



COMMUNAUTÉ
DE COMMUNES
BLAYE



Règlement Local de Publicité intercommunal

Réunion de présentation du diagnostic aux Personnes Publiques Associées (PPA)

23 octobre 2024





SOMMAIRE

- Contexte général
- Contexte local
- Synthèse du diagnostic et orientations
- Planning prévisionnel



Contexte général



RAPPEL DES DÉFINITIONS

> LES ENSEIGNES

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 2° du code de l'environnement).



< LES PREENSEIGNES

Constitue une préenseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité où s'exerce une activité déterminée.
(Article L 581-3 3° du code de l'environnement).



> LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Constitue une publicité, toute inscription destinée à informer ou attirer le public. Panneau affichant une publicité sur le domaine privé et public, sur une voie ouverte à la circulation publique.
(Article L 581-3 1° du code de l'environnement).



DISPOSITIFS NON CONCERNÉS PAR LE RLPI



Ces dispositifs ne sont pas concernés par la réglementation de la publicité extérieure

Signalétique d'information locale (SIL)



Panneaux de signalisation routière



Panneaux d'informations municipales



Relais informations services (RIS)



INTÉRÊT DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL



► Le RLP est l'unique document réglementaire qui régit les publicités, les enseignes et les préenseignes afin de protéger le cadre de vie en (exemples) :

- Valorisant le patrimoine paysager, architectural et naturel ;
- Renforçant l'attractivité et le dynamisme des zones d'activités ;
- Améliorant l'image du territoire (centre-ville, entrées de ville...).

► Adapter localement les dispositions prévues par le code de l'environnement en matière :

- D'emplacements (muraux, scellés au sol, etc.), de densité, de surface, de hauteur et d'entretien ;
- De types de dispositifs (bâches, micro-affichage, etc.) ;
- D'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique ;
- D'encadrement des publicités et d'enseignes lumineuses (et en particulier numériques).



Contexte local



PROCÉDURE DE RLPI



PHASE 1 : Diagnostic

Délibération prescrivant l'élaboration du RLPI définissant les objectifs, les modalités de concertation et de collaboration : **6 mars 2024**

Conférence intercommunale des Maires sur les modalités de collaboration entre les communes de l'EPCI

Débat sur les orientations au moins 2 mois avant l'arrêt du projet (dans chaque conseil municipal et en conseil communautaire)



PHASE 2 : Elaboration du RLPI

Délibération arrêtant le projet de RLPI et tirant le bilan de la concertation – **mai 2025**

Avis des communes, des PPA et de la CDNPS puis enquête publique



PHASE 3 : Etape administrative

Délibération d'approbation du projet de RLPI – **décembre 2025**

Conférence intercommunale des Maires avant approbation



DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION DU RLPI DU 6 MARS 2024

Objectifs poursuivis :

- Réguler l'implantation et le développement des dispositifs publicitaires ;
- Protéger le cadre de vie et lutter contre la pollution visuelle ;
- Proposer un traitement cohérent des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire à travers une approche différenciée des espaces et une adaptation des règles nationales ;
- Considérer les besoins et les intérêts des habitants, ainsi que les besoins de communication extérieure des acteurs économiques, institutionnels, culturels et touristiques locaux ;
- Assurer un équilibre entre droit à l'expression, diffusion d'information et protection du cadre de vie ;
- Prendre en compte l'évolution des technologies et les impératifs de sobriété écologique/énergétique.

Modalités de concertation (avec le public) :

- Publications dans la presse locale ;
- Informations relatives à l'avancée de la démarche sur le site internet de la CCB ;
- Organisation d'une réunion publique a minima ;
- Mise à disposition d'un registre dématérialisé et d'un registre papier (clôture 30 jours avant l'arrêt du règlement) pour recueillir les demandes d'observations ;
- Création d'une adresse mail spécifique (rlpi@ccb-blaye.com) pour recueillir les demandes et observations.

CONTEXTE DÉMOGRAPHIQUE

Pour définir les règles nationales applicables au territoire, **deux notions** sont à prendre en compte :

- Le nombre d'habitants au sein de chaque agglomération* ;
- L'appartenance ou non à une unité urbaine** de plus de 100 000 habitants.

Communauté de communes de Blaye :

- ✓ 20 communes ;
- ✓ Plus de 21 000 habitants ;
- ✓ Des agglomérations de moins de 10 000 habitants ;
- ✓ Aucune unité urbaine de plus de 100 000 habitants.



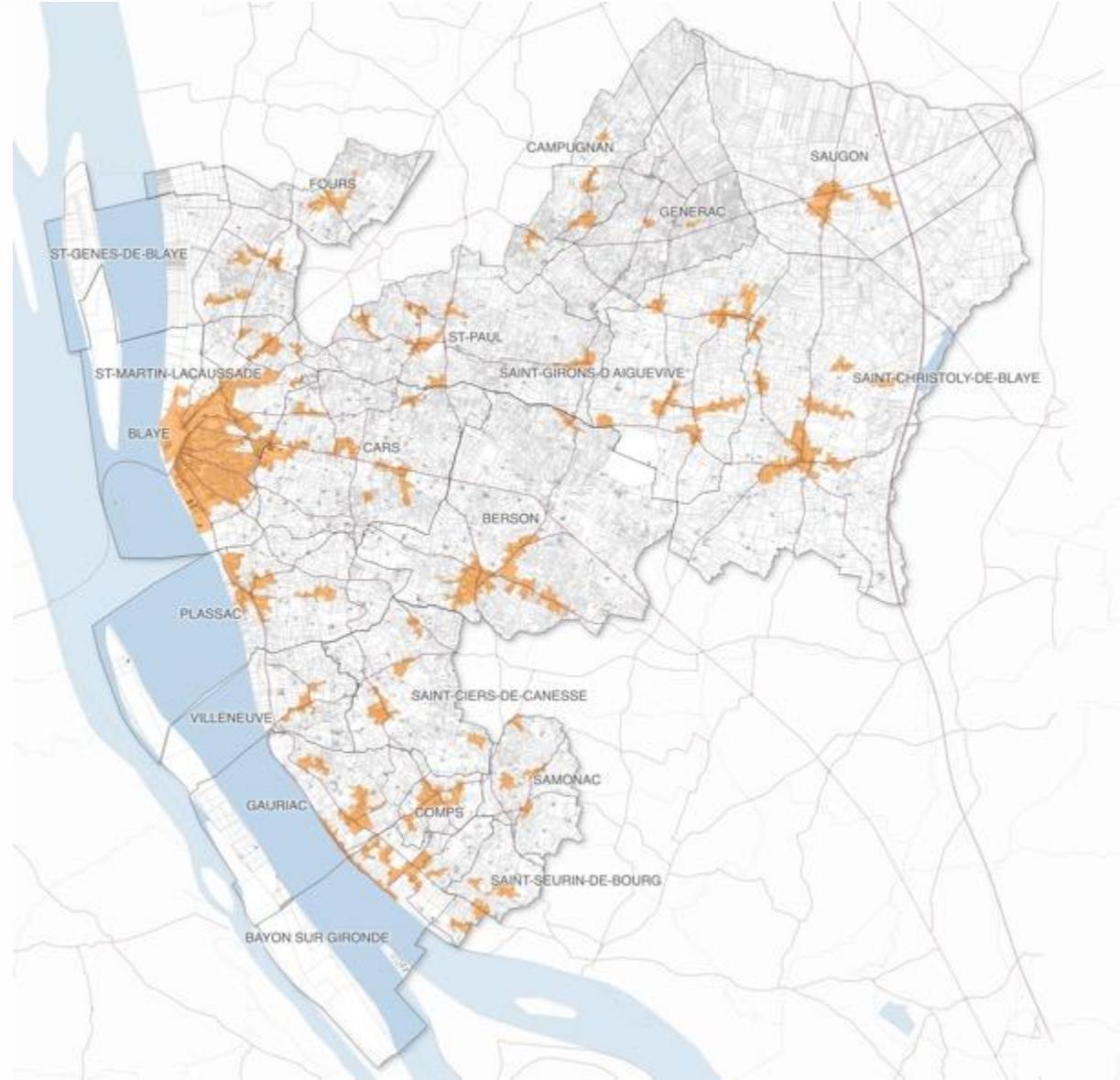
* Agglomération (définition du code de la route) :

Espace sur lequel sont groupés des bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

** Unité urbaine (définition Insee) :

Une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de deux cents mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants (la délimitation des unités urbaines est opérée par l'Insee).

CONTEXTE DÉMOGRAPHIQUE



FORMATS AUTORISÉS

| | Agglomération de - de 10 000 habitants hors d'une unité urbaine de + de 100 000 habitants | Agglomération de - de 10 000 habitants dans une unité urbaine de + de 100 000 habitants | Agglomération de + de 10 000 habitants |
|--|---|---|---|
| Publicité sur un mur ou une clôture | surface $\leq 4,7 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ | surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$ | surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$ |
| Publicité scellée / installée sur le sol | INTERDIT | surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ | surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ |
| Bâches publicitaires / dispositifs de dimensions exceptionnelles | INTERDIT | INTERDIT | AUTORISÉES |
| Publicité lumineuse | surface $\leq 4,7 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ | Règles de la publicité non lumineuse | Règles de la publicité non lumineuse |
| Publicité numérique | INTERDIT | surface $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ | surface $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ |
| Enseigne scellée / installée sur le sol | surface $\leq 6 \text{ m}^2$ | surface $\leq 6 \text{ m}^2$ | surface $\leq 12 \text{ m}^2$ |

INTERDICTIONS ABSOLUES DE PUBLICITÉ



Publicités et préenseignes interdites hors agglomération

Exceptions : les préenseignes dérogatoires (art. L.581-19 C. env.), à savoir :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- A titre temporaire, des opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Produits du terroir : Expression désignant les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit. *

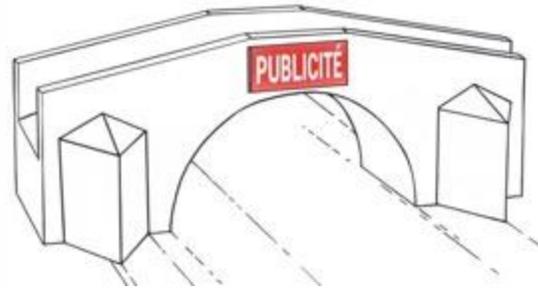


Préenseigne dérogatoire d'activité de vente de produit du terroir
(Vente de Côtes de Bordeaux – Périmètre AOC)

INTERDICTIONS ABSOLUES DE PUBLICITÉ



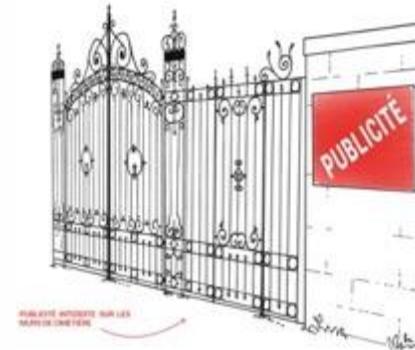
publicité (ou préenseigne)
sur un mur ou une clôture de
jardins publics et clôture non-
aveugle



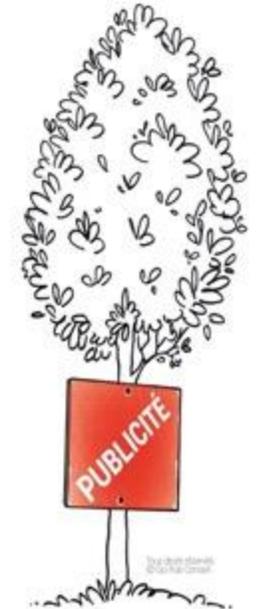
sur les équipements publics
relatifs à la circulation



sur les poteaux
de transport et de
distribution
d'électricité



sur les murs
de cimetières



sur les arbres
et plantations

INTERDICTIONS ABSOLUES ET RELATIVES DE PUBLICITÉ

Interdictions absolues :

- sur les 16 monuments historiques classés ou inscrits du territoire ;
- dans le parc naturel marin de l'estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis qui couvre les communes de Bayon-sur-Gironde, Blaye, Fours, Gauriac, Plassac, Saint-Genès-de-Blaye, Villeneuve.

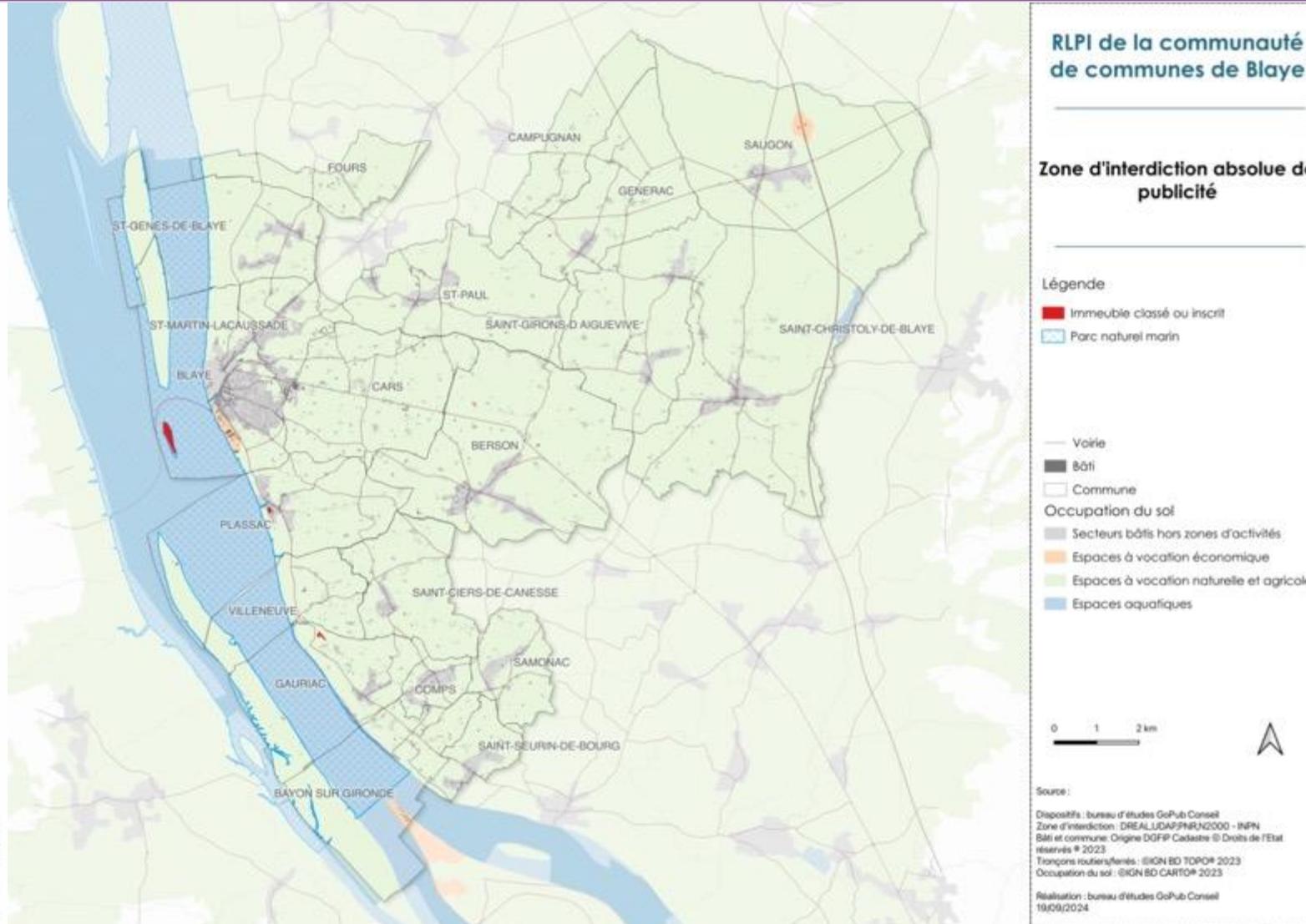
Interdictions relatives :

- dans le site patrimonial remarquable (SPR) de Blaye ;
- aux abords des 16 monuments historiques classés ou inscrits (périmètres de 500m ou PDA) (s'ajoute à ces périmètres : le domaine de Valette et le Moulin à vent de la Garde de Roland sur les communes de Mazon et Saint-Seurin-de-Cursac) ;
- dans le site inscrit « Corniche de la Gironde » ;
- dans les zones Natura 2000 du territoire :
 - Estuaire de la Gironde : Marais du Blayais (Blaye, Fours, Saint-Genès-de-Blaye) ;
 - Estuaire de la Gironde (Bayon-sur-Gironde, Blaye, Gauriac, Plassac, Saint-Genès-de-Blaye, Villeneuve) ;
 - La Dordogne (Saint-Seurin-de-Bourg) ;
 - La Garonne (Bayon-sur-Gironde) ;
 - Vallée et palus du Moron (Saint-Christoly-de-Blaye) ;
 - Etc.

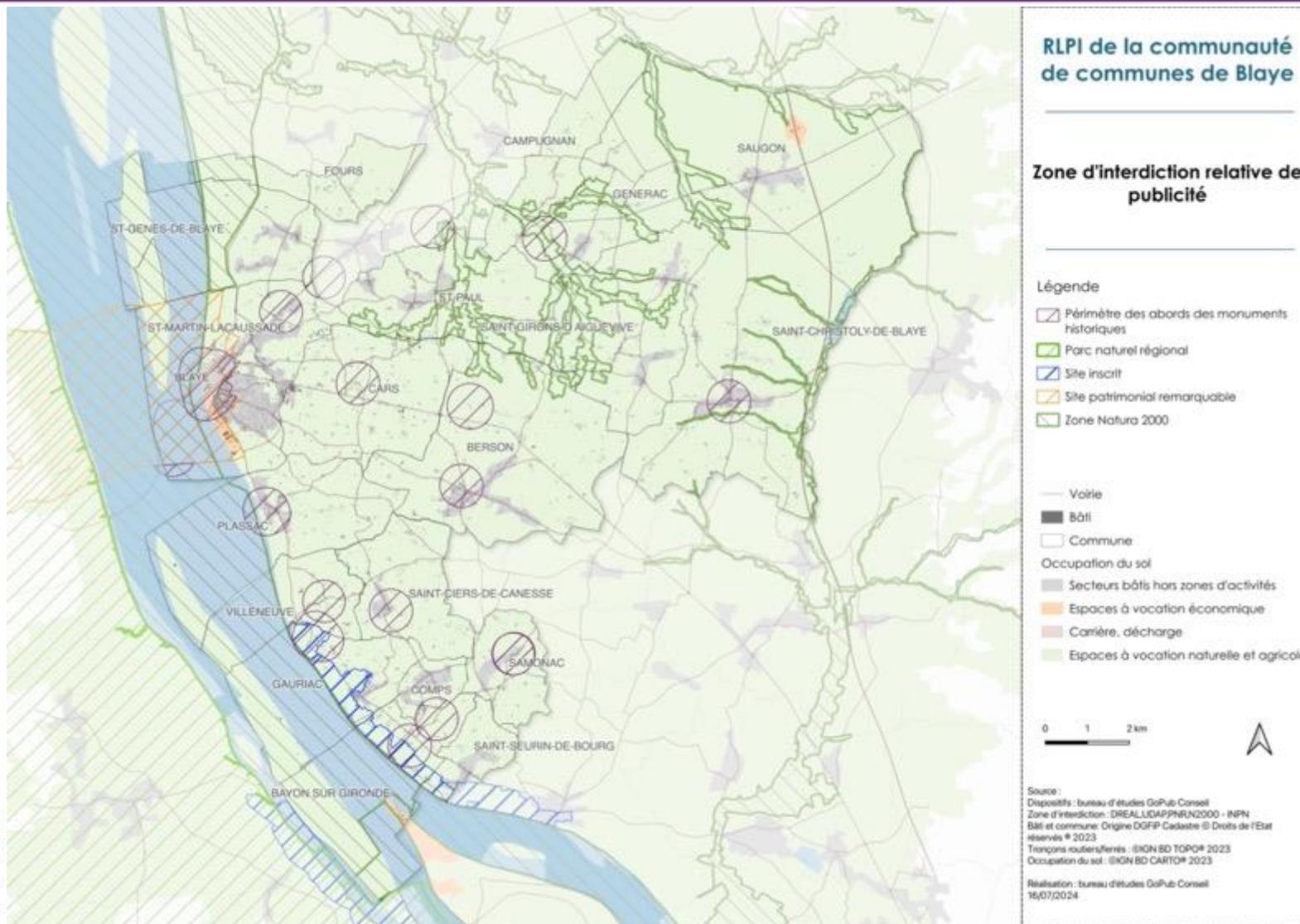


Contrairement aux interdictions absolues de publicités, les interdictions relatives peuvent être levées via l'élaboration ou la révision d'un RLP(I).

INTERDICTIONS ABSOLUES ET RELATIVES DE PUBLICITÉ



INTERDICTIONS ABSOLUES ET RELATIVES DE PUBLICITÉ*



IMPACTS DU RLPI – DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ



| | Infraction au Code de l'environnement | Infraction au RLPI |
|---|---------------------------------------|--|
| Publicités, préenseignes et supports lumineux en vitrines | Mise en conformité sans délai | Mise en conformité dans un délai de 2 ans à compter de l'approbation du RLPI |
| Enseignes | | Mise en conformité dans un délai de 6 ans à compter de l'approbation du RLPI |

Application du RLPI dès son approbation pour les demandes d'autorisations préalables (enseignes) et déclarations préalables (publicités et préenseignes).

Le sursis à statuer n'est pas possible dans le cadre de l'élaboration d'un RLPI.

IMPACTS DU RLPI – TAXE LOCALE SUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE (TLPE)



Dans le cas où l'une des communes appliquent la TLPE, le RLPI aura une incidence sur la conformité des supports et donc leur :

- Suppression avec une incidence sur la recette TLPE ;
- Modification avec (réduction du format, de la hauteur etc.) ou sans incidence (remplacement d'un support pour mise à jour, etc.) sur la recette de la TLPE.

Cet impact sur les recettes est différé dans le temps en fonction des délais de mise en conformité évoqués ci-avant :

- Sans délai (infraction au Code de l'environnement) ;
- Sous 2 ans (publicités / préenseignes si infraction au RLPI) ;
- Sous 6 ans (enseignes si infraction au RLPI).

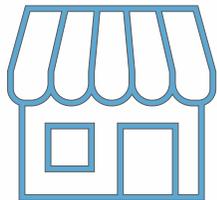
L'impact (à la baisse) sur les recettes est compensé partiellement par :

- L'indexation des tarifs qui se fait annuellement ;
- Les nouvelles installations sur le territoire ;
- Etc.

Synthèse du diagnostic Publicités et préenseignes



LES CHIFFRES CLÉS – DIAGNOSTIC



259
activités



379
supports

Répartis de la manière suivante :

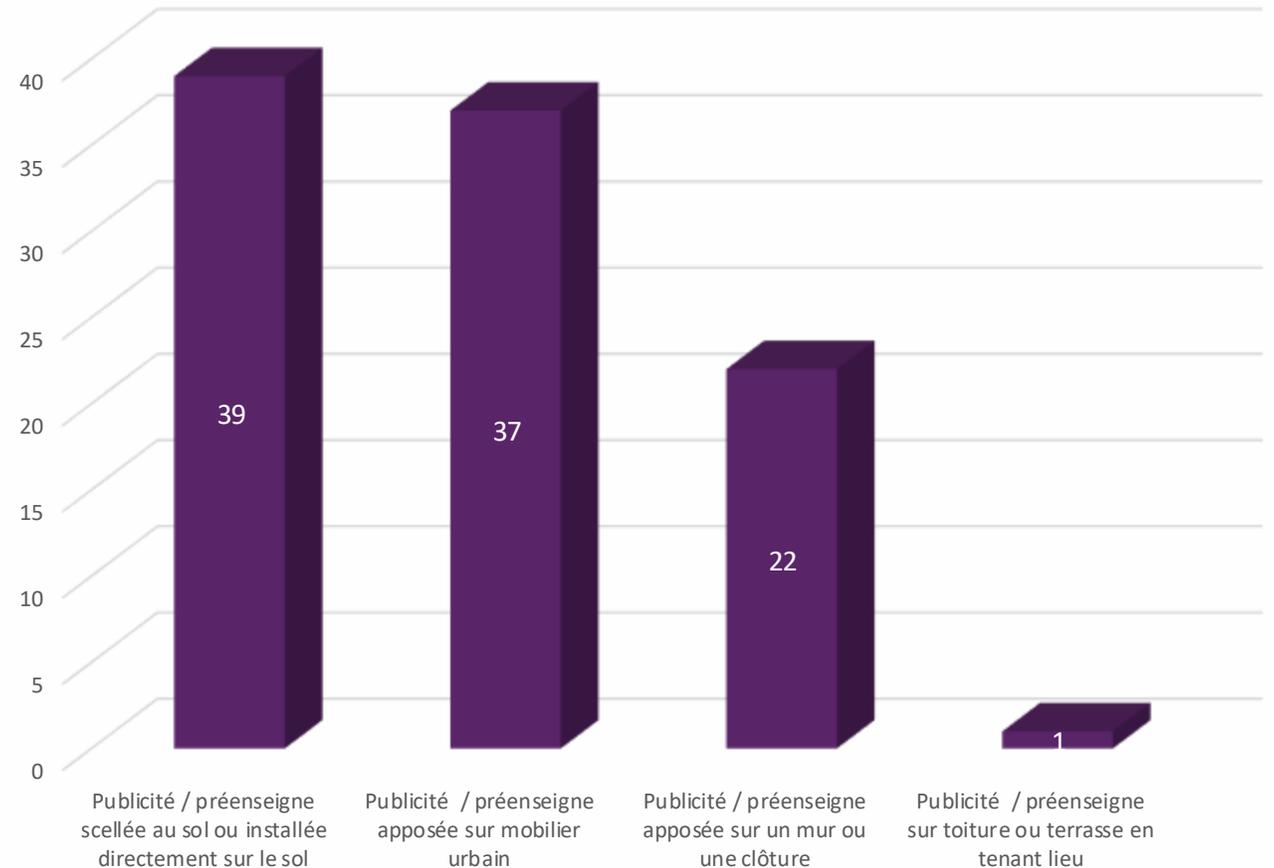
- ✓ 73% d'enseignes (280) ;
- ✓ 26% de publicités / préenseignes (99).

LES CHIFFRES CLÉS – PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

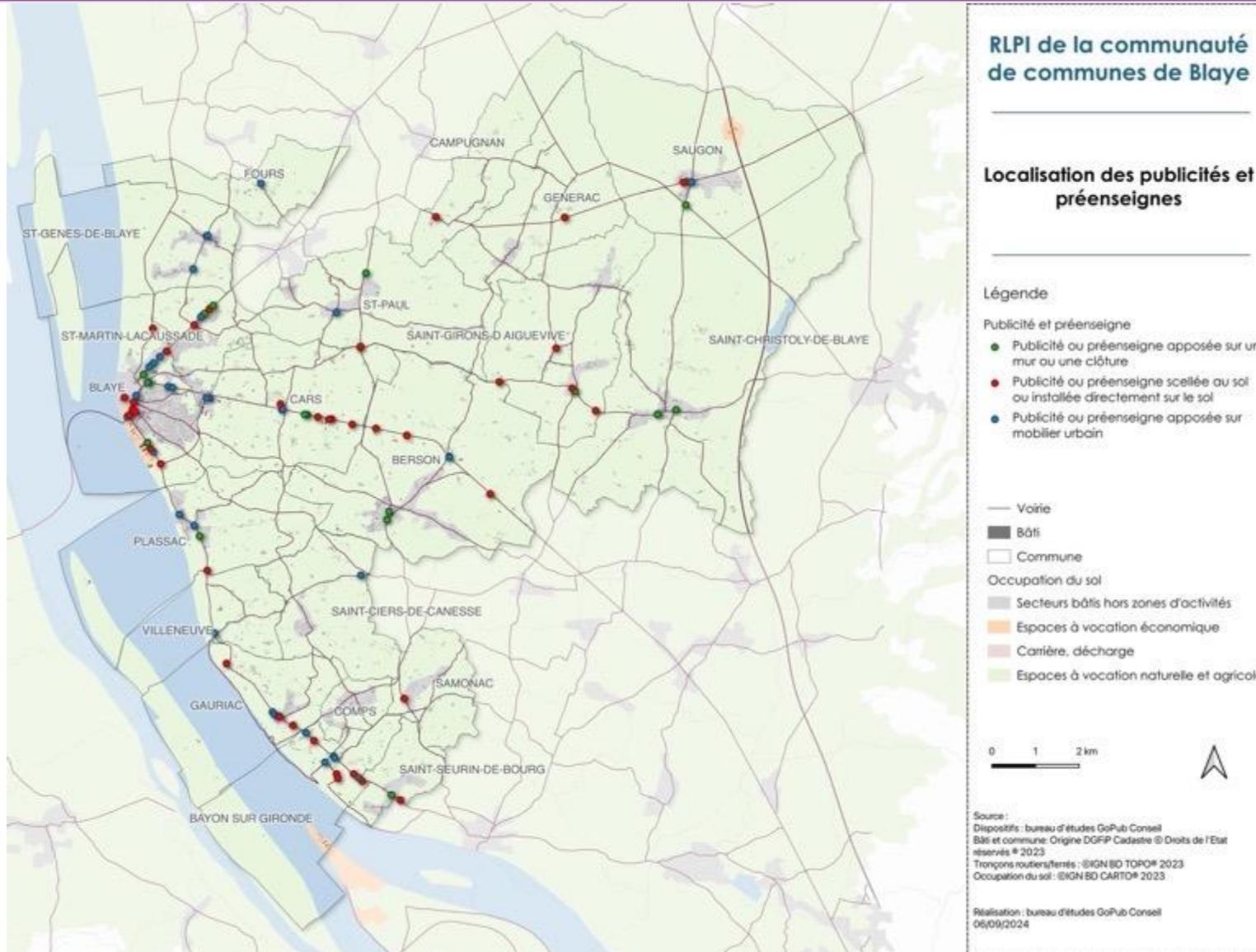
Environ 40 supports sont exploités par des professionnels de l'affichage (ex : CDA publimédia,), les autres exploités directement par les annonceurs.

Sur les 40 supports exploités par des professionnels de l'affichage, 37 sont des mobiliers urbains.

Répartition des publicités et préenseignes par typologie



LES CHIFFRES CLÉS – PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

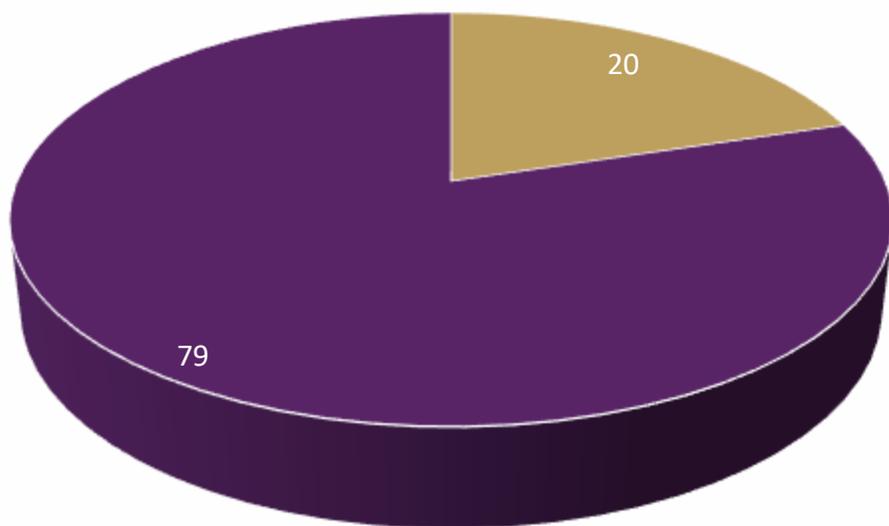


Les publicités et préenseignes sont installées principalement sur les axes traversants le territoire : la RD137 permettant de rejoindre l'A10, la RD669 qui longe l'estuaire de la Gironde.

LES CHIFFRES CLÉS – PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

Environ 80% des supports publicitaires sont en infraction à la réglementation nationale.

Conformité des publicités et préenseignes au Code de l'environnement



■ Conformes ■ Non-conformes

Les principales infractions :

- Installation de support dans un espace patrimonial : **env. 50 supports** ;
- Présence de publicités / préenseignes scellées ou installées directement sur le sol : **env. 40 supports** ;
- Installation de support hors agglomération : **près de 30 supports.**

LES CHIFFRES CLÉS – PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES SCELLÉES OU INSTALLÉES SUR LE SOL



Remarques :

- Aucun de ces supports n'est autorisé sur l'intercommunalité du fait de la réglementation nationale ;
- Plus de 70 % des supports n'excèdent pas 2 m² malgré la présence de rares supports grand format sur le pôle urbain (jusqu'à plus de 12 m²) ;
- Concentration des supports en entrée de ville et sur les axes traversant du territoire. Cette accumulation peut dégrader les paysages, la lisibilité des messages et l'image des communes.

Enjeux :

- Faire appliquer la réglementation nationale.

LES CHIFFRES CLÉS – PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES SUR MUR OU CLÔTURE



Remarques :

- Part équivalente de supports muraux et scellés au sol sur le territoire.
- 80% des supports ont un format inférieur à 4,7 m² (conforme aux dispositions nationales applicables à la CCB) malgré quelques supports de grand format (+ de 12 m²) ;
- Quasi-absence de publicité sur clôture sur le territoire ;

Enjeux :

- Faire appliquer la réglementation nationale.

LES CHIFFRES CLÉS – LA DENSITÉ DES PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES



Remarques :

- Pas de non-conformité liée à un non-respect des règles de densité nationale.
- Présence de doublons sur mur et surenchère de dispositifs scellés au sol sur des axes / carrefours stratégiques du territoire.



Concentration de publicités et préenseignes (Berson, Plassac et Blaye)

LES CHIFFRES CLÉS – PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES SUR MOBILIER URBAIN



Abris-bus exploités par le département (Villeneuve et Saint-Ciers-de-Canesse)



« Sucettes » à Blaye dont une installée en SPR (celle de droite).

Remarques :

- Présence uniquement de petits formats : 2 m² maximum ;
- Impact paysager limité car implantation faite au regard des besoins des administrés malgré les supports de grands formats ;
- Certains abris-bus exploités par le Département et ne diffusant que de l'information générale ou locale (attention à la porosité de la définition de ce qu'est une « information générale ou locale » pour ce type de support).

Enjeux :

- Eventuellement déroger limitativement à l'interdiction de publicité dans les différentes agglomérations pour permettre le maintien des supports de mobiliers urbains existants => Mission de service public rendu par ces supports.

LES CHIFFRES CLÉS – SUPPORTS LUMINEUX EN VITRINE



Support lumineux (numérique) installé en vitrine à Blaye.

Remarques :

- Présence de plus en plus importante sur le territoire national ;
- Impact paysager limité, car petit format, mais impact potentiellement important dû au caractère lumineux de ces supports et à leur nombre ;
- Nouvelle possibilité offerte par la loi Climat et Résilience d'encadrer ces supports.

Enjeux :

- Imposer une plage d'extinction nocturne et éventuellement encadrer le format de ces supports (a minima le format des supports numériques pour en limiter l'impact) et maîtriser leur expansion sur le territoire de la CCB.
- Les règles et travaux de réflexion sur les supports numériques (publicités, enseignes ou préenseignes) permettront d'alimenter la trame noire en cours d'élaboration via le PLUi-H.

Synthèse du diagnostic Enseignes

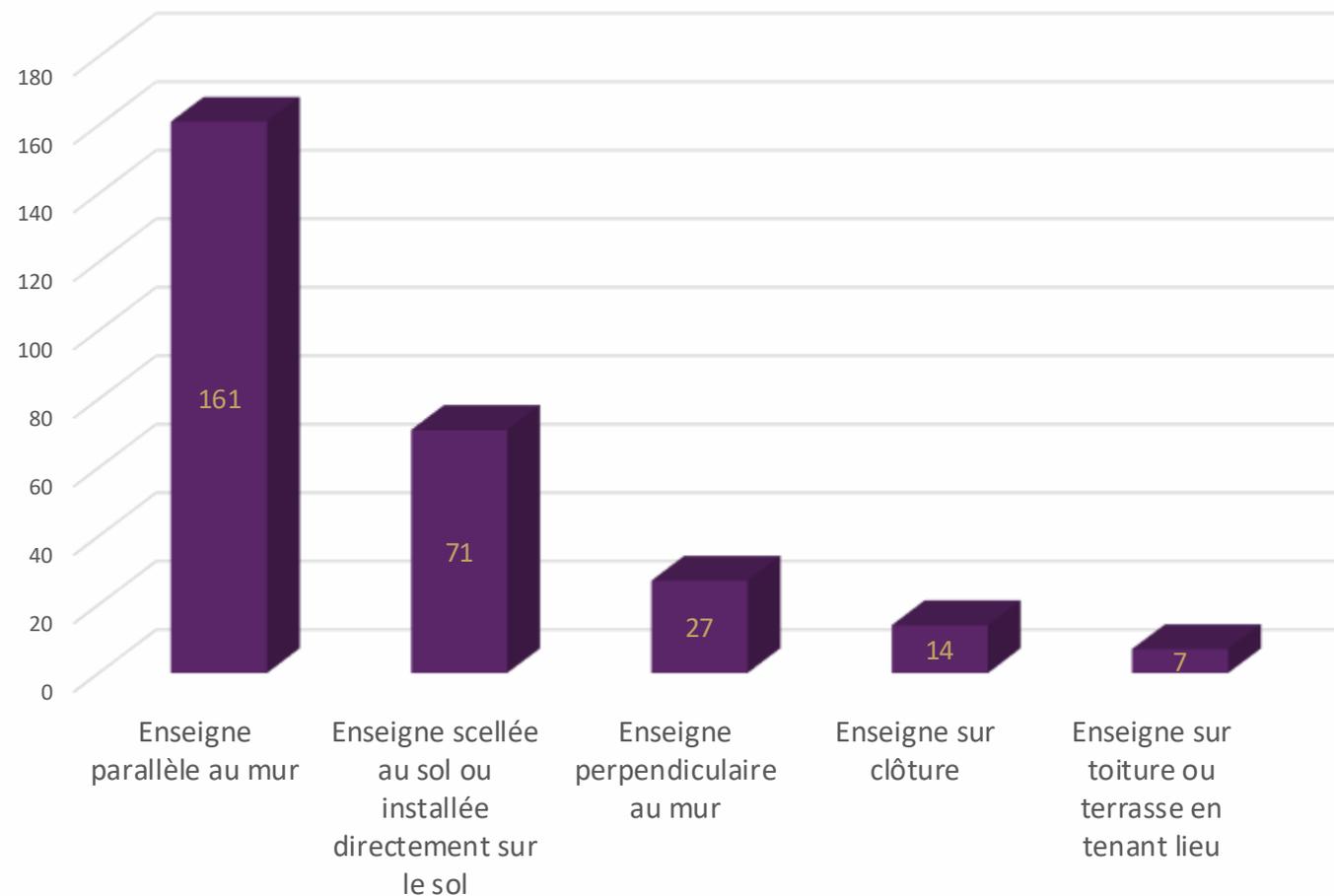


LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES

280
enseignes relevées



Répartition des enseignes par typologie



LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES

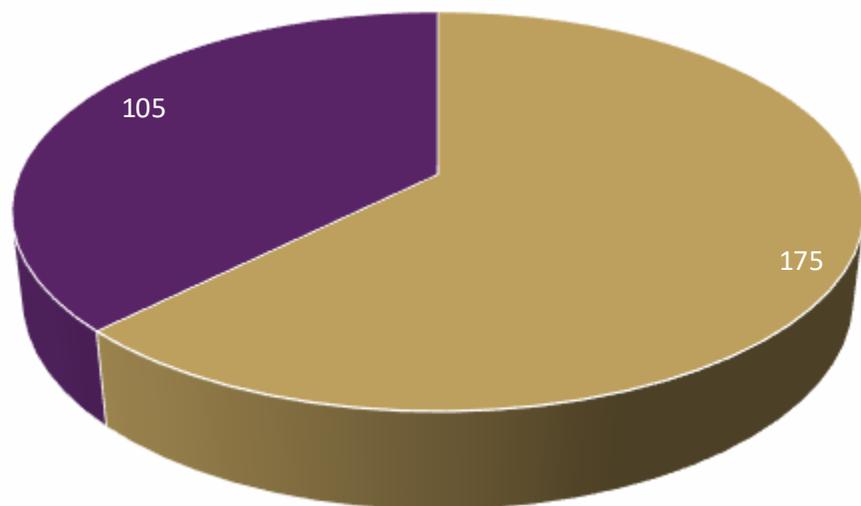
Une répartition des enseignes au niveau des lieux d'activité c'est-à-dire principalement les zones d'activités et les centres-villes / centres-bourgs.



LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES

Environ 37% des enseignes sont en infraction à la réglementation nationale.

Conformité des enseignes au Code de l'environnement



■ Conformes ■ Non-conformes

Les principales infractions relevées :

- des façades saturées d'enseigne (surface cumulée excédant 25% ou 15% de la façade) : **environ 50 supports** ;
- le surnombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol : **près de 30 supports** ;
- le non-respect des surfaces maximum prévues (6 m² ou 10,5 m²) pour les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol : **environ 30 supports**.

Certains supports font l'objet de plusieurs infractions. Il y a donc plus d'infractions que de supports en infraction.

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES PARALLÈLES AU MUR



Enseigne dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit (Saint-Martin-Lacaussade, Saint-Seurin-de-Bourg)



Façade saturée d'enseignes (saturation de l'information à Saint-Martin-Lacaussade et Blaye)

Remarques :

- Faire respecter la réglementation nationale ;
- L'infraction la plus répandue du territoire est celle concernant la surface cumulée des enseignes par façade.

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES PARALLÈLES AU MUR



Enseignes parallèles au mur bien intégrées au bâti et participant à la valorisation des cœurs de ville (Plassac et Blaye)

Enjeux :

- Possibilité de maintenir voire renforcer la qualité des enseignes en cœur de ville en s'inspirant des prescriptions de l'ABF dans les espaces patrimoniaux retranscrites en tout ou partie dans le RLPi ;
- Garantir, avec le RLPi, le maintien de la qualité des enseignes dans la citadelle de Blaye.

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES PERPENDICULAIRES AU MUR



Privilégier le regroupement des enseignes perpendiculaires sur un même support (presse / tabac - Saint-Martin-Lacaussade, Berson et Blaye)



Enseignes perpendiculaires en étage avec activité en rez-de-chaussée (Blaye)

Remarques :

- Surnombre d'enseignes perpendiculaires au mur principalement pour certaines activités (hors tabac / presse) ;
- Installation fréquente des enseignes perpendiculaire au mur en étage alors que l'activité s'exerce en rez-de-chaussée. Ces installations impactent les lignes architecturales du bâti.

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES PERPENDICULAIRES AU MUR



Privilégier l'insertion des enseignes dans l'alignement de l'enseigne parallèle au mur principale (Blaye).

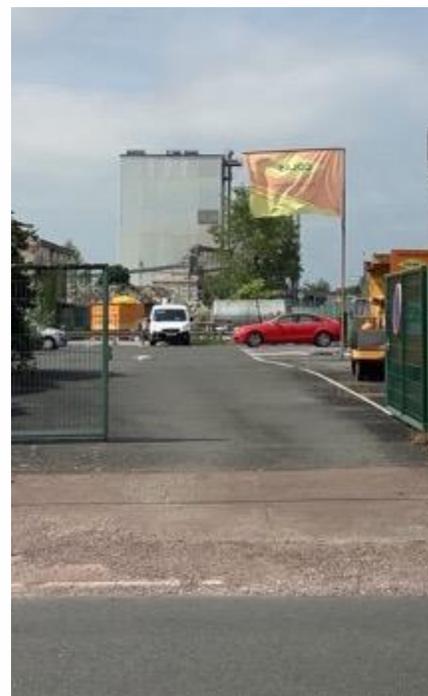


Favoriser les enseignes avec fer forgé dans les secteurs patrimoniaux (Blaye).

Enjeux :

- Possibilité de maintenir voire améliorer la qualité des enseignes dans les centres-bourgs et centres-villes notamment dans les espaces patrimoniaux en s'appuyant sur les prescriptions ABF. Leviers possibles : Encadrer le format, le nombre ou encore l'implantation de ces supports.

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES SCELLÉES / INSTALLÉES SUR LE SOL



Enseignes scellées / installées directement sur le sol de plus d'1 m²
: totem, panneau (Blaye et Saint-Martin-Lacaussade)

Enseignes scellées / installées directement sur le sol de moins d'1 m² : mâts, drapeau et porte-menu
(Gauriac et Blaye)

Remarques :



- Grande diversité de typologies et de caractéristiques, mais un impact visuel parfois similaire aux publicités de même type ;
- Infractions les plus importantes : non-respect des limitations en nombre et surface ;
- Tenir compte des enseignes inf. ou égales à 1 m², notamment en centre-ville, aujourd'hui non encadrées par le code de l'environnement.

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES SCELLÉES / INSTALLÉES SUR LE SOL



Enseignes ne respectant pas la limitation de nombre et / ou de format supérieur à 6 m² (Blaye, Saint-Martin-Lacaussade et Cars)

Enjeux :

- Possibilité de limiter l'impact de ces enseignes en encadrant : leur nombre, leur format et éventuellement sectoriser leur implantation. Des harmonisations de traitement sont également possibles entre enseigne et publicité.

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES SCELLÉES / INSTALLÉES SUR LE SOL



Enseignes scellées ou installées sur le sol de petit format (Blaye et Saint-Paul).

Attention, les supports installés sur le domaine public sont considérés comme des publicités ou des préenseignes. Seuls sont qualifiés d'enseignes, les supports disposant d'une autorisation d'occupation du domaine public (Blaye et Berson)



Enjeux :

- Envisager la mise en place d'une réglementation adaptée aux enseignes de petit format, aujourd'hui non encadrées par le code de l'environnement.

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES SUR CLÔTURE



Enseigne sur clôture aveugle et non-aveugle (redondance du message avec l'enseigne en façade – Berson et Blaye).



Enseignes sur clôture permettant de signaler l'activité (Bayon-sur-Gironde et Villeneuve).



Remarques :

- Aucune règle nationale dans le Code de l'environnement ;
- Dissémination de ces enseignes sur tout le territoire avec un intérêt variable : Elles véhiculent parfois un message redondant du message vis-à-vis des messages déjà véhiculés par les enseignes en façades. Elles peuvent également être une alternative à l'utilisation des enseignes en façade de se signaler pour certaines activités notamment dans les espaces naturels.



Enjeux :

- Possibilité de limiter l'impact de ces enseignes en encadrant : leur nombre, leur format et éventuellement sectoriser leur implantation en s'appuyant sur le relevé terrain pour définir une surface appropriée (éventuellement variable selon les secteurs).

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES SUR TOITURE



Remarques :

- La totalité des supports identifiés en infraction avec les règles nationales ;
- Il est souvent possible de transformer une enseigne sur toiture en enseigne en façade sans nuire à la visibilité et lisibilité du message de l'activité.

Enjeux :

- Possibilité de limiter l'impact de ces enseignes en encadrant : leur nombre, leur format et éventuellement de sectoriser leur implantation.

LES CHIFFRES CLÉS – ENSEIGNES TEMPORAIRES



Enseignes temporaires installées sur le sol et enseigne temporaire sur clôture (Saint-Martin-Lacaussade)

Remarques :

- Quelques supports identifiés avec un nombre et / ou un format important.
- Enseignes temporaires pour signaler des opérations / manifestations de moins de 3 mois.

Enjeux :

- Possibilité de limiter l'impact de ces enseignes en encadrant : leur nombre, leur format en les calquant éventuellement sur les dispositions applicables aux enseignes permanentes.

Objectifs et orientations



DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION DU RLPI DU 6 MARS 2024

► Objectifs poursuivis :

- Réguler l'implantation et le développement des dispositifs publicitaires ;
- Protéger le cadre de vie et lutter contre la pollution visuelle ;
- Proposer un traitement cohérent des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire à travers une approche différenciée des espaces et une adaptation des règles nationales ;
- Considérer les besoins et les intérêts des habitants, ainsi que les besoins de communication extérieure des acteurs économiques, institutionnels, culturels et touristiques locaux ;
- Assurer un équilibre entre droit à l'expression, diffusion d'information et protection du cadre de vie ;
- Prendre en compte l'évolution des technologies et les impératifs de sobriété écologique/énergétique.



PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES



1. Déroger à l'interdiction de publicité en autorisant certaines publicités de manière limitative dans quelques secteurs du territoire visés au Code de l'environnement (article L.581-8 du Code de l'environnement) pour préserver les espaces patrimoniaux tout en permettant une information locale suffisante.
2. Adapter la densité des dispositifs publicitaires et éventuellement leur format sur le territoire de la communauté de communes de Blaye afin d'être en accord avec la réalité du territoire et favoriser une meilleure intégration des publicités et préenseignes dans le paysage.



Faire respecter la réglementation nationale



Eviter les phénomènes de doublons des supports sur mur



Tenir compte du caractère spécial du mobilier urbain supportant de la publicité comme réponse à un besoin des administrés en l'autorisant dans les espaces patrimoniaux (Blaye en SPR et Gauriac en site inscrit).



PROPOSITION D'ORIENTATIONS MIXTES (PUBLICITÉS, ENSEIGNES ET PRÉENSEIGNES)



1. Réglementer localement les supports lumineux (publicités, enseignes et préenseignes) et proposer une plage d'extinction nocturne renforcée pour limiter l'impact de ces dispositifs (y compris numériques et /ou installés à l'intérieur des vitrines) sur le territoire tout en permettant leur utilisation avec parcimonie.



Support lumineux (numérique) installé en vitrine à Blaye.



Enseignes numériques



Enseigne éclairée par projection

PROPOSITION D'ORIENTATIONS ENSEIGNES

1. Limiter voire interdire l'utilisation de certaines enseignes (sur auvents, sur toiture, etc.) pour privilégier des installations en façade moins impactantes en termes d'intégration paysagère, notamment dans les espaces patrimoniaux sensibles : Site Patrimonial Remarquable, périmètres aux abords des monuments classés ou inscrits et sites classés ou inscrits, etc.
2. Maintenir voire renforcer la qualité des enseignes en façade (parallèles et perpendiculaires) en limitant leur nombre, leur taille, leur saillie ou encore en posant des dispositions esthétiques de façon à privilégier une bonne lisibilité des activités signalées et assurer une meilleure intégration de ces enseignes en s'appuyant sur les pratiques (ex : prescriptions de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF)) et documents existants (ex : règlement de la citadelle de Blaye).



PROPOSITION D'ORIENTATIONS ENSEIGNES



1. Réduire l'impact des enseignes scellées ou installées directement sur le sol ayant un impact conséquent sur le paysage sans omettre d'encadrer les enseignes inférieures ou égales à 1 m² ne bénéficiant pas de dispositions nationales spécifiques ;
2. Encadrer l'utilisation des enseignes sur clôture en maîtrisant leur nombre et/ou leur format et/ou leur taille pour limiter l'impact de ces supports tout en prenant en compte leur importance pour certaines activités du territoire (ex: activités isolées, agricoles, viticoles).
3. Renforcer les règles concernant les enseignes temporaires pour en limiter l'impact négatif sur le paysage.



Enseignes scellées au sol de grand format



Enseignes installées sur le sol de petit format



Enseigne sur clôture

Calendrier RLPi



CALENDRIER - PLANNING DES RÉUNIONS*



- ✓ 16 septembre 2024 : Démarrage (visioconférence) ;
- ✓ 30 septembre 2024 : Présentation du diagnostic (visioconférence) ;
- ✓ 23 octobre 2024 : Présentation du diagnostic aux PPA ;
- 23 et 24 octobre 2024 : Présentation du diagnostic aux PPA et réunions thématiques avec les communes ;
- Entre novembre 2024 et février 2025 : débats sur les orientations en CM et en Conseil communautaire ;
- 4 novembre 2024 : COTECH n°1 de choix / zonage ;
- 9 décembre 2024 : COTECH n°2 de choix / zonage ;
- Janvier 2025 : COPIL de validation des choix / zonage ;
- Février 2025 : Rédaction et validation du RLPi rédigé par l'intercommunalité + Préparation du temps fort de la concertation ;
- Mars 2025 : Réunions de concertation (PPA, publique, professionnels et associations) ;
- Avril 2025 : Ajustements avant arrêt ;
- Mai 2025 : Arrêt en conseil communautaire.
- Juin – aout 2025 : Avis PPA et CDNPS (3 mois incompressibles) ;
- Septembre 2025 : Enquête publique ;
- Octobre 2025 : Rapport du commissaire enquêteur ;
- Novembre 2025 : Ajustements du RLPi ;
- Décembre 2025 : Approbation du RLPi en conseil communautaire.



UNE QUESTION ?

Julie Fauvel

06 75 89 18 37 • julie.fauvel@gopubconseil.fr

12 rue Henri Becquerel - PIBS - CP67

Immeuble Piren - 56000 Vannes

www.gopubconseil.fr

partenariats@gopubconseil.fr

02 49 49 03 00