

Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

Tome 1 : rapport de présentation

Prescrit le 9 novembre 2020

Arrêté le 3 juin 2025

Approuvé le 17 février 2026



Table des matières

TABLES DES ABREVIATIONS.....	4
INTRODUCTION	5
I. DROIT APPLICABLE SUR LE TERRITOIRE EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE.....	8
1. DEFINITIONS	9
1.1. <i>Le Règlement Local de Publicité</i>	9
1.2. <i>La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement.....</i>	11
1.3. <i>La notion d'agglomération.....</i>	14
1.4. <i>La notion d'unité urbaine.....</i>	16
2. LES PERIMETRES D'INTERDICTION DE TOUTE PUBLICITE EXISTANTS SUR LE TERRITOIRE.....	17
2.1. <i>Les interdictions absolues</i>	17
2.2. <i>Les interdictions relatives</i>	22
3. LES REGLES APPLICABLES AU TERRITOIRE	25
3.1. <i>Les documents de planification, d'urbanisme ou d'aménagement ayant un impact sur la publicité extérieure a réglementation locale existante</i>	25
3.2. <i>Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires ..</i>	30
3.3. <i>Les règles du Code de l'environnement en matière d'affichage d'opinion et de publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.</i>	32
4. REGIME DES AUTORISATIONS ET DECLARATIONS PREALABLES	33
4.1. <i>L'autorisation préalable</i>	33
4.2. <i>La déclaration préalable</i>	33
5. LES COMPETENCES EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE	34
6. LES DELAIS DE MISE EN CONFORMITE	36
II. LES ENJEUX LIES AU PARC D’AFFICHAGE EXISTANT	37
1. LES ENJEUX PAYSAGERS	37
1.1. <i>Les espaces hors agglomération.....</i>	41
1.2. <i>Les paysages urbains</i>	45
2. LES ENJEUX EN MATIERE DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES	53
2.1. <i>Généralités.....</i>	53
2.2. <i>Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....</i>	54
2.3. <i>Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture</i>	59
2.4. <i>Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain.....</i>	64
2.5. <i>La publicité sur bâches.....</i>	67
2.6. <i>Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales</i>	68
2.7. <i>Publicités / préenseignes lumineuses.....</i>	70
2.8. <i>Synthèse des enjeux en matière de publicités et préenseignes présentes sur la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord.</i>	74
3. LES ENJEUX EN MATIERE D’ENSEIGNES	79
3.1. <i>Généralités.....</i>	79
3.2. <i>Enseigne parallèle au mur</i>	80
3.3. <i>Enseigne perpendiculaire au mur</i>	83
3.4. <i>La surface cumulée des enseignes.....</i>	86
3.5. <i>Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol.....</i>	87

3.6.	<i>Enseigne sur clôture</i>	92
3.7.	<i>Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu</i>	94
3.8.	<i>Enseigne lumineuse</i>	96
3.9.	<i>Enseignes et préenseignes temporaires</i>	99
3.10.	<i>Synthèse des enjeux en matière d'enseignes présentes sur la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord.</i>	101
3.11.	<i>Synthèse des enjeux en matière de publicité extérieure (publicités, enseignes, préenseignes) sur la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord.</i>	105
III.	ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DE LA COLLECTIVITE EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE	110
1.	LES OBJECTIFS	110
2.	LES ORIENTATIONS	111
IV.	JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS	114
1.	LE ZONAGE	114
2.	LES CHOIX RETENUS EN MATIERE DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES	118
3.	LES CHOIX RETENUS EN MATIERE D'ENSEIGNES	120
4.	LES CHOIX RETENUS EN MATIERE DE SUPPORTS LUMINEUX EN VITRINE	123
V.	ANNEXES	124
1.	TABEAU DES POPULATIONS COMMUNALES	124
2.	CARTOGRAPHIES DES INTERDICTIONS ABSOLUES ET RELATIVES PAR COMMUNES	125

TABLES DES ABREVIATIONS

ABF	Architecte des Bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
PAC	Porter à connaissance
PDA	Périmètre Délimité des Abords
PLU	Plan local d'urbanisme
PLUi	Plan local d'urbanisme intercommunal
RLP	Règlement local de publicité
RLPi	Règlement local de publicité intercommunal
RNP	Règlement national de publicité
SIL	Signalisation d'information locale
SPR	Site patrimonial remarquable
ZP	Zone de publicité

INTRODUCTION

La communauté de communes Domme - Villefranche du Périgord est située dans le département de la Dordogne en région Nouvelle-Aquitaine. La communauté de communes compte 23 communes et 8 701 habitants¹.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression², qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif, et les enjeux environnementaux, tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

Au regard des enjeux fondamentaux relatifs à ces matières, le législateur a entendu créer ainsi un régime particulier et dérogatoire d'encadrement de l'activité publicitaire lorsqu'elle est exercée par le biais d'enseignes ou de préenseignes ; ce choix particulier s'opère par le biais d'un régime de police administrative spéciale.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre législatif qui garantit la liberté d'expression constitutionnelle. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, de lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴, afin de transformer les Règlements Locaux de Publicité (RLP), en de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et les préenseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation et à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi). Véritable outil de mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP(i) permet d'adapter les règles nationales régissant la présence de

¹ Données démographiques issues du recensement 2020 de l'INSEE (population légale totale)

² L'article L581-1 du Code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

³ Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

⁴ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie aux conditions et caractéristiques locales d'un territoire.

Parmi les évolutions juridiques résultant de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment, sans que cela soit exhaustif :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- La réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- La précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de tailles et de fonctionnement ;
- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du Code de l'environnement. A la suite de son approbation, le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU(i) qui est également compétente pour la révision du RLP(i)⁵.

En outre, l'article L.581-14 du Code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré normalement à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant agir qu'à titre palliatif.

La communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord disposant de la compétence en matière de PLUi⁶, l'élaboration ou la révision des Règlements Locaux de Publicité lui revient donc.

⁵ Article L 581-14 du Code de l'environnement

⁶ Article L.5219-5 I. du Code général des collectivités territoriales.

La loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets est venue modifier certains aspects relatifs à la publicité extérieure. A compter du 1^{er} janvier 2014, ladite loi prévoit la décentralisation des compétences de police de la publicité extérieure au profit des maires. En l'absence d'une opposition des maires, ces compétences ont automatiquement été transférées au Président de l'EPCI. Aussi, le Président de l'EPCI est le seul compétent, et cela sur l'ensemble de l'intercommunalité, en matière de publicité extérieure.

Cette loi prévoit aussi la possibilité pour les RLPi d'encadrer la publicité et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'un local commercial.

Le RLP(i) est élaboré sur la même base normative que les PLU(i) et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité concernée (intercommunalité ou commune) en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du Règlement Local de Publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **Les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, le ou les périmètres identifiés par le Règlement Local de Publicité, et sont annexés à celui-ci, ce qui leur confère la même force juridique. Les limites de l'agglomération, fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la route, sont également représentées sur un document graphique annexé au Règlement Local de Publicité, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, afin de permettre une meilleure coordination entre le champ d'application des différentes législations.

Le présent document constitue ainsi le « *rapport de présentation* » de ce RLP(i) et élabore en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de la communauté de communes, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

Le Code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du Code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

En application du Code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation, mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc.

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires comme le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, etc.).

Le Code de l'environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

Avant la loi Climat⁷, en présence d'un RLP(i), le pouvoir de police en matière de publicité appartenait aux maires des communes concernées par le RLP(i)⁸. Le maire exerçait le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP(i). C'est donc le maire compétent qui délivrait les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un Périmètre Délimité des Abords (PDA)⁹.

⁷ Loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets.

⁸ Article L.581-14-2 du Code de l'environnement.

⁹ Article L. 621-30 du Code du patrimoine

La loi Climat prévoit, à compter du 1^{er} janvier 2024, qu'y compris en l'absence d'un RLP(i) le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux maires des communes. Néanmoins, la loi Climat a prévu des possibilités de transfert de cette compétence à l'EPCI lorsque celui-ci est compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i). Cette possibilité de transfert de compétences est également possible lorsque l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i) mais que la commune en question compte moins de 3 500 habitants.

Enfin, le Code de l'environnement renvoie également aux dispositions du Code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'impératifs de sécurité routière. En effet, les articles R.418-1 à R.418-9 du Code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités, enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires, ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité. Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et de sa situation dans une agglomération.

Les éléments **en vert** font référence aux règles nationales de la publicité extérieure.

1. Définitions

1.1. Le Règlement Local de Publicité

Le RLP(i) est un acte réglementaire, opposable à tous, qui édicte des règles locales permettant d'adapter le règlement national de publicité et de le suppléer ou de le compléter, le cas échéant, en fonction des spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain : ce sont les zones de publicités (ZP).

Le RLP(i) comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles nationales.

Le Code de l'environnement et le règlement national de publicité constituent en effet des règles nationales qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, l'autorité locale ne peut normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹⁰.

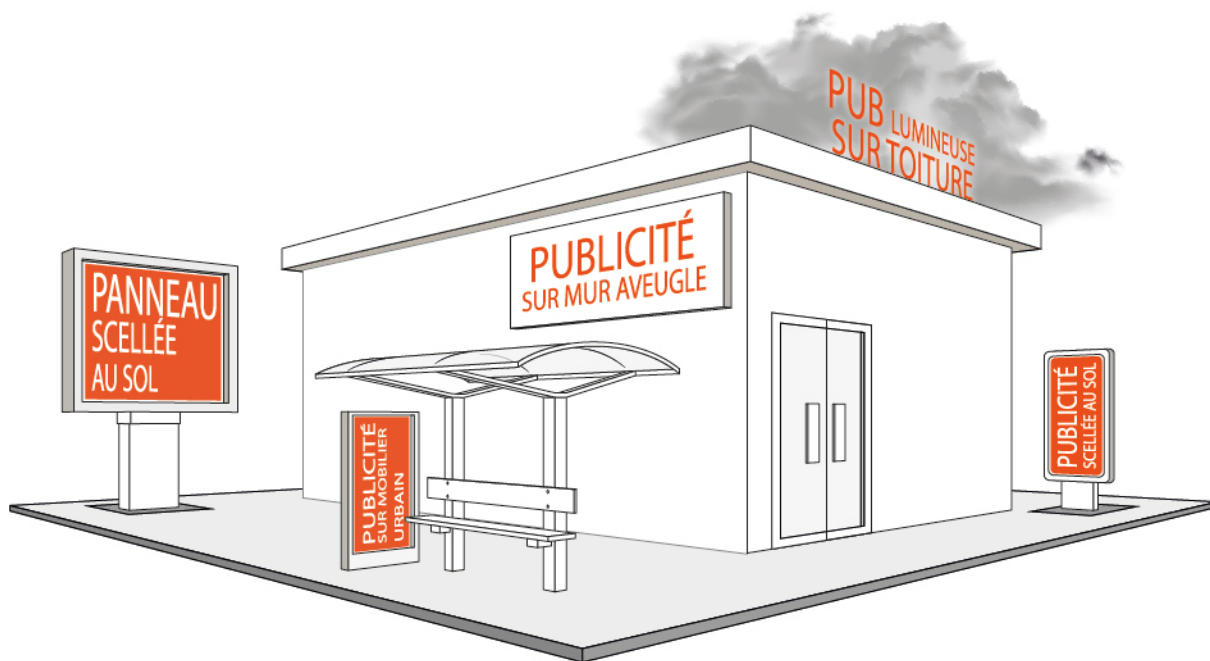
¹⁰ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduit la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 10,5 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règle nationale), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 4,7 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règle locale).

Le RLP(i) approuvé est annexé au PLU(i) afin de garantir son accessibilité dans un but de sécurité juridique.

1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

Constitue **une publicité**¹¹, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, 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.

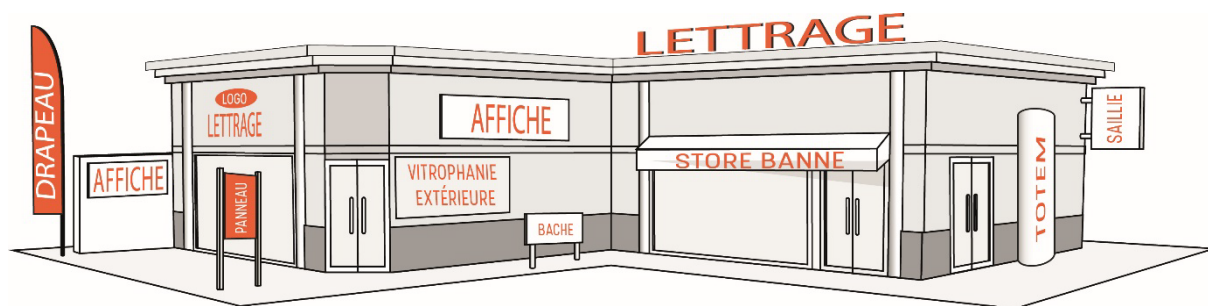


En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter des inscriptions, formes ou images publicitaires, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du Code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

Toutefois, ne constituent pas des publicités, les inscriptions, formes ou images régies par des dispositions spécifiques, dont les panneaux de signalisation routière, ferroviaire, aérienne, fluviale ou maritime, les panneaux et marques à caractère réglementaire ou obligatoire (affichage en matière d'urbanisme par exemple).

¹¹ Article L581-3-1° du Code de l'environnement

Constitue **une enseigne**¹² toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

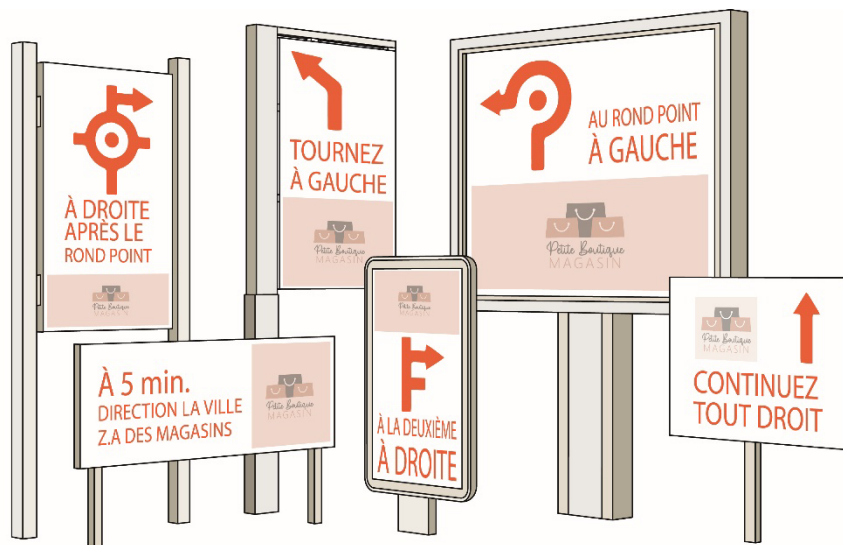
Ce qui est « *relatif à une activité* » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit, et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public.

Ne seront cependant jamais considérés comme des enseignes, les éléments régis par des législations spécifiques ayant un caractère obligatoire ou protégé (inscriptions intégrées à une protection au titre des monuments historiques par exemple).

Il est précisé que le RLP(i) régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

¹² Article L581-3-2° du Code de l'environnement

Constitue **une préenseigne**¹³ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message de signalétique correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP(i) n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

La notion de surface unitaire du dispositif mentionnée dans les articles du Code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹⁴ ou non¹⁵ 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.

¹³ Article L581-3-3° du Code de l'environnement

¹⁴ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

¹⁵ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

1.3. La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les affiches, enseignes et préenseignes est définie par le Code de la route »¹⁶. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations, en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du Code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « espace sur lequel sont groupés des immeubles 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 », conformément à l'article R.110-2 du Code de la route. Ses limites sont fixées normalement par arrêté du maire¹⁷ et représentées sur un document graphique qui est annexé au Règlement Local de Publicité¹⁸.

La notion d'agglomération est donc définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

Aux termes de l'article L 581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière¹⁹, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places²⁰. Les publicités peuvent aussi être autorisées par le RLP(i) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, etc.) ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du Code de la route.

¹⁶ Article L581-7 du Code de l'environnement

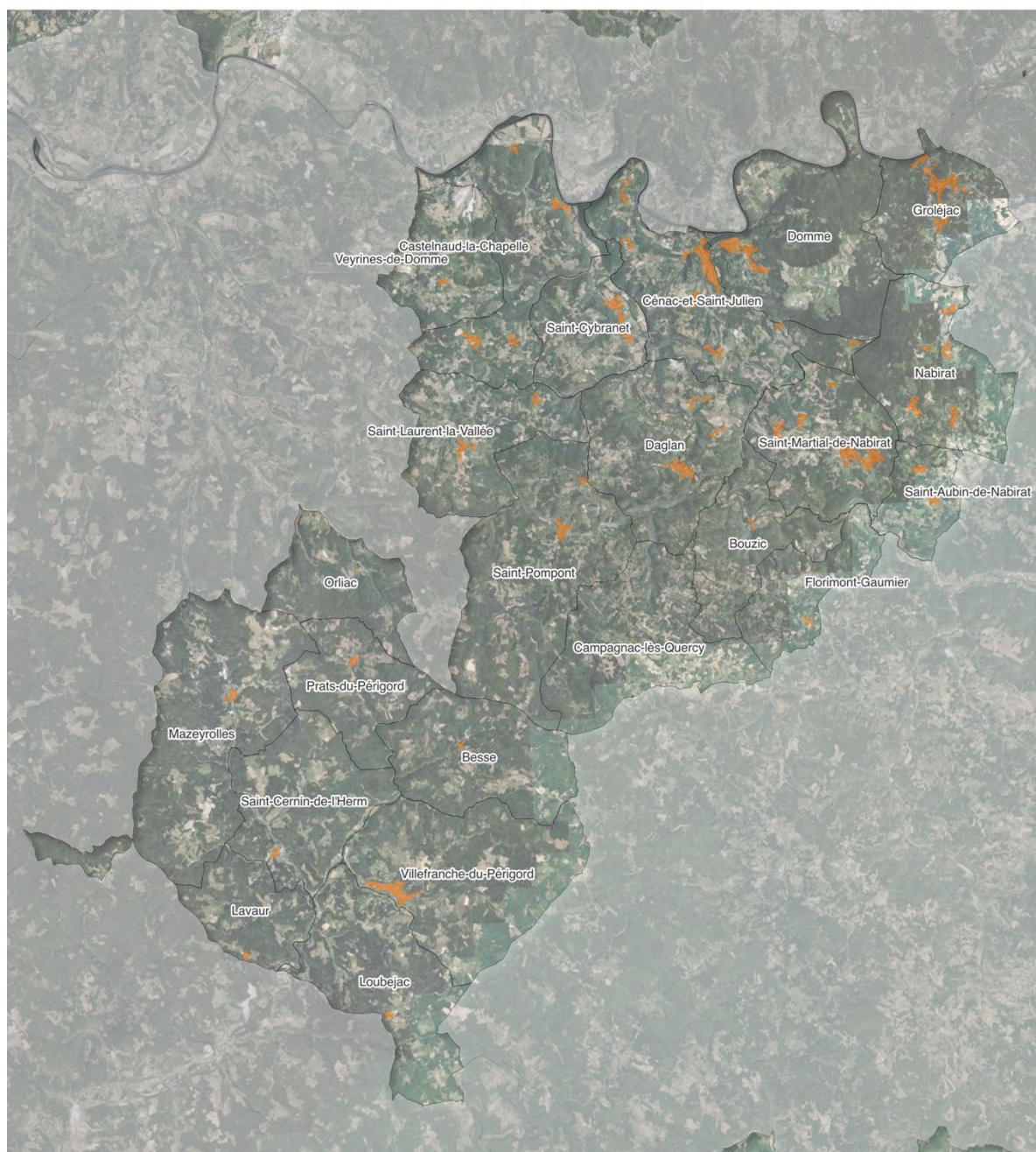
¹⁷ Article R.411-2 du Code de la route

¹⁸ Article R581-78 al. 2 du Code de l'environnement

¹⁹ Article R 110-2 du Code de la route

²⁰ Article L581-3-3° du Code de l'environnement

Zones d'agglomération sur le territoire de la Communauté de Communes Domme-Villefranche du Périgord



Légende

Zones d'agglomération
 Espace aggloméré
 Limite communale



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

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

1.4. La notion d'unité urbaine

La notion **d'unité urbaine** ne correspond pas à une collectivité juridique particulière, telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine. On appelle ainsi unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Pour l'application de la réglementation de la publicité extérieure, le seuil de référence est de 100 000 habitants.

La communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord ne compte aucune unité urbaine.

2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existants sur le territoire

2.1. Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L.581-4 du Code de l'environnement :

I. - Toute publicité est interdite :

1° Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;

2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;

3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;

4° Sur les arbres.

Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporées au classement de protection.

En l'espèce, la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord est concernée par l'interdiction absolue de publicité sur les 47 monuments historiques classés ou inscrits du territoire.

Communes	Monuments	Évènement
Besse	Église Saint-Martin	Classée le 31/10/1912
	Château de Besse : le château, son pèdiluve ainsi que le sol d'assiette	Inscrit le 22/02/2012
Bouzig	Église Saint-Barthélemy : porche et chapiteau soutenant l'arc triomphal à droite	Inscrite le 06/12/1948
Castelnaud-la-Chapelle	Château de Castelnaud : Ruines du château Ruines du château avec son enceinte Ruines du châtelet du château	Classées le 20/12/1966 Classées le 28/10/1980 Inscrites le 28/10/1980
	Château des Milandes : le château, le chai, les anciennes écuries et l'ensemble du parc des Milandes	Inscrit le 07/12/2009
	Chapelle des Milandes	Inscrite le 09/06/1926
	Château de Fayrac	Inscrit le 31/03/1928
	Château de Lacoste : façade et toitures	Inscrit le 22/12/1970

Communes	Monuments	Évènement
Castelnaud-la-Chapelle	Château de Castelnaud : Ruines du château Ruines du château avec son enceinte Ruines du châtelet du château	Classées le 20/12/1966 Classées le 28/10/1980 Inscrites le 28/10/1980
	Château des Milandes : le château, le chai, les anciennes écuries et l'ensemble du parc des Milandes	Inscrit le 07/12/2009
	Chapelle des Milandes	Inscrite le 09/06/1926
	Château de Fayrac	Inscrit le 31/03/1928
	Château de Lacoste : façade et toitures	Inscrit le 22/12/1970
Cénac-et-Saint-Julien	Église de Cénac	Classée le 12/08/1897
	Église de Saint-Julien	Classée le 12/09/1977
	Grottes préhistoriques	Inscrites le 30/01/1997
Daglan	Château de Peyruzel	Inscrit le 12/10/1948
	Cabane en pierre sèche du « Mazut », avec son enclos	Inscrite le 27/12/1991
	Cabane en pierre sèche de la « Combe du Rat »	Inscrite le 27/12/1991

Communes	Monuments	Évènement
Domme	Ensemble des remparts, y compris le lieu-dit « Château du Roi »	Classé le 05/01/1943
	Hôtel du Gouverneur	Inscrit le 23/03/1949
	Maison dite « Le Tournon » : façades et toitures	Inscrite le 15/09/1946
	Maison dite « Le Castelet » : façades et toitures	Inscrite le 20/11/1956
	Halle	Inscrite le 04/12/1942
	Chapelle de l'abbaye	Inscrite le 19/02/1971
	Château de Caudon : avec ses bâtiments d'exploitation, son parc et ses anciens jardins potagers-fruitiers et leurs allée	Inscrit le 18/02/2015
	Chapelle monolithe de Caudon et parcelle n°1981 contenant des vestiges d'un cimetière gallo-romain	Inscrite le 29/11/1948
	Dolmen de Giverzac	Inscrit le 17/05/1962
	Gisement et abri sous roche de Combe Grenal	Classés le 18/07/1911
	Grotte préhistorique dit « grotte de la Martine »	Classée le 15/03/1978
	Grotte ornée dite du Pigeonnier	Classée le 27/06/1983
Florimont-Gaumier	Grotte ornée dite du Mammouth : Parcelle A 388 Parcelles A 383, 419, 420, 429	Inscrite le 27/06/1983 Classée le 27/06/1983
	Église de Florimont	Inscrite le 24/06/1977
Groléjac	Église de Gaumier	Inscrite le 16/12/1974
	Église Saint-Léger	Inscrite le 12/10/1948
	Gisement préhistorique moustérien de la Gane	Classé le 19/07/1948

Communes	Monuments	Évènement
Loubejac	Église Saint-Pierre	Inscrite le 29/11/1948
Mazeyrolles	Église d'Aigueparse	Classée le 06/05/1940
Orliac	Église Saint-Mathieu	Inscrite le 28/05/1951
Prats-du-Périgord	Église de Prats	Inscrite le 24/06/1948
Saint-Aubin-de-Nabirat	Château du Repaire : en totalité avec ses ailes, tours, courtines, fossés et sa terrasse nord	Inscrit le 19/09/2003
Saint-Cernin-de-l'Herm	Château de Sineuil : le logis et les communs qui lui sont attenants	Inscrit le 14/11/2006
Saint-Laurent-la-Vallée	Portail de l'église	Inscrit le 21/10/1970
Saint-Pompont	Enceinte et monument des « Grilloux »	Inscrits le 17/06/1980
	Château de Saint-Pompont	Inscrit le 02/02/1948
	Église de Saint-Pompont	Inscrite le 01/07/1991
	Ancienne porte fortifiée près de l'église	Classée le 03/06/1937
	Château de Mespoulet : donjon du XIIe siècle	Inscrit le 24/06/1948
Villefranche-du-Périgord	Église Saint-Etienne-des-Landes	Inscrite le 15/10/2002

Le territoire est également concerné par une interdiction de publicité absolue sur les 2 sites classés :

- Château de Lacoste à Castelnaud-la-Chapelle : parc du château classé le 16/12/1969 ;
- Le Capiol à Domme, classé le 25/08/1980.

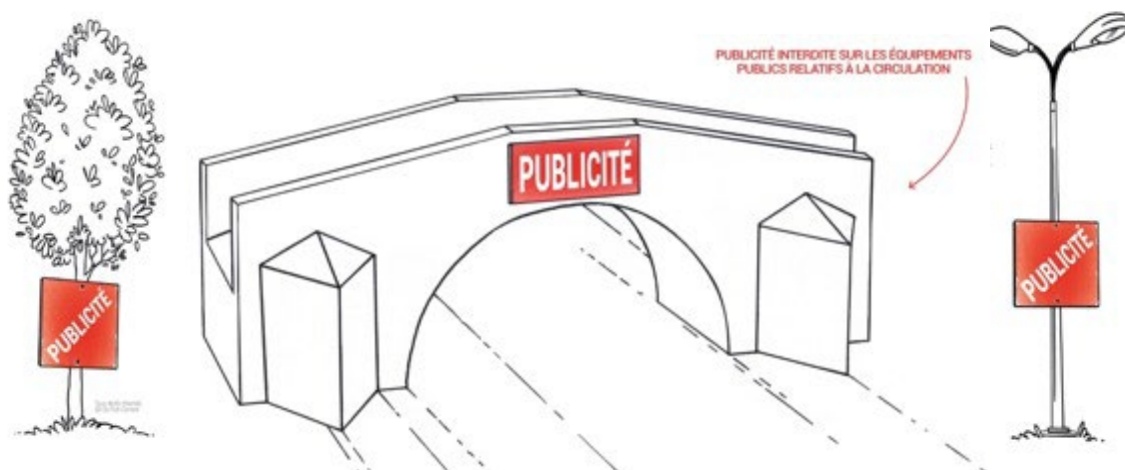
L'interdiction absolue de publicité s'applique également sur les arbres.

La partie réglementaire du Code de l'environnement prévoit d'autres interdictions²¹.

²¹ Article R.581-22 du Code de l'environnement.

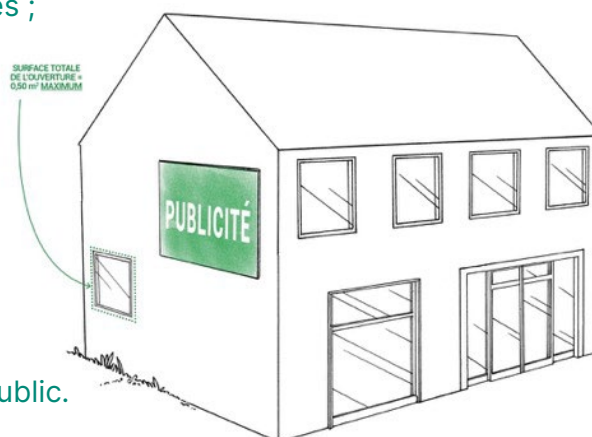
Ainsi, la publicité est également interdite :

1° sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;

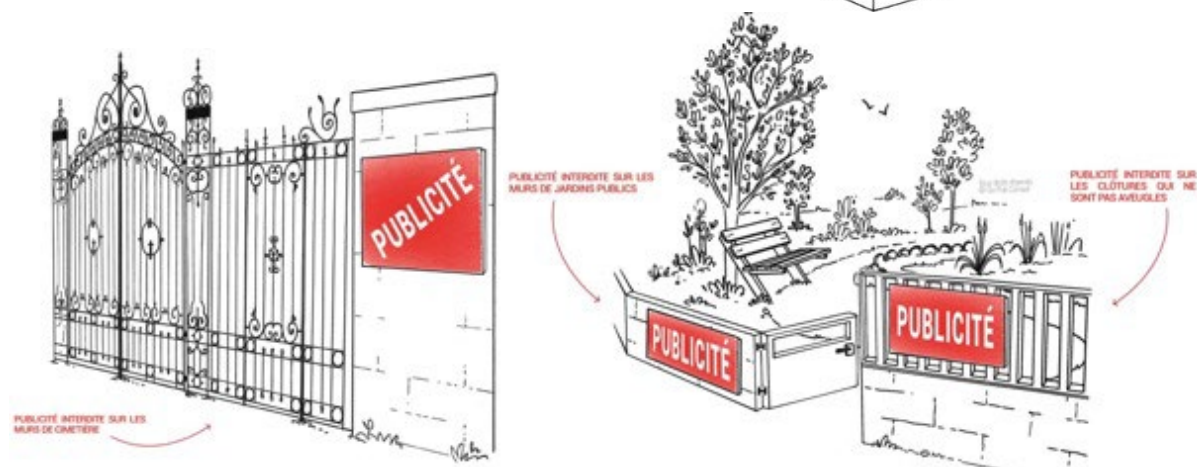


2° sur les murs des bâtiments, sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;

3° sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;



4° sur les murs de cimetière et de jardin public.



2.2. Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP(i)²².

Ces interdictions relatives concernent :

- 1° Les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du patrimoine ;
- 2° Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même Code ;
- 3° Les parcs naturels régionaux ;
- 4° Les sites inscrits ;
- 5° Les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 du Code de l'environnement ;
- 6° (abrogé)
- 7° L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- 8° Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du Code de l'environnement.

La communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord est concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci.* »²³

En parallèle de l'élaboration du RLPi, la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord élabore son Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) et certains périmètres de protection aux abords des monuments historiques (périmètres de 500 mètres) seront transformés en Périmètres Délimités aux Abords (PDA). Les interdictions relatives s'appliqueront donc sur ces PDA.

L'interdiction relative de publicité s'applique également dans les périmètres des Sites Patrimoniaux Remarquables²⁴ (SPR). Depuis la loi dite « LCAP » de 2016, les aires de valorisation de l'architecture et du patrimoine (AVAP), les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et les secteurs sauvegardés sont regroupés sous l'appellation « *Site Patrimonial Remarquable* ». La loi LCAP indique que « *La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé* »²⁵

²² Article L.581-8 du Code de l'environnement.

²³ Article L.621-30 du Code du patrimoine.

²⁴ Article L.631-1 du Code du patrimoine.

²⁵ Article L.621-30 du Code du patrimoine.

En l'espèce, les interdictions relatives concernent :

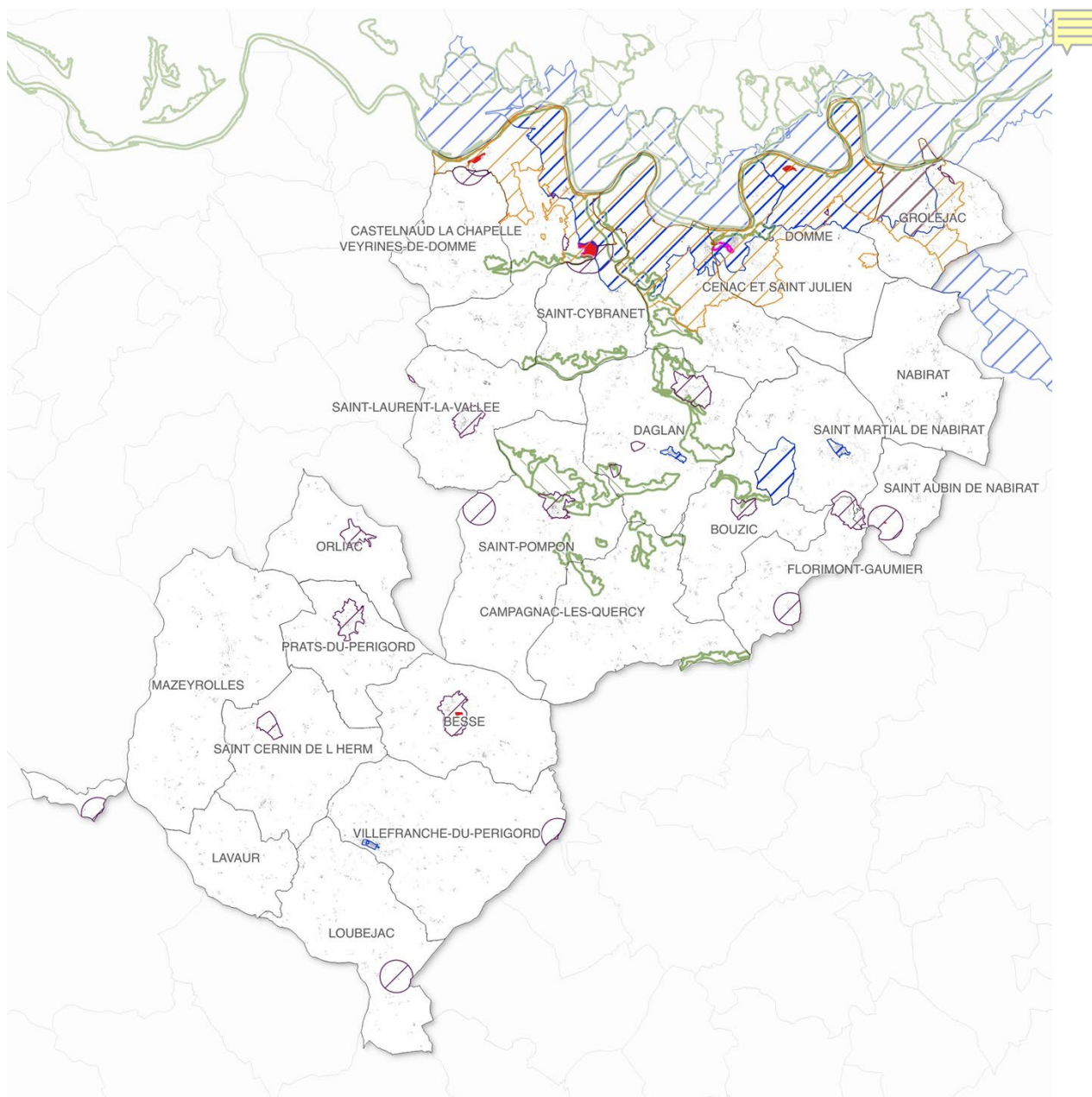
- Les périmètres de protection des monuments historiques classés et inscrits énumérés ci-avant ;
- Les périmètres des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) de Groléjac, Castelnau-la-Chapelle, Cénac-et-Saint-Julien, et Domme ;
- Les 8 sites inscrits présents sur le territoire ;
- La plantation routière bordant de part et d'autre le CD46 à l'entrée du bourg de Cénac, inscrite le 28/01/1944 ;

Le centre ancien de Daglan, inscrit le 24/05/1982 ;

- Le bourg de Saint-Martial-de-Nabirat, inscrit le 22/04/1983 ;
- Le site de Leyssalles à Saint-Martial-de-Nabirat, inscrit le 20/04/1983 ;
- La place du marché à Villefranche-du-Périgord, inscrite le 30/12/1971 ;
- Le site de la bastide à Villefranche-du-Périgord, inscrit le 05/05/1986 ;
- La vallée de la Dordogne et du Céou, inscrite le 12/08/1969 ;
- La vallée de la Dordogne de Vitrac à Cazoules, inscrite le 14/10/1969 ;
- Les trois sites Natura 2000 :
- Les coteaux calcaires de la vallée de la Dordogne ;
- Les coteaux calcaires du Causse de Daglan et de la vallée du Céou ;
- La Dordogne (ZSC).

La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord²⁶.

²⁶ Cartographies par commune en annexe.



RLPI de Domme Villefranche en Périgord

Interdictions absolues et relatives de publicité sur le territoire

Légende

- Immeuble classé ou inscrit
- Monument naturel et site classé
- Périmètre des abords des monuments historiques
- Site inscrit
- Site patrimonial remarquable
- Zone Natura 2000

□ Commune

0 2 4 km



Source :

Dispositifs : bureau d'études GoPub Conseil
Zone d'interdiction : DREALUDAP,PNR,N2000 - INPN
Bâti et commune: Origine DGFIP Cadastre © Droits de l'Etat réservés © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
10/02/2026

La présente cartographie sera mise à jour en fonction des Périmètres Délimités des Abords (PDA) approuvés en parallèle de l'élaboration du présent RLPI.

3. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord sont celles définies pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

3.1. Les documents de planification, d'urbanisme ou d'aménagement ayant un impact sur la publicité extérieure et la réglementation locale existante

En dehors de la réglementation nationale, la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord dispose de plusieurs documents ayant un impact plus ou moins significatif sur le futur RLPi. Parmi ces documents, on compte :

- Les anciens RLP de Domme et de Castelnau-la-Chapelle ;
- La charte des devantures commerciales et de l'occupation du domaine public ;
- La charte départementale de signalisation directionnelle et touristique ;
- Les anciens RLP de Domme et de Castelnau-la-Chapelle.

Seules les communes de Domme et Castelnau-la-Chapelle disposaient d'un RLP. Il s'agit de RLP dits de « 1^{ère} génération » adoptés sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982²⁷. Les RLP dits de « 1^{ère} génération » sont caducs depuis janvier 2021 sauf lorsqu'un RLPi est en cours d'élaboration²⁸. Dans ce dernier cas, la loi « vie locale et proximité »²⁹, a repoussé le délai de caducité de ces RLP. Ainsi, les RLP de Domme et Castelnau-la-Chapelle sont devenus caducs seulement en juillet 2022.

Le RLP de Castelnau-la-Chapelle n'a pu être transmis au bureau d'études.

Le RLP de Domme fixe une Zone de Publicité Restreinte (ZPR) correspondant au centre-ancien, à la Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP), et aux sites inscrits et classés.

En dehors de cette ZPR, les règles applicables sont celles de la réglementation nationale.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application, ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L.581-14 que « *le Règlement Local de Publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* »³⁰.

27 Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

28 Article L.581-14-3 du Code de l'environnement.

29 Articles 22 et 23 de la loi n°2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique.

30 Article L.581-14 du Code de l'environnement.

Le tableau ci-dessous synthétise les anciennes règles applicables aux publicités, préenseignes et enseignes du RLP de Domme :

	ZPR : Zone de Publicité Restreinte
PUBLICITE	Toute publicité est interdite, à l'exception du mobilier urbain
PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN	Interdiction du mobilier urbain à l'entrée et à l'intérieur de la Bastide et dans le site classé du Capiol ; Tolérer, hors ces zones, la présence de publicité de 2m² maximum sur mobilier urbain de type abris-bus, panneaux d'information d'intérêt général, culturel ou touristique, colonnes ou mâts porte-affiches ; Le mobilier urbain installé sur le domaine public peut, à titre accessoire, supporter de la publicité éclairée par projection ou par transparence.
PREENSEIGNE	En agglomération : Autorisées hors zones UP de la ZPPAUP, uniquement pour signaler des informations à caractère général, les hôtels, les restaurants et les garages. Hors agglomération : Seules les préenseignes dérogatoires sont autorisées. Elles sont limitées à 1,50m².
ENSEIGNE	Sont interdites : Les caissons lumineux non opaques ; Les enseignes sur clôtures pleines ou ajourées ; Les enseignes en toiture ou terrasse ; Les enseignes scellées ou posées au sol ; Les enseignes sur balcons et garde-corps.
ENSEIGNE EN APPLIQUE (PARALLELE AU MUR)	Limitée à 1 par activité et par rue ou à une par vitrine ; Implantation qui doit respecter la composition architecturale : texte ou graphisme apposé entre le bas de la fenêtre du 1^{er} étage et la vitrine, ou dans l'emprise de la vitrine, piédroits et piliers dégagés, pas de dépassement latéral de l'emprise des baies extérieures ; Lettrage découpé : hauteur des lettres de 30cm et épaisseur de 8 cm maximum.

	ZPR : Zone de Publicité Restreinte
ENSEIGNE PERPENDICULAIRE AU MUR (EN DRAPEAU ET SUR POTENCE)	Interdite au-dessus et sur les balcons ; Limitée à 1 par activité et par rue ; Implantation entre le haut de la vitrine et le bas de la fenêtre du 1 ^{er} étage ou dans les lignes formées par l'emprise des baies du 1 ^{er} étage. Ces 2 règles ne sont pas cumulables ; Saillie et hauteur limitée à 80cm maximum.
INSCRIPTIONS SUR STORES ET PARASOLS	Autorisées sur store amovible de teinte unie ou jeu de fonds : seule indication de la raison sociale. Implantation sous linteau et entre tableaux dans la largeur de chaque baie. Projection horizontale limitée à 1,50m, sans dépasser la largeur du trottoir (respect du règlement de voirie en vigueur) ; Autorisées sur parasols de teinte unie ou jeu de fonds : sans publicité.
SIGNALISATION DES BATIMENTS PUBLICS	Fixation de lettres découpées sur le mur, axées par rapport aux baies, ou sur la vitrine si celle-ci est importante ; Autres indications nécessaires à l'information du public apposées sur panneaux transparents apposés sur les murs ; Enseignes perpendiculaires : forme de pictogrammes ou d'idéogrammes.

Globalement, l'analyse du RLP de Domme a permis de mettre en avant une forte volonté de la ville d'encadrer et de réduire les possibilités d'installation de la publicité sur son territoire, notamment dans les sites couverts par une protection patrimoniale, puisque la publicité est interdite sur l'ensemble de la zone de publicité restreinte. Cette posture forte pourra être maintenue et encouragée sur l'ensemble du territoire, ou bien adaptée aux enjeux actuels.

Concernant les enseignes, on retient que le RLP de Domme interdit les enseignes sur les balcons, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Ces règles très restrictives, serviront de point de départ pour questionner l'ensemble des communes quant aux choix souhaités en matière d'enseignes.

Le futur RLPi pourra éventuellement s'inspirer des règles proposées par le RLP de Domme pour pérenniser certaines bonnes pratiques observées sur le territoire, notamment pour le lettrage découpé, et proposer une réglementation en cohérence avec les ambitions de la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord.

A ce titre, le RLPi n'a pas pour objectif de reprendre les articles du Code de l'environnement. Ce type d'exercice peut donner lieu à certaines erreurs et incomplétudes dans la reprise des articles. Il peut également venir complexifier la compréhension du document pour les administrés et les services effectuant l'instruction des déclarations et autorisations préalables. La rédaction du futur RLPi permettra de simplifier l'accès à ce document.

a) La charte des devantures commerciales et de l'occupation du domaine public de Domme

Cette charte, adoptée par le conseil municipal de Domme en janvier 2018, répond à la volonté d'assurer la protection urbaine et paysagère au sein de l'ancienne ZPPAUP de Domme. Ce document n'est pas opposable mais propose néanmoins un certain nombre de prescriptions applicables principalement aux enseignes.

La charte rappelle l'impact des devantures commerciales dans la constitution paysagère d'une rue. Ces devantures participent donc à la qualité des façades et de manière générale à la qualité du cadre de vie d'un territoire ou d'un espace en particulier. Elles peuvent également être un atout supplémentaire dans la dynamique commerçante.

Pour poursuivre son objectif de valorisation du patrimoine bâti et architectural, la charte met en place les prescriptions suivantes :

	ZPPAUP
DISPOSITIONS GENERALES	Respecter les lignes de composition de la devanture ; Utilisation des menuiseries en bois ou en aluminium laqué.
ENSEIGNES INTERDITES	Caissons lumineux ; Enseignes clignotantes ; Néons fluorescents ; Matériaux autres que le bois, le fer, le métal, le verre ou plexiglas ; Lettres fluorescentes de couleur ; Couleurs vives et agressives ; Graphisme lourd (la typographie devra reprendre les modèles classiques à empiètement).
ENSEIGNE PARALLELE AU MUR	Une seule enseigne bandeau par voie par commerce sauf s'il est situé à l'angle d'une rue.
ENSEIGNE PERPENDICULAIRE AU MUR	Une seule enseigne bandeau par voie par commerce sauf s'il est situé à l'angle d'une rue ; Prioriser la réalisation en fer forgé Dimensions : 0,80m*0,80m ; Épaisseur : comprise entre 5mm et 15mm.
PORTE-MENUS ET CHEVALETS	Autorisés uniquement pour les bars, restaurants, hôtels et glaciers ; Structures en bois ou fer forgé ; Surface limitée à 0,30 m ² ; Hauteur au sol limitée à 1,2 m ;

	ZPPAUP
PREENSEIGNES	Seuls les établissements exerçant une activité de restauration pourront solliciter auprès de la ville de DOMME la mise en place, en entrée d'une rue, d'une réglotte portant le nom de l'enseigne et l'activité professionnelle qui s'y exerce. Sont exclus de cette règle, tous les commerces ayant une ouverture sur la Grand'Rue. Tout autre dispositif d'enseigne, de préenseigne ou de publicité (chevalet, stop-trottoir, etc..), est interdit.

b) La charte départementale de signalisation directionnelle et touristique intégrant la charte départementale de signalisation d'information locale (SIL)

Cette charte, élaborée en juin 2018, a pour objectif de proposer une signalisation cohérente, homogène et valorisante à l'échelle de l'ensemble du territoire de la Dordogne. Cette charte permet de concilier les besoins de signalisation des acteurs économiques locaux avec le respect des règles du code de la route tout en améliorant la qualité du cadre de vie et l'identité du territoire.



Extrait de la charte départementale de signalisation directionnelle et touristique

Bien que cette charte concerne exclusivement la signalisation routière, elle mérite d'être mentionnée ici pour disposer d'une vision globale du territoire. En effet, ces outils de jalonnement peuvent être une alternative non négligeable pour le développement touristique et économique du territoire.

Si le code de l'environnement interdit l'utilisation de publicités ou préenseignes hors agglomération³¹ ou encore l'installation de publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, l'utilisation de la SIL ou d'une signalisation directionnelle ou touristique demeurent possibles grâce aux alternatives proposées par la charte du département.

Pour l'élaboration de ce type de signalisation, la charte propose notamment :

- Une limitation du nombre de mention ;
- Une hiérarchie des pôles et des mentions ;
- Des caractéristiques d'implantation spécifiques ;
- L'utilisation de certains coloris et autres caractéristiques des panneaux de SIL ;
- etc.

La charte contient également une liste d'éléments à proscrire des panneaux de SIL dont :

- Les logotypes afin d'éviter le caractère publicitaire,
- Les distances,
- Les temps de parcours,
- Toutes indications complémentaires à la mention autorisée, de type adressage, n° téléphone, mail, information commerciale, raison sociale (SARL, SCEA, SCI et autres).

L'insertion de ces mentions aurait pour effet de qualifier ces supports non plus de SIL ou de signalisations routières, mais de publicités ou de préenseignes.

³¹ A l'exception des préenseignes dérogatoires visées à l'article L.581-19 du Code de l'environnement.

3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- 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 ;
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du Code de la route.

Le RLPi n'est pas habilité à réglementer les préenseignes dérogatoires.

Les préenseignes dérogatoires doivent respecter les règles synthétisées dans le tableau ci-dessous :

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	Préenseignes temporaires
Type de dispositif	Scellé au sol ou installé directement sur le sol Panneau plat de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositifs par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

3.3. Les règles du Code de l'environnement en matière d'affichage d'opinion et de publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Le maire est chargé de déterminer, par arrêté, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Ces dispositifs sont exemptés de toutes redevances ou taxes.

Chaque commune doit réserver une surface minimale à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Cette surface minimale est la suivante :

- 1° 4 mètres carrés pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 2° 4 mètres carrés plus 2 mètres carrés par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 3° 12 mètres carrés plus 5 mètres carrés par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Ainsi, les communes de la communauté de communes Domme - Villefranche du Périgord doivent mettre à disposition de leur association, les surfaces minimales de 4 mètres carrés.

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.

Dans le cas où la publicité est interdite, en application du I de l'article L. 581-8, et 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 mètres carrés.

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

4.1. L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- Les emplacements de bâches comportant de la publicité ;
- Les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- Les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP ;
- Les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8 ;
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser, quel que soit leur lieu d'implantation.

Un formulaire CERFA permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

4.2. La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Un formulaire CERFA permet d'effectuer une déclaration préalable.

5. Les compétences en matière de publicité extérieure

La Direction Départementale des Territoires (DDT) de la Dordogne a synthétisé, les changements de compétence de police en matière de publicité extérieure qui s'appliqueront à compter de 2024 :

(*) Un maire qui souhaite exercer lui-même sa police dispose d'un délai de 6 mois pour s'opposer au transfert à l'EPCI et conserver cette compétence.

(**) Un président d'EPCI peut renoncer au transfert sans attendre le 1^{er} août 2024, dès lors qu'un maire s'est opposé au transfert à l'EPCI ? Tous les maires conservent alors cette compétence.

Possibilité aux maires de s'opposer ultérieurement au transfert, soit :

- Après transfert de compétence PLU ou RLP au président de l'EPCI (dans les 6 mois après le transfert de compétence) = pour les communes dont l'EPCI n'était pas compétent auparavant ;
- Soit après les élections du président de l'EPCI : si le prédécesseur de ce dernier exerçait dans une commune le pouvoir de police de la publicité ; le maire peut exercer son droit d'opposition dans les 6 mois.

Sur le territoire intercommunal, les maires exerceront les compétences de police dès le 1^{er} janvier 2024. Ils pourront ensuite choisir de s'opposer ou non au transfert de compétence au président de l'EPCI.

6. Les délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous³² :

³² Articles L.581-43 et R.581-88 du Code de l'environnement.

II. Les enjeux liés au parc d'affichage existant

Un inventaire sectoriel et représentatif des publicités, des préenseignes et des enseignes situées sur le territoire de la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord a été effectué en juillet et août 2022. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du Règlement Local de Publicité intercommunal a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire de la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord.

1. Les enjeux paysagers

La communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord appartient en totalité à l'unité paysagère du Périgord noir.



Source : Atlas du patrimoine de Dordogne

Au sein de cette unité paysagère, la communauté de communes appartient à 3 sous-entités paysagères, à savoir :

- La Dordogne de Cingles : Creusée par la Dordogne, cette vallée comprend de nombreux paysages ouverts et des panoramas. Le fond de vallée est propice à la culture.



Panorama sur Dordogne et perception lointaine favorisée par les effets de relief, Domme, mai 2022.

- Bessède : qui se caractérise par des espaces forestiers particulièrement denses. Cette densité limite les points de vue et perspectives paysagères. Aux abords de Villefranche-du-Périgord et plus globalement au sud de l'intercommunalité, le paysage mute en un espace mixte de boisements et d'espaces ouverts laissant voir des clairières habitées. Seules les vallées créent des discontinuités dans les forêts et causses forestiers.



Importance des espaces boisés, Villefranche du Périgord, mai 2022



Espaces agricoles, Besse, mai 2022



Espaces boisées fermant les points de vue lointains, Besse, mai 2022

Le causse de Daglan : il s'agit d'un plateau calcaire principalement boisé marqué par le Céou qui traverse le causse de Daglan. On y retrouve une diversité de paysages imbriqués : petites vallées, boisement, etc. Il s'y dégage de nombreuses perspectives paysagères favorisées par un relief varié et variable.



Perception de paysages en relief, à Saint-Pompont et Saint-Martial-de-Nabirat, mai 2022

1.1. Les espaces hors agglomération

a) Les paysages naturels et agricoles

En dehors des espaces d'agglomération, les paysages naturels et agricoles occupent la majeure partie des paysages de la communauté de communes. 95% du territoire est non bâti. Les paysages forestiers dominent largement (plus de 50% de l'occupation des sols) parmi les paysages identifiés sur le territoire.

La richesse du patrimoine naturel du territoire est mise en valeur par de nombreuses protections dont certaines ont un impact direct sur la publicité extérieure.

Outre les protections paysagères (une dizaine) impliquant des interdictions absolues ou relatives de publicité³³, on compte notamment :

6 ZNIEFF de type I :

- Le coteau calcaire de Saint-Pompont (ZNIEFF I) ;
- Le Couasne de Carsac (ZNIEFF I) ;
- Le boisement des Vitarelles (ZNIEFF I) ;
- Les coteaux et falaises de Castelnau-la-Chapelle, Cénac-et-Saint-Julien et Domme (ZNIEFF I) ;
- Les coteaux calcaires du Pays de Belves (ZNIEFF I) ;
- Le marais de Saint-Cirq-Madelon (ZNIEFF I) ;

4 ZNIEFF de type II :

- Les coteaux des vallées de la Lemance et du Sendroux (ZNIEFF II) ;
- Les coteaux à chênes verts du Sarladais, secteur de Groléjac (ZNIEFF II) ;
- Les coteaux calcaires du Causse de Daglan et de la vallée du Céou (ZNIEFF II) ;
- La Dordogne (ZNIEFF II).

3 réserves de biotope :

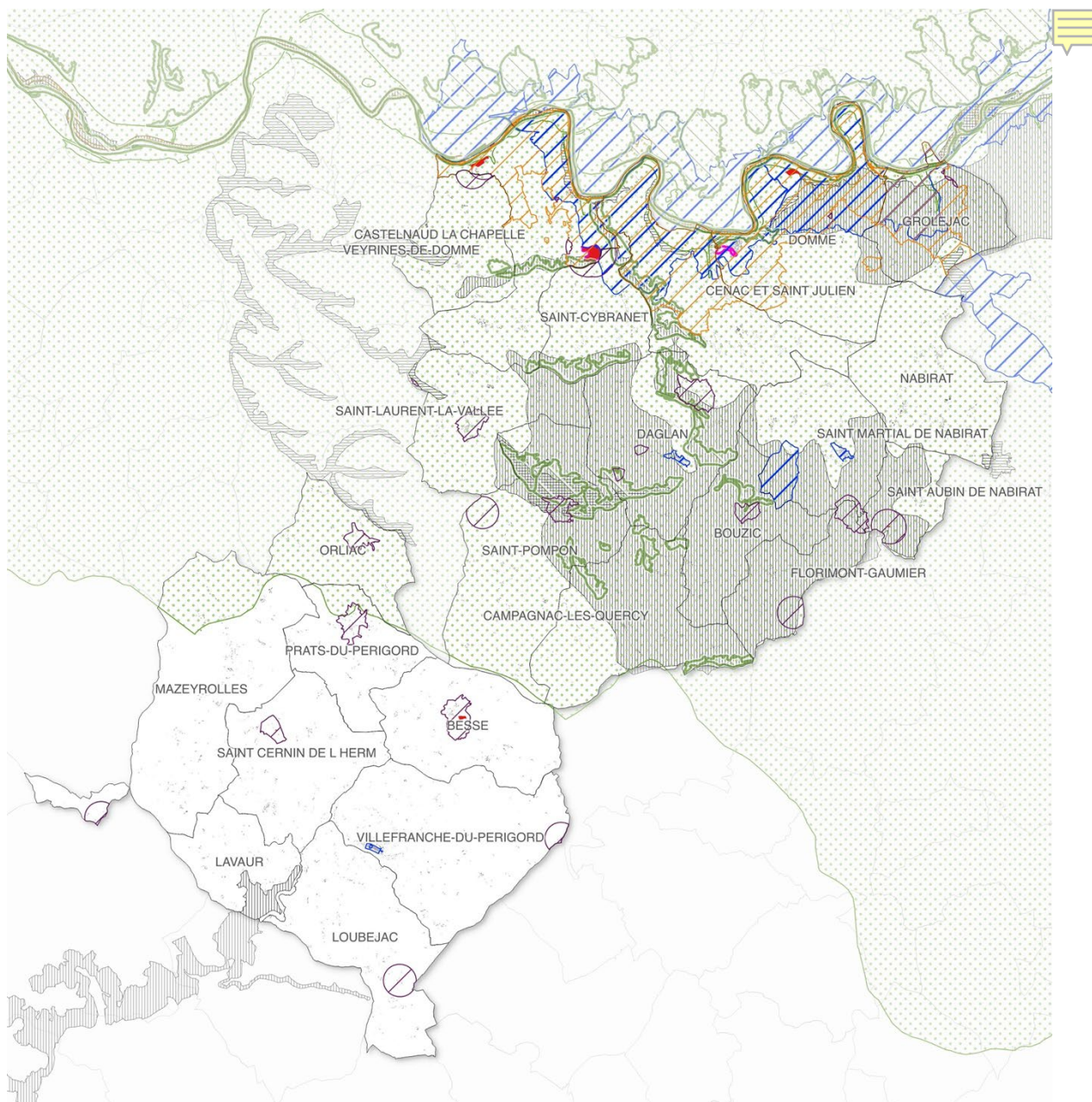
- La Dordogne ;
- L'île de la Fonchopine ;
- Les sites à Faucon Pèlerin ;

Une réserve de biosphère :

- Le bassin de la Dordogne.

L'ensemble de ces protections couvre une partie importante du territoire (bâti et non bâti).

³³ Voir sur ce point Les périmètres d'interdiction de toute publicité existants sur le territoire



RLPI de Domme Villefranche en Périgord

Interdictions absolues et relatives de publicité et protections patrimoniales sur le territoire

Légende

- | | | |
|---|---|---|
| ■ Immeuble classé ou inscrit | Zone Natura 2000 | Commune |
| Monument naturel et site classé | ZNIEFF 1 | |
| Périmètre des abords des monuments historiques | ZNIEFF 2 | |
| Site inscrit | Réserve de biosphère | |
| Site patrimonial remarquable | Réserve de biotope | |

0 2 4 km



Source :

Dispositifs : bureau d'études GoPub Conseil
Zone d'interdiction : DREALUDAP/PNRN2000 - INPN
Bâti et commune: Origine DGFIP Cadastre © Droits de l'Etat réservés © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
10/02/2026

La présente cartographie sera mise à jour en fonction des Périmètres Délimités des Abords (PDA) approuvés en parallèle de l'élaboration du présent RLPI.



La Dordogne, Cénac-et-Saint-Julien, mai 2022

Au sein de ces espaces hors agglomération, principalement agricoles ou naturels, les publicités et préenseignes sont peu présentes. Les dispositifs présents sont essentiellement des préenseignes qui répondent à un besoin de jalonnement commercial des entreprises ou activités.



Préenseigne située hors agglomération, Cénac-et-Saint-Julien, mai 2022

De même, les enseignes sont très peu présentes dans ce type de paysage. On peut trouver très ponctuellement des enseignes signalant des activités agricoles, de loisirs.

La préservation de la qualité paysagère de ces espaces naturels et agricoles sera recherchée avec l'élaboration du RLPI. La réglementation nationale en matière de publicité et préenseigne (à savoir l'interdiction) peut être plus facilement appliquée par l'autorité compétente en matière de police (le président de l'EPCI).

Pour ce qui est des enseignes, le RLPI pourra favoriser la mise en place de règles d'insertion pour privilégier des enseignes bien intégrées à leur environnement tant proche que lointain. Un principe de non-cumul sera également envisagé afin d'éviter toute surenchère de signalisation. Le RLPI permettra de faire gagner en lisibilité et de renforcer l'image du territoire par la mise en place de règles communes pour encadrer les enseignes dans ces espaces de nature.

Les zones d'activités situées hors agglomération

b) Les zones d'activités situées hors agglomération

Même si les espaces hors agglomération sont principalement non bâtis, on constate tout de même la présence de bâtis diffus et dispersés en dehors des agglomérations.

Ces secteurs bâtis isolés peuvent être consommateurs d'espaces et leur intégration à leur environnement est aléatoire. Si le caractère ancien de certains bâtis réalisés en pierre calcaire ou autres matériaux nobles est en adéquation avec l'environnement rural et forestier du territoire, l'urbanisation nouvelle tend parfois à être discordante avec l'environnement ambiant. Aussi, les bâtiments récents à vocation agricole ou commerciale fragilisent parfois la qualité paysagère de ces espaces hors agglomération du fait que :

- Des matériaux peu esthétiques utilisés et de leurs architectures peu travaillées ;
- De leurs volumes imposants ;
- De la faible présence d'aménagements paysagers formant une coupure nette avec les espaces non bâtis hors agglomération, à savoir les espaces de nature et agricoles ;
- La présence d'une signalisation parfois excessive aux abords ou au sein de ces îlots de bâti.

On compte deux Zones d'Activités Économiques (ZAE) sur la communauté de communes. Ce sont les zones de Pech-Mercier à Cénac-et-Saint-Julien et des Pierres Blanches à Mazeyrolles. Elles sont situées en dehors des agglomérations, et positionnées respectivement le long des routes départementales D46 et D710.

On compte également plusieurs zones d'activités de moindres importances (zones commerciales, industrielles, etc. communales) installées hors agglomération et qui souffrent de ces mêmes caractéristiques.



ZAE de Pech-Mercier, Cénac-et-Saint-Julien, mai 2022



Zone d'activités communale de Villefranche-du-Périgord, google map 2010.



Zone d'activités communale de Groléjac, google map 2021.

Pour ces espaces, le RLPi apportera une réponse principalement en matière d'enseignes. En effet, un travail sur la qualité des enseignes, leur esthétisme, leur format ou encore leur nombre permettra de limiter l'impact d'une signalisation excessive sur ces espaces. Pour autant, le RLPi devra permettre des moyens d'expression et de signalisation suffisants pour ces acteurs économiques locaux.

1.2. Les paysages urbains

Parmi les paysages urbains, on retrouve essentiellement des paysages à dominante d'habitat.

Ces paysages présentent une certaine homogénéité architecturale qui provient en partie des matériaux utilisés dans la construction (pierre calcaire, enduit clair, etc.). Néanmoins, on retrouve localement des spécificités liées aux usages passés des bâtiments.

Les paysages de centres-bourgs et d'entrées de villes sont des paysages à enjeux majeurs pour le territoire et notamment en matière de publicité extérieure.

a) Les centres-bourgs

Les centres-bourgs combinent habitat et activités économiques de type : commerces de proximité, commerces de détail et activités liées au tourisme (restaurant, artisanat local...).

On compte 3 centres-bourgs majeurs sur le territoire de Domme-Villefranche du Périgord, à savoir les centres-bourgs de :

- Domme ;
- Cénac-et-Saint-Julien ;
- Villefranche-du-Périgord.



Enseignes, Domme, pôle majeur, mai 2022



Enseignes, à Cénac-et-Saint-Julien et à Villefranche-du-Périgord (pôles majeurs), mai 2022

L'importance de ces centres-bourgs s'explique par :

- Un réseau viaire plus important permettant une meilleure desserte de ces espaces bâtis ;
- Une mixité des services à la population : commerces, équipements, services, etc.

A l'exception de Villefranche-du-Périgord, le nord du territoire concentre la majorité des centres-bourgs attractifs (bourgs majeurs, secondaires et de proximité). Les bourgs dits « ruraux » demeurent plus présents au sud de l'intercommunalité.



*Enseignes, Saint-Martial-de-Nabirat et Castelnau-la-Chapelle
(pôles secondaires), mai 2022*

Au sein des centres-bourgs, la présence d'enseignes est plus importante du fait de la présence accrue de services et de commerces. Les enseignes se présentent essentiellement sous trois formes différentes :

- Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ;
- Les enseignes perpendiculaires au mur ;
- Les enseignes posées au sol.

Les activités d'hébergement ou de restauration, en lien avec l'économie saisonnière et touristique du territoire, sont plus avides d'enseignes que les autres de par la multitude de messages transmis (prix, menus, nom de l'activité, etc.). L'action de l'ABF au sein de secteurs patrimoniaux (abords de monuments historiques et/ou sites classés et/ou inscrits) permet néanmoins de limiter la prolifération d'enseignes dans les centres-bourgs touristiques. Cependant, on constate la présence de supports ne faisant l'objet d'aucune réglementation nationale au sein de ces espaces (chevalet, dispositifs sur clôture, etc.) et qui peuvent avoir un impact sur la perception de ces centres-bourgs, notamment dans les rues plus étroites (enseignes perpendiculaires, installées au sol, etc..) ou sur les places (enseignes installées au sol, etc..).



Enseignes, Domme et Villefranche-du-Périgord, mai 2022

A l'échelle intercommunale, le bâti ancien tient une place importante au sein des centres-bourgs. Outre les différents monuments historiques inscrits ou classés, le territoire comporte également 2 bastides, ensemble de bâtis protégés par des fortifications : les bastides de Domme et de Villefranche-du-Périgord et un château médiéval à Castelnau-la-Chapelle. Les paysages des centres-bourgs sont donc marqués par la présence d'un patrimoine architectural et bâti particulièrement riche auquel participe également le petit patrimoine local non protégé.



Bastide de Domme et château de Castelnau-la-Chapelle, mai 2022



Enseigne bien intégrée à son environnement, Besse, mai 2022

Dans les centres-bourgs, les publicités et préenseignes sont quasiment inexistantes. Néanmoins, les dispositifs présents participent à la dégradation de la qualité des paysages.

La rareté des dispositifs s'explique par la densité de bâti très importante au sein des centres-bourgs. Peu de murs aveugles sont disponibles pour accueillir des publicités ou préenseignes, même si on constate des installations non conformes à la réglementation nationale :

- supports installés sur mur ou clôture non-aveugle ;
- supports scellés au sol ou installés directement sur le sol ;
- etc.

Dans ces espaces, le RLPi pourra mettre en place une réglementation privilégiant la bonne insertion des enseignes dans leur environnement tant proche que lointain en s'appuyant sur les documents de planification et d'aménagement déjà élaborés sur le territoire³⁴ ou sur les prescriptions de l'ABF. Le RLPi pourra proposer des solutions pour encadrer la publicité et les préenseignes en maîtrisant leur format, leur densité et même l'opportunité de maintenir leur utilisation sur ces espaces.

b) Les entrées de villes

Les entrées de villes constituent la première image d'un territoire, elles sont donc un enjeu majeur pour l'attractivité de l'intercommunalité. En fonction des communes, il peut donc y avoir des perceptions très différentes même si les entrées de villes du territoire présentent des caractéristiques semblables.

Les limites d'urbanisation sont nettes sans que cela n'occasionne une rupture violente dans les paysages compte tenu de la grande homogénéité architecturale des constructions. La plupart du temps, l'entrée de ville constitue une transition apaisée entre un paysage agricole et un paysage urbain à dominante d'habitat. La majorité des entrées de villes sont donc relativement préservées et donnent une image rurale du territoire.

³⁴ Voir sur ce point Les documents de planification, d'urbanisme ou d'aménagement ayant un impact sur la publicité extérieure et la réglementation locale existante



Entrée de ville, Loubéjac, mai 2022



Entrée de ville, Daglan, mai 2022



Entrée de ville, Villefranche-du-Périgord, mai 2022

De manière plus ponctuelle mais également plus marquante, on constate la présence d'entrées de villes plus sensibles et banalisées par :

- Une faible qualité paysagère et peu d'aménagements ;
- Des espaces artificialisés plus importants avec un bâti imposant et peu intégré à son environnement ;
- Une pression publicitaire (enseignes, publicités et réenseignes) accrue.

C'est principalement le cas pour l'entrée de ville de Cénac-et-Saint-Julien, la ZAE conduit à une banalisation des paysages et met peu en valeur l'entrée de ville de la commune. Dans ce cas, la transition se fait brusquement entre un paysage agricole et un paysage de zones d'activités.



Entrée de ville, Cénac-et-Saint-Julien, mai 2022

Les entrées de ville offrent une qualité paysagère apaisée qui se traduit notamment par une faible présence de publicité ou préenseigne. Néanmoins, le recensement ayant été effectué pendant la période estivale, il a été constaté de nombreux dispositifs temporaires, situés à l'entrée des communes, souvent réalisés avec des matériaux peu qualitatifs : affiche sur palette, bâches... Ces dispositifs temporaires viennent nuire à la qualité paysagère des entrées de ville.



Publicités en entrée de ville, Saint-Martial-de-Nabirat, Août 2022

Les enseignes sont présentes en entrée de ville essentiellement à Cénac-et-Saint-Julien. Pour les autres communes, on relève peu d'enseignes en entrée de ville. On les retrouve majoritairement en centre-ville et centre-bourg.

Les enjeux en matière de publicité extérieure se concentrent donc principalement sur l'entrée de ville de la D46 à Cénac-et-Saint-Julien. La mise en place d'un RLPi permettra de favoriser une meilleure intégration des enseignes par une limitation de leur taille, de leur nombre ou encore en proposant des règles esthétiques si cela est pertinent.

Globalement, les paysages de la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord sont à la fois composés de paysages urbains, plus ou moins denses selon les communes, de nombreux monuments historiques présents, et de paysages naturels divers : massif forestier, vallées et rives de la Dordogne et du Céou...

La publicité extérieure est principalement située sur le nord du territoire³⁵ qui dispose d'un réseau viaire plus important et qui concentre le tissu économique à l'exception du pôle de Villefranche-du-Périgord au sud. Le tourisme tient une place de choix dans le tissu économique local, et les besoins de signalisation des lieux d'hébergements, d'activités touristiques ou encore de restauration sont nombreux. Cela explique la présence de préenseignes disséminées sur le territoire pour répondre à la demande de jalonnement économique des acteurs économiques locaux.

En matière d'enseignes, celles-ci se concentrent sur là où le tissu économique est le plus dense donc principalement au nord du territoire. La qualité des enseignes est variable sur le territoire mais reste assez qualitative au sein des centres-bourgs notamment lorsqu'ils sont couverts par des secteurs patrimoniaux. Sur ces espaces, le travail de l'ABF permet de disposer d'enseigne de qualité et particulièrement bien insérées au bâti. Le RLPi, par les règles qu'il pourra instituer, permettra de faire des enseignes un véritable levier pour la mise en valeur du patrimoine naturel, bâti et architectural du territoire.

³⁵ Voir sur ce point Synthèse des enjeux en matière de publicités et préenseignes présentes sur la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord.

2. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

2.1. Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d’affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l’exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C’est pourquoi ces dispositifs font l’objet d’une analyse commune.

Un inventaire des publicités et préenseignes situées dans les secteurs à enjeux du territoire intercommunal a été effectué en juillet-août 2022. Pour les publicités et préenseignes, les secteurs à enjeux inventoriés ont été les axes structurants (routes départementales) ainsi que les centres-villes et centres bourgs. Les publicités et préenseignes ont été inventoriées de manière à tendre vers l’exhaustivité dans ces secteurs à enjeux.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le Code de l’environnement précise que « toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l’adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l’a apposée ou fait apposer. ».

« Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d’entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent »³⁶.

Il existe plusieurs typologies de supports publicitaires, à savoir :

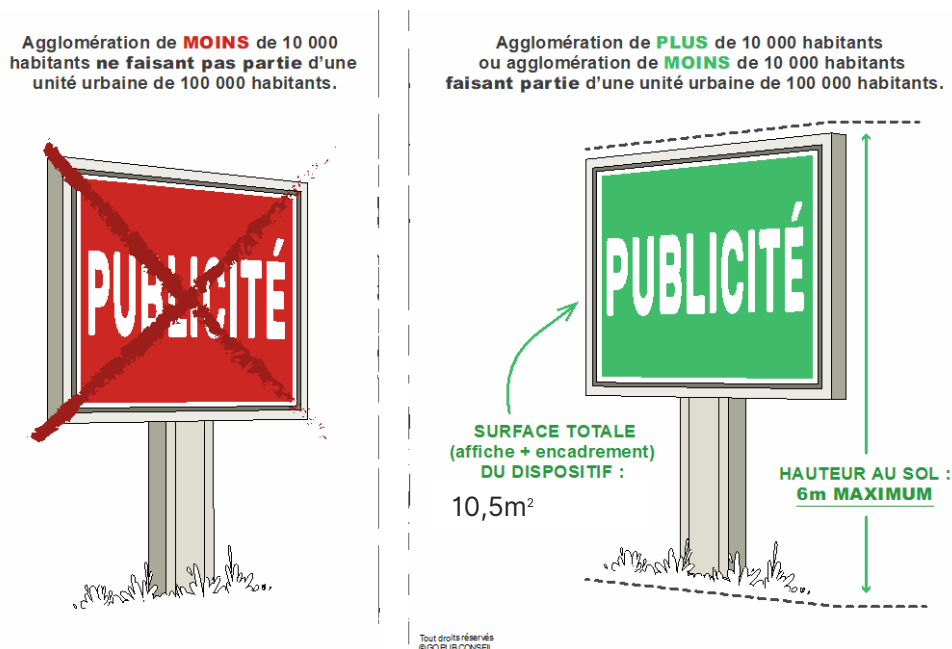
- Les publicités ou les préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Les publicités ou les préenseignes apposées sur mur ou clôture ;
- Les publicités ou les préenseignes apposées à titre accessoire sur mobilier urbain ;
- Les publicités ou les préenseignes installées sur bâches ;
- Les dispositifs de petits formats (micro-affichage) ;
- Les publicités ou les préenseignes lumineux.

³⁶ Article R581-24 du Code de l’environnement

2.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

a) Règlementation nationale

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.



Lorsqu'ils sont autorisés, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol doivent respecter la règle de densité suivante :

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Par exception, il peut être installé :

soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaires.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaires, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaires, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.



b) État des lieux

L'ensemble des communes du territoire compte moins de 10 000 habitants. A ce titre, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite sur l'ensemble du territoire de la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord. Pour autant, plus de 260 publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont été observées.



Publicités et préenseignes scellées au sol, Cénac-et-Saint-Julien et Saint-Martial-de-Nabirat, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022.

Le tableau ci-dessous précise la répartition des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol par commune :

COMMUNE	NOMBRE DE PUBLICITES/PREENSEIGNES SCELLEES AU SOL
BESSE	4
BOUZIC	12
CAMPAGNAC-LES-QUERCY	6
CASTELNAUD-LA-CHAPELLE	17
CENAC-ET-SAINT-JULIEN	34
DAGLAN	13
DOMME	4
FLORIMONT-GAUMIER	12
GROLEJAC	23
LAVAU	4
LOUBEJAC	6
MAZEYROLLES	19
NABIRAT	16
ORLIAC	0
PRATS-DU-PERIGORD	4
SAINT-AUBIN-DE-NABIRAT	4
SAINT-CERNIN-DE-L'HERM	11
SAINT-CYBRANET	22
SAINT-LAURENT-LA-VALLEE	4
SAINT-MARTIAL-DE-NABIRAT	10
SAINT-POMPONT	11
VEYRINES-DE-DOMME	8
VILLEFRANCHE-DU-PERIGORD	22
TOTAL	266



Publicités et préenseignes installées sur des arbres ou plantations, des équipements relatifs à la circulation routière ou des poteaux de transport ou de distribution d'électricité, Saint-Cybranet, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022.

Outre les infractions relevées, on constate parfois une accumulation de supports scellés au sol ou installés directement sur le sol à certaines intersections stratégiques pour les acteurs économiques locaux. Cette accumulation est souvent synonyme de non-respect de la règle de densité nationale. Certains supports font donc l'objet de plusieurs infractions.



Densité des publicités et préenseignes scellées au sol, Saint-Cybranet, Castelnau-la-Chapelle et Cénac-et-Saint-Julien, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

c) Enjeux

Le principal enjeu de ces publicités et préenseignes est leur présence hors agglomération et/ou sur des agglomérations de moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : c'est le cas de 100 % des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Par ailleurs, ces supports sont également souvent installés sur des éléments visés à l'article R.581-22 du Code de l'environnement³⁷ et sur lesquels la publicité est strictement interdite.

La seule application de la réglementation nationale permettrait donc de résorber la totalité des infractions relevées sur la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord. Cet enjeu concerne toutes les communes de l'intercommunalité.

³⁷ Pour en savoir plus : Les interdictions absolues



Publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol implanté hors Agglomération, Lavour et Daglan, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022.



Publicités et préenseignes installées sur des équipements relatifs à la circulation routière ou des poteaux d'éclairage public, Nabirat et Groléjac, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022.

2.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

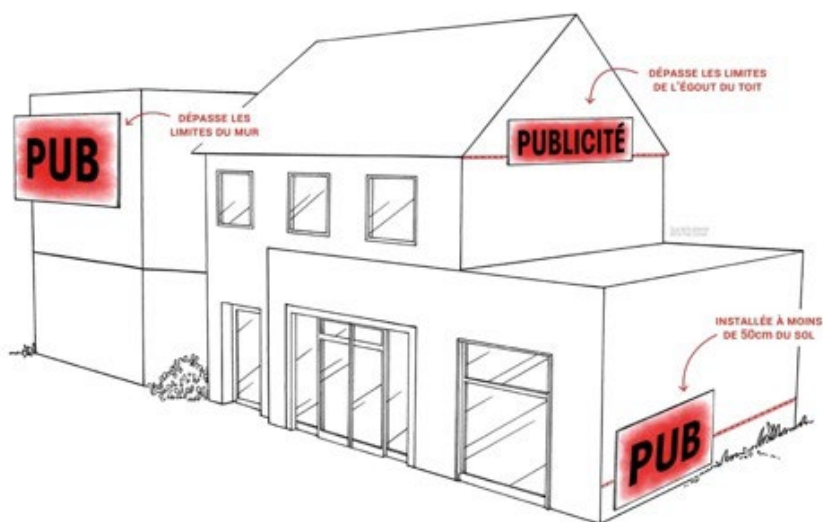
a) Règlementation nationale

Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture. Ainsi, elles sont limitées comme suit :

- Surface unitaire maximale $\leq 4,7 \text{ m}^2$
- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Les publicités et préenseignes murales sont donc interdites si elles sont :

- Apposées à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépassent les limites du mur qui la supporte,
- Dépassent les limites de l'égout du toit,
- Apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.

Outre ces règles de dimensionnement et d'implantation, les publicités sur mur ou clôture sont soumises à une règle de densité.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- Soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;

- Soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaires.

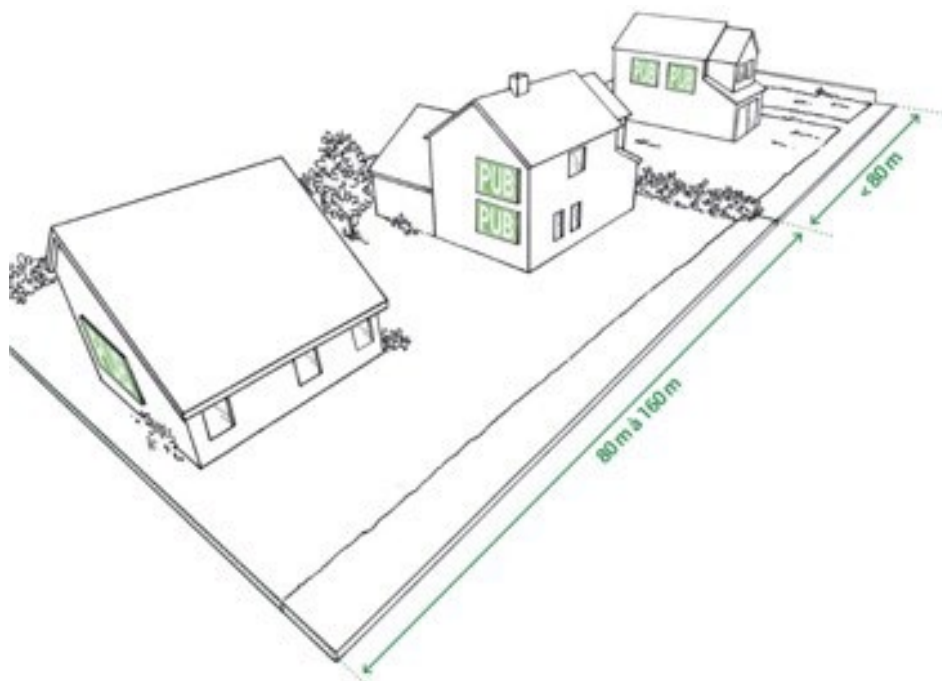
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaires, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaires, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.



b) État des lieux

Actuellement, les publicités apposées sur mur ou clôture ne représentent que 10% des dispositifs publicitaires relevés sur la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord. Pourtant, dès lors qu'elles respectent le Code de l'environnement, il s'agit des dispositifs qui s'intègrent le mieux à l'environnement : « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »³⁸.

³⁸ Voir la fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités : <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/modalit%C3%A9%20-calcul-format-publicit%C3%A9.pdf>

Le tableau ci-dessous indique la répartition des publicités et préenseignes sur mur ou clôture par commune :

COMMUNE	NOMBRE DE PUBLICITES/PREENSEIGNES SUR MUR / CLOTURE
BESSE	1
BOUZIC	1
CAMPAGNAC-LES-QUERCY	1
CASTELNAUD-LA-CHAPELLE	3
CENAC-ET-SAINT-JULIEN	3
DAGLAN	3
DOMME	2
FLORIMONT-GAUMIER	0
GROLEJAC	6
LAVAU	0
LOUBEJAC	0
MAZEYROLLES	0
NABIRAT	0
ORLIAC	0
PRATS-DU-PERIGORD	0
SAINT-AUBIN-DE-NABIRAT	0
SAINT-CERNIN-DE-L'HERM	1
SAINT-CYBRANET	0
SAINT-LAURENT-LA-VALLEE	0
SAINT-MARTIAL-DE-NABIRAT	3
SAINT-POMPONT	6
VEYRINES-DE-DOMME	0
VILLEFRANCHE-DU-PERIGORD	1
TOTAL	31



Publicités et préenseignes apposées sur mur, Cénac-et-Saint-Julien et Saint-Martial-de-Nabirat, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

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.



Publicités et préenseignes apposées sur mur, Domme et Besse, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022



Publicités et préenseignes apposées sur clôture (à gauche) et clôture non-aveugle (à droite), Daglan et Saint-Cernin-de-l'Herm, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

Les publicités sur mur ou clôture sont principalement impactées par les infractions liées à leur localisation (hors agglomération, dans les périmètres de protection patrimoniale...). Également, quelques dispositifs sont en infraction au regard du non-respect des règles de densité, ou bien parce qu'ils sont implantés sur un mur ou une clôture non-aveugles.



Publicités et préenseignes apposées sur clôture non-aveugle, Saint-Pompont et Saint-Martial-de-Nabirat, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

On relève néanmoins une quinzaine de publicités et préenseignes qui ne respectent pas la règle de densité. La majorité de ces dispositifs sont non conformes à la réglementation nationale car scellés au sol ou installés directement sur le sol³⁹.



Densité des publicités et préenseignes apposées sur mur, Saint-Pompont, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

c) Enjeux

Les enjeux de ces dispositifs résident dans :

- Leur format : la majorité des dispositifs relevés étant inférieure à 3m², le futur RLPi pourra choisir de restreindre et/ou de conserver le format maximal autorisé par la réglementation nationale, soit 4,7 m² ;
- La faible présence de publicité sur clôture aveugle : très peu de publicités sur clôture ont été relevées lors du recensement. La majorité des publicités sur clôture relevées sont implantées sur clôture non-aveugle. De fait, elles sont non conformes à la réglementation nationale. Le futur RLPi pourra donc entériner cette pratique pour préserver les clôtures aveugles⁴⁰ de support publicitaire ou de préenseigne.

Le futur RLPi pourra harmoniser les formats des publicités sur mur à l'ensemble de l'intercommunalité, en fonction des secteurs. Ces limitations permettront de préserver le cadre de vie et les perspectives paysagères. Le renforcement de la règle de densité et sa simplification pourront permettre de gagner en qualité paysagère et d'éviter la surenchère de dispositifs publicitaires.

Dans le cadre du travail d'élaboration du futur RLPi, la question de la dérogation aux interdictions relatives de publicité sera abordée. Si le choix est fait de déroger aux interdictions relatives de publicité dans les périmètres de protection patrimoniale, des règles d'implantation et des formats adaptés pourront être mis en place afin de limiter l'impact de tels dispositifs dans le cadre paysager et architectural.

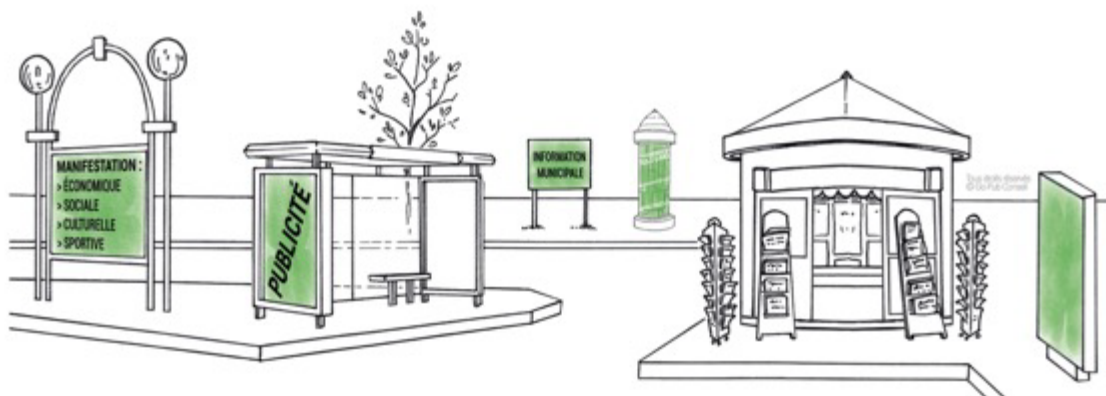
³⁹ Voir pour cela la partie « État des lieux » relative aux publicités et préenseignes scellées ou installées directement sur le sol

⁴⁰ Les publicités ou préenseignes sur clôture non-aveugle sont déjà interdites par l'article R.581-22 du Code de l'environnement.

2.4. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

a) Règlementation nationale

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



TYPE	REGLES APPLICABLES
ABRIS DESTINES AU PUBLIC	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
KIOSQUES A JOURNAUX OU A USAGE COMMERCIAL EDIFIES SUR LE DOMAINE PUBLIC	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
COLONNES PORTE-AFFICHES	Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
MATS PORTE-AFFICHES	Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$.
MOBILIERS URBAINS DESTINES A RECEVOIR DES INFORMATIONS NON PUBLICITAIRES A CARACTERE GENERAL OU LOCAL, OU DES ŒUVRES ARTISTIQUES	Ne peuvent supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors interdiction dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Le mobilier urbain peut donc, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- Non lumineuse ;
- Éclairée par projection ou par transparence.

La publicité numérique sur le mobilier urbain n'est pas autorisée dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Ainsi, la publicité numérique apposée sur mobilier urbain est interdite sur l'ensemble du territoire.

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

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du Code de l'urbanisme ;
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- Si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

b) État des lieux

Un seul mobilier urbain a été relevé sur le territoire de la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord. Situé à Villefranche-du-Périgord, il s'agit d'un mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (format « sucette »). Il est composé d'une face d'information locale et d'une préenseigne.



Mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, supportant de la publicité, Villefranche-du-Périgord, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

Néanmoins, ce dispositif est non conforme à la réglementation car il est situé hors agglomération.

c) Enjeux

La quasi-inexistence du mobilier urbain sur le territoire de la communauté de communes permet de rappeler que le mobilier urbain doit « *être appréhendé comme l'ensemble des équipements publics mis au service des usagers des voies publiques. En d'autres termes, cette notion englobe tous les objets installés sur les voies publiques qui répondent à une demande, un besoin ou un service de la part des usagers.* »⁴¹

Sans enjeux existants ou sans demandes spécifiques de la part des communes de l'intercommunalité, le mobilier urbain n'a pas nécessité à être encadré localement.

Néanmoins, la question de la dérogation aux interdictions relatives de publicité sera abordée afin d'envisager des évolutions et besoins futurs du territoire.

⁴¹ Réponse à la question parlementaire n°94211 de Mme Marie-Jo Zimmermann, en date du 20/03/2012.

2.5. La publicité sur bâches

a) Règlementation nationale

Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du Code de l'environnement. En effet, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

On compte deux types de bâches :

1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité, installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;

2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces supports sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Par conséquent, l'utilisation des bâches publicitaires est interdite sur l'ensemble du territoire de la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord.

b) État des lieux

Lors du diagnostic, aucune bâche publicitaire n'a été relevée sur la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord.

c) Enjeux

Il convient de maintenir cette situation en conformité avec le cadre national fixé pour ces dispositifs publicitaires particuliers.

2.6. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales

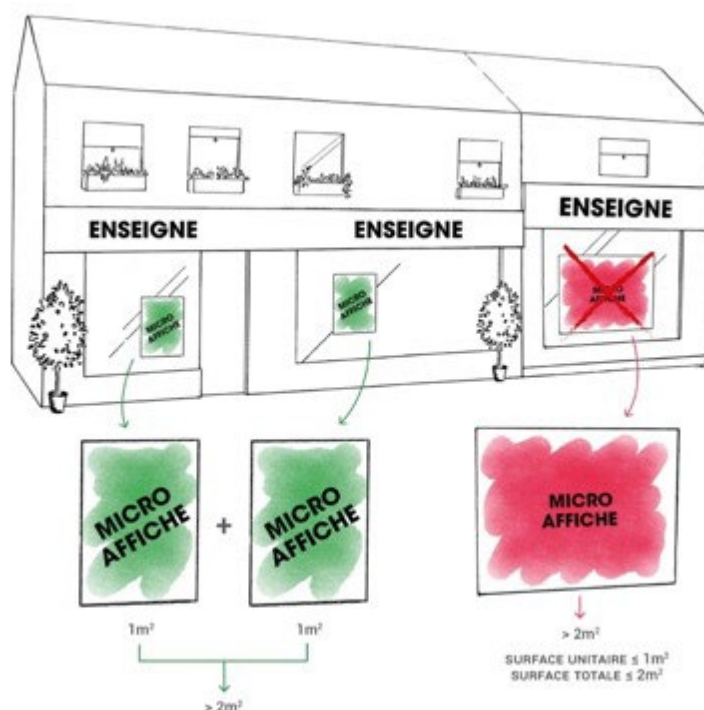
a) Règlementation nationale

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le code de l'environnement. Le guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1 m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* ».

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueillent en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit également d'une source de revenu pour ces activités.

Le Code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales, **notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.**

b) État des lieux

Lors du recensement, aucun dispositif de petit format n'a été relevé sur le territoire intercommunal. Généralement, ces supports sont installés en façade d'une même activité et participent au phénomène de saturation des façades.

c) Enjeux

En l'absence d'enjeux et de support relevés sur le territoire, la réglementation nationale pourra être maintenue pour ce type de support.

2.7. Publicités / préenseignes lumineuses

a) Règlementation nationale

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89 % entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Elle contribue directement à cette pression lumineuse. Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieur des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient numériques, éclairées par projection ou transparence, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire national.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences de la publicité lumineuse sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a également démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh⁴².

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue notamment par la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du Code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

⁴² https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf



Source : Office Français de la Biodiversité (OFB) - <https://www.ofb.gouv.fr/actualites/un-nouvel-indicateur-pour-%20mesurer-la-pollution-lumineuse>

Le Code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴³. Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

La publicité numérique, et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence, est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse, à savoir :

- Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$;
- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$.

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel⁴⁴, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

⁴³ Arrêté ministériel non publié à ce jour

⁴⁴ arrêté ministériel non publié à ce jour

La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

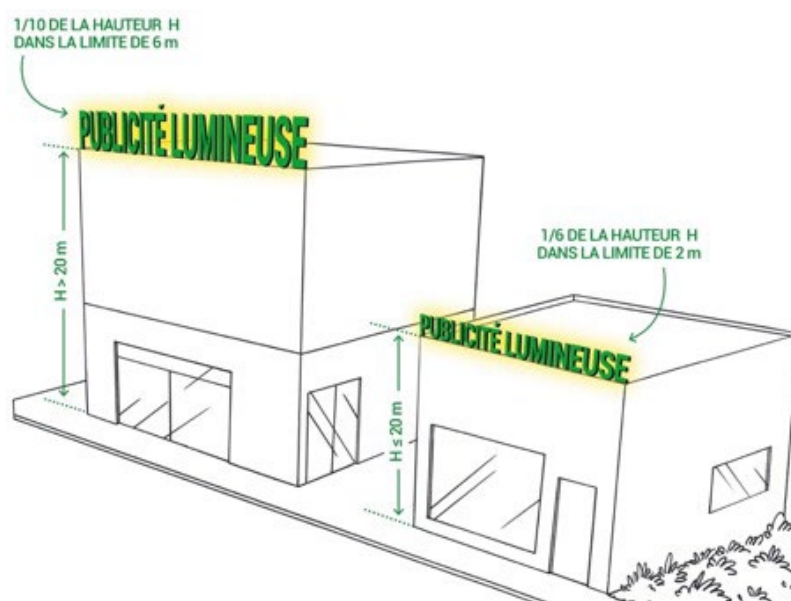
La publicité lumineuse ne peut :

- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Être apposée sur une clôture.



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade > 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



b) État des lieux

En l'espèce, aucun support publicitaire lumineux n'a été relevé sur le territoire intercommunal.

Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositif publicitaire numérique. Par ailleurs, l'ensemble des agglomérations du territoire comptant moins de 10 000 habitants, la publicité numérique est interdite.

c) Enjeux

A titre d'information, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN, ont été proposées, comme :

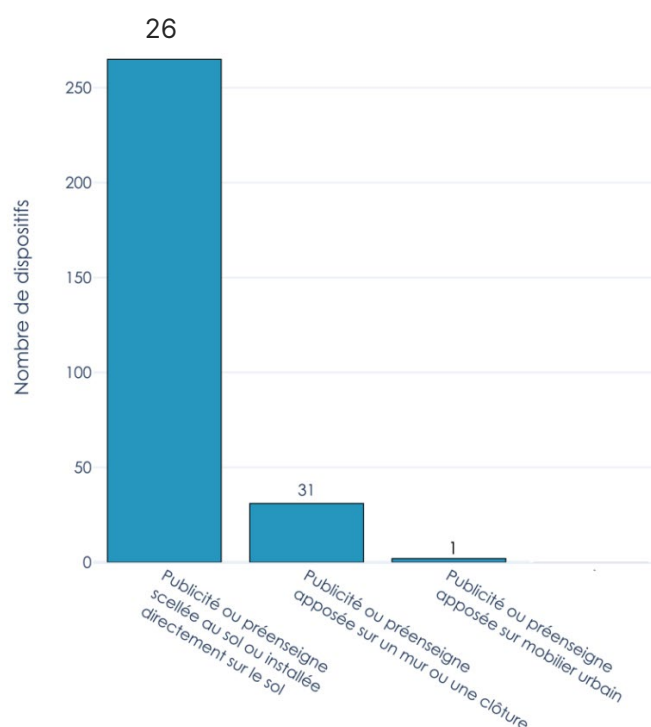
- Sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière : l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire. Si les lampes sont surdimensionnées, leur puissance doit être réduite, remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche.
- Moduler la durée d'éclairage : il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Des règles locales, comme une plage d'extinction nocturne renforcée, pourront être mises en place.

2.8. Synthèse des enjeux en matière de publicités et préenseignes présentes sur la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord.

Près de 300 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord.

Répartition des publicités ou préenseignes



Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord en fonction de leur typologie :

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol constituent la majorité des dispositifs recensés (89 % des dispositifs de la commune) alors que ces supports sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ;

Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (10 %). Dès lors qu'elles respectent le Code de l'environnement, il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage⁴⁵ ;

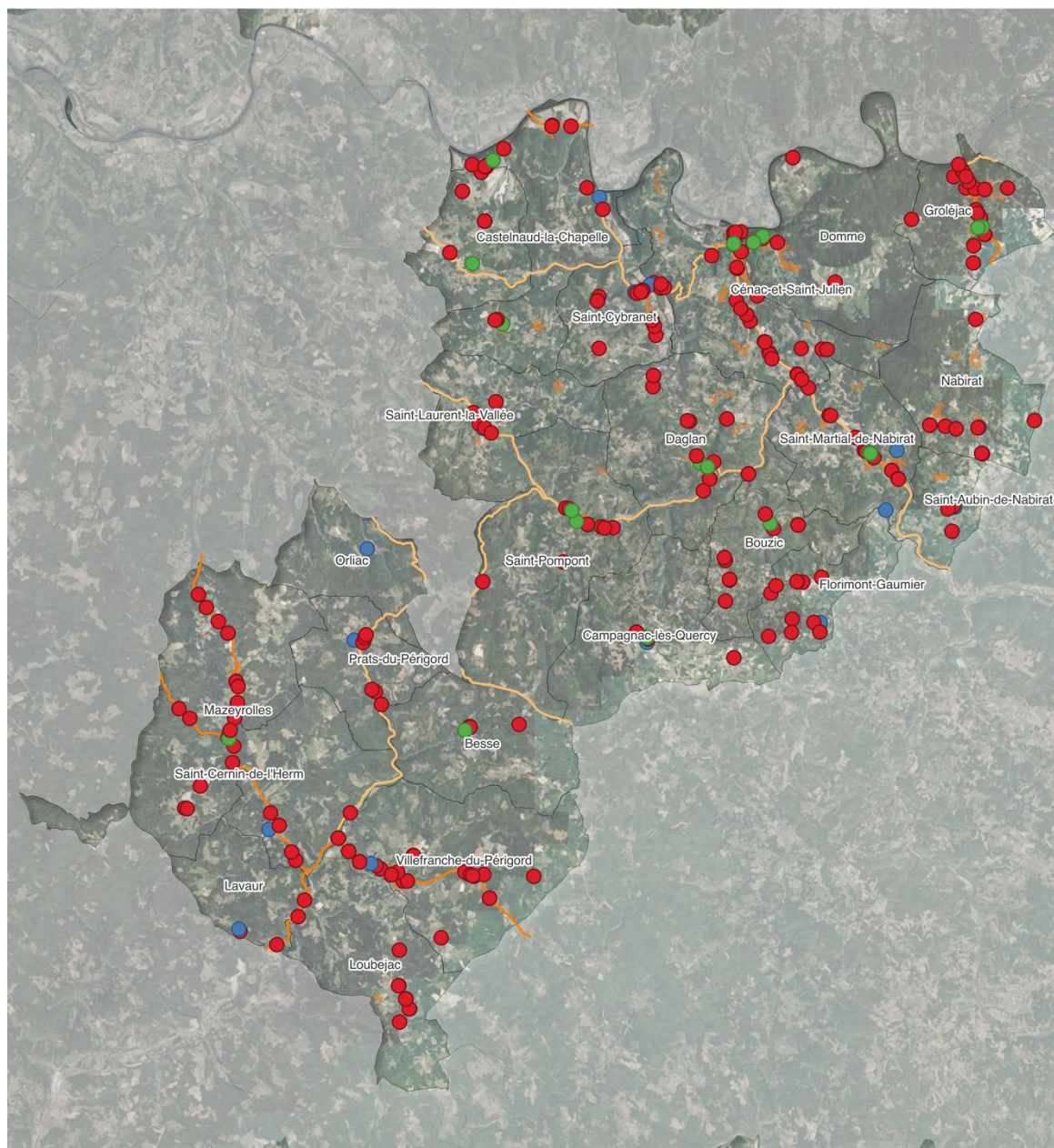
On compte également 1 % de publicité apposée sur mobilier urbain qui relève d'une catégorie spécifique de publicité. En effet, un seul mobilier urbain est présent sur le territoire.

Comme le montre la cartographie ci-après, la majorité des dispositifs publicitaires et des préenseignes est installée le long des axes structurants primaires (RD57, RD60, RD660, RD29 et RD704) et secondaires (moins importantes à l'échelle départementale mai. Certaines communes sont plutôt préservées de la pression publicitaire comme Orliac, Prats-du-Périgord, Saint-Aubin-de-Nabirat, Saint-Laurent-la-Vallée et Lavar.

⁴⁵ Voir la fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités :

<https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/modalit%C3%A920-calcul-format-publicit%C3%A9.pdf>

Localisation des publicités et préenseignes sur la Communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord



Légende

Publicités

- Publicité apposée sur mobilier urbain
- Publicité apposée sur un mur ou une clôture
- Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Routes

- Routes primaires
- Routes secondaires
- Espace aggloméré
- Bâti
- Limite communale



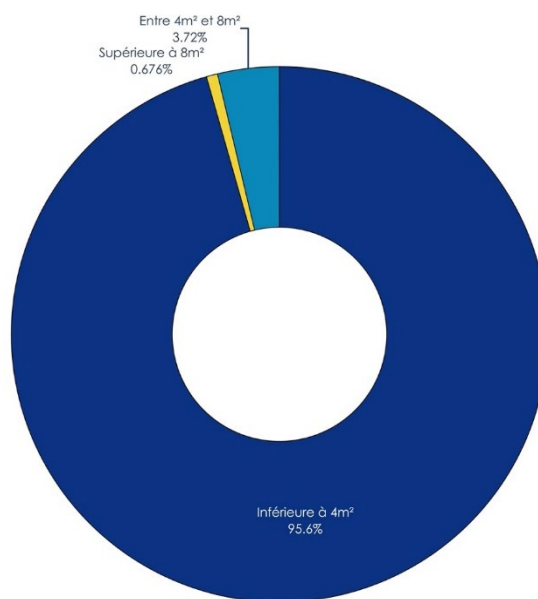
0 2,5 5 km

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

Le format des supports n'est pas un enjeu aujourd'hui pour le territoire. En effet, seulement 4,4% des supports ont un format excédant 4 mètres carrés.

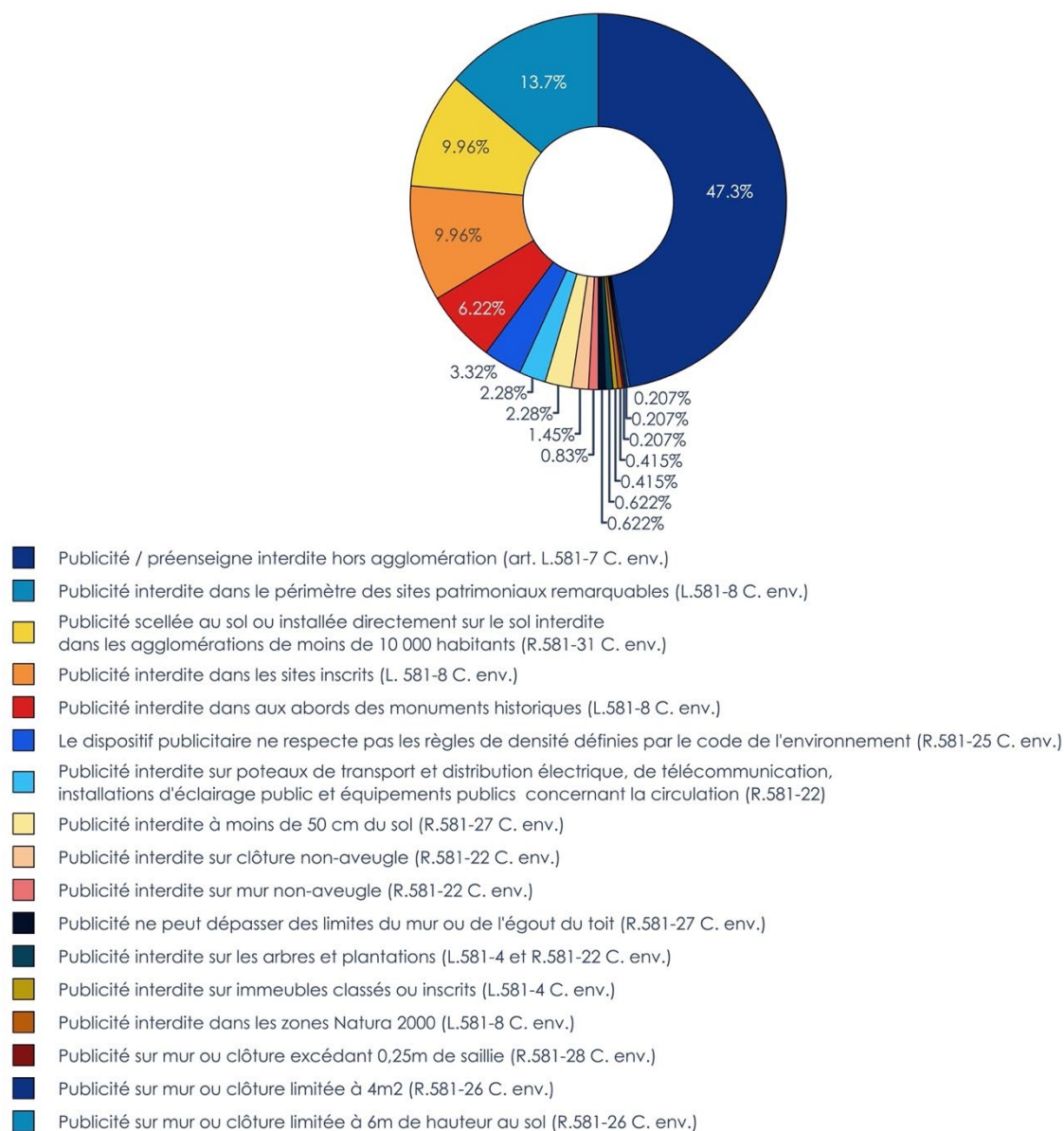
Répartition des publicités ou préenseignes en fonction de leur surface (en %)



Exemples de publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol de grands formats (respectivement 8 m² et 10 m²), Castelnaud-la-Chapelle et Lavar, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de constater que la totalité des dispositifs présents sur le territoire de Domme-Villefranche du Périgord sont non conformes au Code de l'environnement.

Répartition des infractions des publicités ou préenseignes (en %)



Les infractions qui génèrent le plus de non-conformité sont :

- Les publicités et préenseignes installées hors agglomération (art. L.581-7 du RLP). On en compte plus de 227 sur le territoire intercommunal, soit 47% des infractions constatées ;
- Les publicités et préenseignes implantées dans les sites inscrits ou dans les périmètres de protection des monuments historiques. Les publicités et préenseignes présentes dans ces secteurs représentent 30% des infractions constatées ;
- Les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées dans des agglomérations de moins de 10 000 habitants (art. R.581-31 C. env.). Cette typologie d'enseignes représente la majorité des supports existants. Cela représente 10% des infractions constatées.
- L'installation de supports au sein de sites inscrits représente également 10% des infractions constatées sur le territoire.

Ce taux important de non-conformité important s'explique par :

- L'installation de supports de manière « sauvage » par des annonceurs ou des activités qui méconnaissent la réglementation nationale en vigueur. Pour cela, le RLPi permettra de vulgariser et de transmettre l'information relative à la publicité extérieure ;
- Un territoire principalement rural (plus 95% du territoire est composé de prairies, de boisements ou encore de cultures) ne permettant pas l'installation de supports scellés au sol ou installés directement sur le sol et disposant, dans ces espaces agglomérés, de nombreuses protections patrimoniales dont certaines impliquent l'interdiction de publicité⁴⁶ ;
- Un besoin de communication de la part des entreprises locales dont une partie non négligeable est orientée vers le tourisme. Aussi, Cénac-et-Saint-Julien, qui concentre la plus grande part des activités économiques du territoire, est soumis à une pression plus importante en matière de publicité et préenseignes. Il y a donc un vrai besoin de jalonnement commercial des activités du territoire. Le RLPi pourra en partie y répondre tout en conciliant sa solution avec la préservation du patrimoine architectural et naturel du territoire de Domme-Villefranche du Périgord.

Au regard de ces éléments, la seule application de la réglementation nationale permettrait de résorber l'ensemble des problématiques paysagères constatées au regard de la réglementation nationale.

La décentralisation des compétences de police prévue au 1^{er} janvier 2024 permettra également au président de l'EPCI ou, le cas échéant, aux maires d'appliquer directement les compétences de police en matière de publicité.

Le RLPi demeure une réponse pour permettre malgré tout aux commerces et entreprises locales de se signaler tout en disposant de supports s'intégrant au patrimoine paysager d'exception de la communauté de communes. Le format, la densité ou encore la zone d'implantation sont autant de leviers permettant de concilier ces attentes.

⁴⁶ Voir sur ce point Les périmètres d'interdiction de toute publicité existants sur le territoire

3. Les enjeux en matière d'enseignes

3.1. Généralités

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas dans les zones d'activités qu'en centre-ville ou dans les secteurs où il y a peu d'enseignes. Les enseignes ont fait l'objet d'un relevé en juillet-août 2022 en période estivale.

Le recensement a été partiel et représentatif afin de réaliser une « *photographie* » globale du territoire. Il a eu lieu sur les secteurs à enjeux identifiés, à savoir :

- Les centres-villes et centres-bourgs ;
- Les espaces d'activités, notamment les zones activités économiques intercommunales de Pech-Mercier à Cénac-et-Saint-Julien et des Pierres Blanches à Mazeyrolles ;
- Les entrées de ville ;
- Les sites représentatifs du patrimoine naturel et bâti.

Les enseignes sont réparties en 5 grandes catégories :

- Les enseignes parallèles au mur ;
- Les enseignes perpendiculaires au mur ;
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Les enseignes sur clôture ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

Ces différentes catégories, qui peuvent revêtir un caractère temporaire et/ou lumineux, sont étudiées ci-après à la lumière de la réglementation nationale en vigueur.

Quelle que soit leur typologie, le Code de l'environnement impose que les enseignes doivent être :

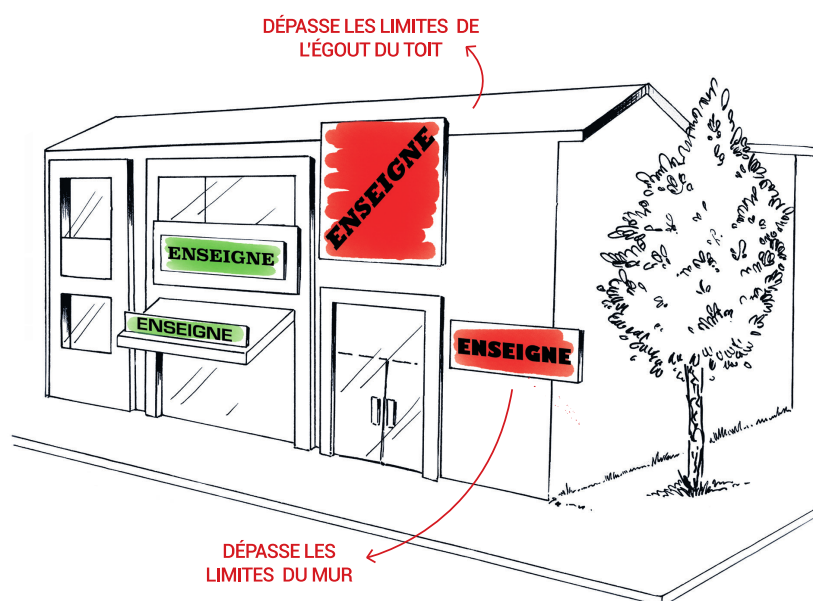
- Constituées par des matériaux durables,
- Maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée, les lieux devant être remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

3.2. Enseigne parallèle au mur

a) Règlementation nationale

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas :

- Dépasser les limites de ce mur ;
- Constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm ;
- Dépasser les limites de l'égout du toit.



Des enseignes de ce type peuvent être installées :

- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre ;
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.

b) État des lieux

Lors des investigations de terrain, une vingtaine d'enseignes parallèles en infraction ont été identifiées. Toutefois, l'immense majorité des enseignes parallèles présentes respectent la réglementation nationale.

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur constituent l'une des catégories d'enseignes la plus présente sur le territoire. On trouve ce type d'enseignes en centres bourgs ainsi qu'en zones d'activités.



Enseignes parallèles au mur, Domme, Groléjac, Cénac-et-Saint-Julien, Daglan, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022



Enseigne en vitrophanie (à gauche) et enseigne sur store-banne (à droite), Cénac-et-Saint-Julien et Daglan, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

Il faut noter la présence d'enseignes qualitatives réalisées en lettres découpées et bien intégrées à la façade, notamment dans les secteurs soumis à une protection patrimoniale.



Enseignes parallèles au mur réalisées en lettres découpées, Villefranche-du-Périgord et Saint-Martial-de-Nabirat, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

Quelques enseignes parallèles sont installées sur des auvents ou des marquises ou encore des garde-corps. Ces installations restent peu nombreuses.



Enseigne sur balcon (à gauche) et enseigne sur auvent (à droite), Castelnau-la-Chapelle et Saint-Martial-de-Nabirat, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur présentent des surfaces comprises entre 0,01 mètre carré et plus d'une vingtaine de mètres carrés pour les plus grandes. Lors de l'inventaire, 115 enseignes parallèles ont été relevées et mesurées afin de disposer d'un échantillon représentatif des dispositifs présents. Plus de 60% de ces enseignes mesurent moins de 2 mètres carrés tandis qu'un peu plus de 6% dépassent 10 mètres carrés. Ces dernières sont principalement implantées sur des bâtiments d'activités.

c) Enjeux

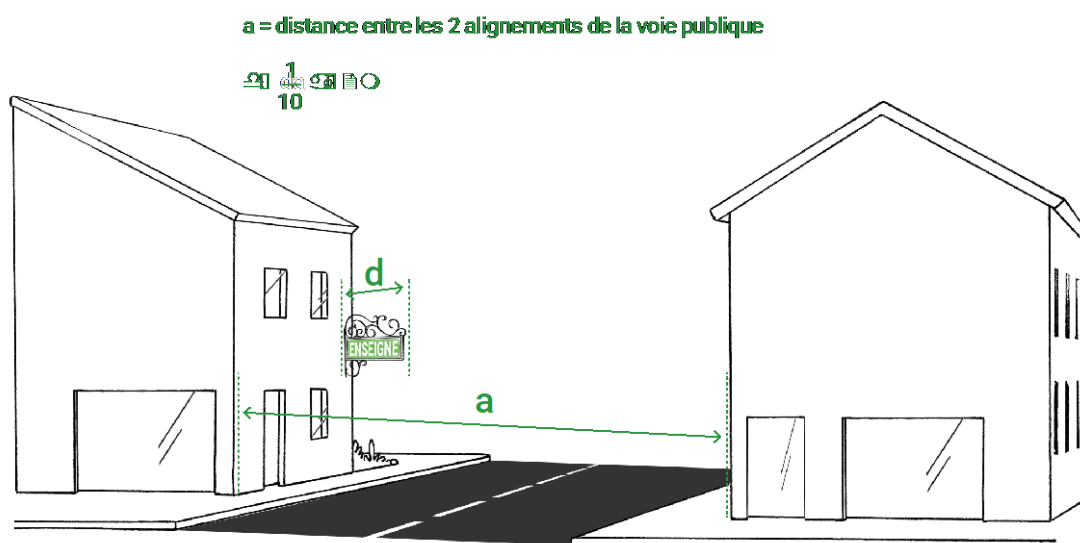
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur sont globalement de qualité et de taille modeste, y compris en zones d'activités. L'immense majorité respecte la réglementation nationale en vigueur qui permet de préserver le cadre de vie. L'enjeu principal du RLPi pour les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur est de maintenir la qualité existante ainsi que les petits formats. Une attention particulière sera portée aux enseignes situées dans les périmètres de protection patrimoniale, afin de mettre en place des règles visant à protéger et mettre en valeur le patrimoine bâti et naturel.

3.3. Enseigne perpendiculaire au mur

a) Règlementation nationale

Les enseignes perpendiculaires au mur ne doivent pas :

- Dépasser la limite supérieure de ce mur ;
- Être apposées devant une fenêtre ou un balcon ;
- Constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).



b) État des lieux

Les enseignes perpendiculaires au mur sont peu présentes sur le territoire communautaire. En effet, l'inventaire de terrain a permis de recenser moins d'une quarantaine d'enseignes qui se trouvent presque exclusivement en centre bourg.

Les enseignes perpendiculaires ont des surfaces assez modestes comprises entre 0,1 mètre carré et moins de 2 mètres carrés pour la plus grande.

Les enseignes perpendiculaires au mur ont, pour la plupart, une saillie inférieure à un mètre (6 enseignes ont une saillie supérieure à 1 mètre).

On note qu'à quelques exceptions près, les activités du territoire utilisent une seule enseigne de ce type par façade.



Diversité des formats des enseignes perpendiculaires au mur, Saint-Laurent-la-Vallée, Groléjac, Villefranche-du-Périgord, Castelnau-la-Chapelle et Cénac-et-Saint-Julien, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022



Enseignes perpendiculaires au mur réalisées en fer forgé, Domme et Castelnau-la-Chapelle, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

L'impact paysager de cette catégorie d'enseignes demeure limité compte tenu de leur faible taille. Certaines enseignes sont réalisées en motifs découpés en fer forgé, ce qui leur confère une grande qualité.

c) Enjeux

Les enseignes perpendiculaires ont un impact paysager relativement modeste sur les paysages du territoire. Dans l'optique de garantir la qualité du cadre de vie, la saillie de ces enseignes pourra être limitée ainsi que leur nombre sur une même façade pour préserver le territoire d'implantations futures qui pourraient être peu qualitatives. Là encore, les secteurs patrimoniaux bénéficieront d'une attention particulière afin de protéger le patrimoine bâti et naturel.

3.4. La surface cumulée des enseignes

a) Règlementation nationale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement (c'est-à-dire les enseignes parallèles ou perpendiculaires vues précédemment) ne peuvent avoir une surface cumulée⁴⁷ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptés dans le calcul de la surface autorisée.



b) État des lieux

L'inventaire de terrain a permis d'identifier quelques activités (moins d'une dizaine) dont la surface des enseignes en façade excède les seuils définis par la réglementation nationale.



Façades d'activités saturées d'enseignes, Cénac-et-Saint-Julien, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

⁴⁷ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

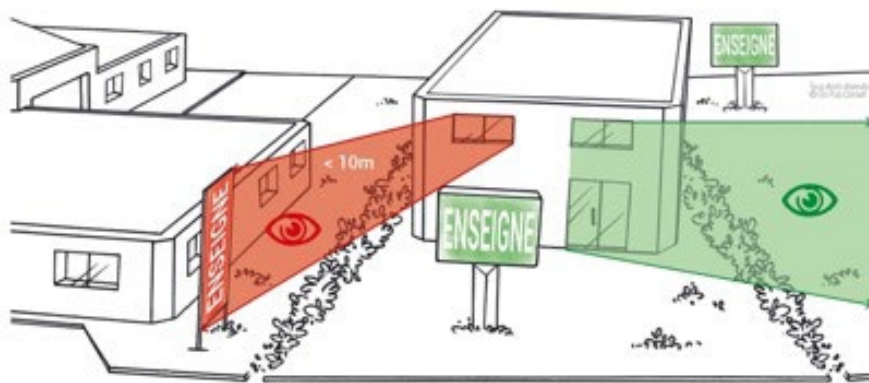
c) Enjeux

L'application de la réglementation nationale semble adaptée au contexte local et permettra de corriger les quelques activités ayant des surfaces excessives.

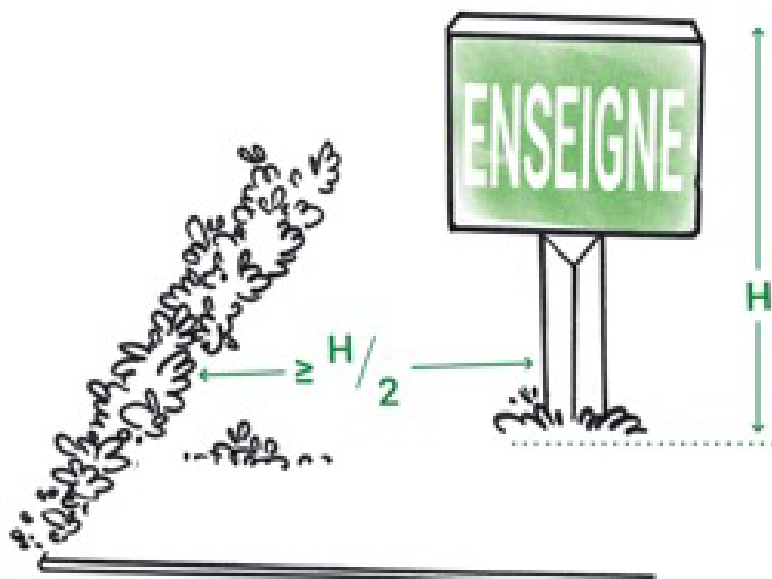
3.5. Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

a) Réglementation nationale

Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



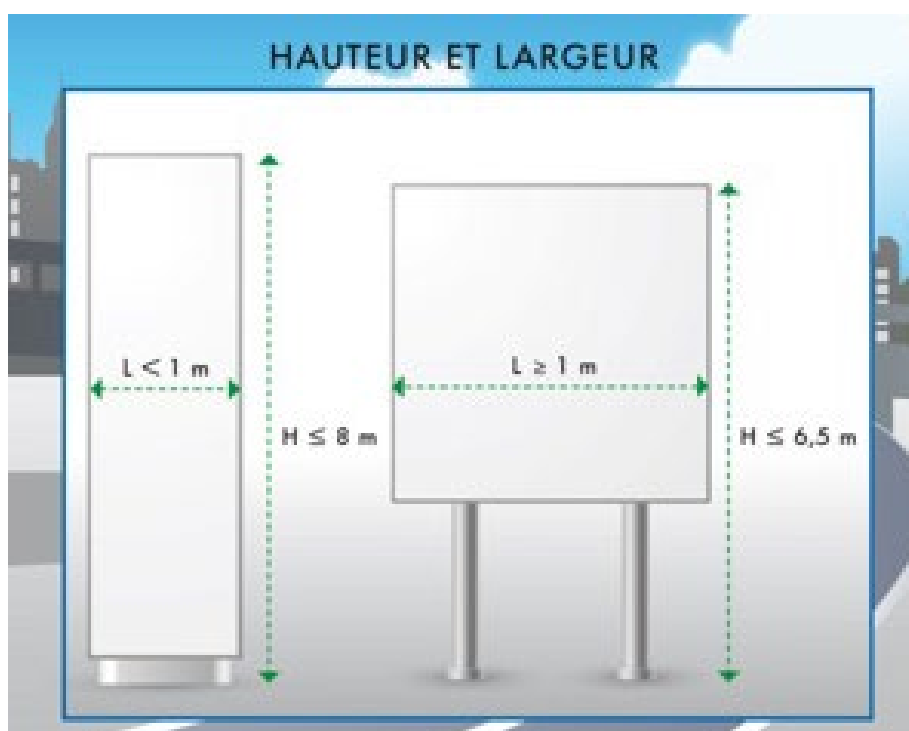
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m².

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large ;
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



Les enseignes de moins de 1 m² (ou égales à 1 m²), scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne font l'objet d'aucune règle nationale spécifique. En particulier, elles ne sont pas limitées en termes de hauteur au sol et de nombre.

b) État des lieux

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol constituent l'une des catégories d'enseignes la plus présente sur le territoire. L'inventaire a permis de relever un peu plus de 150 enseignes de ce type.

On les trouve sous forme d'enseignes installées directement sur le sol⁴⁸ (totems, oriflammes, chevalets, menus, etc.) dans la plupart des centres bourgs.



Diversité des enseignes scellées au sol ou apposées directement sur le sol, Villefranche-du-Périgord, Cénac-et-Saint-Julien, Saint-Martial-de-Nabirat, Domme, Villefranche-du-Périgord et Besse, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

⁴⁸ Certaines enseignes installées directement sur le sol peuvent être posées sur le domaine public dès lors que l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public.

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.

L'analyse des surfaces d'enseignes scellées ou installées directement au sol présentent sur le territoire intercommunal montre :

- Environ 70 enseignes dont la surface est inférieure à 1 mètre carré ;
- Une soixantaine d'enseignes dont la surface est comprise entre 1 et 3 mètres carrés ;
- Une quinzaine d'enseignes dont la surface est comprise entre 3 et 6 mètres carrés ;
- 3 enseignes dont la surface dépasse 6 mètres carrés (ce qui constitue une infraction au code de l'environnement).

On relève 15 enseignes parmi les 152 enseignes inventoriées dont la largeur dépasse de 2 mètres.

Moins d'une dizaine d'activités utilisent des enseignes scellées ou posées au sol dépassant 4 mètres de hauteur au sol. Bien que peu nombreuses, l'impact visuel des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est important.



Enseignes scellées au sol avec des hauteurs supérieures à 4m (à gauche) et une surface supérieure à 6m² (à droite), Cénac-et-Saint-Julien et Domme, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

Cette famille d'enseignes constitue celle pour laquelle le plus d'infractions au code de l'environnement ont été identifiées. Le non-respect du nombre d'enseignes supérieures à 1 mètre carré (limitée à une seule par voie bordant une activité) concerne une trentaine d'activités.

Les autres infractions portent sur le non-respect des règles de surface maximale. La mise en conformité de ces enseignes permettra d'améliorer le paysage.



Accumulation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, Florimont-Gaumier, Domme, Villefranche-du-Périgord et Saint-Cybranet, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

c) Enjeux

Hormis quelques activités comme les stations-services et les campings, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont globalement des formats réduits sur l'ensemble du territoire. Le RLPi pourra restreindre les dispositions relatives à la hauteur au sol, à la largeur ou encore à la surface de ce type d'enseigne.

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le code de l'environnement dès lors qu'elle mesure moins d'un mètre carré. Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que les activités utilisent la plupart du temps plusieurs enseignes de ce type, en accumulant les supports de type panneaux, chevalets ou porte-menus, souvent localisés sur le domaine public.

3.6. Enseigne sur clôture

a) Règlementation nationale

Les enseignes sur clôture ne font l'objet d'aucune règle nationale spécifique. En particulier, elles ne sont pas limitées en termes de surface maximale et de nombre.

b) État des lieux

Les enseignes sur clôture sont peu présentes sur le territoire (moins d'une trentaine d'enseignes). Le recensement montre à la fois d'enseignes sur clôtures aveugles et sur clôtures non-aveugles.

Les dispositifs sur clôture non-aveugle peuvent altérer la perception des paysages en fermant le champ visuel si l'enseigne est de surface trop importante ou bien en nombre élevé.



Enseignes sur clôtures non-aveugles, Daglan, Mazeyrolles, Daglan et Cénac-et-Saint-Julien, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

La plupart des enseignes sur clôture ont des surfaces assez faibles, inférieures à 2 mètres carrés. La plus grande enseigne identifiée lors de l'inventaire mesure un peu plus de 4 mètres carrés.

Elles se présentent le plus souvent sous forme de bâches ou de panneaux.

c) Enjeux

Cette catégorie d'enseignes n'est pas règlementée par le code de l'environnement. Il y a donc un fort enjeu local à définir un cadre règlementaire, notamment en termes de nombre et de surface, voire d'interdiction sur certains secteurs comme les secteurs patrimoniaux.

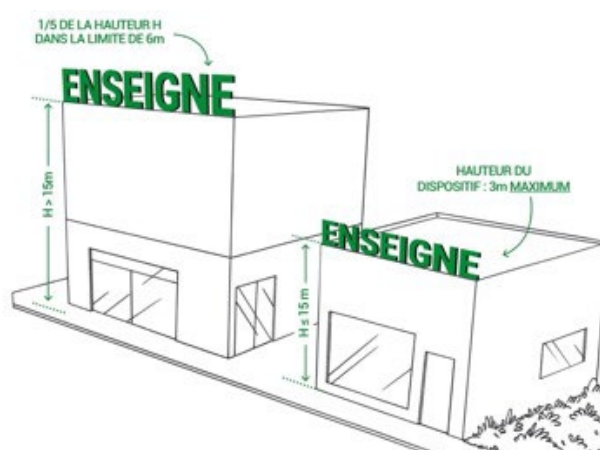
3.7. Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu

a) Règlementation nationale

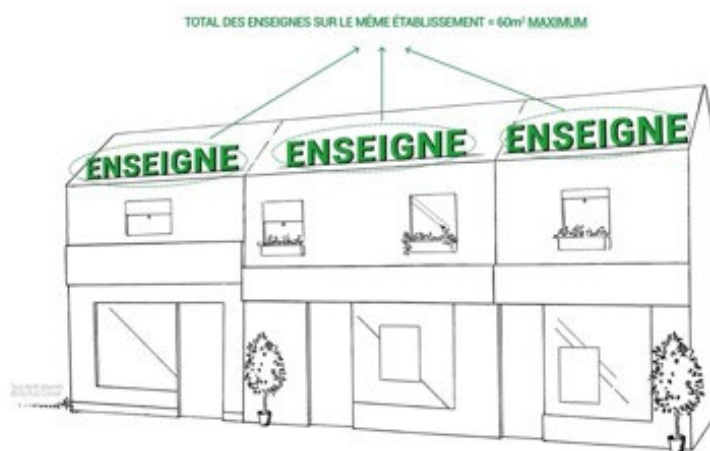
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La surface cumulée⁴⁹ des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m².



⁴⁹ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

b) État des lieux

L'inventaire de terrain a permis de mettre en évidence la présence de 4 enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu. 3 de ces enseignes sont non conformes à la réglementation nationale, car elles ne sont pas réalisées en lettres ou signes découpés.



Enseignes sur toiture, Domme et Saint-Cybranet, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

c) Enjeux

Compte tenu de la faible présence de ce type d'enseignes sur le territoire et afin d'éviter de futures implantations, le RLPi pourra les encadrer plus strictement que le règlement national, voire les interdire.

3.8. Enseigne lumineuse

a) Règlementation nationale

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁰.

Elles sont éteintes⁵¹ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

A l'exception des règles d'extinction, les enseignes lumineuses sont encadrées au même titre que les autres enseignes. Elles sont donc soumises à toutes les règles énoncées précédemment.

b) État des lieux

Les différentes catégories d'enseignes abordées ci-avant peuvent être lumineuses.

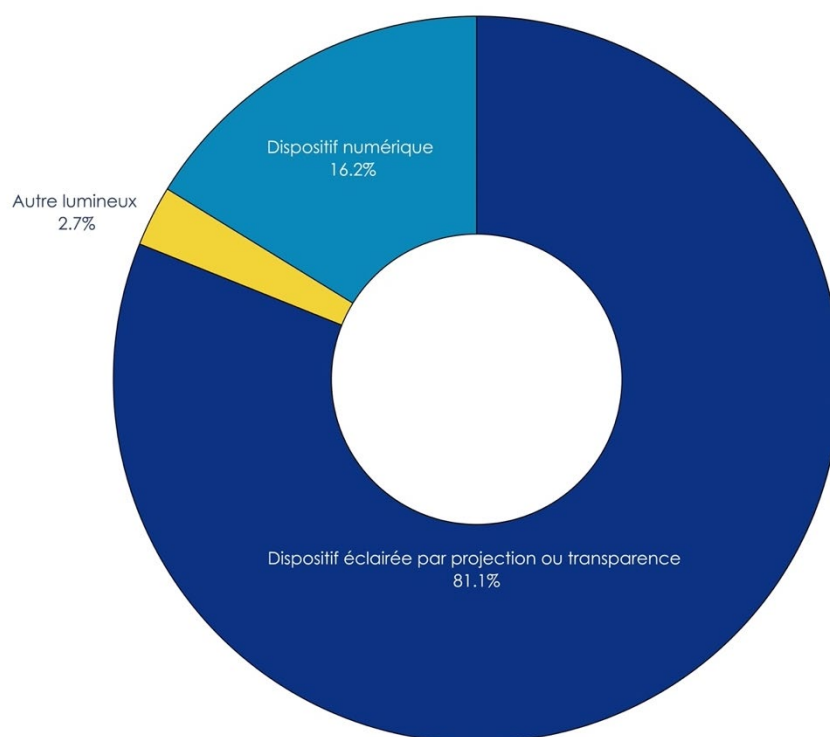
Lors du recensement, une trentaine d'enseignes lumineuses a été relevée.

Comme le démontre le graphique ci-après, les éclairages les plus utilisés sont les spots qui permettent un éclairage par projection, les caissons lumineux utilisant un éclairage par transparence ainsi que les LED et, dans une moindre proportion, les écrans numériques.

⁵⁰ Arrêté non publié à ce jour

⁵¹ L'article R581-59 du code de l'environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Répartition des enseignes de type lumineux (en %)



Enseignes éclairées par projection (spots et rampe), Saint-Cybranet et Villefranche-du-Périgord, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022



Enseignes numériques, Cénac-et-Saint-Julien et Groléjac, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran.

Elles comportent des contenus de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos. L'inventaire a montré la présence de quelques enseignes numériques⁵² (6 enseignes numériques au total).

La loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets permet désormais au RLPi de fixer des prescriptions concernant les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et qui sont destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Cela s'applique ainsi aux écrans utilisés comme enseignes ainsi qu'à tout type d'enseignes lumineuses en vitrine.

c) Enjeux

Le levier principal pour limiter l'impact des enseignes lumineuses est d'encadrer plus fortement la plage d'extinction nocturne du règlement national. Cela permet de limiter la pollution lumineuse, de faire des économies d'énergie et de préserver la biodiversité.

Compte tenu de leur impact important sur les paysages (notamment des écrans dynamiques), les enseignes numériques peuvent faire l'objet de restrictions afin de ne pas accentuer les nuisances visuelles dues à la luminosité de ces dispositifs.

Enfin, les évolutions issues de la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets permettent désormais au RLPi de fixer des prescriptions concernant les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial. Ces dispositifs peuvent désormais faire l'objet de règles locales pour en limiter la pollution lumineuse.

⁵² Essentiellement des croix de pharmacie de petite taille ou des totems de station-service.

3.9. Enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes temporaires⁵³ :

1° Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

a) Règlementation nationale

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁵⁴ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁵.

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :

- Saillie ≤ 25 cm ;
- Ne doivent pas dépasser les limites du mur support ;
- Ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit.

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur :

- Ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
- Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m.

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :

- Surface totale ≤ 60 m².

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol :

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
- Surface $\leq 10,5$ m² (si 2° alinéa ci-dessus).

⁵³ Article R581-68 du code de l'environnement

⁵⁴ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

⁵⁵ Arrêté non publié à ce jour

b) État des lieux

Les enseignes temporaires sont installées au gré des différentes manifestations exceptionnelles, opérations promotionnelles et immobilières ou encore lors de travaux publics. Elles évoluent donc en permanence.

Lors des investigations de terrain, quelques enseignes temporaires ont été relevées, sur clôture ou scellées au sol ou installées directement sur le sol.



*Enseigne temporaire, Groléjac, Communauté de communes
Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022*

Les enseignes temporaires sont le plus souvent installées sur des bâches.

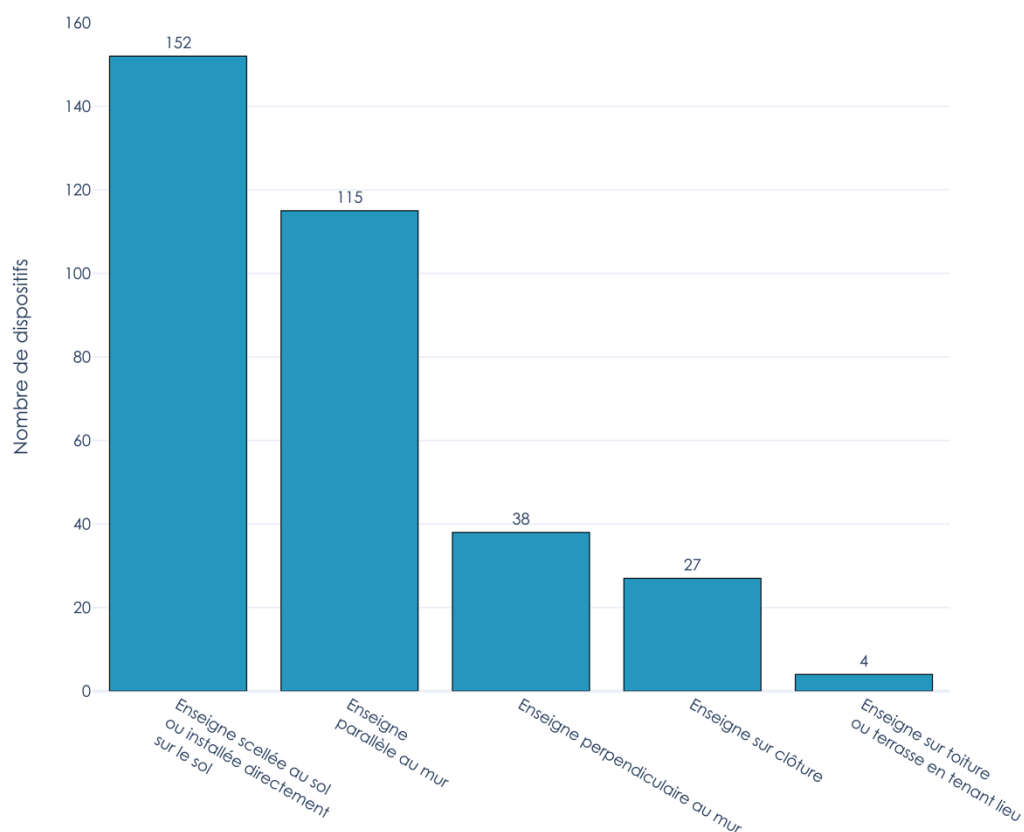
c) Enjeux

Les enseignes temporaires font l'objet de règles nationales plus souples que les enseignes permanentes. Le RLPi peut harmoniser les règles afin d'éviter que les enseignes temporaires ne soient détournées en enseignes permanentes. Pour cela, des règles d'implantation supplémentaires peuvent être envisagées ainsi que des règles relatives au nombre ou encore à la surface maximale.

3.10. Synthèse des enjeux en matière d'enseignes présentes sur la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord.

Dans le cadre du diagnostic, le relevé des enseignes a permis d'avoir une image globale du territoire et des différentes catégories d'enseignes présentes sur le territoire. Le diagnostic a été réalisé sur la base d'un échantillon de plus de 330 enseignes, réparties de la manière suivante :

Répartition des enseignes

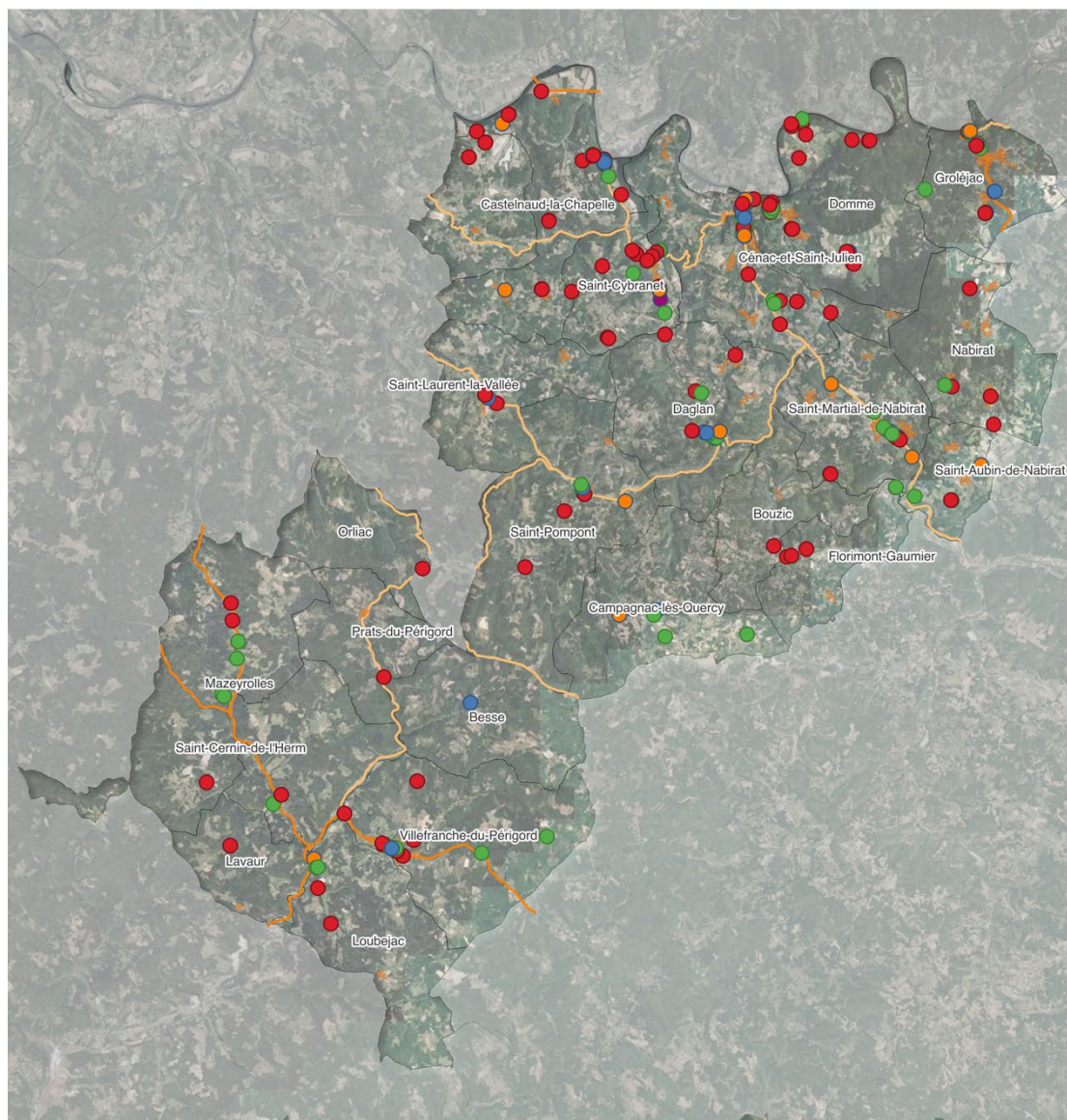


Compte tenu de leur impact sur le cadre de vie et les perspectives paysagères, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont fait l'objet d'une précision accrue dans leur relevé. Ce qui explique leur nombre plus important.

Les enseignes parallèles demeurent les enseignes les plus présentes sur le territoire de la communauté de communes. En effet, elles sont le moyen privilégié pour les activités pour se signaler.

Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes : on les retrouve donc là où le tissu commercial est dense. Sur le territoire de la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord, les enseignes sont principalement situées dans les centres-villes et centres-bourgs, et hors agglomération pour les zones d'activités ou encore les enseignes signalant les hébergements et activités liées au tourisme.

Localisation des enseignes sur la Communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord



Légende

Enseignes

- 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

Routes

- Routes primaires
- Routes secondaires
- Espace aggloméré
- Bâti
- Limite communale



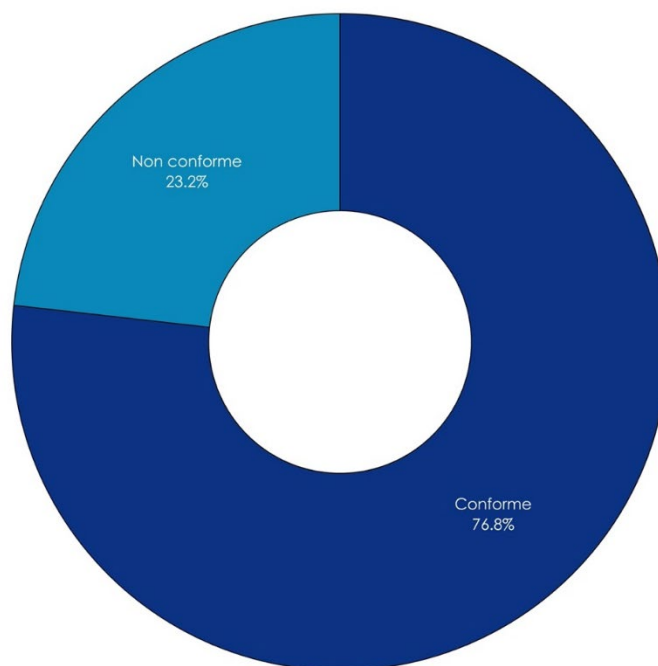
0 2,5 5 km

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

Moins d'un quart des enseignes sont non conformes à la réglementation nationale. Même si elle est parfois peu ou pas connue, les enseignes sont bien intégrées à leur environnement, d'où un taux de non-conformité modéré.

Répartition de la conformité des enseignes (en %)



Par ailleurs, le travail de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) dans les secteurs patrimoniaux garantit le respect de la réglementation nationale et renforce la qualité des enseignes sur ces espaces. Cette action en continu explique également le taux de non-conformité modéré des enseignes sur la communauté de communes.

Les infractions les plus répandues en matière d'enseigne concernent :

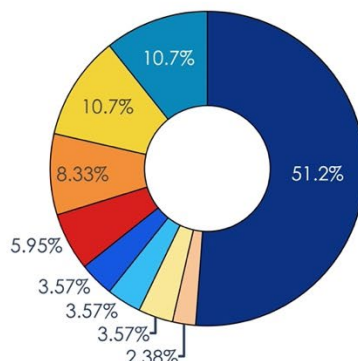
Un non-respect de la limitation en nombre pour les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont le format excède 1 m². Le Code de l'environnement limite ces enseignes à une seule par voie bordant l'activité. On constate que sur le territoire cette infraction représente plus de 50% des causes de non-conformité des enseignes.

La bonne intégration des enseignes parallèles et la qualité des enseignes, et notamment leur maintien en bon état de fonctionnement et d'entretien, ne sont pas toujours respectés. De là résulte un peu plus de 20% des infractions des enseignes.

Enfin, la dernière cause majeure de la non-conformité des enseignes concerne le non-respect de la saturation des façades par de l'enseigne. En effet, le code de l'environnement prévoit une règle proportionnelle d'occupation de la façade par les enseignes en fonction de la taille de la façade commerciale⁵⁶.

⁵⁶ Voir sur ce point *La surface cumulée des enseignes*

Répartition des infractions des enseignes (en %)



- Plus d'une enseigne par voie bordant l'activité (R.581-64 C. env.)
- L'enseigne parallèle au mur dépasse des limites du mur ou de l'égout du toit (R.581-60 C. env.)
- L'enseigne est en mauvais état de propreté, d'entretien ou de fonctionnement (R.581-58 C. env.)
- Surface cumulée des enseignes supérieure à 25% de la façade commerciale (si façade inférieure ou égale à 50m2)
- Surface cumulée des enseignes supérieure à 25% de la façade commerciale (si façade inférieure ou égale à 50m2) (calcul)
- Non réalisée en lettres ou signes découpés, ou sans dissimulation des fixations (R. 581-62 C. env.)
- Enseigne supérieure à 6m2 (R.581-65 C. env.)
- Surface cumulée des enseignes supérieure à 15% de la façade commerciale (si façade supérieure à 50m2) (calcul)
- Surface cumulée des enseignes supérieure à 15% de la façade commerciale (si façade supérieure à 50m2)

Même si les enseignes présentes sur le territoire sont majoritairement conformes à la réglementation nationale, l'élaboration du RLPi permettra :

- De proposer des règles spécifiques d'insertion des enseignes en façade, notamment dans les secteurs patrimoniaux, en lien avec les prescriptions déjà mises en place par l'ABF ainsi que les documents déjà existants⁵⁷. Dans l'optique de disposer d'une réglementation cohérente et harmonieuse à l'échelle de la communauté de communes ;
- D'établir une réglementation dédiée aux enseignes sur clôture, numériques et scellées au sol ou installées directement sur le sol de petit format (inférieur ou égal à 1 m²) qui ne bénéficient aujourd'hui d'aucun cadre réglementaire spécifique dans le code de l'environnement ;
- De mettre en valeur le patrimoine et l'image du territoire par une politique de gestion et de maîtrise de la publicité extérieure dans son ensemble.

⁵⁷ Voir sur ce point Les documents de planification, d'urbanisme ou d'aménagement ayant un impact sur la publicité extérieure a réglementation locale existante

3.11. Synthèse des enjeux en matière de publicité extérieure (publicités, enseignes, préenseignes) sur la communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord.

Les informations clés à retenir du territoire sont les suivantes :



Un héritage de documents d'aménagement ou de planification existants ou ayant existé sur le territoire de Domme-Villefranche du Périgord sur lesquels s'appuyer pour maintenir une cohérence des règles relatives à la publicité extérieure ;



Un taux de non-conformité de 100% en matière de publicité et préenseignes qui s'explique par une méconnaissance de la réglementation nationale par les acteurs locaux, l'interdiction des publicités scellées ou installées directement sur le sol et un territoire majoritairement rural.



Un taux de non-conformité modéré (23%) en matière d'enseignes qui s'explique entre autres par le travail de l'ABF sur les secteurs patrimoniaux.



Un territoire avec un patrimoine naturel (95% du territoire est non bâti et couvert par de la prairie, des cultures ou des espaces boisés) parfois protégé (on compte de nombreuses protections sur le territoire intercommunal : Natura 2000, ZNIEFF, Réserves de Biotope, etc.) et architectural particulièrement riche (47 monuments historiques, 2 sites classés, 4 sites patrimoniaux remarquables, 8 sites inscrits, etc.) qu'il convient a minima de préserver voire de mettre en valeur grâce à la politique de maîtrise de la publicité extérieure.



Des besoins de signalisation de la part des acteurs économiques locaux présents au sein des polarités de proximité, des zones d'activités mais également de présents de manière diffuse sur le territoire (notamment hors agglomération) en tenant compte de l'attrait touristique important du territoire. Il y a là un enjeu de conciliation majeur pour la communauté de communes.

Les enjeux du territoire illustrés en quelques photos :



Mettre en valeur les bâtis anciens en pierre apparente, Besse, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022



Préserver les perspectives et vues paysagères, Castelnaud-la-Chapelle, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022



Répondre aux besoins de signalisation et de visibilité des commerçants locaux, Cénac-et-Saint-Julien et Villefranche-du-Périgord, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022



A scenic view of a village nestled on a hillside under a clear blue sky. The foreground is a grassy field with several trees. The village features stone buildings with red-tiled roofs, including a prominent church with a tall spire. The background is a dense forest of green trees.



108



Faire respecter la réglementation nationale, Saint-Martial-de-Nabirat et Cénac-et-Saint-Julien, Communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord, juillet-août 2022

III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Par délibération en date du 9 novembre 2020, le conseil communautaire de la communauté de communes Domme - Villefranche du Périgord s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- 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.

L'ensemble de ces objectifs a pour vocation de permettre la construction d'un projet équilibré et conciliant la liberté d'expression, la liberté de commerce et d'industrie avec la protection du cadre de vie et des paysages.

2. Les orientations

La communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord s'est fixée les orientations suivantes pour atteindre ses objectifs :

Orientation n°1 : Proposer une réglementation adaptée aux enjeux du territoire et à ses évolutions futures en confortant la place d'une expression citoyenne et institutionnelle de qualité (affichage d'opinion, publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, mobilier urbain supportant ou non de la publicité, etc.) sur l'ensemble du territoire, y compris dans les espaces patrimoniaux ;

Cette orientation permet de pouvoir disposer de mobilier urbain (abris-bus, sucette, etc.) supportant éventuellement à titre accessoire de la publicité. Il s'agit de dispositifs répondant à une mission de service public rendu aux administrés. Aujourd'hui, un seul dispositif de ce type a été constaté sur le territoire. Néanmoins, cette possibilité doit permettre de répondre aux besoins des administrés et des élus dans le temps.

Ces dispositifs sont autorisés également dans les espaces listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement à savoir les abords des monuments historiques classés ou inscrits, dans les sites patrimoniaux remarquables, en site Natura 2000 ou encore en sites inscrits dès lors qu'ils sont installés en agglomération.

Par ailleurs, le faible format (2 m²) autorisé par la réglementation nationale permet de tenir compte du patrimoine architectural et bâti au sein de ces espaces privilégiés du territoire tout en donnant la possibilité, au besoin, de répondre aux administrés par un service public de qualité.

Orientation n°2 : Renforcer la règle de densité pour limiter l'impact des publicités et préenseignes sur mur ou clôture ;

Cette orientation permet de limiter l'impact visuel des publicités, notamment sur les entrées de ville et sur les axes structurants du territoire où la pression publicitaire est plus importante.

La limitation de la densité est un levier important pour permettre une meilleure intégration des supports sur le territoire. Par ailleurs, les petits et moyens formats observés sur le territoire sont des indicateurs importants pour limiter l'impact des supports publicitaires sur le territoire intercommunal.

Orientation n°3 : Mettre en place une plage d'extinction nocturne renforcée afin de limiter l'impact des supports lumineux, qu'il s'agisse de publicités, d'enseignes ou de préenseignes, sur l'environnement et le cadre de vie des usagers ;

Cette orientation permet de limiter l'utilisation et la nuisance lumineuse de certains supports lumineux, notamment numériques (enseignes) sur le territoire. Cette orientation permettra donc de limiter l'impact des supports lumineux et numériques (enseignes) sur le cadre de vie des habitants du territoire.

Orientation n°4 : Encadrer les supports lumineux en vitrines conformément aux possibilités offertes par la loi Climat et Résilience et proposer des règles permettant de limiter l'impact des enseignes numériques sur les paysages et le cadre de vie ;

Cette orientation permet de répondre directement aux évolutions législatives et réglementaires de la réglementation de la publicité extérieure. En effet, la loi Climat et Résilience d'août 2021 donne désormais la possibilité aux RLPi d'encadrer les supports lumineux à l'intérieur des vitrines. Le RLPi de Domme Villefranche du Périgord saisit donc cette opportunité afin de limiter l'impact de ces supports en expansion sur le territoire.

Orientation n°5 : Éviter l'implantation d'enseignes peu qualitatives sur le territoire sur certains éléments naturels ou architecturaux afin de privilégier autant que possible l'installation de supports en façade ;

Cette orientation permet d'interdire certaines formes d'enseignes peu utilisées sur le territoire intercommunal et dont l'utilisation a un impact visuel et paysager important. L'objectif est de favoriser l'installation d'enseignes plus qualitatives comme les enseignes en façade.

Orientation n°6 : Encadrer les enseignes en façades pour favoriser une bonne intégration des enseignes sur le bâti en limitant leur nombre ou encore leur surface pour en faire des leviers de valorisation du cadre de vie en fonction des secteurs du territoire ;

Cette orientation permet de proposer des règles locales pour favoriser une meilleure qualité des enseignes, notamment dans les centres bourgs historiques, mais également de valoriser et de pérenniser les bonnes pratiques observées sur le territoire. Ces actions seront possibles grâce à la mise en place de prescriptions esthétiques, de règles d'implantation, de format ou encore de limitation en nombre s'appuyant sur les prescriptions de l'Architecte des Bâtiments de France. (ABF).

Orientation n°7 : Mettre en place des règles dédiées aux enseignes sur clôture et aux enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de petit format pour limiter leur impact sur le cadre de vie et pallier l'absence de dispositions spécifiques dans le code de l'environnement ;

Cette orientation permet d'encadrer l'utilisation des enseignes sur clôture et des enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol en nombre, en format ou encore en imposant/interdisant certains matériaux. Elle permettra de limiter leur utilisation pour favoriser l'installation d'enseignes plus durables. Pour les enseignes sur clôture, l'utilisation de bâches est particulièrement nuisible à la qualité du cadre de vie sur la commune et l'absence de règles dédiées spécifiquement aux enseignes sur clôture dans le Code de l'environnement ne permet pas de résorber les problématiques observées. C'est également le cas pour les enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol qui ne bénéficient d'aucune règle nationale.

Orientation n°8 : S'appuyer sur les documents de planification et d'aménagement préexistants pour proposer une réglementation en adéquation avec les enjeux paysagers du territoire de Domme-Villefranche du Périgord ;

Cette orientation permet de tenir compte du précédent RLP de Domme ou encore de la charte de devanture de cette commune pour s'appuyer sur certaines préconisations actuellement en vigueur. Ces prescriptions pourront être étendues notamment aux divers secteurs patrimoniaux pour assurer une unité paysagère dans ces espaces. C'est un principe de continuité des règles qui s'applique ici dans le respect des dispositions nationales en vigueur.

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, dont la perception est similaire à celle de la publicité de même type.

Cette orientation permet d'encadrer les enseignes scellées ou installées sur le sol qui ont un impact similaire aux publicités de même type. L'objectif est d'éviter leur implantation anarchique tout en permettant leur utilisation par les acteurs locaux. Cette orientation permettra également de revoir la hauteur mais également le format de ces supports en fonction de leur secteur d'implantation.

IV. Justification des choix retenus

1. Le zonage

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et unique, en cohérence avec les caractéristiques et enjeux du territoire de la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

La zone n°1 (Z1) couvre les parties agglomérées de la communauté de communes. Ce secteur est divisé en 2 sous-catégories :

- Z1-a : Les espaces en dehors des centres-bourgs historiques et bourgs annexes ;
- Z1-b : Les centres-bourgs historiques.

La zone n°2 (Z2) couvre les parties non agglomérées de la communauté de communes. Une trame couvrant les secteurs patrimoniaux est également mise en place.

La trame patrimoniale :

Outre ces zones de publicité, la communauté de communes Domme-Villefranche du Périgord a également mis en place des règles spécifiques pour tenir compte des espaces sensibles du territoire d'un point de vue paysage, environnemental et patrimonial (naturel ou historique). Dans ces espaces, la publicité et les préenseignes sont limitées au seul mobilier urbain. Ces espaces sensibles sont les secteurs situés en agglomération et identifiés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, à savoir :

- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine ;
- les périmètres des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code ;
- les sites inscrits ;
- les sites Natura 2000.

Ces espaces peuvent donc venir recouper les zones suivantes. Dans le cas d'une telle superposition, les règles applicables demeurent celles des espaces patrimoniaux susmentionnés et listés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

Dans les espaces d'interdictions absolues de publicité listés à l'article L.581-4 du Code de l'environnement, les règles nationales demeurent applicables.

La zone 1-a : Espaces en dehors des centres-bourgs historiques

Cette zone couvre les zones d'activités d'intérêt communautaire situées en agglomération ainsi que les espaces mixtes à vocation plutôt d'équipement ou d'habitat ou encore les centres-bourgs annexes du territoire. Il s'agit donc d'un espace hétérogène avec des secteurs avec une densité d'activités forte (zones d'activités d'intérêt communautaire) et des espaces où la présence d'activités est beaucoup plus faible avec, lorsqu'elles sont présentes, des activités de proximité principalement. Si ces derniers secteurs sont peu soumis à la pression publicitaire par rapport aux premiers, la mise en place d'une réglementation commune permettra de résorber les problématiques paysagères observées (principalement concernant les enseignes scellées ou installées sur le sol ou sur clôture). Aussi, un traitement spécifique et homogène sur le territoire

intercommunal pour favoriser la visibilité des activités et acteurs économiques locaux tout en ayant une approche permettant d'encadrer les enseignes. En effet, cette zone couvre également des espaces accueillant peu ou pas d'activité. Il convient de préserver ces espaces avec la mise en place de règles permettant un cadre de vie apaisé. En tant qu'espace de la vie quotidienne, ces secteurs doivent être préservés.

Un travail d'équilibre, au regard des différents enjeux mentionnés, est donc mené sur cette zone.

La zone 1-b : Centres-bourgs historiques :

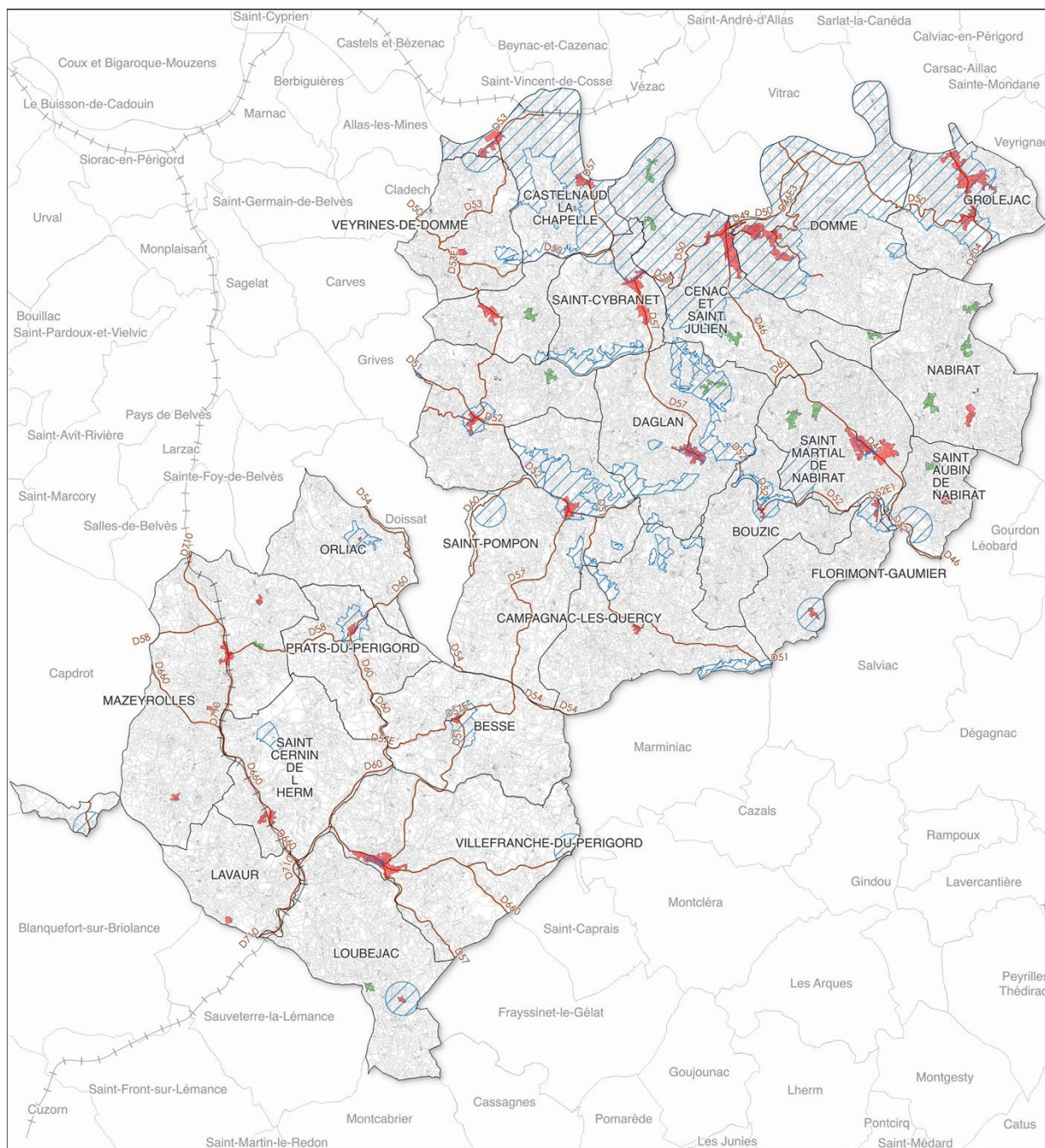
Cette zone couvre principalement à vocation principale d'habitat, d'équipement et les espaces urbains mixtes accueillant des commerces de proximité. Cet espace a pour objectif de répondre à l'ambition de l'intercommunalité d'encadrer les enseignes afin d'apporter une harmonisation de ces supports. En effet, ces secteurs attractifs du territoire méritent d'être préservés. Par ailleurs, il y a un fort enjeu lié à la continuité de certains centres-bourgs historiques concernés en partie par la trame patrimoniale. Aussi, la communauté de communes a souhaité, en matière d'enseigne assurer la continuité des dispositions applicables à la trame patrimoniale et à ces centres-bourgs historiques.

Dans cette zone, il y a un fort enjeu de conciliation entre la préservation des paysages et la possibilité pour les acteurs locaux de pouvoir disposer d'une latitude suffisante pour réaliser une communication/signalisation appropriée à leurs besoins.

La zone 2 : Zones hors agglomération.

Il s'agit principalement d'espaces naturels ou agricoles comptant de l'habitat, des activités isolées et quelques rares espaces d'activités hors agglomération. La préservation de ce patrimoine naturel sera recherchée pour autant les dispositions mises en place doivent permettre de signaler les activités installées dans ces espaces. En effet, les activités isolées ont un fort besoin de signalisation sur le territoire. C'est ce qu'il est ressorti des ateliers avec les élus et lors des réunions de concertation.

**Règlement local de publicité intercommunal
Communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord (RLPi) -
Zonage**



Zonage

-  Z1 a : secteurs résidentiels mixtes
 Z1 b : centres-bourgs historiques
 Z2 : espaces situés hors agglomération
 Trame patrimoniale

Autres indications

- Voirie départementale
+++ Voie ferrée
■ Bâti
□ Parcelle
□ Commune

0 2 4 km

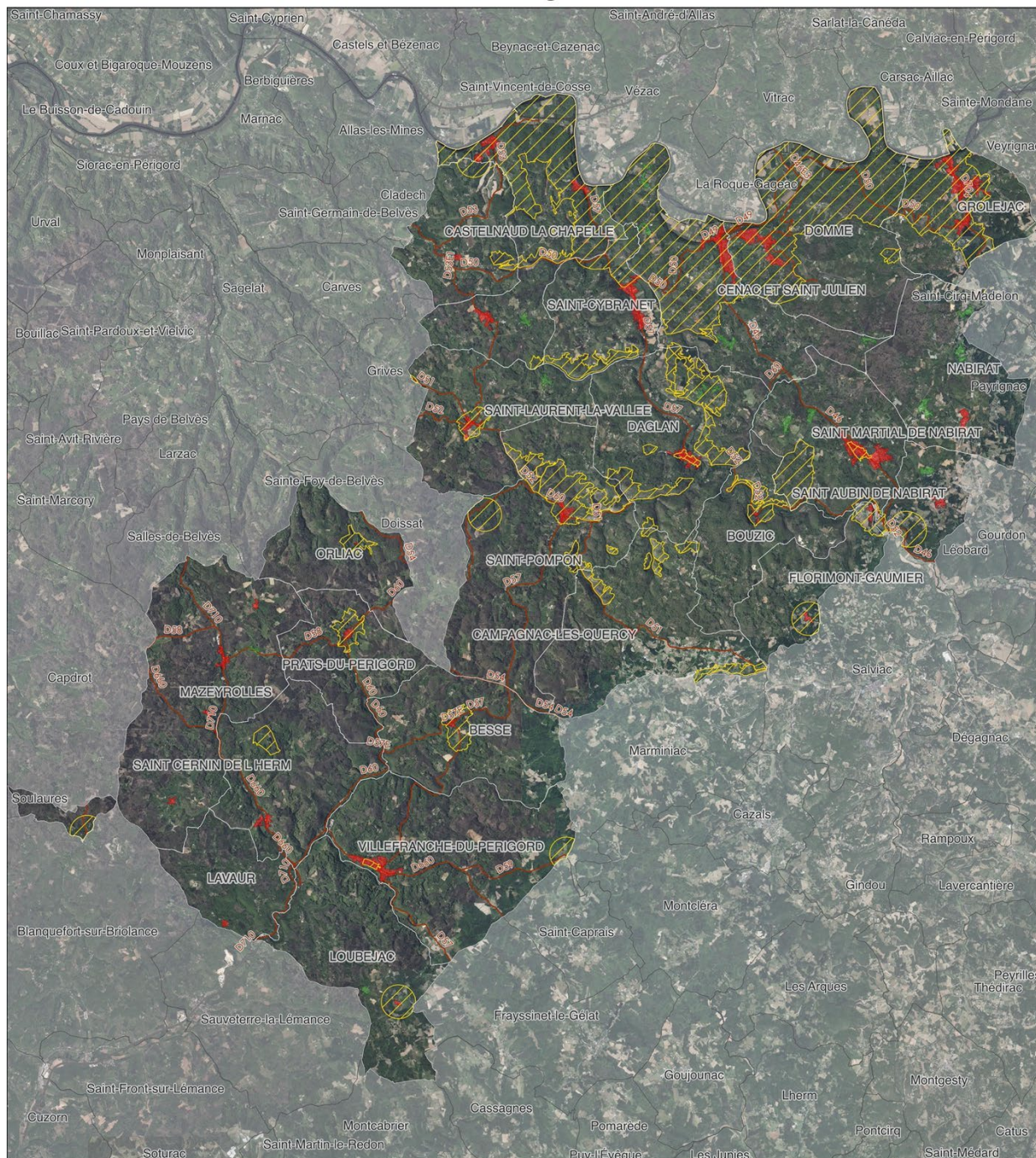
Document soumis à l'approbation en conseil communautaire le 17 février 2026

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFIP Cadastre ©
Droits de l'Etat réservés © 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO©
2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le
13/02/2026



Règlement local de publicité intercommunal Communauté de communes de Domme-Villefranche du Périgord (RLPi) - Zonage



Zonage

- Z1 a : secteurs résidentiels mixtes
- Z1 b : centres-bourgs historiques
- Z2 : espaces situés hors agglomération
- ▬▬▬ Trame patrimoniale

Autres indications

- ▬▬▬ Voirie départementale
- ▬▬▬ Voie ferrée
- Commune

0 2 4 km

Document soumis à l'approbation en conseil communautaire le 17 février 2026

Source :
Commune : Origine DGFIP Cadastre © Droits de l'Etat réservés
© 2023
Orthophoto : ©IGN BD ORTHO® 20cm 2023
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/02/2026

**DOMME
VILLEFRANCHE
DU-PÉRIGORD**
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

La réglementation nationale étant particulièrement stricte pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (interdiction de la publicité scellée au sol ou encore numérique), les espaces agglomérés de **la Z1** sont réglementés de manière identique en matière de publicités et de préenseignes. Ce choix permet d'assurer une cohérence à l'échelle du territoire.

Si les publicités scellées ou installées directement sur le sol ou encore les publicités numériques demeurent interdites, le RLP met en place l'interdiction des publicités sur les murs de pierres s et sur les toitures ou terrasse en tenant lieu. Le diagnostic a permis d'identifier plusieurs supports apposés sur murs de pierres apparentes, dont certains déjà en infraction avec la réglementation nationale (car dépassant des limites de l'égout du toit) et de mettre en avant l'absence de publicités sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Ces interdictions permettent donc d'entériner un état de fait tout en permettant des installations futures plus qualitatives en préservant le petit patrimoine local ne faisant pas nécessairement l'objet de protection.

Aussi, les principales typologies de publicité autorisées sont :

- les publicités murales ;
- les publicités apposées sur mobilier urbain.

Les publicités murales devront respecter la surface maximale de 4,7 mètres carrés et ne pourront excéder 6 mètres de hauteur au sol. Ce format de 4,7 mètres carrés correspond à la limitation autorisée par le Code de l'environnement sur la commune de Redon depuis le décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023. La faible présence et l'impact relativement faible de ce format permettent de justifier le maintien des dispositions nationales en matière de format.

Cependant, les restrictions liées à la règle de densité permettront de limiter l'impact des futures installations de supports publicitaires sur le territoire. En effet, une seule publicité murale est autorisée par unité foncière. Cette règle permet de limiter les phénomènes de doublons sur un même mur ou une même clôture. C'est une réponse directe aux enjeux du territoire tout en ayant une règle unique et simple applicable à l'échelle de la totalité des espaces agglomérés de la communauté de communes.

Quant à la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain, elle est autorisée dans les conditions fixées par le Code de l'environnement. Ainsi, les publicités apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations générales ou locales, ou des œuvres artistiques ne peuvent excéder 2 mètres carrés ni s'élever à plus de 3 mètres de hauteur au sol.

Sur les secteurs couverts par **la trame patrimoniale**, seules les publicités apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain et l'affichage libre ou d'opinion sont autorisés. Les publicités apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain respectent les règles nationales énoncées ci-avant. Il s'agit dans ces secteurs de permettre la mise en place

de mobilier urbain rendant un service public tout en laissant la possibilité aux communes du territoire de faire financer ce mobilier parfois coûteux.

Enfin, les publicités lumineuses sont autorisées uniquement si elles sont éclairées par projection ou transparence et sont soumises à une plage d'extinction nocturne renforcée. Ces supports lumineux doivent être éteints entre 22 heures et 6 heures à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services. Cette exception est issue du Code de l'environnement et permet de tenir compte des horaires de fonctionnement des transports publics et de maintenir une offre de service public de qualité pour les usagers et habitants.

La Z2 étant une zone couvrant des espaces situés hors agglomération, les publicités et les préenseignes (à l'exception des préenseignes dérogatoires conformément aux articles L.581-7 et L.581-19 du Code de l'environnement) demeurent interdites.

3. Les choix retenus en matière d'enseignes

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdit sur **l'ensemble du territoire** l'installation de toute enseigne sur :

- les arbres et les plantations ;
- les balcons ou balconnets ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu et les enseignes lumineuses sur clôture sont également interdites.

Les prescriptions encadrant les enseignes en façade doivent permettre leur bonne intégration et la mise en valeur des bâtiments sur lesquels ces enseignes sont installées. Ces règles s'appuient sur le diagnostic réalisé et sur les pratiques existantes.

Sur l'ensemble du territoire, les **enseignes numériques** sont autorisées uniquement si elles signalent des services d'urgences, pharmacie ou station-service dans la limite d'une seule par activité et **3 m²**. Ces dispositions permettent d'encadrer l'utilisation de ces supports particulièrement énergivores et dont l'impact visuel dans un secteur à vocation principale d'habitat est particulièrement impactant pour le cadre de vie des habitants.

En secteurs patrimoniaux et centres-bourgs historiques, l'enseigne parallèle doit être réalisée avec des lettres peintes en façade, avec des lettres ou signes découpés ou sur un panneau de fond transparent. La hauteur de l'enseigne perpendiculaire au mur est également limitée à 0,80 m. L'enseigne perpendiculaire doit être implantée au même niveau que l'enseigne parallèle au mur principal, sauf impossibilité technique ou architecturale.

Ces différentes règles permettent sur l'ensemble du territoire de préserver voire d'améliorer l'insertion paysagère des enseignes sur le bâti, dans le respect des lignes architecturales des façades. Les dispositions spécifiques aux secteurs patrimoniaux permettent de tenir compte des enjeux paysagers et architecturaux spécifiques de ces secteurs.

En secteurs patrimoniaux et centres-bourgs historiques, les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées uniquement si elles signalent une activité située en retrait d'au moins 5 m du bord extérieur de la voie ou une station-service, dans la limite de 2 mètres carrés et 3 m de hauteur au sol. Cette limitation est en cohérence avec la limitation de format du mobilier urbain autorisé dans ces secteurs. Seules les stations-service peuvent bénéficier d'un format plus important, à savoir 6 mètres carrés et 6 m de hauteur au sol, pour tenir compte de certaines obligations de signalisation inhérentes à leur activité.

Lorsque des activités sont situées sur la même unité foncière, elles devront être regroupées sur le même support. Au-delà de 2 activités, un dispositif supplémentaire sera autorisé. Cette disposition permet de dédensifier la présence d'enseignes de ce type et de mutualiser les supports existants.

Dans les autres secteurs, les **enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont admises dans la limite de 6 mètres carrés (format maximum imposé par le code de l'environnement) et 5 mètres de hauteur au sol. Cette limitation de hauteur permettra d'avoir une meilleure insertion paysagère de ces enseignes et d'éviter les supports masquant les perspectives paysagères. Dans le même but que dans les secteurs patrimoniaux, lorsque des activités sont situées sur la même unité foncière, elles devront être regroupées sur le même support. Au-delà de 4 activités, un dispositif supplémentaire sera autorisé.

En secteurs patrimoniaux et centres-bourgs historiques, les **enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont autorisées dans la limite d'une seule par voie bordant l'activité et 4 m de hauteur au sol. Ces dispositions permettent de proposer un cadre local pour des supports qui aujourd'hui ne sont soumis à aucune règle nationale. Ces règles permettent de tenir compte de la diversité des espaces urbains couverts par les secteurs patrimoniaux. Il s'agit ici de concilier la préservation du cadre de vie avec les besoins de signalisation des acteurs économiques locaux.

A contrario, **en dehors des secteurs patrimoniaux et centres-bourgs historiques**, les **enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont limitées à deux par voie bordant l'activité et 5 m de hauteur au sol.

En secteurs patrimoniaux et centres-bourgs historiques, les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement sur les **clôtures aveugles** dans la limite d'1 mètre carré et d'une seule par voie bordant l'activité.

En dehors des secteurs patrimoniaux et centres-bourgs historiques, les **enseignes sur clôture (aveugle ou non)** sont autorisées dans la limite de 2 mètres carrés et d'une seule par voie bordant l'activité.

Sur l'ensemble du territoire, les **enseignes sur clôture** ne peuvent être cumulées avec une enseigne scellée au sol de grand format.

Ces dispositions permettront d'encadrer l'utilisation de ces dispositifs alors même que la réglementation nationale ne prévoit pas de dispositions particulières à leur rencontre. Aussi, le RLP permettra de limiter l'impact de ces supports tant en maîtrisant leur nombre que leur format sur le territoire intercommunal.

Dans un souci de limiter la pollution lumineuse et de réaliser des économies d'énergie, les **enseignes lumineuses** sont éteintes de 22h à 6h en cohérence avec la plage d'extinction nocturne proposée en matière de publicités et préenseignes. Cette plage d'extinction nocturne ne s'applique pas aux activités en cours entre ces heures (exemple, restaurant, bar, boîte de nuit ou encore boulangerie ou cinéma qui accueillent

du public durant ces heures). Cette plage d'extinction nocturne s'applique à l'ensemble du territoire en cohérence avec la faible pression lumineuse présente et détectée dans le cadre du diagnostic de territoire. Cette plage d'extinction nocturne permet également de tenir compte du caractère principalement rural du territoire.

Les enseignes temporaires font également l'objet de dispositions locales spécifiques afin d'en limiter l'impact sur les paysages et le cadre de vie.

4. Les choix retenus en matière de supports lumineux en vitrine

La commune a souhaité encadrer les supports lumineux situés à l'intérieur des vitrines comme le permet la loi Climat et Résilience depuis août 2021. Ainsi, ces supports, dès lors qu'ils sont numériques, sont soumis à la plage d'extinction nocturne des enseignes. Ils sont limités à 1 m² de surface unitaire sans excéder 2 m² de surface cumulée par activité. L'objectif étant de laisser une marge de manœuvre suffisante aux acteurs économiques locaux pour utiliser ce type de support tout en tenant compte des enjeux de pollution visuelle que ces supports peuvent générer.

Ces dispositions permettront de réduire l'impact de ces dispositifs sur les paysages tant diurnes que nocturnes en proposant des règles cohérentes avec la gestion des autres supports lumineux sur le territoire. Ces dispositions garantiront un cadre de vie plus apaisé en tenant compte des évolutions et des besoins de communication des acteurs économiques locaux.

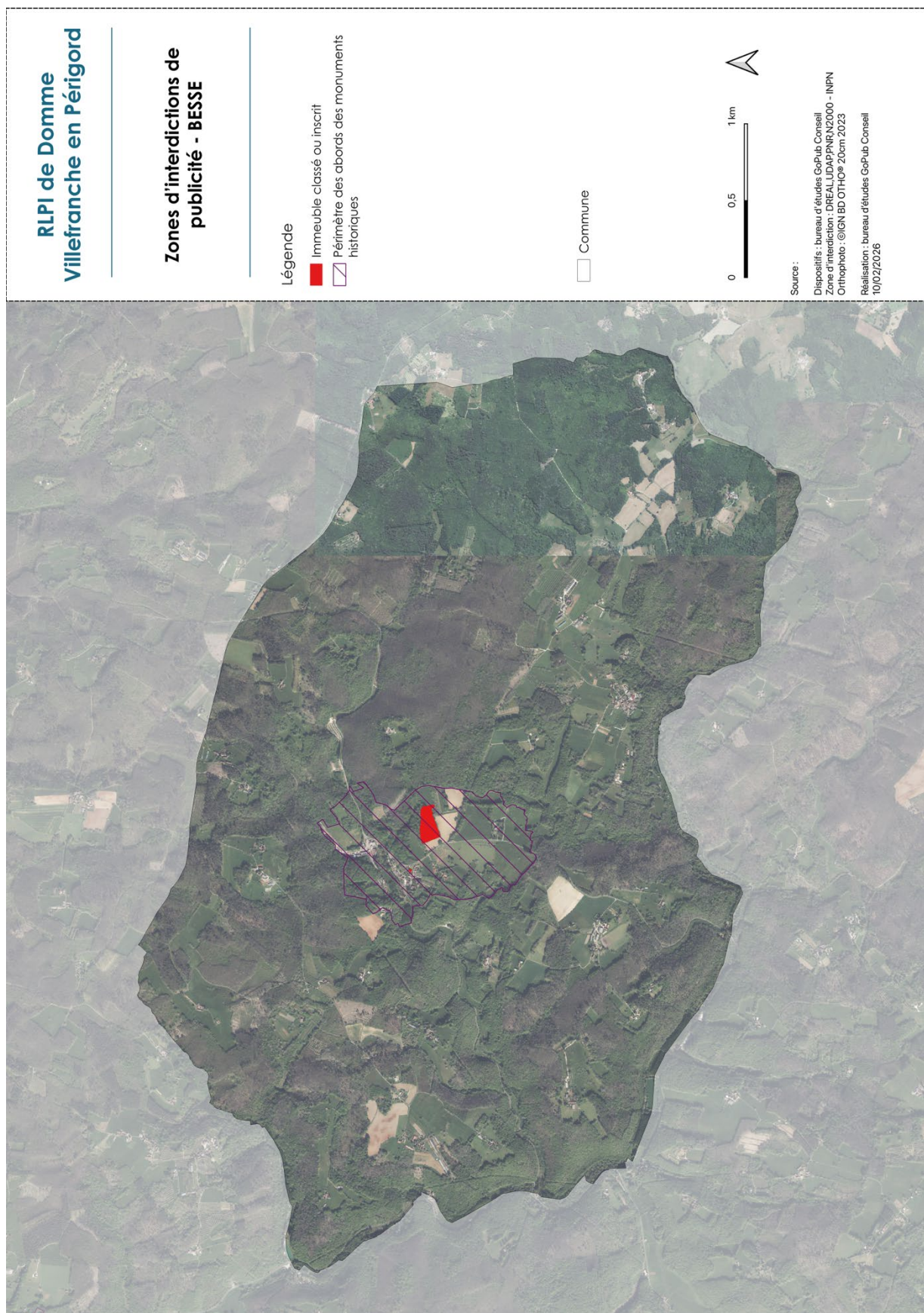
V. Annexes

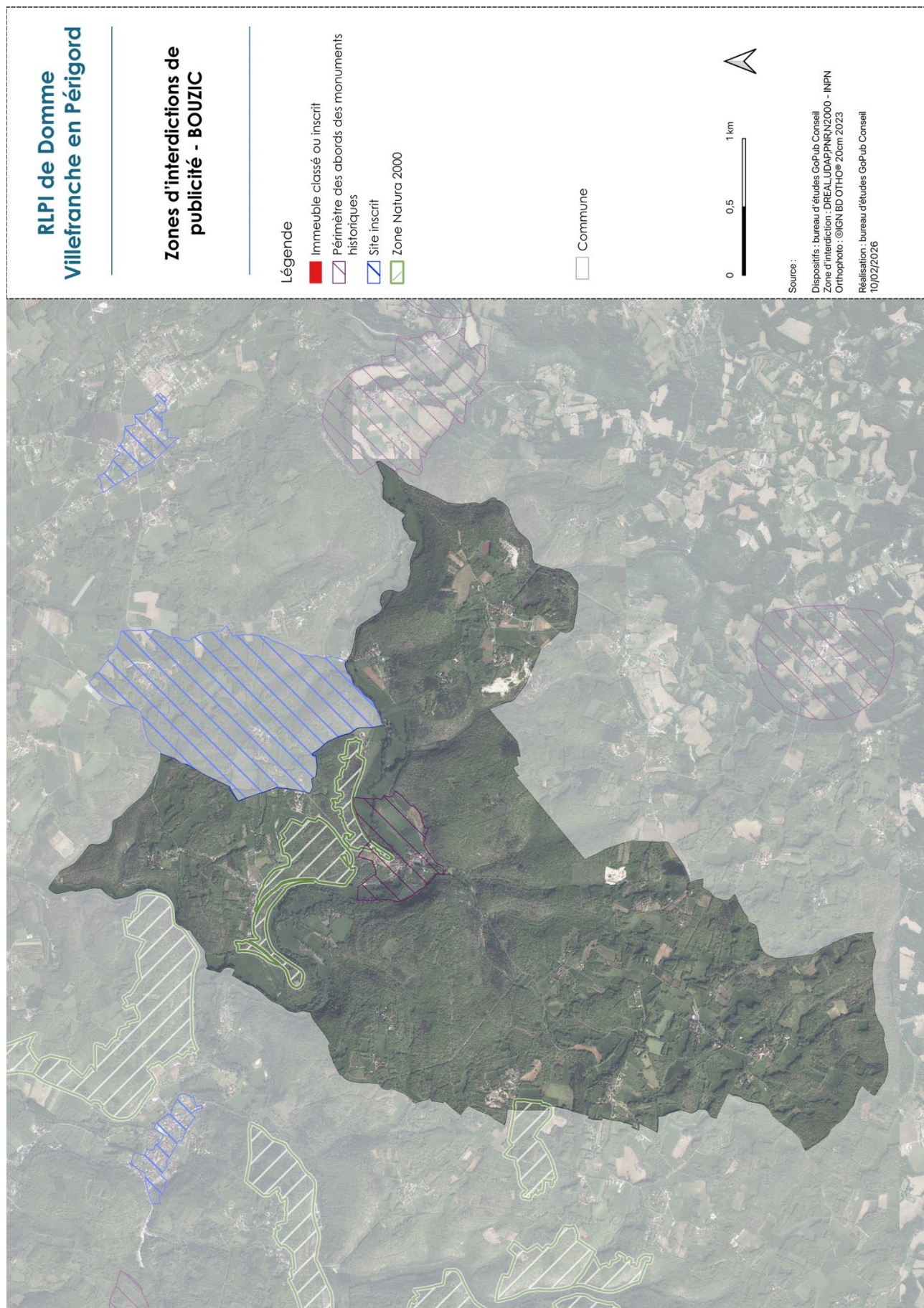
1. Tableau des populations communales⁵⁸

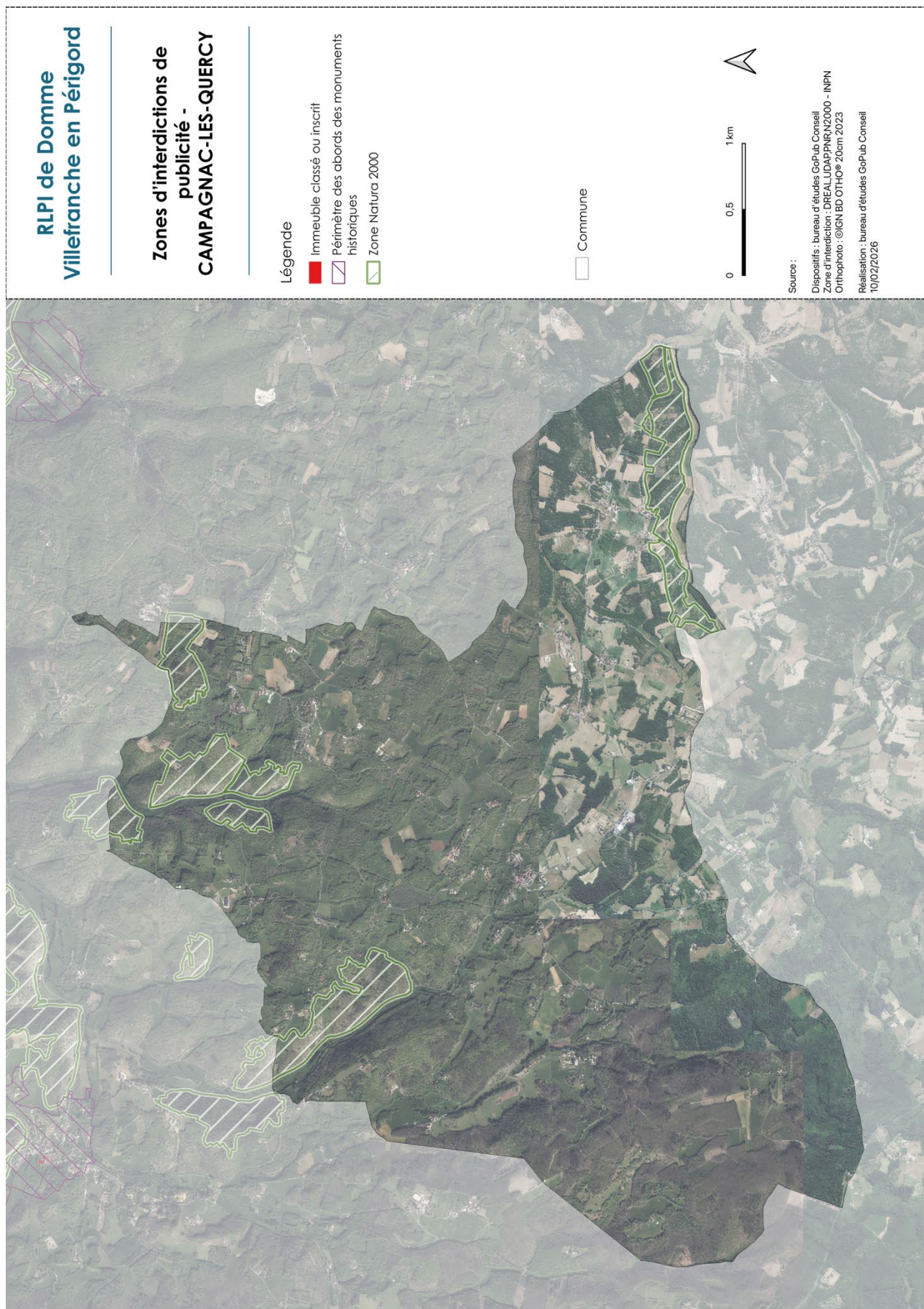
Communes	Nombre d'habitants
Besse	167
Bouzie	153
Campagnac-lès-Quercy	329
Castelnaud-la-Chapelle	454
Cénac-et-Saint-Julien	1 230
Daglan	546
Domme	930
Florimont-Gaumier	151
Groléjac	670
Lavaur	74
Loubejac	263
Mazeyrolles	315
Nabirat	377
Orliac	49
Prats-du-Périgord	148
Saint-Aubin-de-Nabirat	153
Saint-Cernin-de-l'Herm	215
Saint-Cybranet	372
Saint-Laurent-la-Vallée	245
Saint-Martial-de-Nabirat	575
Saint-Pompont	348
Veyrines-de-Domme	254
Villefranche-du-Périgord	683
Total	8 701

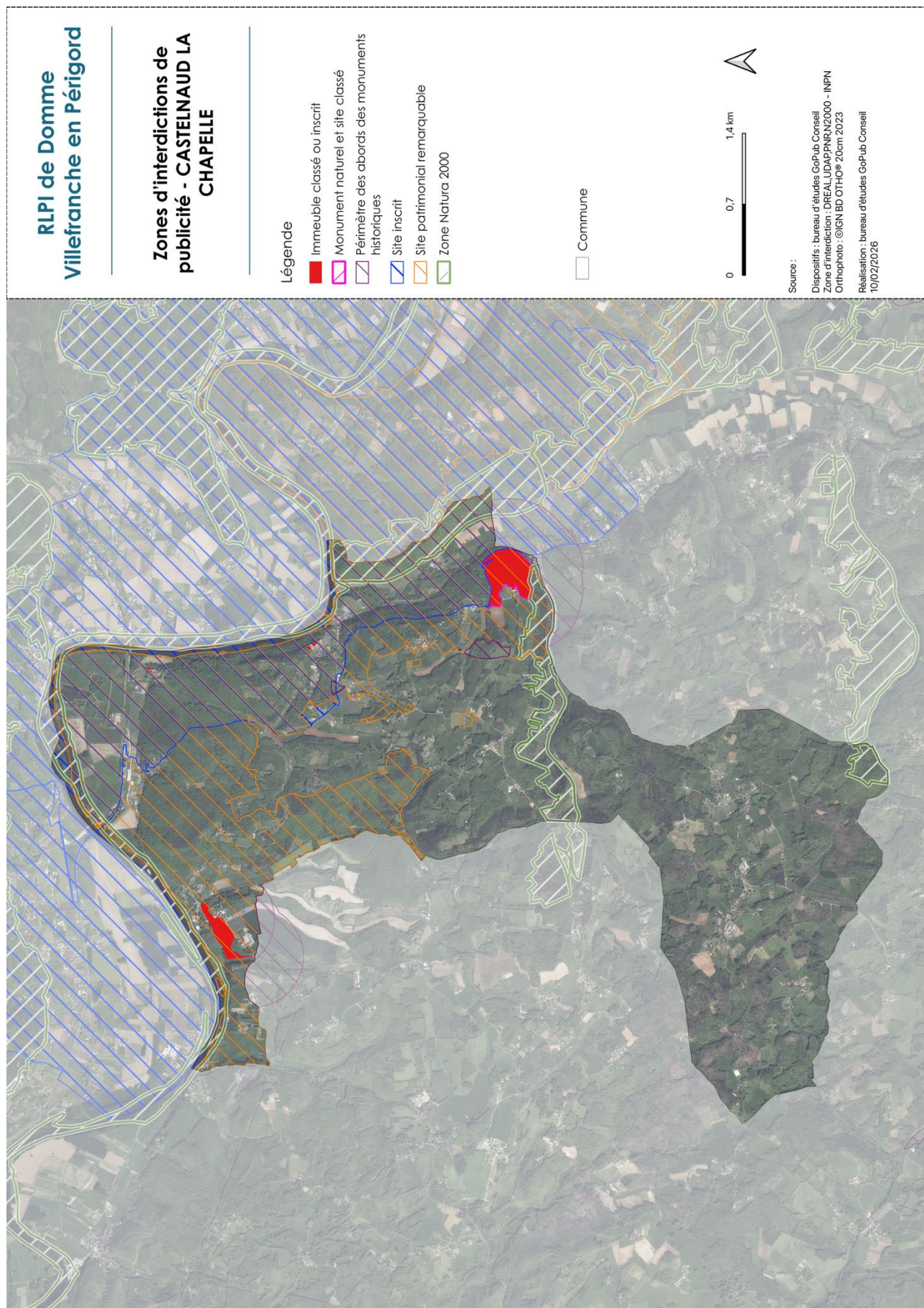
⁵⁸ Données démographiques issues du recensement 2020 de l'INSEE (population légale totale)

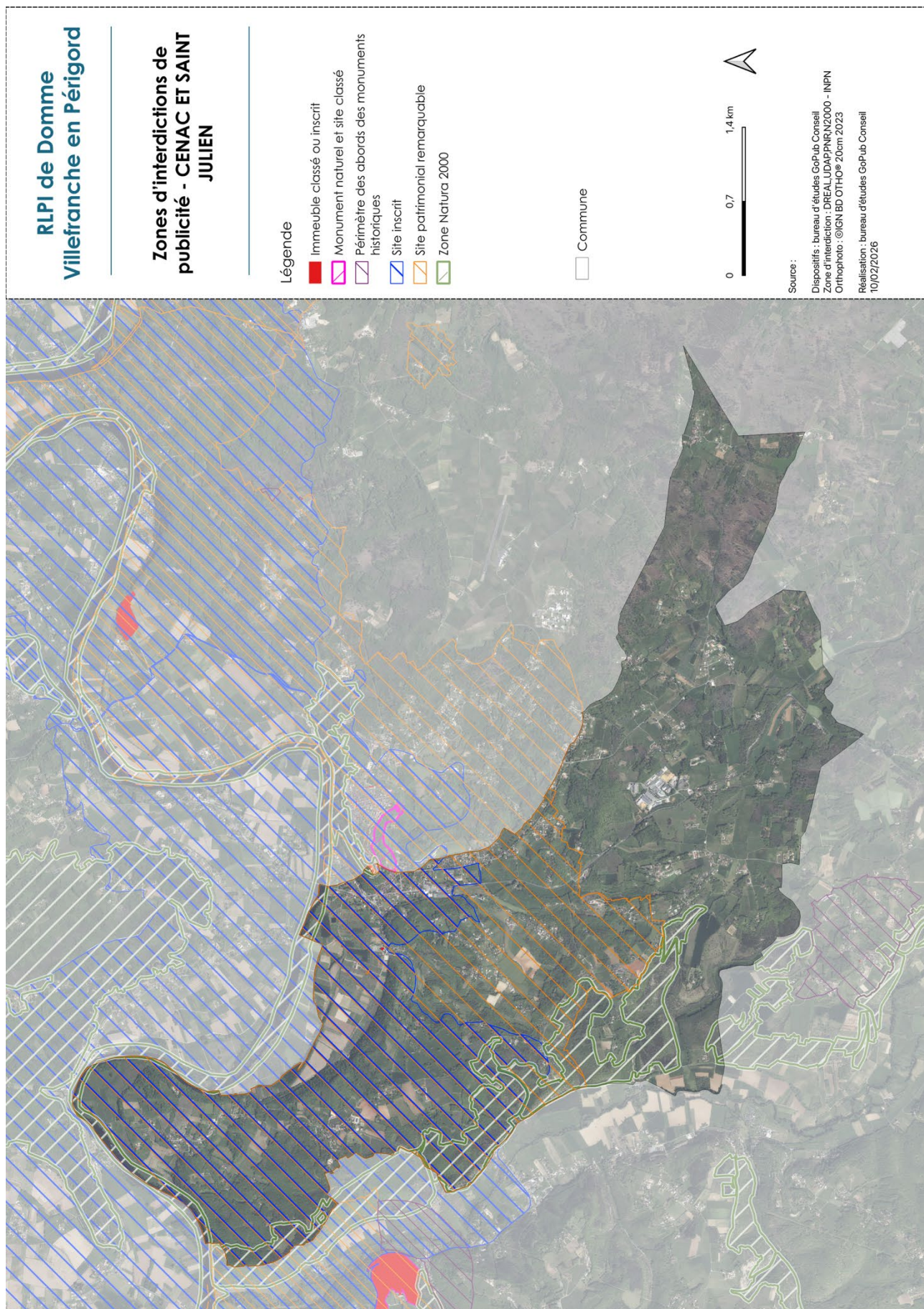
2. Cartographies des interdictions absolues et relatives par communes

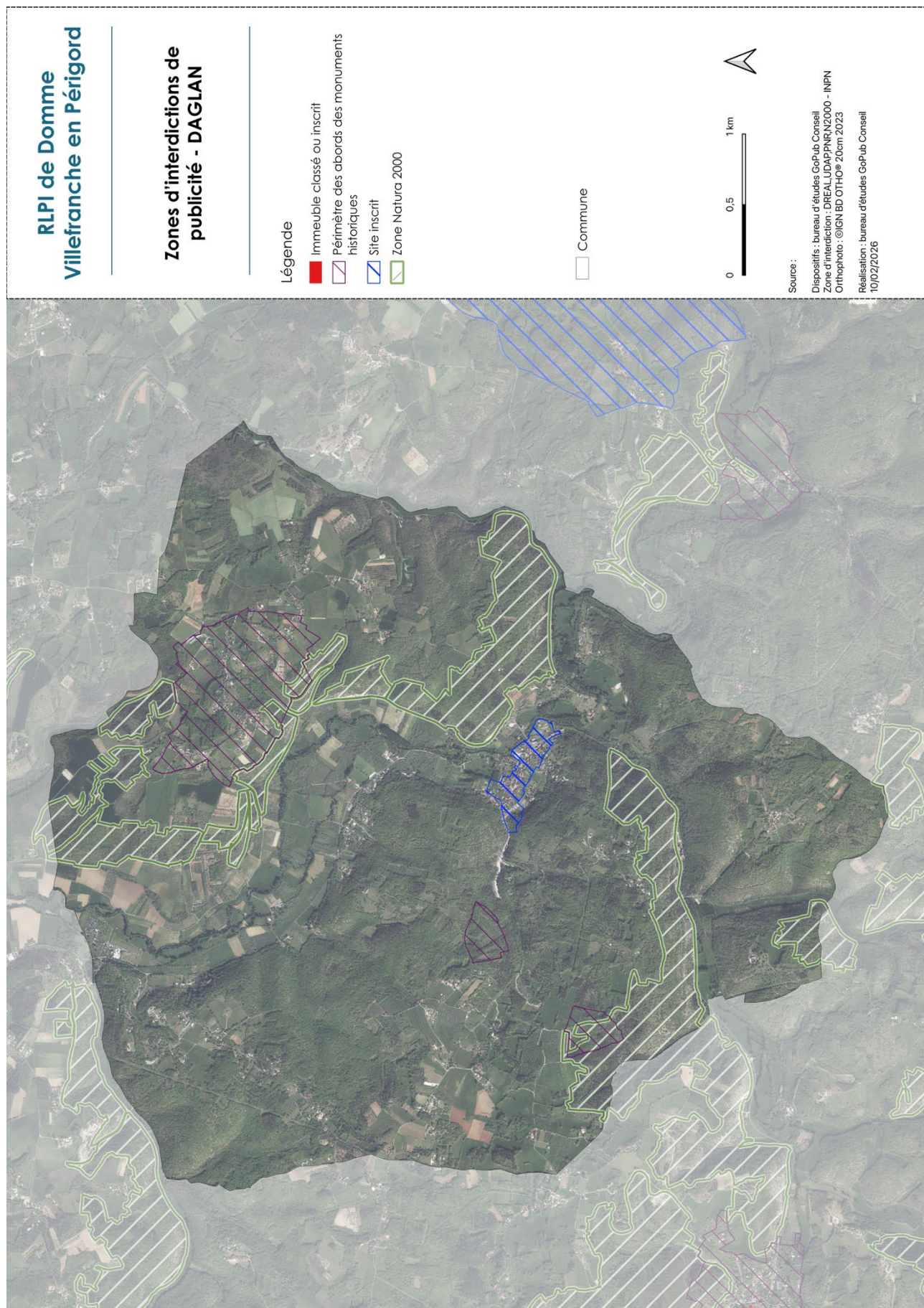


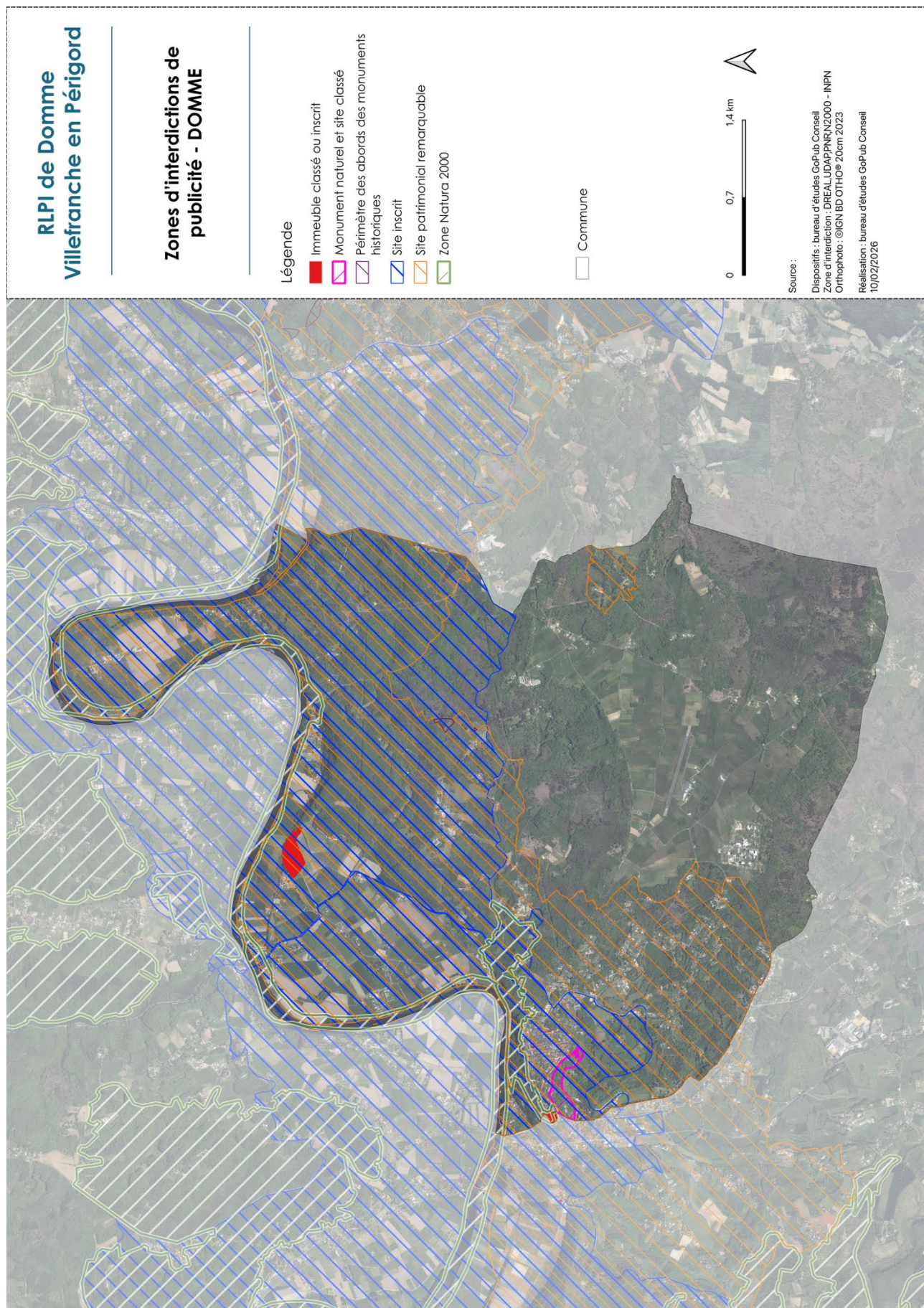


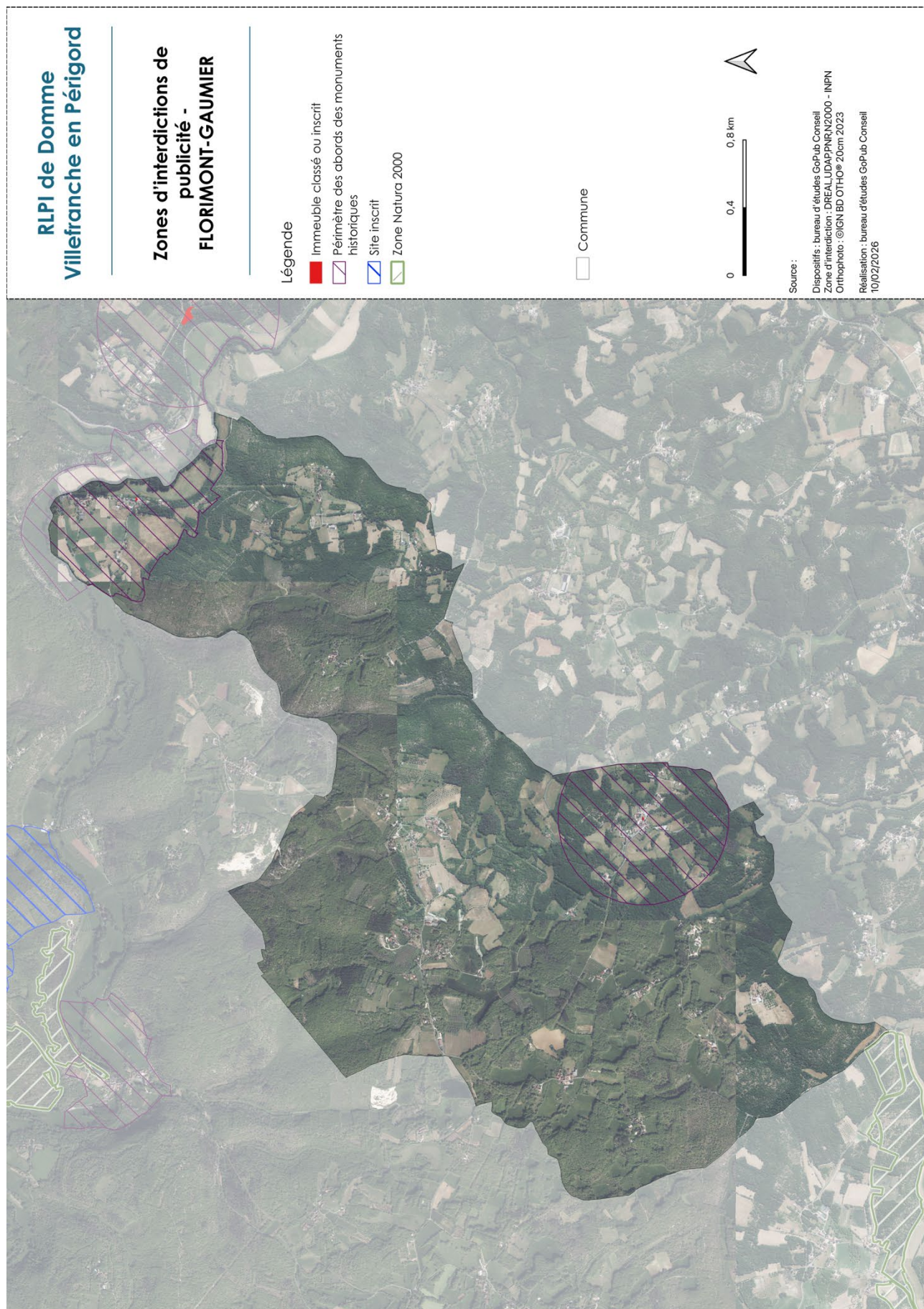


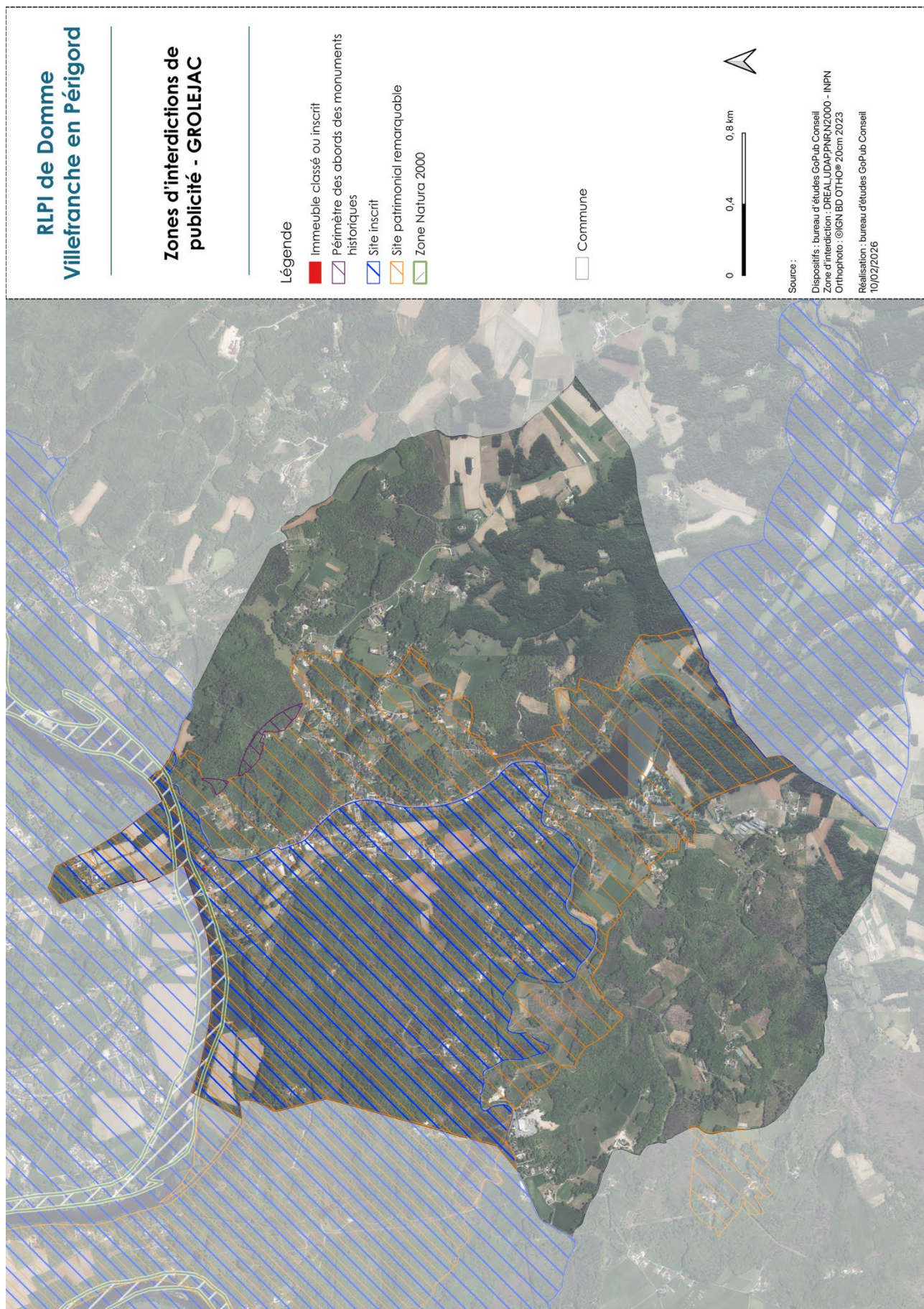


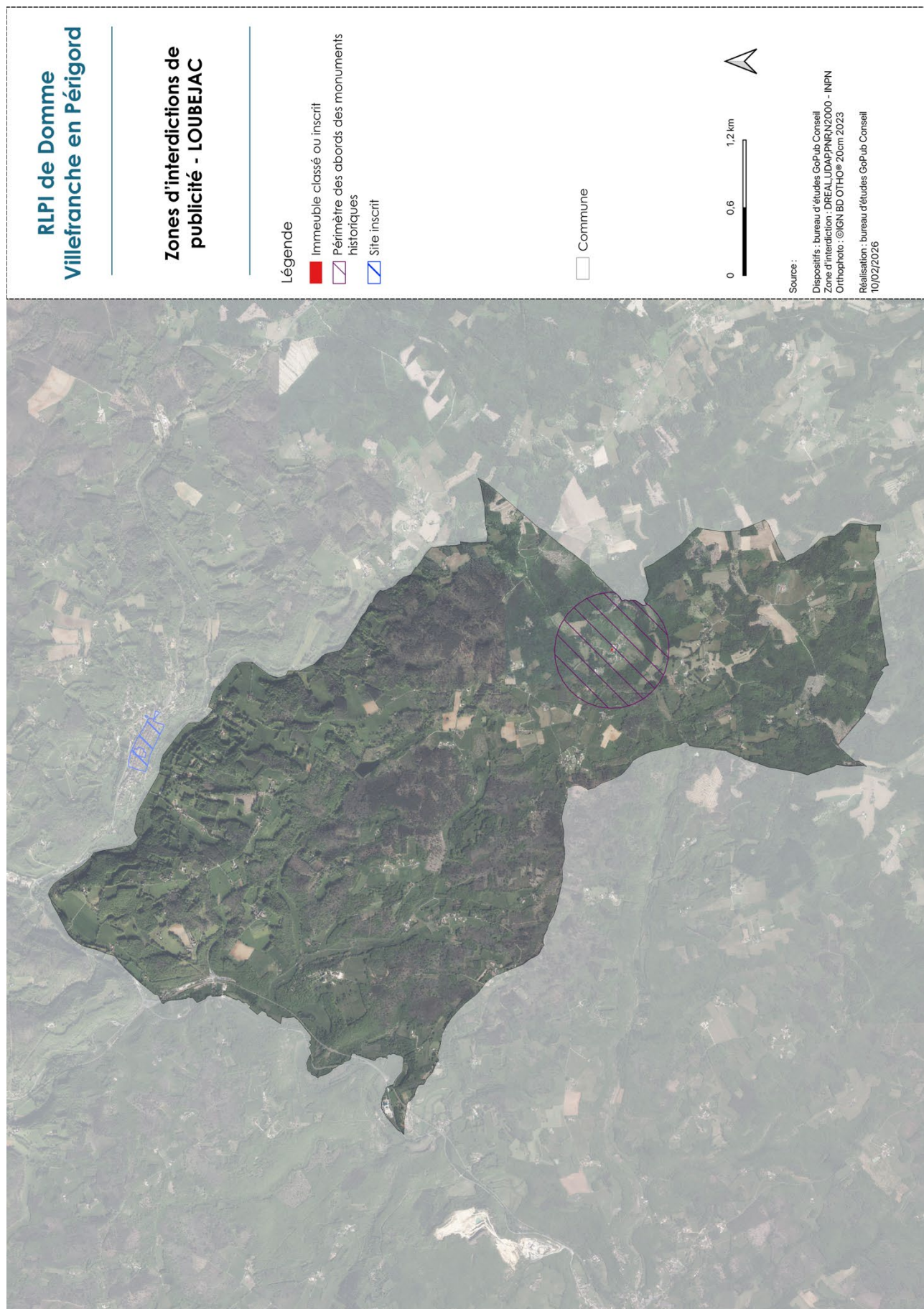


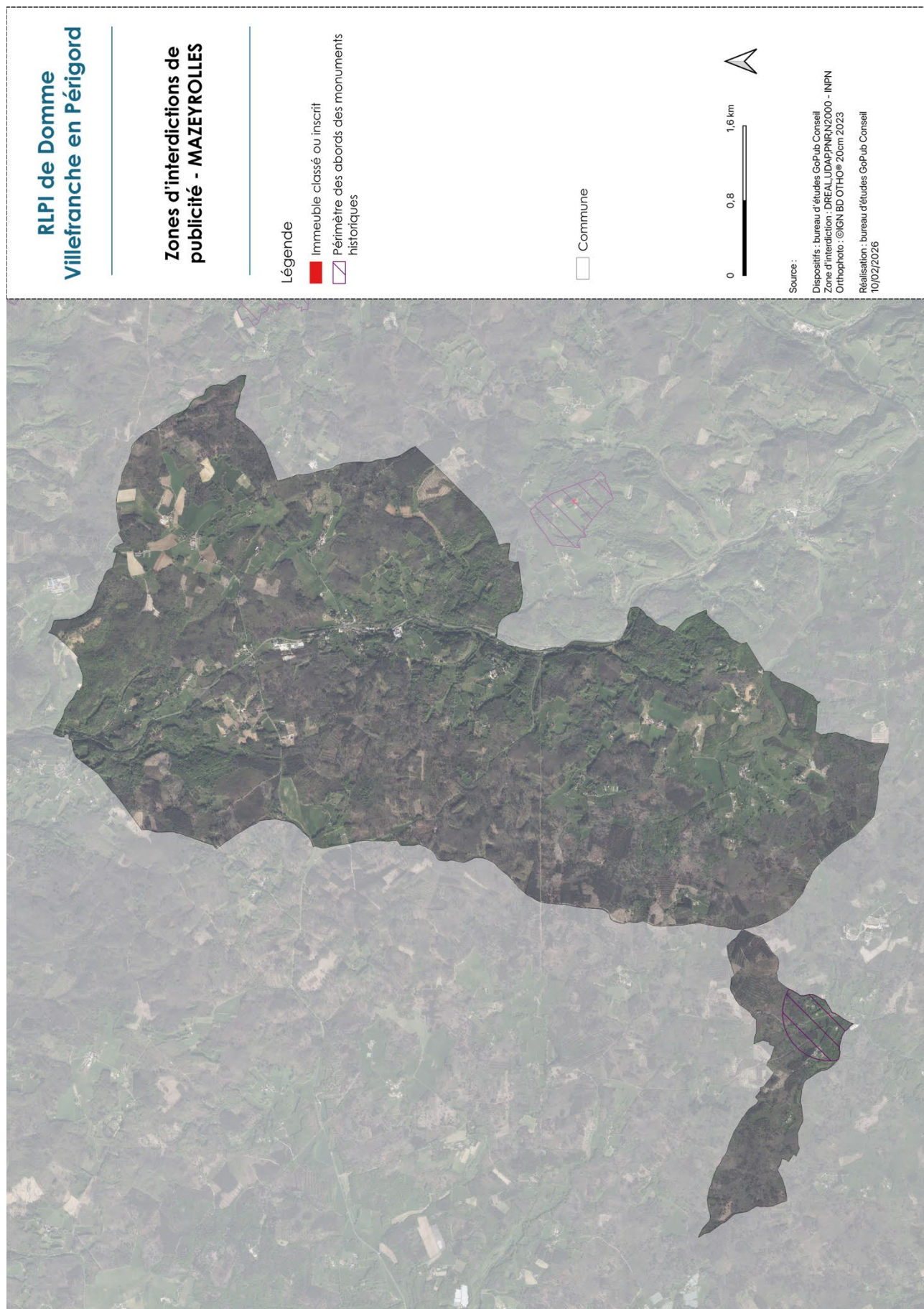


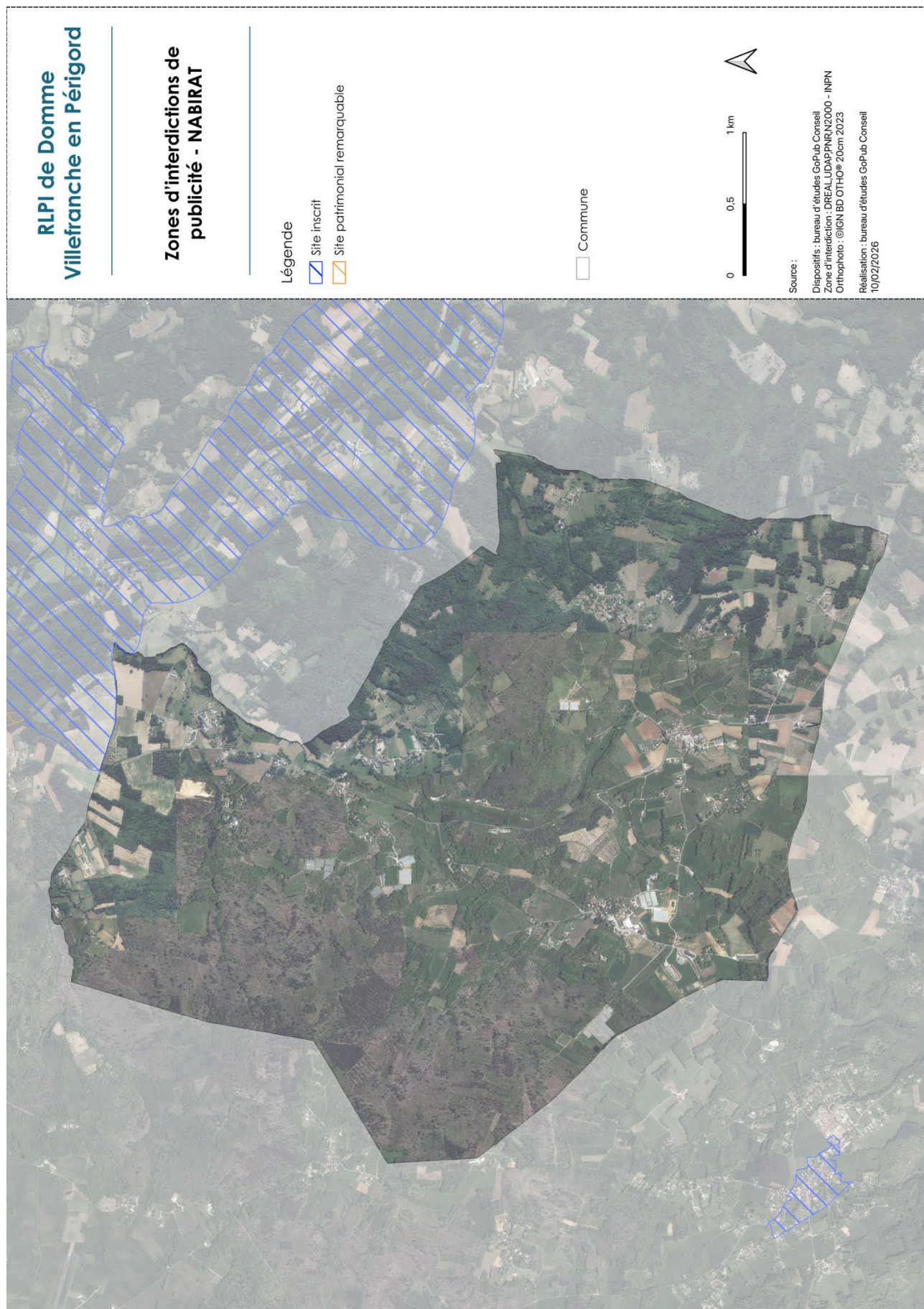


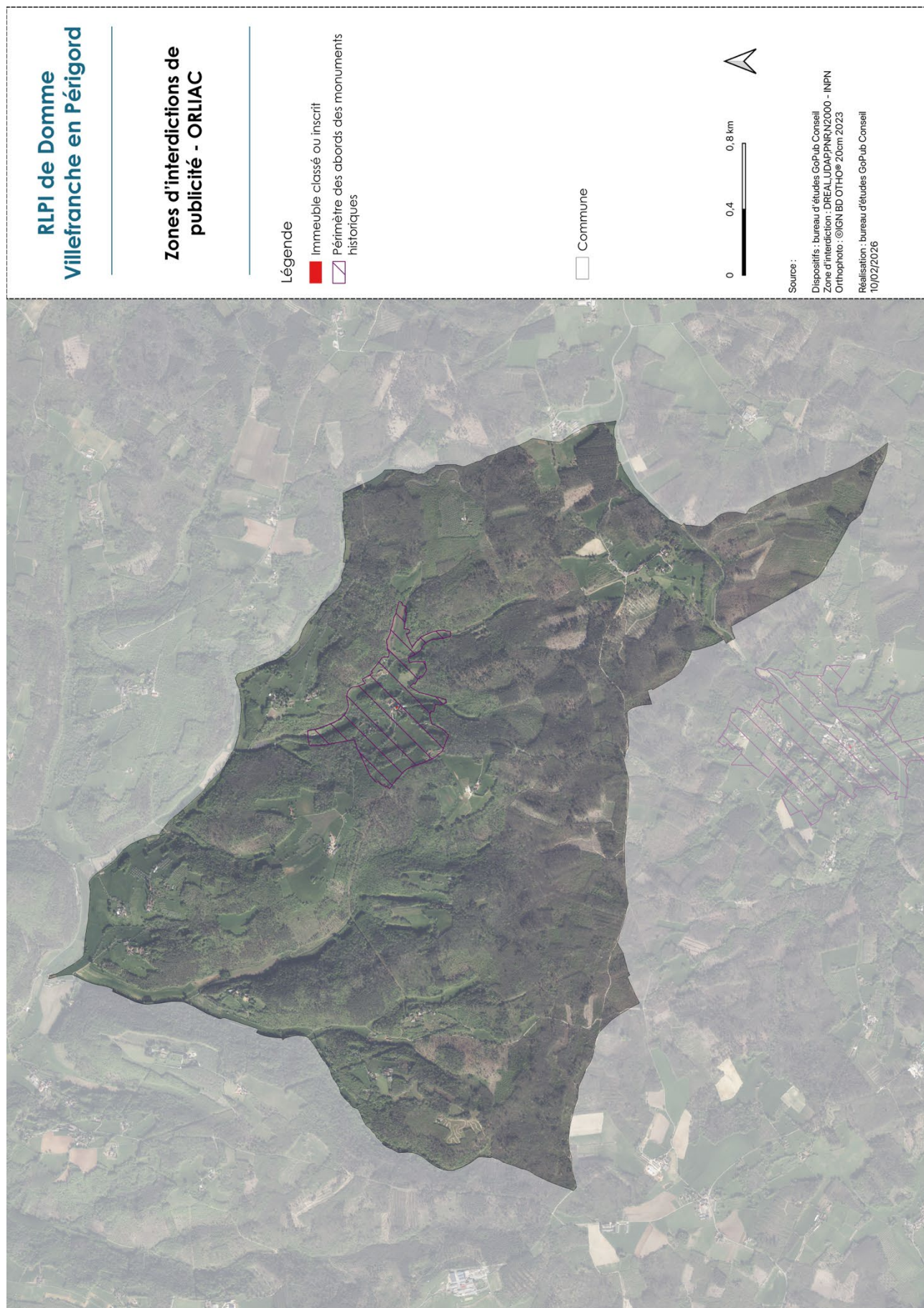


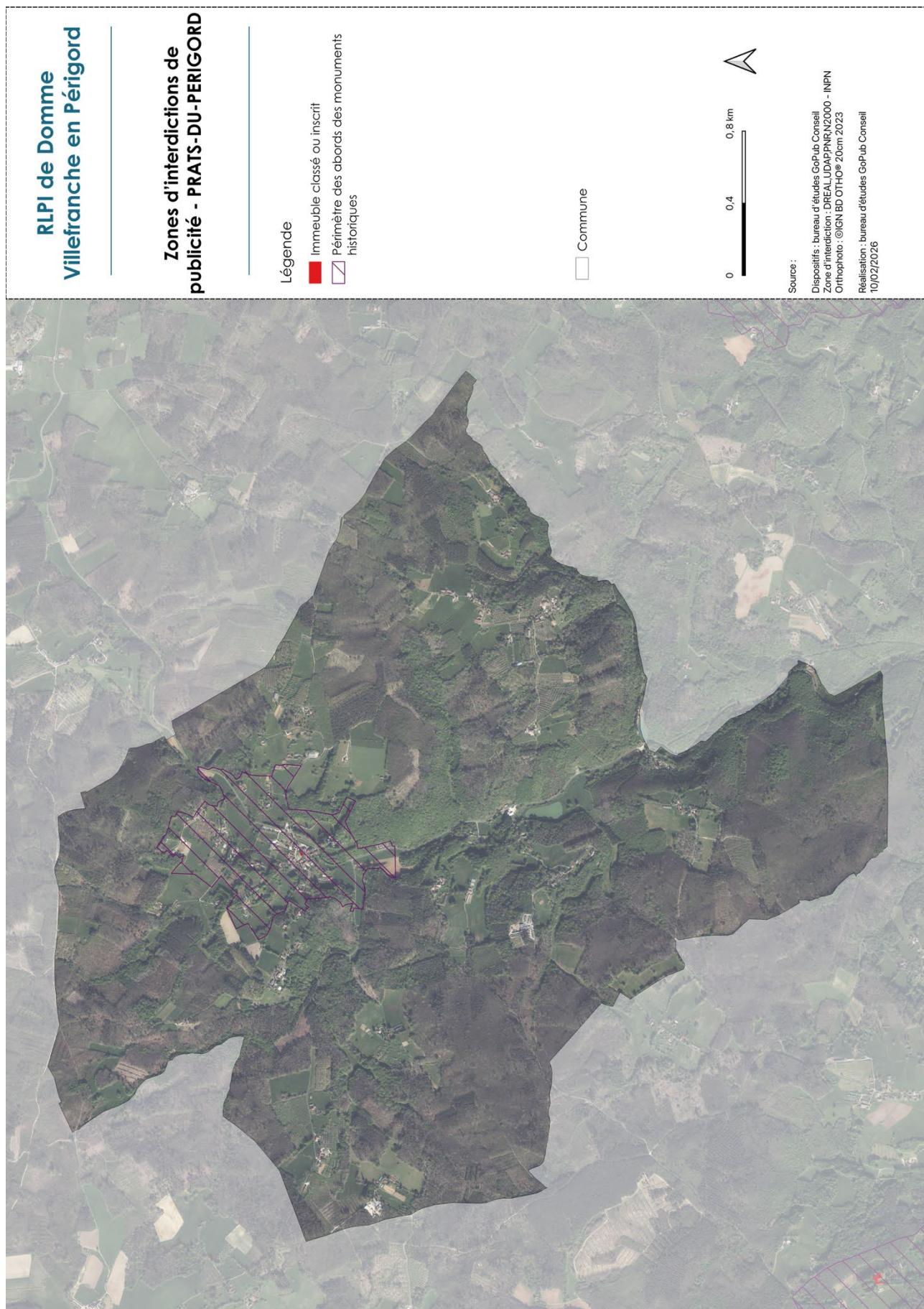


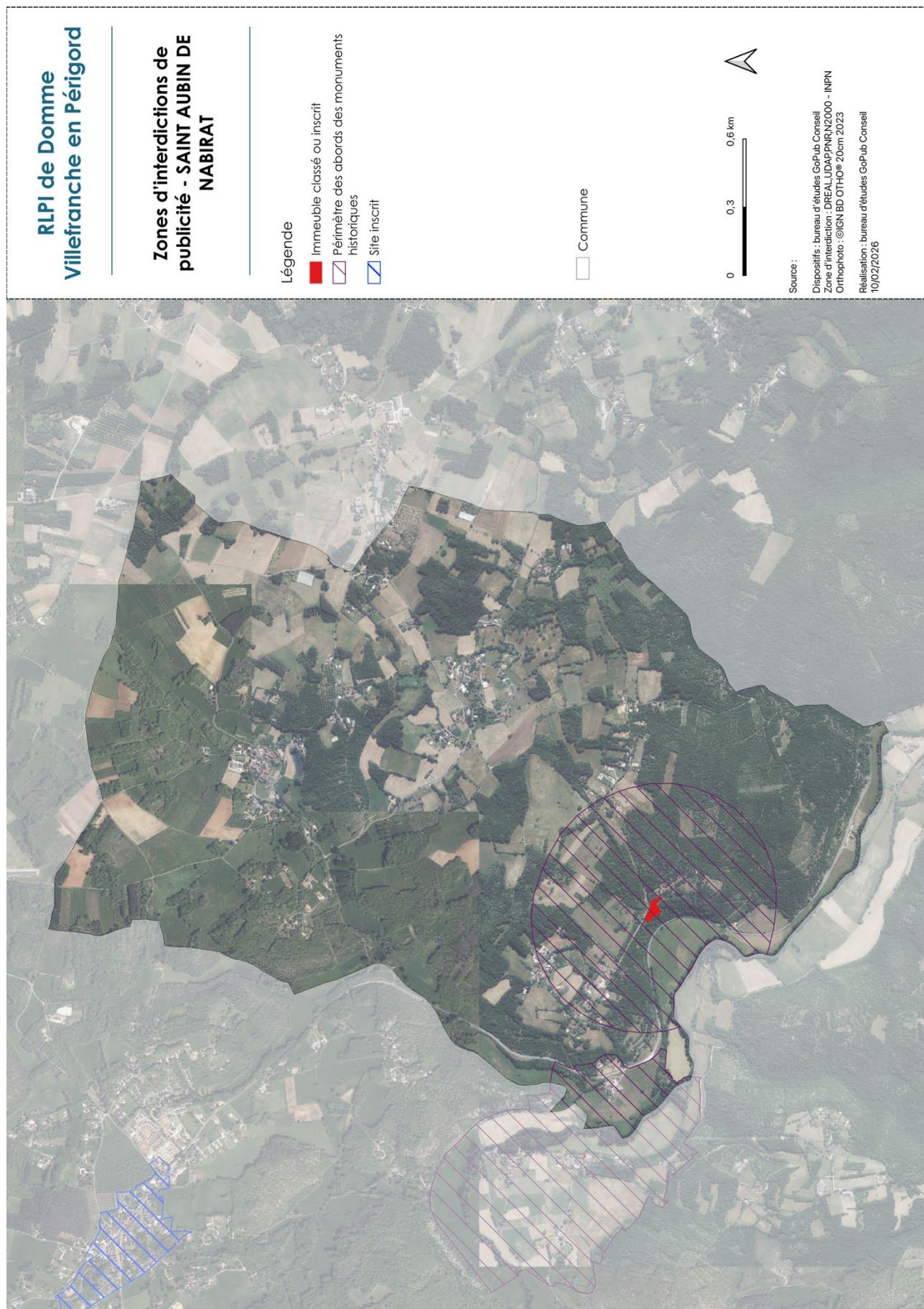


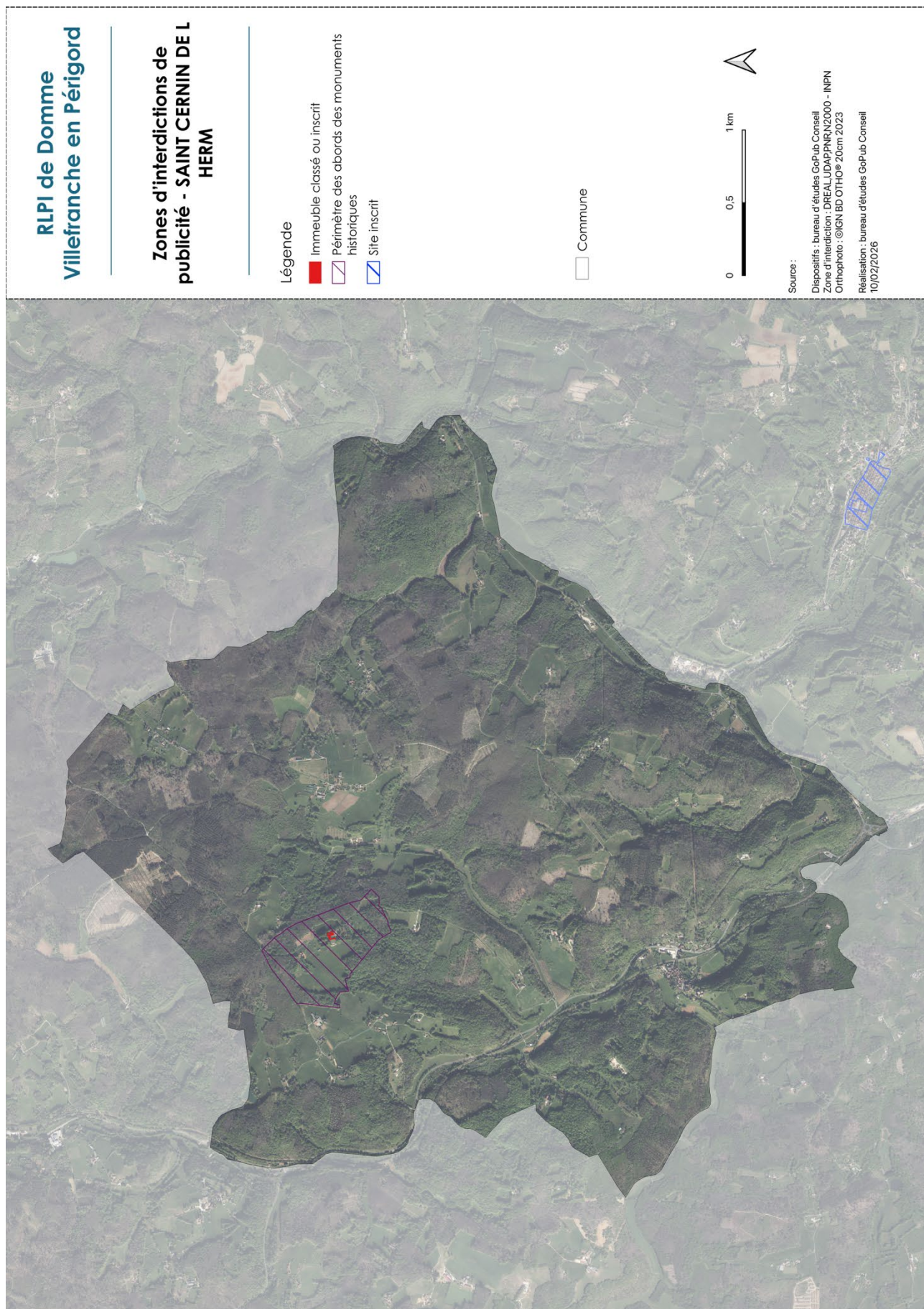












RLPI de Domme Villefranche en Périgord

Zones d'interdictions de publicité - SAINT MARTIAL DE NABIRAT

Légende

- Immeuble classé ou inscrit
- ▨ Périmètre des abords des monuments historiques
- ▨ Site inscrit
- ▨ Zone Natura 2000

Commune

0 0,4 0,8 km



Source :

Dispositifs : bureau d'études GoPub Conseil
Zone d'interdiction : DREAL DAP PNR N2000 - INPN
Orthophoto : ©IGN BD OTHO® 20cm 2023
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
10/02/2026

