

Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

BILAN DE LA CONCERTATION

Annexe n°3 : Contributions émises durant la concertation

Vu pour être annexée à la délibération d'arrêt du RLPi le **XX** juin 2025



AR Prefecture

024-200041440-20250603-2025134A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025

SOMMAIRE

OBSERVATIONS REÇUES PAR L'ADRESSE MAIL DEDIEE A LA CONCERTATION OU PAR COURRIER	3
PAYSAGES DE FRANCE – CONTRIBUTION N°1.....	3
PAYSAGES DE FRANCE – CONTRIBUTION N°2	18
OBSERVATIONS INSCRITES DANS LE(S) REGISTRE(S) MIS A DISPOSITION DU PUBLIC.	23

AR Prefecture

024-200041440-20250603-2025234A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025

Observations reçues par l'adresse mail dédiée à la concertation ou par courrier

PAYSAGES DE FRANCE – CONTRIBUTION N°1



Élaboration
d'un RLP(i)
compatible avec
une protection acceptable
de l'environnement

MESURES MINIMALES À PRENDRE

DANS LES AGGLOMÉRATIONS COMMUNALES
DE MOINS DE 10 000 HABITANTS (NE FAISANT PAS
PARTIE D'UNE UNITÉ URBAINE DE PLUS DE 100 000
HABITANTS)



AR Prefecture

024-200041440-20250603-2025334A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025

Principes	3
1 - Publicités et préenseignes	5
• Publicité sur bâtiments et clôtures	5
2 - Mobilier urbain	B
• Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires	6
• Abris destinés au public	7
3 - Enseignes	8
• Enseignes non lumineuses et lumineuses apposées sur façade	8
• Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu	9
• Enseignes de plus de 1 m ² scellées au sol ou installées directement sur le sol	10
• Enseignes de 1 m ² ou moins scellées au sol ou installées directement sur le sol	11
• Enseignes sur clôtures	12
• Enseignes temporaires de moins de 3 mois (manifestations ou opérations exceptionnelles)	13
• Enseignes temporaires de plus de 3 mois (travaux ou opérations liées à l'immobilier)	14

Principes

L'affichage publicitaire est régi par les dispositions du titre VIII, « *Protection du cadre de vie* », du Livre V du Code de l'environnement traitant de la « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* ».

Or, à l'évidence, les maires, les présidents d'intercommunalité et les membres de leurs conseils n'ont pas pour objectif de polluer l'espace public, mais bien de dépolluer le territoire où vivent ceux qui les ont élus tout en l'embellissant et en valorisant l'image de ce dernier.

L'association Paysages de France considère que, pour atteindre cet objectif, la démarche d'élaboration d'un règlement local de publicité doit être fondée sur trois grands principes :

1.

Améliorer la qualité
du paysage urbain
et du cadre de vie

L'article L581-8 du Code de l'environnement dresse une liste des lieux interdits à la publicité en agglomération (exemple : sites patrimoniaux remarquables, abords des monuments historiques, parcs naturels régionaux, etc.) tout en prévoyant également la possibilité de déroger à cette interdiction dans le cadre d'un RLP(i).

Il n'en demeure pas moins que c'est le principe de l'interdiction *a priori* de toute forme de publicité qui a été posé par le législateur. Cette possibilité de déroger ne doit donc être mise en œuvre qu'à titre exceptionnel et avec le plus grand discernement.

Pour Paysages de France, la mise en place d'un RLP(i) dans de tels lieux doit permettre de prendre des mesures en matière d'enseignes, afin que ces dernières ne soient pas une cause de pollution mais une source d'embellissement.

2.

Établir un règlement
simple, lisible,
facile à mettre en œuvre
et à faire respecter

Les différents articles doivent simplement indiquer les dispositions qui dérogent au règlement national, quels sont les dispositifs admis et selon quelles conditions. Il n'est pas souhaitable de recopier les dispositions du règlement national qui ne font qu'alourdir le document.

3.

Limiter à 3
le nombre de zones
(voire 4 au maximum)

- **ZP0** : zone excluant toute publicité : abord des écoles, centre historique élargi, entrées de ville, zones naturelles, etc.
- **ZP1** : zone à dominante d'habitations en agglomération
- **ZP2** : zone à dominante industrielle et commerciale en agglomération

Dans les documents qui suivent :



Règlement National de la Publicité



Commentaire



Avis de Paysages de France

1 - Publicités et préenseignes

1.1 - Publicité sur bâtiments et clôtures

RNP

- Surface maximale : 4,70 m²
- Hauteur maximale au-dessus du sol : 6 m



Sur une unité foncière de 0 à 80 m de long, le RNP autorise un panneau publicitaire de 4,70 m² maximum sur mur « aveugle » (c.-à-d. ne comportant pas d'ouverture(s) de 0,50 m² ou plus).

« *Par exception* », le RNP autorise deux panneaux muraux, à condition qu'ils soient alignés horizontalement ou verticalement.

Or les afficheurs systématisent cette « exception » qui a pour effet de multiplier par deux la pollution...

Attention ! Le RNP ne limite pas le nombre de panneaux sur les clôtures aveugles autres que murales.



- Interdiction de la publicité lumineuse, y compris derrière les vitrines.
- Un seul panneau de 4,70 m² maximum sur mur de façade.
- Interdiction sur toutes les clôtures aveugles (murs compris).

2 - Mobilier urbain

2.1 - Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires

RNP

Ce mobilier peut supporter à titre accessoire une publicité d'une surface maximale de 2 m² sur une seule face OU de 3 m de haut maximum.

Il ne peut pas recevoir de publicité lumineuse, y compris éclairée par projection et transparence.



Ces dispositifs publicitaires sont installés sur les trottoirs.

Les autoriser autrement que de façon très limitée reviendrait pour les élus :

- à polluer l'espace public,
- à « donner le mauvais exemple ».

PdF

Réserver ce type de dispositif à l'information institutionnelle.

2.2 - Abris destinés au public

RNP

Ce mobilier peut supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m². Dans la pratique il est généralement équipé d'une publicité de 2 m² coté abri et une autre de 2 m² coté extérieur.

Il ne peut pas recevoir de publicité lumineuse, y compris éclairée par projection et transparence.



Outre le fait qu'un abri destiné au public n'a pas pour vocation première à supporter de la publicité, ce type de publicité a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.



Ne pas autoriser la publicité sur les abris destinés au public.

Si elle devait être autorisée, la limiter à une surface maximale cumulée de 2 m².

3 - Enseignes

3.1 - Enseignes non lumineuses et lumineuses apposées sur façade



La surface cumulée des enseignes ne doit pas excéder 15 % de la surface de la « façade commerciale ».

Elle est portée à 25 % lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m²



Le RNP autorise donc :

- l'installation d'enseignes pouvant atteindre sur certains bâtiments, notamment ceux installées dans les zones commerciales, des surfaces considérables (règle de pourcentage) ;
- l'installation d'enseignes numériques, extrêmement agressives.



En complément des dispositions du RNP :

- Fixer une surface maximale cumulée des enseignes :
 - de 6 m² pour chacune des façades du bâtiment supérieure à 50 m².
 - de 4 m² pour chacune des façades inférieure à 50 m²
- Proscrire les enseignes numériques.

3.2 - Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu



Lettres ou signes découpés avec une hauteur qui ne peut excéder :

- 3 m de hauteur lorsque la hauteur de la façade est inférieure ou égale à 15 m ;
- 1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m lorsque cette hauteur est supérieure à 15 m.



- Ces enseignes impactent très fortement le paysage du fait de leur hauteur par rapport à celle de la plupart des bâtiments.
- Elles « ferment » le paysage.
- Elles ont une fonction essentiellement publicitaire et donc nuisent à un exercice équilibré de la concurrence.



Exclure ce type de dispositif.

S'il devait être autorisé dans une zone commerciale, la surface ne devrait pas dépasser 8 m² et sa hauteur 1 m.

3.3 - Enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol

RNP

- Un dispositif par voie bordant l'activité
- Surface unitaire maximale de 6 m²
- Hauteur : 6,50 m lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large ou 8 m lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



- Une enseigne de 6 m² a autant d'impact sur le paysage qu'un panneau publicitaire du même type. Il est donc indispensable de ne les autoriser qu'à titre exceptionnel et, dans cette hypothèse, d'en limiter la surface.
- Ces enseignes peuvent également être numériques. Leur effet est alors redoutable !



PdF

- Exclure ce type de dispositif
sauf pour les bâtiments dont aucune enseigne sur façade ne serait visible depuis une voie ouverte à la circulation publique :
 - Surface maximale : 2 m²
 - Hauteur maximale : 2 m
- Proscrire les enseignes numériques.

3.4 - Enseignes de 1 m² ou moins scellées au sol ou installées directement sur le sol



RNP

Le nombre d'enseignes au sol de 1 m² ou moins n'est pas limité.



Cette lacune conduit à des débordements bien connus et permet de contourner les règles applicables aux enseignes au sol de plus de 1 m².

PdF

Limiter le nombre d'enseignes à un dispositif par voie bordant l'activité.

3.5 - Enseignes sur clôtures

RNP

Possibles sur clôtures aveugles ou non aveugles.

- Les enseignes ne peuvent dépasser la taille de la clôture.
- Non limitées en nombre



- Cette lacune de la réglementation a souvent des effets désastreux, l'ensemble de la clôture pouvant servir de support à toutes sortes de messages aux slogans agressifs et aux couleurs criardes, sur banderoles et panneaux.
- Cette lacune permet également de contourner la règle de densité limitant à un dispositif (par voie bordant l'activité) le nombre des enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou posées directement sur le sol.
- Ces enseignes peuvent également être numériques. Leur effet est alors redoutable !



PdF

- Limiter à un dispositif par tranche de 50 m de linéaire de façade.
- Surface maximale : 2 m²
- Proscrire les enseignes lumineuses.

3.6 - Enseignes temporaires de moins de 3 mois (manifestations ou opérations exceptionnelles)

RNP

- Ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte.
- Si elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne sont limitées ni en surface ni en hauteur.
- Peuvent être installées sur toiture (60 m² maximum) et être numériques.



Les lacunes réglementaires dans ce domaine sont très importantes. On peut ainsi trouver des formats géants incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement, du cadre de vie et du paysage. De plus, la succession de quatre opérations dites « exceptionnelles » sur l'année permet de transformer ces enseignes temporaires en un affichage permanent.

Cette disposition permet en outre de contourner l'interdiction des bâches publicitaires dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

En outre, même lorsqu'il s'agit de banderoles plus ou moins grandes, ce type de dispositif résiste mal au temps : les bâches se décrochent, se déchirent, sont fixées avec des ficelles...



Appliquer aux enseignes temporaires les dispositions recommandées pour les enseignes permanentes.

3.7 - Enseignes temporaires de plus de 3 mois (travaux ou opérations liés à l'immobilier)



- Ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte.
- Peuvent être installées sur toiture (60 m² maximum).
- Surface limitée à 10,50 m² si scellées au sol. Par contre leur hauteur n'est pas limitée.



Ces enseignes dites "temporaires" restent dans les faits souvent en place bien au-delà de la durée des opérations qu'elles signalent, devenant ainsi pratiquement des panneaux publicitaires.



- Exclure ce type de dispositif sauf pour les bâtiments dont aucune enseigne sur façade ne serait visible depuis une voie ouverte à la circulation publique :
 - Surface maximale : 2 m²
 - Hauteur maximale : 2 m
- Proscrire les enseignes numériques.

Association Paysages de France

5, place Bir-Hakeim
38000 Grenoble

Tél. : 06 32 04 49 19

contact@paysagesdefrance.org
www.paysagesdefrance.org



AR Prefecture

024-200041440-20250603-20251734A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025



Association agréée
dans le cadre national
au titre des articles
L.141-1, R.141-2 à R.141-20
du Code de l'environnement
et agréée par le ministère
de la Justice au titre
de l'article 54,1°
de la loi n° 71-1130
du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Comité d'honneur :
- Arcabas +,
 artiste-peintre
- Gilbert Durand +,
 philosophe
- Alain Finkelkraut,
 philosophe, membre
 de l'Académie française
- Albert Jacquard +,
 généticien
- Louédin,
 artiste-peintre
- Michel Maffesoli,
 sociologue
- François Morel,
 artiste
- Edgar Morin,
 sociologue
- Hubert Reeves,
 astrophysicien

Projet de RLPI de la communauté de communes Domme – Villefranche du Périgord Observations de l'association Paysages de France

27 septembre 2024

1. Points positifs

Le projet a fait l'objet d'une vraie réflexion pour mettre en adéquation les mesures réglementaires avec les objectifs et orientations définies par la collectivité :

- règle d'extinction pour la publicité lumineuse
- interdiction des enseignes numériques
- réglementation des enseignes sur clôture
- interdiction des enseignes sur toiture
- limitation des enseignes au sol de moins de 1 m²

Certains points devraient cependant être améliorés si l'on souhaite aboutir à un règlement vraiment respectueux de l'environnement et des habitants.

Ils sont déclinés dans les chapitres suivants.

2. De l'utilité du plan de zonage ?

La légitimité des zonages définis mérite d'être questionnée, car ils semblent tous soumis aux mêmes règles, qu'il s'agisse des zones d'activités, des centres-bourgs ou des secteurs résidentiels.

Dans le rapport de présentation (p.110), il est mentionné :

- "[Zonage centre-bourg et bourg annexe :] *cet espace vise à encadrer les enseignes afin de les harmoniser, dans le but de préserver l'attractivité de ces secteurs importants du territoire.*"

Cependant, ces zones sont régies par les mêmes règles que les zones d'activités, où il est pourtant précisé : « *cette zone sera néanmoins la plus souple en matière de réglementation* ».

En pratique, cela signifie que la réglementation des affichages publicitaires et des enseignes sera identique dans les centres-villes, les secteurs résidentiels et les zones d'activités. Cette homogénéité de règles protège-t-elle réellement les centres-villes ? Ne risque-t-on pas une contradiction avec les objectifs initiaux du RLP, et par conséquent, une incompatibilité de l'économie général du plan avec sa réglementation, et de ce fait une fragilisation de l'ensemble sur le plan légal ?

Ne serait-il ainsi pas pertinent d'apporter une attention particulière à la mise en

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 Grenoble
06 32 04 49 19 contact@paysagesdefrance.org

AR Prefecture

024-200041440-20250603-20241834A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025

place réelle d'une différenciation entre les zones ?

3. Mise à jour nécessaire du rapport de présentation

Le RLPi a été prescrit en 2020 et le rapport de présentation mis à jour le 12 septembre 2024. Or certaines mises à jour ne semblent pas avoir été effectuées suite aux modifications législatives et réglementaires apparues depuis 2020.

Page 51 : La surface maximum d'une publicité est de 10,5 m² et non 12 m² (même si ça ne concerne pas la collectivité)

Page 60 : « *Le respect de la réglementation nationale : l'élaboration du RLPi permettra à l'autorité compétente (président de l'EPCI ou Maire) de disposer des compétences de police afin d'agir directement sur les non-conformités détectées sur le territoire ;* »

Or, ce n'est pas l'élaboration du RLPi qui permettra à l'autorité compétente de disposer du pouvoir de police, mais bien le transfert des préfets vers les maires ou présidents d'EPCI par le législateur.

Avec ou sans RLP, ce sont eux qui détiennent désormais ce pouvoir de police et sont déjà en charge depuis le 1^{er} janvier 2024 de faire régulariser les dispositifs en infraction au RNP.

Page 62 :

« *La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures.* »

Depuis juin 2023, l'extinction est obligatoire de 1 h à 6 h (sauf abris voyageurs pendant le temps de service)

De plus, le guide de la pub extérieure éditée par le ministère précise en page 60 que la publicité éclairée par projection ou transparence est interdite sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 h hors UU de plus de 100 000 h

Page 33 : Délais de mise en conformité.

Il manque apparemment une case pour les communes sans RLP avec un RLPi en élaboration. Les publicités et enseignes non conformes au règlement national doivent être mises en conformité immédiatement, et non dans un délai de 2 à 6 ans comme on pourrait le croire.

4. Surface des publicités

Page 58 du rapport de présentation : « *La majorité des dispositifs sur mur ou clôture relevés ont un format inférieur à 3 m². On compte 5 supports dont les formats sont supérieurs à 3 m² mais le dispositif le plus grand dispose d'une surface de 8 m². On constate donc que les publicités sur mur ou clôture sont majoritairement de petit format.*

*La majorité des dispositifs relevés étant inférieure à 3m², le futur RLPi pourra choisir de **restreindre et conserver le format maximal** autorisé par la réglementation nationale, soit 4,7 m² ;* »

Comment à la fois **restreindre et conserver** le format maximal ?

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 Grenoble
06 32 04 49 19 contact@paysagesdefrance.org

AR Prefecture

024-200041440-20250603-2021934A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025

Pourquoi ne pas profiter d'une situation actuelle plutôt favorable (peu de dispositifs de grand format) pour la conforter au lieu de laisser la porte ouverte à des formats plus grands ?

Préconisation de Paysages de France :

- Limiter la surface maximum des publicités à 2 m² , ou à défaut 3 m²

5. Publicité sur mobilier urbain d'information

L'orientation n°1 précise qu'« Il s'agit de dispositifs répondant à une mission de service public rendu aux administrés »

Le seul mobilier urbain d'information existant répond-il vraiment à cette mission puisqu'il dispose sur sa face principale (celle située dans le sens de circulation) d'une publicité commerciale, alors que l'information institutionnelle est reléguée au dos du panneau ?



Préconisation de Paysages de France :

- Ajouter une règle imposant le positionnement des informations institutionnelles dans le sens principal de circulation.

6. Règle de densité

L'orientation n° 2 vise à renforcer la règle de densité (1 publicité par unité foncière), ce qui permet d'éviter l'installation de publicités en doublons.

Mais cette règle est assortie d'une interprétation du Code de l'environnement en contradiction avec le guide du ministère :

Article P.05 du RLP : « Pour le calcul de la densité publicitaire, est prise en compte la somme des côtés de l'unité foncière bordant une voie ouverte à la circulation. Les longueurs sont cumulées entre elles. »

Le ministère a une autre lecture du Code de l'environnement (guide la publicité extérieure page 72) :

« Lorsque l'unité foncière* est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie doit être pris en compte. C'est sur cette base qu'est déterminé le nombre global de dispositifs* pouvant être disposés sur l'unité foncière*. »

Revenons à la règle proposée dans l'article P.05 avec un exemple :

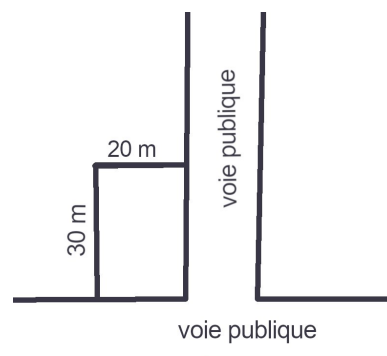
Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 Grenoble
06 32 04 49 19 contact@paysagesdefrance.org

AR Prefecture

024-200041440-20250603-2025034A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025

Interprétation RLPi : on additionne les côtés de l'unité foncière bordant la voie, soit 50 m. On peut installer 2 panneaux.

Interprétation ministère : on prend en compte le côté le plus long, soit 30 m. On peut installer 1 seul panneau.



Préconisation de Paysages de France :

- Réécrire l'article P.05 en tenant compte de l'interprétation du ministère de l'environnement.

7. Surface des enseignes scellées au sol

L'orientation n°9 : « Limiter l'impact des enseignes supérieures à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol, **en travaillant sur leur format** » est passée par pertes et profit puisque c'est le format maximum autorisé par le RNP qui s'appliquerait.

Alors que le rapport de présentation page 57 prévenait : « Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol constituent la catégorie d'**enseignes posant le plus de problématiques en matière de paysage sur le territoire intercommunal**. En effet, par leur **format**, leur hauteur au sol ou encore leur nombre, elles ont parfois un impact paysager très important. »

En effet, les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité.
- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

Un article qui n'a pas de sens : E.SP.4 « Les enseignes supérieures à 1 mètre carré scellées ou installées directement sur le sol sont admises uniquement pour signaler une activité située en retrait de la voie ou une station-service. »

Prenons un exemple : le bâtiment est en retrait d'un mètre par rapport à la voie. Il peut donc installer une enseigne scellée au sol. Est-ce vraiment nécessaire ? Cela correspond-il à l'esprit de cette règle ?

Préconisation de Paysages de France :

- « Les enseignes supérieures à 1 mètre carré scellées ou installées directement

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 Grenoble
06 32 04 49 19 contact@paysagesdefrance.org

AR Prefecture

024-200041440-20250603-2022134A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025

8. Publicités et enseignes derrière les vitrines

9. Enseignes lumineuses

024-200041440-20250603-2022234A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025

Observations inscrites dans le(s) registre(s) mis à disposition du public.

Un registre en ligne (plateforme Karthéo) a été mis à disposition des habitants et usagers de la communauté de communes. Il est toujours accessible aujourd'hui.

Aucune remarque ou observation n'a été reçue malgré l'information de la collectivité notamment sur son site internet.

AR Prefecture

024-200041440-20250603-20250603-2334A-DE
Reçu le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025