



## Présentation des principes d'un règlement local de publicité aux professionnels du Pays solesmois le 5 juin 2014

### COMPTE RENDU

**Présents :** Sébastien BARRE (Barré Chauffage EURL), Sandrine CHATELAIN (Maison d'hôtes la Rose laitière), Philippe DELACROIX (agriculteur), Agnès DORMEGNIE (Magasin Pro Sport), Yvon DRUESNES (agriculteur), Dominique LADEUILLE (Salon Zen Color), Pascal LANCELLE (Lancelle Pascal Bâtiment), Yvon LECLERCQ (Leclercq TP), Anne-Sophie LECUYER (Institut Océane), Hubert LESNE (agriculteur), Jean-Paul LIEBART (SARL Liebart), Sylvain MOSCHKE (Café épicerie « Le Saint Georges », représentant également « Chez Betty »), Michel SEGOND (Nord Agri)

**En présence de :** Didier ESCARTIN (Vice-président en charge du cadre de vie), Georges FLAMENGT (Président de la CCPS), Paul SAGNIEZ (Vice-président en charge du développement économique), Denis SEMAILLE (Vice-président en charge de la gestion des déchets et des déchetteries).

**Invités :** 204 professionnels du Pays solesmois, tous domaines confondus.

## I – Introduction

La Communauté de communes du Pays solesmois a entamé l'élaboration d'un règlement local de publicité, selon une procédure conjointe avec le PLU intercommunal. Le RLPI sera donc en accord avec le PADD du PLUI, afin de renforcer la qualité du cadre de vie sur le territoire. Cet outil permettra l'instruction des autorisations par les mairies et non plus par les services de l'Etat, en vue de favoriser la proximité avec les annonceurs. La CCPS souhaite mettre en place ce RLPI dans la concertation avec les annonceurs, d'où cette 1ère réunion d'information qui sera suivie par la création d'un groupe de concertation pour travailler sur le contenu du futur RLPI.

L'élaboration du RLPI a été confiée au cabinet ATHANOR qui a animé la présentation : pour toute question, vous pouvez vous adresser à Violaine LESCEUX ([v.lesceux@ccpays-solesmois.fr](mailto:v.lesceux@ccpays-solesmois.fr)) ou à Jean-François DRUON ([jf.druon@ccpays-solesmois.fr](mailto:jf.druon@ccpays-solesmois.fr)) qui pourront la relayer si besoin à M.PARLANT du cabinet ATHANOR.

Le RLPI concerne les publicités, préenseignes et enseignes selon les définitions suivantes :

- Constitue **une publicité** : « toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités » (ex : « mangez du fromage »)
- Constitue **une préenseigne** : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (ex : « à 500 mètres, on mange du fromage »)
- Constitue **une enseigne** : « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (ex : « ici, on mange du fromage »)

Les élus de la CCPS sont conscient de la nécessité de la publicité : le RLPI est un outil qui ne vise pas à empêcher la communication des professionnels mais qui permet d'éviter la « pollution visuelle ». La préservation du cadre de vie en Pays solesmois suppose de faire appliquer des règles mais la CCPS souhaite travailler sur des solutions de substitution afin d'améliorer la communication des professionnels du territoire (tant du point de vue de son efficacité commerciale que de son esthétique).

## II – Présentation de la réglementation en vigueur

Le RLPI doit tenir compte de la réglementation nationale en vigueur, qui s'est renforcée depuis janvier 2012 suite aux lois du Grenelle de l'environnement. La seule application du Code de l'environnement permettrait d'améliorer significativement le cadre de vie en Pays solesmois.

**Les publicités et les préenseignes** (sauf cas des pré enseignes dérogatoires qui sera évoquée plus loin) sont soumises aux mêmes règles suivantes :

- La surface unitaire d'une publicité ne peut dépasser 4 m<sup>2</sup>, 6 m de hauteur maximum, et 0,50 m minimum par rapport au sol. Il peut y avoir deux publicités alignées verticalement ou horizontalement sur un même mur.
- La publicité ne peut être apposée que sur un mur aveugle (clôture ou bâtiment), et ne doit pas dépasser les limites de ce mur.
- Densité : il peut y avoir 1 ou 2 publicités jusqu'à 80 m de linéaire de façade du terrain sur voie de circulation, puis un supplémentaire par 80 m de linéaire.
- La publicité ne peut être éclairée que par projection ou transparence
- Le mobilier peut recevoir à titre accessoire de la publicité à condition que la surface unitaire ne dépasse pas 2 m<sup>2</sup>, et la hauteur du mobilier d'information ne dépasse pas 3m du sol. Les dispositifs d'affichage numérique sont interdits.

**Les interdictions pour la publicité concernent :**

- **Les dispositifs au sol (posés ou scellés)**
- **La publicité numérique ou lumineuse (type néon, led)**
- **Les dispositifs de dimensions exceptionnelles et les bâches publicitaires.**

**2/ Les enseignes** sont soumises aux prescriptions suivantes :

- Sur façade commerciale la surface cumulée utilisée pour porter un message d'enseigne parallèle à la façade est limitée à 25% de la surface si elle est inférieure à 50 m<sup>2</sup>, 15% si elle est supérieure.
- Les enseignes en toitures ne sont admises que pour les activités occupant plus de la moitié du bâtiment, avec une limite de 3m et lettres ou signe découpés.
- L'enseigne posée ou scellée au sol ne peut dépasser une surface unitaire de 6 m<sup>2</sup>. Elle est limitée en nombre à 1 si elle a une surface unitaire supérieure à 1m<sup>2</sup>, et sa hauteur est limitée à 6,5 m si sa largeur dépasse 1m, sinon 8 m.

**Les enseignes sont soumises à autorisation quand il y a un RLP (formulaire cerfa 14798). Un délai de 6 ans est accordé pour la mise en conformité des dispositifs existants.**

**3/ Les préenseignes dérogatoires** sont des dispositifs scellés au sol, d'un format de 1,5 m de largeur pour 1m de hauteur, et signalant exclusivement la proximité d'activités utiles aux personnes en déplacement (4 messages maxi et 5 km de distance maxi), et deux messages pour la production ou la vente de produits du terroir, (les monuments historiques visitables), les activités en retrait de la voie.

Suite à la modification du code de l'environnement (Grenelle II), les préenseignes dérogatoires seront soumises à de **nouvelles règles à partir du 13 juillet 2015** :

- Dérogation admise uniquement pour la production ou la vente de produits du terroir, (les monuments historiques visitables) et les activités culturelles,
- Deux dispositifs de format au plus égal à l'existant et éventuellement adaptable par un RLP, distances inchangées.
- Les informations pour les personnes en déplacement pourront être reportées sur les signaux d'intérêts locaux (fléchage), mais il conviendra qu'ils ne portent pas de logotypes de marque, pour ne pas être assimilés à des pré enseignes.

**Exemple issu de l'état des lieux des dispositifs existants sur le territoire de la CCPS :**



**Exemple d'application de la réglementation nationale existante :**



### III – Echanges avec la salle

Plusieurs exemples sont présentés afin de lancer le débat dans la salle.

**Quid du panneau de la CCPS sur cet exemple ?** Il s'agit d'un panneau du code de la route et non pas d'un dispositif concerné par le RLPI (comme les panneaux d'entrées de ville).

**Peut-on utiliser 2 panneaux côte à côte pour le même message publicitaire ?** Non car c'est alors la surface totale des 2 panneaux qui sera comptabilisée comme un seul dispositif publicitaire.

**Qu'en est-il des chevalets devant un commerce ?** Si le chevalet est sur la propriété du commerce, il n'y a pas de problème. Par contre, il devra faire l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public et d'une autorisation spécifique explicite si il est installé sur le domaine public (trottoir), même si l'espace concerné est situé devant l'entrée du commerce et ne gêne pas le stationnement. Il s'agit de permettre la circulation sur les trottoirs, dans le cadre de la sécurité publique.

**Qui doit se charger de la mise en conformité ?** C'est l'opérateur qui a vendu l'emplacement publicitaire qui doit se charger des opérations de mise en conformité (suppression du panneau, modification de sa taille...) : le nom de l'opérateur doit obligatoirement être mentionné sur les dispositifs publicitaires. Si l'opérateur ne peut pas être identifié, c'est le bénéficiaire qui est responsable de l'opération (celui pour qui existe le dispositif). Enfin, si le bénéficiaire n'existe plus, c'est le propriétaire du mur qui doit exécuter la loi.

**Quelle solution pour les chambres d'hôtes qui bénéficient actuellement des pré enseignes dérogatoires ?** L'objectif est de mettre en place une signalétique harmonisée sur l'ensemble du territoire de la CCPS, afin de favoriser la lisibilité des activités existantes et d'améliorer l'accueil touristique.

**Qui doit faire les demandes d'autorisation ?** Pour les publicités et pré enseignes, une déclaration préalable est nécessaire, elle doit être effectuée par le poseur (attention : l'absence de déclaration préalable donne lieu à une amende de 1500 euros). Les enseignes font l'objet d'une autorisation à faire par le bénéficiaire. La CCPS envisage d'accompagner les professionnels dans leurs démarches afin de favoriser le respect du futur RLPI.

**Est ce qu'il est possible d'imposer des matériaux et des couleurs pour les dispositifs publicitaires dans le RLPI ?** Oui, notamment dans les secteurs protégés et en cohérence avec le règlement du futur PLUI. Il est important de souligner que la CCPS ne souhaite pas instaurer les mêmes règles partout : même si le périmètre du RLPI est bien celui de l'intercommunalité, des variations locales seront à définir.

**Est ce que l'élaboration du RLPI engendre l'instauration d'une taxe pour la publicité extérieure ?** Non, il s'agit de 2 démarches différentes : la taxe pourrait être communale alors que le RLPI est intercommunal (ne relève pas de la même compétence). Dans le cas des communes de la CCPS, cette taxe (dont les montants sont définis par la loi) ne serait pas suffisamment rémunératrice : elle est surtout destinée aux grandes surfaces commerciales, absentes du Pays solesmois.