 2122-1 à L. 2122-3 du Code général de la propriété des personnes publiques ; toute installation envisagée sur le domaine public doit faire l'objet d'une autorisation administrative. Cette autorisation est délivrée par le propriétaire de la voie, à titre précaire et révocable, sous la forme de permission de voirie (avec emprise au sol), ou de permis de stationnement (sans emprise au sol).

Ainsi, en application de l'article L. 2213-6 du CGCT, en agglomération, seul le maire peut délivrer des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique (toutes voies) et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi.

3.7.4 - Plan de Prévention des Risques (PPRN et PPRT)

Dans les secteurs concernés par des risques naturels (inondation, tempête, avalanches, etc.) ou technologiques identifiés (établissement industriel faisant l'objet d'un PPRT, etc.), les dispositifs publicitaires envisagés doivent être interdits dans les périmètres à risques ou conçus de façon à ne pas constituer un risque supplémentaire vis-à-vis des personnes.

4 - Procédure d'élaboration du règlement local de publicité (RLP)

4.1 - Procédure générale

En application de l'article L. 581-14-1 du Code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies aux articles L. 123-6 et suivants, R. 123-15 et suivants du Code de l'urbanisme.

Phase 1 : La délibération du conseil municipal **prescrit l'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité, en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation** (L. 300-2 du Code de l'urbanisme). Elle est notifiée :

- au Préfet,
- au président du conseil régional,
- au président du conseil départemental,
- au président de l'établissement public compétent en matière de SCOT,
- au président de Valence-Romans Agglomération,
- au président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- au président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat,
- à la chambre de commerce et d'industrie,
- à la chambre des métiers,
- à la chambre d'agriculture.

- Phase 2 :** La délibération doit être affichée pendant un mois en mairie.
La mention de cette décision doit être insérée dans un journal diffusé dans l'ensemble du département : il comporte le ou les lieux où la délibération peut être consultée en caractères apparents, indique les objectifs de la commune ou de l'établissement public compétent, et la concertation envisagée.
Pour les communes de plus de 3 500 habitants, il est en outre publié au recueil des actes administratifs.
- Phase 3 :** Le maire conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité.
A l'initiative du maire, ou à la demande du préfet, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité. Les personnes publiques associées, les présidents des établissements publics voisins, le président de Valence-Romans agglomération, les maires des communes voisines, le président du syndicat mixte du SCOT Rovaltain Drôme Ardèche sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité.
Le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.
- Phase 4 :** L'État produit le présent porter à connaissance qui regroupe les contraintes réglementaires relatives à votre territoire.
- Phase 5 :** La commune met au point son projet de règlement en lien avec la concertation annoncée par le conseil municipal.
Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.
Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, il définit les orientations pour répondre aux objectifs de la commune, notamment de densité, d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
Les limites d'agglomérations, définies par la décision du Conseil d'État du 26 novembre 2012, doivent être vérifiées afin de bien définir les zones de publicités restreintes qui doivent être à l'intérieur des secteurs agglomérés. L'arrêté du maire de définition de l'agglomération est éventuellement mis à jour.
La partie réglementaire comprend les dispositions adaptant de façon plus stricte localement les dispositions nationales : elles peuvent être générales ou concerner uniquement une zone de publicité restreinte.
Le ou les documents graphiques peuvent mieux caractériser les zones de publicité restreintes définies par le règlement local de publicité ; ces documents constituent des annexes.
- Phase 6 :** Le conseil municipal débat des orientations générales du projet de RLP par rapport aux objectifs définis et délibère.
- Phase 7 :** Après un délai de 2 mois, le conseil municipal tire le bilan en particulier de la concertation et arrête le projet de règlement local de publicité.
- Phase 8 :** Le projet de RLP doit être alors transmis pour avis attendu dans un délai de 3 mois, aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale

directement intéressés, d'autre part à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites réunie dans sa formation dite «de la publicité». L'État produit un avis qui confirme la prise en compte par le projet de règlement, des contraintes réglementaires.

Phase 9 : Le projet de règlement arrêté par la commune est donc soumis pour avis à la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS) prévue par les articles R. 341-16 et suivants. Cette commission donne un avis au plus tard trois mois après la transmission du projet de règlement ; à défaut, cet avis est réputé favorable.

Le maire intéressé par le projet siège à cette commission départementale et a voix délibérative.

Phase 10 : Le projet de règlement local de publicité est soumis à enquête publique à organiser par le maire. Le dossier soumis à l'enquête comprend en annexe, les avis des personnes publiques consultées.

Phase 11 : Après l'enquête publique, sur avis du commissaire enquêteur, le conseil municipal approuve ou non par délibération le règlement local de publicité.

Phase 12 : La délibération du conseil municipal qui approuve, modifie, révisé ou abroge un ancien règlement local de publicité, est affichée pendant un mois en mairie.

La mention de cette décision doit paraître en caractères apparents, dans un journal diffusé dans l'ensemble du département.

Elle est en outre publiée au recueil des actes administratifs.

Phase 13 : L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité en parallèle à une procédure d'évolution du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.

Phase 14 : Le règlement local de publicité, une fois approuvé, doit par arrêté du maire être annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 123-25 du Code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet de la commune, s'il existe.

4.2 - Notions préalables à l'élaboration du règlement

Le règlement local de publicité, qui adapte à l'échelle communale les règles nationales, ne peut qu'être plus restrictif que la règle nationale.

Les nouveaux RLP élaborés, révisés, modifiés doivent être conformes à la nouvelle réglementation.

4.2.1 - Les agglomérations de la commune et les limites

L'agglomération, définie par la décision du Conseil d'État du 26 novembre 2012 comme *«l'espace aggloméré constitué par l'ensemble du bâti de la commune et (...) apprécié qu'à l'intérieur des limites communales de l'agglomération considérée»*.

Les limites d'agglomération ont des effets déterminants au titre de la réglementation de la publicité ; ces limites peuvent donner lieu à une requalification par les tribunaux administratifs ; en conséquence, il est impératif que le maire définisse cet espace réglementaire, le mette à jour pour prendre en compte l'évolution de l'urbanisation. Une analyse du cadastre à jour ou de photographies aériennes peut aider à caractériser cet espace construit sans discontinuité.

4.2.2 - Diagnostic -État des lieux

Un diagnostic de la situation existante doit être réalisé et porter sur l'impact paysager des dispositifs de publicité, d'enseigne, de pré-enseignes, des mobiliers urbains publicitaires et autres dispositifs relevant de cette réglementation.

Il consiste en un état des lieux général du paysage vis-à-vis de l'affichage publicitaire, de la publicité, des enseignes et pré-enseignes. Il comprend un inventaire des dispositifs existants précisant la nature du dispositif, sa géolocalisation, ses dimensions, son implantation, ses supports et une analyse par rapport aux dispositions du Code de l'environnement et du RLP en vigueur.

Le diagnostic :

- recense les enjeux architecturaux et paysagers,
- identifie les spécificités des différents secteurs du territoire, notamment ceux concernés par les enjeux économiques, les espaces sous pression publicitaire nécessitant une réflexion sur l'avenir envisagé,
- identifie les critères de pollution visuelle,
- réalise l'inventaire des dispositifs et tout particulièrement ceux qui sont d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règles nationales et au RLP en vigueur
- met en évidence les conformités ou non avec la réglementation,
- et propose des pistes d'actions pour traiter des thématiques clés.

L'inventaire devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et pré-enseignes) et déterminer pour chacun d'eux si le dispositif devrait être maintenu, supprimé ou régularisé, et sous quel délai.

4.3 - Objectifs du règlement local de publicité

Le conseil municipal de Romans-sur-Isère a défini les objectifs suivants pour la révision du RLP :

1. de prescrire la révision du RLP sur le territoire communal, suivant le contexte actuel de la réglementation de l'affichage publicitaire du territoire de la commune et ayant pour objectif :
 - de participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale, industrielle de la Commune tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire, en luttant contre les nuisances visuelles et en réduisant les consommations énergétiques ;
 - de mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire, et d'actualiser le document pour le mettre en adéquation avec les enjeux territoriaux de la commune :
 - Valoriser le centre historique, en Site Patrimonial Remarquable, en réglementant les enseignes ;
 - Assurer la qualité visuelle et paysagère des entrées de ville et des axes en limite d'urbanisation telle que la rocade (CNOR) ;
 - Aider à la réfection et à la requalification des zones d'activités et industrielles des Chasses et des Allobroges ;
 - Participer à l'amélioration des abords des centres commerciaux ;
 - Requalifier le Boulevard Gabriel Peri, constitutif au ring du centre-ville et revaloriser le secteur de la gare SNCF de Romans-Bourg-de-Péage ;
 - Affiner et clarifier la réglementation des dispositifs publicitaires aux abords des équipements sportifs ;
 - Affiner et clarifier la réglementation pour les publicités, enseignes et pré-enseignes temporaires, ainsi que de proposer la mise en place de structures spécifiques ;
 - Tenir compte de l'affichage libre et du mobilier urbain de la ville dans la future réglementation ;

- Prendre en compte l'arrivée des nouvelles technologies en matière d'affichage, telles que les publicités, enseignes et pré-enseignes numériques ;
- 2. de maîtriser l'implantation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes sur le territoire communal ;
- 3. de créer des indicateurs de suivi et d'évaluation de ce futur règlement ;

Le RLP définira une ou plusieurs zones où s'appliquera une réglementation plus restrictive que les prescriptions de la réglementation nationale.

En application de l'article L. 581-14 du Code de l'environnement, la commune élabore sur l'ensemble de son territoire un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L. 581-9 du Code de l'environnement.

En agglomération, une ou plusieurs zones sont déterminées pour voir s'appliquer une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le décret en Conseil d'État n° 2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité. Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R. 581-72 du Code de l'environnement).

Le rapport de présentation s'appuie sur le diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (article R. 581-73 du Code de l'environnement).

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles spécifiques en fonction du contexte paysager local, de la densité et de la localisation des enseignes et dispositifs publicitaires souhaités.

Un document graphique des zones ainsi instituées sera réalisé et devra être joint au RLP (article R. 581-78 du Code de l'environnement).

Il conviendra d'édicter des règles simples, dont la mise en œuvre doit être facile. En particulier, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex. : 5 m²). Les formats de 12 m², 8 m² ou 4 m² (hors tout) sont des formats d'affichage publicitaire courants.

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (article L. 581-18 du Code de l'environnement). Dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation, qui peut donner lieu à des prescriptions esthétiques dont les principes doivent être traités par le RLP.

4.3.1 - Les sites sensibles de l'article L.581-4 du Code de l'environnement

Le règlement local de publicité ne peut pas déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L. 581-4-I du Code de l'urbanisme (cf. 3.2).

4.3.2 - Les sites sensibles de l'article L.581-8 du Code de l'environnement

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L. 581-8-I du Code de l'environnement (cf. 3.3).

4.4 - Les formes de publicité ne pouvant pas être interdites par un RLP

4.4.1 - Sur les palissades de chantier

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement.

4.4.2 - Publicité effectuée en exécution d'une décision

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'excède pas une surface unitaire de 1,50 m² en application des articles L. 581-17 et R. 581-5 du Code de l'environnement.

4.5 - Autorité en matière de police

En présence d'un règlement local de publicité approuvé, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire, au nom de la commune, sur l'ensemble du territoire communal.

A défaut pour le maire de prendre les mesures prévues aux articles L. 581-27, L. 581-28 et L. 581-31 du Code de l'environnement dans le délai d'un mois suivant la demande qui lui est adressée par le représentant de l'État dans le département, ce dernier y pourvoit en lieu et place du maire.

5 - Points de vigilance

5.1 - Les dimensions des dispositifs s'entendent hors tout

Le juge administratif s'est prononcé de manière définitive sur les règles relatives à la surface maximale des publicités numériques.

Le Conseil d'État considère dans sa décision du 8 novembre 2017, que pour calculer la surface unitaire « *il convient de prendre en compte, non la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier* ».

5.2 - Cas des banderoles ou drapeaux publicitaires

Le cas des banderoles ou drapeaux publicitaires devra être explicitement évoqué dans le RLP. Il s'agit la plupart du temps de dispositifs assimilables à des enseignes. Leurs dimensions, implantation (clôture aveugle ou non, etc.), leur nombre, leur localisation seront déterminés lorsque le règlement national n'apporte pas les réponses.

5.3 - Enseignes sur clôture

Le cas des enseignes sur clôture devra être explicitement évoqué dans le RLP.

5.4 - Publicités lumineuses

Le RLP pourra indiquer les zones où les publicités lumineuses ne sont pas admises, quel que soit le procédé employé (numérique ou éclairage).

Il pourra également préciser le niveau d'éclairement admissible et l'atténuation souhaitée en fonction des heures et de la localisation.

5.5 - Densité

Lorsque le RLP précisera les conditions de distance entre dispositifs, il devra préciser s'il s'agit de distance entre même type de dispositif (enseigne, préenseigne, publicité) ou si la règle s'applique indifféremment suivant le type.

Le RLP devra également indiquer si les règles de densité s'appliquent par sens de circulation dans le cas de dispositif simple face, sur mur aveugle (dispositif non visible par l'autre sens de circulation).

5.6 - Règles de sécurité

Le RLP pourra indiquer les distances minimum à respecter pour l'implantation des dispositifs par rapport à certaines intersections et carrefours giratoires.

5.7 - Les zones commerciales

Le RLP devra rappeler les règles applicables aux dispositifs scellés au sol implantés sur les parking des zones commerciales et vus des voies ouvertes à la circulation.

5.8 - Les entrées de la ville

Le RLP devra préciser la liste des rues ou routes considérées comme entrée de ville. Le RLP devra préciser si les règles particulières sont applicables aux dispositifs vus de ces axes

d'entrées de ville ou simplement aux dispositifs implantés le long de ces axes ou aux dispositifs situés dans une bande parallèle aux axes sur une largeur à définir.

5.9 - Les axes de contournement

Le RLP devra préciser la liste des rues ou routes considérées comme axes de contournement. Situés hors zones agglomérées, les dispositifs publicitaires seront prohibés.

Dans les zones agglomérées, le RLP devra préciser si les règles particulières s'appliquent aux dispositifs vus de ces axes de contournement ou simplement aux dispositifs implantés le long de ces axes ou aux dispositifs situés dans une bande parallèle aux axes sur une largeur à définir.

Les règles particulières devront évoquer le cas des dispositifs implantés des 2 côtés, voir sur un terre plein central.

5.10 - Cohérence avec les autres territoires voisins

La cohérence de la réglementation avec les territoires des communes limitrophes sera recherchée.

5.11 - Enjeux tout particuliers pour le paysage

Le RLP de 1993 prévoyait 6 zones de publicités restreintes et une zone de publicité autorisée. Il serait plus lisible de ne préconiser que 2 zones restreintes et une zone autorisée,

1- une zone restreinte pour les centres historiques, les berges et les périmètres de protection modifié (anciennement ZPR1 et ZPR2 dense et diffus). Dans cette zone ne pourrait être admis que du mobilier urbain de type arrêt de bus ou sucette « Vediaud » quand la largeur du trottoir dépasse 4 m.

2- une zone restreinte le long des axes qui traversent les zones commerciales et industrielles, le boulevard Etienne Lapassat et la RD 92. Sur ces axes, pourraient être implantés :

- des dispositifs de 12 m² maximum (4x3), scellés au sol respectant une inter distance minimale de 100 m, tout azimuth,
- des panneaux muraux de 4 m² maximum ,
- du mobilier urbain.

3- une zone de publicité autorisée avenue des Allobroges, la rue Denis Papin, la rue Réaumur et la rocade Est.

Le reste du territoire de la commune sera soumis aux dispositions du règlement national.

Une charte pourrait s'avérer pertinente par exemple pour les enseignes en évitant la redondance entre l'enseigne scellée au sol et l'enseigne sur façade dans les secteurs commerciaux vu de la route principale, en privilégiant les enseignes « type totems » en limite des domaines privés/publics, etc.

5.12 - Alertes sur état existant

Le diagnostic devra faire apparaître les dispositifs ne respectant pas le RLP actuellement en vigueur, ainsi que les dispositifs en infraction avec le règlement national.

ANNEXE : Synthèse des principales règles relatives à l'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite

Concernant plus particulièrement l'accessibilité de la voirie et des espaces publics, celle-ci est liée à la notion d'obstacles et d'encombrement des trottoirs. Il en découle des exigences portant notamment sur les caractéristiques dimensionnelles des cheminements piétons ou sur l'implantation du mobilier urbain et des arrêts de transport collectif, exprimées dans le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.

Art. 1er.- I. 1° Cheminements

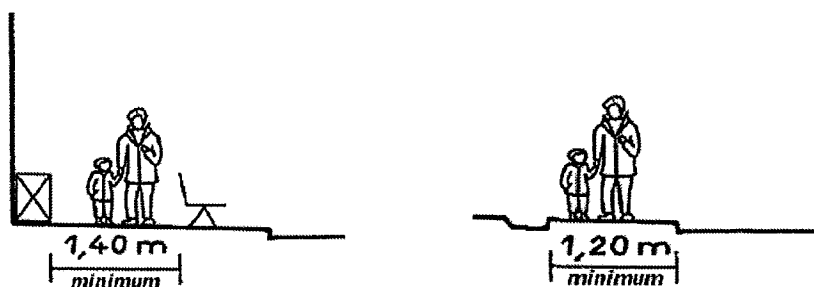
Les aménagements destinés à assurer aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, et aux personnes à mobilité réduite l'accessibilité des voies publiques ou privées ouvertes à la circulation publique et des autres espaces publics doivent satisfaire aux caractéristiques techniques suivantes :

[...] Le profil en travers a une largeur suffisante et dégagée de tout obstacle pour permettre le cheminement des piétons en sécurité. Le mobilier urbain, en particulier les bornes et poteaux, y compris lorsqu'ils sont implantés en porte-à-faux, est aisément détectable par les personnes aveugles ou malvoyantes.

Cette notion d'accessibilité est également reprise dans l'arrêté du 15 janvier 2007 portant application du décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.

Art. 1er - 3° largeur minimale du cheminement

[...] la largeur minimale du cheminement est de 1,40 m libre de mobilier ou de tout autre obstacle éventuel. Cette largeur peut toutefois être réduite à 1,20 m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.

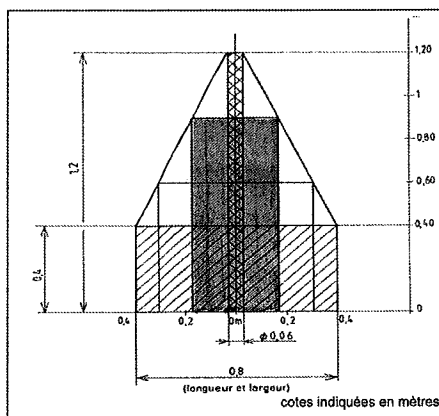


Art. 1er - 6° Équipements et mobiliers sur cheminement

[...] afin de faciliter leur détection par les personnes malvoyantes, les bornes et poteaux et autres mobiliers urbains situés sur les cheminements comportent une partie contrastée soit avec son support, soit avec son arrière-plan selon les modalités définies en annexe 1 du présent arrêté. La partie de couleur contrastée est constituée d'une bande d'au moins 10 centimètres de hauteur apposée sur le pourtour du support ou sur chacune de ses faces, sur une longueur au moins égale au tiers de sa largeur, et à une hauteur comprise entre 1,20 mètre et 1,40 mètre.

Ce contraste est réalisé dans la partie haute des bornes et poteaux d'une hauteur inférieure ou égale à 1,30 mètre. La hauteur de la partie contrastée peut alors être adaptée si elle permet d'atteindre un résultat équivalent.

La largeur et la hauteur des bornes et poteaux doivent respecter l'abaque de détection d'obstacles (annexe 3 de l'arrêté).



«Les dimensions des bornes et poteaux sont déterminées conformément au schéma ci-contre et compte tenu des précisions suivantes :

- la hauteur se mesure à partir de la surface de cheminement ;
- la largeur hors-tout, la plus faible des dimensions, ou le diamètre sont mesurés dans un plan horizontal.

La hauteur ne peut être inférieure à 50 cm. Si la borne ou le poteau a une hauteur de 50 cm, sa largeur ou son diamètre ne peut être inférieur à 28 cm.

Si la borne ou le poteau a une hauteur supérieure à 50 cm, la largeur ou le diamètre minimal de la base diminue à mesure que sa hauteur augmente. Ainsi par exemple :

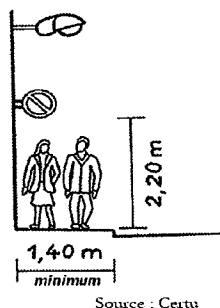
- la hauteur du poteau est de 1,10 m au minimum pour un diamètre ou une largeur de 6 cm ;
- une borne de 21 cm de largeur ou diamètre a une hauteur de 60 cm au minimum.

Des resserrlements ou évidements sont acceptés au-dessus de 50 cm de hauteur.

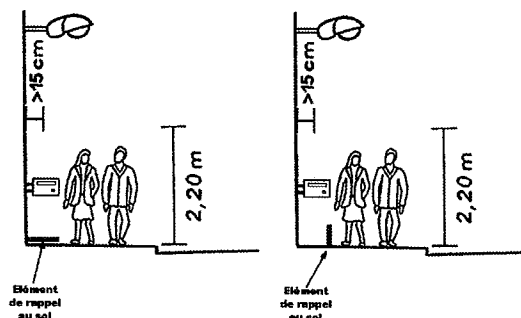
Pour les bornes et poteaux comportant un resserrlement ou un évidement, le contraste visuel prévu au point 6 de l'article 1 du présent arrêté est réalisé sur sa partie sommitale sur une hauteur d'au moins 10 cm, afin de veiller à la sécurité des déplacements des personnes malvoyantes.»

Tout mobilier urbain sur poteaux ou sur pieds comporte un élément bas situé à l'aplomb des parties surélevées lorsque celles-ci ne ménagent pas un passage libre d'au moins 2,20 mètres de hauteur. Cet élément est installé au maximum à 0,40 mètre du sol.

S'ils ne peuvent être évités sur le cheminement, les obstacles répondent aux exigences suivantes :

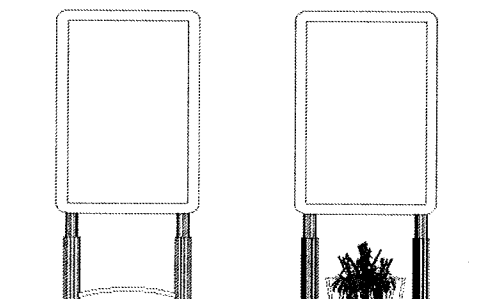


- s'ils sont en porte-à-faux, ils laissent un passage libre d'au moins 2,20 mètres de hauteur ;
- s'ils sont en saillie latérale de plus de 15 centimètres et laissent un passage libre inférieur à 2,20 mètres de hauteur, ils sont rappelés par un élément bas installé au maximum à 0,40 mètre du sol ou par une sur-épaisseur au sol d'au moins 3 centimètres de hauteur.



Les éléments permettant une bonne détection à la canne ne suffisent pas toujours à rendre «visibles» le mobilier par les mal-voyants qui ont d'autres besoins que les non-voyants. Leurs difficultés sont aggravées par la complexité de l'environnement visuel en milieu urbain («fond» non uniforme, signalisation, usagers statiques et en mouvements, publicités, vitrines, etc.), ainsi que lorsque les conditions de visibilité ne sont plus optimales (temps couvert, nuit ou soirée, etc.)

Il est ainsi indispensable d'améliorer cette «connectabilité visuelle» en ayant recours notamment aux contrastes de luminance et de couleurs.



Exemple de mesures tendant à rendre détectable
un panneau publicitaire non conforme à la réglementation
(Source : Cete Méditerranée)

L'utilisation de certains matériaux ou de certaines couleurs «trop vives» peuvent susciter certaines réticences, liées à des contraintes de protection du patrimoine ou à des exigences d'ordre esthétique (charte mobilier existante).

La solution peut porter sur le contraste d'une partie seulement de l'objet par rapport à une autre (à son support par exemple), plutôt que de rechercher un contraste de l'objet complet par rapport au fond visuel qui l'entoure.

Le règlement peut donner des recommandations, en matière de détection des obstacles, de lisibilité de la signalétique.

- Les trous ou fentes dans le sol résultant de la présence de grilles ou autres équipements ont

un diamètre ou une largeur inférieurs à 2 centimètres.

- Afin de faciliter leur détection par les personnes malvoyantes, les bornes et poteaux et autres mobiliers urbains situés sur les cheminements comportent une partie contrastée soit avec son support, soit avec son arrière-plan selon les modalités définies en annexe 1 du présent arrêté. La partie de couleur contrastée est constituée d'une bande d'au moins 10 centimètres de hauteur apposée sur le pourtour du support ou sur chacune de ses faces, sur une longueur au moins égale au tiers de sa largeur, et à une hauteur comprise entre 1,20 mètre et 1,40 mètre.

Ce contraste est réalisé dans la partie haute des bornes et poteaux d'une hauteur inférieure ou égale à 1,30 mètre. La hauteur de la partie contrastée peut alors être adaptée si elle permet d'atteindre un résultat équivalent.

Les dispositifs d'éclairage répondent aux prescriptions indiquées dans l'annexe 2 du présent arrêté.

- La largeur et la hauteur des bornes et poteaux respectent l'abaque de détection d'obstacles représenté dans l'annexe 3 du présent arrêté.

Tout mobilier urbain sur poteaux ou sur pieds comporte un élément bas situé à l'aplomb des parties surélevées lorsque celles-ci ne ménagent pas un passage libre d'au moins 2,20 mètres de hauteur. Cet élément est installé au maximum à 0,40 mètre du sol.

- S'ils ne peuvent être évités sur le cheminement, les obstacles répondent aux exigences suivantes :
 - s'ils sont en porte-à-faux, ils laissent un passage libre d'au moins 2,20 mètres de hauteur ;
 - s'ils sont en saillie latérale de plus de 15 centimètres et laissent un passage libre inférieur à 2,20 mètres de hauteur, ils sont rappelés par un élément bas installé au maximum à 0,40 mètre du sol ou par une sur-épaisseur au sol d'au moins 3 centimètres de hauteur.