RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL
DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA VALLÉE DE L'HOMME

- Rapport de présentation -

mars 2020

SOMMAIRE

Introduction

1. Les objectifs du RLPi de la Vallée de l'Homme

2. contexte

2.1 Localisation et topographie du territoire

2.2 Le zones naturelles

2.3 Monuments et sites inscrits ou classés

2.4 Le patrimoine bâti non protégé

2.5 Le réseau viaire

2.6 L'activité économique

3. La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité

4. Eléments réglementaires

4.1 Définitions

4.2 Des dispositifs hors du champ d'application du Code de l'environnement

4.3 La question des limites d'agglomération

5. Le diagnostic

5.1 Etude terrain

5.2 Les règles du RNP applicables dans la Vallée de l'HOmme

5.3 La situation des publicités et préenseignes en regard du RNP

5.4 La situation des enseignes en regard du RNP

5.5 Impact des publicités

5.6 Impact des enseignes

5.7 L'harmonisation des préenseignes dérogatoires

6. Préconisations

7. Explication des choix

INTRODUCTION

Le réglement local de publicité

Le règlement local de publicité (RLP) est un document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, lorsqu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Il a pour but, dans un objectif de protection du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale de la publicité (RNP) aux caractéristiques des territoires en permettant l'institution de règles plus restrictives que celles issues du RNP.

Les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLPi)*.
L'article R.581-72 du Code de l'environnement prévoit qu'un RLP est constitué au moins par :

- un rapport de présentation ;
- une partie règlementaire (le texte du règlement) ;
- des annexes (plan de zonage, arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération, document graphique portant sur les limites d'agglomération).

L'article R.581-73 précise que le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de l'établissement public de coopération intercommunale. Prenant en compte les secteurs à forts enjeux environnementaux, architecturaux ou paysagers et l'harmonisation sur le territoire, il explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

** il est à noter que le règlement local de publicité est intercommunal, mais que le pouvoir de police est exercé par le maire dans sa commune.*

1. Les objectifs du RLPi de la Vallée de l'Homme

Par délibération en date du 1er décembre 2016, le conseil communautaire de la Vallée de l'Homme a prescrit l'élaboration de son règlement local de publicité intercommunal (RLPi) et fixé ses objectifs.

Prenant en compte de l'évolution du cadre législatif, les exigences environnementales, les évolutions des technologies, les objectifs suivants ont été déterminés :

• Protéger et améliorer la qualité du cadre de vie
• Améliorer la lisibilité de l'information touristique, économique et agricole
• Proposer une règlementation cohérente sur le périmètre intercommunal avec les adaptations par secteur
• Adapter un règlement en adéquation avec les enjeux du Grand Site de la vallée de la Vézère et proposer des mesures d'adaptation à la règlementation dans les sites inscrits.

2. Contexte

2.1 Localisation et topographie du territoire

Au sud-est du département de la Dordogne, le territoire de la communauté de communes de la Vallée de l'Homme forme un vaste ensemble de 503 km², au cœur du Périgord Noir.

Insérée entre Périgueux au nord-ouest et Sarlat au sud-est, la communauté de communes est encadrée par deux axes majeurs de circulation : au nord, l'autoroute A89 Bordeaux-Périgueux-Brive (2 échangeurs de desserte ouest de Saint-Laurent-sur-Manoire et est de Thenon) ; au sud la « voie de la vallée » Bordeaux-Bergerac-Sarlat.

La communauté compte vingt-six communes, et 15 047 habitants selon les derniers recensements effectués en date du 1er janvier 2014 par l'Insee et applicables au 1er janvier 2017. On y trouve deux communes principales : Montignac et Le Bugue, auxquelles il faut adjoindre Rouffignac Saint-Cernin de Reilhac ainsi que les Eyzies. Mis à part Plazac et Aubas, l'ensemble des autres communes comptent moins de 500 habitants. La commune de Coly fait partie de la communauté de communes depuis sa fusion avec Saint-Amand-de-Coly, au 1er janvier 2019.

Le territoire de la Vallée de l'Homme constitue un site d'exception, tant du point de vue de la qualité de ses paysages que de son patrimoine naturel, culturel ou encore historique et préhistorique. C'est un territoire complexe structuré autour de la vallée de la Vézère, cours d'eau qui traverse son territoire du nord-est au sud-ouest et qui structure l'ensemble des paysages de la communauté de commune.

2.2 Les zones naturelles

Le territoire de la communauté de communes de la Vallée de l'Homme est constitué de trois grandes unités dont la superficie est inégale :

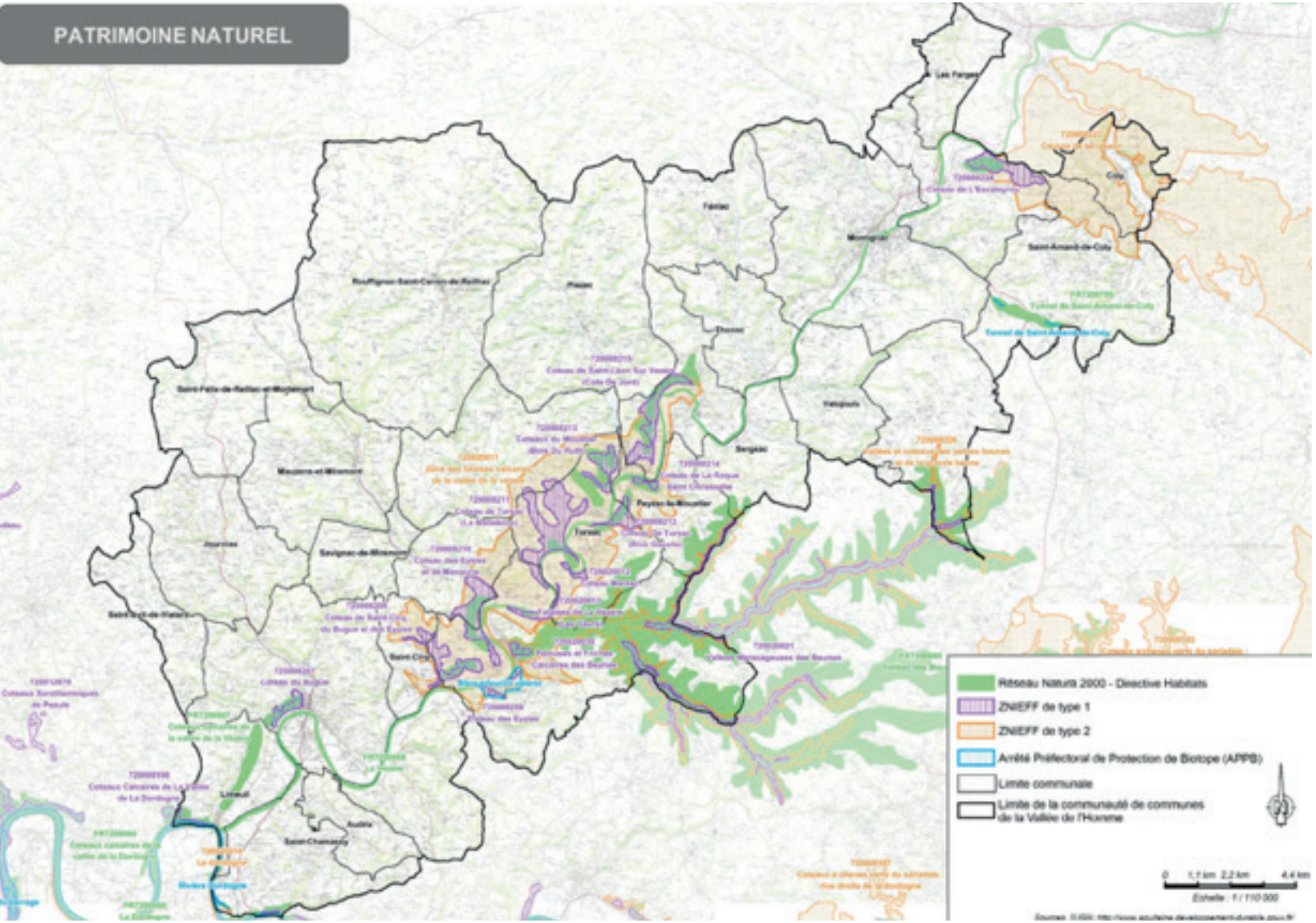
• La zone des coteaux : cette unité occupe 1/3 du territoire, localisée entre la vallée de la Vézère et le plateau nord de la vallée. La morphologie de cette zone est assez homogène.

• Les zones de plateau : le plateau nord de la vallée de la Vézère s'étend de Saint-Félix-de-Reillac-et-Mortemart à Plazac (la zone occupant la partie nord de la commune). Le plateau sud de la vallée de la Vézère se situe quant à lui au nord-est de l'intercommunalité.

• Les vallées de la Vézère, des Beunes et de la Dordogne : la vallée de la Vézère traverse l'ensemble du territoire de la communauté de communes de la Vallée de l'Homme. La vallée des Beunes constitue la vallée secondaire la plus vaste, parcourant l'ensemble de la commune des Eyzies. Ces deux vallées sont situées au sein d'un bassin versant présentant des pentes abruptes et des falaises encaissées. A ces deux vallées s'ajoutent celle de la Dordogne, qui modèle les paysages au sud du territoire intercommunal.

Contrairement aux sites Natura 2000, qui sont au nombre de 6 (la Dordogne, la Vézère, les Vallées des Beunes, le tunnel de Saint-Amand de Coly, les coteaux calcaires de la vallée de la Vézère, les coteaux calcaires de la vallée de la Dordogne), les zones naturelles d'intérêt écologique faunistique et floristique (ZNIEFF), n'ont pas de portée réglementaire en matière de publicité. Cependant il convient de les prendre en compte car elles constituent des sites à enjeux paysagers et écologiques forts.

Le territoire de la communauté de communes de La Vallée de l'Homme comporte de nombreux espaces de cette nature. On recense en effet 12 ZNIEFF de type 1 relatives aux coteaux et aux falaises de la Vézère et 4 de type 2. La plupart des zones couvertes sont situées sur un axe sud-ouest/nord-est.


PATRIMOINE NATUREL
Réseau Natura 2000 - Directive Habitats
ZNIEFF de type 1
ZNIEFF de type 2
Arrêté Préfectoral de Protection de Biotope (APPB)
Limite communale
Limite de la communauté de communes de la Vallée de l'Homme
0 1,1 km 2,2 km 4,4 km
Echelle : 1/ 110 000

2.3 Monuments et sites inscrits ou classés

A ce jour, le territoire est extrêmement protégé en raison de la richesse de son patrimoine bâti et paysager. La particularité des sites de la vallée de la Vézère est qu'ils s'inscrivent dans une démarche plus générale qui vise à faire de cette vallée un Grand Site de France, de manière cohérente et globale et dont une partie est inscrite sur la liste du Patrimoine Mondial de l'UNESCO.

Les monuments historiques sont nombreux, puisqu'on ne compte pas moins de 106 immeubles qui sont protégés au titre du patrimoine, dont :

- **50 sont inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques**
- **56 classés au titre des monuments historiques.**

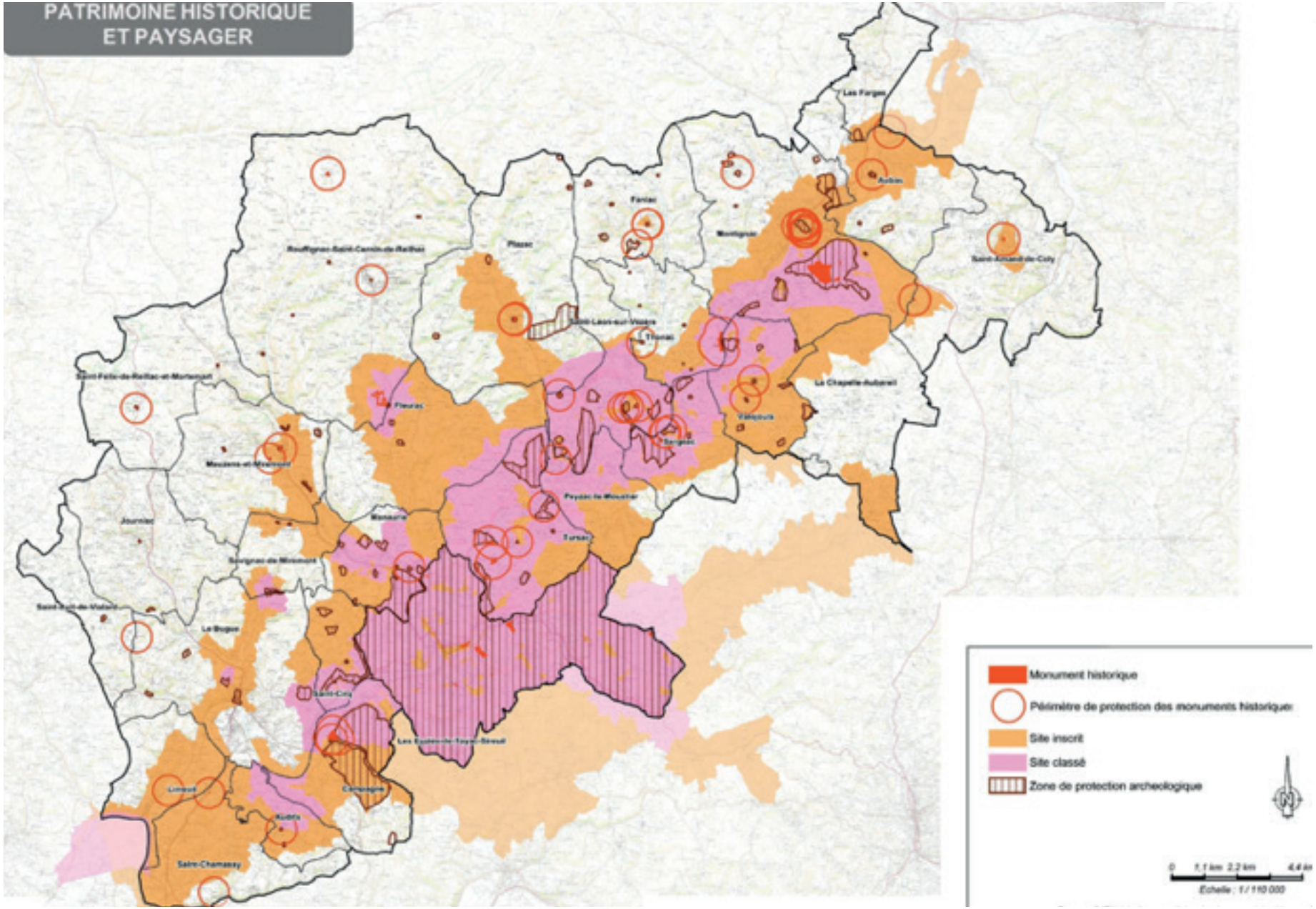
La commune des Eyzies dispose d'un site patrimonial remarquable (SPR, qui se substitue à la zone de protection du patrimoine urbain et paysager - ZPPAUP-), qui protège les constructions et espaces non bâtis sur l'ensemble de son périmètre.

Enfin, le territoire de la communauté de communes de la Vallée de l'Homme comprend 5 sites classés, représentant une superficie de 10 872 ha (21,2% du territoire) :

- **Le site classé de la vallée de la Vézère et de sa confluence avec les Beunes,**
- **Le site classé du cingle de Limeuil (commune de Limeuil et St-Chamassy)**
- **Le site classé de la Ferrasie (commune de Savignac de Miremont et du Bugue)**
- **Le site classé de la grotte de Rouffignac (commune de Rouffignac et de Fleurac)**
- **Le site classé de la grotte de Bara Bahau (commune du Bugue)**

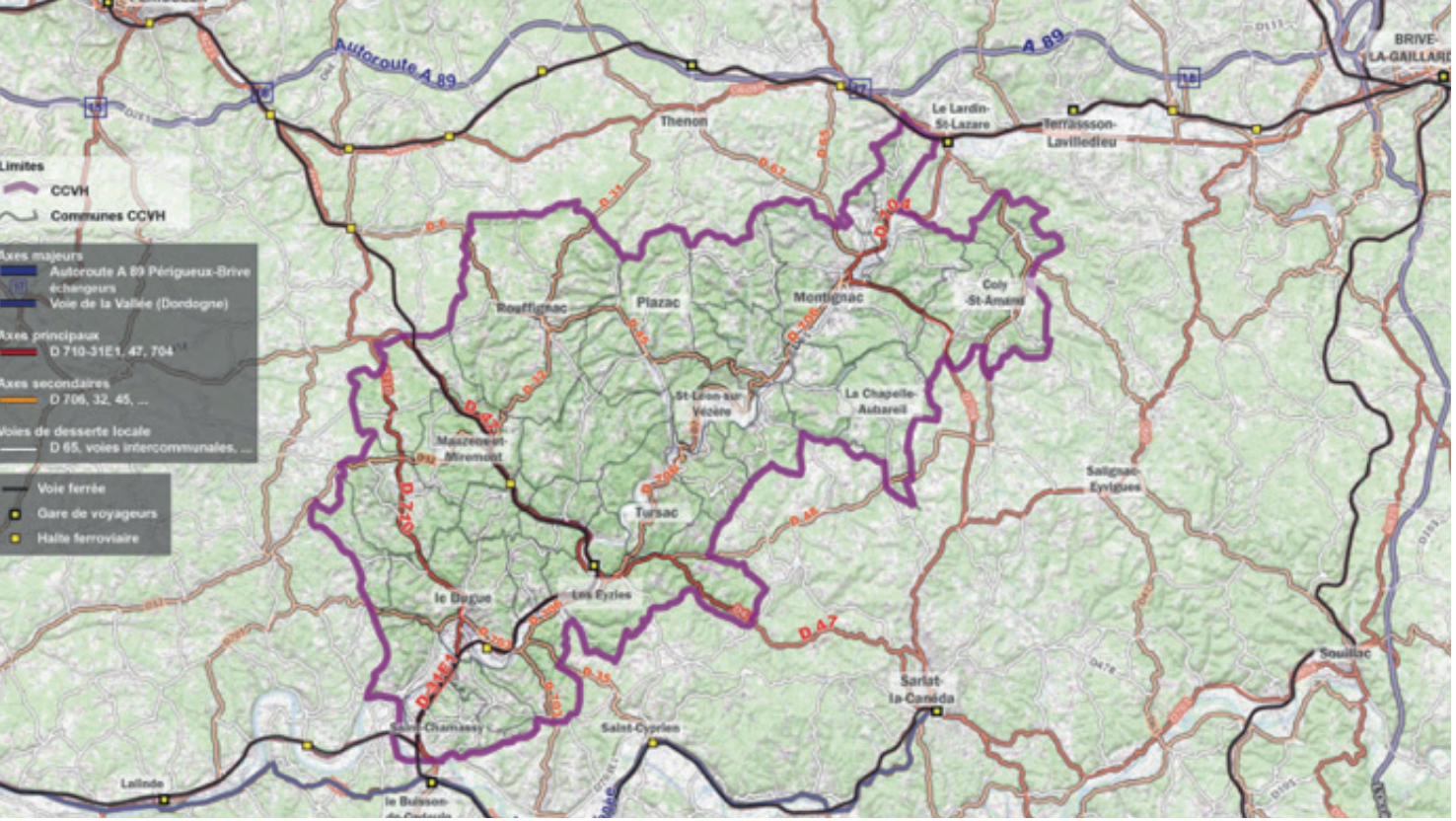
En complément, il faut ajouter 763 ha correspondant au site inscrit de la confluence de la Dordogne et de la Vézère, ainsi que 111 ha correspondant au site inscrit du village de Saint-Amand de Coly et 14 ha correspondant au site inscrit du bourg de Fanlac, non modifiés par le projet d'inscription. Enfin, un arrêté ministériel du 28 juillet 2016 a prononcé l'inscription de 15 514 ha aux abords des sites classés.

Le territoire est donc fortement marqué par de vastes zones de protections de toute nature qu'il faut prendre en compte.


PATRIMOINE HISTORIQUE
ET PAYSAGER
Monument historique
Périmètre de protection des monuments historiques
Site inscrit
Site classé
Zone de protection archéologique
Échelle : 1/110 000

2.4 Le patrimoine bâti non protégé

Le patrimoine bâti se distingue par une architecture en harmonie avec le territoire. Les constructions anciennes forment un ensemble cohérent en rapport étroit avec le paysage dans lequel elles s'inscrivent. Cette caractéristique est une composante majeure de l'image de la région.



2.5 Réseau viaire

Outre le réseau autoroutier, le réseau viaire du territoire s'articule autour de 3 types d'axes.

Les axes principaux :

• la RD 710 (puis 31E1) entre Périgueux et le Buisson-de-Cadouin (en passant par Le Bugue) ;

• la RD 47, qui se détache de la 710 au nord-ouest du territoire pour rejoindre Sarlat (par les Eyzies) ;

• la RD 704, à l'extrême est, qui relie l'autoroute A 89 (par l'intermédiaire de la D 6098) à Montignac puis se dirige vers Sarlat.

Les axes départementaux secondaires :

• la RD 706 (et 703 en partie entre Le Bugue et Campagne), qui suit la vallée de la Vézère entre Le Bugue et Montignac (qui devient un axe plus important l'été) ;

• les RD 6, 45 et 32 autour de Rouffignac et la RD 67 entre Thenon et Montignac.

Enfin, un réseau relativement dense de voies de desserte locale menant aux différents hameaux et habitations dispersées du territoire.

2.6 L'activité économique

La renommée internationale de la Vallée de l'Homme, sa réputation gastronomique génèrent une activité touristique intense. Hôtellerie, restauration, vente de produits locaux, activités de loisir auxquels s'ajoutent les revenus indirects assurent une grande partie de l'économie locale.
La densité commerciale est importante et elle est caractérisée par la vitalité du commerce de proximité et une relativement faible implantation de la grande distribution.

Le commerce local et les activités touristiques doivent être soutenus ; une bonne signalisation, principalement au travers de l'enseigne, de la préenseigne et de la signalétique, est indispensable à son développement.

Un commerce local tourné vers le tourisme

Les enjeux pour la publicité extérieure sont donc très clairs :

La Vallée de l'Homme est un joyau naturel et architectural auquel la publicité extérieure ne doit apporter aucune dégradation. Les nombreuses protections prévues par le code de l'environnement doivent être suivies au plus près et le règlement local se doit de les compléter sous un angle qualitatif. Pour autant, l'activité économique, et tout particulièrement celle qui est tournée vers les visiteurs, doit disposer des moyens nécessaires à sa communication.

3. La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité

Les principales étapes de la procédure

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur celle du PLU. La procédure d'élaboration du règlement de publicité intercommunal est donc placée sous l'autorité du président de la communauté de communes.

La délibération prescrivant l'élaboration du règlement de publicité du 1er décembre 2016 a précisé les objectifs poursuivis (cf. partie I)
et a défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLPi (Art. L.103-2 et 3 du Code de l'urbanisme).

Les formes suivantes ont été retenues :

- **Création d'outils de communication descendante permettant une bonne accessibilité à l'information avec :**
  - Une information tout au long de la procédure sur une page dédiée du site internet de la CCVH ;
  - La publication d'articles dans les bulletins intercommunaux et communaux et dans la presse locale sur la démarche et son avancement.

- **Organisation de la participation citoyenne :**
  - Réunion publique de lancement ;
  - Réunion publique de présentation du diagnostic et des orientations avant enquête publique.

Cette délibération a été notifiée aux personnes publiques associées (PPA). Le préfet transmet à la collectivité le porter-à-connaissance qui synthétise les recommandations de l'État pour le projet.

La procédure d'élaboration du RLPi est résumée dans le schéma ci-contre

Parallèlement à l'élaboration du projet, un débat au sein de chaque commune et au conseil communautaire sur les orientations du règlement est organisé deux mois au moins avant son arrêt au conseil communautaire.

Lors de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré.

Le projet est ensuite soumis pour avis aux PPA ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS). Après une enquête publique et d'éventuelles modifications mineures pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, le projet est définitivement approuvé par le conseil communautaire.

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, il entre en vigueur.

Le RLPi est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais n'est exécutoire pour les publicités et les préenseignes implantées antérieurement à son entrée en vigueur que deux ans plus tard (art. R.581-88 du Code de l'environnement) et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'environnement), sous réserve de leur légalité vis-à-vis du règlement national.

4. Eléments réglementaires

4.1 Définitions

Une publicité

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.
Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut donc générale. Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, sur bâches, publicité apposée sur du mobilier urbain) ;
- leur taille ;
- leur caractère lumineux ou non.

La totalité des dispositifs recensés sur le territoire intercommunal a été recensée.

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3 du Code de l'environnement).

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes en toiture (aucune n'a été relevée sur le territoire) ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol.

Enseignes apposées à plat sur le mur

Enseigne perpendiculaire au mur

Enseigne scellée au sol

Une préenseigne

Préenseigne dérogatoire

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 du Code de l'environnement).
La préenseigne informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier.

Parmi les préenseignes, existent des préenseignes dites « dérogatoires » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération.

Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que :

• les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
• les activités culturelles ;
• les monuments historiques ouverts à la visite.

Elles doivent également respecter des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance et de nombre par rapport à l'activité signalée (2 par activité signalée sur 5 km, et 4 sur 10 km pour les monuments historiques).

4.2 Des dispositifs hors du champ d'application du Code de l'environnement

La plupart des messages visibles dans la rue sont du ressort du code de l'environnement.

Toutefois, quelques dispositifs sont hors du champ d'application. C'est notamment les cas des journaux électroniques d'information ou des informations d'ordre pratique, à visée non commerciale.

Un journal électronique d'information

Un panonceau touristique

La signalisation d'information locale (SIL)

Les panneaux mis à la disposition pour l'affichage d'opinion ou pour les associations sont régis par le code de l'environnement. Leur surface est définie par l'article R.581-2, et le RLP ne peut les modifier.

Article R. 581-2 : « La surface minimale que chaque commune doit /.../ réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est 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 ;

La signalisation routière est régie par le code de la route,
ainsi que la signalisation d'information locale

4.3 La question des limites d'agglomération

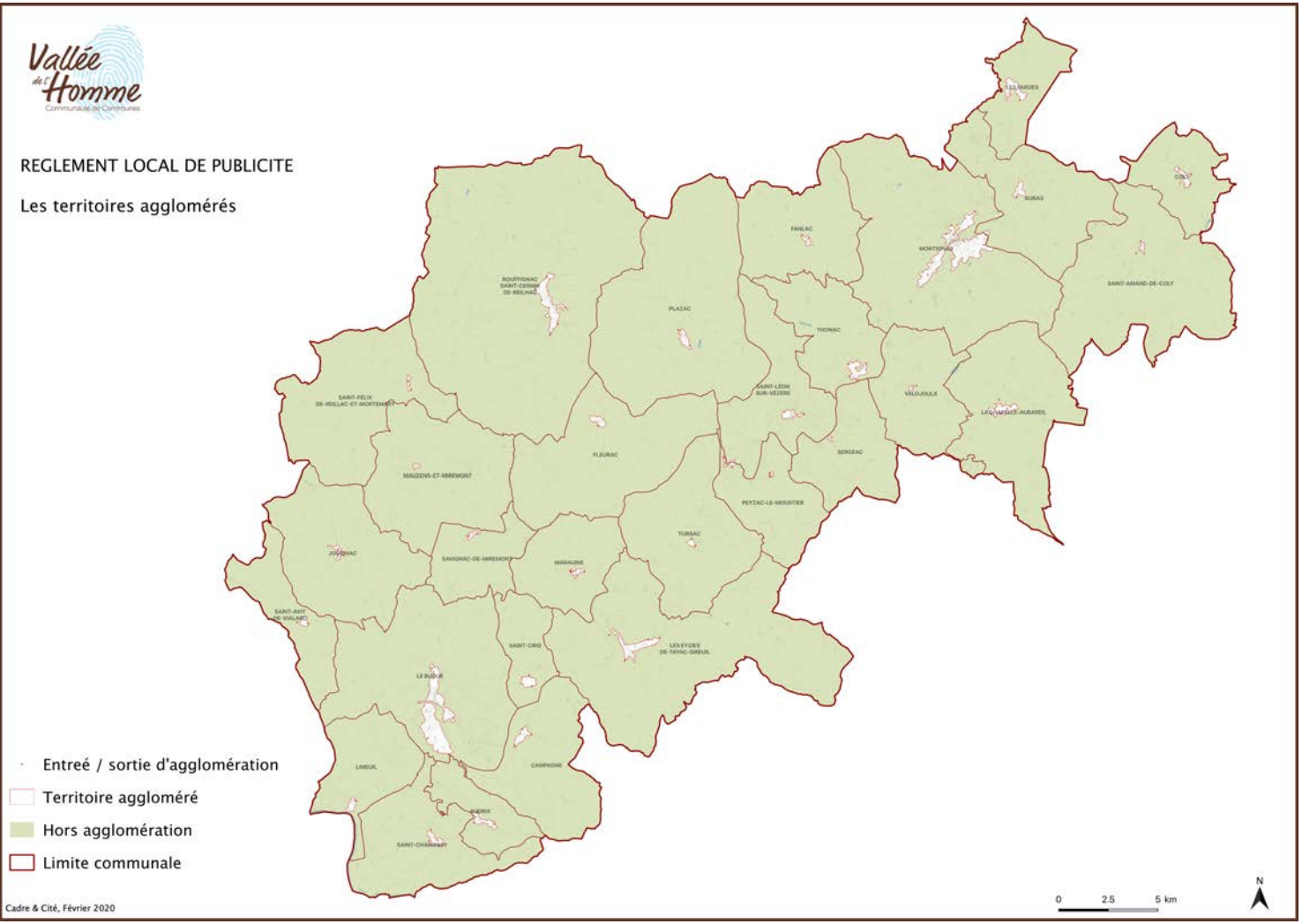
Panneau d'entrée d'agglomération (EB 10)

Le cadre réglementaire :

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/ hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'importance de cette détermination est renforcée par l'obligation d'annexer, au futur RLPi, les arrêtés municipaux fixant les dites limites, ainsi que les documents graphiques afférents.

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du Code de la route qui prévoit qu'il s'agit du secteur où sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et signalé par des panneaux d'entrée et de sortie (EB-10/EB-20).

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel (les panneaux d'entrée et de sortie), il convient de vérifier que ces panneaux sont correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.



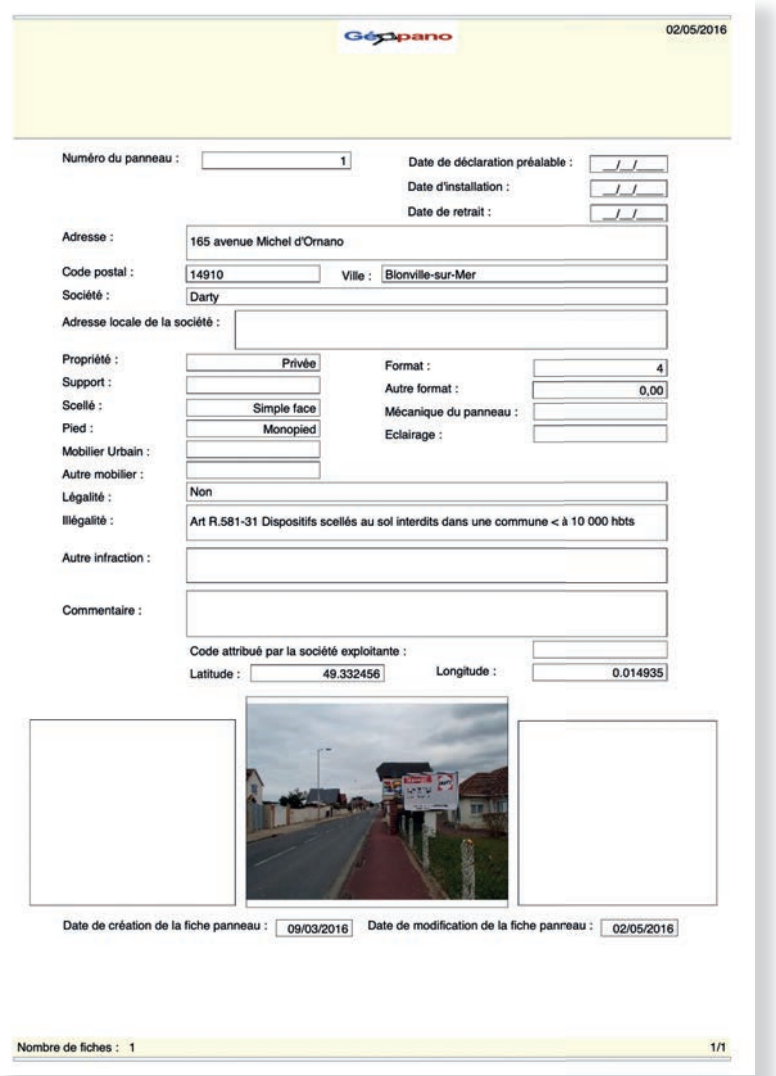
Dans le cadre de l'élaboration du RLPi, les arrêtés fixant les limites d'agglomération ont été vérifiés et actualisés.

5. Le diagnostic

Le diagnostic a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire intercommunal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Cette analyse permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

5.1 Étude terrain



Géopano 02/05/2016

Numéro du panneau : 1
Date de déclaration préalable : __/__/____
Date d'installation : __/__/____
Date de retrait : __/__/____
Adresse : 165 avenue Michel d'Ornano
Code postal : 14910 Ville : Blonville-sur-Mer
Société : Darty
Adresse locale de la société :
Propriété : Privée
Format : 4
Support :
Autre format : 0,00
Scellé : Simple face
Mécanique du panneau :
Pied : Monopied
Eclairage :
Mobilier Urbain :
Autre mobilier :
Légalité : Non
Illégalité : Art R.581-31 Dispositifs scellés au sol interdits dans une commune < à 10 000 hbts
Autre infraction :
Commentaire :
Code attribué par la société exploitante :
Latitude : 49.332456 Longitude : 0.014935

Date de création de la fiche panneau : 09/03/2016 Date de modification de la fiche panneau : 02/05/2016

Nombre de fiches : 1 1/1

Exemple de fiche de recensement

Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée à son territoire, la communauté de communes de la Vallée de l'Homme a souhaité que l'intégralité de son territoire, aggloméré ou non, soit analysée.
Il a donc été procédé à un relevé exhaustif des publicités et des préenseignes égales ou supérieures à 0,50 m². Les fléchages de plus petites dimensions, la signalisation d'information locale a fait par ailleurs l'objet d'un recensement dans le cadre d'une étude sur la signalétique menée par la communauté de communes.

Le recensement des publicités et préenseignes s'est déroulé au printemps 2018.
Le mobilier urbain est intégré dans l'étude.
Le nombre de dispositifs relevés s'élève **à 632.**

Leur répartition sur le territoire est matérialisée sur une carte disponible sur le site internet de la communauté de communes. Les différentes caractéristiques de chaque dispositif sont regroupées sous forme de fiche individuelle.

Ce recensement donne une connaissance parfaite de la structure de la publicité sous les aspects :

- Typologie
- Légalité
- Qualité
- Lieux d'implantation

La répartition des publicités et préenseignes pour chacune des communes est la suivante :

	Total
Aubas	31
Audrix	8
Auriac-du-Périgord	1
Campagne	41
Coux-et-Bigaroque	2
Fanlac	5
Fleurac	6
Journiac	12
La Chapelle-Aubareil	15
Le Bugue	122
Les Eyzies	20
Les Farges	1
Limeuil	13
Manaurie	10
Mauzens-et-Miremont	19
Montignac	110
Peyzac-le-Moustier	14
Plazac	16
Rouffignac-Saint-Cernin-de Reilhac	34
Saint-Amand-de-Coly	9
Saint-André-d'Allas	12
Saint-Chamassy	17
Saint-Félix-de Reillac-et-Mortemart	16
Saint-Geniès	1
Saint-Léon-sur-Vézère	25
Savignac-de-Miremont	2
Sergeac	4
Tamnies	1
Thonac	21
Tursac	37
Valojoulx	7
Total	632

5.2 Les règles du RNP applicables sur le territoire de la Vallée de l'Homme

Publicité	
Interdite dans les SPR (sauf si RLP)	
Sur mur uniquement	
Densité limitée à 2 par mur pour les unités foncières de linéaire inférieur à 80 m	
Surface	≤ à 4 m²
Numérique	Interdite
Sur bâche	Interdite
Enseignes	
25 % si façade inférieure à 50 m² 15 % si façade supérieure à 50 m²	
En toiture, lettres découpées, inférieures à 3 m de haut et surface totale inférieure à 60 m²	
Scellées au sol ≤ 6 m²	

Tableau des principales règles applicables

En matière de publicité :

La publicité est admise dans les conditions les plus restrictives de la réglementation nationale :

- surface jusqu'à 4 m²
- uniquement sur mur aveugle ou ne comportant que des ouvertures de surface réduite
- hauteur de l'implantation par rapport au sol inférieure à 6 m
- la règle de densité limite à 2 dispositifs par mur pour les unités foncières inférieures à 80 m
- Au-delà de 80 m de linéaire, un dispositif par tranche supplémentaire de 80 m
- les dispositifs doivent être superposés ou juxtaposés
- si l'unité foncière présente plusieurs murs, un seul peut accueillir les dispositifs

La publicité sur bâches est interdite.
La publicité lumineuse numérique est interdite, y compris sur le mobilier urbain.

En matière d'enseigne :

Tous les types d'enseigne peuvent être installés sous réserve de respecter les limites fixées par le RNP.

Ainsi, les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées, ne pas dépasser 3 m de haut ni une superficie maximale cumulée de 60 m².

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires à la façade qui les supportent ne doivent pas dépasser une superficie cumulée supérieure à 15 % de la superficie de la dite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50 m² ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure
à 50 m².

La seule règle applicable aux enseignes tenant compte de l'importance de la population de la commune concerne les enseignes scellées au sol qui ne peuvent dépasser une superficie de 6 m².

Le règlement de publicité des Eyzies

La commune des Eyzies est dotée d'un règlement local de publicité depuis 1996. Ce document présente l'intérêt de fixer des prescriptions qualitatives pour les enseignes : positionnement, dimensions, matériaux dans une certaine mesure. Il s'est montré efficace, les enseignes (voir infra) présentant une certaine homogénéité dans la commune et étant globalement respectueuses du bâti.

Pour les publicités et préenseignes, le document cumule les erreurs de droit, en établissant par exemple une distinction entre publicités et préenseignes ou en créant des régimes d'autorisation illégaux.

5.3 La situation des publicités et préenseignes au regard du RNP

Les infractions au Code de l'environnement sont très nombreuses, notamment du fait de la présence de préenseignes dérogatoires en faveur d'activités qui ne peuvent y prétendre : hôtels, restaurants, lieux de loisir, prestations diverses etc. Ces dispositifs représentent la majorité des dispositifs relevés et plus de 90 % d'entre eux sont illégaux. (tableaux chiffrés disponibles sur le site internet) Des préenseignes dérogatoires en faveur d'activités autorisées sont également en infraction de fait de leur nombre (supérieur à 2 ou à 4), de leurs dimensions (supérieure à 1,50 m de large ou à 1 m de haut), de la distance par rapport à l'établissement qu'elles signalent, de leur implantation sur arbre etc.

Ci-dessous, quelques exemples de préenseignes dérogatoires ne respectant pas le règlement national

Installation sur un arbre

Surface supérieure à 1,5 m²

Distance supérieure à 5 km

En agglomération, plusieurs dispositifs scellés au sol en agglomération ont été relevés, ainsi que des publicités apposées sur des murs non-aveugle ou dont les dimensions sont excessives (supérieures à 4 m²)

Il n'y a pas de délais d'application pour leur suppression, car ils sont en infraction avec les règles du règlement national de publicité et n'auraient pas dû être installés.

A droite, préenseigne supérieure à 4 m²

Préenseigne apposée sur un mur qui comporte une ouverture de plus de 0,50 m²

Publicité scellée au sol

5.4 La situation des enseignes au regard du RNP

La majorité des enseignes observées sont conformes au RNP : dimensions, nombre, position.
Quelques irrégularités vis-à-vis du RNP sont toutefois à signaler :

Surface cumulée des enseignes supérieure à 15 %

Nombre d'enseignes scellées au sol et surface trop importants.
(maximum 1 enseigne de 6 m²)

5.5 Impact des publicités

Au-delà de l'aspect légal, le diagnostic s'attache à déceler les dispositifs dont l'implantation n'est pas satisfaisante.
En l'espèce, divers types d'installation ont été relevés :

1) Publicité sur les murs de clôtures et les clôtures. Le RNP interdit la publicité sur les clôtures non-aveugles (grillages..), mais l'admet sur les murs. Murs et clôtures sont des éléments qui structurent le paysage et ne conviennent généralement pas pour supporter publicités et enseignes.

Préenseignes sur mur de clôture (illégales, car situées à moins de 0,50 m du sol)

2) Les multiples publicités sur mur

La multiplication des dispositifs sur un seul support dégrade le paysage et nuit à la lecture du message publicitaire.

3 préenseignes sur un seul mur

Préenseigne unique sur mur

3) le mobilier urbain supportant de la publicité

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, le RNP limite à 2 m² la surface de la publicité qui peut être apposée sur un mobilier urbain (la liste exhaustive des mobiliers urbains pouvant supporter de la publicité est fixée par le RNP)

Cette surface qui est nationalement celle des abris destinés au public ou des panneaux d'information (« sucettes » ou « planimètres ») peut être réduite dans des très petites communes, l'alignement sur les grands réseaux d'affichage étant inutile.

Un planimètre de 2 m²

Un mobilier urbain d'1 m²

5.6 Impact des enseignes

Compte-tenu de la qualité du bâti, les enseignes doivent plus encore qu'ailleurs respecter l'architecture et la meilleure intégration doit être recherchée. Des règles simples suffisent à atteindre ces objectifs.

1) Non-masquage des éléments de modénature ou des pièces d'architecture.

Enseigne malencontreusement apposée sur un balcon

2) Limitation du nombre d'enseignes sur chaque façade

Nombre d'enseignes perpendiculaires excessif

3) maintien des enseignes dans le rez-de-chaussée, où se situe l'activité

L'enseigne perpendiculaire altère la vision des fenêtres du premier étage et la vue générale d'un bâtiment de qualité

4) Usage des lettres découpées

Les lettres découpées laissent voir la qualité du support et allègent la présence de l'enseigne.

Lettres découpées sur des murs-support en pierre

5) les enseignes scellées au sol créent un obstacle visuel dans le paysage. Néanmoins, elles sont utiles aux établissements situés en retrait de la voie publique. Elles peuvent se satisfaire d'une surface et d'une hauteur réduites, ce qui ne nuit en aucun cas à leur visibilité.

Enseignes scellées au sol de dimensions modestes qui remplissent leur rôle de signalisation de l'activité

5.7 L’harmonisation des préenseignes dérogatoires.

Le nombre d’activités qui peuvent bénéficier des préenseignes dérogatoires est très limité (au 1er juillet 2019). Une prolifération n’est donc pas à redouter, ce qui n’empêche pas que les dispositifs existants soient harmonisés, ce qui est loin d’être le cas au moment du diagnostic.

Des modèles disparates de préenseignes

6. Préconisations

Au vu des objectifs et du diagnostic, les orientations suivantes ont été définies :

• Préconisation n°1 : harmoniser les préenseignes
Une base graphique commune peut être définie afin que les préenseignes reflètent l'identité du territoire

• Préconisation n°2 : interdire la publicité sur les murs de clôture et les clôtures
Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les panneaux d'affichage ne sont admis que sur les murs, parmi lesquels les murs de clôture. Eléments structurants du paysage, ces derniers ne sont pas destinés à accueillir des publicités.

• Préconisation n°3 : limiter à une publicité par mur
Les messages isolés seront plus lisibles et les paysages urbains préservés

• Préconisation n°4 : dans les lieux protégés au titre de l'article L.581-8 du code de l'environnement, admettre la publicité sur le mobilier urbain, en tout petit format.

Le règlement national interdit strictement la publicité dans les sites classés. Il l'interdit également dans les sites inscrits, périmètres de monuments historiques, sites Natura 2000, sites patrimoniaux remarquables mais autorise le RLPi à créer des dérogations. Il est envisageable d'admettre la publicité sur des mobiliers urbains, de manière raisonnée. Chaque maire pourrait ensuite définir l'opportunité ou non d'installer ces mobiliers, suivant les besoins culturels ou d'animation de la vie locale.

• Préconisation n°5 : pour les enseignes, privilégier les lettres découpées
Les enseignes composées de lettres et signes découpés apposés sur les murs ne les masquent pas et valorisent l'architecture des bâtiments.

• Préconisation n°6 : limiter à une par commerce les enseignes perpendiculaires
Les enseignes seront plus visibles et l'architecture sera valorisée.

• Préconisation n°7 : interdire les enseignes « publicitaires »
L'enseigne doit se limiter au type d'activité et à la raison sociale. Les marques des produits vendus dans un commerce surchargent inutilement les façades.

• Préconisation n°8 : interdire les enseignes qui altèrent l'architecture
Les éléments de décoration d'une construction (balcons, corniches, moulures, génoises etc.) ne doivent pas être masqués.

• Préconisation n°9 : limiter l'occultation des vitrines
Les vitrines, sauf impératif de confidentialité, doivent présenter les produits et ne pas être bouchées par des autocollants.

• Préconisation n°10 : interdire les enseignes numériques
Peut-être adaptés aux grands centres commerciaux, les écrans, par leur

luminosité notamment ne sont pas compatibles avec les villages de la Vallée de l'Homme.

• Préconisation n°11 : interdire les enseignes en toiture
Absentes à ce jour sur le territoire, les enseignes en toiture dénaturent bâtiments et perspectives.

• Préconisation n°12 : limiter les enseignes scellées au sol à de petites surfaces

Apposées au bord de la route pour avertir de la présence d'un établissement situé en retrait de la voie, une petite surface est suffisante pour jouer le rôle de signal.

7. Explication des choix retenus

Sur la base des objectifs définis par le conseil communautaire, des enjeux patrimoniaux et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, un règlement a été rédigé, composé de règles communes à l'ensemble du territoire puis de règles propres à deux zones distinctes. Le cumul des deux zones couvre la totalité des territoires agglomérés.
Hors agglomération, les enseignes suivent le régime de la zone 2 et les préenseignes dérogatoires font l'objet de mesures d'harmonisation.

A. Les dispositions communes

A.1. Les publicités et préenseignes

1) L'article L.581-8 du Code de l'environnement interdit toute forme de publicité dans un certain nombre de lieux à valeur patrimoniale, d'ordre naturel ou architectural.

I. A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;
4° Dans les sites inscrits ;
8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Ces interdictions sont dites « relatives », car le même article prévoit qu'il peut être y dérogé dans le cadre d'un règlement local de publicité.
La dérogation est le choix qu'a fait la communauté de communes, afin d'offrir des possibilités d'expression aux collectivités ainsi que de signalisation, entre autres aux commerces de proximité.

2) La publicité sur les palissades de chantier est admise selon la règlementation nationale (rappel de l'article L.581-14 du code de l'environnement : « La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L.581-8. »)
L'occurrence de voir des publicités sur ce type de support est quasi inexistante.

3) Par principe, le règlement national n'a pas à être repris dans un règlement local. Néanmoins certaines exceptions sont utiles, destinées à clarifier la lecture et d'éviter les allers-retours entre RLP et RNP.
Ainsi le RLPi rappelle que les publicités (et les préenseignes) scellées au sol (ou installées directement sur le sol) sont interdites, de même que les publicités numériques.

4) Dans le but de participer aux économies d'énergie nationales, de préserver la quiétude des habitants, et pour des raisons écologiques liées à la faune, les horaires d'extinction nationaux (1 heure/6 heures) sont portés à 22 heures/7 heures, assurant ainsi un gain de 4 heures.

Pour les mêmes raisons, les dispositifs motorisés sont interdits.

A.2. Les enseignes

1) Comme le permet l'article L.581-14 du Code de l'environnement, l'obligation pour tout occupant d'un local commercial de veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants est étendue au propriétaire des locaux. Cette mesure est destinée à limiter le plus possible l'aspect négatif qu'engendrent les enseignes subsistant lorsque les établissements sont définitivement fermés.

2) En symétrie à l'interdiction de la publicité, le RLPi interdit les enseignes sur les arbres.

3) Le RNP exige que les enseignes soient constituées de matériaux durables. Le RLP apporte une précision en interdisant l'utilisation des bâches pour les enseignes fixes, afin de garantir leur pérennité.

4) La plage horaire de l'extinction nocturne est similaire à celle des publicités. Toutefois, cette plage horaire est étendue aux horaires d'ouverture de l'établissement. De plus, le clignotement des enseignes et les enseignes numériques sont interdits, jugés incompatibles avec la sérénité de la Vallée de l'Homme.

5) L'occultation des vitrines est nuisible à l'animation commerciale et à l'aspect des rues. En conséquence, la communauté de communes a souhaité limiter les autocollants à 10 % de la vitrine.

6) Les enseignes temporaires sont mises en place à l'occasion des manifestations exceptionnelles ou d'opérations immobilières. Elles peuvent provoquer des désordres visuels si leur durée d'apposition dépasse trop l'évènement qu'elles annoncent ou si leur format est excessif. Aussi le RLPi limite-t-il la durée de ces dispositifs et la surface des enseignes immobilières, ces dernières étant les plus importantes utilisatrices.

B. Les dispositions applicables dans chaque zone

B.1. Dispositions applicables en zone 1

La zone 1 couvre les lieux protégés au titre de l'article L.581-8 ; Ils nécessitent un traitement particulier, et la réintroduction de la publicité doit être parcimonieuse. Le traitement des enseignes sera spécifique afin que celles-ci participent à la mise en valeur du patrimoine architectural.

B.1.1 Les publicités

Seule est admise la publicité sur le mobilier urbain, en raison de l'utilité que ce dernier apporte aux usagers du domaine public : il abrite ou informe. De plus, l'installation de chaque mobilier est soumise à l'accord de la collectivité, prémunissant ainsi l'espace public d'implantations inopportunes.

La surface usuelle de 2 m² est acceptée dans les 3 plus importantes

communes. Dans les autres, la surface est limitée à 1 m².
Aucun autre support publicitaire n'est accepté.

B.1.2 Les enseignes

La haute qualité architecturale des lieux figurant en zone 1 impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. Les prescriptions retenues sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de couleurs ou de typographie, afin de pouvoir permettre une adaptation des enseignes au plus près de leur contexte et faciliter l'instruction au cas par cas des demandes d'autorisation.

Le RLPi liste une série d'interdictions, motivées par l'esthétique. C'est ainsi que les enseignes sur murs de clôture et clôtures ou sur les terrasses et les auvents ne sont pas acceptées.

Les enseignes numériques en néon ou à message défilant sont interdites, en raison de leur trop grand impact visuel.

Afin de garantir une bonne intégration aux devantures, la possibilité est laissée aux enseignes de pouvoir être placées au-dessus de chaque vitrine, avec un rappel éventuel sur le lambrequin des stores.

- L'enseigne doit être cantonnée au rez-de-chaussée des établissements, afin de respecter les lignes horizontales de la composition de l'immeuble. Dans le cas des activités en étage, et toujours pour ne pas dénaturer les lignes directrices du bâtiment, l'enseigne s'inscrit dans la largeur des baies, sur lambrequin.

- Le RLP accepte une seule enseigne perpendiculaire par établissement et par voie. Les dimensions en sont réduites (0.80m x 0,80 m).

- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol créent un obstacle visuel susceptible d'affecter les perspectives. Elles ne se justifient que pour les établissements situés en retrait de l'alignement. Leur surface doit être comprise entre 1 et 2 m².

- Les enseignes en toiture sont interdites, incompatibles avec le caractère architectural des lieux ou compte-tenu du risque d'affecter les perspectives.

B.2. Dispositions applicables en zone 2

La zone 2 correspond aux parties agglomérées des communes, hors zone 1. Dans beaucoup de communes la qualité du bâti mérite que soient prises des précautions avant l'installation de publicités ou d'enseignes. Dans les parties plus modernes des communes ou dans les petites zones d'activité, l'architecture est plus banale, mais n'enlève rien au caractère de la Vallée de l'Homme et au bien-être qui y est ressenti.

B.2.1 Les publicités

1) Le RNP limite la publicité aux seuls murs aveugles et fixe une surface maximum de 4 m². Le RLP ajoute des règles esthétiques : un seul dispositif par mur est admis, d'une hauteur maximum de 4 mètres, en retrait des chainages et ne masquant en aucun cas les éléments de modénature.

2) Il est rappelé que la surface des publicités apposées sur mobilier urbain est limitée par le RNP à 2 m².

3) Les préenseignes temporaires sont, comme les enseignes temporaires, limitées dans la durée.

B.2.2 Les enseignes

Les enseignes sur les façades sont scindées en deux groupes :
Les enseignes apposées sur des bâtiments d'habitation, qui suivent le régime de la zone 1.
Les enseignes apposées sur les autres bâtiments, qui se réfèrent au règlement national de publicité, dont les normes de surface, hauteur, densité, renforcées par les décrets de 2012, conviennent majoritairement aux situations rencontrées.

Néanmoins, le RLP ajoute :

- des prescriptions pour les enseignes scellées au sol, les limitant à 4 m² et restreignant le nombre des enseignes inférieures à 1 m² ;
- une interdiction pour les enseignes supérieures à 1 m² sur les clôtures ;
- l'interdiction des enseignes en toiture, absentes à ce jour.

B.3. Dispositions applicables hors agglomération.

Hors agglomération, les publicités et préenseignes -hors préenseignes dérogatoires - sont interdites et les enseignes se conforment aux dispositions de la zone 2.

Au moyen du RLP, la communauté de communes a souhaité harmoniser les préenseignes dérogatoires.

En conséquence, un modèle standardisé de préenseignes est joint au RLP. Standardiser n'est pas uniformiser, et chaque activité pourra utiliser ses propres couleurs. Toutefois, le fond du panneau devra être de couleur écru.

- Rapport de présentation -

mars 2020