PRÉFET
DE LA GIRONDE
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction Départementale des Territoires et de la Mer
Service Urbanisme, Paysage, Énergies et Mobilités
Unité Publicité Paysage Espaces et Ville durables

Affaire suivie par : Hervé DOSPITAL
Chargé du contrôle de la publicité extérieure
Tél : 05 54 69 21 74
Mél : herve.dospital@gironde.gouv.fr

Monsieur le Maire
Hôtel de ville
105, route de la mairie
33240 VIRSAC

Objet : Commune de Virsac – Porter à connaissance
P.J. : un rapport

Conformément aux dispositions de l'article L.581-14-1 du Code de l'Environnement, j'ai l'honneur de porter à votre connaissance les éléments nécessaires à l'élaboration du Règlement Local de Publicité de votre commune, contenus dans le rapport ci-joint.

Ce « Porter à Connaissance » répond aux orientations contenues dans la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement.

Vous trouverez donc dans le rapport ci-joint :

- les dispositions générales relatives à l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité ;
- les prescriptions de portée juridique et les protections particulières applicables à votre commune ;

Ce porter à la connaissance doit désormais être tenu à la disposition du public et peut être joint au dossier d'enquête publique.

Je vous ferai parvenir, éventuellement, tout élément nouveau à prendre en compte qui pourrait intervenir au cours de l'élaboration du Règlement Local de Publicité.

Je vous précise que « l'Association des services de l'État » est différente des missions de conseil ou d'assistance que vous auriez pu demander à la Direction Départementale des Territoires et de la Mer de la Gironde.

L'association est l'occasion pour l'État de confronter son point de vue avec celui de votre collectivité sur la problématique de la publicité.

Je vous informe dès à présent que je désire que l'État soit associé à la procédure en cours. À cet effet, je vous demande de bien vouloir informer le Service Urbanisme, Paysage, Énergie et Mobilités de la Direction Départementale des Territoires et de la Mer de la Gironde des dates de réunion relatives à l'élaboration de votre projet de Règlement Local de Publicité intercommunal afin de planifier sa participation.

Je vous propose que cette association de l'État se fasse au moins lors des deux réunions suivantes :

- la présentation du diagnostic,
- la présentation du Règlement Local de Publicité avant qu'il ne soit arrêté.

Bordeaux, le 18 DEC. 20[illegible]

Pour le Préfet et par délégation

35, rue de Géreaux
33500 Libourne
www.gironde.gouv.fr

PRÉFET
DE LA GIRONDE
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction Départementale des Territoires et de la Mer
Service Urbanisme, Paysage, Énergies et Mobilités
Unité Publicité Paysages Espaces et Villes durables

Affaire suivie par Hervé DOSPITAL
chargé de mission publicité
Tél : 05 54 69 21 74
Mél : herve.dospital@gironde.gouv.fr

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

COMMUNE DE VIRSAC

« PORTER A CONNAISSANCE »

35 rue de Géreaux
33500 Libourne
Tél : 05 57 55 30 78
Mél : herve.dospital@gironde.gouv.fr
www.gironde.gouv.fr

Table des matières

A. LA RÉFORME DES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ....3
I. Procédure d'élaboration du règlement local de publicité (RLP)....3
a. Procédure semblable à la procédure PLU....3
b. La commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS)....3
II. Objectifs d'un règlement local de publicité....3
a. En ce qui concerne la partie de territoire communal située à l'intérieur de l'agglomération....4
b. En ce qui concerne la partie de territoire communal située en dehors de l'agglomération....4
III. Le contenu d'un RLP....4
a. Le rapport de présentation....4
b. Le règlement....4
c. Le ou les documents graphiques....4
B. LE RAPPORT DE COMPATIBILITÉ DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ....5
I. La charte d'un parc naturel régional....5
II. La charte d'un parc national....5
C. SITES SENSIBLES ET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ....5
I. Les sites sensibles décrits à l'article L.581-4 du code de l'environnement....5
II. Les sites sensibles décrits à l'article L.581-8 du code de l'environnement....5
III. Les zones à protéger d'un PLU et les espaces boisés classés de l'article R.581-30 du code de l'environnement....6
D. LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITE PAR UN RLP....6
I. Sur les palissades de chantier....6
II. Publicité effectuée en exécution d'une décision particulière....6
E. DISPOSITIONS APPLICABLES À LA PUBLICITÉ LUMINEUSE....6
F. L'AFFICHAGE D'OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS....7
G. AUTRES DISPOSITIONS AYANT DES CONSÉQUENCES SUR L'INSTALLATION DE DISPOSITIFS DE PUBLICITÉ, D'ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES....8
I. Prescriptions relatives à l'utilisation du domaine public....8
a. Les règlements de voirie....8
b. Accessibilité de la voirie aux personnes à mobilité réduite (PMR)....8
II. Prescriptions du code de route relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes....8
III. Les recommandations eu égard à un plan de prévention des risques d'inondation....8

Règlement local de publicité

Les articles 36 à 50 de la loi dite « Grenelle 2 » n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ont modifié en profondeur le régime concernant la publicité, les enseignes et pré-enseignes défini au code de l'environnement. Désormais, dans l'agglomération les règlements locaux ne peuvent qu'être plus restrictifs que les dispositions du code de l'environnement et leur mode d'élaboration est identique à celui des plans locaux d'urbanisme.

Dans le cadre d'un règlement local de publicité les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire au nom de la commune.

A. LA RÉFORME DES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ

I. Procédure d'élaboration du règlement local de publicité (RLP)

a. Procédure semblable à la procédure PLU

En application des dispositions 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 au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue à l'article L.123-13 du code de l'environnement et des dispositions transitoires de l'article L.123-19 du même code.

Le maire 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.

b. La commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS)

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale ou la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites (CDNPS). Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

II. Objectifs d'un règlement local de publicité

En application de l'article L.581-14 du code de l'environnement, l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L.581-9 du code de l'environnement.

En application de l'article L.581-7 du code de l'environnement, en dehors de l'agglomération, toute publicité est normalement interdite mais elle peut toutefois être autorisée par le règlement local de publicité dans certaines conditions.

Conformément aux dispositions de l'article L.581-18 du code de l'environnement, le règlement local de publicité peut également prévoir des prescriptions relatives aux enseignes dans des conditions plus restrictives que celles du règlement national et ce, sur l'ensemble du territoire communal (en ou hors agglomération). Par ailleurs, dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation.

Par dérogation à l'article L. 581-2, introduite par la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021, 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.

a. *En ce qui concerne la partie de territoire communal située à l'intérieur de l'agglomération*

Selon les dispositions de l'article R.110-2 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 le traverse ou qui le borde. Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire en application de l'article R.411-2 du code de la route et sont représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Sous réserve des dispositions des articles L.581-4, L.581-8 et L.581-13 du code de l'environnement, le règlement local de publicité définit dans l'agglomération une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national (art L.581-14 code environnement). Des règles peuvent être définies à cette occasion dans les secteurs résidentiels et les secteurs mixtes (résidentiels / activités, industriels, ...).

b. *En ce qui concerne la partie de territoire communal située en dehors de l'agglomération*

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, la publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage.

Le règlement local de publicité délimite alors le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi permis 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 moins de 10 000 habitants.

Dans ce périmètre, conformément à l'article R.581-31 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles 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. Une bretelle de raccordement autoroutière est une route reliant les autoroutes au reste du réseau routier.

III. Le contenu d'un RLP

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

a. *Le rapport de présentation*

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

b. *Le règlement*

La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L.581-9 et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8 du code de l'environnement en ce qui concerne la

publicité et les pré-enseignes en agglomération, ainsi que le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R.581-66 et R.581-77 du code de l'environnement en ce qui concerne les pré-enseignes dites « dérogatoires » mentionnées au dernier alinéa de l'article L.581-19 et au III de l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

c. *Le ou les documents graphiques*

Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci.

Selon l'article R.581-74 du code de l'environnement, les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
L'article R.581-77 du code de l'environnement indique également que lorsque le règlement local de publicité autorise, sur le fondement de l'article L.581-7 du code de l'environnement , les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Parmi les annexes que doit comporter un règlement local de publicité, l'article R.581-78 du code de l'environnement exige la présence d'un document graphique où les limites de l'agglomération sont représentées ainsi que l'arrêté municipal délimitant l'agglomération.

J'attire votre attention sur la nécessité de cartographier le contour de la totalité de l'espace « agglomération », et pas uniquement la limite de cet espace sur la route qui le traverse ou qui le borde.

B. LE RAPPORT DE COMPATIBILITÉ DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

I. La charte d'un parc naturel régional

Les dispositions du règlement local de publicité devront être compatibles avec les orientations et mesures de la charte d'un parc naturel régional mentionnées au II de l'article L.333-1 du code de l'environnement.

II. La charte d'un parc national

Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicable à l'aire d'adhésion d'un parc national mentionnées au 2° du I de l'article L.331-3 du code de l'environnement.

C. SITES SENSIBLES ET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

I. 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-I et II du code de l'environnement qui stipule que toute publicité est interdite :

1. Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire;
2. Sur les monuments naturels et dans les sites classés;
3. Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles;
4. Sur les arbres;
5. Sur les immeubles qui, avant la prescription du RLP, auraient été identifiés comme présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque par arrêté du maire après avis de la commission départementale compétente en matière de sites.

La commune de Virsac n'est concernée par aucun site classé.

II. 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-I du code de l'urbanisme, laquelle interdiction s'applique aux dispositifs situés dans les agglomérations et :

1. Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine;
2. Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code;
3. Dans les parcs naturels régionaux;
4. Dans les sites inscrits;
5. A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du code de l'environnement;
6. (abrogé)
7. Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux;
8. Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 du code de l'environnement.

La commune de Virsac n'est concernée par aucun site inscrit. Elle est, par contre, concernée par les abords de l'église Saint Martin, monument historique, de la commune voisine de Peujard.

III. Les zones à protéger d'un PLU et les espaces boisés classés de l'article R.581-30 du code de l'environnement.

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés dans le sol ou installés directement sur le sol sont interdits, en agglomération :

1. dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme;
2. dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur le plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

La commune de Virsac n'est concernée par aucun site Natura 2000.

D. LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITES PAR UN RLP

I. 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 permission 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° du I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

II. 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 1,50m².

E. DISPOSITIONS APPLICABLES À LA PUBLICITÉ LUMINEUSE

La publicité lumineuse est autorisée à l'intérieur des agglomérations de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Sa surface maximum sera de 10,50 m². Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique est également autorisé suivant les mêmes règles. Sa surface maximum unitaire sera de 2 m².

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 installées sur l'emprise des aéroports, 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.

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie. Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Une publicité numérique peut avoir une surface unitaire maximale égale à 50 mètres carrés et s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol lorsqu'elle est installée sur l'emprise d'un aéroport dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes. Dans ce cas, le dispositif publicitaire numérique est apposé conformément aux prescriptions de l'autorité compétente en matière de police et respecte les prescriptions du quatrième alinéa de l'article R.581-34 du code de l'environnement et celles de l'article R.581-35 du même code.

La commune de Virsac a une population municipale de 1 262 habitants et fait partie de l'unité urbaine de Bordeaux (994 920 habitants). (données INSEE 2020).

F. L'AFFICHAGE D'OPINION ET 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.

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations la surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (art R.581-2 code environnement) :

1. 4 m² pour les communes de moins de 2000 habitants;
2. 4 m² plus 2 m² par tranche de 2000 habitants au-delà de 2000 habitants, pour les communes de 2000 à 10 000 habitants;
3. 12 m² carrés plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (art R.581-3 du code de l'environnement).

Si le maire ne prend pas d'arrêtés relatifs aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, sera amené à déterminer le ou les emplacements nécessaires.

Cependant, l'arrêté préfectoral cessera de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements.

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés aux articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement. Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction déterminée à l'article L.581-8.

Sur la commune de Virsac une surface minimum de 4 m² doit être réservée à l'affichage d'opinions et des associations.

G. AUTRES DISPOSITIONS AYANT DES CONSÉQUENCES SUR L'INSTALLATION DE DISPOSITIFS DE PUBLICITÉ, D'ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES

Bien que les dispositions ci-après ne soient pas strictement applicables aux règlements locaux de publicité, il serait souhaitable que les règles édictées par le RLP n'aillent pas à l'encontre de ces dispositions.

I. Prescriptions relatives à l'utilisation du domaine public

a. *Les règlements de voirie*

Les règlements de voirie peuvent comporter des prescriptions sur la publicité et les enseignes lorsque celles-ci sont prévues d'être installées en surplomb du domaine public routier. Le règlement de voirie départementale (RD), arrêté par le président du Conseil général de la Gironde est entré en vigueur en mars 2010.

Il indique dans son article 70 – Publicité en bordure des routes départementales, que l'implantation de supports, d'enseignes, pré-enseignes, panneaux publicitaires est interdite sur l'emprise du domaine public routier du Département. Il indique également que l'implantation de mobilier urbain aménagé

pour recevoir de la publicité sur le domaine public routier du Département peut être autorisé au cas par cas par une autorisation de voirie accordée dans les conditions prévues au titre I article 3 du présent règlement.

b. Accessibilité de la voirie aux personnes à mobilité réduite (PMR)

L'article 45 de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées indique qu'un plan de mise en accessibilité de la voirie et des aménagements des espaces publics doit être établi dans chaque commune à l'initiative du maire ou, le cas échéant, du président de l'établissement public de coopération intercommunale. Ce plan fixe notamment les dispositions susceptibles de rendre accessible aux personnes handicapées et à mobilité réduite l'ensemble des circulations piétonnes et des aires de stationnement d'automobiles situées sur le territoire de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale.

Les aménagements destinés à assurer aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, et aux personnes à mobilité réduite l'accessibilité des voies publiques ou privées ouvertes à la circulation publique et des autres espaces publics doivent satisfaire aux caractéristiques techniques définies dans le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 et l'arrêté ministériel du 15 janvier 2007.

Ces textes précisent notamment qu'un cheminement doit avoir une largeur minimale de 1,40m libre de mobilier ou de tout autre obstacle éventuel et que cette largeur peut toutefois être réduite à 1,20m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.

II. Prescriptions du code de route relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes

En application des articles R.418-1 à R.418-9 du code de la route, dans l'intérêt de la sécurité routière, la publicité, les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes peuvent être interdites sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, lorsqu'elles en sont visibles.

III. Les recommandations eu égard à un plan de prévention des risques d'inondation

Dans les zones inondables, les dispositifs de publicité, d'enseignes ou pré-enseignes ne doivent pas gêner l'écoulement des eaux, en cas de crue, ce afin d'éviter de créer des embâcles,