



Elaboration du Règlement Local de Publicité

Présentation du diagnostic en concertation

25 et 26 avril 2023

SOMMAIRE

DOMME-VILLEFRANCHE DU PÉRIGORD

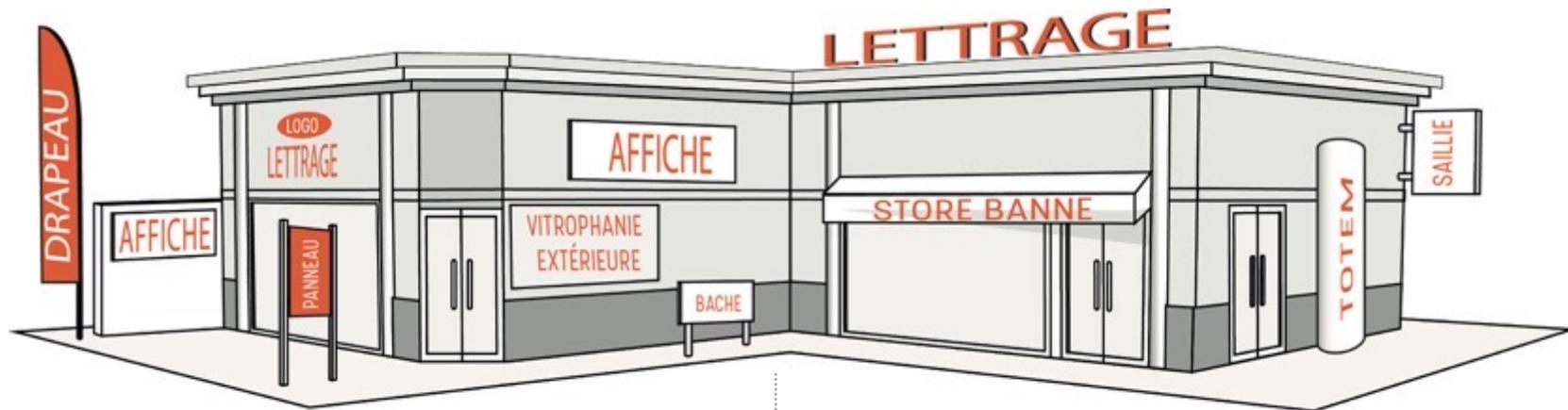
- Contexte général
- Cadre légal
- Diagnostic en matière de publicités et préenseignes
- Diagnostic en matière d'enseignes
- S'informer et contribuer au projet



The background of the slide is a solid orange color with a faint, light-colored map pattern overlaid. The map shows a grid of streets and some larger buildings or parks. In the center, there is a large white circle containing the text.

Contexte Général

DÉFINITIONS

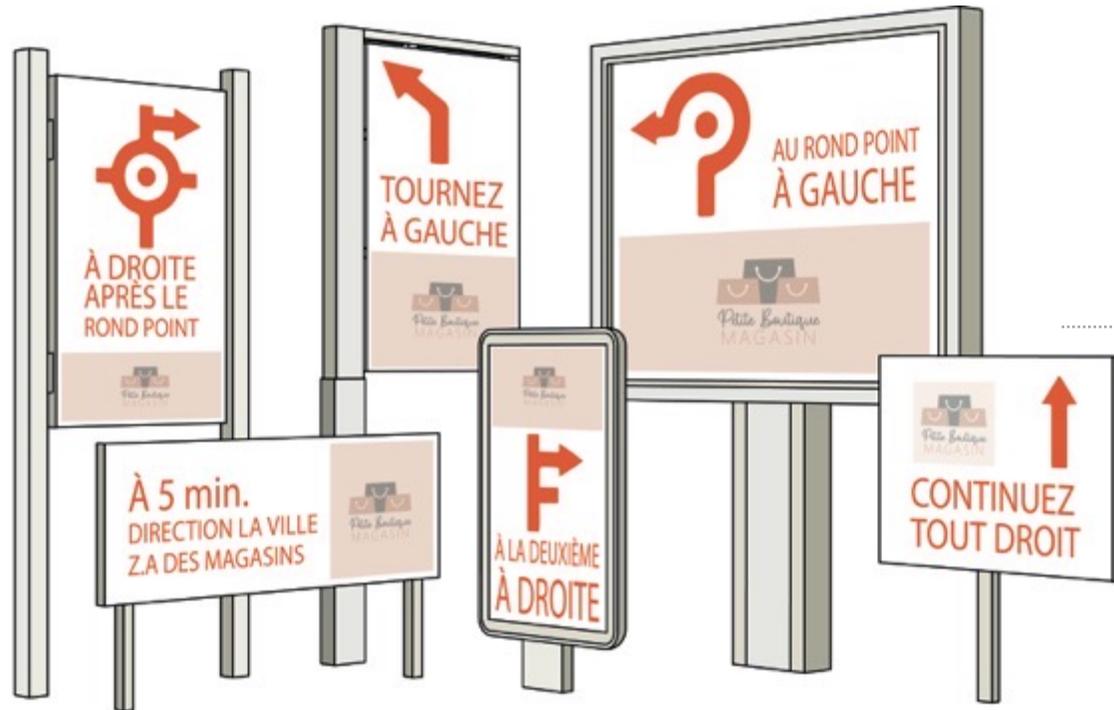


> LES ENSEIGNES

Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s’y exerce (Article L 581-3 2° du code de l’environnement).

La notion « d’immeuble » employée dans la loi correspond à celle du code civil : « bien immobilier », qu’il s’agisse d’un bâtiment ou d’un terrain : le parking du supermarché fait partie de « l’immeuble » où s’exerce l’activité commerciale.

DÉFINITIONS



> LES PRÉENSEIGNES

Constitue une préenseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée (Article L 581-3 3° du code de l'environnement).

DÉFINITIONS

> LES PUBLICITÉS

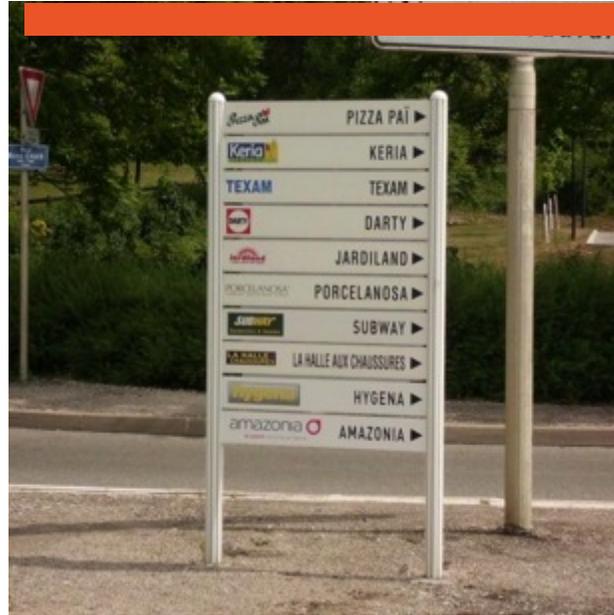
Constitue une publicité, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Panneau affichant une publicité sur le domaine privé ou public, visible depuis une voie ouverte à la circulation publique.
(Article L 581-3 1° du code de l'environnement).

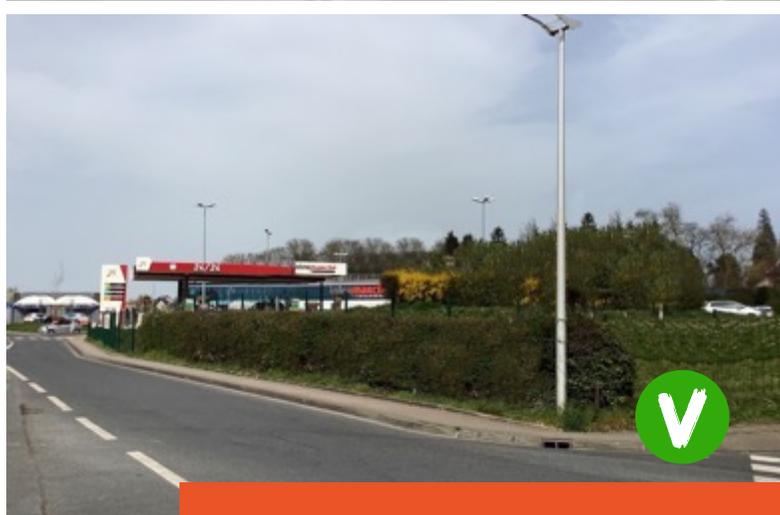


CE QUE PERMET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

► Adapter localement les dispositions prévues par le code de l'environnement en matière :

- D'emplacements (muraux, scellés au sol, etc.), de densité, de surface, de hauteur et d'entretien ;
- De types de dispositifs (bâches, micro-affichage, etc.) ;
- D'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique ;
- De publicités et d'enseignes lumineuses (et en particulier numériques).





INTÉRÊT DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

► Le RLP est l'unique document réglementaire qui régit les publicités, les préenseignes et les enseignes. Il permet à la commune :

- D'instruire les demandes relatives à l'affichage extérieur et d'exercer le pouvoir de police relatif à l'affichage extérieur ;
- De protéger le cadre de vie :
 - En valorisant le patrimoine paysager, architectural et naturel ;
 - En renforçant l'attractivité et le dynamisme des zones d'activités ;
 - En améliorant l'image du territoire (centre-ville, entrées de ville...), etc.

PROCÉDURE DU RLPi



PHASE 1 : Diagnostic

Délibération prescrivant l'élaboration du RLPi
définissant les objectifs en matière de publicité
extérieure et les modalités de concertation



PHASE 2 : Elaboration du RLPi

Débat sur les orientations
À minima 2 mois avant l'arrêt du projet en
Conseil Communautaire

**Délibération arrêtant le projet
de RLPi** et tirant le bilan de la
concertation



PHASE 3 : Etape administrative

Avis des PPA et de la CDNPS
puis enquête publique

Délibération d'approbation
du projet de RLPi

OBJECTIFS INSCRITS DANS LA DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION DU 9 NOVEMBRE 2020



- Préserver les paysages et le cadre de vie du territoire communautaire, en limitant l'impact des dispositifs publicitaires, notamment dans les périmètres bénéficiant de moyens de protection, en place et à venir, qu'ils concernent le patrimoine bâti ou naturel ;
- Donner une cohérence d'ensemble au traitement de la publicité, enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire, afin d'éviter leur développement anarchique tout en établissant des règles adaptées aux zones caractéristiques que sont les zones rurales, les vallées protégées et les villages historiques ;
- Répondre de manière équitable en fonction des zones aux besoins des acteurs économiques locaux, sans dénaturer l'environnement et les paysages : contribuer à la mise en valeur des entrées de villes, assurer une qualité visuelle et paysagère des principaux axes structurants, valoriser les centres historiques ;
- Prendre en compte les exigences en matière de développement durable en ce qui concerne les dispositifs consommateurs d'énergie ou source de pollution lumineuse ;
- Tenir compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologies en matière de publicité.

The background is a detailed, light-colored map of Paris, France, showing the city's street grid and landmarks. A large, semi-transparent white circle is centered over the map. The text "Cadre Légal" is positioned in the center of this circle. The word "Cadre" is in a dark grey font, and "Légal" is in a bold, orange font. There are white rectangular bars at the top and bottom center of the page.

Cadre Légal

INTERDICTION ABSOLUE DE PUBLICITÉ

HORS AGGLOMÉRATION

► Agglomération

Espace sur lequel sont groupés des bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (Code de la Route).

- La réalité du bâti prévaut sur l'installation des panneaux d'entrée et de sortie (jurisprudence CE, 02/03/1990).
- Les limites d'agglomération sont fixées par arrêté du maire.



4 DÉROGATIONS SUBSITENT

Hors agglomération, depuis le 13 juillet 2015, pour les préenseignes qui signalent :

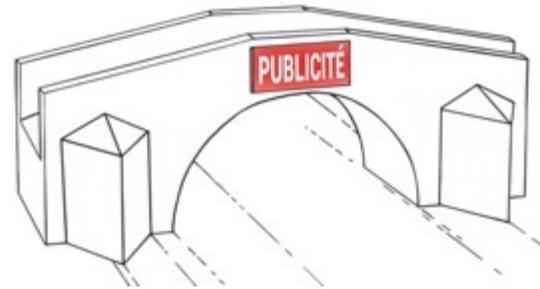
- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- A titre temporaire, des opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

INTERDICTIONS ABSOLUES DE PUBLICITÉ

DÉROGATION IMPOSSIBLE



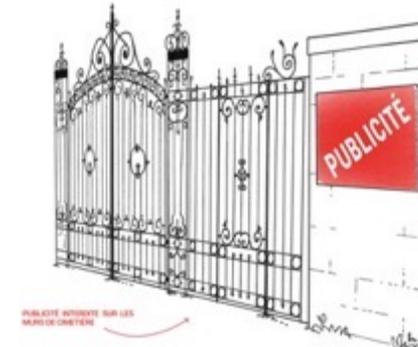
- ▶ **Sur un mur ou une clôture** de jardins publics et clôture non-aveugle



- ▶ **Sur les équipements publics** relatifs à la circulation



- ▶ **Sur les poteaux** de transport et de distribution d'électricité



- ▶ **Sur les murs** de cimetières



- ▶ **Sur arbres** et plantations

INTERDICTIONS RELATIVES DE PUBLICITÉ

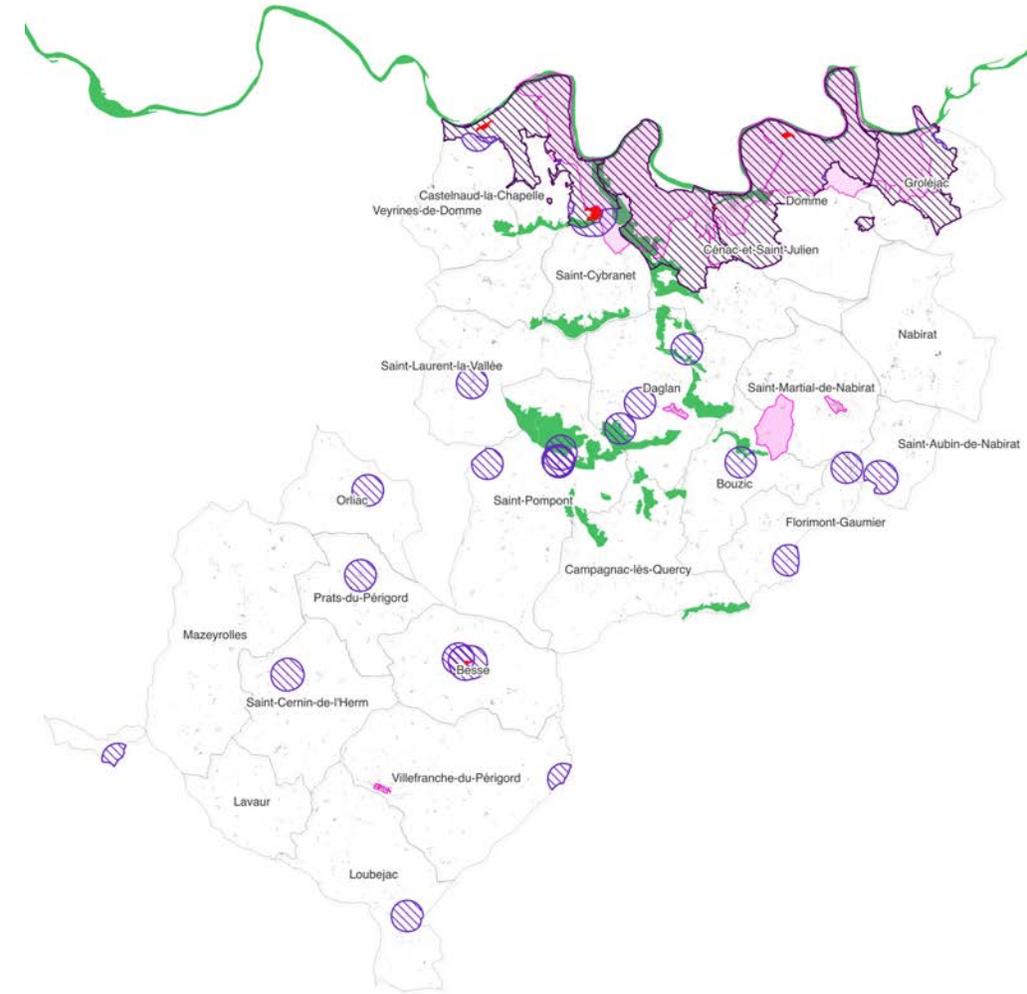
DÉROGATION POSSIBLE

► Interdictions absolues :

- Sur les 47 monuments historiques ;
- Dans les 2 sites classés : château de Lacoste à Castelnaud-la-Chapelle et le Capiol à Domme.

► Interdictions relatives :

- Aux abords des monuments historiques : Périmètres Délimités aux Abords (PDA) et périmètres de protection (rayon de 500m) ;
- Dans les périmètres des Sites Patrimoniaux Remarquables de Groléjac, Castelnaud-la-Chapelle, Cénac-et-Saint-Julien et Domme ;
- Dans 8 sites inscrits ;
- Dans les 3 sites Natura 2000.



Légende

- Monuments historiques classés et inscrits
- ▨ Périmètre de protection des monuments historiques
- ▨ Site Patrimonial Remarquable (SPR)
- Sites inscrits
- Zones Spéciales de Conservation et Zones de Protection Spéciale
- Bâti
- Limite communale



Source :
Parcellaire bâti et commune : Cadastre - Etalab - CC
Domme-Villefranche du Périgord
Données de protection (patrimoine/environnement) : CC
Domme-Villefranche du Périgord

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

CADRE LÉGAL :

DÉMOGRAPHIE ET RÈGLES APPLICABLES

Domme-Villefranche du Périgord :

- 23 communes ;
- 8 523 habitants (Insee, 2019).

Uniquement des agglomérations de moins de 10 000 habitants, hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

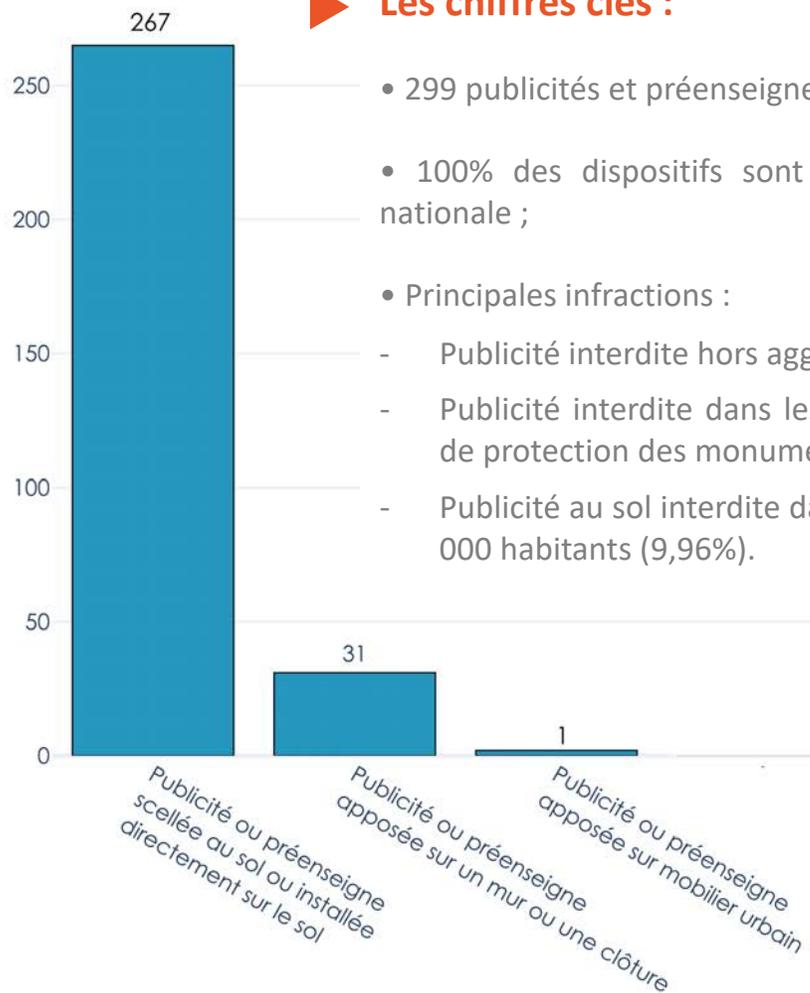
	Agglomération de - de 10 000 habitants hors d'une unité urbaine de + de 100 000 habitants	Agglomération de - de 10 000 habitants dans une unité urbaine de + de 100 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants
Publicité (ou préenseigne) sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface ≤ 4 m ² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 7,5 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 7,5 m
Publicité (ou préenseigne) scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse	INTERDIT	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m
Bâche publicitaire et dispositif de dimensions exceptionnelles	INTERDIT	INTERDIT	AUTORISÉES
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	surface ≤ 4 m ² hauteur ≤ 6 m Extinction entre 1h et 6h	Règles de la publicité non lumineuse Extinction entre 1h et 6h	Règles de la publicité non lumineuse Extinction entre 1h et 6h
Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (notamment numérique)	INTERDIT	surface ≤ 8 m ² hauteur ≤ 6 m Extinction entre 1h et 6h	surface ≤ 8 m ² hauteur ≤ 6 m Extinction entre 1h et 6h

The background of the slide is a repeating pattern of a city street map in a light orange color. The map shows a grid of streets with various building footprints and park-like areas. In the center of the slide, there is a large white circle. Inside this circle, the text "Publicités & Préenseignes" is displayed. The word "Publicités" is in a dark grey font, and the word "Préenseignes" is in a bold orange font. The background also features two white horizontal bars, one at the top and one at the bottom, partially cut off by the edges of the frame.

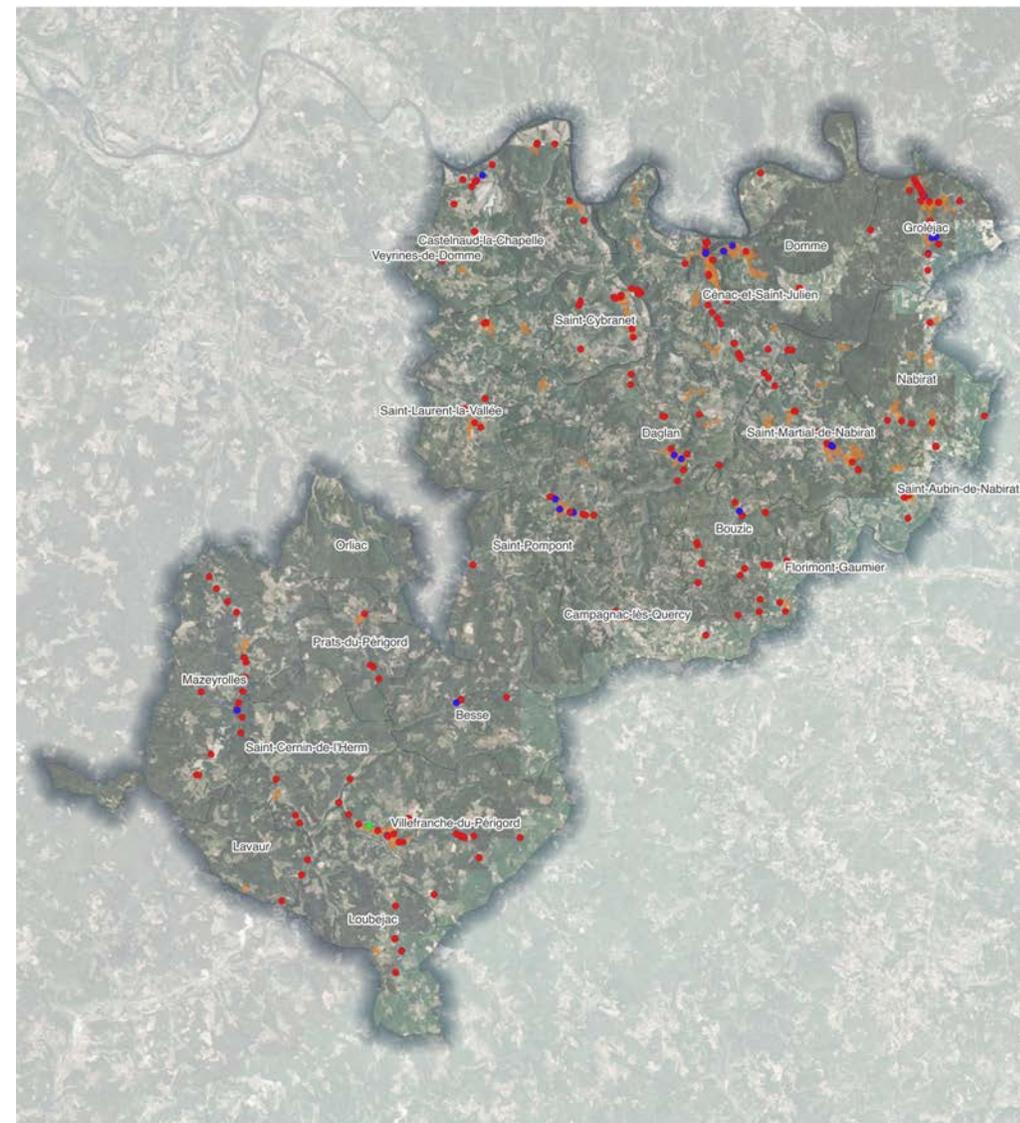
Publicités & Préenseignes

LES INFORMATIONS CLÉS DU DIAGNOSTIC

► Les chiffres clés :



- 299 publicités et préenseignes recensées ;
- 100% des dispositifs sont non-conformes à la réglementation nationale ;
- Principales infractions :
 - Publicité interdite hors agglomération (47,3%) ;
 - Publicité interdite dans les sites inscrits ou dans les périmètres de protection des monuments historiques (29,88%) ;
 - Publicité au sol interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (9,96%).



Légende

- Publicité / préenseigne apposée sur mobilier urbain
- Publicité / préenseigne apposée sur un mur ou une clôture
- Publicité / préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Espace aggloméré
- Bâti
- Limite communale



Source :
Zones d'agglomération et localisation des dispositifs :
bureau d'étude GoPub Conseil
Parcelle/bâti et commune : Cadastre - Etalab - CC
Domme-Villefranche du Périgord

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

LES PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES SCELLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL

- Les informations clés :

- 89% des dispositifs relevés ;
- 100% des dispositifs sont non-conformes ;
- Infractions principales : publicité interdite hors agglomération (81%) et publicité scellée au sol ou installée directement dans le sol interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (18%).

- Les enjeux :

- Faire respecter la réglementation nationale ;
- Favoriser les solutions alternatives : Signalisation d'Information Locale (SIL) par exemple.



Publicités scellées au sol – Photographies non prises sur le territoire de la CDCDV



SIL – Signalisation d'Information Locale – Photographies non prises sur le territoire de la CDCDV



Publicités et préenseignes scellées au sol – Photographies non prises sur le territoire de la CDCDV



LES PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES APPOSÉES SUR MUR OU SUR CLÔTURE



Publicités sur clôture – Photographie non prise sur le territoire de la CDCDV

- **Les informations clés :**

- 10% des dispositifs ,
- 100% des dispositifs sont non-conformes ;
- Infractions principales : publicité interdite hors agglomération (29%) et publicité interdite dans les sites inscrits ou dans les périmètres de protection des monuments historiques (71%) ;
- Majorité de petit format ($\leq 4\text{m}^2$).

- **Les enjeux :**

- Faire respecter la réglementation nationale ;
- Déroger ou non aux interdictions relatives de publicité dans certains secteurs ;
- Conforter les formats existants ;
- Favoriser une meilleure intégration des publicités en termes d'implantation et de densité.



Publicités et préenseignes sur mur ou sur clôture – Photographies non prises sur le territoire de la CCDV



LES PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES APPOSÉES SUR MOBILIER URBAIN

- Les informations clés :

- 1 dispositif apposé sur mobilier urbain d'information ;
- Dispositif non-conforme car situé hors agglomération.

- Les enjeux :

- Faire respecter la réglementation nationale.



Mobilier urbain d'information : face publicitaire et face information non publicitaire à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques
Photographies non prises sur le territoire de la CDCDV

LES PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES LUMINEUSES



Préenseigne éclairée par transparence –
Photographie non prise sur le territoire de la CDCDV



Préenseigne éclairée par projection – Photographie
non prise sur le territoire de la CDCDV



Publicité numérique – Photographie non prise sur
le territoire de la CDCDV

- **Les informations clés :**

- Absence de dispositifs lumineux ;
- Publicité numérique interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants .

- **Les enjeux :**

- Anticiper le développement des publicités lumineuses en mettant en place, à minima, une plage d'extinction nocturne plus restrictive que la réglementation nationale.

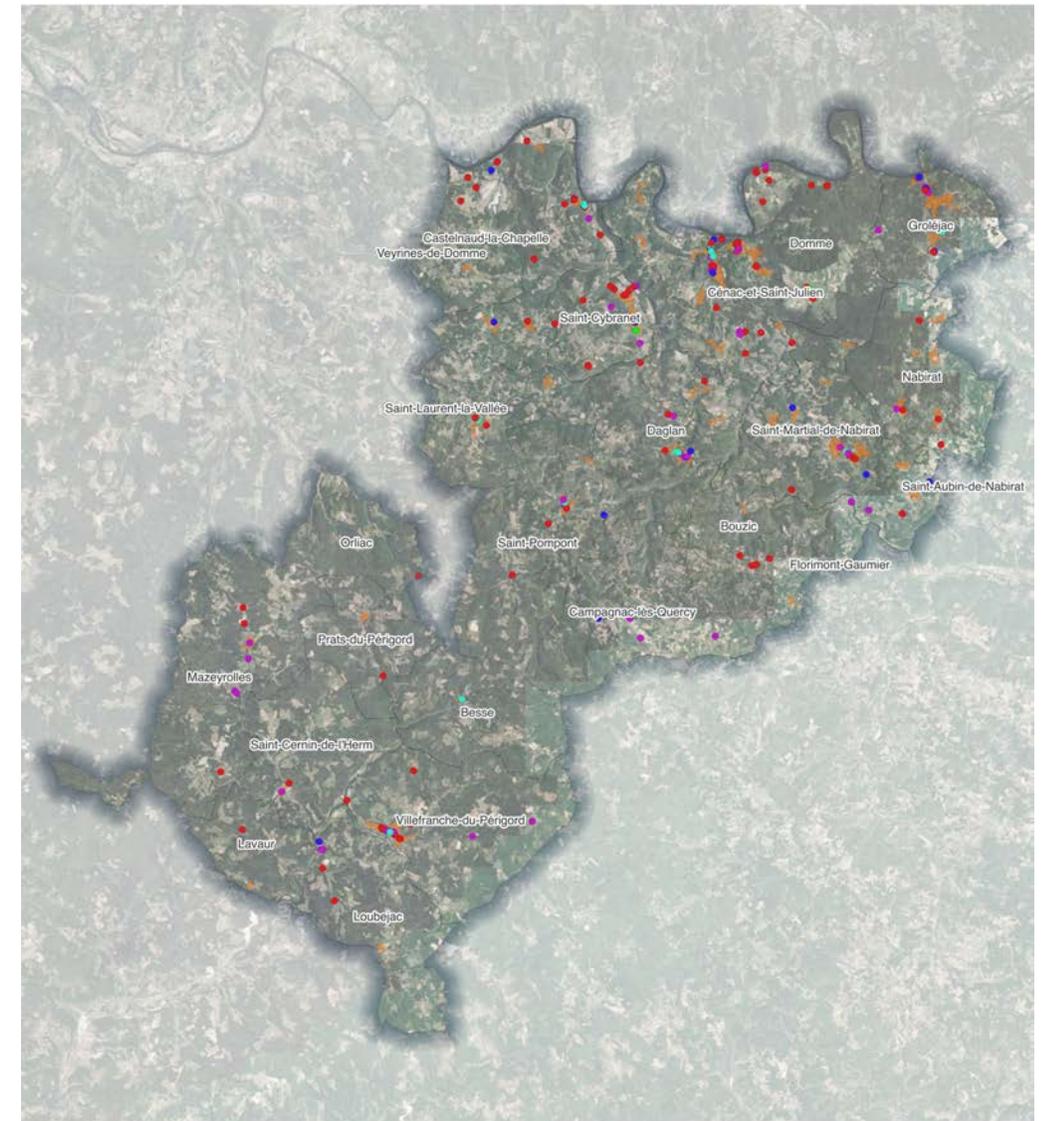
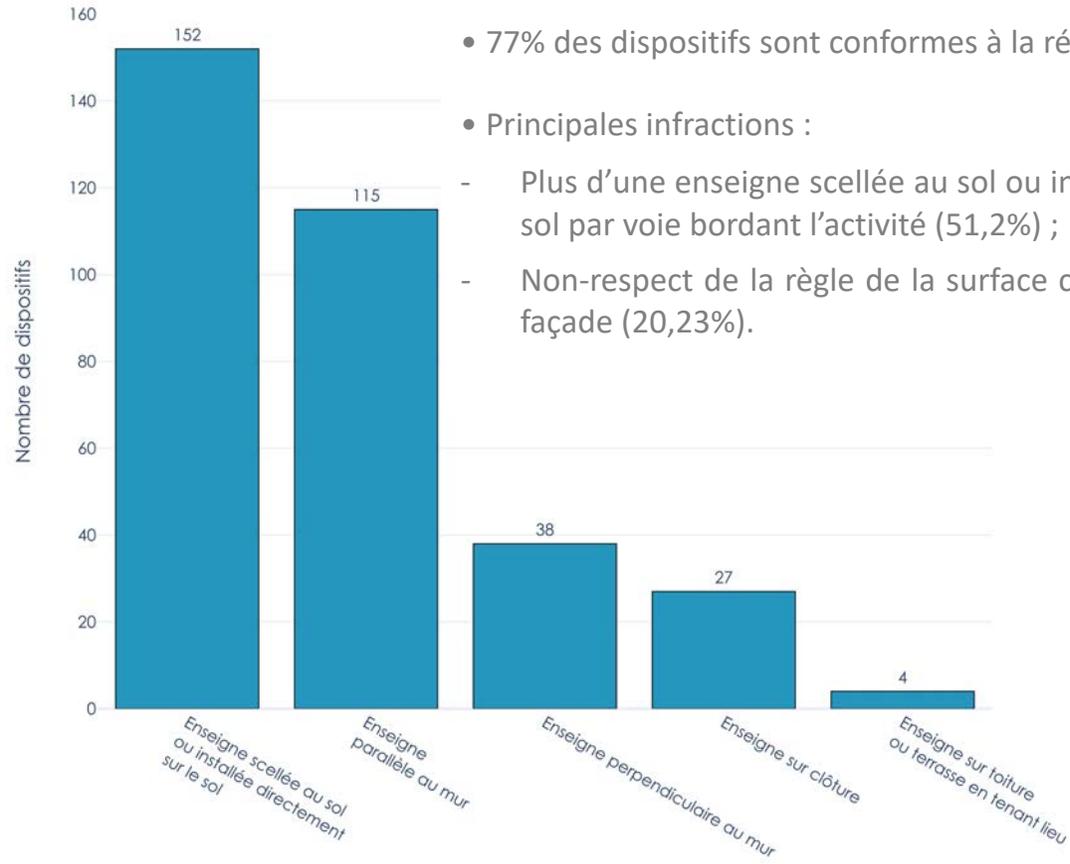


Enseignes

LES INFORMATIONS CLÉS DU DIAGNOSTIC

► Les chiffres clés :

- 336 enseignes recensées ;
- 77% des dispositifs sont conformes à la réglementation nationale ;
- Principales infractions :
 - Plus d'une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol par voie bordant l'activité (51,2%) ;
 - Non-respect de la règle de la surface cumulée des enseignes en façade (20,23%).



Légende

- Enseigne parallèle au mur
- Enseigne perpendiculaire au mur
- Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Enseigne sur clôture
- Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu
- Espace aggloméré
- Bâti
- Limite communale



Source : Zones d'agglomération et localisation des dispositifs : bureau d'étude GoPub Conseil
Parcellaire bâti et commune : Cadastre - Etalab - CC Domme-Villefranche du Périgord

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

LES ENSEIGNES PARALLÈLES AU MUR

- Les informations clés :

- 34% des enseignes ;
- 21% des dispositifs sont non-conformes ;
- Principales infractions : non-respect de la règle de la surface cumulée des enseignes en façade et implantation qui dépasse des limites du mur ou de l'égout du toit ;
- Présence d'enseignes sur lambrequins de store-banne et sur garde-corps de balcon ;
- Présence d'enseignes qualitatives, notamment dans les SPR.

- Les enjeux :

- Faire respecter la réglementation nationale ;
- Protéger et mettre en valeur la richesse patrimoniale en mettant en place des règles d'implantation pour ce type d'enseigne, notamment dans les secteurs patrimoniaux.



Diversité des formes des enseignes parallèles au mur – Photographies non prises sur le territoire de la CDCDV



LES ENSEIGNES PERPENDICULAIRES AU MUR

- Les informations clés :

- 11% des enseignes ;
- 11% des dispositifs sont non-conformes ;
- Principale infraction : mauvais état de propreté, d'entretien ou de fonctionnement ;
- Majorité des supports dont la surface est inférieure ou égale à 1m² ;
- 6 dispositifs ont une saillie supérieure à 1m ;
- 3 dispositifs ont une hauteur supérieure à 1m.

- Les enjeux :

- Faire respecter la réglementation nationale ;
- Encadrer ces dispositifs (en nombre et dimensions) afin d'améliorer leur intégration sur le bâti, notamment dans les secteurs patrimoniaux.



Diversité des formes et formats des enseignes perpendiculaires – Photographies non prises sur le territoire de la CCDV



LA SURFACE CUMULÉE DES ENSEIGNES EN FAÇADE

- La règle :
 - Rapport entre la somme des surfaces des enseignes parallèles et perpendiculaires et la surface de la façade sur laquelle les enseignes sont apposées ;
 - Façade < 50m² : 25% d'enseignes ;
 - Façade ≥ 50m² : 15% d'enseignes.
- Les informations clés :
 - 11% des dispositifs sont non-conformes ;
 - 6 activités non-conformes.
- Les enjeux :
 - Faire respecter la réglementation nationale.



Commerces dont les façades sont saturées d'enseignes – Photographies non prises sur le territoire de la CCDV



LES ENSEIGNES

SCELLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL

- **Les informations clés :**

- 45% des enseignes ;
- 30% des dispositifs sont non-conformes ;
- 54% sont des enseignes supérieures à 1m² et 46% sont inférieures ou égales à 1m² ;
- Principale infraction : non-respect de la règle de densité.

- **Les enjeux :**

- Faire respecter la réglementation nationale ;
- Limiter les formats et les hauteurs des dispositifs supérieurs à 1m² ;
- Mettre en place des règles spécifiques aux enseignes inférieures ou égales à 1m² (non spécifiquement réglementées par le Code de l'environnement).



Diversité des formes et formats des enseignes au sol, supérieures à 1m² – Photographies non prises sur le territoire de la CDCDV



LES ENSEIGNES SCELLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL



Enseignes au sol, inférieures ou égales à 1m² – Photographies non prises sur le territoire de la CDCDV

Attention, pour être qualifiées d'enseignes, elles doivent disposer d'une autorisation d'occupation du domaine public. Sans cette autorisation, il s'agit alors de publicités installées directement sur le sol.

LES ENSEIGNES SUR CLÔTURE

- Les informations clés :

- 8% des enseignes ;
- 7% des dispositifs sont non-conformes ;
- Présence d'enseigne sur clôture aveugle et sur clôture non-aveugle ;
- Majorité de dispositifs de petit format, inférieure à 4m², plus de la moitié des dispositifs ont une surface inférieure ou égale à 2m².



Diversité des formes et formats des enseignes sur clôture – Photographies non prises sur le territoire de la CDCDV

- Les enjeux :

- Limiter l'impact visuel et paysager des dispositifs sur clôture ;
- Encadrer les formats et mettre en place une règle de densité pour limiter ces dispositifs.



LES ENSEIGNES SUR TOITURE OU TERRASSE EN TENANT LIEU

- Les informations clés :

- 1% des enseignes ;
- 75% des dispositifs sont non-conformes ;
- Principales infractions : enseignes non réalisées en lettres ou signes découpés, ou sans dissimulation des fixations.

- Les enjeux :

- Faire respecter la réglementation nationale ;
- Possibilité d'interdire ce type de dispositif sur tout ou partie du territoire, du fait de son impact fort sur le paysage.



Enseigne sur toiture réalisée en lettres découpées –
Photographie non prise sur le territoire de la CDCDV



Enseigne sur toiture non réalisée en lettres découpées –
Photographie non prise sur le territoire de la CDCDV

LES ENSEIGNES LUMINEUSES

- Les informations clés :

- 11% des dispositifs ;
- Présence de 6 enseignes numériques signalant des pharmacies ou totems de station-service.

- Les enjeux :

- Mettre en place une plage horaire d'extinction nocturne ;
- Encadrer spécifiquement les enseignes numériques ;
- Possibilité d'encadrer les dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines.



Enseigne éclairée par projection – Photographie non prise sur le territoire de la CDCDV



Enseigne éclairée par transparence – Photographie non prise sur le territoire de la CDCDV



Enseigne numérique – Photographie non prise sur le territoire de la CDCDV

The background is a solid orange color with a faint, light-colored map pattern of streets and buildings. In the center, there is a large white circle. Inside the circle, the text "S'informer et contribuer au projet" is written in a bold, sans-serif font. The words "S'informer et" are in grey, "contribuer au" is in orange, and "projet" is in orange.

**S'informer et
contribuer au
projet**

S'INFORMER ET S'EXPRIMER SUR LE PROJET



S'informer sur le projet :

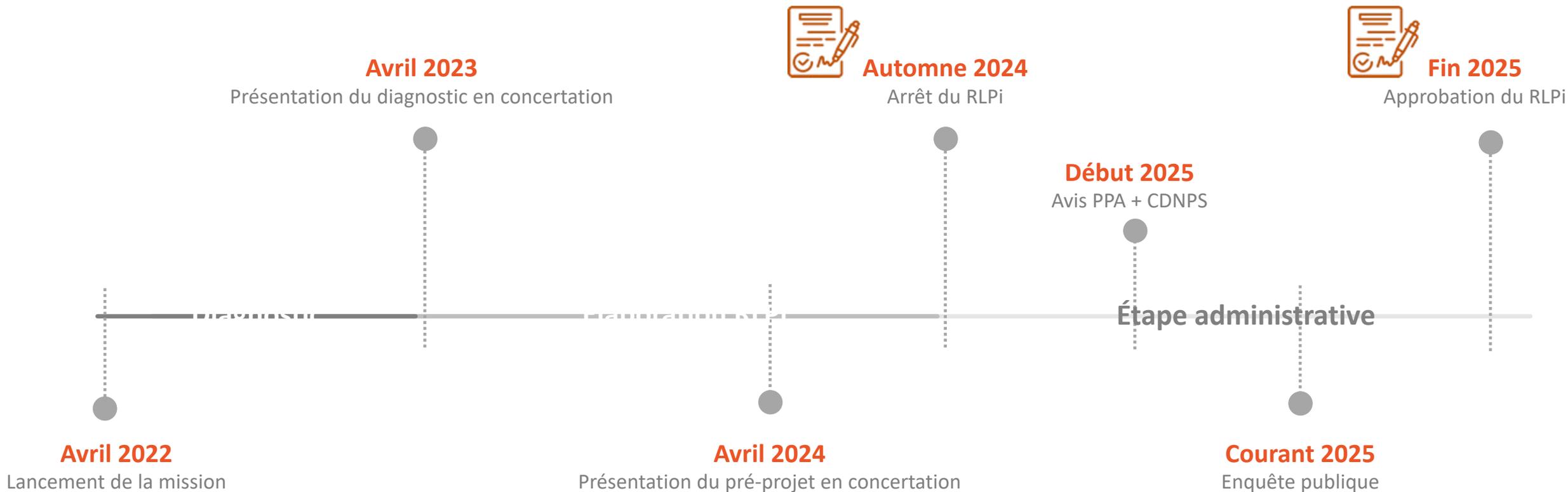
- Suivi de l'avancée de la procédure sur le site Internet de la CDCDV → tout au long de la procédure
- Dossier de concertation disponible sur le site de la CDCDV : <https://registre.agrn.fr/ep.php?idep=49> → mis en place
- Dossier de concertation en version papier mis à disposition du public au siège de la CDCDV et dans chacune des mairies → en cours de mise en place
- Exposition au siège de la CDCDV → en cours de mise en place
- Via le bulletin d'information de la CDCDV et des communes → tout au long de la procédure
- Via les articles d'information dans la presse locale → tout au long de la procédure
- Lors des réunions publiques → 1^{ère} session effectuée en avril 2023, 2^{ème} session prévue pour avril 2024 (en fonction de l'avancement de la procédure)



S'exprimer sur le projet :

- Registre numérique disponible sur le site de la CDCDV : <https://registre.agrn.fr/ep.php?idep=49> → mis en place
- Registre en version papier mis à disposition du public au siège de la CDCDV et dans chacune des mairies → en cours de mise en place
- Courrier postal adressé au Président de la CDCDV → tout au long de la procédure
- Lors des réunions publiques → 1^{ère} session effectuée en avril 2023, 2^{ème} session prévue pour avril 2024 (en fonction de l'avancement de la procédure)

PLANNING PRÉVISIONNEL



Merci



06 51 84 49 04 • elena.peron@gopubconseil.fr

12 rue Henri Becquerel - PIBS - CP67
Immeuble Piren - 56000 Vannes
www.gopubconseil.fr
partenariats@gopubconseil.fr
02 49 49 03 00