

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Approuvé le 17 octobre 2018

Rapport de présentation

| | |
|---|-------------------|
| RLP prescrit par délibération du Conseil Municipal du : | 16 septembre 2015 |
| RLP arrêté par délibération du Conseil Municipal du : | 14 mars 2018 |
| RLP approuvé par délibération du Conseil Municipal du : | 17 octobre 2018 |

SOMMAIRE

| | |
|---|-----------|
| SOMMAIRE | 2 |
| AVANT-PROPOS | 3 |
| CONTEXTE..... | 4 |
| 1. Compétence | 4 |
| 2. Présentation du territoire | 4 |
| 2.1.Situation, population :..... | 4 |
| 2.2.Le patrimoine : | 5 |
| 2.3.Les axes de déplacement majeurs : | 7 |
| 2.4.La localisation des activités : | 8 |
| DIAGNOSTIC..... | 10 |
| 1. Les règles en vigueur - Règles nationales du Code de l'environnement : | 10 |
| 1.1.Principales règles applicables aux publicités et aux préenseignes situées en agglomération, hors interdictions absolues ou relatives résultant des articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement : | 10 |
| 1.2.Principales règles applicables aux enseignes : | 11 |
| 2. Diagnostic des publicités et des préenseignes | 13 |
| 2.1.Etat des lieux et caractéristiques des publicités et des préenseignes | 13 |
| 2.2.Analyse réglementaire | 15 |
| 2.3.Analyse qualitative de la situation | 20 |
| 2.4.Conclusion | 27 |
| 3. Diagnostic des enseignes..... | 28 |
| 3.1.Diagnostic de conformité..... | 28 |
| 3.2.Analyse qualitative de la situation | 34 |
| 3.3.En conclusion | 40 |
| 4. Apports principaux sur le diagnostic de la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement..... | 41 |
| OBJECTIFS POURSUIVIS ET ORIENTATIONS GENERALES | 42 |
| CONTENU DU REGLEMENT- JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS | 43 |
| 1. Publicités et préenseignes – Justification du zonage..... | 43 |
| 2. Publicités et préenseignes – Justification des règles | 49 |
| 3. Enseignes – Justification des règles..... | 52 |

AVANT-PROPOS

L'affichage publicitaire est un moyen d'expression et de communication qui compose un élément marquant du cadre de vie urbain, qui impacte le paysage et peut devenir source de pollution visuelle, en l'absence de dispositions pour en assurer la maîtrise.

L'installation des publicités, des préenseignes et des enseignes est réglementée par le Code de l'environnement, dont les dispositions visent à permettre la liberté de l'affichage tout en assurant la protection du cadre de vie et des paysages.

La ville de Rochefort est soucieuse de son patrimoine et de son paysage, or, plus aucun Règlement Local de Publicité (RLP) ne s'applique depuis le 21 décembre 2012. L'affichage publicitaire et les enseignes sont désormais régis par les dispositions nationales.

Pour s'accorder au contexte local, le Conseil Municipal peut prendre l'initiative d'élaborer un RLP, qui définit une ou plusieurs zones dans lesquelles s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

En outre, les nouvelles dispositions issues de la loi ENE et de son décret d'application du 30 janvier 2012 ont apporté de nouvelles contraintes à l'installation des différents types de dispositifs publicitaires ; les nouvelles techniques en matière d'affichage y sont introduites. Il apparaît important pour la ville de cadrer en amont les possibilités d'installation des supports publicitaires, par le biais d'une réglementation locale.

Enfin, la révision en cours du Plan Local d'Urbanisme (PLU) représente une opportunité, pour une bonne cohérence entre les deux documents ; le RLP constitue désormais une annexe du PLU.

Ainsi, le Conseil Municipal de Rochefort a délibéré le 16 septembre 2015 pour engager l'élaboration de son RLP.

Conformément à l'article R.581-73 du Code de l'environnement, ce présent rapport de présentation est l'une des composantes du règlement local de publicité. Il s'appuie sur le diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

CONTEXTE

1. Compétence

L'article L.581-14 du Code de l'environnement prévoit que le RLP est élaboré ou révisé par l'Etablissement Public de Coopération Intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme, ou, à défaut, par la commune.

Par délibération du 15 février 2017, la ville de Rochefort s'est opposée au transfert de la compétence d'élaboration des documents d'urbanisme à la Communauté d'Agglomération Rochefort Océan.

La ville de Rochefort est par conséquent compétente pour poursuivre la procédure d'élaboration engagée par la délibération du Conseil Municipal du 16 septembre 2015.

2. Présentation du territoire

2.1. Situation, population :

La ville compte 25 647 habitants (*au 1^{er} janvier 2016 – source Insee*).

L'agglomération unique de la commune est centrée sur un territoire communal de 22 km².

La ville est délimitée en grande partie par la Charente.



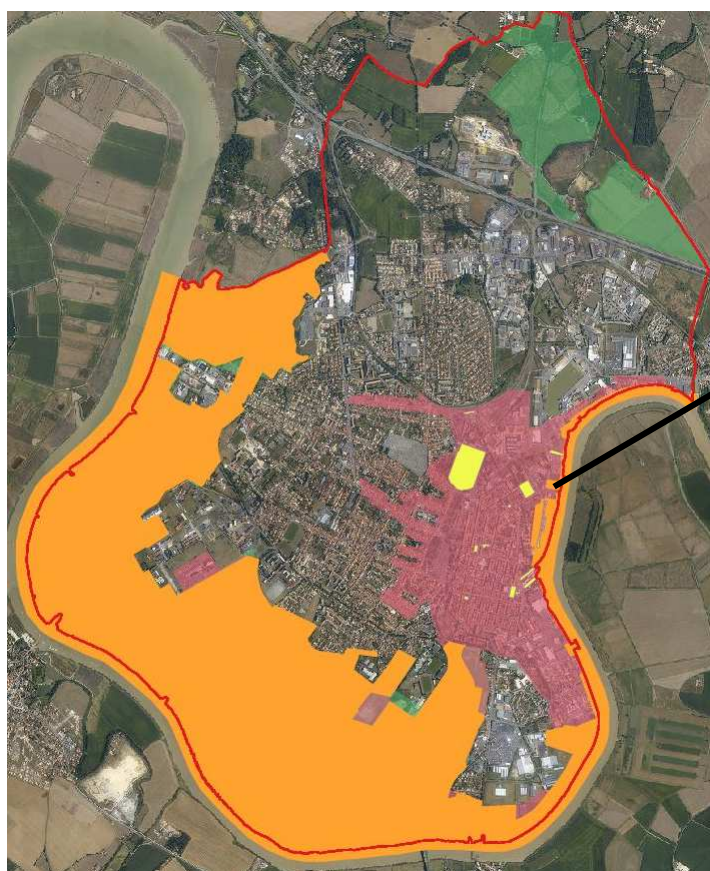
Vue cadastrale de la commune de Rochefort

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur à Rochefort sont celles d'une agglomération de plus de 10 000 habitants.

2.2. Le patrimoine :

La ville de Rochefort est une ville de patrimoine : classée « Ville d'Art et d'Histoire » et classée « station de tourisme », elle possède sur son territoire :

- Un **site classé** : l'Estuaire de la Charente – décret du 22/08/2013,
- Une vingtaine de **monuments historiques, classés ou inscrits**, parmi lesquels on trouve l'Arsenal, la Gare, l'Hôpital Maritime, le Théâtre Municipal, la Corderie Royale, la Maison de Pierre Loti, le Pont Transbordeur du Martrou, les Remparts,...
- Un **Site Patrimonial Remarquable (SPR), issu d'une Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain, et Paysager (ZPPAUP)** – arrêté du 9/05/2005. Cette zone intègre les monuments historiques, classés ou inscrits, ainsi que, notamment, le centre ville ancien, la première frange des faubourgs, et les principales voies d'accès au centre ville : l'avenue de la Libération, l'avenue Gambetta et le boulevard Aristide Briand.
- Un **Site Patrimonial Remarquable (SPR), issu d'un secteur sauvegardé** – arrêté du 13/11/2009. Le secteur sauvegardé est un sous ensemble de la ZPPAUP, correspondant au centre ancien, intégrant une partie des Remparts, et la zone Arsenal Centre.
- Des zones classées « **Natura 2000** » se situent au nord de la commune, ou à proximité de la Charente, en coïncidant avec le périmètre du site classé ou de la ZPPAUP.



Zoom sur les monuments historiques en centre ville



- : Site classé
- : ZPPAUP
- : Natura 2000
- : Monuments historiques classés ou inscrits
- : limites communale

Le Code de l'environnement prévoit les protections suivantes vis-à-vis de ce patrimoine :

- Une interdiction absolue de publicité dans le site classé et sur les monuments historiques,
- Une interdiction relative [*] de publicité dans le Site Patrimonial Remarquable, ainsi qu'aux abords des monuments historiques : c'est-à-dire, dans le cadre de l'élaboration du RLP, et en absence de périmètre délimité des abords, dans un périmètre de 100 m autour des monuments historiques, en présence de covisibilité avec ceux-ci.
A l'horizon 2020, ce périmètre passe de 100 m à 500 m, toujours sous condition de covisibilité, et en l'absence de périmètre délimité des abords.

[*] : l'interdiction est dite relative, dans la mesure où le RLP peut déroger à cette interdiction, conformément aux dispositions de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

A noter que la zone Natura 2000 est située à l'extérieur de l'agglomération. Ainsi, la publicité y est interdite par l'article L.581-7 du Code de l'environnement.

Par ailleurs, des **Espaces Boisés Classés** ont été identifiés par le PLU en vigueur. Ceux-ci sont présentés sur la carte ci-dessous :



■ : Espaces Boisés Classés
— : limites communale

La publicité scellée au sol, lumineuse ou non, est interdite dans les Espaces Boisés Classés situés en agglomération (*Articles R.581-30 et R.581-40 du Code de l'environnement*).

Cette interdiction est également applicable à la publicité supportée par du mobilier urbain (*Article R.581-42 du Code de l'environnement*).

Un règlement local de publicité ne peut déroger à cette interdiction.

2.3. Les axes de déplacement majeurs :

Deux routes départementales classées à grande circulation sont présentes sur le territoire communal : —————

- La RD 733 permet le contournement de la ville par l'ouest, depuis l'échangeur de l'autoroute en provenance de la Rochelle, jusqu'au Viaduc de la Charente en direction de Royan. Cette route départementale traverse essentiellement des zones non agglomérées de la commune. Cependant, l'approche agglomérée au rond point du Bignon constitue une opportunité pour la mise en place de publicité.
- La RD 137 longe l'autoroute en direction de Saintes, depuis l'échangeur Rochefort-Nord.



Des voies interurbaines structurantes assurent l'accès au centre ville : —————

- Avenue d'Aunis, avenue du Docteur Diéras, avenue Gambetta, à partir de La Rochelle,
- Avenue de Torrelavega, avenue du 11 novembre 1918, à partir de Royan,
- Avenue Fuller, avenue Armand Salle, avenue de la Libération, à partir de Saintes ou de Niort.

2.4. La localisation des activités :

Les zones d'activités situées à l'est de la commune ont une vocation principalement commerciale : Pêcheurs d'Islande, Le Brillouet, Villeneuve-Montigny, Zone Commerciale Quatre Anes et Zone Commerciale de Martrou.

On note la présence de deux hypermarchés : Intermarché en Zone Commerciale Quatre Anes et Leclerc en Zone Commerciale de Martrou.

Les zones de L'Arsenal et des Sœurs ont une vocation principalement artisanale et industrielle.

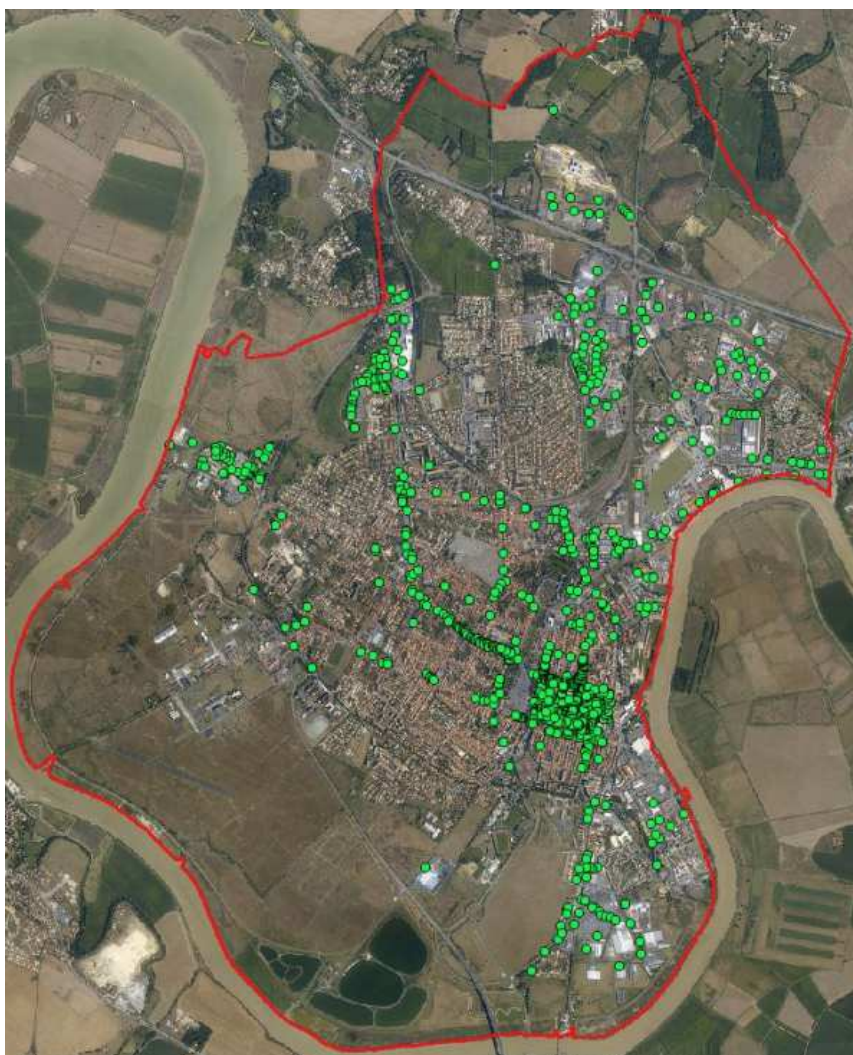
La zone de Bélignon, au nord de l'autoroute, comporte l'actuel hôpital civil, ainsi que diverses activités, principalement tertiaires.



La carte ci-dessous traduit l'implantation des activités sur la ville ; 900 entreprises ou commerces environ y possèdent des enseignes.

Au-delà des zones d'activités précédemment évoquées, on note des densités particulièrement élevées :

- En centre ville, en SPR – secteur sauvegardé : dans un périmètre encadré par l'avenue La Fayette au sud – la rue Audry de Puyravault au nord, la rue du Docteur Peltier à l'ouest et la rue Toufaire à l'est,
- Sur les axes d'accès au centre ville, notamment :
 - La rue du Docteur Diéras,
 - Le boulevard Aristide Briand (SPR – ZPPAUP),
 - L'avenue du Président Wilson (SPR – ZPPAUP),
 - L'avenue Gambetta (SPR – ZPPAUP) :



● : entreprises possédant des enseignes

— : contour de la commune

Diagnostic

1. Les règles en vigueur - Règles nationales du Code de l'environnement :

Les règles nationales du Code de l'environnement (L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88) sont applicables à Rochefort. Lorsque le présent RLP prévoit une disposition différente, elle se substitue à la règle nationale.

Les règles nationales les plus significatives sont précisées ci-après.

1.1. Principales règles applicables aux publicités et aux préenseignes situées en agglomération, hors interdictions absolues ou relatives résultant des articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement :

(hors agglomération, publicité et préenseignes sont interdites)

| | |
|-----------------------------------|--|
| Supports interdits | <ul style="list-style-type: none"> • Les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation ; • Les murs de bâtiments sauf s'ils sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.5 m² ; • Les clôtures non aveugles, les murs de cimetière et de jardin public. |
| Densité (propriété privée) | <p>Lorsque la longueur du linéaire de façade de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inférieure ou égale à 80 m : 1 seul dispositif, mural ou scellé au sol Par exception : soit 2 dispositifs alignés verticalement ou verticalement sur un mur support, soit 2 dispositifs scellés ou posés au sol, si le linéaire de façade est supérieur à 40 m. • Supérieure à 80 m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première. <p><i>La règle de densité s'applique pour tout format de dispositif, pour tout type d'installation et pour tout type de publicité (non lumineuse ou lumineuse)</i></p> |
| Apposition sur un mur | <p><u>Publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Apposition à plus de 0.5 m du niveau du sol, • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Installation sur le mur ou parallèlement au mur, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m, • Suppression préalable des publicités préexistantes, • Surface maximale : 12 m², • Hauteur maximale par rapport au sol : 7.50 m. |

| | |
|--|---|
| <p>Apposition sur un mur (suite)</p> | <p><u>Publicités lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Installation dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte, • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte, • Interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie, • Interdiction d'installation sur un garde-corps de balcon ou de balconnet, • Interdiction d'installation sur une clôture, • Surface maximale : 8 m², • Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m. |
| <p>Installation scellée ou posée au sol</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une voie publique située hors agglomération, • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin, lorsque le dispositif se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, • Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m. <p><u>Publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Surface maximale : 12 m², <p><u>Publicités lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Surface maximale : 8 m². |
| <p>Extinction</p> | <p>Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception 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.</p> |
| <p>Préenseignes temporaires</p> | <p>Elles peuvent être installées au plus tôt 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.</p> |

1.2. Principales règles applicables aux enseignes :

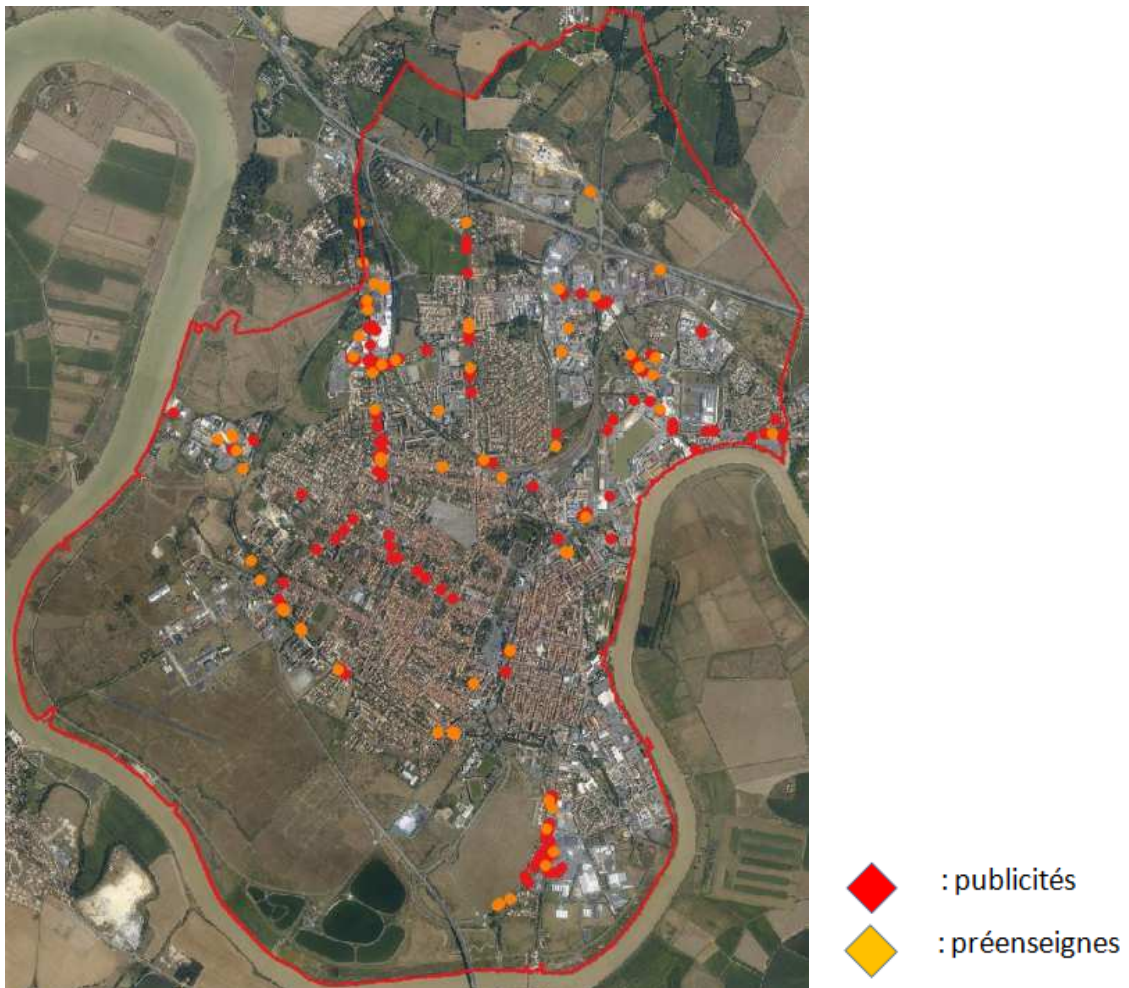
| | |
|--------------------------------|---|
| <p>Règles générales</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Matériaux durables, • Bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement, • Suppression de l'enseigne et remise en état des lieux dans les 3 mois suivant la suppression de l'activité, • Extinction des enseignes entre 1h et 6h (sauf si l'activité fonctionne dans cette période), • Interdiction des enseignes clignotantes (sauf pour les pharmacies et services d'urgence). |
|--------------------------------|---|

| | |
|--|--|
| Apposition à plat ou parallèle au mur | <ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m, • Sur un auvent, une marquise, la hauteur de l'enseigne est limitée à 1 m, • Devant un balcon ou une baie : la hauteur de l'enseigne est limitée à celle du garde-corps. |
| Apposition perpendiculaire au mur | <ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement de la limite supérieure du mur, • Saillie inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m, • Interdiction d'installation devant une fenêtre ou un balcon. |
| Surface maximale des enseignes sur façade | <p>La surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (à plat sur mur et perpendiculaires au mur) ne doit pas excéder :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est inférieure à 50 m², • 15 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est supérieure à 50 m². |
| Installation en toiture | <p>Pour le cas le plus courant de l'activité exercée dans plus de la moitié d'un bâtiment de moins de 15 m de haut :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enseigne réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant sa fixation, et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base, • Hauteur maximale de l'enseigne : 3 m, • Surface cumulée maximale des enseignes sur toiture d'un même établissement : 60 m². |
| Installation scellée ou posée au sol (> 1 m²) | <ul style="list-style-type: none"> • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin, lorsque l'enseigne se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, sauf enseignes dos à dos de mêmes dimensions en limite séparative signalant les activités s'exerçant sur deux fonds voisins, • Densité limitée à une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée, • Surface maximale : 12 m² en agglomération – 6 m² hors agglomération, • Hauteur maximale par rapport au sol : <ul style="list-style-type: none"> ✓ 6.50 m, si la largeur est supérieure ou égale à 1 m, ✓ 8 m, si la largeur est inférieure à 1 m. |
| Extinction | <p>Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Si ce n'est pas le cas, 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.</p> |

2. Diagnostic des publicités et des préenseignes

2.1. Etat des lieux et caractéristiques des publicités et des préenseignes

Environ 300 dispositifs ont été recensés lors de l'inventaire, réalisé en 2015. Ceux-ci sont représentés sur les cartes ci-dessous ; une première carte représente la localisation des publicités et des préenseignes, la seconde carte représente la localisation de la publicité sur mobilier urbain.



Les publicités et préenseignes sont installées majoritairement sur les axes d'entrée de ville et boulevards ceinturant le centre ville : av. du 11 novembre, bd Edouard Pouzet, av. d'Aunis, av. du Docteur Diéras, av. du 8 mai 1945, av. L. Bachelar, av. d'Aigrefeuille. C'est sur ces axes que l'on trouve les grands formats.

On note la présence d'environ 100 supports de 12 m² et plus (4X3)

Les petits formats (< 0.5 m²) représentent environ 45 supports.

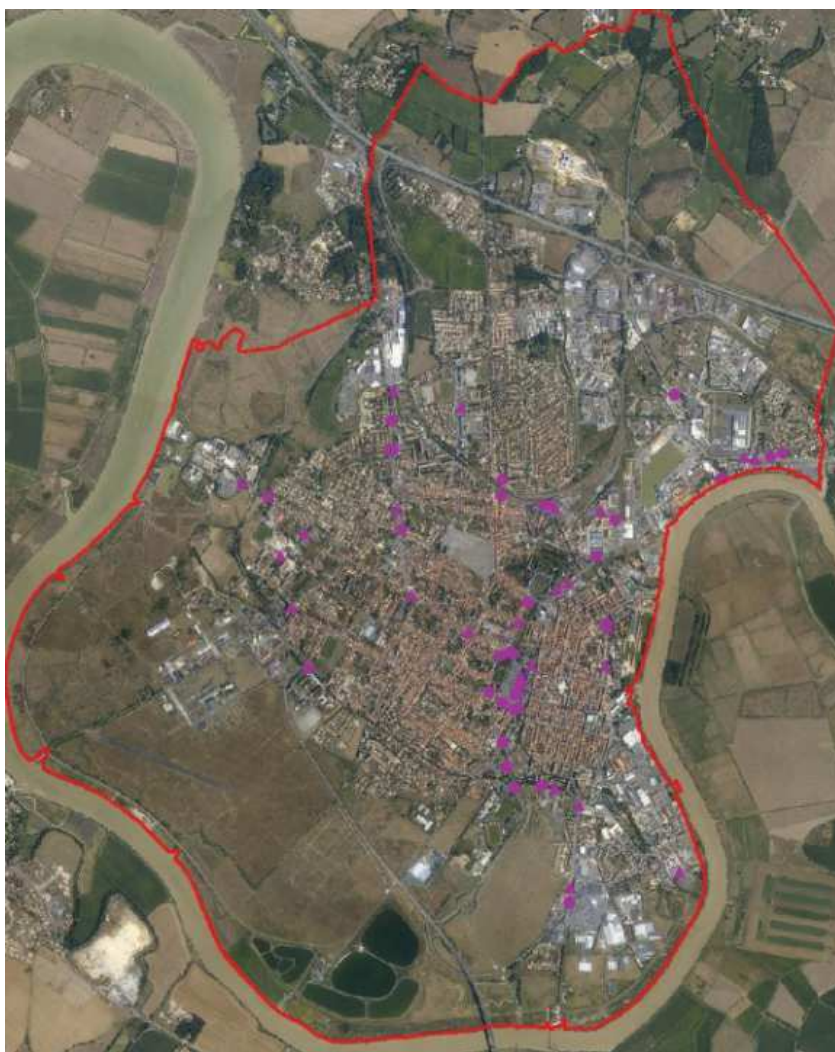
Les exploitants sont au nombre de 80, dont 16 afficheurs, qui représentent 85 % des surfaces.

Les bénéficiaires (annonceurs) sont en grande majorité des entreprises et commerces de Rochefort ou des villes voisines (Tonny Charente) ; Intermarché est le bénéficiaire prépondérant.

Environ soixante mobiliers urbains comportant de la publicité sont présents sur le territoire de la ville.

Les deux-tiers de ceux-ci sont situés sur la partie périphérique du SPR (rue Denfert Rochereau, Cours Roy Bry, avenue Sadi Carnot, avenue Rochambeau, Gare SNCF,...), en corrélation avec des zones de transit véhicules et piétons, des parkings, des échangeurs de transports en commun. On note en revanche que le cœur du SPR est dénué de ces publicités.

La surface de la publicité sur mobilier urbain représente environ 10 % des surfaces totales de la publicité présente sur la ville lors de l'inventaire.



● : publicité sur mobiliers urbains

2.2. Analyse réglementaire

Cette analyse s'appuie sur les règles du Code de l'environnement, aucun règlement local n'étant en vigueur lors de l'inventaire.

Le diagnostic présenté date de 2015. Il convient de préciser que certaines mises en conformité ont d'ores et déjà eues lieu, suite à des actions conduites par la Direction Départementale des Territoires et de la Mer (DDTM).

Des exemples d'infractions sont présentés ci-dessous ; Ils n'ont pas vocation à être exhaustifs, mais à présenter les principales anomalies détectées lors de l'inventaire.

A noter que les cas présentés ne sont pas exclusifs les uns des autres : un même dispositif peut être associé à plusieurs infractions.

1. **Publicité située en Site Patrimonial Remarquable (L.581-8 du CE) :**

Une soixantaine de supports est concernée par l'infraction, dont des mobiliers urbains supportant de la publicité ; pour le reste, il s'agit essentiellement d'affichages de petites dimensions (fléchages, chevalets) ; seules deux publicités de grand format sont concernées.



Av Victor Louis Bachelar



Av. du Président Wilson



Publicités sur mobilier urbain sont concernées

2. Publicité installée en site classé (L.581-4 du CE) :

Sept cas sont concernés par l'infraction, il s'agit notamment de publicités, sur mobilier urbain ou non, situées aux abords de l'entrée dans la zone d'activités des Pêcheurs d'Islande. Deux fléchages sont présents avenue du 11 novembre, un planimètre supportant de la publicité est présent avenue de la Libération :



RD 733, entrée de la zone d'activités des Pêcheurs d'Islande



Avenue du 11 novembre



Avenue de la Libération

3. Installation sur des supports interdits (R.581-22 du CE) :

Le plus grand nombre des cas concerne l'installation sur des poteaux EDF, Telecom, candélabres, ou des équipements publics concernant la circulation.

On note également la présence de publicité sur clôture non aveugle ou sur mur de bâtiment non aveugle.

L'ensemble des cas concernés par l'infraction correspond à des supports de petites dimensions.



D'une façon générale, les supports sont assez concentrés géographiquement, et ne concernent que quelques exploitants.

Les infractions relatives aux préenseignes peuvent correspondre à une déficience de la Signalisation d'Intérêt Local (SIL).



Installations sur clôtures non aveugles



Installations sur murs de bâtiments non aveugles

4. Installation murales non conformes (R.581-27 du CE) :

Des infractions sont relatives aux **installations murales** :

- dépassement des limites du mur
- installation à moins de 0.5 m du niveau du sol
- dépassement du niveau de l'égout du toit – Infraction depuis 2015
- installation de deux supports non alignés – Infraction depuis 2015



Dépassement du mur



Moins de 50 cm du sol et dépassement du mur



Au dessus du niveau de l'égout du toit



Au dessus du niveau de l'égout du toit et absence d'alignement horizontal

5. Installation scellées au sol non conformes (R.581-31 à R.581-33 du CE) :

Des infractions sont relatives aux **installations scellées au sol** :

- Surface supérieure à 12 m² – Infraction depuis 2015
- Affichage visible depuis une route située hors agglomération
- Non respect d'une distance par rapport à la limite séparative (H/2)



> 12 m²



Trop près de la propriété contiguë
(< H/2)



Affichages visibles de l'extérieur de l'agglomération

2.3. Analyse qualitative de la situation

De nombreux quartiers sont totalement épargnés par la présence publicitaire.

Le SPR est quant à lui assez peu impacté par la publicité : au cœur du secteur sauvegardé, aucune publicité n'est présente, les supports, présents en périphérie correspondant pour l'essentiel à des petits formats, ou à de la publicité sur mobilier urbain.

D'autre part, un certain nombre d'axes étant suffisamment larges et végétalisés (propriétés privées et domaine public), la publicité s'y intègre, même en grand format et en densité soutenue, sans trop impacter l'environnement :



*Avenue
d'Aunis*



*Avenue du 11
novembre 1918*



Avenue du 11 novembre 1918

En revanche, sur certains autres points localisés ou axes, la **publicité a beaucoup plus d'impact**, elle **dénature le paysage**, du fait des surfaces en jeu, des densités, ou de la **qualité des installations** :



Boulevard Edouard Pouzet

L'application de la règle de densité issue de l'article R.581-25 du Code de l'environnement ne permet pas un traitement correct de ce problème de densité ; en effet, nous sommes en présence de plusieurs unités foncières.



Boulevard Edouard Pouzet

L'application de la règle de densité issue de l'article R.581-25 du Code de l'environnement ne permet pas non plus un traitement correct de ce problème de densité, l'unité foncière d'installation étant très longue.



Avenue Victor Louis Bachelar



Avenue d'Aigrefeuille



Les doublons (deux publicités côte à côte) sont fréquents, ce qui renforce l'impact visuel ou la présence de la publicité (24 m² au lieu de 12 m²)

L'impact visuel est fort lorsque l'installation est réalisée dans un environnement non urbanisé ou peu urbanisé :



Avenue du 8 mai 1945



Avenue d'Aigrefeuille



Boulevard du Vercors



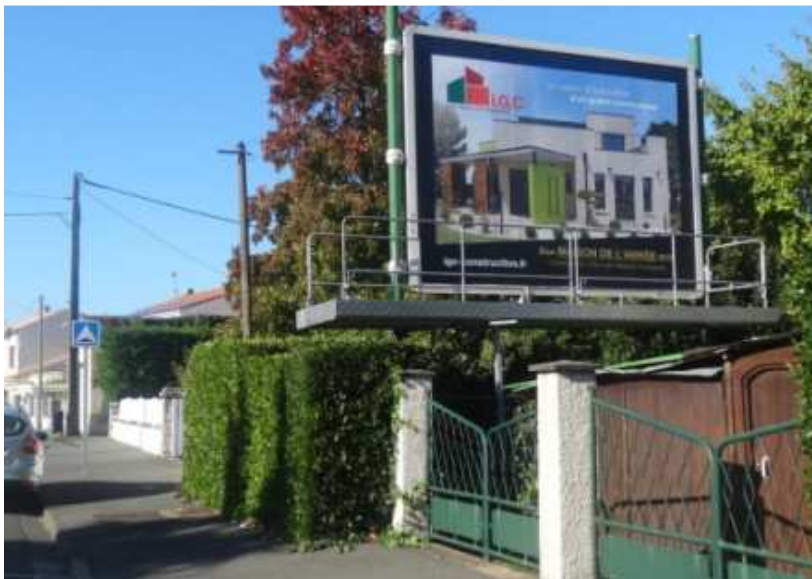
Certaines publicités de grand format paraissent surdimensionnées, dans une rue peu large ou à proximité du bâti, sur des petites parcelles :



Les installations sont parfois réalisées sans recul par rapport à une intersection, ce qui impose une présence marquée :



La qualité des installations pêche parfois :



Passerelle imposante



*Support épais,
 finition imparfaite du caisson*



Manque d'harmonie dans les installations : orientations et hauteurs disparates

Certaines entrées de ville sont parfois chargées en supports publicitaires, ce qui nuit à l'image perçue de la ville :



Avenue du Colonel Fuller, dans la continuité d'agglomération de Tonnay-Charente

Pour les autres entrées de ville, l'application de l'article R.581-31 du Code de l'environnement (interdiction de visibilité des affichages à partir d'une voie située hors agglomération), conduit à éviter ce genre de situation.

2.4. Conclusion

De nombreux quartiers sont totalement épargnés par la présence publicitaire.

L'affichage publicitaire n'apparaît pas comme très problématique aujourd'hui à Rochefort. La publicité n'est réellement présente ni dans les lieux du patrimoine (SPR), ni dans les quartiers où le bâti est ancien. La présence fréquente de végétation le long de certaines voies permet de préserver celles-ci des installations publicitaires.

Néanmoins, quelques situations impactent assez fortement le cadre de vie, en matière de densité, de surface, d'intégration des supports dans leur environnement, ou de qualité portée aux supports eux-mêmes. Les entrées de ville ne sont pas exemptes de publicité. Certains axes sont chargés.

La mise en œuvre des règles issues de la loi ENE permet de résorber certaines situations. Une amélioration plus complète résulte d'un zonage et de règles adaptées dans le RLP.

Par ailleurs, dans les zones où la présence publicitaire sera nécessairement faible ou nulle (secteurs protégés, zones non agglomérées,...), la mise en place d'une Signalisation d'Intérêt Local (SIL) adaptée pourrait permettre de résoudre certains problèmes de présignalisation non conformes, impactant l'environnement.

3. Diagnostic des enseignes

3.1. Diagnostic de conformité

Illustration des principaux cas d'infraction (photographies d'illustration – non exhaustives) :

Enseignes hors du lieu d'activité :

Par définition, une enseigne doit se situer sur les lieux où l'activité est exercée (façade commerciale) ; elle permet d'identifier la situation de l'activité.

Les enseignes perpendiculaires sont souvent concernées par ces installations inappropriées.



Les enseignes perpendiculaires sont souvent touchées par cette infraction

Enseignes maintenues après cessation d'activité :

Une enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité (R.581-58 du CE).

Cette infraction est susceptible d'affecter durablement et intensément le cadre de vie :



Enseignes murales non conformes :

- Enseignes à plat sur mur dépassant des limites du mur (R.581-60 du CE)
- Enseignes perpendiculaires au mur dépassant des limites du mur (R.581-61 du CE)



Enseignes scellées ou posées au sol non conformes :

- Surface et/ou hauteur trop importante (R.581-65 du CE).



Hauteur non conforme



Hauteur non conforme (> 6.5 m)
Surface non conforme (> 16 m² -> 12 m² en 2018)

- Non respect de la distance à la limite séparative (R.581-64 du CE) :



Enseignes en toiture non conformes :

- Enseignes en toiture constituées de panneaux pleins au lieu de lettres découpées (R.581-62 du CE) :



Infractions intervenant à partir de 2018 pour toutes les enseignes, installées ou non avant juillet 2012 :

- Infractions des enseignes murales, relatives à l'occupation trop importante en % des façades :



Façades < 50 m²
Surfaces enseignes > 25 %



Façade > 50 m²
Surfaces enseignes > 15 %

- Infractions des enseignes scellées ou posées au sol, relatives notamment au surnombre en agglomération. Le nombre est limité à « *une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée* ».



Cette règle compromet en particulier la présence des drapeaux, installés souvent en plusieurs exemplaires

3.2. Analyse qualitative de la situation

Le **centre ville** est marqué d'une manière générale par la présence de devantures et d'enseignes qualitatives, bien intégrées sur leurs supports, dans la recherche de sobriété et de nuances de couleurs harmonieuses.

Les règles instituées en ZPPAUP, et les autorisations requises pour les installations ne sont pas étrangères à ce constat.

Néanmoins, quelques problématiques émergent parfois :

- Des enseignes perpendiculaires trop nombreuses ou mal positionnées :



- L'utilisation des baies comme support d'enseignes affecte les façades et la perception du commerce et de ses autres enseignes :



Cette observation concerne non seulement les autocollants occultant parfois presque intégralement les baies, mais également les lettrages ou symboles :



Ces usages des baies ne sont pas en relation avec la situation des commerces, en Site Patrimonial Remarquable.

- Dans les zones industrielles & artisanales, les enseignes sont en général installées sans excès, le plus souvent sur les façades :



- Dans les zones commerciales « récentes », les enseignes sont en général bien intégrées sur les bâtiments :





- Toutefois, dans les zones commerciales « récentes », les affichages « promotionnels » ont tendance à se développer et à s’installer de façon anarchique, sous forme de banderoles, de flammes, d’aquillux :



- En zones d'activités, les enseignes scellées au sol ont un impact fort, de par leur nombre, la variété de leurs formes et de leurs installations, et la cohabitation avec les publicités, qui ne facilite pas la lecture des zones :



Cette enseigne scellée au sol en avant plan masque les enseignes en façade, et n'apporte aucune plus-value à la communication.



Enseignes et publicités ont des formes voisines, ceci conduit à une confusion.



Formes disparates d'enseignes, installation désordonnée.



Recto enseigne, verso publicité, les supports objet de contrepartie sont nombreux, ce qui rend la gestion difficile, et la communication peu claire.

3.3. En conclusion

En Site Patrimonial Remarquable (ZPPAUP et secteur sauvegardé), les enseignes sont qualitatives.

Quelques problèmes sont à résoudre tels que l'agencement de certaines enseignes perpendiculaires et le traitement des vitrines.

Le futur RLP doit intégrer des règles, en cohérence avec celles de la ZPPAUP, et avec celles du Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) en cours d'élaboration.

Dans les zones d'activités, les enseignes en façade sont en général dans la norme, les règles additionnelles de la loi ENE viendront parfaire la situation.

Le problème des enseignes scellées au sol est en revanche plus préoccupant. Même si la loi ENE viendra à terme en réduire le nombre, il reste à traiter la coexistence avec les publicités scellées au sol.

Il semble également important de prendre en compte les nouveaux moyens de communication, qu'il s'agisse des banderoles, aquilux,... ou encore d'anticiper sur des techniques telles que les enseignes numériques, afin de traduire dans le règlement local les volontés de la ville en regard de ces nouveaux supports.

4. Apports principaux sur le diagnostic de la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement

Pour les publicités et les préenseignes :

- La surface maximale rencontrée est de 12 m²,
- La densité est limitée à un support par linéaire de façade d'unité foncière, avec un deuxième possible, aligné avec le premier sur un mur aveugle, ou un deuxième scellé au sol au-delà de 40 m de linéaire de façade de l'unité foncière.

Ainsi, certaines situations rencontrées de densités élevées sont non conformes. Cependant, dans la plupart des cas des doublons ou des concentrations importantes, il s'agit d'unités foncières distinctes, ou encore d'unités foncières disposant d'un linéaire de façade permettant plusieurs installations; le Code de l'environnement ne prévoit pas d'interdistance entre panneaux au sein de l'unité foncière.

D'autre part, du fait de l'installation croissante de publicité lumineuse numérique, et bien que l'installation de celle-ci soit soumise à autorisation préalable, il semble important de traduire dans le RLP les volontés de la ville pour ce qui concerne ces installations.

Au regard du diagnostic et des objectifs souhaités par la ville, la simple application des règles nationales n'est donc pas suffisante, un RLP s'impose.

Pour les enseignes :

Les nouvelles dispositions impactent plus fortement les enseignes.

Les enseignes en façade, installées à plat ou perpendiculairement au mur, doivent désormais respecter une surface d'installation proportionnelle à celle de la façade commerciale qui les supporte, la proportion étant elle-même fonction de la surface de la façade commerciale :

- Façade commerciale < 50m² : 25 % d'occupation de la façade par les enseignes,
- Façade commerciale ≥ 50 m² : 15 % d'occupation de la façade par les enseignes.

D'autre part, les enseignes scellées au sol de plus de 1 m² de surface unitaire sont désormais limitées :

- En nombre, à une le long de chacune des voies bordant l'immeuble,
- En surface, à 12 m².

Ces critères de surfaces et de densités apportent des contraintes importantes, et une réponse partielle au besoin.

Néanmoins, la situation impose la mise en place de règles qualitatives, liées à l'intégration des supports dans leur environnement, prenant en compte les particularités de la ville, notamment la présence d'un Site Patrimonial Remarquable. La simple application des règles nationales n'est donc pas suffisante.

D'autre part, les enseignes lumineuses « numériques » ne font pas l'objet de règles particulières d'installation dans le Code de l'environnement, alors que ces supports se développent autant que la publicité lumineuse numérique.

Pour l'ensemble de ces raisons, un RLP s'impose.

Objectifs poursuivis et orientations générales

Les objectifs poursuivis par la ville ont été déterminés en amont de l'étude, lors de la prise de décision d'élaborer un RLP, qui s'est traduite par la délibération du 16 septembre 2015.

Ces objectifs sont les suivants :

- Valoriser la qualité des paysages urbains,
- Garantir un cadre de vie agréable à ses habitants,
- Améliorer l'attractivité du tissu économique, en favorisant la visibilité des activités existantes et des nouvelles implantations,
- Protéger et mettre en valeur le patrimoine naturel et bâti.

A partir de ces objectifs, et de l'analyse précédemment présentée, les orientations générales qui se dégagent sont les suivantes :

- ✓ **Préservation & mise en valeur du patrimoine et des zones paysagères sensibles : proximité des monuments, sites patrimoniaux remarquables, entrées de ville, quartiers non investis, zones non bâties,...**
 - ❖ En interdisant ou en limitant fortement la publicité dans ces zones,
 - ❖ En cadrant strictement l'installation des enseignes, en lien avec le règlement de la ZPPAUP.

- ✓ **Réduction de l'impact visuel imposé par les supports et amélioration de leur intégration dans l'environnement**
 - ❖ En mettant en place des limitations de surfaces, de densités, de reculs,
 - ❖ En imposant des formes, des critères qualitatifs sur les supports.

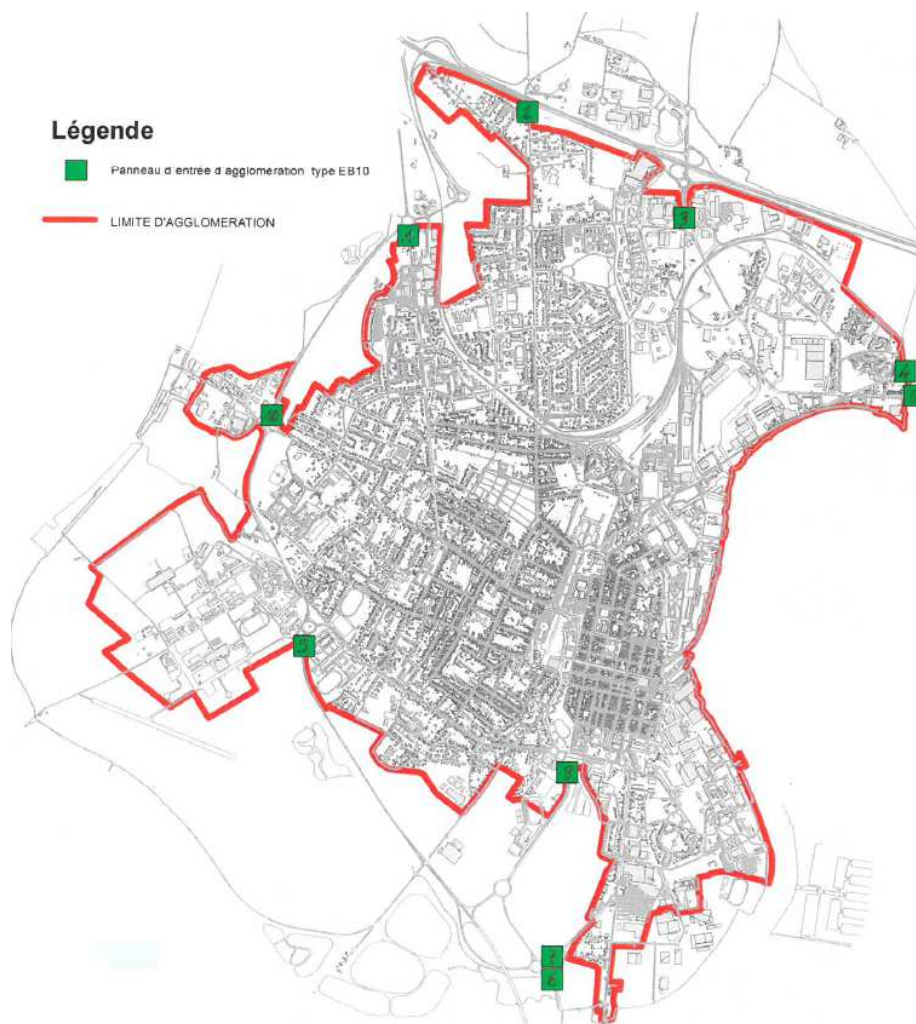
- ✓ **Prise en compte des nouvelles techniques en matière de publicité / enseigne**
 - ❖ En mettant en place des règles spécifiques aux supports numériques,
 - ❖ En réglementant l'usage des banderoles et des supports temporaires.

Contenu du règlement- Justification des choix retenus

1. Publicités et préenseignes – Justification du zonage

Les limites de l'agglomération de Rochefort ont été définies, un arrêté a été pris pour application du Code de la route (annexe 2).

La carte ci-dessous, annexée à cet arrêté présente sur un fond de plan cadastral les limites et le contour de l'agglomération :



A noter que :

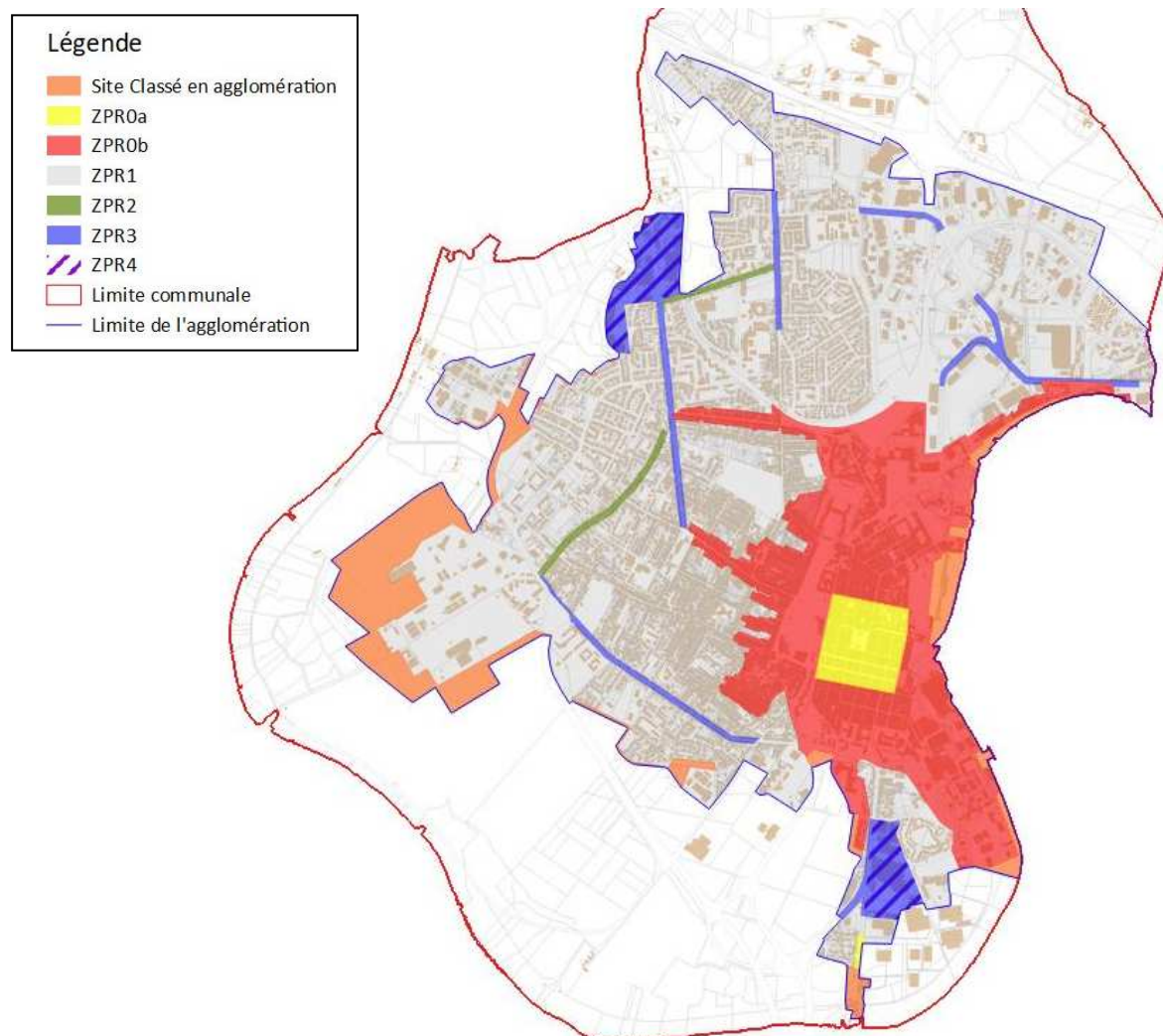
- ❖ Un tronçon de la RD733 est inclus dans l'agglomération : ce tronçon démarre boulevard Albert Bignon au nord, en amont de l'intersection avec la rue des Pêcheurs d'Islande, et se termine, au sud, boulevard du Mille Pattes, juste après le rond point du Bignon. De son démarrage au nord, jusqu'à l'intersection avec la rue du Moulin de la Prée, cet axe est inclus dans le site classé de la Charente.

- ❖ La zone d'activités de Bélignon, située au nord de la commune, au nord de l'autoroute A837, n'est pas incluse dans le contour aggloméré, dans la mesure où cette zone :
 - ne constitue pas un ensemble répondant à la qualification d'agglomération par l'article R.411-2 du Code de la route,
 - est séparée physiquement du reste de l'agglomération par l'emprise de l'autoroute.
- La zone d'activités du Brillouet n'est pas non plus incluse dans le contour aggloméré, dans la mesure où cette zone ne constitue pas un ensemble répondant à la qualification d'agglomération par l'article R.411-2 du Code de la route.

Six Zones de Publicités Réglementées (ZPR) sont créées sur le territoire communal : ZPR0a, ZPR0b, ZPR1, ZPR2, ZPR3 et ZPR4, dans lesquelles publicités et préenseignes sont soumises à des prescriptions complémentaires plus restrictives que celles du régime général fixé par le Code de l'environnement.

Les six zones s'appuient sur les limites actuelles d'agglomération de Rochefort précisées ci-dessus.

Le plan de zonage ci-dessous, correspondant à l'annexe 1 du présent règlement local de publicité, présente ces six zones, ainsi que la partie du site classé de la Charente incluse dans le contour aggloméré.



Les zones ZPRO à ZPR3 concernent la publicité non lumineuse et la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence, les possibilités d'installation vont croissant.

La ZPR4 concerne quant à elle les possibilités d'installation de publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence, c'est-à-dire la publicité numérique.

Le zonage concerne soit des parcelles entières, soit des axes.

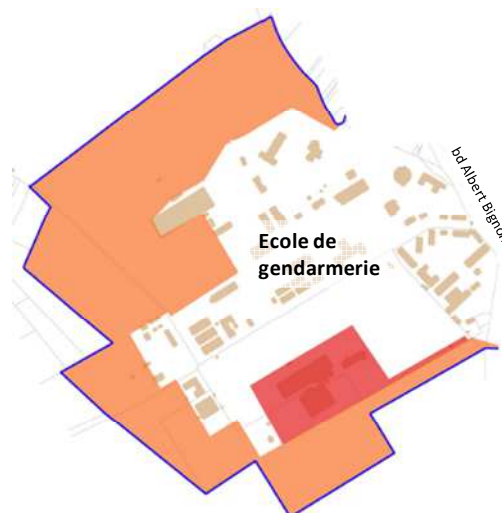
Lorsque le zonage concerne un axe, la profondeur prise en compte est de 10 m. La référence prise pour cette profondeur est celle de la limite du domaine public (alignement).

L'emprise du site classé de la Charente est rappelée sur la carte. Ce périmètre n'est pas inclus dans un zonage, dans la mesure où la publicité est interdite de manière absolue dans cette zone, le règlement local de publicité ne dispose d'aucune faculté de l'y introduire.

Le site classé comporte plusieurs zones ; pour les cas concernés par la présence de voies ouvertes à la circulation publique, il s'agit :

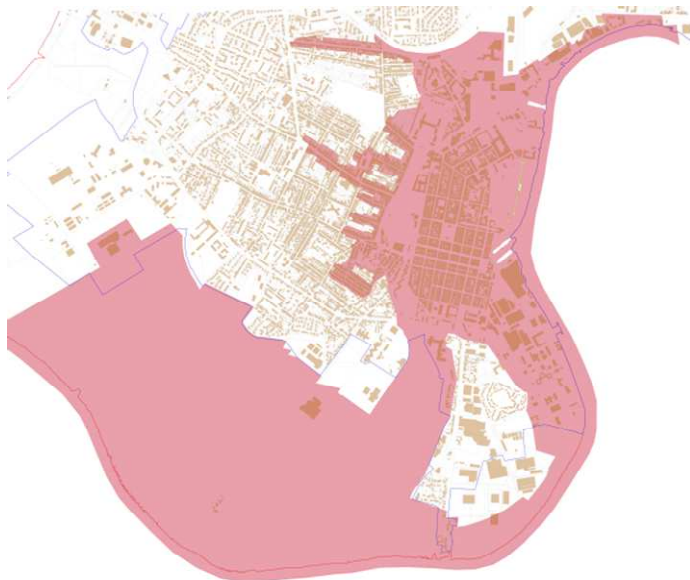
- D'un tronçon du boulevard Albert Bignon, s'étendant, du nord au sud, depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la rue du Moulin de la Prée,
- D'un tronçon de l'avenue de Torrelavega, situé, du sud au nord, depuis l'entrée d'agglomération jusqu'à la piste cyclable,
- D'un tronçon de l'avenue Jacques Demy, depuis la Charente jusqu'à la parcelle BM56,
- D'un tronçon de la rue des Droits de l'Homme,
- Du site de la Corderie Royale,
- D'un tronçon de l'avenue de la Libération, depuis l'avenue William Ponty, jusqu'au croisement avec la rue du Sergent Anastassiou.

La partie située à l'intérieur de l'enceinte de l'école de gendarmerie n'est pas mentionnée, dans la mesure où il s'agit d'un site fermé au public :



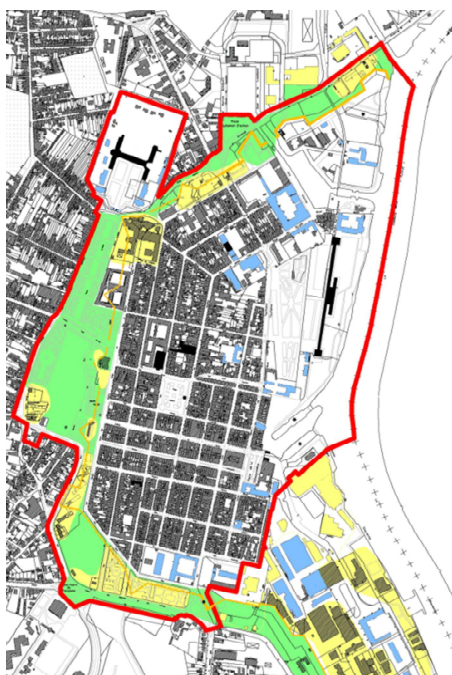
- ✓ **La ZPRO** correspond aux périmètres à protéger ; il s'agit du périmètre aggloméré du Site Patrimonial Remarquable, à l'exception des parties incluses dans le site classé (Corderie Royale par exemple). Il s'agit également de l'avenue Jacques Demy, pour sa partie comprise entre le site classé au sud, et les rues Allaire et Charles Plumier au nord.

Le Site Patrimonial Remarquable est issu, d'une part, de la Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP) adoptée en 2005, et, d'autre part, du secteur sauvegardé adopté en 2009, ce dernier étant un sous-ensemble de la ZPPAUP, correspondant au centre ancien, et à ses abords immédiats :



**Site Patrimonial Remarquable
(Périmètre ZPPAUP)**

- : Site Patrimonial Remarquable (SPR)
- : limites d'agglomération
- : limites communale

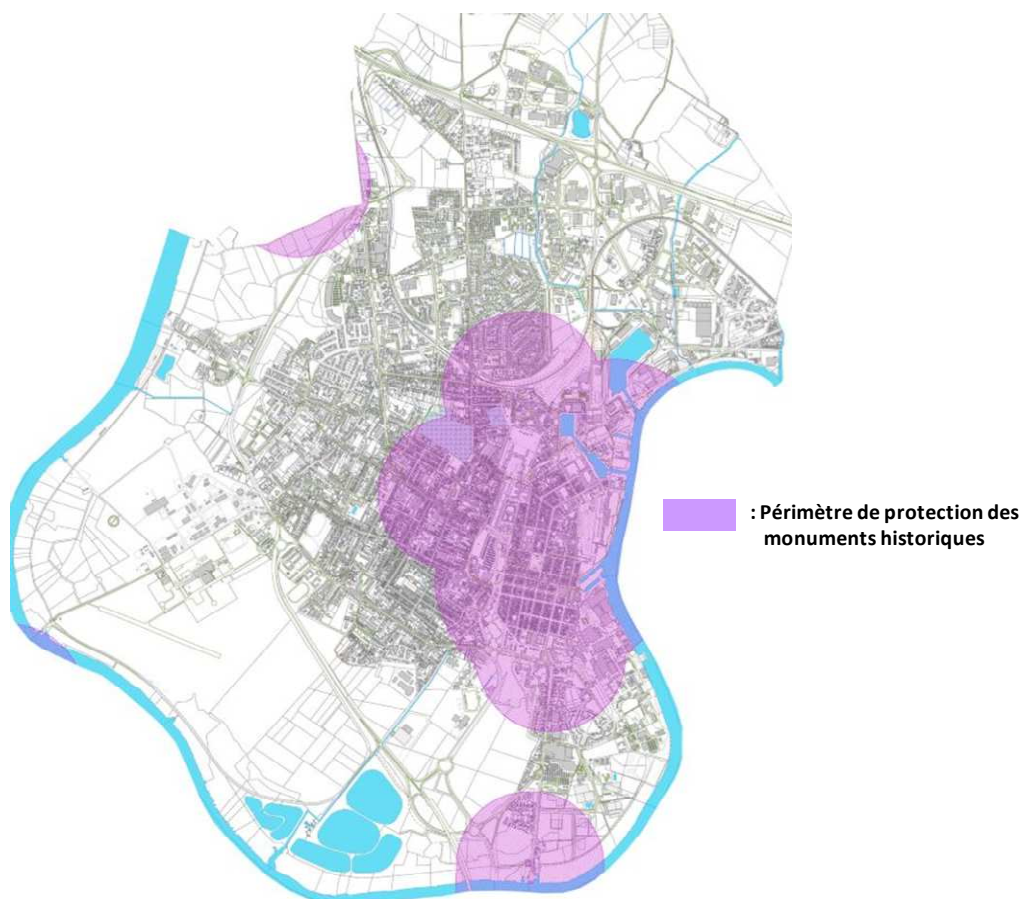


**Site Patrimonial Remarquable
(Périmètre secteur sauvegardé)**

- : monuments historiques
- : périmètre du secteur sauvegardé

Vis-à-vis des monuments historiques en présence, le périmètre d'interdiction de publicité prévu par le Code de l'environnement correspond, dans le cadre de l'élaboration du RLP, à un périmètre de 100 m, en présence de covisibilité avec le monument historique. A l'horizon 2020, et à défaut de périmètre délimité des abords défini au titre de l'article L.621-30 du Code du patrimoine, ce périmètre sera élargi à 500 m, en présence de covisibilité avec le monument historique. Il s'agit de l'interdiction relative posée par l'art. L.581-8 du Code de l'environnement.

Ces périmètres élargis à 500 m, applicables en 2020 en l'absence de périmètres délimités des abords, figurent sur la carte ci-dessous :



Ces périmètres sont en grande partie intégrés dans la ZPRO, ils débordent ponctuellement sur la ZPR1.

La ZPRO se compose de deux zones :

- la première, ZPROa, intègre le cœur du Site Patrimonial Remarquable (centre ancien), où la densité de monuments et de bâti remarquable est élevée, et le tronçon concerné de l'avenue Jacques Demy, comportant des perspectives sur le Pont Transbordeur ; cette zone est à protéger particulièrement de la publicité,
- la seconde, ZPROb, représente le reste du Site Patrimonial Remarquable.

Le zonage de la ZPRO dans son ensemble (ZPROa et ZPROb) est par conséquent en totale adéquation avec les zones de protection du patrimoine en vigueur, et en bonne adéquation avec les zones de protection du patrimoine projetées en 2020.

- ✓ **La ZPR1** constitue la partie de l'agglomération non incluse dans le site classé, et non couverte par les zones ZPRO, ZPR2 et ZPR3. Elle intègre en particulier les quartiers résidentiels.

A noter que certains axes ou tronçons d'axes, pour lesquels le diagnostic a mis en évidence des problèmes d'intégration de la publicité dans son environnement, notamment en présence d'un milieu naturel, peu urbanisé, ont été classés dans la ZPR1.

Il s'agit notamment des tronçons concernés de l'avenue du 8 mai 1945, de l'avenue d'Aigrefeuille, du boulevard Albert Bignon, entre le rue du Moulin de la Prée et le boulevard Ferdinand Buisson, et du boulevard du Vercors, ce dernier étant de plus largement inclus dans le périmètre de protection de la Gare (monument historique), et concerné par la présence d'Espaces Boisés Classés (EBC).

La zone d'activités des Pêcheurs d'Islande a été classée également en ZPR1. D'une part, il s'agit d'une « enclave » du site classé de la Charente, il est donc dans ce cas naturel de n'y trouver de la publicité que de manière modérée. D'autre part, cette zone dont l'accès est unique à partir de la RD733, débouche sur la Charente, il s'agit d'un « cul-de-sac » ne donnant lieu à aucun flux traversant de véhicules ; le diagnostic a mis en évidence un besoin principal de présignalisation des activités se situant dans les rues de part et d'autre de la rue des Pêcheurs d'Islande, ce besoin pouvant avantageusement être satisfait par de la Signalisation d'Intérêt Local (SIL).

- ✓ **La ZPR2** comporte quelques rues où la publicité trouve sa place, mais où le diagnostic a mis en évidence des problèmes d'intégration des supports de grands formats, dans des rues peu larges avec un bâti resserré, relativement proche de l'alignement.

Il s'agit du boulevard Ferdinand Buisson, de la rue de la Belle Judith, et de la rue de la Casse aux Prêtres.

- ✓ **La ZPR3** représente les axes et les zones où la publicité est majoritairement installée lors du diagnostic, et où sa présence semble cohérente avec l'environnement. Il s'agit à la fois des zones d'activités commerciales (hormis la zone des Pêcheurs d'Islande, qui fait partie de la ZPR1), ainsi que des axes importants d'entrée de ville (avenue d'Aunis, avenue du 11 novembre 1918, avenue du Colonel Fuller,...) et de contournement, tels que le boulevard Edouard Pouzet.

A noter que le zonage de la ZPR3 ne débute pas dès la limite de Tonnay-Charente, avenue du Colonel Fuller. Le diagnostic ayant mis en évidence une surcharge publicitaire sur cette entrée de ville située dans une continuité d'agglomération, une distance est réservée à partir de la limite, et placée en ZPR1.

- ✓ **La ZPR4** est un sous-ensemble de la ZPR3, elle concerne les principales zones d'activités commerciales suivantes : Quatre Anes, Villeneuve Montigny et Martrou, ainsi que les axes inclus dans ces zones, ou limitrophes à celles-ci.

Pour ce qui concerne la zone commerciale de Martrou, seul le côté est de l'avenue Jacques Demy et de l'avenue du 11 novembre 1918 situé en regard de la zone commerciale est intégré dans le zonage.

La ZPR4 est associée à la publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence, c'est-à-dire, par exemple, la publicité numérique.

Lors de l'élaboration du présent RLP, celle-ci est présente sous deux formes sur la ville :

- Sur la propriété privée, deux supports sont installés avenue d'Aunis (Centre Commercial des Quatre Anes), et un support est installé avenue du Colonel Fuller,

- Sur le domaine public, quatre supports de publicité numérique sur mobilier urbain sont installés : avenue d'Aunis, boulevard Albert Bignon, avenue Victor Louis Bachelar, et boulevard Edouard Pouzet.

La ville souhaite localiser la publicité numérique dans les zones d'activités, là où son impact sur l'environnement est moindre.

Dans cette optique, les mobiliers urbains devenant en écart, s'ils sont maintenus à leurs emplacements actuels, se verront recentrés vers de la communication exclusivement non commerciale.

En conclusion, on peut dire que le zonage, tel qu'il est conçu, répond aux orientations suivantes :

- ✓ **Préservation & mise en valeur du patrimoine et des zones paysagères sensibles : proximité des monuments, sites patrimoniaux remarquables, entrées de ville, quartiers non investis, zones non bâties,...** :
 - ⇒ Le zonage de la ZPR0 et de la ZPR1 correspond en effet à cette protection.
- ✓ **Réduction de l'impact visuel imposé par les supports et amélioration de leur intégration dans l'environnement :**
 - ⇒ La mise en place d'un zonage graduel, prend en compte la nature et la typologie des axes.
- ✓ **Prise en compte des nouvelles techniques en matière de publicité :**
 - ⇒ La mise en place d'un zonage spécifique pour la publicité numérique répond à cette orientation.

2. Publicités et préenseignes – Justification des règles

Le tableau ci-après présente une synthèse des règles applicables à la **publicité non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence** :

| | ZPR0a | ZPR0b | ZPR1 | ZPR2 | ZPR3 |
|-------------------------------|-------|--|--|--|--|
| Microaffichage | Non | Oui ; 1 support de 0.5 m ² maximum par commerce | Oui | Oui | Oui |
| Publicité sur mobilier urbain | Non | Oui | Oui | Oui | Oui |
| Publicité non numérique | Non | Non | . 1 m ² . Murale uniquement . 1 par unité foncière > 15 m | . 4 m ² . 1 par tranche de 80 m d'unité foncière > 15 m . Reculs . Critères sur les supports | . 8 m ² . 1 par tranche de 80 m d'unité foncière > 15 m . Reculs . Critères sur les supports |

- ✓ **ZPR0a** : dans cette zone, aucune publicité ne peut s'installer.

Il s'agit de préserver le patrimoine en présence : cœur du secteur sauvegardé, perspectives sur le Pont Transbordeur. Par ailleurs, cette zone ne comporte que très peu de publicité aujourd'hui, il s'agit donc plutôt d'une mesure conservatoire que d'une réduction de l'existant.

- ✓ **ZPR0b** : dans cette zone, seuls le microaffichage et la publicité sur mobilier urbain peuvent s'installer.

Cette zone coïncide avec la partie du Site Patrimonial Remarquable non concernée par la ZPR0a ou le site classé, et avec les abords des monuments historiques, deux périmètres dans lesquels il est possible de déroger à l'interdiction relative de publicité posée par l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

Le présent règlement local déroge à ces interdictions relatives, mais de manière limitée, pour deux types de publicité :

- Le microaffichage, du fait de ses caractéristiques intrinsèques : surface et intégration sur les devantures. Quelques dispositifs de ce type sont aujourd'hui présents en ZPR0b ; ils s'intègrent bien dans leur environnement,
- La publicité sur mobilier urbain, dans la mesure où, d'une part, elle répond à un besoin « accessoirement publicitaire », et où, d'autre part, c'est la ville qui est maître de son installation. Lors de l'élaboration du présent RLP, celle-ci est présente en ZPR0b dans les parties « périphériques » du centre ancien : boulevard de la résistance, rue Denfert Rochereau, avenue Sadi Carnot, Cours Roy Bry,...., ou encore autour de la gare SNCF.

- ✓ **ZPR1** : dans cette zone, le microaffichage, la publicité sur mobilier urbain et la publicité murale de petite dimension peuvent s'installer.

Cette zone coïncide avec des quartiers résidentiels, ou des axes ou zones à protéger de la publicité de grand format (excédent du périmètre de protection des monuments non inclus en ZPR0, parties des axes fréquentés peu urbanisés, zone des pêcheurs d'Islande,...).

Lors de l'élaboration du présent RLP, la publicité autre que celle prévue par le présent règlement est présente dans cette zone :

- ZAC des Pêcheurs d'Islande, répondant principalement à un besoin de présignalisation, auquel pourrait répondre une Signalisation d'Intérêt Local (SIL) appropriée,
- Sur des tronçons d'axes peu ou pas urbanisés, dont le diagnostic a mis en évidence l'inadaptation, tronçons situés avenue du 8 mai 1945, avenue d'Aigrefeuille, boulevard Albert Bignon, boulevard du Vercors.

- ✓ **ZPR2** : dans cette zone, le microaffichage, la publicité sur mobilier urbain et la publicité murale de dimension intermédiaire peuvent s'installer.

Il s'agit de trois axes, relativement peu larges, avec un bâti proche de l'alignement, pour lesquels le diagnostic a mis en lumière l'inadaptation de la publicité de grand format. C'est la raison pour laquelle s'est porté le choix d'un format maximal de 4 m², permettant une communication lisible, tout en assurant une meilleure intégration dans l'environnement.

- ✓ **ZPR3** : dans cette zone, le microaffichage, la publicité sur mobilier urbain et la publicité murale de dimension plus importante peuvent s'installer.

Il s'agit des zones et axes où la publicité est principalement présente lors de l'élaboration du présent RLP.

Le diagnostic a montré que l'association d'un grand format (12 m²) avec des densités élevées (doublons ou successions de supports sur une même unité foncière ou sur des unités foncières proches) avait un impact important sur l'environnement.

Le RLP se porte donc sur une réduction du format maximum à 8 m², conduisant, d'une part, à réduire l'impact visuel des supports, et, d'autre part, à les moderniser, donc à en améliorer l'aspect.

Publicité lumineuse numérique :

Ce type de publicité ne peut s'installer qu'en **ZPR4** : les règles ont pour objectif de cadrer les installations de publicité numérique, dans le zonage envisagé pour leur installation.

Une interdiction d'installation sur les unités foncières résidentielles ainsi qu'un recul de 20 m imposé par rapport aux baies d'habitation depuis lesquelles la publicité est visible sont requis, dans l'objectif de réduire l'impact de l'affichage dynamique, de préserver la qualité de vie des habitants riverains.

Autres règles applicables aux différents supports :

La règle allant vers la réduction de la surface d'affichage en ZPR2, ZPR3 et ZPR4 est combinée à celle d'une limitation de la densité : la définition d'un seuil en dessous duquel la publicité ne peut pas s'installer a pour objectif d'éviter ou de mettre un terme à certaines installations successives sur de petites unités foncières. La règle de densité mise en place est plus stricte que celle du Code de l'environnement ; en particulier, l'exception prévue par le Code de l'environnement d'installer une deuxième publicité sur la première tranche ouverte de 80 m, sous certaines conditions, n'est pas retenue dans le RLP.

Des règles additionnelles concernent les supports eux-mêmes, qu'ils soient scellés au sol ou muraux : l'ensemble de ces règles vise à améliorer l'esthétique des installations.

Une règle de recul est mise en place vis-à-vis des intersections ; elle répond aux constatations faites lors du diagnostic, d'un impact visuel fort dans les intersections, lié à une installation de la publicité en limite du domaine public.

Le RLP prévoit que les publicités soient éteintes en même temps que l'éclairage public, dans les limites fixées par le Code de l'environnement. La mise en place de cette règle rejoint des préoccupations environnementales, liées aux économies d'énergies et à la réduction de la pollution lumineuse, en cohérence avec les actions entreprises par la ville sur l'éclairage urbain. D'autre part, l'impact visuel d'une publicité éclairée alors que l'éclairage ambiant est éteint est fort.

En conclusion, on peut dire que les règles proposées pour les publicités et les préenseignes répondent aux orientations suivantes :

- ✓ **Préservation & mise en valeur du patrimoine et des zones paysagères sensibles : proximité des monuments, sites patrimoniaux remarquables, entrées de ville, quartiers non investis, zones non bâties,... :**
 - ⇒ Les règles proposées en ZPRO et en ZPR1, ainsi que le recul mis en place en entrée de ville en ZPR3 répondent à l'orientation de protection du patrimoine et des zones paysagères sensibles.
- ✓ **Réduction de l'impact visuel imposé par les supports et amélioration de leur intégration dans l'environnement :**
 - ⇒ La mise en place des différentes règles, combinant réduction des surfaces, des densités, la mise en place de critères qualitatifs sur les supports, de reculs, répondent à cette orientation.
- ✓ **Prise en compte des nouvelles techniques en matière de publicité :**
 - ⇒ La mise en place règles spécifiques liées à cette forme de publicité répond à cette orientation.

3. Enseignes – Justification des règles

Les règles applicables aux enseignes ne sont pas en relation avec le zonage de la publicité, elles dépendent, d'une part, du type de bâtiment hébergeant l'activité (habitation et rez-de-chaussée d'immeuble vs hangar) et, d'autre part, de l'appartenance ou non au périmètre du Site Patrimonial Remarquable (SPR).

Cette décomposition permet un traitement cohérent à l'échelle d'un territoire présentant des caractéristiques homogènes.

Il est à noter que les règles s'appliquent sur tout le territoire communal, et non sur celui de la seule agglomération.

Bâtiments de type habitation ou rez-de-chaussée d'immeuble : le RLP précise des règles qualitatives de localisation et d'agencement des enseignes sur les façades, de cohabitation des enseignes entre elles, des règles de bon sens, qui, sans apporter de contraintes trop fortes, permettent de mieux intégrer les enseignes et de mettre en valeur les bâtiments qui les supportent.

Des règles liées au positionnement, à la technique utilisée ou aux dimensions sont précisées pour les différentes natures d'enseignes : à plat sur mur, perpendiculaires, baies, chevalets,...

Les enseignes temporaires liées notamment à la location immobilière font l'objet de règles particulières. En effet, ces supports ont tendance à proliférer dans le cadre des locations liées par exemple à l'activité de la station thermale.

En dehors du SPR, les contraintes d'installation sont sensiblement relâchées, les techniques possibles et dimensions sont assouplies. Certaines enseignes interdites en SPR ne le sont plus hors SPR (par exemple, sur lambrequin de store, ou sur support scellé au sol, de forme totem et de petites dimensions).

Certains types d'enseignes sont interdits, en SPR ou hors SPR.

Des règles sont mises en place sur les éclairages, afin d'assurer un éclairage à la fois harmonieux et respectueux de l'environnement, en cohérence avec les mesures adoptées pour l'éclairage public.

Bâtiments de type hangar en SPR : ces bâtiments sont situés principalement aux abords des bassins de plaisance et de la Charente (avenue de la Libération).

Des règles spécifiques sont mises en place, portant notamment sur une limitation du nombre des enseignes. Le taux d'occupation maximal des façades est réduit par rapport à celui du Code de l'environnement. L'usage des baies est réglementé. Les enseignes scellées au sol, de forme totem, ont des surfaces réduites, et certains types d'enseignes sont interdits.

Bâtiments de type hangar hors SPR : il s'agit principalement des bâtiments commerciaux situés dans les zones d'activités.

Des règles ciblées sont mises en place, répondant aux problématiques mises en évidence durant l'inventaire : utilisation des baies, impact des enseignes scellées ou posées au sol, banderoles et autres enseignes promotionnelles.

Concernant les enseignes scellées au sol de plus d'1 m² de surface, il est imposé la forme rectangulaire, totem ou bandeau horizontal. Cette mesure vise à permettre une distinction non équivoque entre les implantations commerciales, matérialisées par les enseignes, et les publicités qui s'y trouvent.

Des règles sont mises en place pour les enseignes numériques. Pour les enseignes numériques scellées au sol, il convient en effet d'être cohérent par rapport aux règles imposées pour les publicités numériques scellées au sol. En effet, il s'agit dans bien des cas de supports « partagés ».

Les enseignes numériques murales ne sont pas présentes lors de l'élaboration du RLP sur la ville, mais leur usage se développe, et, étant donné qu'elles ne font pas l'objet de règles particulières dans le Code de l'environnement, relatives à leurs surfaces par exemple, il semble important que le RLP cadre leur installation.

Certains types d'enseignes sont interdits.

Pour l'ensemble de la commune, l'extinction des enseignes suit celle des publicités, sauf si le commerce fonctionne dans la plage demandée pour l'extinction. Le RLP incite à ce que l'éclairage de l'enseigne soit adapté, en termes d'intensité, à celui de l'éclairage urbain.

Une mesure forte de ce RLP consiste à interdire les enseignes en toiture sur l'ensemble de la commune. En effet, compte tenu des efforts engagés pour la mise en valeur du Pont Transbordeur, la protection du cône de visibilité depuis le Pont de Martrou est requise, ce qui conduit à interdire les enseignes en toiture, qui se détachent particulièrement, et dont la visibilité altère le paysage. Par mesure d'équité, et compte tenu du faible nombre d'enseignes de ce type à l'échelle de la ville, le RLP les interdit de façon générale.

En définitive, les règles proposées pour les enseignes répondent, dans leur ensemble, aux orientations prévues :

- ✓ **Préservation & mise en valeur du patrimoine et des zones paysagères sensibles : proximité des monuments, sites patrimoniaux remarquables :**
 - ❖ Les enseignes sont strictement cadrées dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR), en cohérence avec le règlement de la ZPPAUP et le PSMV en cours d'élaboration.
- ✓ **Réduction de l'impact visuel imposé par les supports et amélioration de leur intégration dans l'environnement :**
 - ❖ Les diverses règles mises en place sur les enseignes, concernant à la fois les critères d'intégration sur les façades, les formes, les matériaux, les dimensions,... répondent à cette orientation.
- ✓ **Prise en compte des nouvelles techniques en matière d'enseigne :**
 - ❖ Les règles mises en places concernant l'usage des baies, les enseignes numériques, les banderoles, ainsi que les règles liées aux éclairages pour les bâtiments de type habitation répondent à cette orientation.