



**ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL DE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES
PAYS FORT SANCERROIS VAL DE LOIRE**
Prescrite par délibération du 16 décembre 2021

PORTER A CONNAISSANCE de l'ÉTAT

Articles L.101-2, L.132-2 et R.132-1 du Code de l'urbanisme

SOMMAIRE

1 – Préambule.....	1
2 – Cadre réglementaire de la démarche règlement local de publicité (RLP).....	1
2.1 – Objet des RLP.....	1
2.2 - Les documents constitutifs du RLP.....	1
- Diagnostic.....	2
- Le rapport de présentation.....	2
- Le règlement et le document graphique.....	2
2.3 - Préalable à l'élaboration du règlement.....	2
- Limites d'agglomération.....	2
3 - Procédure d'élaboration ou de révision.....	3
3.1 - Procédure d'élaboration.....	3
3.2 - Concertation et association.....	4
- La concertation.....	4
- L'association et la consultation.....	4
3.3 - Le rôle du Porter à Connaissance.....	5
4 - La législation applicable en matière de publicité.....	7
4.1 - Rappels.....	7
- Code de l'environnement.....	7
- Code de la route.....	7
- Code général des collectivités territoriales	7
- Code de la voirie routière.....	7
- Arrêté du 15/01/2007 portant application des décrets n°2006-1657 et n°2006-1658 du 21/12/2006.....	7
- Code des transports.....	7
- Code de l'urbanisme.....	7
- Règlement de voirie départementale du 07 juin 1993.....	7
- Règlement départemental de Signalisation d'Information Locale d'avril 2019.....	7
- Code du patrimoine titre II du livre VI du Code du patrimoine (partie législative & partie réglementaire).....	7
4.2 - Adaptation des règles nationales aux centres commerciaux.....	7
4.3 - Établissement de règles plus restrictives que les règles nationales.....	8
4.4 - Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLP.....	8
- Sur les palissades de chantier.....	8
- Publicité effectuée en exécution d'une décision particulière.....	8
4.5 - Dispositions applicables à la publicité lumineuse.....	8

4.6 - L'affichage d'opinion et la publicité relative aux besoins des associations.....	9
5 - Situation de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » à l'égard de la publicité et des enseignes.....	9
5.1 - En fonction de la population.....	9
- Communes de plus de 10 000 habitants.....	12
- Communes de moins de 10 000 habitants.....	12
5.2 - Notion d'agglomération.....	12
5.3 – Enjeux patrimoniaux.....	13
- Les sites sensibles décrits à l'article L.581-4 du Code de l'environnement	13
- Les sites sensibles décrits à l'article L.581-8 du Code de l'environnement	13
Monuments historiques classés.....	13
Monuments historiques inscrits à l'inventaire.....	13
Sites classés.....	14
Sites inscrits.....	14
Abords de monuments historiques.....	14
Site patrimonial remarquable.....	14
- Dispositions relatives aux enseignes.....	14
- Enjeux du territoire concerné au titre du Code du patrimoine.....	15
Objectifs et enjeux généraux	15
- Projet sur le territoire de Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire	16
5.4 – Enjeux environnementaux.....	17
- Les sites classés et inscrits (loi du 2 mai 1930).....	17
- Le contexte.....	18
- Les principes à suivre.....	18
5.5 - Aires protégées au titre de la biodiversité.....	20
- Natura 2000.....	20
- Réserve Naturelle	20
- Arrêté préfectoral de Protection de biotope.....	21
5.6 - Recommandations eu égard aux plans de prévention.....	21
5.7 - Servitudes aéronautiques.....	22
5.8 - Servitudes d'utilité publique (SUP) à prendre en compte dans le RLPi.....	22
5.9 - Voies à grande circulation.....	22
- Le risque routier	22
- Enjeux du RLPi en matière de servitudes.....	23
5.10 - Voies navigables.....	24
- Souhait du service gestionnaire «Voies Navigables de France».....	24
- Servitudes d'utilité publique	24
5.11 - Adéquation avec les documents d'urbanisme sur le territoire de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire ».....	24
- Le Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT).....	24
- Le Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi).....	24
6 – La mise en œuvre du règlement local de publicité intercommunal.....	25

6.1 - Date d'application du règlement local de publicité.....	25
6.2 - Évolution du règlement local de publicité.....	25

1 – PRÉAMBULE

Afin de prendre en considération les évolutions de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire », tant sur le plan urbanistique que commercial ou démographique, le conseil communautaire a prescrit par délibération en date du 16 décembre 2021, l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) sur l'ensemble de son territoire.

La loi dite « Grenelle 2 » n° 2010-788 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement autorise l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme à élaborer un règlement local de publicité adaptant les dispositions prévues par le Code de l'environnement.

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification des règlements locaux de publicité, dans un souci de simplification et d'intégration de la publicité dans l'approche plus globale de l'aménagement de la ville, est calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme.

Un porter à connaissance, comportant l'essentiel des informations juridiques et techniques nécessaires à l'élaboration du règlement, doit donc être réalisé par les services de l'État, afin d'informer la Communauté de communes des réglementations existantes.

Les dispositions réglementaires suivantes sont à prendre en compte lors de la rédaction du règlement local de publicité qui adaptera, de façon plus restrictive aux circonstances locales, les règles du Code de l'environnement en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes ; les autres dispositions réglementaires en vigueur s'appliquant complémentirement à celles du RLPi.

Le décret en conseil d'État n° 2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 en matière de publicité. Les dispositions de ce décret sont entrées en vigueur le 1er juillet 2012, excepté les nouvelles règles des pré-enseignes dérogatoires entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

2 – CADRE RÉGLEMENTAIRE DE LA DÉMARCHE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP)

2.1 – OBJET DES RLP

Le règlement local de publicité est un document stratégique et opérationnel qui permet l'adaptation des règles du Code de l'Environnement (CE) en matière de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes de manière plus restrictive. C'est un document public faisant l'objet d'une concertation avec la population locale, et opposable aux tiers après enquête publique.

Le RLP permet l'adaptation des dispositions prévues à l'article L.581-9 du CE ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées à l'article R.581-66 et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8.

Il soumet la pose de toutes les enseignes à autorisation sur l'ensemble du territoire intercommunal.

Il ne peut interdire la publicité supportée sur les palissades de chantier, sauf lorsque celle-ci est installée dans les lieux visés aux 1° et 2° de l'article L.581-8 du CE.

2.2 - LES DOCUMENTS CONSTITUTIFS DU RLP

Le règlement local de publicité intercommunal, élaboré sur l'ensemble du territoire de la Communauté de communes, définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le décret en conseil d'État n° 2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour

l'environnement en matière de publicité. Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R.581-72 du CE).

- Diagnostic

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il convient d'établir un diagnostic des dispositifs existants, et en particulier de vérifier sur l'ensemble du territoire de la Communauté de communes si certains de ces dispositifs ne sont pas irréguliers par rapport aux règles nationales.

Ce diagnostic devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et pré-enseignes) et déterminer pour chacun d'eux si le dispositif devrait être maintenu, supprimé ou régularisé, et sous quel délai.

- Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur le diagnostic. Il définit les orientations et objectifs de la Communauté de communes en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (article R.581-73 du CE).

Le rapport de présentation doit permettre d'évaluer précisément la portée du règlement, en référence à l'état des lieux inclus dans le diagnostic et en comparaison des possibilités permises par les règles nationales en l'absence de RLP.

- Le règlement et le document graphique

Ces documents fixent les règles générales applicables aux publicités, aux pré-enseignes et aux enseignes sur tout le territoire communautaire.

Ceux-ci :

- délimitent les zones en fonction de leur intérêt paysager et/ou architectural ;
- délimitent, le cas échéant les lieux dans lesquels la publicité pourrait être réintroduite (possibilité accordée par l'article L.581-8 du CE) ;
- fixent les règles applicables aux publicités, aux pré-enseignes et aux enseignes à l'intérieur de chacune des zones.

2.3 - PRÉALABLE À L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT

- Limites d'agglomération

Les limites d'agglomération ayant des effets déterminant en matière de publicité, il est impératif de procéder à l'analyse du positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, et à la rectification de celui-ci le cas échéant. Les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire, en application de l'article R.411-2 du Code de la route.

L'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui la traverse ou qui la borde (article R.110-2 du Code de la route).

En pratique, c'est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, situés de part et d'autre d'une voie.

Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération doivent être annexés au règlement local de publicité (article R.581-78 du CE).

3 - PROCÉDURE D'ÉLABORATION OU DE RÉVISION

La procédure d'élaboration ou de révision d'un RLPi est conduite à l'initiative et sous la responsabilité de l'Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme et document d'urbanisme en tenant lieu et Carte Communale.

Les étapes de la procédure sont précisées aux articles L.153-1, L.153-2 et L.153-11 et suivants du Code de l'urbanisme.

3.1 - PROCÉDURE D'ÉLABORATION

En application de l'article L.581-14-1 du Code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies aux articles L.153-1 et suivants, R.153-1 et suivants du Code de l'urbanisme (CU). Il n'existe pas de procédure de modification simplifiée pour les RLP.

Le conseil de la Communauté de communes arrête les modalités de collaboration intercommunale après avoir réuni une conférence intercommunale rassemblant à l'initiative de son président, l'ensemble des maires des communes membres (article L.153-8 du CU).

La délibération qui prescrit l'élaboration du règlement local de publicité en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation. Cette délibération est notifiée :

- au préfet
- au président du conseil départemental,
- au président de l'établissement public compétent en matière de SCoT,
- au président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- au président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat,
- à la chambre de commerce et d'industrie,
- à la chambre des métiers,
- à la chambre d'agriculture.

La délibération qui prescrit l'élaboration ou la révision du règlement local de publicité et définit les modalités de la concertation est affichée pendant un mois au siège de la Communauté de communes et dans toutes les mairies de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire ». Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

Le président de la Communauté de communes conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal. A son initiative, ou à la demande du préfet, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité intercommunal. Les personnes publiques associées, les présidents des établissements publics voisins, les maires des communes voisines, le président de l'établissement public compétent en matière de SCoT sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité.

Le président de la Communauté de communes peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacement.

Le conseil communautaire tire le bilan de la concertation et arrête le projet de règlement local de publicité intercommunal.

Celui-ci est alors soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration, à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) réunie dans sa

formation dite « de la publicité » ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés.

Ces personnes et cette commission donnent un avis dans les limites de leurs compétences propres, au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement ; à défaut, ces avis sont réputés favorables.

Le projet de règlement local de publicité est soumis à enquête publique comprenant en annexe, les avis des personnes publiques consultées.

Après enquête publique, le règlement local de publicité intercommunal, éventuellement modifié, est approuvé par délibération du conseil de la Communauté de communes. La délibération qui approuve, modifie, révisé ou abroge un règlement local de publicité, est affichée pendant un mois à la Communauté de communes et dans les mairies de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire ». Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité intercommunal et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme intercommunal peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.

3.2 - CONCERTATION ET ASSOCIATION

- La concertation

La concertation a pour vocation de favoriser le débat public en informant et en recueillant l'avis de tous au stade des études. Elle doit permettre aux décideurs de fixer à terme et à bon escient les principales orientations du RLP.

Conformément aux articles L.103-2 et L.300-2 du Code de l'Urbanisme, le conseil de la Communauté de communes est tenu d'organiser la concertation en continu tout au long de la phase d'élaboration du projet de RLPi. Cette concertation doit associer obligatoirement les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées.

Si le conseil de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » est libre de choisir les modalités de la concertation selon le Code de l'urbanisme, il doit cependant proportionner à l'importance du projet et à la population concernée. Les modalités peuvent prendre la forme d'une ou plusieurs réunions publiques, d'informations dans des bulletins ou journaux municipaux, dans la presse, en mairie, sur des sites internet.

On notera que la concertation se démarque de l'enquête publique, qui n'offre une possibilité d'expression qu'après l'arrêt du projet.

La concertation est encadrée par deux délibérations : l'une fixant les modalités de la concertation, l'autre en tirant le bilan. Conformément à l'article L.300-2 du Code de l'urbanisme, les modalités définies dans la première délibération devront être respectées au cours de l'élaboration, sous peine de fragiliser l'ensemble de la procédure.

- L'association et la consultation

L'association et les consultations prévues par le Code de l'urbanisme durant la phase d'élaboration du projet visent à faciliter le dialogue et la concertation entre la Communauté de communes, les « personnes publiques » et certains acteurs.

- *Les « personnes publiques associées »*

Ces acteurs ont un statut particulier au cours de l'association. Les Personnes Publiques Associées (PPA) reçoivent la notification de la première délibération prescrivant l'élaboration du RLPi et le projet arrêté pour avis. Leur avis est annexé au dossier soumis à enquête publique.

Les PPA sont l'État (le Préfet associe et relaie l'ensemble des services déconcentrés de l'État), le Conseil régional, le Conseil départemental, les autorités organisatrices des transports urbains dans les périmètres des transports urbains (article L.1231-1 du Code des transports), l'EPCI compétent en matière de programme local de l'habitat, l'établissement public chargé de l'élaboration, de la gestion et de l'approbation du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT), les Chambres consulaires, les EPCI concernés et limitrophes.

- *Les « consultations et le recueil des avis à leur demande »*

Au cours de l'élaboration du projet de RLPi ou lorsque le projet est arrêté, la Communauté de communes est tenue de consulter et de recueillir l'avis d'autres « personnes publiques » ou associations si elles en font la demande. Il s'agit des EPCI voisins, des associations locales d'usagers agréées et autres associations agréées de protection de l'environnement (L.141-1 du Code de l'environnement), des communes voisines, des EPCI directement intéressés et des communes limitrophes.

Le président de la Communauté de communes peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

3.3 - LE RÔLE DU PORTER À CONNAISSANCE

Selon les termes de la loi (article L.132-2 du Code de l'urbanisme), le Porter à Connaissance (PàC) constitue l'acte par lequel le Préfet porte à la connaissance de la collectivité les informations nécessaires à l'exercice de ses compétences en matière d'urbanisme et par extension en matière de préservation du cadre de vie par la réglementation sur la publicité.

Conformément à l'article R.132-1 du Code de l'urbanisme (CU), le PàC rassemble et met en évidence les informations techniques et juridiques connues des services de l'État intéressant le territoire concerné. Il s'agit d'une opération d'information à caractère continu qui peut être enrichie à tout moment par de nouveaux éléments.

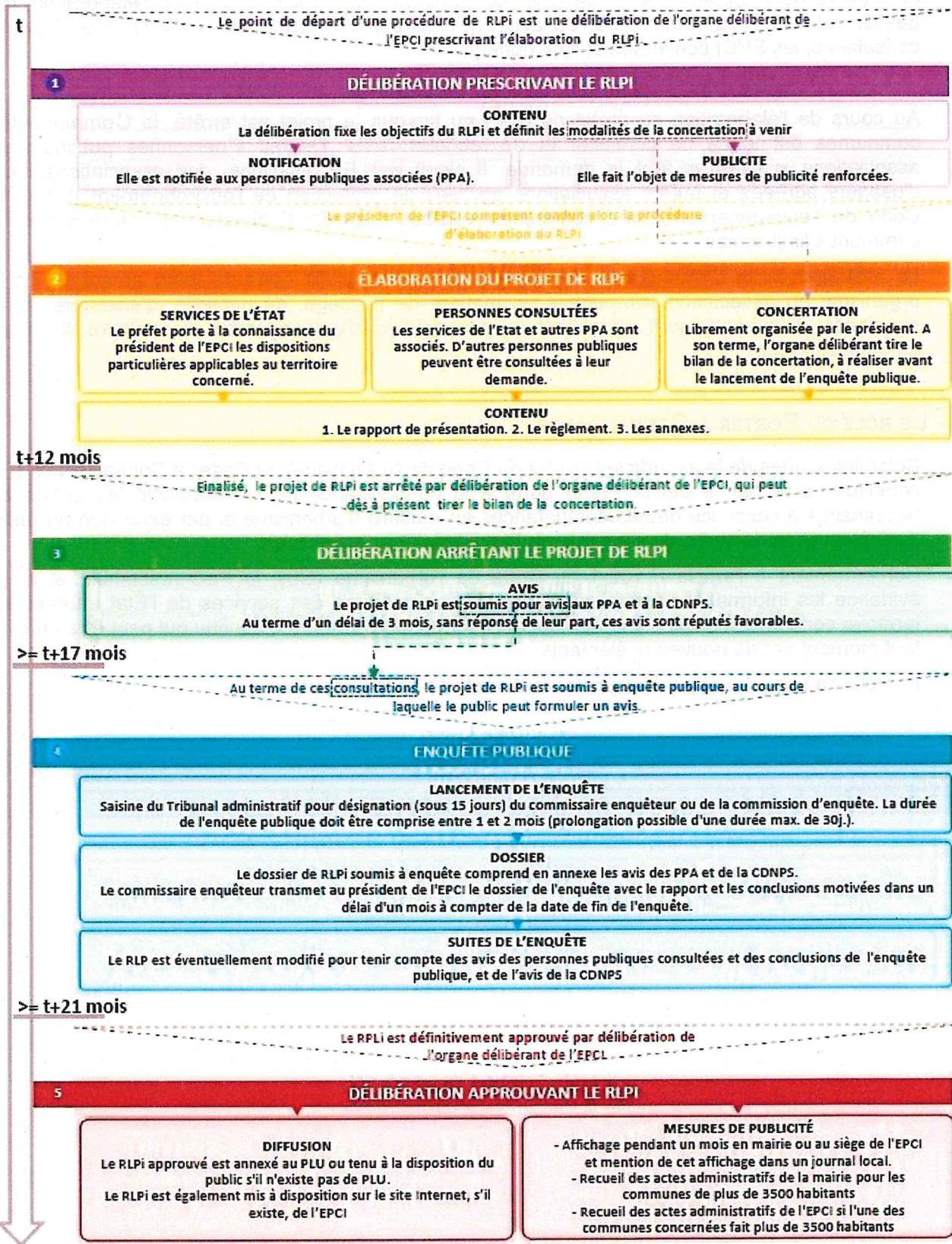
Le PàC n'a pas pour objet de rappeler l'exhaustivité de la législation.

Le PàC doit être tenu à la disposition du public et peut être en tout ou partie annexé au dossier d'enquête publique.

Schéma de la procédure d'élaboration d'un RLPi



Délais indicatifs



4 - LA LÉGISLATION APPLICABLE EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ

4.1 - RAPPELS

- Code de l'environnement

- articles L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88

- Code de la route

- articles R.418-1 à R.418-9, R.110-2 complétés par :
 - arrêté ministériel du 17/01/1983 (conditions d'implantation hors agglomération des enseignes et pré-enseignes)
 - arrêté ministériel du 30/08/1977 (conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro-réfléchissants)
 - arrêté du 11/02/2008 (Signalisation d'Information Locale : SIL) modifiant l'arrêté du 24/11/1967 relatif à la signalisation.

- Code général des collectivités territoriales

- article L.2213-6 (occupation domaine public)

- Code de la voirie routière

- article L.113-2 (permission de voirie et permis de stationnement)

- Arrêté du 15/01/2007 portant application des décrets n°2006-1657 et n°2006-1658 du 21/12/2006

- accessibilité de la voirie et des espaces publics aux personnes handicapées ou à mobilité réduite

- Code des transports

- article L.2242-4 : les dispositifs de publicité ne doivent constituer aucun danger pour la circulation des trains.

- Code de l'urbanisme

- article R.425-29 : l'installation de dispositifs de publicité, enseignes ou pré-enseignes, régie par les dispositions du chapitre Ier du titre VIII du livre V du Code de l'environnement, est dispensée de déclaration préalable ou de permis de construire.

- Règlement de voirie départementale du 07 juin 1993

- Règlement départemental de Signalisation d'Information Locale d'avril 2019

- Code du patrimoine titre II du livre VI du Code du patrimoine (partie législative & partie réglementaire)

4.2 - ADAPTATION DES RÈGLES NATIONALES AUX CENTRES COMMERCIAUX

Le règlement local de publicité peut autoriser, sur le fondement de l'article L.581-7, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération. Il délimite alors le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Ils sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération (article R.581-77 du CE).

4.3 - ÉTABLISSEMENT DE RÈGLES PLUS RESTRICTIVES QUE LES RÈGLES NATIONALES

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles distinctes de densité et d'harmonisation pour les publicités, en fonction du contexte urbain local et de la localisation des dispositifs publicitaires envisagés.

Un document graphique des zones ainsi instituées sera réalisé et devra être joint au règlement local de publicité (article R.581-78 du Code de l'environnement).

Il conviendra d'édicter des règles simples et pouvant facilement être mises en œuvre. En particulier, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex. : 5 m²). Les formats de 12 m², 8 m² ou 4 m² sont des formats courants.

La règle de densité (article R.581-25 du CE) peut être adaptée afin de limiter l'impact visuel des publicités, notamment au niveau des entrées de ville.

Le règlement local de publicité devra également édicter des règles concernant les nuisances lumineuses et la limitation des consommations d'énergie, en particulier définir les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses selon les zones qu'il identifie (article R.581-75 du Code de l'environnement).

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (article L.581-18 du Code de l'environnement). Dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation.

4.4 - LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITES PAR UN RLP

- Sur les palissades de chantier

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

- Publicité effectuée en exécution d'une décision particulière

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'excède pas une surface unitaire de 1,50 m².

4.5 - DISPOSITIONS APPLICABLES À LA PUBLICITÉ LUMINEUSE

La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique est interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, 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.

Par dérogation à l'article L. 581-2 du Code de l'environnement, l'article L. 581-14-4 du même Code (Créé par Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 – art. 18), le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

4.6 - L'AFFICHAGE D'OPINION ET LA PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS

En application de l'article L.581-13 du Code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

5 - SITUATION DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES « PAYS FORT – SANCERROIS – VAL DE LOIRE » À L'ÉGARD DE LA PUBLICITÉ ET DES ENSEIGNES

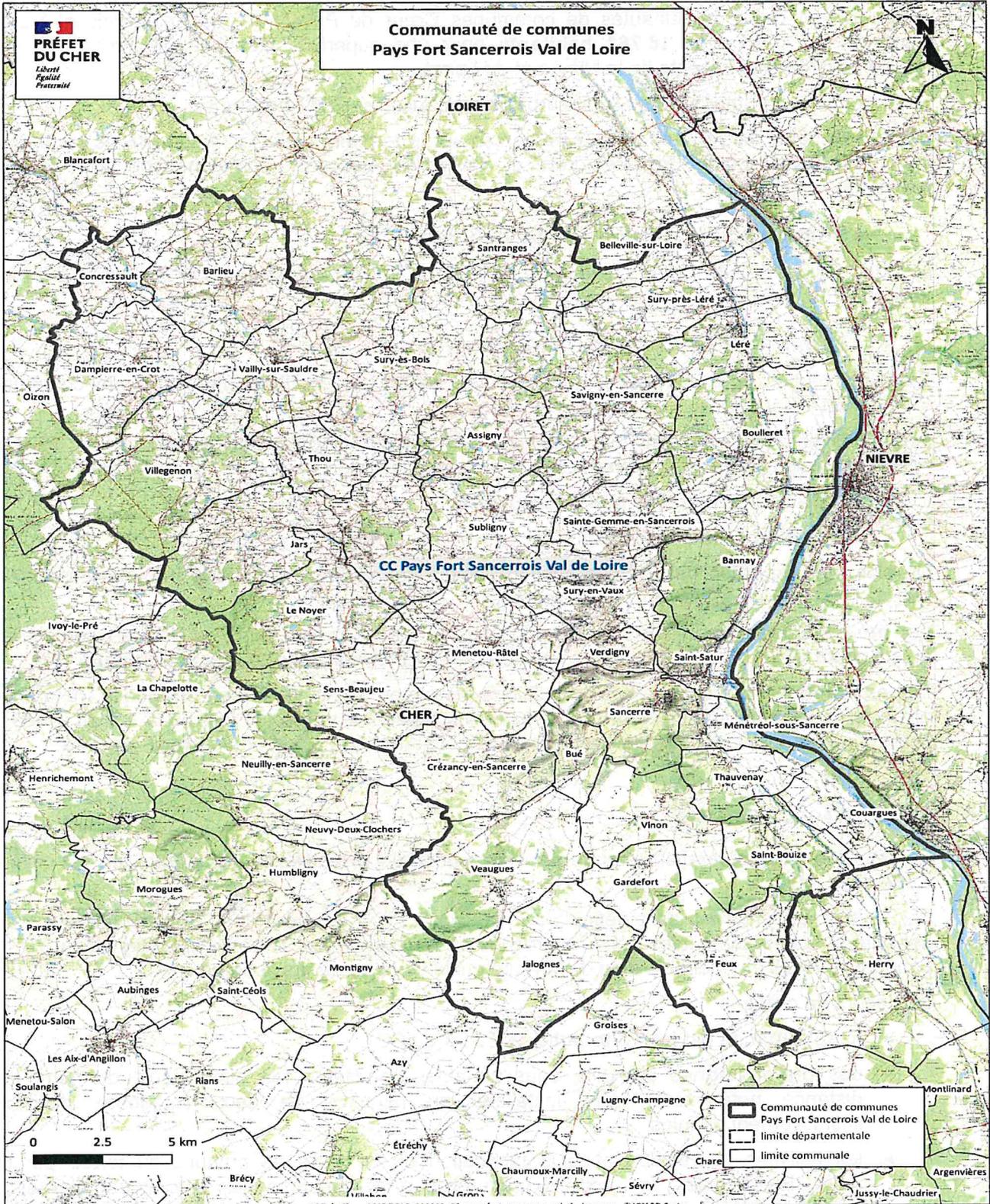
5.1 - EN FONCTION DE LA POPULATION

Située au Nord-Est du département du Cher à une distance d'environ 45 km de Bourges, la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » comprend 36 communes.

N° INSEE	Commune	Population totale 2019
18014	Assigny	155
18020	Bannay	871
18022	Barlieu	353
18026	Belleville-sur-Loire	1037
18032	Boulleret	1432
18039	Bué	326
18070	Concressault	204
18074	Couargues	204
18079	Crézançy-en-Sancerre	460
18084	Dampierre-en-crot	207
18094	Feux	345
18098	Gardefort	133

N° INSEE	Commune	Population totale 2019
18116	Jalognes	279
18117	Jars	508
18125	Léré	1105
18144	Menetou-Ratel	477
18146	Ménétréol-sous-Sancerre	329
18168	Le Noyer	219
18200	Saint-Bouize	326
18233	Saint-Satur	1448
18208	Sainte-Gemme-en-Sancerrois	418
18241	Sancerre	1379
18243	Santrange	408
18246	Savigny-en-Sancerre	1129
18249	Sens-Beaujeu	416
18256	Subligny	344
18258	Sury-en-Vaux	711
18259	Sury-es-Bois	281
18257	Sury-près-Léré	694
18262	Thauvenay	335
18264	Thou	81
18269	Vailly-sur-Sauldre	665
18272	Veaugues	654
18274	Verdigny	309
18284	Villegenon	218
18287	Vinon	301

Source : INSEE – Populations légales des communes en vigueur au 1^{er} janvier 2021 – recensement 2019



La Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » constitue le regroupement des Communautés de communes Cœur du Pays Fort, du Sancerrois et Haut Berry val de Loire avec **18 761 habitants** pour une superficie d'environ 688 km². Elle est limitrophe des départements de la Nièvre et du Loiret.

Sancerre et Saint-Satur forment l'unité urbaine de Sancerre : **2827 habitants**.

Les autres pôles de services et de commerces sur le territoire de la Communauté de communes sont Belleville-sur-Loire, Boulleret, Léré et Savigny-en-Sancerre (communes de plus de 1000 habitants).

- Communes de plus de 10 000 habitants

Les dispositions relatives aux communes de plus de 10 000 habitants ne s'appliquent à aucune commune de la CdC « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire ».

- Communes de moins de 10 000 habitants

Dans les parties agglomérées du territoire des communes de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » :

Les **publicités** admises sont des dispositifs non lumineux d'une **surface maximale de 4 m²** installés **sur des murs ou clôtures**, dans le respect des conditions fixées par les articles :

- R.581-22 à 33 (publicité non lumineuse),
- R.581-42 à 47 (mobilier urbain).

De plus, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des **règles de densité maximale** définies à l'article R.581-25 du Code de l'environnement.

Les **pré-enseignes** admises sont soit apposées sur des bâtiments, murs ou clôtures, soit scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les **mêmes conditions que la publicité**.

Les **enseignes** sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, définies par les articles R.581-58 à 65 du Code de l'environnement. Les **enseignes scellées au sol** sont **limitées à 6 m² de surface unitaire**.

5.2 - NOTION D'AGGLOMÉRATION

La définition d'agglomération retenue par l'application de la législation sur la publicité est celle du Code de la route.

Les parties agglomérées sont définies par l'article R.110-2 comme étant « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » .

En dehors de celles-ci :

- toute **publicité** est **interdite** (article L.581-7 du CE).
- des **pré-enseignes** peuvent, sous certaines conditions (de dimensions, de nombre et distance notamment), être installées au bénéfice de deux catégories d'activités limitativement définies :
- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du CE (articles L.581-19, R.581-66 et 67 du CE).

Le territoire de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » est situé sur tout ou partie des AOP « Sancerre » et Chavignol » et aire de production des IGP « Val de Loire », « Volailles de l'Orléanais », « Volailles du Berry » et « Charolais de Bourgogne ».

Les enseignes sont soumises au règlement national des enseignes (articles R.581-58 à 65 du CE).

5.3 – ENJEUX PATRIMONIAUX

- Les sites sensibles décrits à l'article L.581-4 du Code de l'environnement

Le règlement local de publicité ne peut pas déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-4 du Code de l'environnement qui stipule que :

I. - toute publicité est interdite :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- Sur les arbres.

II. - Le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la commission départementale compétente en matière de sites, peut en outre interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

III. - L'avis de la commission départementale compétente en matière de sites est réputé acquis s'il n'est pas intervenu dans un délai de deux mois à compter de la saisine par le préfet ou de la demande d'avis de la commission adressée par le maire au préfet.

Ces lieux devront être clairement identifiés dans le RLPi comme secteurs d'interdiction absolue de la publicité et dans des documents graphiques annexés au RLPi.

- Les sites sensibles décrits à l'article L.581-8 du Code de l'environnement

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, laquelle interdiction s'applique aux dispositifs situés dans les agglomérations et notamment pour ce qui concerne la Communauté de communes «Pays Fort Sancerrois Val de Loire» :

- dans les Périmètres Délimités des Abords ;
- dans les sites inscrits et classés ;
- dans les Secteurs Patrimoniaux Remarquables ;
- à moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des monuments historiques (loi LCAP (...))

(NB : Pour la protection au titre des Monuments Historiques, sites classés, sites inscrits, se référer au document en annexe)

Monuments historiques classés

Sur le monument, la publicité est interdite (article L.581-4 1° du CE) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

À moins de 500 mètres et en covisibilité de cet édifice, la publicité est interdite. Il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale.

L'installation ou la modification des enseignes sont soumises à autorisation (articles L.581-18, al. 3) après accord de l'Architecte des Bâtiments de France lorsqu'elles sont envisagées sur l'immeuble ou dans son champ de visibilité (article R.581-16 II 1° du CE).

Monuments historiques inscrits à l'inventaire

Sur le monument, la publicité est interdite (article L.581-4 1° du CE) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

A moins de 500 mètres et en covisibilité de cet édifice, la publicité est interdite. Il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale. L'installation ou la modification des **enseignes** est soumise à **autorisation** (article L.581-18, al. 3).

Sites classés

Dans les sites classés, la publicité est interdite (article L.581-4 2° du CE). Il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

L'installation ou la modification des **enseignes** sont soumises à **autorisation** (article L.581-18, al. 3) après accord du Préfet de Région (article R.581-16 II 2° du CE).

Sites inscrits

Dans les sites inscrits, la publicité est interdite (article L.581-8 4° du CE), mais il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale.

L'installation ou la modification des **enseignes** sont soumises à **autorisation** (articles L.581-18, al. 3).

Abords de monuments historiques

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite (article L.581-8 du CE) :

Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du patrimoine, il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L.581-14.

Site patrimonial remarquable

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite (article L.581-8 du CE) :

Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du Code du patrimoine. Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L.581-14.

- Dispositions relatives aux enseignes

L'article L.581-18 du Code de l'environnement nous informe qu'un décret en Conseil d'État fixe les prescriptions générales relatives à l'installation et à l'entretien des enseignes en fonction des procédés utilisés, de la nature des activités ainsi que des caractéristiques des immeubles où ces activités s'exercent et du caractère des lieux où ces immeubles sont situés. Ce décret fixe également des prescriptions relatives aux enseignes lumineuses afin d'économiser l'énergie et de prévenir ou limiter les nuisances lumineuses mentionnées au chapitre III du présent titre.

De plus, si un RLPi couvre le territoire communal, toutes les enseignes seront soumises à autorisation du maire où se situera l'enseigne à poser, et ce, même dans les zones non réglementées par le RLPi.

D'après l'article R.581-11 du CE : « Lorsque l'installation d'un dispositif publicitaire ou d'une pré-enseigne soumis à autorisation est envisagée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, l'autorisation est délivrée après accord ou avis de l'architecte des bâtiments de France dans les cas prévus pour les enseignes par l'article R. 581-16 et selon les mêmes modalités. (...) »

Conformément aux dispositions de l'article R 581-16 du CE : « (...) L'autorisation d'installer une enseigne prévue à l'avant-dernier alinéa de l'article L. 581-18 est délivrée par l'autorité compétente en matière de police » :

1° Après accord de l'architecte des Bâtiments de France lorsque cette installation est envisagée sur un immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques ou protégé au titre des abords en application de l'article L. 621-30 du Code du patrimoine ou situé dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé en application de l'article L. 631-1 du Code du patrimoine ;

2° Après accord du préfet de région, lorsque cette installation est envisagée sur un monument naturel, dans un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre. »

- Enjeux du territoire concerné au titre du Code du patrimoine

Objectifs et enjeux généraux

Le RLPi permet aux élus d'être acteurs de leur territoire, compétents aussi bien pour améliorer le cadre de vie que pour protéger au moyen des actions suivantes :

Adaptation aux caractéristiques du territoire intercommunal ou communal : le RLPi est un instrument de planification locale de la publicité pour des motifs de protection du cadre de vie. Son adoption répond à la volonté d'accorder le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités du territoire, en adoptant des dispositions plus restrictives que ce dernier. Il s'agira d'apporter, notamment grâce au zonage du RLPi une réponse pertinente à la nécessité de prendre en compte le patrimoine architectural, paysager et naturel à protéger, même lorsque le territoire ne présente pas de caractère remarquable.

Intégration dans un projet urbain : il peut aussi s'agir d'exprimer un besoin d'anticipation et d'intégration de la publicité dans les projets urbains. Par exemple, lorsqu'une commune projette d'accueillir une zone d'activité artisanale, économique et / ou commerciale, les dispositions publicitaires ou les enseignes qui y seront implantées méritent d'être soumis à une réglementation spécifique afin de les intégrer harmonieusement dans leur environnement et d'éviter les agressions visuelles trop souvent constatées dans ces espaces commerciaux. Le but, à travers le RLPi, est alors de disposer d'un outil important pour aider à traiter la relation entre l'espace urbanisé existant et la nouvelle zone d'activité, notamment en termes d'échelle.

Contrôle des implantations des enseignes : l'existence d'un RLPi permet un meilleur suivi d'implantation des enseignes. En effet, dès que le territoire est doté d'un RLPi, les enseignes sont soumises, sur l'ensemble du territoire, à autorisation préalable, ce qui n'était possible avant le 12 juillet 2010, que dans les seules zones de publicité restreinte (ZPR).

Traiter les entrées de ville : les zones commerciales et les grands axes de circulation routière.

Le RLPi constitue donc un document stratégique, qui, avec une vision à plus ou moins long terme concrétise l'équilibre trouvé entre les attentes respectives de chacun, population et acteurs économiques (qui sont associés à son élaboration)

L'article L.581-14 du Code de l'environnement prévoit que lorsque le RLPi est institué, c'est en vue d'adapter le RNP en prévoyant des dispositions plus restrictives. Les moyens pour y parvenir sont nombreux :

- réduire les formats : il est envisageable par exemple de réduire les formats résultant du RNP jugés trop attentatoires au cadre de vie par rapport au contexte communal ;
- interdire certains dispositifs : il peut s'agir aussi d'interdire, sur une partie du territoire, certains types de dispositifs publicitaires comme les dispositifs scellés au sol ou lumineux ;
- réglementer l'implantation par rapport aux voies publiques et aux limites séparatives : dans un but d'harmonie des lieux ou de protection des perspectives monumentales ;
- prévoir des prescriptions esthétiques : le RNP ne comporte pas à proprement parler de dispositions relatives à l'esthétique des dispositifs publicitaires et des enseignes, hormis celles obligeant à les maintenir en bon état d'entretien (Art R.581-24 du Code de l'Environnement pour la publicité et R.581-58 du Code de l'Environnement pour les enseignes). Le RLPi peut toutefois comporter des dispositions spécifiques visant à renforcer leur intégration dans l'environnement.

Par exemple :

- interdire l'usage des spots et préférer le recours aux rampes ou au rétro-éclairage ;
- les lettres en façade doivent être découpées pour éviter de masquer les éléments architecturaux des façades ;

- ajouter éventuellement des éléments spécifiques aux enseignes, sur des sujets non encadrés par le RNP : enseignes temporaires, enseignes sur clôture grillagée, enseignes scellées au sol, dont la superficie est inférieure à 1 m², harmonisation des enseignes, ...

- *Projet sur le territoire de Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire*

Servitude d'abords de Monument Historique (AC1) :

Comme le permet l'article L.621-30 du Code du patrimoine et la loi SRU du 13 décembre 2000, le périmètre de protection autour d'un monument historique peut être modifié par l'autorité administrative, sur proposition de l'architecte des Bâtiments de France, après accord de la commune ou des communes intéressées et enquête publique, de façon à désigner des ensembles d'immeubles, bâtis ou non, qui participent à l'environnement d'un monument historique, pour en préserver le caractère ou contribuer à en améliorer la qualité.

Comme indiqué, la publicité est interdite au sein des Périmètres Délimités des Abords (PDA).

Ces différents projets sont donc à prendre en compte sur le territoire des communes pouvant prétendre à la mise en place d'un PDA (liste non exhaustive) :

- Boulleret
- Jars
- Léré
- Saint-Bouize
- Sancerre
- Saint-Satur
- Sainte-Gemme-en-Sancerrois
- Sury-en-Vaux
- Sury-près-Léré
- Villegenon

Servitude de Site Patrimonial Remarquable (AC4) :

L'article L.631-1 du Code du patrimoine énonce que « sont classés au titre des sites patrimoniaux, les villes, les villages ou quartiers dont la conservation, la restauration, la réhabilitation ou la mise en valeur présente au point de vue historique, architectural, archéologique, artistique ou paysager, un intérêt public. Peuvent être classés, au même titre, les espaces ruraux et les paysages qui forment avec ces villes, villages ou quartiers un ensemble cohérent ou qui sont susceptibles de contribuer à leur mise en valeur. »

Créé par la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de création, à l'architecture et au patrimoine, le classement en SPR se substitue aux aires de valorisation de l'architecture et du patrimoine (AVAP), aux zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et aux secteurs sauvegardés. Il a le caractère juridique d'une servitude d'utilité publique affectant l'utilisation des sols. (Article L.62-42 du Code du patrimoine).

La publicité doit être totalement interdite au sein du SPR et les enseignes doivent faire l'objet d'une attention particulière.

Les communes de Ménétréol-sous-Sancerre, Saint-Satur et Sancerre se sont engagées dans une démarche de SPR. La commission Nationale de l'Architecture et du patrimoine a validé, le 13 janvier 2022 l'étude menée par ces trois communes. Une enquête publique sera prochainement organisée, les trois SPR bientôt effectifs.

Divers :

Une attention toute particulière sera portée sur les entrées de villes et plus particulièrement les zones industrielles et commerciales situées en contrebas du piton de Sancerre/Saint-Satur. Certains de ces secteurs ont un impact considérable sur la commune de Sancerre et le grand paysage, il convient par conséquent, d'avoir un usage raisonné de la publicité dans ce secteur.

5.4 – ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Le Code de l'environnement définit des zones d'interdictions de la publicité en lien avec la protection de l'environnement, en l'occurrence les sites classés et les réserves naturelles nationales (article L.584-4), les zones de protection spéciale et les zones spéciales de conservation désignées sous l'appellation commune de sites Natura 2000 (article L.581-8).

Il peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité en instituant une zone où s'appliquera une réglementation qui devra toutefois rester plus restrictive que les dispositions de droit commun du règlement national.

Ces zonages établis en matière de protection de l'environnement sont présentés sur un tableau et des cartes (en annexe) pour le territoire de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire ».

- Les sites classés et inscrits (loi du 2 mai 1930)

Les sites et monuments naturels de caractère historique, artistique, scientifique, légendaire ou pittoresque protégés au titre de la loi du 02 mai 1930 (article L.341-1 à 22 du Code de l'environnement) sont des espaces ou des formations naturelles dont la qualité appelle, au nom de l'intérêt général, la conservation en l'état (entretien, restauration, mise en valeur ...) et la préservation de toutes atteintes graves (destruction, altération, banalisation ...).

Il existe deux types de protection :

- Les sites inscrits

Cette mesure entraîne pour les maîtres d'ouvrages l'obligation d'informer l'administration de tous projets de travaux de nature à modifier l'état ou l'aspect du site quatre mois au moins avant le début des travaux. Les projets de démolition sont soumis à l'avis conforme de l'Architecte des Bâtiments de France.

En site inscrit, la publicité est interdite, mais il peut être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité, conformément à l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

Les pré-enseignes temporaires, conformes aux articles R.581-68 du Code de l'environnement (manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois et travaux publics ou des opérations immobilières pour plus de trois mois), sont autorisés en site inscrit.

Les pré-enseignes dérogatoires (signalant des activités culturelles, des monuments historiques ouverts à la visite, des activités de fabrication ou vente de produits du terroir, conformément à l'article L.581-19 du Code de l'environnement) sont autorisées en site inscrit ; elles sont soumises à déclaration préalable auprès du Maire et du Préfet (L.581-6 et R.581-6).

- Les sites classés

Cette protection impose que toute modification de l'état ou l'aspect soit soumise à autorisation spéciale (L.341-10 du CE), délivrée, en fonction de la nature des travaux, soit par le Ministre chargé des sites après avis de la CENS, soit par le Préfet du département qui peut saisir la CENS.

En site classé, la publicité est interdite, en application de l'article L.581-4 du Code de l'environnement. Aucune dérogation n'est possible et le RLPi ne peut créer de zone autorisant la publicité en site classé. Les pré-enseignes sont soumises au même régime que la publicité (article L.581-19 du Code de l'environnement) et sont donc interdites en site classé ; cette interdiction concerne aussi les pré-enseignes temporaires et les pré-enseignes dérogatoires.

Les enseignes sont autorisées en site inscrit comme en site classé. (article L.581-18 du Code de l'environnement), mais sont soumises à demande d'autorisation préalable. L'autorisation est délivrée par l'autorité compétente en matière de police ; elle nécessite l'accord du préfet de région en site classé.

Les supports d'information destinés au public, ne comportant pas d'informations publicitaires, sont autorisées en site inscrit et en site classé ; ils doivent faire l'objet d'une déclaration préalable au titre du Code de l'urbanisme.

La signalétique d'Information Locale (SIL) est régie par les règles de la signalisation routière ; elle n'est donc pas régie par le site inscrit ou le site classé et est possible dans ces secteurs.

Actuellement, 2 sites classés sont présents sur le territoire de la communauté de communes :

- **SANCERRE** : Remparts (Dames, Abreuvoir, Augustins) et esplanade Porte – César (arrêté du 6 septembre 1946)
- **BANNAY, BOULLERET** : Partie de l'île de Cosne (arrêté du 12 août 1952)

Actuellement, 4 sites inscrit sont présents sur le territoire de la communauté de communes :

- **SANCERRE** : Colline de Sancerre :
- **SANCERRE** : Vieille ville de Sancerre :
- **SANCERRE** : Vieille ville de Sancerre (extension) :
- **MÉNÉTREOL-SOUS-SANCERRE** : La Côte blanche, l'Étang, le Bourg

Un projet de classement d'inscription de site, intitulé « La butte de Sancerre et son écrin » concernant 13 communes de la communauté de communes est à l'étude actuellement (enquête publique du 31 janvier au 3 mars 2022). Les communes concernées sont : Bannay, Bué, Crézancy-en-Sancerre, Menetou-Râtel, Ménétréol-sous-Sancerre, Saint-Satur, Sainte-Gemme-en-Sancerrois, Sancerre, Sury-en-Vaux, Thauvenay, Veaugues, Verdigny et Vinon. Ce projet a été initié suite à la demande des acteurs locaux et de la lettre du Comité Sancerrois patrimoine Mondial du 17 juin 2016 à la Préfète, sollicitant le classement de ce site, afin d'appuyer leur projet de candidature du Sancerrois au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Les cartes des périmètres des sites classés et sites existants, ainsi que le projet de site classé et site inscrit, sont joints en annexe.

- Le contexte

L'activité économique et commerciale doit pouvoir s'exercer et se développer dans le respect des valeurs identitaires qui participent à l'attractivité du territoire et constituent des atouts majeurs pour son économie.

Or, une multiplication non maîtrisée de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes a un impact négatif sur les paysages.

Le patrimoine remarquable, les entrées de ville ou les paysages plus ordinaires peuvent se trouver dégrader par la publicité.

La hausse de la fréquentation touristique s'accompagne parfois d'un développement désordonné de la publicité et des pré-enseignes, notamment en entrée de ville. Ceci, peut d'autant plus parasiter la lecture du paysage que les dispositifs publicitaires cherchent à capter l'attention et utilisent pour cela la rupture par rapport au paysage (échelle, forme, couleur).

La publicité est la profusion des pré-enseignes brouillent la lisibilité des paysages, en affectent la qualité et participent à la banalisation des paysages.

- Les principes à suivre

Afin d'anticiper sur le classement et l'inscription du site de la butte de Sancerre et son écrin, il est préférable que la communauté de communes prenne en compte le périmètre de projet du site classé et inscrit, qui pourrait aboutir d'ici 2 à 3 ans.

Par ailleurs, même si une demande d'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO n'a pas d'attentes réglementaires en termes de publicité, il convient de parvenir à un territoire exemplaire en termes de maîtrise de la publicité et d'insertion des pré-enseignes et enseignes.

Pour cela, il est proposé que la communauté de communes s'inspire des orientations de gestion formulées dans le cadre du rapport de présentation du projet de classement et d'inscription au titre des sites de la butte de Sancerre et son écrin. En outre, même si le territoire est en dehors du Val de Loire UNESCO, son plan de gestion peut constituer une source d'inspiration.

L'élaboration du RLPi doit être l'occasion d'aller plus loin que la réglementation nationale en termes d'exigence et de préservation de la qualité des paysages, notamment sur le secteur du projet de site classé et site inscrit et du projet de l'inscription du bien à l'UNESCO.

Promouvoir de bonnes pratiques pour la publicité et les pré-enseignes, via le RLPi

Avant toute chose, un état des lieux de la publicité et des pré-enseignes existant sera nécessaire afin de partir sur un diagnostic partagé. Cela sera l'occasion de répertorier les éventuels dispositifs illégaux, les mauvais exemples à éviter dans le futur, mais également les bons, comme de la SIL qualitative qui permettrait de limiter les pré-enseignes.

Les exemples venant d'autres territoires patrimoniaux, et notamment viticoles, qui ont travaillé sur le sujet de la publicité / pré-enseignes / SIL pourront constituer une source d'inspiration.

Le RLPi devra ensuite planifier les implantations en termes de lieu et de densité, et adopter une publicité différenciée, adaptée à la sensibilité paysagère et patrimoniale de chaque lieu :

- définir des zones caractérisées par leur typologie urbaine, paysagère, architecturale,
- préciser des règles d'implantation et d'intégration (répartition, densité, distance, dimension ...) en fonction de chaque zone ; assurer la cohérence des supports publicitaires (dimension, couleurs, matériaux, graphisme ...) en fonction de chaque zone et de sa sensibilité,
- interdire la publicité sur les belvédères et les points de vue ouverts sur les paysages, en bordure de canal ou le long de la Loire,
- bannir la publicité qui brouillerait la silhouette urbaine et villageoise,
- préserver l'aspect patrimonial lorsque les espaces sont en covisibilité avec des monuments historiques, des ensembles ou immeubles reconnus pour leur caractère esthétique, historique ou pittoresque, des petits éléments du patrimoine (lavoirs, croix ...)

Adopter une charte pour les enseignes commerciales, via le RLPi

Le règlement local de la publicité peut également donner des règles concernant les enseignes.

Le Site Patrimonial Remarquable (en projet) permettra de définir des règles dans son périmètre, mais le RLPi peut également permettre de coordonner l'implantation et les caractéristiques des enseignes dans les autres lieux du site. Les règles pourront être différentes et adaptées selon la fonction du lieu (centre bourg, zones d'activités ...), en précisant les règles d'implantation et d'intégration (nombre, support, dimension, matériaux, couleurs, graphisme, intensité lumineuse ...).

Concernant les enseignes lumineuses, la règle nationale prévoit une extinction de celles-ci sur la plage horaire 1h – 6h du matin au minimum (article R.581-59 du Code de l'environnement). Cette plage horaire peut être allongée dans le cadre du RLPi. La loi Climat et Résilience du 22 août 2021 prévoit que l'obligation d'extinction peut s'appliquer aussi aux publicités et pré-enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'un local à usage commercial.

- **Insérer la signalétique d'information locale (SIL) et les supports d'information destinés au public dans les paysages**

On peut distinguer :

- la SIL, qui a pour objectif de guider l'utilisateur en déplacement et qui est régie par les règles de signalisation routière,
- les supports d'information du public : ils doivent recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Ils peuvent être alors qualifiés de mobilier urbain et sont soumis à déclaration préalable au titre du Code de l'urbanisme.

Même si le RLPi n'a pas pour objet de définir une charte pour la SIL ou pour les supports d'informations du public, ces éléments peuvent être réfléchis dans ce cadre. En effet, les préenseignes aujourd'hui existantes, ainsi qu'une partie de la publicité, peuvent être gérées par la SIL, afin de répondre aux besoins des acteurs locaux.

D'une manière générale, ces 2 types de supports doivent être économes (en nombre, densité, format) et efficaces (en termes de positionnement, de type de message ...) afin de ne pas surcharger le territoire en mobilier urbain ou signalétique. Il est conseillé de réaliser un diagnostic de territoire mettant en évidence les dispositifs d'information et de signalétique déjà implantés (tous dispositifs et acteurs confondus) afin de s'orienter vers une proposition homogène et sobre.

Ainsi, les objectifs seront de :

- définir un projet d'ensemble en déterminant le réseau de voies concernées, les besoins et priorités, en mutualisant autant que possible,
- recenser, localiser et hiérarchiser les équipements et activités,
- définir et répartir les implantations :
- en évitant les belvédères et points de vue ouverts sur les paysages, les lignes de crêtes,
- en évaluant la densité et les distances entre les implantations,
- en s'appuyant sur l'existant et le caractère des lieux pour les implantations et le choix des matériaux,
- assurer la cohérence de la signalétique (support, dimension, couleurs, matériaux, graphisme) en privilégiant la sobriété (on évitera par exemple les couleurs vives qui attirent l'oeil au détriment de la qualité des paysages).

5.5 - AIRES PROTÉGÉES AU TITRE DE LA BIODIVERSITÉ

- Natura 2000

Il y a 2 sites sur la communauté de communes :

- Coteaux calcaires du sancerrois,
- Vallées de la Loire et Allier.

La publicité n'est pas réglementée sur ces sites

- Réserve Naturelle

- Réserve Naturelle Nationale du Val de Loire qui se situe sur une partie de la commune de Couargues.

L'article L.332-14 du Code de l'environnement interdit la publicité dans les réserves naturelles.

Les limites de la réserve sont visualisables sur Géoportail .

- Arrêté préfectoral de Protection de biotope

- grotte des usages sur la commune de Veaugues

La publicité n'est pas réglementée sur ce site

5.6 - RECOMMANDATIONS EU ÉGARD AUX PLANS DE PRÉVENTION

Le territoire de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » est concerné par les plans et documents dont la liste est donnée ci-dessous :

Plans de prévention des risques naturels (PPRn) suivants pour lesquels l'ensemble des éléments disponibles sont ceux du PPR tel qu'il a été approuvé et mis à disposition du public sur le site internet de l'État (IDE).

- PPR inondation de la Loire, approuvé le 11/06/2002 et révisé le 22/05/2018,
- PPR inondation et coulées de boues dans le Sancerrois approuvé le 20/12/2013.

Il n'existe pas de Plan de prévention des risques technologiques sur le territoire de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire ».

Un risque nucléaire est présent sur le territoire avec la centrale nucléaire à Belleville-sur-Loire. Une zone d'aléa d'accident cinétique rapide définit la zone de danger immédiat dans un rayon de 2 km autour des réacteurs des centrales nucléaires. La commune de Belleville-sur-Loire est concernée à 45 % de son territoire et celle de Sury-près-Léré à 14 %.

Le plan de gestion des risques d'inondation (PGRI) du bassin Loire-Bretagne approuvé le 23/11/2015 est applicable sur l'ensemble du district hydrographique Loire-Bretagne. Il a une portée directe sur les documents d'urbanisme, lesquels doivent prendre en compte, en particulier mais pas nécessairement exclusivement, les dispositions suivantes :

- Disposition 1-1 : préservation des zones inondables non urbanisées : cette disposition est relative à la préservation des zones d'expansion des crues non urbanisées de toute urbanisation nouvelle ;
- Disposition 1-2 : préservation des zones d'expansion des crues : cette disposition précise que les nouveaux documents d'urbanisme doivent réglementer la réalisation des digues et remblais dans les zones inondables ;
- Disposition 2-1 : zones potentiellement dangereuses : cette disposition concerne les limitations pour l'aménagement des zones inondables submergées par une hauteur d'eau de plus de 1 m, selon qu'elles sont déjà urbanisées ou non ;
- Disposition 2-2 : indicateurs sur la prise en compte du risque d'inondation : cette disposition précise que les nouveaux documents d'urbanisme doivent présenter des indicateurs témoignant de la prise en compte du risque d'inondation dans le développement projeté du territoire ;
- Disposition 2-4 : prise en compte du risque de défaillance des digues : cette disposition impose la prise en compte de la zone de dissipation d'énergie en arrière des digues, et précise que cette zone est sur le principe inconstructible, sauf exceptions (limitées) ;
- Disposition 3-7 : délocalisation hors zone inondable des enjeux générant un risque important : cette disposition recommande aux porteurs de documents d'urbanisme d'étudier la relocalisation en dehors de la zone inondable des enjeux générant des risques importants.

Ces dispositions, pour l'essentiel nouvelles en ce qui concerne leur prise en compte dans les documents d'urbanisme, peuvent se révéler contraignantes, et une attention toute particulière devra leur être apportée.

Le Plan de Gestion des Risques Inondation est disponible dans son intégralité sur le site internet de la DREAL Centre-Val de Loire.

La publicité quelle qu'elle soit devra être installée de manière à ne pas faire obstacle au bon écoulement des eaux en cas d'inondation.

5.7 - SERVITUDES AÉRONAUTIQUES

Le territoire de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » est couvert par les servitudes d'utilité publique relevant des compétences de l'aviation civile répertoriées en annexe.

5.8 - SERVITUDES D'UTILITÉ PUBLIQUE (SUP) À PRENDRE EN COMPTE DANS LE RLPi

La liste des Servitudes d'utilité publique de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » à prendre en compte dans le RLPi est jointe en annexe.

5.9 - VOIES À GRANDE CIRCULATION

Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol, interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, sont interdits également dans les autres communes si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (article R.581-31 du CE).

Selon les dispositions de l'article R.418-4 du Code de la route, sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'Intérieur.

Selon les dispositions de l'article R.418-7 du Code de la route, en ce qui concerne l'autoroute A77, la publicité et les enseignes publicitaires et les pré-enseignes visibles de l'autoroute sont interdites de part et d'autre de celle-ci en agglomération, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée et hors agglomération, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

En référence au Code de l'urbanisme et de l'environnement, au Code de la route et au règlement de la voirie départementale du Cher, d'autres règles doivent être appliquées comme la distance de recul aux abords du domaine routier départemental dans son ensemble.

D'après le décret n° 2009-615 du 03/06/2009 modifié, fixant la liste des routes classées à grande circulation (RGC), aucune de ces RGC ne traversent le territoire de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire ».

- Le risque routier

Les zones à risque routier liées à un fort trafic sur la Communauté de communes (hors A77 et voirie communale) sont :

- la RD 955, la RD 2, la RD 9 et la RD7 51.

Le conseil départemental est concerné en tant que gestionnaire de voirie, par l'implantation des dispositifs publicitaires sur le domaine public routier départemental en agglomération et hors agglomération.

Il est particulièrement attentif sur les dispositifs de publicité lumineux et numériques.

Ces dispositifs apparaissent comme des perturbateurs d'attention pour les usagers de la route. Lorsque les publicités numériques sont autorisées, le conseil départemental propose les points suivants :

- Implantation à une distance de 100 mètres à l'arrière d'un feu tricolore et des giratoires,
- un retrait d'au moins 10 mètres du dispositif à partir du bord de la chaussée.

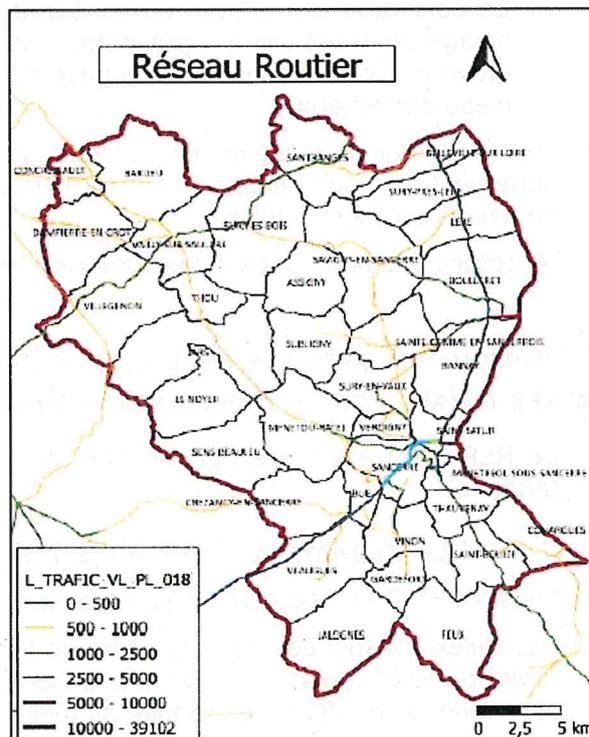
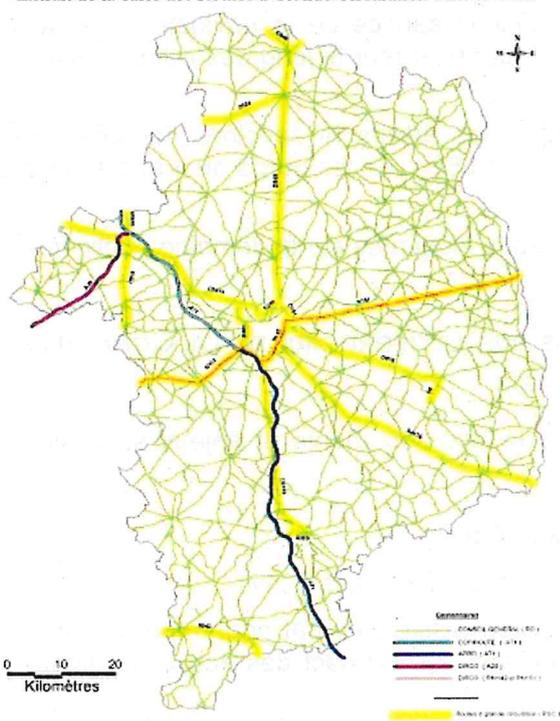
Dans un cadre général, en tant que gestionnaire de voirie, il serait opportun, en agglomération, que le Département délivre son autorisation sur l'implantation des dispositifs sur le domaine public routier départemental, par une permission de voirie. Il doit donc être saisi de cette demande. Les quatre Centres de Gestion de la Route sont les interlocuteurs pour répondre à cette demande.

Par ailleurs, les implantations des dispositifs relevant des enseignes temporaires et des enseignes dérogatoires, hors agglomération, sont interdites sur le domaine public routier départemental. Seul un fléchage, pour les enseignes temporaires, indépendamment de la signalisation routière, est autorisé par le Département après demande.

L'implantation de la Signalisation d'Information Locale (SIL) sur les routes départementales fait l'objet d'un règlement voté en Assemblée Départementale mis à jour en avril 2019.

La Direction des Routes et de la Mobilité souhaite être associée à l'élaboration de ce Règlement Local de Publicité.

Extrait de la carte des Routes à Grande Circulation dans le Cher



- Enjeux du RLPi en matière de servitudes

Le domaine de l'affichage publicitaire a évolué. On constate une progression générale de la pression publicitaire dans l'agglomération et notamment aux entrées de ville.

Une attention particulière y sera apportée pour permettre d'assurer l'amélioration de la qualité paysagère.

L'objectif est que le futur règlement assure à l'échelle intercommunale, un équilibre entre le droit à la diffusion par les acteurs économiques et la protection du cadre de vie et des paysages.

5.10 - Voies navigables

- *Souhait du service gestionnaire «Voies Navigables de France»*

Les canaux sont vierges de toute publicité. Dans un souci de cohérence paysagère sur l'ensemble de leur territoire ils émettent le souhait de poursuivre dans cette logique.

Cependant sont tolérés les « panneaux » publicitaires de faibles dimensions qui valorisent une enseigne commerciale, artisanale, industrielle installée sur le bord de voie d'eau et établie dans le cadre de développement touristique, culturel et de service de la voie d'eau.

Par ailleurs, le canal est une voie touristique qui accueille des péniches-hôtel, des bateaux de location, de la plaisance privée mais également des cyclistes et promeneurs sur le chemin de halage. Aussi, le paysage que les usagers peuvent voir depuis le canal ou le chemin de halage ne doit pas être altéré. Très souvent, les usagers de la voie d'eau cherchent le calme, la campagne sans « pollution visuelle ». **Il serait souhaitable de pouvoir préserver le charme bucolique typique des bordures de canaux.**

- *Servitudes d'utilité publique*

- **La servitude de marchepied** qui interdit, dans une bande de 3,25 mètres depuis la rive, aux propriétaires riverains de planter des arbres ou de se clore par des haies ou autrement.
- **La servitude de halage** qui concerne les cours d'eau domaniaux où il existe un chemin de halage ou d'exploitation présentant un intérêt pour le service de la navigation. La servitude grève les propriétés dans un espace de 7,80 mètres de largeur le long des bords desdits cours d'eau domaniaux.

Les propriétaires riverains ne peuvent donc planter des arbres ni se clore par des haies ou autrement qu'à une distance de 9,75 mètres (7.80m + 1.95m) sur les bords où il existe un chemin de halage ou d'exploitation.

A noter : une redevance est applicable à tous panneaux implantés sur le domaine public fluvial

5.11 - ADÉQUATION AVEC LES DOCUMENTS D'URBANISME SUR LE TERRITOIRE DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES « PAYS FORT – SANCERROIS – VAL DE LOIRE »

Le RLPi sera élaboré en adéquation avec l'ensemble des documents et enjeux stratégiques du territoire :

- *Le Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT)*

Le SCoT du Pays Sancerre Sologne a été prescrit en date du 28 mars 2017.

Les réflexions menées dans le cadre de l'élaboration du SCoT pourront opportunément inspirer le projet de RLPi, notamment dans la prise en considération de l'impact des activités humaines sur l'environnement afin de les réduire au mieux.

Le SCoT du Pays du Giennois, en vigueur depuis le 29/03/2016 dans le département du Loiret et territoire limitrophe de la Communauté de communes, doit être également pris en compte.

- *Le Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi)*

Adéquation avec les objectifs du PLUi à l'étude

Le diagnostic du RLPi devra comporter des éléments faisant écho aux enjeux d'aménagement et d'urbanisme sur le territoire de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » en matière de paysage et de patrimoine.

A cet égard, l'élaboration simultanée du RLPi et du PLUi constitue une opportunité pour répondre de manière cohérente aux objectifs retenus par le Conseil Communautaire de la Communauté de communes « Pays Fort – Sancerrois – Val de Loire » pour le RLPi.

Les deux procédures étant menées simultanément, le RLPi intégrera les orientations définies dans le PLUi. Le RLPi devra être compatible avec les zonages projetés pour le PLUi, afin d'identifier les secteurs ainsi que les paysages à préserver et / ou à valoriser.

Espaces boisés classés et zones à protéger des PLUi

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4 du CE (lieux d'interdiction absolue de la publicité), les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L.113-1 et suivants du Code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt, notamment d'un point de vue esthétique ou écologique et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

Le cas échéant, les éléments recensés dans le cadre du PLUi au titre de l'article L.151-19 du Code de l'urbanisme (éléments de paysage, quartiers, îlots, immeubles, espaces publics, monuments, sites et secteurs à protéger...) devront être préservés de toute publicité.

6 – LA MISE EN ŒUVRE DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Le règlement local de publicité intercommunal, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Il est tenu en mairie à la disposition du public.

Outre les formalités de publication prévues aux articles R.153-20 et R.153-21 du Code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale (article R.581-79 du Code de l'environnement).

6.1 - DATE D'APPLICATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Dès les formalités de publication accomplies, les dispositions du règlement local de publicité sont applicables aux nouveaux dispositifs à mettre en place.

Les enseignes qui ont été mises en place avant l'entrée en vigueur du règlement local de publicité et qui ne sont pas conformes à ses prescriptions peuvent, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, être maintenues pendant un délai maximal de six ans à compter de l'entrée en vigueur des actes précités.

Pour les publicités et les pré-enseignes, ce délai a été ramené à deux ans (article R.581-88 du Code de l'environnement).

6.2 - ÉVOLUTION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Tout comme le plan local d'urbanisme, le règlement local de publicité peut évoluer par diverses procédures, de la simple mise à jour quand il convient de modifier les annexes du document, à la modification qui est la procédure de droit commun d'adaptation du règlement, voire la révision dans le cadre d'une refonte complète du document.

