

# Bilan de la concertation

## Les objectifs du RLP

La délibération du Conseil municipal du 3 février 2022 a prescrit l'élaboration du RLP de Saint-Junien et lui a fixé les objectifs suivants :

- préserver le cadre de vie des administrés en protégeant les zones d'habitat ;
- protéger pour valoriser tous les secteurs à enjeux patrimoniaux et en particulier ceux hors périmètres de protection des monuments historiques ;
- réglementer de manière plus stricte les affichages lumineux et dispositifs numériques ;
- préserver les entrées de ville qui sont les premiers espaces de perception du territoire ;
- répondre au développement économique en maîtrisant les outils de communication des acteurs du territoire ;
- Améliorer la sécurité routière et notamment sur l'axe RD 941 mais aussi réglementer les dispositifs en agglomération visibles depuis la RN 141.

## Les modalités de concertation

Par cette même délibération, ont été définies les modalités de concertation afin de garantir, tout au long de l'élaboration du projet de RLP et ce jusqu'à son arrêt, l'accès à l'information pour tous et de permettre au public de faire part de son avis sur le projet.

Ces modalités de concertation étaient les suivantes :

- une information dans le journal municipal qui consacrera un article aux enjeux de cette révision ;
- une information sur le site Internet de la ville ;
- une réunion avec les personnes publiques associées ;
- une réunion publique ;
- une adresse mail dédiée pour recevoir les observations du public ;
- la mise à disposition, pendant toute la durée de l'étude, d'un registre destiné aux observations de toute personne intéressée, à l'accueil du Service Urbanisme Habitat de la mairie aux horaires suivants : 9 h à 12 h et 14 h à 16 h 30 du lundi au vendredi.

Arrêtée au 11 mai 2023, la concertation a permis au public de s'informer sur le projet et d'exprimer son point de vue. La Ville a donc organisé deux réunions avec les personnes publiques associées et deux réunions publiques.

RECU EN PREFECTURE

le 19/06/2023

Application agréée E-legalite.com

99\_DE-067-2187154 07-2023 06 19-2023\_05 0-DE

Le public a ainsi pu s'informer (A) et participer (B) à l'élaboration du projet.

### (A) S'informer

Le public a pu s'informer en tapant « publicité » dans le moteur de recherche du site internet de la ville : <https://www.saint-junien.fr/et> et télécharger les différentes pièces du dossier.

**VILLE DE SAINT-JUNIEN** MAIRIE PRATIQUE VIVRE DÉCOUVRIR AGENDA

# RÈGLEMENT DE PUBLICITÉ

**Actualités** / Pratiques / Urbanisme / Informations / Urbanisme / Règlement de publicité

Le règlement local de publicité est le document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal. Un règlement local de publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. Il est annexé au plan local d'urbanisme (PLU).

Le règlement local de publicité de la ville de Saint-Junien étant devenu caduc au 13 janvier 2021, le conseil municipal a prescrit par la délibération en date du 3 février 2022 l'élaboration d'un nouveau RLP. La ville de Saint-Junien met à votre disposition pour toute observation :

- une adresse mail [rlp@saint-junien.fr](mailto:rlp@saint-junien.fr)
- un registre papier à l'accueil de l'urbanisme de la mairie situé au Centre administratif Martial Pascaud, 2<sup>e</sup> étage de 9h à 12h et de 14h à 16h30.

Sans RLP en vigueur sur la commune, les dossiers d'**autorisation préalable d'enseignes** et de **déclaration préalable d'enseignes** sont à déposer ou envoyer au service DDT :

Service Urbanisme Habitat – ADS – Le Pastel – 22 rue des Pénitents Blancs CS 43217 – 87032 LIMOGES CEDEX 1

### Recouvrement de la TLPE - taxe locale pour la publicité extérieure

La ville a mis en place la TLPE. L'exploitant du dispositif publicitaire, redevable de la **taxe**, doit effectuer une déclaration annuelle auprès de la mairie

- avant le 1<sup>er</sup> mars de l'année d'imposition pour les supports qui existaient au 1<sup>er</sup> janvier ;
- dans les 2 mois suivant la création ou la suppression des dispositifs.

**Faites votre déclaration en ligne**

La déclaration comprend notamment la superficie, la nature, le nombre et la date de création ou de suppression de chaque support publicitaire.

**Contact**

Service intercommunal d'application du droit des sols de la Porte Océane du Limousin

Adresse postale  
Mairie de Saint-Junien  
2 Place Auguste Foch  
BP 114 – 87202 Saint-Junien

Adresse mail  
Centre Administratif Martial Pascaud 2<sup>e</sup> étage  
urbanismehabit@ads.limousin.fr  
05 55 43 06 98  
Du lundi au vendredi  
8h30-12h / 13h30-17h30

**Services en ligne**

[Déclaration TLPE](#)

**Téléchargements**

[Tarifs TLPE](#)  
[Délibération de prescription de nouveau RLP](#)  
[Révision du RLP - Diagnostic](#)

Une information sur la démarche d'élaboration du RLP est parue dans Le Populaire du Centre / Saint-Junien le 5 février 2022.

**CONSEIL MUNICIPAL** ■ Annonceurs locaux et patrimoine au cœur des débats

## Publicité : des bases à revoir !

À la proposition du conseil municipal du 3 février à Saint-Junien : l'achat d'une ancienne réserve incendie et la révision du règlement local de la publicité.

**Marine Des Bordes**  
[marine.desbordes@stj.fr](mailto:marine.desbordes@stj.fr)

Outre des questions plus générales traitant du bon fonctionnement de la mairie, deux sujets ont suscité des réactions au conseil municipal du 3 février, qui se tenait en distanciel, diffusé en direct sur Facebook.

Projet patrimonial à venir. Premier sujet abordé, le rachat d'une parcelle située aux Grands Prés sur laquelle se trouve une ancienne réserve incendie. Le rachat d'un montant de 3.000 euros permettra d'acquiescer les réserves et d'éliminer du patrimoine vernaculaire comme l'a souligné Thierry Granet, chargé de la politique environnementale, de l'identité patrimoniale et du devoir de mémoire à la mairie. Sur cette réserve incendie étaient présents un hérisson et un lapin servant à nourrir les sylviculteurs et les bergers. Situé sur le chemin de randonnée des

Rieux, la réserve incendie devrait donc rester dans le calendrier professionnel des réhabilitations vernaculaires du mandat.

Cette année devraient ainsi être remis en état le toit du puits de Chabanais et le trou sur la route de Saint-Brice. Le moment venu, « toutes les bonnes idées seront les bienvenues » ont précisé les élus. Un achat adopté à l'unanimité.

**Règlement publicitaire.** Au programme des élus élus par ailleurs la révision du règlement local de la publicité. Les modalités de cette concertation ont été définies. La quantité, les

emplacements de la publicité dans la commune de vont donc être revus selon six objectifs et en utilisant différents outils.

Les implantations de panneaux publicitaires sous surveillance

Le groupe énergie citoyenne a salué la révision du règlement et espère qu'il se mobilisera contre la multiplication des panneaux publicitaires qui « enlaidissent l'espace et l'espèrent en faisant la promotion d'une société consumériste ».

Les prochains mois devraient donc se tenir des réunions publiques, voire le mise en place d'un mail pour recueillir les observations du public.

Est-ce en raison des conditions techniques particulières ou de la complexité prévisible des débats ? Au tour des élus de nous répondre demain ou dans les prochains jours.

REÇU EN PRÉFECTURE

le 19/06/2023

Application agréée E-legalite.com

99\_DE-067-2187154 07-2023 06.19-2023\_050-DE

La Nouvelle Abeille a fait paraître le 7 avril 2022 une information dans la page Saint-Junien reprenant les différentes modalités de concertation mises à disposition du publique.

7 avril 2022

## Règlement local de publicité

Le règlement local de publicité est le document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal. Un règlement local de publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. Il est annexé au Plan local d'urbanisme.

La ville de Saint-Junien mène depuis plusieurs années une politique très volontaire d'amélioration du cadre de vie et plus particulièrement de protection de son patrimoine bâti ou naturel. La maîtrise des dispositifs publicitaires et des enseignes, au moyen du règlement local de publicité, est un élément important de cette démarche.

La ville disposait d'un règlement local de publicité depuis 2003 devenu caduc le 15 janvier 2021, en application de la loi ENE du 12 juillet 2010. Afin de conserver le contrôle de la publicité extérieure, la municipalité a prescrit l'élaboration d'un nouveau RLP par délibération du 24 janvier. À cette occasion, seront prises en compte les modifications réglementaires intervenues depuis le règlement précédent, les nouvelles formes de publicité et l'évolution urbaine de la commune. La préservation des paysages est l'affaire de tous.

Afin de recueillir tous les avis, des moyens sont mis à disposition pour l'information et la participation du public :

- une information sur le site internet de la ville <https://www.saint-junien.fr/>
- une adresse mail dédiée pour recevoir les observations du public [rip@saint-junien.fr](mailto:rip@saint-junien.fr)
- la mise à disposition d'un registre destiné aux observations de toute personne intéressée, à l'accueil du service urbanisme de la mairie situé au Centre administratif Martial Pascaud 2e étage aux horaires suivants 9h-12h ; 14h-16h30.

Les mêmes informations ont été relayées par Le Populaire du Centre dans son édition du 14 avril 2022.

12 JEUDI 14 AVRIL 2022 LE POPULAIRE DU CENTRE

## Saint-Junien → L'actu

### CONSULTATION CITOYENNE ■ Règlement de la publicité

Lors du conseil municipal du 24 janvier dernier, la municipalité a prescrit l'élaboration d'un nouveau Règlement Local de Publicité qui prendra en compte les modifications réglementaires intervenues depuis le règlement précédent, les nouvelles formes de publicité et l'évolution urbaine de la commune. La préservation des paysages est l'affaire de tous, estime la municipalité.

À cette occasion, depuis début avril, la ville ouvre une consultation des habitants permettant à tous d'exprimer leurs idées en termes de publicité. Afin de recueillir tous les avis, des moyens sont mis à disposition pour l'information et la participation du public.

Soit une information sur le site internet de la ville, une adresse mail dédiée pour recevoir les observations du public : [rip@saint-junien.fr](mailto:rip@saint-junien.fr) ainsi que la mise à disposition d'un registre destiné aux observations de toute personne intéressée, à l'accueil du service urbanisme de la mairie situé au Centre administratif Martial Pascaud 2e étage aux horaires suivants : 9 heures - 12 heures ; 14 heures - 16 h 30. À la suite de cette période de consultation et du travail des équipes dédiées, qui devront chasser plus d'un an, la ville de Saint-Junien pourra donc mettre en place le nouveau règlement de la publicité dans la ville.

Un article diffusé dans la lettre municipale du mois de Avril 2022 rappelait ces modalités.

REÇU EN PREFECTURE

Le 19/06/2023

Application agréée E-legalite.com

98\_DE-067-2187154-07-2023-0619-2-023\_050-DE



### Règlement local de publicité

Le règlement local de publicité (RLP) est le document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal. Il permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. Il est annexé au Plan local d'urbanisme.

La ville de Saint-Junien mène depuis plusieurs années une politique très volontaire d'amélioration du cadre de vie et plus particulièrement de protection de son patrimoine bâti ou naturel. La maîtrise des dispositifs publicitaires et des enseignes, au moyen du RLP, est un élément important de cette démarche. La ville disposait d'un règlement local de publicité depuis 2003 devenu caduc en 2021. Il convient donc d'en mettre en place un nouveau.

A cette occasion, seront prises en compte les modifications réglementaires intervenues, les nouvelles formes de publicité et l'évolution urbaine de la commune.

La préservation des paysages est l'affaire de tous. Afin de recueillir tous les avis, des moyens sont mis à disposition pour l'information et la participation du public :

- une information sur le site internet de la ville [www.saintjunien.fr](http://www.saintjunien.fr) rubrique Pratique/Urbanisme puis Renseignements d'urbanisme.
- une adresse mail dédiée pour recevoir les

observations du public [rip@saint-junien.fr](mailto:rip@saint-junien.fr)

- la mise à disposition d'un registre destiné aux observations de toute personne intéressée, à l'accueil du service urbanisme de la mairie, situé au 2<sup>e</sup> étage du centre administratif Martial-Pascaud, de 9h à 12h et de 14h à 16h30.

### Permanences de la CPAM

L'espace en libre service de la CPAM a ouvert les matins du lundi au vendredi au centre administratif Martial-Pascaud. L'après-midi, l'accueil se fait sur rendez-vous.

### Aides au départ en vacances

Toutes les familles qui le souhaitent sont invitées à prendre rendez-vous avec la référente familles de La Parenthèse au 07 61 64 42 75 afin de préparer un projet de départ en vacances. Selon le quotient familial ou leurs revenus d'imposition, elles peuvent bénéficier d'aides de la part de la CAF (jusqu'à 85% pour un 1<sup>er</sup> départ) et/ou de chèques vacances en complément.

### Recherche de bénévoles

#### La Parenthèse

Le centre social recherche des bénévoles pour l'aide aux devoirs (français, anglais, math) mais aussi des personnes qui ont des compétences pour la bricolage, le jardinage ou les arts plastiques. 05 55 02 57 08.



Lettre municipale éditée par la Mairie de Saint-Junien  
Place Auguste-Roche 87200 Saint-Junien  
Tél. 05 55 43 06 80 - [www.saintjunien.fr](http://www.saintjunien.fr)

Direction de la publication  
Pierre Allard

La 1<sup>ère</sup> réunion publique qui s'est tenue le 19 décembre à 19h00 a été annoncée sur le site internet et dans la presse locale.

Elle a fait l'objet d'un article rendant compte des points principaux paru dans La Nouvelle Abeille le 5 janvier 2023.

## Révision du règlement local de publicité



Réunion d'information sur le RLP

Le règlement local de publicité de la ville, (document communal de planification de la publicité extérieure qui réglemente l'affichage publicitaire et les enseignes, approuvé le 27 juin 2003), est caduc depuis le 14 janvier 2021. C'est donc la réglementation nationale qui s'exerce actuellement et les autorisations ou refus sont gérés par les services de l'État, en l'occurrence, le Préfet de département de la Haute-Vienne. Les dossiers d'autorisation préalable d'enseignes et de déclaration préalable d'enseignes sont à déposer ou envoyer au service

DDT : Service Urbanisme Habitat - ADS - Le Pastel - 22, rue des Pénitents Blancs - CS 43 217 - 87 032 Limoges Cedex 1

Le conseil municipal de Saint-Junien a donc, par délibération en date du 3 février 2022, prescrit l'élaboration d'un nouveau règlement local de publicité et a défini les modalités de concertation. La mission a été attribuée au cabinet Mesures et Perspectives, dont le siège social est situé à Nantes.

Un diagnostic de l'existant a donc été réalisé et c'est M. Jean

ROCHER, dirigeant du bureau d'études qui en a donné l'explication au cours d'une réunion publique, qui s'est déroulée le lundi 19 décembre à 19 h, salle Amédée Barbaud.

Onze personnes intéressées ont été accueillies par M. Pierre Allard, maire de Saint-Junien et quelques membres du conseil municipal.

Au cours de son discours d'introduction, Pierre ALLARD a détaillé les objectifs poursuivis par la mise en place de ce règlement :

- Préserver le cadre de vie des administrés en protégeant les zones d'habitat.
- Protéger pour valoriser tous les secteurs à enjeu patrimonial et en particulier ceux hors périmètres de protection des monuments historiques
- Réglementer de manière stricte les affichages lumineux et dispositifs numérotés ;
- Préserver les entrées de ville qui sont les premiers espaces de perception du territoire ;
- Répondre au développement économique en maîtrisant les outils de communication des acteurs du territoire ;
- Améliorer la sécurité routière et notamment sur l'axe RD 941 mais aussi réglementer les dispositifs en agglomération vitales depuis la RN 941.

M. Jean Rocher a, quant à lui, expliqué les modalités de concertation :

- Une information dans le journal municipal qui consacrera un article aux enjeux de cette révision ;
- Une information sur le site internet de la ville ;
- Une réunion avec les personnes publiques associées (services de l'État, etc.) ;
- Une réunion publique ;

• Une adresse mail dédiée pour recevoir les observations du public : [urbanisme@saint-junien.fr](mailto:urbanisme@saint-junien.fr)

• La mise à disposition pendant toute la durée de l'étude, d'un registre destiné à recueillir les observations de toutes les personnes intéressées, à l'accueil du service urbanisme de la mairie, aux horaires suivantes : 9 h à 12 h et de 14 h à 16 h du lundi au vendredi.

En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites.

Le Règlement Local de Publicité arrêté fait ensuite l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, après avis du commissaire enquêteur et des personnes publiques associées.

Le projet est ensuite approuvé par le conseil municipal.

Un groupe de travail composé d'élus et de personnel des services concernés s'attache à préparer un document réglementaire qui devrait être approuvé au cours du 3<sup>e</sup> trimestre 2023.

Le projet est consultable sur place mais également sur le site internet de la ville <http://www.saint-junien.fr> > règlement-de-publicite

CS 43

Service Intercommunal d'application du droit des sols de la Porte Océane du Limousin  
Adresse postale : Mairie de Saint-Junien 2, place Auguste-Roche BP 115 - 87200 Saint-Junien

Adresse des bureaux : Annexe Mairie - Centre Administratif Martial Pascaud 2<sup>e</sup> étage.  
Mail : [urbanisme@saint-junien.fr](mailto:urbanisme@saint-junien.fr)  
Tél. 05 55 43 06 98

REÇU EN PREFECTURE

le 19/06/2023

Application agréée E-legalité.com

La seconde réunion publique du 9 mai 2023 a été annoncée sur le site internet de la ville, sur le journal électronique situé devant la mairie et dans le Populaire du Centre le 5 mai 2023.

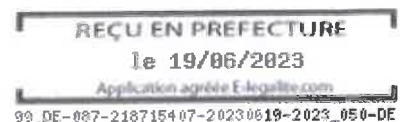


## (B) Participer

### Le registre papier et dématérialisé

Un registre papier a été mis à disposition du public au service technique de la mairie. Disposant des différentes pièces du dossier de RLP, le public pouvait faire part de ses observations en matière de réglementation de la publicité extérieure. Ce registre était également doublé de la possibilité de formuler des observations à l'adresse électronique suivante : [rlp@saint-junien.fr](mailto:rlp@saint-junien.fr)

Force est de constater que ces moyens de communication n'ont guère été prisés par le public puisque aucune observation n'a été formulée sur le registre papier et deux par voie électronique.



## Les réunions

### **La réunion avec les personnes publiques associées**

Pour celles des personnes publiques associées et associations de protection de l'environnement agréées ayant manifesté l'intérêt de participer à la procédure d'élaboration du RLP, c'est dans le cadre d'une réunion technique avec présentation du diagnostic qui s'est tenue dans les locaux de la mairie le 7 novembre 2022, qu'elles ont pu s'exprimer.

Les échanges ont porté sur :

- la limitation des enseignes temporaires ;
- les enseignes sur toiture ;
- la notion d'interdiction relative dans les secteurs protégés ;
- la présence de la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines qui ne peut être interdite ;
- les horaires d'extinction des dispositifs ;
- le pouvoir de police.

### **La 1<sup>ère</sup> réunion publique (Salle Amédée Burbaud)**

Une réunion publique destinée aux habitants, aux commerçants et aux professionnels de l'affichage s'est tenue salle le 19 décembre 2022 à partir de 19 h 00.

A l'issue de la présentation du diagnostic et des orientations retenues, cette réunion a permis à Monsieur le Maire, aux élus présents, aux services et au bureau d'études de répondre à diverses questions. Des précisions ont été demandées sur :

- la nature de l'illégalité de certains dispositifs ;
- la nécessité de protéger les entrées de ville ;
- le traitement du numérique ;
- le traitement des enseignes sur toiture et de celles scellées au sol ;
- l'attention à porter aux conséquences économiques de l'application des règles ;
- la nécessité de soumettre tout le monde aux mêmes règles et de réduire la place de la publicité dans la ville ;
- une bonne information des règles applicables pour éviter des investissements qui seraient rapidement caducs.

### **La 2<sup>ème</sup> réunion publique (salle des fêtes)**

A l'issue de la période de préparation du futur règlement, Monsieur le Maire a souhaité organiser cette seconde réunion pour présenter le projet de règlement et de zonage au public. Elle a eu lieu le 9 mai 2023 à partir de 19 h 00.

Au cours de cette réunion, des échanges sont tenus sur

- le traitement du lumineux (publicité ou enseigne) à l'intérieur des vitrines qu'il est possible de réglementer ;
- la protection des entrées de ville ;
- des précisions sur les caractéristiques des zonages ;
- la forme des enseignes scellées au sol ;
- la vitrophanie à l'extérieur des vitrines.

En conclusion, la concertation s'est déroulée conformément à ce qui avait été déterminé dans la délibération de prescription du RLP. Si le dialogue a été constructif avec les services de l'État, les commerçants et les professionnels de l'affichage, la très faible appropriation du sujet de la publicité extérieure par les habitants de la commune est regrettable.

REÇU EN PREFECTURE

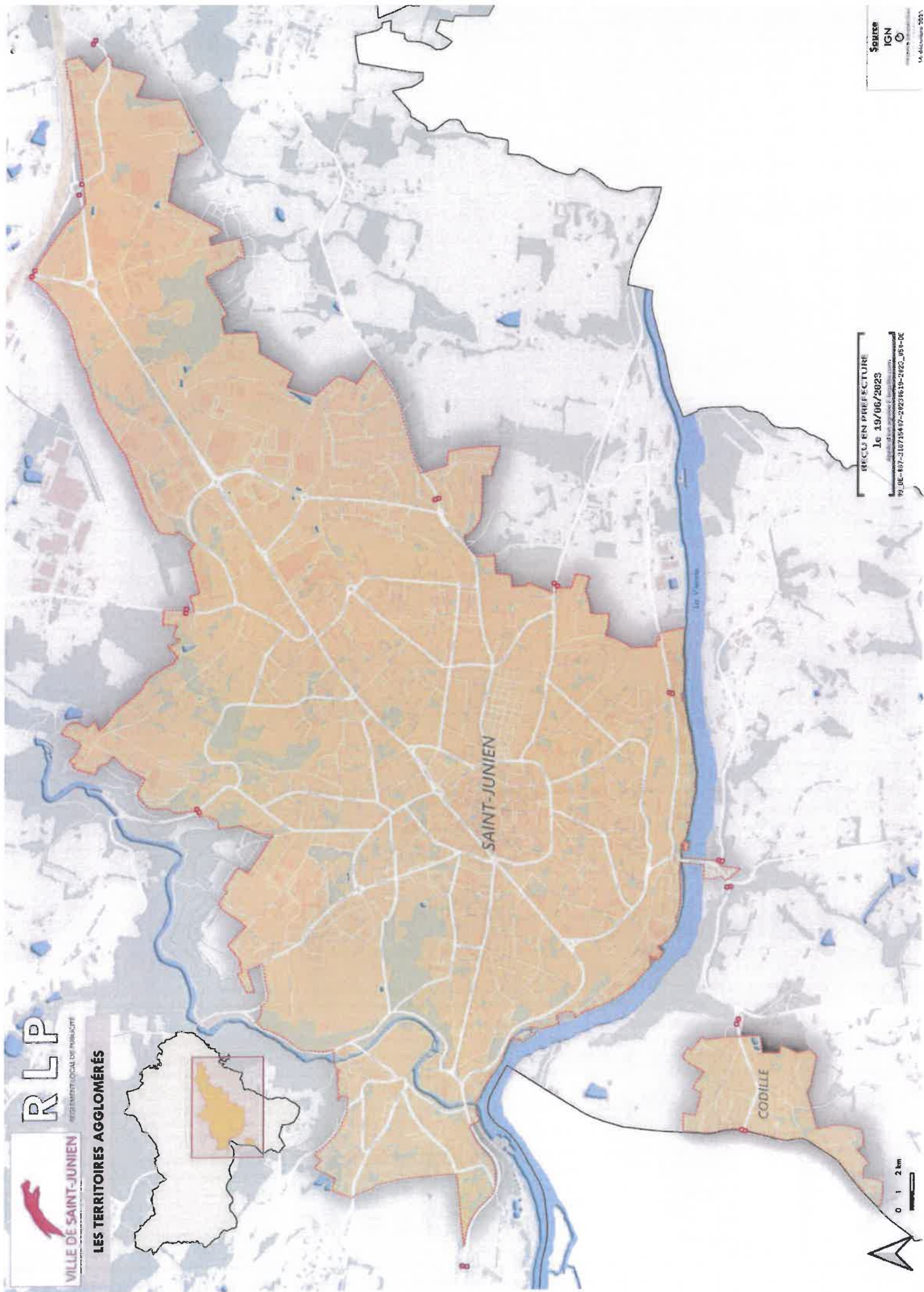
le 19/06/2023

Application agréée F. Infolite.com

99\_DE-067-2167154 07-2023 0619-2023\_050-DE



**LES TERRITOIRES AGGLOMÉRÉS**



SAINT-JUNIEN

CODILLE



RECUEIL EN PREFECTURE  
le 19/06/2023  
N° DE DÉPÔT: 210719497-20230610-2022\_US1-DE

**PLAN DE ZONAGE ENSEIGNES**



**Zonage RLP**

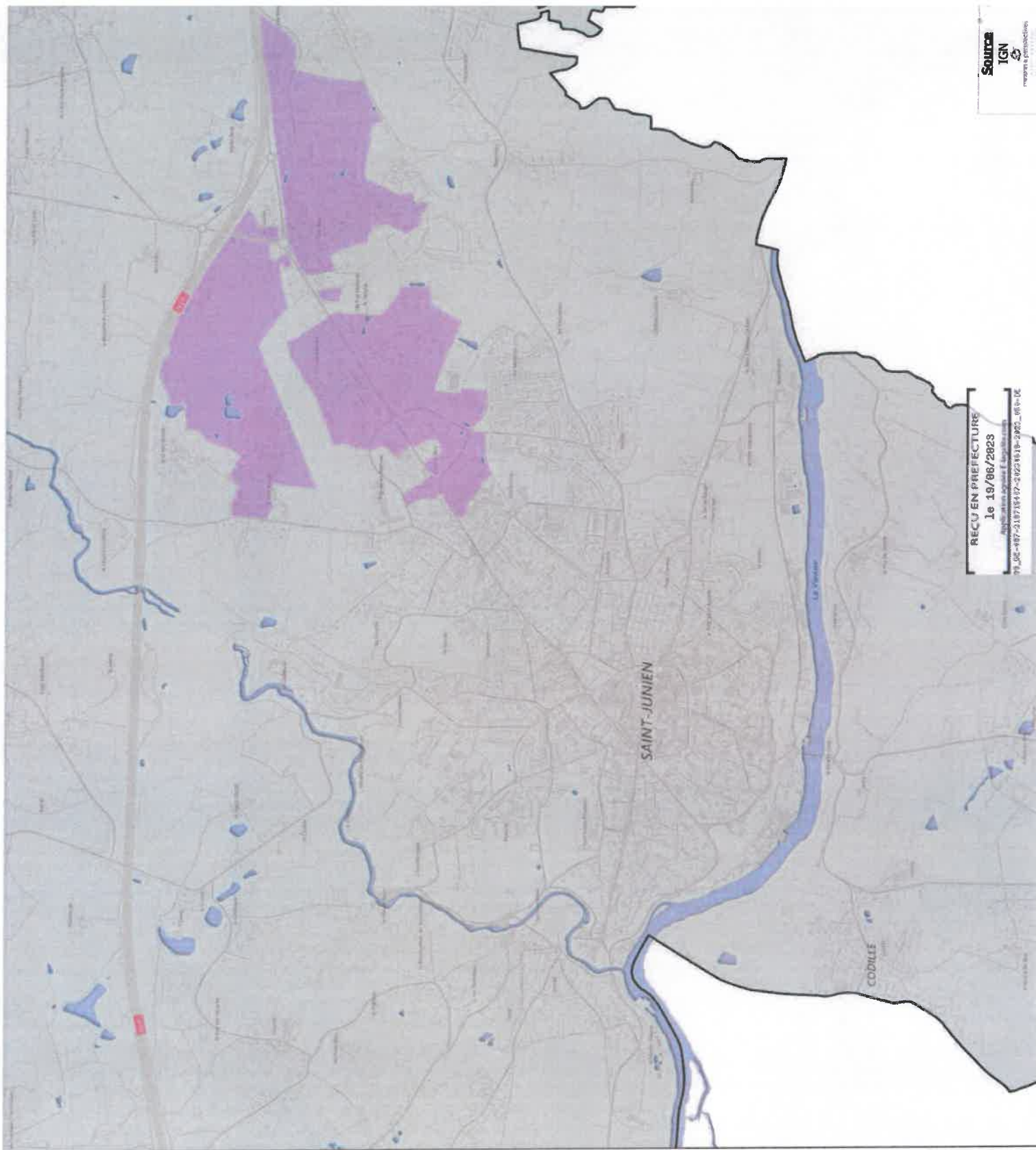
-  ZE1 : Zone d'activités
-  ZE2 : Reste du territoire

**Données structurelles**

-  Limite communale



0 5 10 km



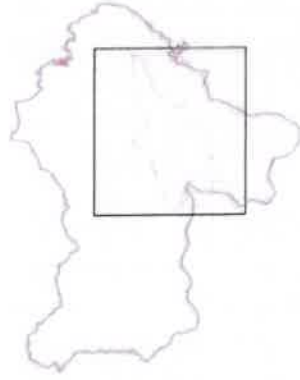
RECUEIL PREFECTURE

le 19/06/2023

Approuvé par le Conseil Municipal le 19/06/2023  
71\_2023-067-2187184-02-2023-0618-2023-0618-02



**PLAN DE ZONAGE PUBLICITE**



**Zonage RLP**

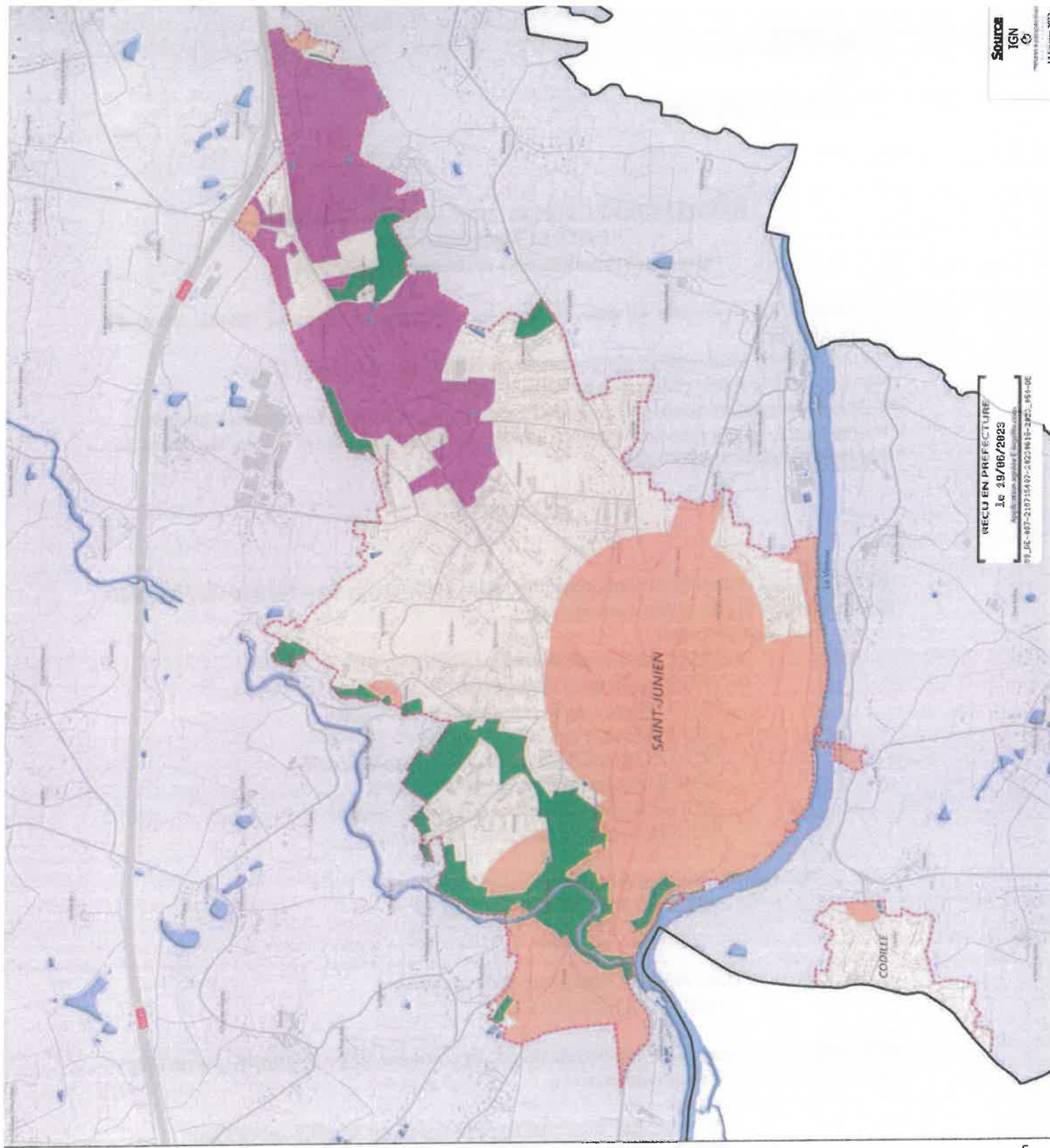
- ZP1 : Zone N du PLU, EBC et site inscrit
- ZP2 : Périmètre délimité des abords des monuments historiques et entrée de ville (100 mètres)
- ZP3 : Zone d'activités
- ZP4 : Zone résidentielle

**Données structurelles**

- Limite du territoire aggloméré
- Hors agglomération
- Limite communale



0 5 10 km



RECU EN PREFECTURE  
le 29/06/2023  
Mairie de Saint-Junien & Intercommunalité  
99\_06-107-210735477-20230615-2M3-\_05-00

ca voie      10917

**MAIRIE**  
**de**  
**SAINT-JUNIEN**

**EXTRAIT DU REGISTRE DES ARRETES DU MAIRE**  
**DU 05 SEPTEMBRE 2007**  
**(Annule et remplace les arrêtés du 20 août 2007)**

Le Maire de la Commune de Saint-Junien, Vice-président du Conseil Général, soussigné Pierre ALLARD,

Vu le Code de la voirie routière et notamment les articles L 113-1, et R 113-1,

Vu le Code de la Route et notamment l'article R 411-1,

Vu l'arrêté interministériel du 07 juin 1977 relatif à la signalisation des routes et autoroutes,

Vu l'extrait au registre du Maire en date du 26 mars 1999 intégrant le Village de Glane dans l'agglomération de SAINT-JUNIEN,

**ARRETE**

**ARTICLE 1** : Les limites de l'agglomération de la commune de SAINT-JUNIEN sur les routes départementales sont modifiées comme suit :

➤ SAINT-JUNIEN :

- RD 21 (Route de BRIGUEUIL) ⇔ PR 30,930
- RD 21 a (Route de SAULGOND) ⇔ PR 0,280
- RD 32 (Route de SAINT-BRICE) ⇔ PR 48,680
- RD 116 (Route de SAINT-MARTIN) ⇔ PR 10,475
- RD 675 (Route de ROCHECHOUART) ⇔ PR 58,950
- RD 675 (Route de BELLAC) ⇔ PR 56,856
- RD 941 (Route d'ANGOULEME) ⇔ PR 68,000
- RD 941 (Route de LIMOGES) ⇔ PR 62,000

➤ GLANE, Commune de SAINT-JUNIEN :

- RD 21 a ⇔ PR 0,280 et PR 0,860

➤ LES TROIS BORNES, Commune de SAINT-JUNIEN :

- RD 245 ⇔ PR 1,715 à 2,315

**ARTICLE 2** : Les limites de l'agglomération de la commune de SAINT-JUNIEN sur les voies communales sont modifiées comme suit :

➤ SAINT-JUNIEN :

- VC 8 Bis (LE MOULIN BRICE) ⇔ au niveau du pont sur la Glane.
- VC 11 (COTE DE CROYER) ⇔ au niveau du chemin rural à l'angle du n°29 Route de Croyer.
- VC 12 (Route de BEAULIEU) ⇔ 40 mètres au dessus du giratoire en allant vers Beaulieu.



- VC 20 (Route de GRANDMONT) ⇨ au niveau du pont SNCF.
- VC 37 (Route du BOIS AU BOEUF) ⇨ au niveau de son intersection avec

la RD 675.

**ARTICLE 3** : La signalisation correspondante sera mise en place par les services techniques municipaux.

**ARTICLE 4** : Ampliation du présent arrêté sera adressée à :

- Monsieur le Commandant de gendarmerie
- Monsieur le Commandant du P.S.I.G.
- Monsieur le Responsable du S.L.A. de Saint-Laurent-Sur-Gorre.
- Monsieur le Président de la Communauté de Communes Vienne Glane

Fait à Saint-Junien, le cinq septembre deux mille sept

REÇU A LA SOUS-PRÉFECTURE  
DE ROCHECHOUART

LE 11 SEP. 2007



Pour extrait conforme,  
Transmis à la Sous-préfecture  
Le 12/09/07  
Le Maire de Saint-Junien,  
Pierre ALLARD

Notifié, le

13 SEP. 2007

Mentions légales certifiées exactes  
A Saint Junien le  
Le Maire,  
Pour le Maire,  
L'Adjoint délégué,

Frédéric Bâcle

REÇU EN PRÉFECTURE

le 19/06/2023

Application agréée à legalite.com

99\_DE-087-2187154 07-2023 0619-2023\_050-DE



## Glossaire

### **Agglomération (Article R.110-2 du Code de la route) :**

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.

### **Baie :**

Toute ouverture de fonction quelconque pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.)

Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.

### **Bandeau (de façade) :**

Bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

### **Bâtiment d'habitation**

Tout bâtiment dans lequel 50 % au moins de la surface au moins est destinée à l'habitation.

### **Chantier :**

Période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux.

### **Chevalet :**

Préenseigne ou publicité installée directement sur le sol généralement devant un magasin.

### **Clôture :**

Construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

### **Clôture aveugle :**

Clôture pleine, ne comportant pas de partie ajourée.

### **Clôture non aveugle :**

Clôture constituée d'un grillage ou d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

### **Devanture :**

Revêtement de la façade d'une boutique. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

### **Dispositif publicitaire :**

Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

### **Durable :**

Les matériaux durables sont le bois, le verre, le plexiglas, le métal, la toile plastifiée imputrescible...

### **Enseigne :**

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

### **Enseigne éclairée :**

Enseigne éclairée par spots, caisson, projection.

**Enseigne lumineuse :**

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet. (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...)

**Face (d'un panneau publicitaire)**

Surface plate verticale supportant l'affiche.

Un dispositif scellé au sol peut être « double-face ».

**Façade aveugle :**

Murs des bâtiments ne comportant aucune baie ou des jours de souffrance de surface inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>.

**Linteau :**

Élément horizontal qui ferme le haut d'une baie et soutient la maçonnerie située au-dessus de l'ouverture.

**Mobilier urbain publicitaire :**

Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité, visés par les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement. Il s'agit :

- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis.
- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial.
- des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel.
- des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.
- des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

**Mur de clôture :**

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

**Nu (d'un mur) :**

Plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

**Ouverture de surface réduite :**

Ouvertures dont la surface est inférieure à 0,5m<sup>2</sup>.

**Pilier :**

Montants verticaux en maçonnerie qui sont situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

**Préenseigne :**

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

**Préenseigne dérogatoire :**

Par dérogation à l'interdiction de la publicité hors agglomération, peuvent être signalées de manière harmonisée par des préenseignes certaines activités :

- monuments historiques ouverts à la visite ;

REÇU EN PREFECTURE

le 19/06/2023

Application agréée E-égalité.com

99\_DE-087-2187154 07-2023 0619-2023 050-DE

- activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations culturelles exceptionnelles.

**Préenseigne temporaire :**

Préenseigne signalant :

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce.

**Publicité :**

Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

**Publicité de petit format :**

Publicité intégrée dans les devantures commerciales au sens de l'article L.581-8-III du code de l'environnement.

**Publicité lumineuse :**

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemple, néons sur les toits, écrans vidéo.

Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont considérés comme des publicités lumineuses mais sont assujettis au régime de la publicité non-lumineuse, en application du dernier alinéa de l'article R.581-34 du Code de l'environnement.

**Saillie :**

Distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

**Temporaire ;**

Dispositif installé à l'occasion d'un événement exceptionnel tel que défini par le code de l'environnement : opération commerciale, culturelle, immobilière. S'oppose à « fixe ».

**Toiture-terrasse :**

Toiture dont la pente est inférieure à 15%.

**Unité foncière :**

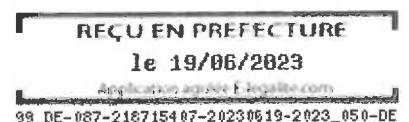
Parcelle ou ensemble des parcelles cadastrales adjacentes appartenant à un même propriétaire ou à une même indivision.

**Unité urbaine :**

Terme statistique défini par l'INSEE désignant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

**Véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires :**

Véhicules exclusivement aménagés pour constituer un support de publicité ou, étant aménagés pour un autre usage, sont détournés de cet usage normal à des fins publicitaires. Les véhicules des





services de transport public de voyageurs ne sont pas des véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires.

**Vitrine :**

Baie vitrée d'un local commercial.

Espace aménagé derrière cette baie où sont exposés les produits.

**Vitrophanie :**

Étiquette autocollante qui s'applique sur une vitre et qui peut être lue par transparence



VILLE DE SAINT-JUNIEN

## RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

# Rapport de Présentation

Mai 2023

REÇU EN PREFECTURE

le 19/06/2023

Application agréée E-legalite.com

99\_DE-067-2167154 07-2023 0619-2023\_05 0-DE

INTRODUCTION .....	5
Contexte législatif .....	5
Intérêt de l'élaboration du RLP .....	5
La caducité .....	5
Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire ...	5
1 : LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	6
1.1 Les principales étapes de la procédure .....	6
1.2 Les pièces constitutives du RLP.....	7
1.2.1 Le rapport de présentation.....	7
1.2.2 Le règlement .....	8
1.2.3 Les annexes.....	8
1.3 Le champ d'application matériel .....	9
1.3.1 La publicité.....	9
1.3.2 L'enseigne .....	10
1.3.3 La préenseigne.....	11
1.3.4 Le cas particulier des préenseignes dérogatoires.....	12
1.3.5 L'affichage d'opinion .....	13
1.3.6 Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation .....	13
2 : ANALYSE TERRITORIALE.....	15
2.1 Approche globale.....	15
2.2 Contexte administratif .....	16
2.3 Le patrimoine naturel .....	17
2.4 Le patrimoine bâti .....	18
2.5 Le réseau viaire et les entrées de ville .....	19
2.6 Les zones d'activités ou commerciales.....	19
2.6 Les secteurs résidentiels .....	20
2.7 Synthèse des enjeux pour la publicité extérieure .....	21
3 : LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES .....	23
3.1 Le champ d'application géographique .....	23
3.1.1 La population de référence .....	23
3.1.2 L'agglomération .....	23
3.2 Les dispositions du RNP applicables à la publicité .....	26
3.2.1 La surface de la publicité.....	26
3.2.2 Les principales règles applicables à la publicité murale .....	26
3.2.3 Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol .....	26
3.2.4 Le régime applicable au mobilier urbain .....	26
3.2.5 Le régime applicable à la publicité numérique.....	26
3.2.6 La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines.....	26
3.2.7 La publicité sur véhicules terrestres .....	27



3.2.8	La publicité sur bâches.....	27
3.2.9	La publicité sur toiture.....	27
3.2.10	La règle nationale de densité .....	27
3.2.11	L'obligation d'extinction nocturne .....	28
3.2.12	Le régime de déclaration ou d'autorisation .....	28
3.2.13	Tableau de synthèse des règles applicables .....	28
3.3	Les dispositions du RNP applicables aux enseignes.....	30
3.3.1	Les enseignes murales .....	30
3.3.2	Les enseignes scellées au sol.....	30
3.3.3	Les enseigne sur toiture ou terrasse.....	30
3.3.4	Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines .....	31
3.3.5	L'extinction nocturne .....	31
3.3.6	Le régime de déclaration ou d'autorisation .....	31
3.3.7	Tableau de synthèse des règles applicables .....	32
3.4	Le pouvoir de police.....	33
3.5	Les dispositions figurant dans le RLP actuel.....	34
4	: LE DIAGNOSTIC.....	37
4.1	Méthode de Recensement .....	37
4.1.1	Publicité .....	37
4.1.2	Enseignes .....	38
4.2	Les chiffres clefs de la publicité .....	39
4.3	Les enseignes .....	47
5	: LES CONSTATS.....	49
5.1	Publicité par secteurs à enjeux.....	49
5.1.1	Hors agglomération.....	49
5.1.2	Le patrimoine naturel.....	50
5.1.3	Le patrimoine bâti .....	50
5.1.4	Le réseau viaire et les entrées de ville.....	52
5.1.5	Les zones d'activités ou commerciales.....	53
5.1.6	Les quartiers résidentiels .....	54
5.1.7	Autres constats.....	56
5.2	Les enseignes par secteurs à enjeux.....	57
5.2.1	Hors agglomération.....	57
5.2.2	Le patrimoine naturel.....	57
5.2.3	Le patrimoine bâti .....	57
5.2.4	Le réseau viaire et les entrées de ville.....	58
5.2.5	Les zones d'activités ou commerciales.....	59
5.2.6	Les quartiers résidentiels .....	60
5.3	Synthèse des constats.....	61

5.3.1	Publicité .....	61
5.3.2	Enseignes .....	61
6 :	LES ORIENTATIONS .....	62
6.1	Publicité : .....	62
6.2	Enseignes .....	62
7 :	L'EXPLICATION DES CHOIX .....	64
7.1	Les zones et les règles applicables à la publicité .....	64
7.1.1	Dispositions générales.....	64
7.1.2	Zone P 1 .....	65
7.1.3	Zone P 2 .....	66
7.1.4	Zone P 3 .....	66
7.1.5	Zone P 4 .....	66
7.2	Les zones et les règles applicables aux enseignes.....	67
7.2.1	Dispositions générales.....	67
7.2.2	Zone E 1 .....	68
7.2.3	Zone E 2.....	69

# INTRODUCTION

## Contexte législatif

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE ou « Grenelle II ») est le dernier grand texte législatif ayant adopté des dispositions en matière de publicité. Parmi les nombreuses modifications apportées aux règles antérieures, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement, il convient de retenir celles qui concernent l'institution par les communes ou leurs groupements compétent en matière de PLU d'un règlement local de publicité (RLP). Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets d'application qui constituent le règlement national de la publicité (RNP). Ils ont été codifiés aux articles R.581-1 et suivants du Code de l'environnement.

Depuis la loi ENE, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui devient donc intercommunal (RLP).

## Intérêt de l'élaboration du RLP

### La caducité

La ville de Saint-Junien disposait d'un règlement local de publicité (RLP) communal. Adopté en 2003, antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, on dit à son propos qu'il s'agit d'un règlement de publicité de première génération. Or l'article L.581-14-3 du Code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, à peine de caducité.

Cette caducité a été portée au 13 janvier 2021 par l'article 29 de la loi 2020-734 du 17 juin 2020. Depuis cette date, le RLP est caduc.

### Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire

Les règlements locaux de publicité (RLP) sont devenus de véritables instruments de planification locale. Ils offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicités, enseignes et préenseignes. Les RLP s'inscrivent dans une vision stratégique du territoire. Élaborés selon une procédure identique à celle des plans locaux d'urbanisme (PLU), ils visent à préserver les paysages et à améliorer le cadre de vie.

Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLP sera établi. Le RLP institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLP peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité. Sont notamment concernés les lieux suivants :

- les sites patrimoniaux remarquables (SPR) ;
- les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques ;
- les sites inscrits et sites Natura 2000.



# 1 : LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 1.1 Les principales étapes de la procédure

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLP est identique à celle d'un PLU (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).

La délibération de prescription du RLP en date du 03 février 2022, a fixé les objectifs poursuivis :

- préserver le cadre de vie des administrés en protégeant les zones d'habitat ;
- protéger pour valoriser tous les secteurs à enjeux patrimoniaux et en particulier ceux hors périmètres de protection des monuments historiques ;
- réglementer de manière plus stricte les affichages lumineux et dispositifs numériques ;
- préserver les entrées de ville qui sont les premiers espaces de perception du territoire ;
- répondre au développement économique en maîtrisant les outils de communication des acteurs du territoire ;
- Améliorer la sécurité routière et notamment sur l'axe RD 941 mais aussi réglementer les dispositifs en agglomération visibles depuis la RN 141.

Elle a également défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLP (articles L.103-2 et L.153-11 du Code de l'urbanisme).

Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :

- une information dans le journal municipal qui consacrera un article aux enjeux de cette révision ;
- une information sur le site Internet de la ville ;
- une réunion avec les personnes publiques associées ;
- une réunion publique ;
- une adresse mail dédiée pour recevoir les observations du public ;
- la mise à disposition, pendant toute la durée de l'étude, d'un registre destiné aux observations de toute personne intéressée, à l'accueil du service urbanisme de la mairie aux horaires suivants : 9h00 à 12h00 et 14h00 à 16h00 du lundi au vendredi.

En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA) ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

Le RLP arrêté fait ensuite l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Le projet de RLP est ensuite approuvé par le conseil municipal.

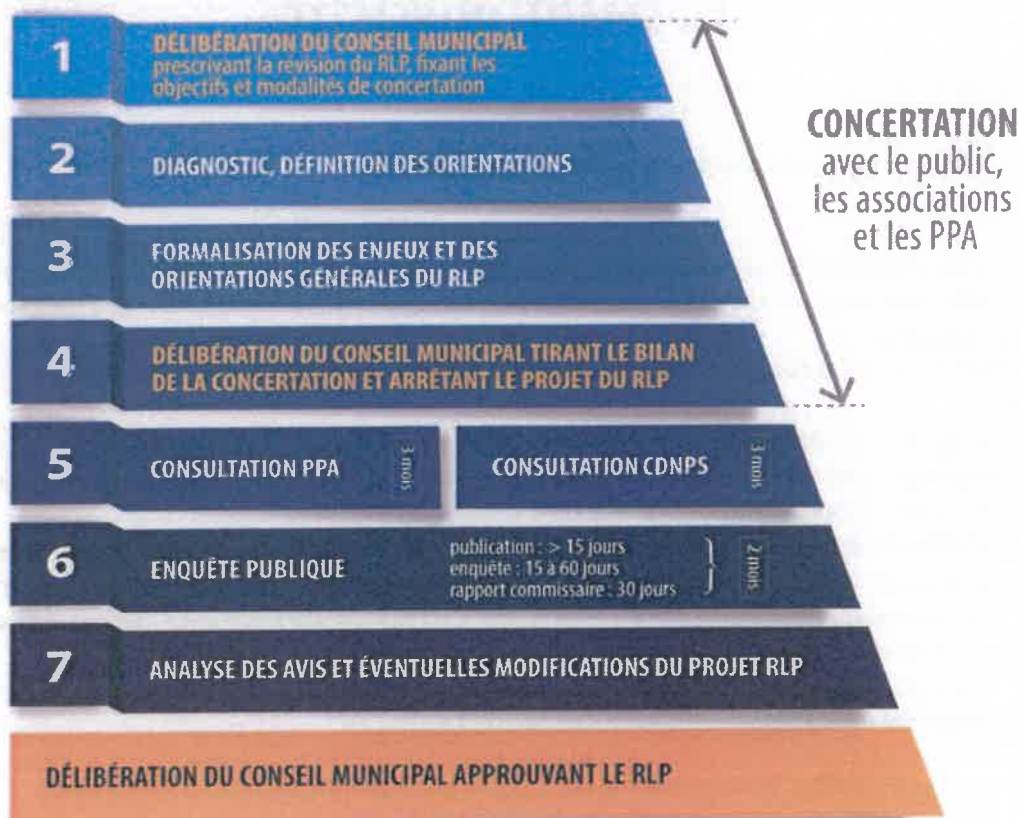


Schéma de la procédure

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLP entre en vigueur. Il est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera opposable que deux ans plus tard pour les publicités déjà existantes et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'environnement).

Publicité	Application immédiate	2 ans après approbation
Enseignes	Application immédiate	6 ans après approbation

## 1.2 Les pièces constitutives du RLP

Conformément à l'article R.581-72 du Code de l'environnement, un RLP comprend au moins :

- un rapport de présentation ;
- une partie réglementaire ;
- des annexes.

. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, glossaire, etc.

### 1.2.1 Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure sur le territoire de la commune. Il procède à un recensement des dispositifs en

mesurant leur impact sur le cadre de vie et analyse leur conformité aux dispositions du RNP et, le cas échéant, du RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux. Pour cela, il relève les secteurs nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport précise les objectifs et définit les orientations en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il explique enfin les choix des règles instituées dans le règlement.

### 1.2.2 Le règlement

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

### 1.2.3 Les annexes

Les annexes sont constituées

- des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres identifiés<sup>1</sup> ;
- de(s) arrêté(s) municipal(aux) fixant les limites du territoire aggloméré ;
- des documents graphiques les matérialisant.

---

<sup>1</sup> Les périmètres sont des secteurs identifiés hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du Code de l'environnement).

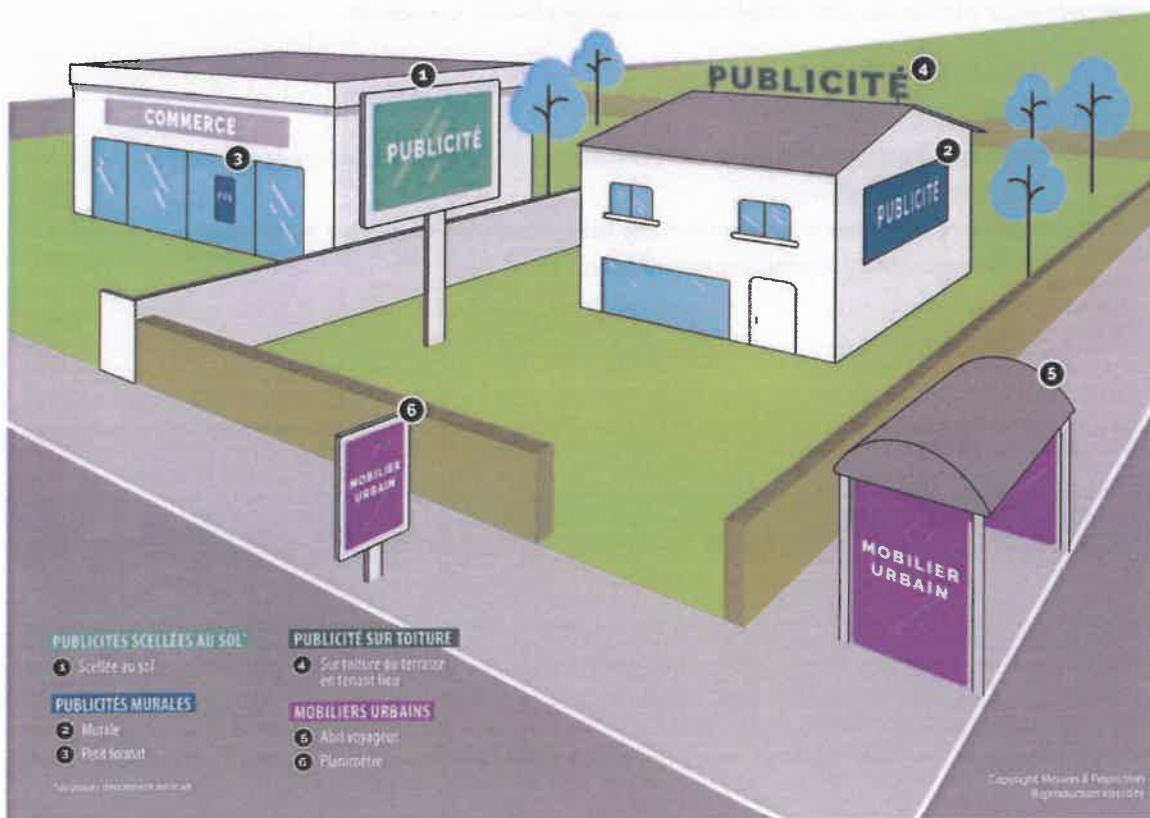
## 1.3 Le champ d'application matériel

L'article L.581-3 du Code de l'environnement définit les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées :

- la publicité ;
- les enseignes ;
- les préenseignes.

### 1.3.1 La publicité

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3-1° du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.



Le caractère généraliste de la définition de la publicité conduit à prendre en considération tous les types de publicité réglementés par le RNP suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicités scellées au sol, apposées sur un support existant, sur bâches, apposées sur du mobilier urbain) ;
- leurs dimensions ;
- leur caractère lumineux ou non ;
- leur mobilité (publicité sur véhicules terrestres, sur voies navigables).

Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de la commune et de son appartenance à une unité urbaine dans lesquels ils sont implantés.

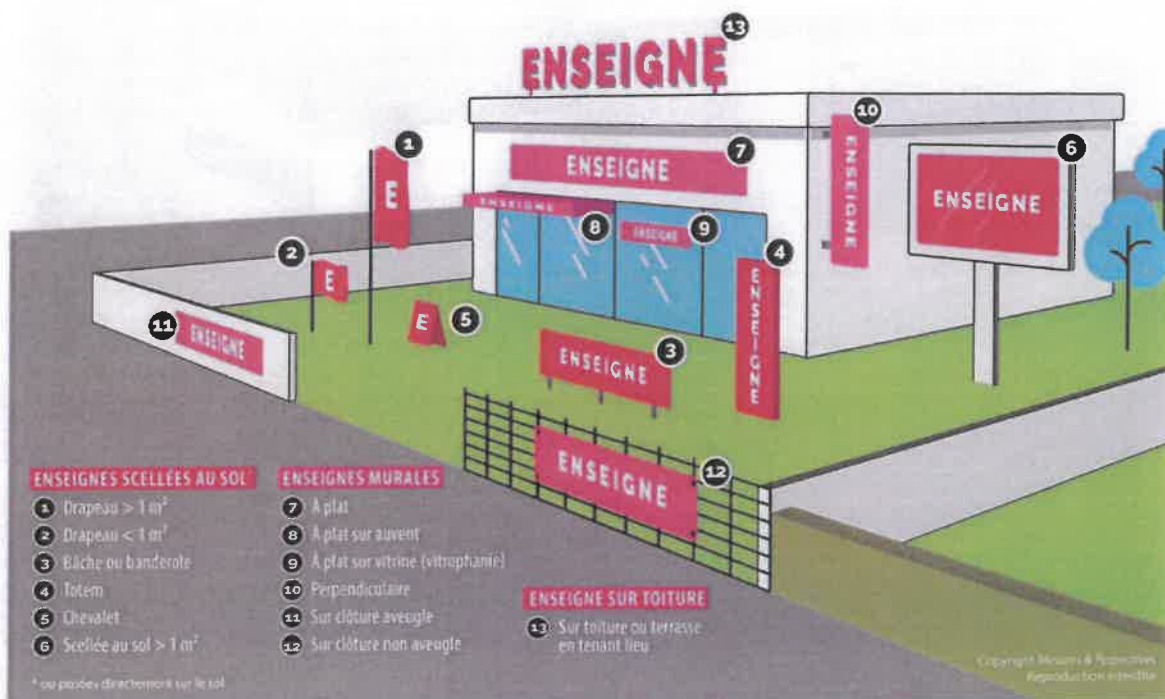


### 1.3.2 L'enseigne

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3-2° du Code de l'environnement).

Les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode ou de leur lieu d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;
- enseignes lumineuses ;

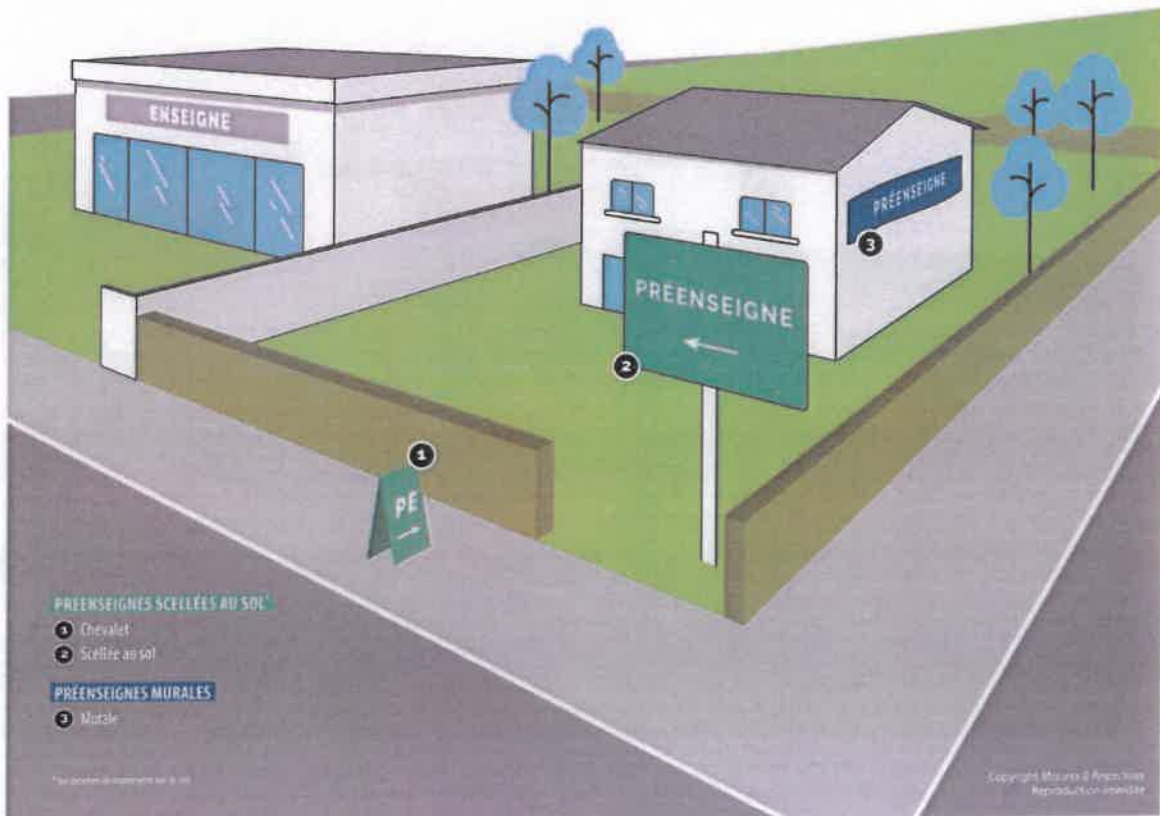


### 1.3.3 La préenseigne

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L. 581-3-3° du Code de l'environnement).

La préenseigne informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction ou de distance.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Par conséquent, un RLP ne peut instituer de dispositions particulières les concernant différemment de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.



### 1.3.4 Le cas particulier des préenseignes dérogatoires

Seules les préenseignes dérogatoires (Art. L.581-19 et R.581-66 et 67) sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles sont implantées hors agglomération.

Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois, mentionnées dans les articles L.581-20, R.581-68, 69 et 71 du Code de l'environnement. Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Elles sont soumises à des conditions de format, de distance et de nombre par rapport à l'activité signalée :

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Fabrication ou vente de produits du terroir	Monopied 1 m (h) x 1,5 m (L)	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments historiques ouverts à la visite		4	10 km
Temporaires		4	-



Préenseigne dérogatoire (photo prise sur un autre territoire)

### 1.3.5 L'affichage d'opinion

Le régime de l'affichage d'opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (l'article L.581-13 du Code de l'environnement) exige que chaque commune réserve sur l'ensemble du territoire communal des emplacements 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. La surface minimale réservée est de :

- 4 m<sup>2</sup> pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m<sup>2</sup> plus 2 m<sup>2</sup> par tranche de 2 000 habitants pour les communes dont la population est comprise entre 2 000 et 10 000 habitants ;
- 12 m<sup>2</sup> plus 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les communes dont la population est supérieure à 10 000 habitants.

Population		Surface en m <sup>2</sup>
De	A	
0	2 000	4
2 001	4 000	6
4 001	6 000	8
6 001	8 000	10
8 001	10 000	12
au-delà de 10 000		5 m <sup>2</sup> par tranche supplémentaire de 10 000

Pour Saint-Junien, dont la population totale est de 11 475 habitants (source INSEE janvier 2020), la surface minimale à respecter est de 17 m<sup>2</sup>.

Les emplacements sont fixés par arrêté municipal.

### 1.3.6 Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation

Malgré leur ressemblance avec les publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du Code de l'environnement. Tel est le cas des dispositifs régis par le Code de la route, dont la signalisation d'information locale (SIL), ou des dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population.



Signalisation routière





*Signalisation d'information locale (SIL)*

Sont également exclus de la réglementation les mobiliers urbains ne comportant aucune publicité, ainsi que les œuvres artistiques ou les décorations. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.



*Écran numérique (sans publicité)*

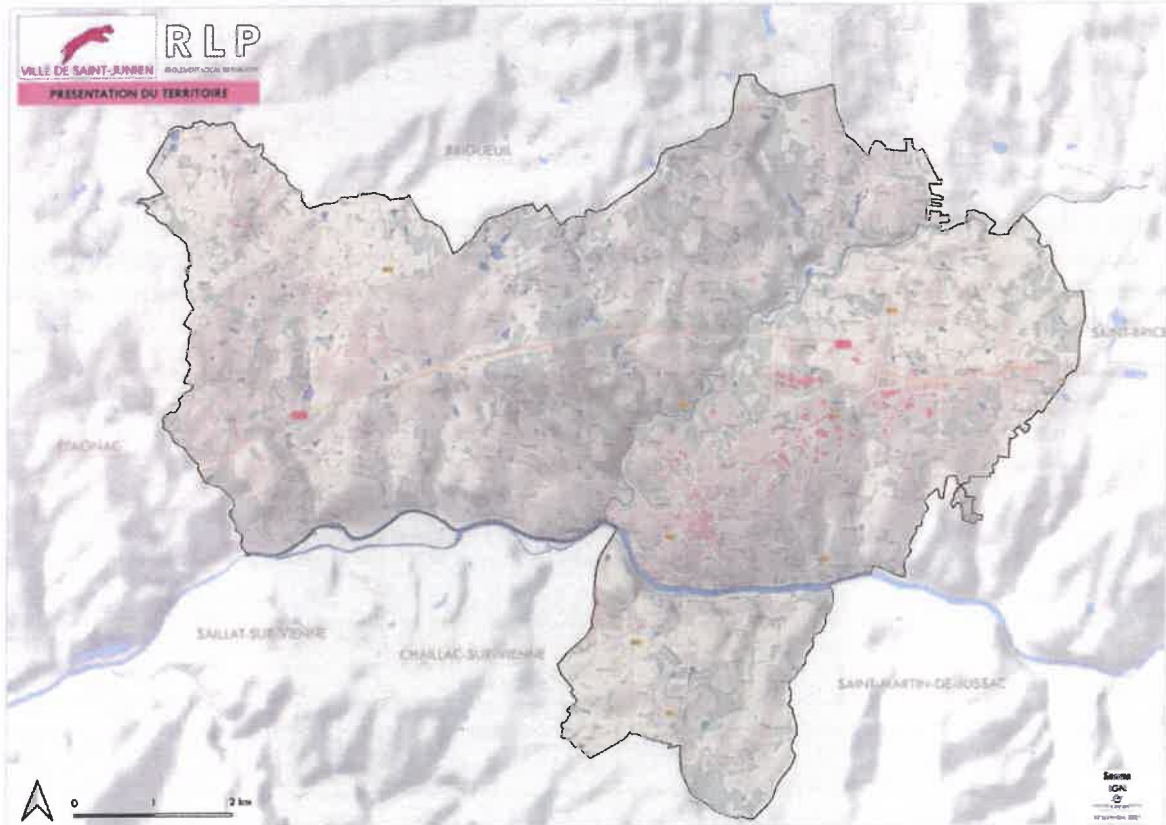


## 2 : ANALYSE TERRITORIALE

### 2.1 Approche globale

La ville de Saint Junien naît vers l'an 1000, elle est bâtie autour de l'Abbaye dédié à Junien, un ermite connu pour ses divers miracles.

Le grand territoire communal (près de 59 km<sup>2</sup>) offre une multitude de lieux d'intérêts tant sur le plan architectural que naturel.



Carte de St Junien



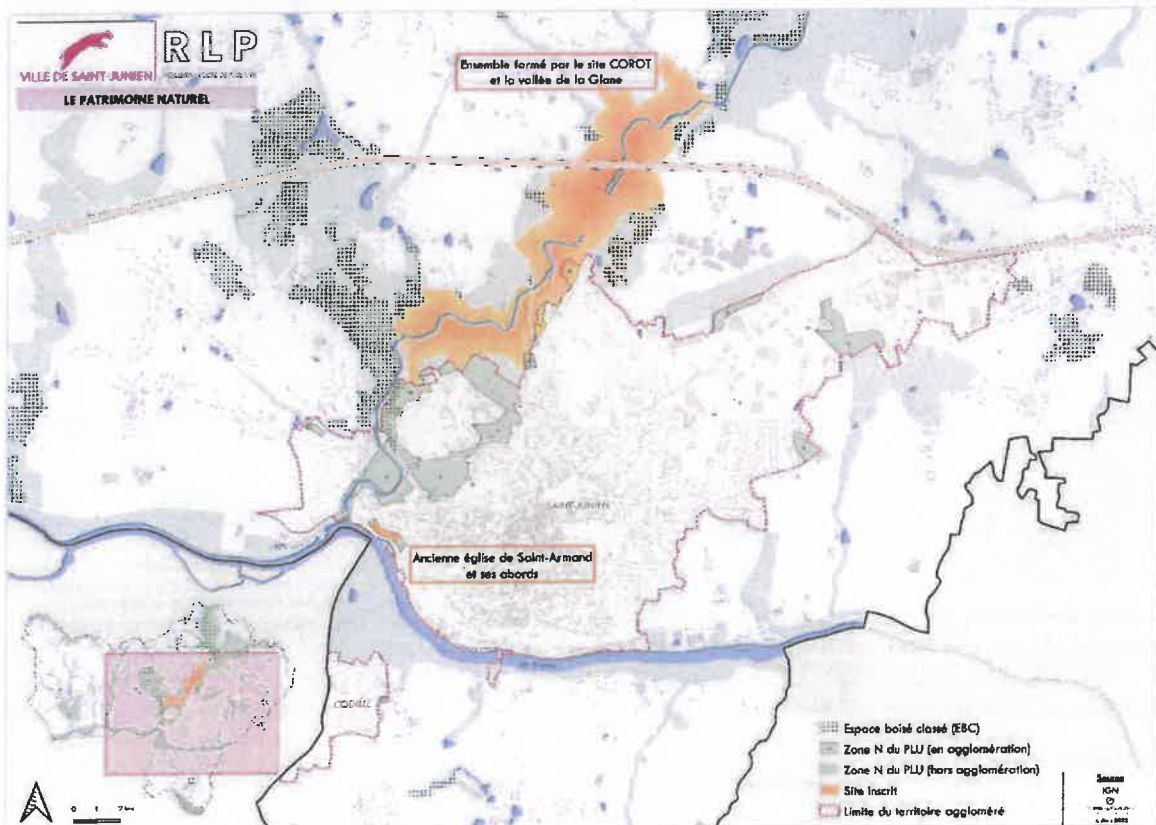
## 2.3 Le patrimoine naturel

Situé à la frontière de la Charente, le grand territoire communal de Saint-Junien est dominé par un paysage bocager, composé par des bosquets plus ou moins importants. La Vienne et ses ruisseaux affluents, viennent enrichir la mosaïque paysagère et s'ancrent dans le patrimoine naturel de la ville.

Ce patrimoine naturel est valorisé dans et protégé par la présence de deux sites inscrits :

- Ensemble formé par le site COROT et la vallée de la Glane ;
- Ancienne église de Saint-Armand et ses abords.

Le PLU aussi, reconnaît et protège ces espaces par la présence de zones N et d'espaces boisés classés (EBC). En agglomération, ces protections sont peu présentes, elles sont localisées au nord-ouest autour des espaces destinés au sport et du site de COROT ; à l'est une zone N protège les abords du ruisseau de Château Gaillard et les abords de l'aérodrome.



Carte du patrimoine naturel de St Junien

Enjeux pour le RLP :

L'enjeu est de préserver des implantations publicitaires lorsqu'il se trouve dans les secteurs agglomérés.

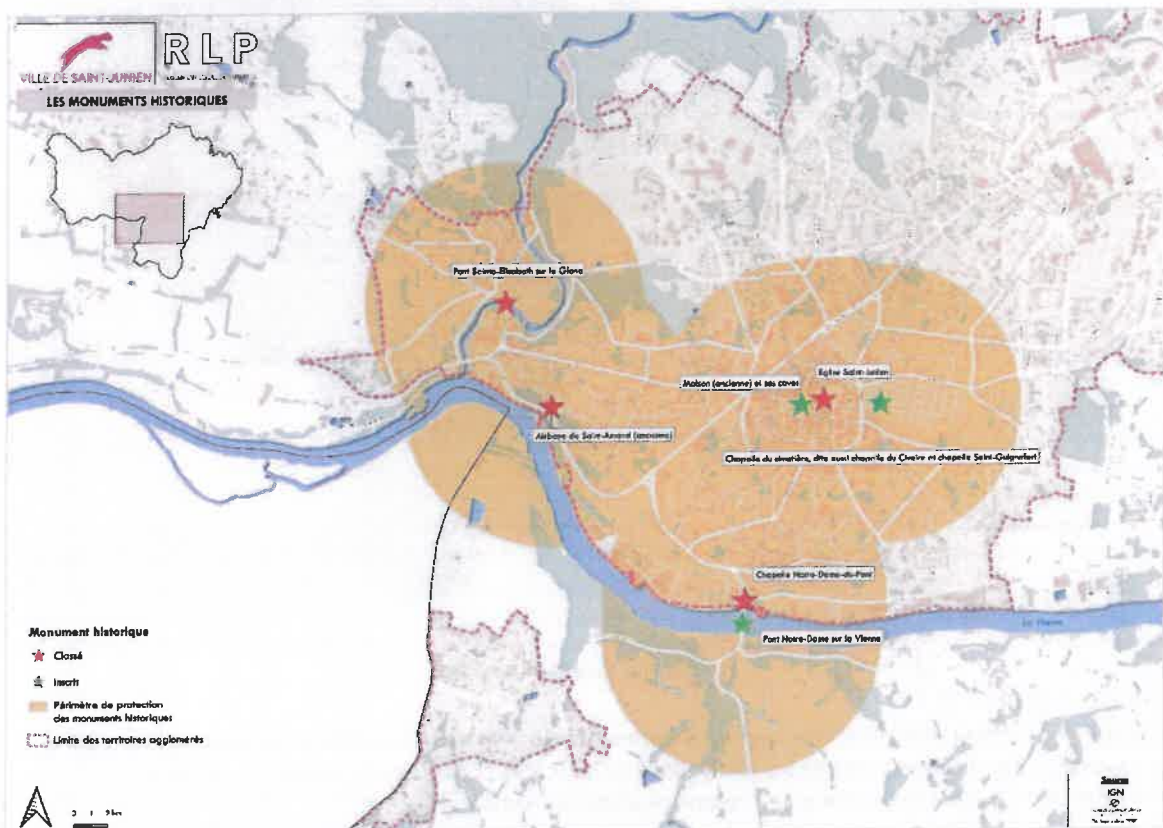


## 2.4 Le patrimoine bâti

Cité d'origine médiévale à la confluence entre la Vienne et la Glane, Saint-Junien bénéficie d'un patrimoine architectural riche. Édifices religieux, monuments médiévaux, constructions traditionnelles, demeures bourgeoises, architecture du XIXe : ces témoins de l'histoire sont toujours présents et s'harmonisent avec les récents aménagements urbains qui forment l'écrin de ce patrimoine.

Un certain nombre de ces monuments sont protégés au titre des monuments historiques :

- Pont Sainte-Elisabeth sur la Glane (classé) ;
- Abbaye de Saint-Amand (ancienne) (classé) ;
- Chapelle Nôtre-Dame-du-Pont (classé) ;
- Eglise Saint-Junien (classé) ;
- Maison (ancienne) et ses caves (inscrit) ;
- Chapelle du cimetière, dite aussi chapelle du Civoire et chapelle Saint-Guignefort (inscrit) ;
- Pont Notre-Dame sur la Vienne (partiellement inscrit).



Carte du patrimoine architectural de St Junien

Enjeux pour le RLP :

La préservation et la mise en valeur du patrimoine architectural et urbain de qualité exigent une réglementation spécifiquement adaptée.

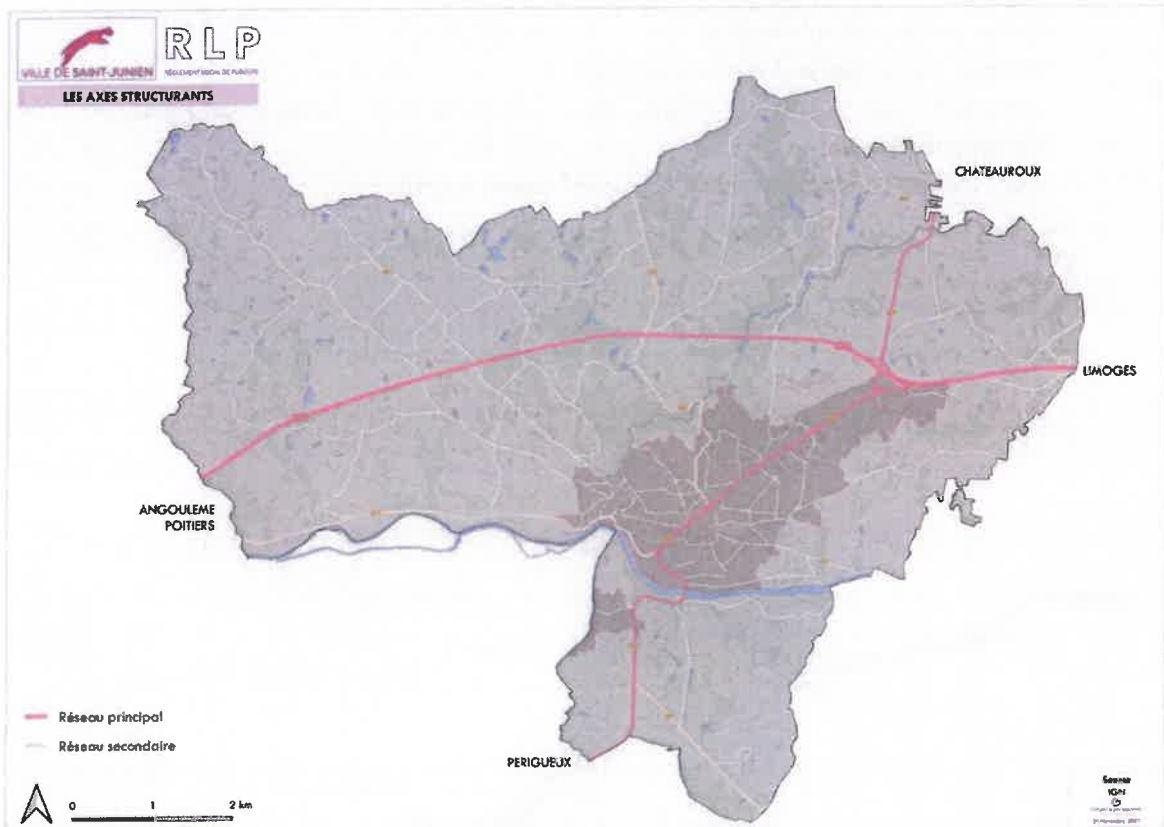
La possibilité de réintroduire la publicité dans certains de ces secteurs doit être très mesurée. La préservation du patrimoine passe également par une réglementation des enseignes ayant pour but leur bonne insertion dans le bâti.

## 2.5 Le réseau viaire et les entrées de ville

Le réseau viaire est hiérarchisé de la manière suivante :

- La ville est structurée le long de la RD 941 qui la traverse du sud-ouest au nord-est et passe par le centre-ville.
- Au sud, la RD 675 tangente Codille, traverse la Vienne et rejoint la RD 941.
- La RD 21 part du centre-ville et se dirige vers le nord.

Ces axes sont des lieux où les annonceurs souhaitent le plus être présents.



Carte du réseau viaire

Enjeux pour le RLP :

Traiter, à l'intérieur du territoire aggloméré, les séquences de voies en fonction des enjeux traversés (patrimoine naturel ou bâti, entrées de ville, zones commerciales, secteurs résidentiels) pour permettre une lecture qualitative de la ville.

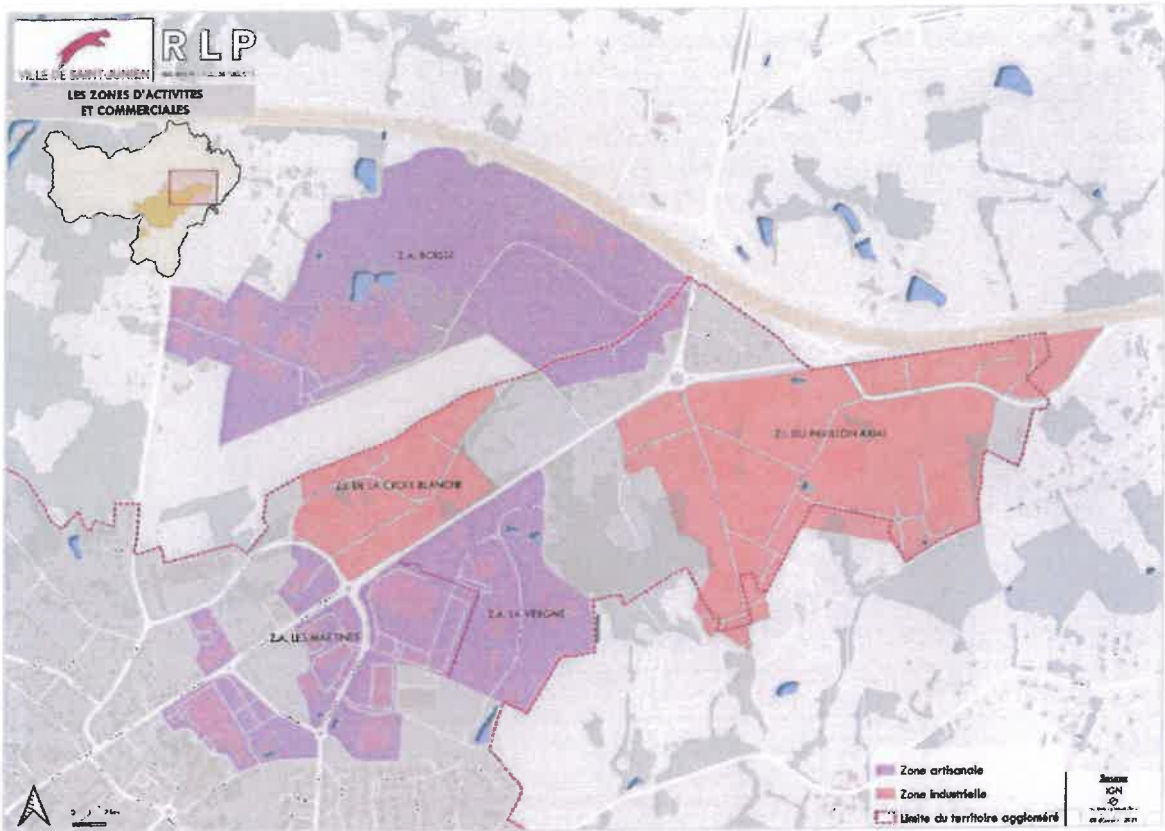
## 2.6 Les zones d'activités ou commerciales

Outres les rues commerciales du centre-ville, l'ensemble l'activité économique de la ville est concentré au nord-est de l'agglomération, le long de la D941 et de la N141.

2 zones industrielles (la Z.I. de la Croix Blanches et la Z.I. du Pavillon Axial) et 3 zones artisanales (la Boisse, la Vergne et les Martines) ce sont implantées dans cette zone.

Au même titre que les axes, ces zones représentent des lieux cibles pour les afficheurs, et représentent donc des zones d'enjeux importantes pour la publicité extérieure.





Carte des zones d'activités ou commerciales

Enjeux pour le RLP :

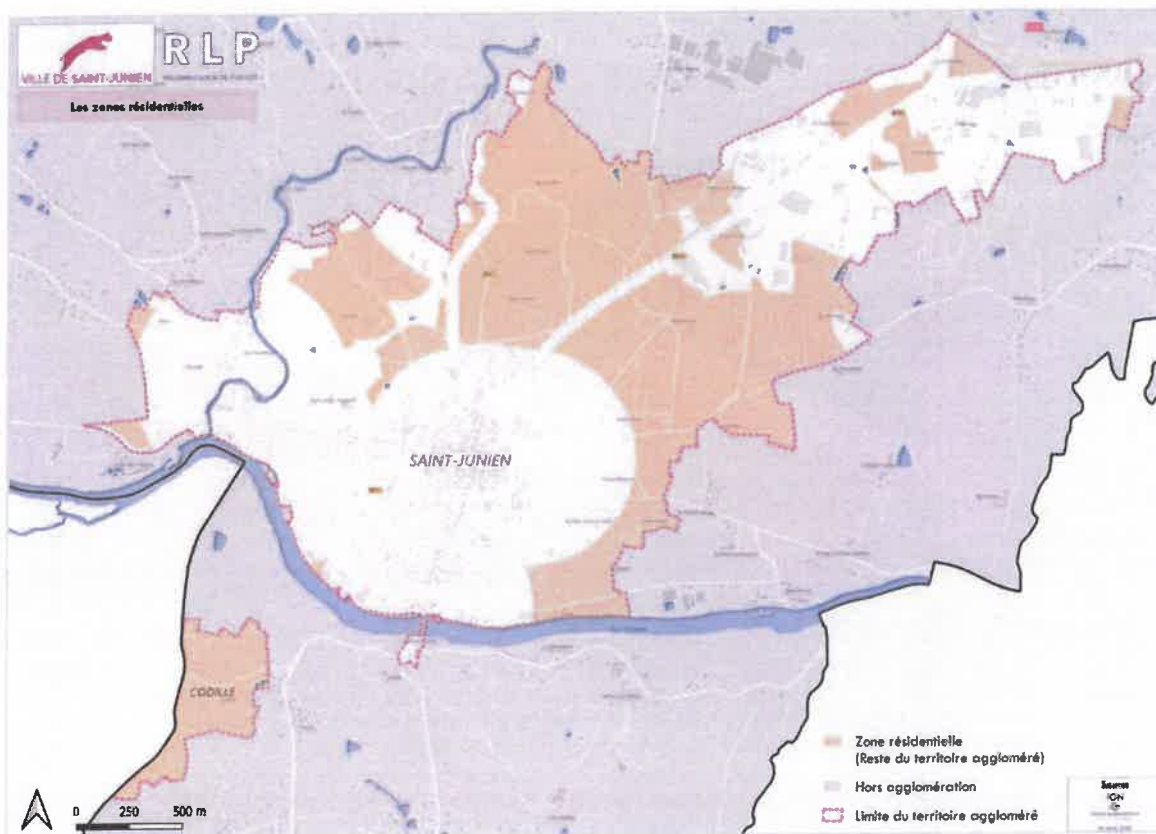
La publicité doit être maîtrisée de manière à limiter son impact et lui donner une meilleure lisibilité.

Les enseignes doivent être organisées pour mettre en valeur les établissements.

## 2.6 Les secteurs résidentiels

Ces quartiers constituent le solde du territoire aggloméré à l'issue de la définition des autres secteurs.

La sérénité des riverains doit y être respectée.



Enjeux pour le RLP :

Admettre peu de publicité et de surface réduite ;

Laisser aux établissements commerciaux la possibilité de s'exprimer.

## 2.7 Synthèse des enjeux pour la publicité extérieure

Les caractéristiques du territoire citées précédemment sont des éléments qui vont influencer le futur zonage et le règlement du RLP. Ces enjeux pour le territoire sont synthétisés sur la carte ci-après.

Le RLP doit être un outil permettant la préservation du paysage urbain et rural, et des sites à forte valeur patrimoniale. Cette préservation est définie et modulée en fonction du contexte et de l'intérêt des lieux. Le RLP doit aussi permettre de trouver le bon équilibre entre la volonté de favoriser l'essor économique local, en permettant aux entreprises de se signaler, et le souci de valoriser le cadre de vie de la ville pour les personnes qui y résident ou les visiteurs qui le parcourt.

Ainsi, au regard des caractéristiques du territoire et des espaces spécifiques identifiés, un ensemble d'enjeux a été déterminé :

- le patrimoine naturel :

L'enjeu est de le préserver des implantations publicitaires lorsqu'il se trouve dans les secteurs agglomérés.

- le patrimoine bâti :

La préservation et la mise en valeur du patrimoine architectural et urbain de qualité exigent une réglementation spécifiquement adaptée.

La possibilité de réintroduire la publicité dans certains de ces secteurs doit être très mesurée. La préservation du patrimoine passe également par une réglementation des enseignes ayant pour but leur bonne insertion dans le bâti.

- le réseau viaire, les entrées de ville et les points de vue :

Traiter, à l'intérieur du territoire aggloméré, les séquences de voies en fonction des enjeux traversés (patrimoine naturel ou bâti, entrées de ville, zones commerciales, secteurs résidentiels) pour permettre une lecture qualitative de la ville.

- les zones d'activités économiques ou commerciales :

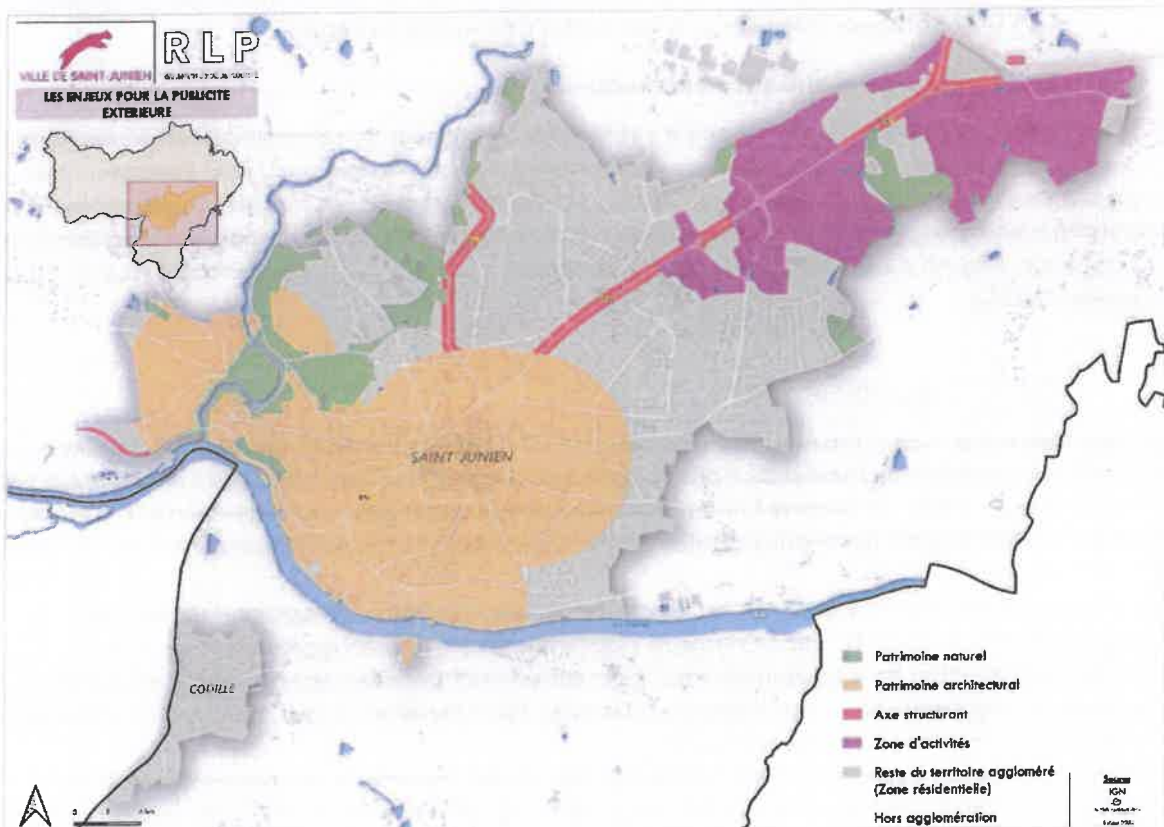
La publicité doit être maîtrisée de manière à limiter son impact et lui donner une meilleure lisibilité.

Les enseignes doivent être organisées pour mettre en valeur les établissements.

- les quartiers résidentiels :

Admettre peu de publicité et de surface réduite ;

Laisser aux établissements commerciaux la possibilité de s'exprimer.



Carte de la synthèse des enjeux

## 3 : LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES

Le Code de l'environnement fixe des règles liées aux différentes spécificités des territoires.

### 3.1 Le champ d'application géographique

Agglomération, population et unité urbaine sont trois notions fondamentales pour comprendre, appliquer et adapter localement le Code de l'environnement en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne.

- La publicité est interdite hors agglomération. Il importe donc de connaître précisément les lieux situés en agglomération ou hors agglomération.
- Le code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants.
- Toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10 000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants s'applique, à l'exception de quelques règles.

#### 3.1.1 La population de référence

C'est l'INSEE qui définit la population de référence. La population communale est la population sans double compte. Pour les communes comportant des parties agglomérées séparées, c'est la population de chaque partie agglomérée qui fait référence. Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes dépendent en grande partie du nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont installées. Saint-Junien compte 11 475 habitants (source INSEE janvier 2020).

#### 3.1.2 L'agglomération

L'agglomération selon l'alinéa 1 de l'article R.110-2 du Code de la route est « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ». Ce même Code prévoit que les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire.

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. Les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, ainsi que le document graphique afférent sont annexés au RLP.

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être implantés au droit des immeubles bâtis rapprochés afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.

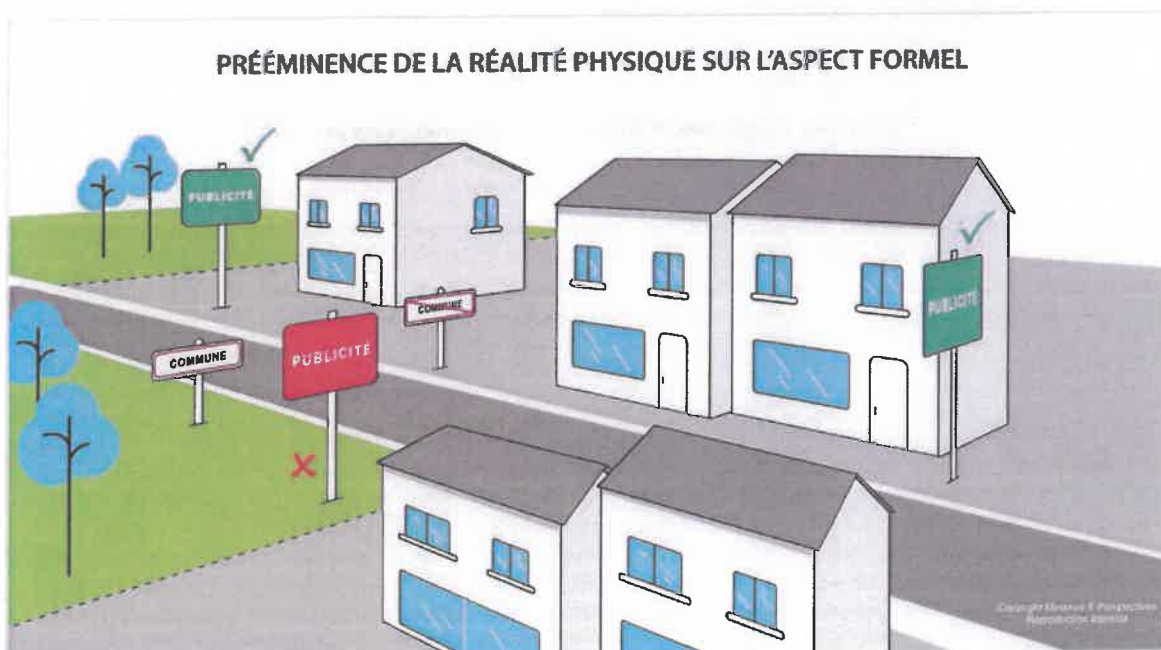




Panneaux EB 10 et EB 20

Les espaces entre les panneaux et les bâtis ne sont pas toujours en parfaite correspondance. Pour la publicité au sens du Code de l'environnement :

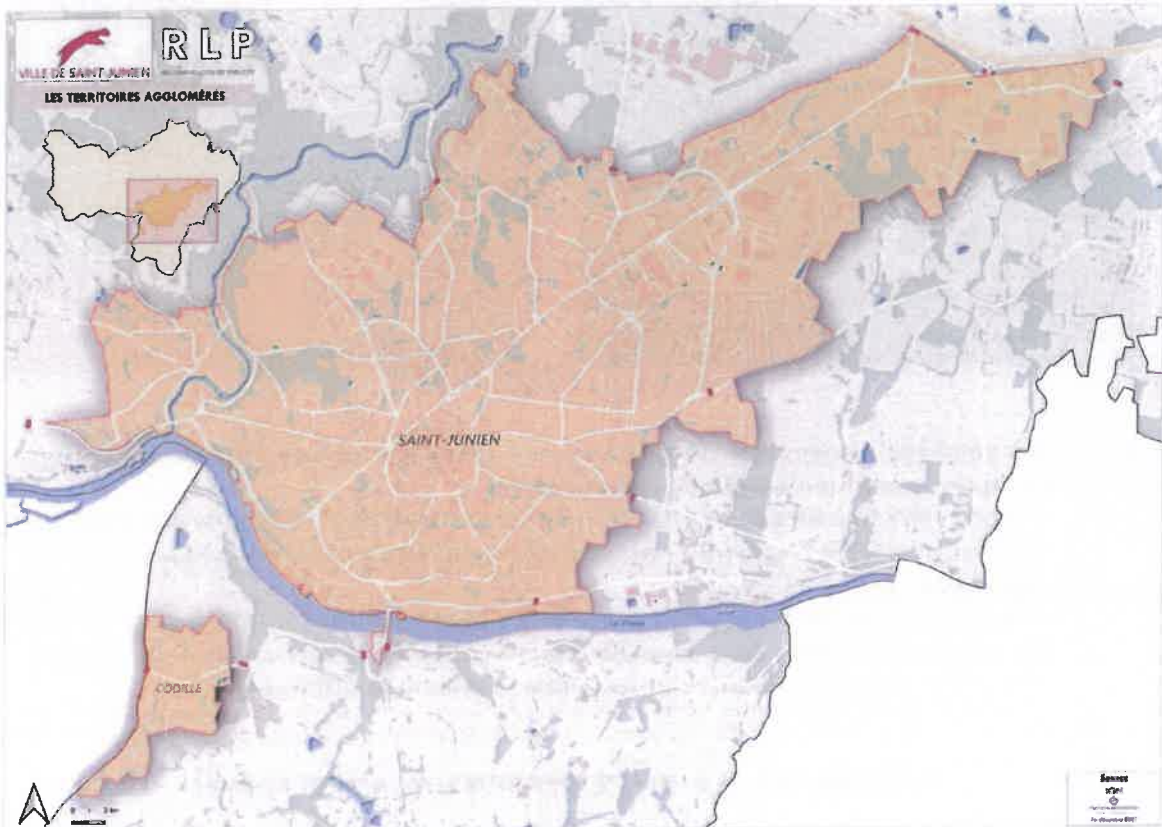
- l'espace entre le panneau ville et la première maison dans l'illustration ci-dessous ne peut pas accueillir de publicité parce qu'il est considéré comme en dehors du milieu aggloméré ;
- l'espace de part et d'autre du panneau ville dans l'illustration ci-dessous peut accueillir des dispositifs publicitaires, l'ensemble étant considéré comme un milieu aggloméré, même si les règles en matière de circulation routière sont différentes.





Deux agglomérations se trouvent sur le territoire communal :

- le centre-ville de Saint-Junien, ses zones résidentielles et les diverses zones d'activités au nord ;
- Codille, au sud de la Vienne à la lisière de la commune de Chaillac-sur-Vienne.



Les deux agglomérations de Saint-Junien (source IGN)

## 3.2 Les dispositions du RNP applicables à la publicité

Le RNP a fixé un régime propre à la publicité murale, à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, à la publicité numérique, à la publicité sur toiture, et à la publicité sur bâche. A également été instituée une règle nationale de densité et, pour la publicité lumineuse, une obligation d'extinction nocturne.

### 3.2.1 La surface de la publicité

L'instruction du ministère de la transition écologique et solidaire en date du 18 octobre 2019 fixe les modalités de calcul des formats des publicités.

- pour le mobilier urbain, la surface est la surface de l'affiche ;
- pour toutes les autres publicités, la surface est la surface de l'affiche et de l'encadrement ;
- lorsqu'il s'agit d'un dispositif scellé au sol, le pied n'est pas pris en compte dans le calcul.

### 3.2.2 Les principales règles applicables à la publicité murale

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol.

### 3.2.3 Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m<sup>2</sup>.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, elle est interdite.

### 3.2.4 Le régime applicable au mobilier urbain

Le mobilier urbain fait l'objet d'articles spécifiques définissant les mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité. Les surfaces publicitaires propres à chaque type de dispositif (colonne culturelle, abri-voyageur, ...) sont spécifiées.

### 3.2.5 Le régime applicable à la publicité numérique

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. Sa surface unitaire ne peut dépasser 8 m<sup>2</sup> et elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-34 du Code de l'environnement). Elle est toujours soumise à autorisation au cas par cas.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, elle est interdite.

### 3.2.6 La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines

L'article 18 de la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 ajoute l'article L.584-14-4 au Code de l'environnement, qui par dérogation à l'article L.581-2, prévoit que le règlement local de publicité peut prescrire des règles en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

### 3.2.7 La publicité sur véhicules terrestres

La publicité sur les véhicules terrestres est réglementée par le Code de l'environnement. Il est à souligner que tous les véhicules terrestres sont concernés dès lors que leur utilisation est essentiellement publicitaire, quel que soit le nombre de roues, que le véhicule soit motorisé ou non etc.

### 3.2.8 La publicité sur bâches

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, les bâches comportant de la publicité sont classées en deux catégories :

- les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, elle est interdite.

### 3.2.9 La publicité sur toiture

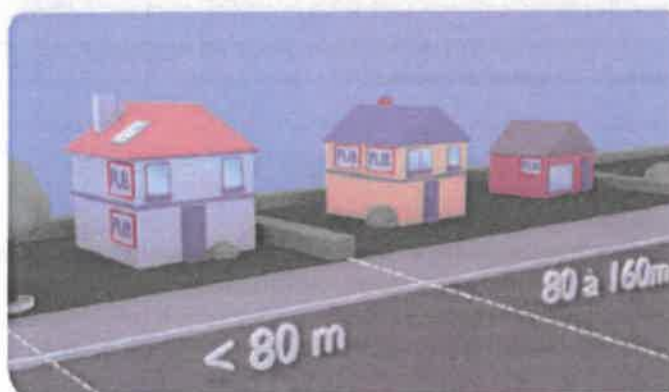
Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, lorsqu'un dispositif supportant une publicité lumineuse est situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, sa hauteur ne peut excéder :

- $1/6^{\text{e}}$  de la hauteur de la façade du bâtiment et au maximum 2 mètres lorsque cette hauteur est inférieure ou égale à 20 mètres ;
- $1/10^{\text{e}}$  de la hauteur de la façade du bâtiment et au maximum à 6 mètres lorsque cette hauteur est supérieure à 20 mètres.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, elle est interdite.

### 3.2.10 La règle nationale de densité

Indistinctement applicable à la publicité murale ou scellée au sol, la règle nationale de densité limite le nombre de dispositifs publicitaires sur un territoire donné. Elle se calcule en fonction de la longueur de la façade d'une unité foncière bordant une voie publique. Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 m, en l'absence de toute publicité scellée au sol, il ne peut y avoir qu'une publicité murale voire deux si elles sont juxtaposées ou superposées.



*Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire.*

En l'absence de toute publicité murale, il ne peut y avoir qu'une publicité scellée au sol si la longueur de la façade est inférieure à 40 m et deux publicités si la longueur est comprise entre 40 m et 80 m. Au-delà de 80 m, il ne peut y avoir qu'un seul dispositif publicitaire (mural ou scellé au sol) par tranche de 80 m entamée.

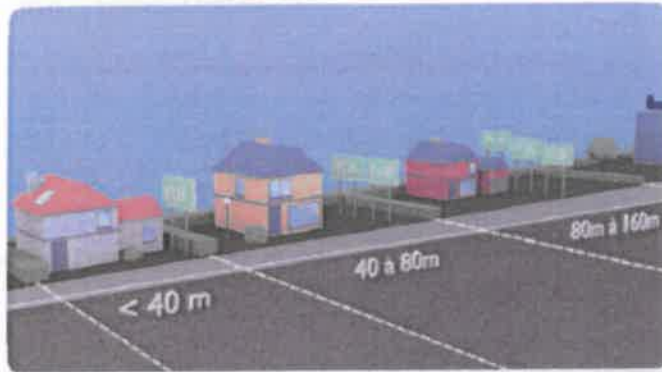


Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire.

### 3.2.11 L'obligation d'extinction nocturne

A l'exception du mobilier urbain, la publicité lumineuse sous toutes ses formes, y compris la publicité éclairée par projection ou transparence, est soumise à une obligation d'extinction nocturne entre 1 h et 6 h du matin.

### 3.2.12 Le régime de déclaration ou d'autorisation

En fonction de sa nature, la publicité est soumise soit à déclaration, soit à autorisation.

Publicité murale	Déclaration
Publicité scellée au sol	Déclaration
Publicité éclairée par projection ou transparence	Déclaration
Publicité numérique	Autorisation
Publicité sur mobilier urbain	Déclaration
Publicité de petit format	Déclaration
Publicité sur toiture	Autorisation
Publicité sur bâches	Autorisation
Préenseignes de moins de 1m x 1,5 m	Néant
Préenseignes dérogatoires	Néant

### 3.2.13 Tableau de synthèse des règles applicables

Au regard du règlement national de publicité, l'agglomération principale de Saint-Junien est soumise aux règles s'appliquant pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants, alors que Codille est soumise aux règles des agglomération de moins de 10 000 habitants.

		+ de 10 000	- de 10 000
Sur mur	surface	12 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>
	hauteur	7,5 m	6 m
Scellé au sol ou mobilier urbain	surface	12 m <sup>2</sup>	Uniquement sur mu 2 m <sup>2</sup>
	hauteur	6 m	
Numérique	surface	8 m <sup>2</sup>	Interdit
	hauteur	6 m	
Petit format sur vitrine	surface unitaire	1 m <sup>2</sup> (max 2 m <sup>2</sup> )	
Sur bâche	autorisée		Interdit
Horaires d'extinction	de 1 h à 6 h		



### 3.3 Les dispositions du RNP applicables aux enseignes

Le RNP s'applique aux enseignes. Leur régime diffère selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculairement à un mur, scellées au sol ou directement installées sur le sol, installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

#### 3.3.1 Les enseignes murales

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent dépasser 1 m de haut.

Les enseignes installées devant un balconnet, une baie ou sur un balcon ne doivent pas dépasser les limites du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet, du balcon ou de la baie. Elles ne peuvent constituer une saillie de plus de 0,25 m par rapport au balcon.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.

La surface cumulée des enseignes murales ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>, la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.

#### 3.3.2 Les enseignes scellées au sol

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Deux enseignes peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Lorsque sa surface est supérieure à 1 m<sup>2</sup>, l'enseigne scellée au sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la surface est limitée à 12 m<sup>2</sup> en agglomération et 6 m<sup>2</sup> hors agglomération.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, la surface est limitée à 6 m<sup>2</sup>.

Lorsqu'elle fait 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large.

Lorsque sa surface est inférieure à 1 m<sup>2</sup>, le nombre n'est pas réglementé.

#### 3.3.3 Les enseignes sur toiture ou terrasse

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fonds autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

La hauteur est limitée à 3 mètres si la hauteur de façade qui la supporte est inférieure à 15 mètres. Cette hauteur est portée au 1/5 de la façade si cette dernière est supérieure à 15

mètres dans la limite de 6 mètres

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m<sup>2</sup>.

### 3.3.4 Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines

L'article 18 de la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 ajoute l'article L.584-14-4 au Code de l'environnement, qui par dérogation à l'article L.581-2, prévoit que le règlement local de publicité peut prescrire des règles en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

### 3.3.5 L'extinction nocturne

Comme pour la publicité lumineuse, l'enseigne lumineuse, c'est-à-dire l'enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse est soumise à une obligation d'extinction nocturne. Elle est également fixée de 1 h à 6 h du matin lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

### 3.3.6 Le régime de déclaration ou d'autorisation

En présence d'un RLP, toutes les enseignes sont soumises à autorisation, à l'exception de certaines enseignes temporaires.

	Commune couverte par un RLP
Sur monuments historiques classés ou inscrits	oui
Arbres	oui
Abords des monuments historiques	oui
Sites inscrits	oui
Enseigne à faisceau de rayonnement laser	oui
Enseigne murale	oui
Enseigne à plat	oui
Enseigne sur toiture	oui
Enseigne scellée au sol	oui
Enseigne temporaire	non
Enseigne temporaire installée sur un immeuble ou lieux de protection renforcée (MH...)	oui

### 3.3.7 Tableau de synthèse des règles applicables

sur façade (à plat + perpendiculaire)	25 % de la façade si $< \text{à } 50 \text{ m}^2$ 15 % de la façade si $> \text{à } 50 \text{ m}^2$
à plat	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie $< \text{à } 0,25 \text{ m}$
perpendiculaire	saillie $< \text{à } 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant les deux alignements de la voie publique sans excéder 2 m
scellée au sol	si surface $> \text{à } 1 \text{ m}^2$ , 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble
	hauteur $< \text{à } 6,5 \text{ m}$ si largeur $> \text{à } 1 \text{ m}$ ou hauteur $< \text{à } 8 \text{ m}$ si largeur $< \text{à } 1 \text{ m}$
	$< \text{à } 12 \text{ m}^2$ , $< 6 \text{ m}^2$ hors agglomération $\leq \text{à } 6 \text{ m}^2$ si moins de 10 000 habitants
lumineuse	autorisée à l'intérieur des vitrines
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
clignotantes	interdites à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence
sur toiture	lettres découpées dissimulant leurs fixations surface cumulée $< \text{à } 60 \text{ m}^2$ hauteur $< \text{à } 3 \text{ m}$ si hauteur bâtiment $< \text{à } 15 \text{ m}$ ou hauteur $< \text{à } 6 \text{ m}$ si hauteur bâtiment $> \text{à } 15 \text{ m}$

### 3.4 Le pouvoir de police

Dans l'état actuel du droit, l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement prévoit que le pouvoir de police appartient au préfet, mais qu'il est transféré au maire s'il existe un règlement local de publicité. Le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones au sein desquelles le RLP ne prévoit pas de règles spécifiques, ou si le RLP ne prévoit aucune règle spécifique pour l'ensemble de la commune.

Cette règle évolue avec la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 qui exclut désormais le préfet.

Lorsque le nouveau RLP sera adopté, le maire reprendra la compétence sur l'ensemble du territoire de sa commune, qu'il soit couvert ou non par le zonage.

À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, cette compétence sera automatiquement transférée au président de l'EPCI.

Le maire a la possibilité de conserver cette compétence sous réserve de se prononcer entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 2024. Si le maire s'y oppose, le président de l'EPCI peut renoncer à cette compétence sur tout le territoire de l'EPCI.

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF) ou du préfet de région.

Le règlement local de publicité étant caduc depuis le 14 janvier 2021, les enseignes ne sont plus soumises à autorisation, sauf dans les secteurs relevant de la compétence de l'Architecte des Bâtiments de France.

### 3.5 Les dispositions figurant dans le RLP actuel

Le règlement a été pris par arrêté du 26 juin 2003.

Il institue 2 zones de publicité restreinte, les ZPR 1 et ZPR 2 et une zone de publicité autorisée, ZPA.

		RNP	ZPR 1 centre ancien (les parcelles situées des 2 côtés des voies limitrophes sont intégrées dans la zone)	ZPR 2	ZPA
Dispositions générales		scellé au sol : face arrière de couleur neutre			
		temporaires manifestations culturelles : 5 jours avant la manifestation et 48 heures après soumis à autorisation			
		temporaires à titre commercial : le week-end précédent la manifestation et 24 h après soumis à autorisation			
		intensité lumineuse : pas de gêne pour le voisinage soumis à avis de la commission communale			
Sur mur	Surface	12 m <sup>2</sup>	interdit	surface < à 12 m <sup>2</sup> surplomb domaine public interdit	
	Hauteur	7,5 m		hauteur < à 6,5 m	
	densité			1 par mur	
Scellé au sol	Surface	12 m <sup>2</sup>	interdit	surface < à 12 m <sup>2</sup> surplomb domaine public interdit	
	Hauteur	6 m		à + de 5 m des baies sur la même parcelle	
	densité			interdistance de 50 m entre 2 panneaux	
Mobilier urbain	Surface	12 m <sup>2</sup>	RNP		
	Hauteur	6 m			
Lumineuse			interdit	interdite sur une toiture, un garde-corps de balcon ou balconnet hauteur < à 0,8 m	
Preenseignes			interdit	surface < à 1,5 m <sup>2</sup> hauteur mur < à 6,5 m hauteur scellée au sol < à 2 m format dispositif couramment utilisé par la publicité	
Patissades de chantier			1 par clôture et par rue	RNP	
			surface < à 12 m <sup>2</sup> hauteur < à 3,5 m		

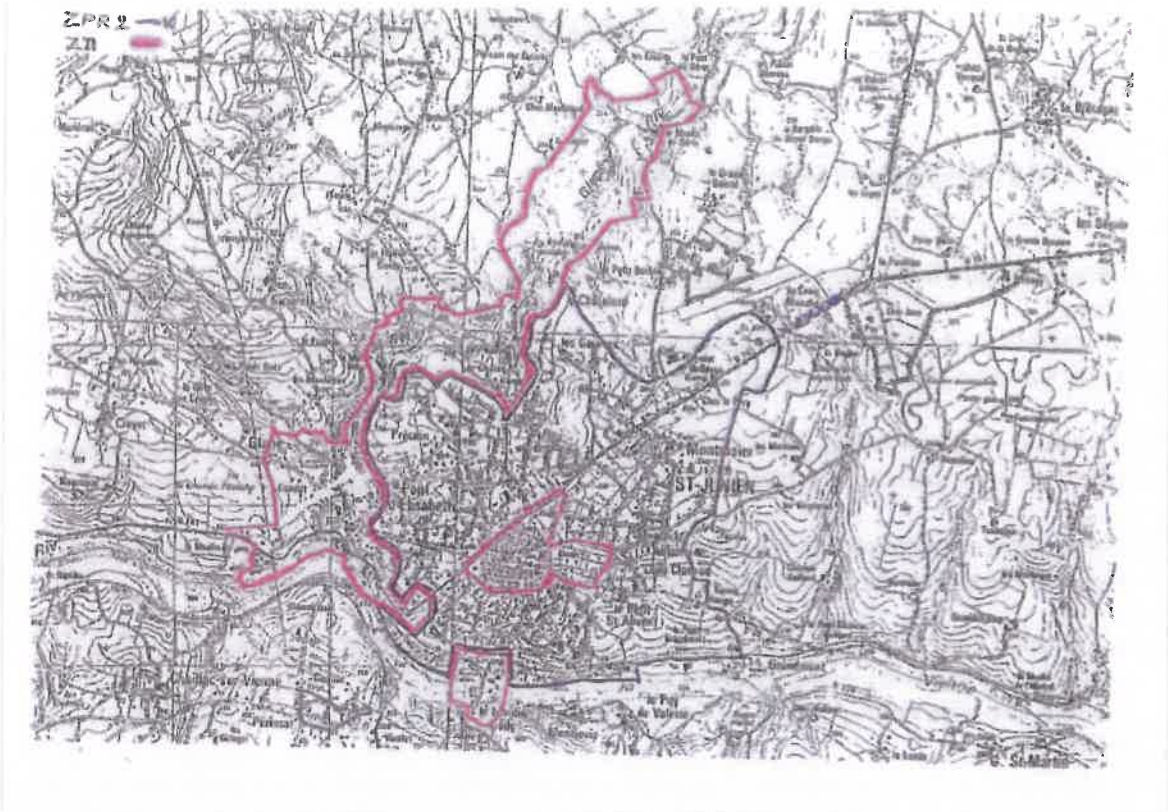


		ZPR 1 centre ancien (les parcelles situées des 2 côtés des voies limitrophes sont intégrées dans la zone)	ZPR 2	ZPA
Dispositions générales		respect de la composition architecturale du bâtiment		
		interdite sur garde-corps, barre d'appui de fenêtre et tout élément de ferronnerie		
Sur mur	à plat	bandeaux limités à la partie vitrée lettres découpées ou support transparent hauteur bandeau < à 0,80 m sur bandeaux existants, fixation d'un caisson en relief interdite lettres éclairées par spot, lumineuses ou solignée par un tube néon	RNP	
	perpendiculaire	entre partie haute de la devanture et le linteau de la fenêtre du 1 <sup>er</sup> étage surface < à 0,64 m <sup>2</sup> 1 par rue si L devantures > à 5 m		
	activités en étage	stores admis entre tableau saillie < à 0,60 m au rez-de-chaussée une plaque sur support transparent		
Scellé au sol	matériel autre que celui utilisé pour la publicité éclairage par projection ou transparence			
sur toiture		interdites		

**Commentaire :**

Ce règlement protège fortement le centre-ville. Seul le mobilier urbain, implanté sous la responsabilité de la collectivité, est admis.

En ZPR 2, sur propriété privée, le RLP s'attache à réduire fortement la présence et la concentration de la publicité scellée au sol qui a un fort impact sur l'environnement visuel. Les panneaux muraux peuvent s'implanter conformément au RNP.



# 4 : LE DIAGNOSTIC

## 4.1 Méthode de Recensement

L'élaboration du RLP nécessite de connaître la situation des publicités et des enseignes en place.

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire de Saint-Junien concernés par la réglementation.

Il permet d'établir un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public, en lien avec les orientations fixées par la délibération de prescription d'élaboration.

L'observation qualitative permet de déterminer les enjeux : infraction à la réglementation en vigueur, lieux surchargés, matériels inadéquats, atteintes au cadre de vie.

Au-delà de l'analyse qualitative, l'analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles inégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP, porte manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

### 4.1.1 Publicité

La totalité du territoire de la commune a été parcourue permettant le relevé des dispositifs de plus de 1,5 m<sup>2</sup>, mobilier urbain compris.

Une base de données SIG a été constituée sur la base des relevés terrain, permettant d'établir une cartographie des dispositifs recensés.

Pour chaque dispositif, les données sont détaillées sous forme d'une fiche reprenant tous les éléments nécessaires à son analyse et son suivi :

- nature du dispositif ;
- adresse ;
- photo ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- légalité ou non.

The image shows a screenshot of a web-based form for recording advertising devices. The form is titled 'NATURE DU DISPOSITIF' and includes various fields for data entry. At the bottom, there is a photo upload section with a small image of a street scene and a 'Date de validation de la fiche terrain' field.

Exemple de fiche

### 4.1.2 Enseignes

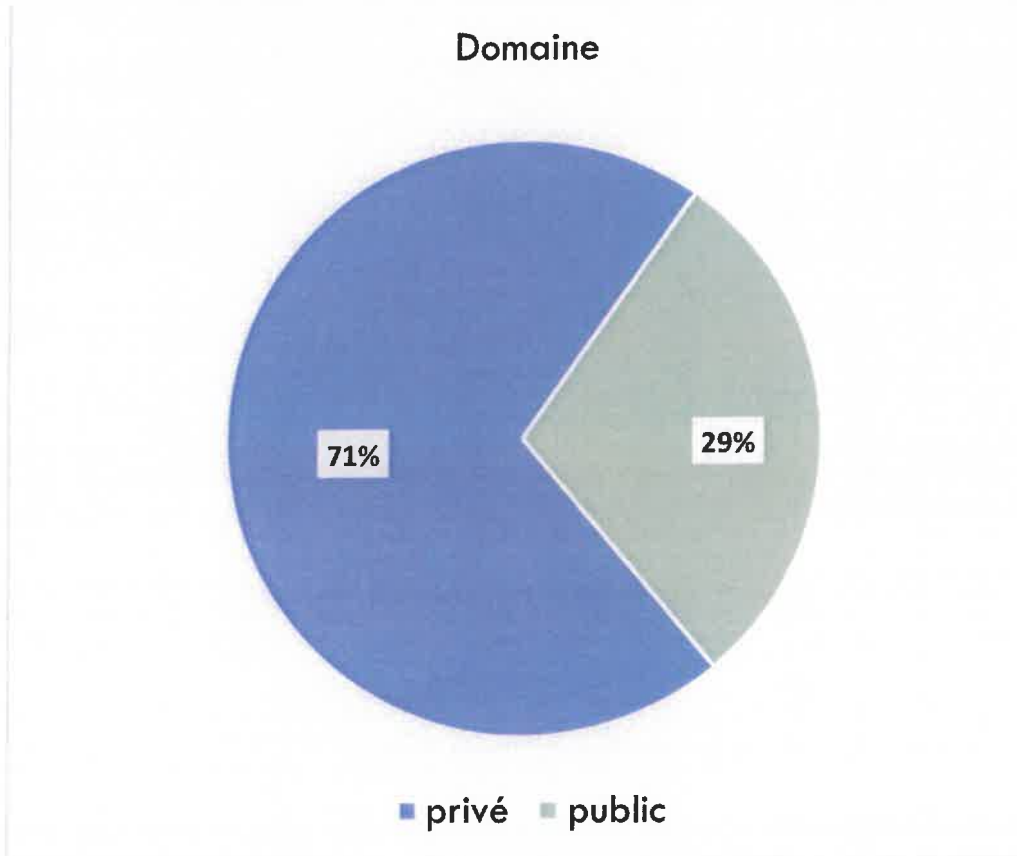
Un repérage détaillé qualitatif sur le territoire de Saint-Junien en matière d'enseignes a été réalisé, permettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans leur environnement.

## 4.2 Les chiffres clefs de la publicité

Le nombre total de dispositifs publicitaires relevés est de 72.

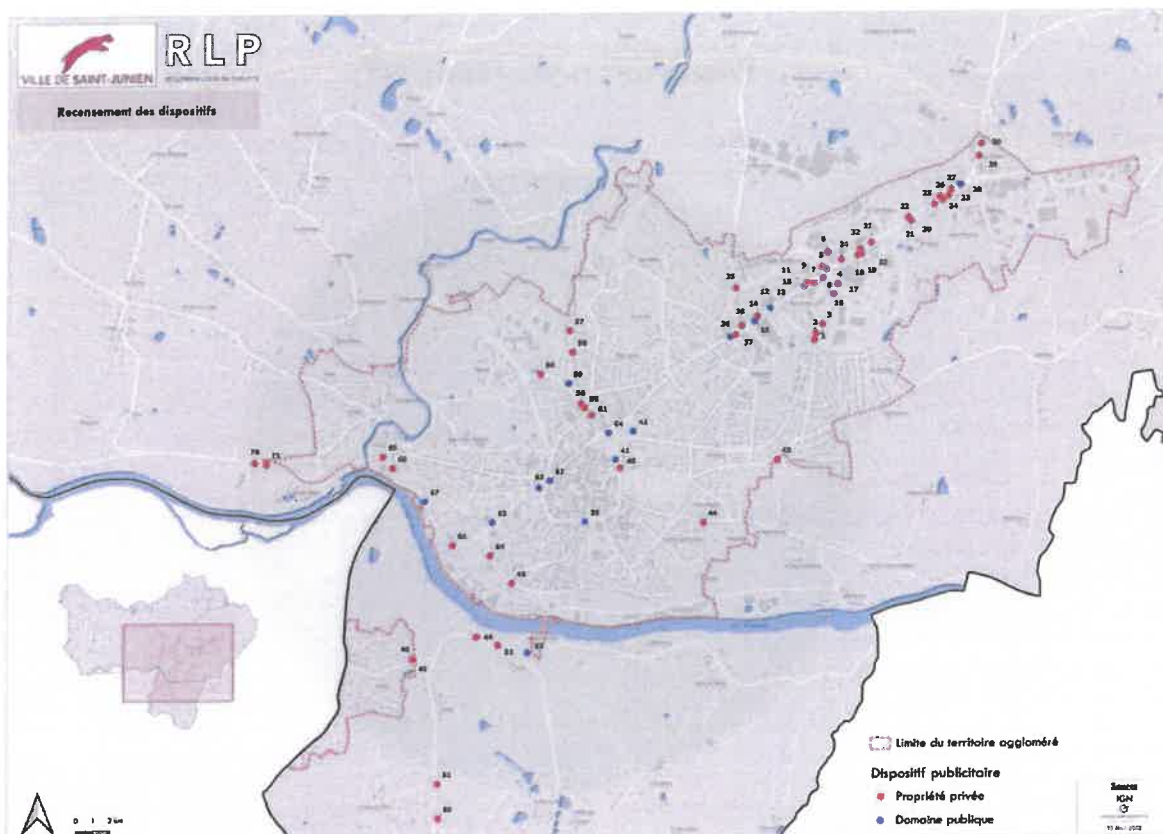
L'analyse porte sur différents critères pour évaluer l'impact de la publicité sur le territoire.

- 51 sur propriétés privées ;
- 21 sur domaine public (hors abris-voyageurs).



La répartition des positionnements est illustrée sur la carte suivante :

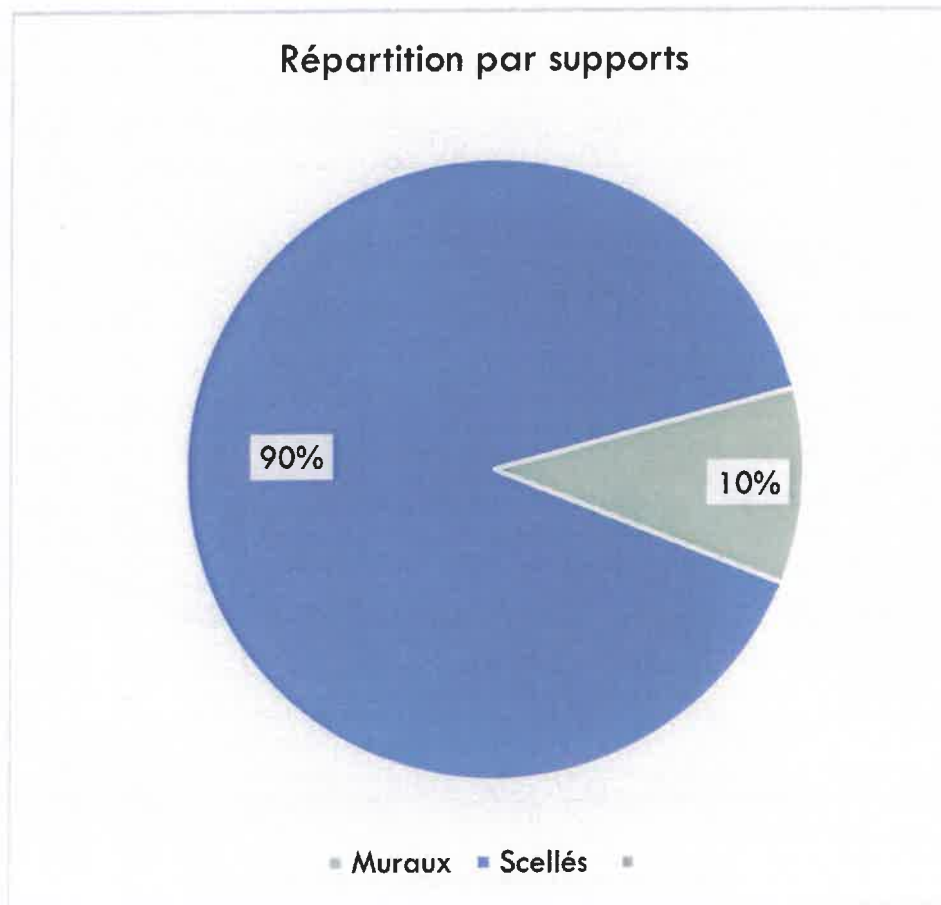




Carte de la publicité extérieure sur le territoire

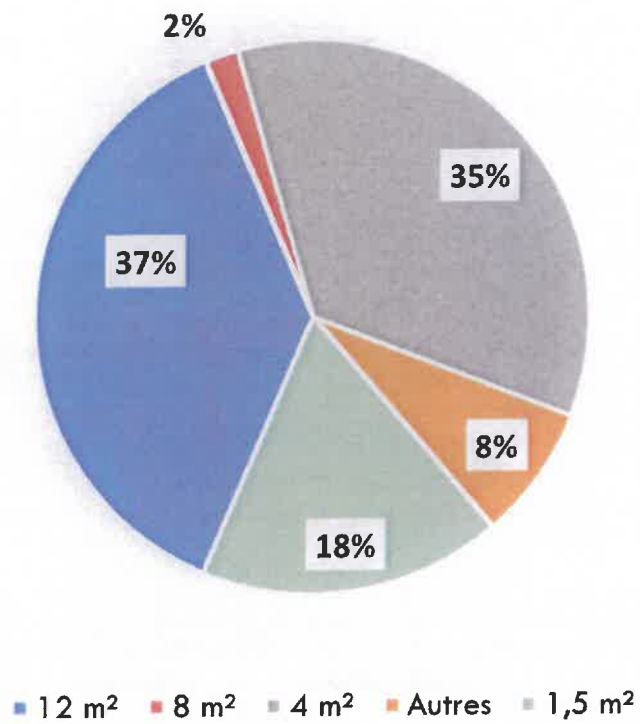
Sur propriété privée, la grande différence entre le nombre de dispositifs muraux (10 %) et scellés au sol (90 %) est liée à l'urbanisme de la ville. Très peu de murs sont susceptibles de recevoir un dispositif.

Les dispositifs scellés au sol sont majoritairement implantés sur les axes d'entrées de ville et dans les zones commerciales

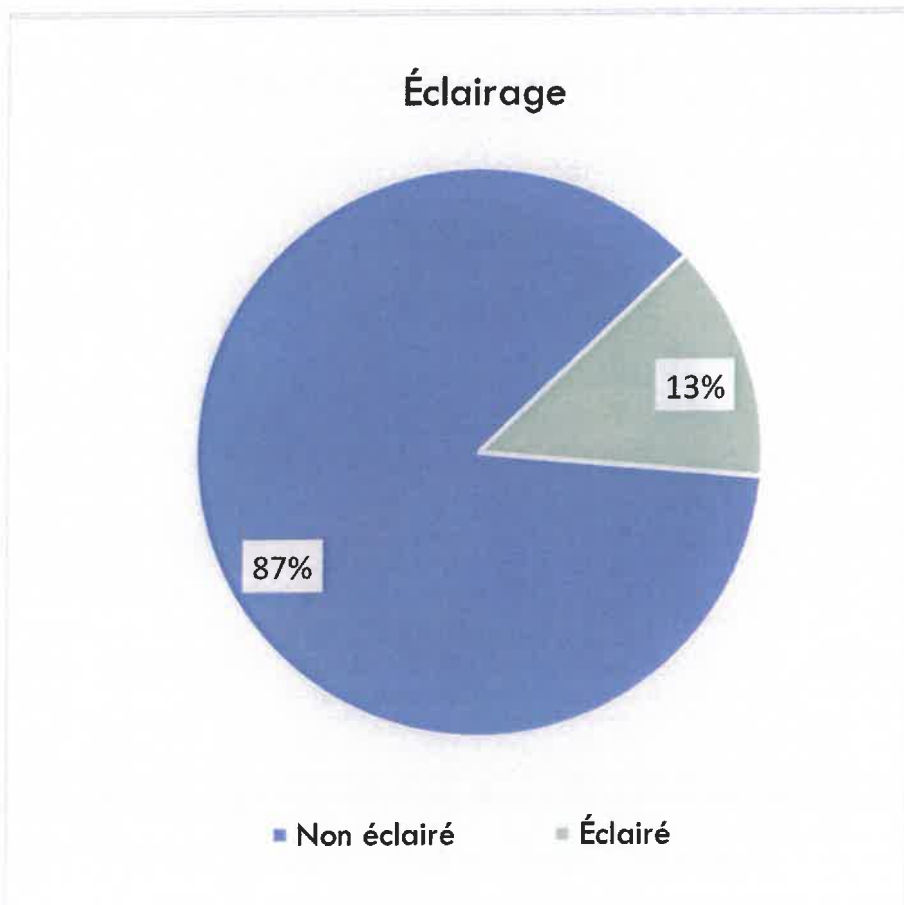


L'analyse segmente également par surface les dispositifs. En effet, le grand format (8 ou 12 m<sup>2</sup>) a plus d'impact sur l'environnement que le petit format. Ils représentent 39 % des dispositifs présents sur le territoire.

### Répartition des surfaces

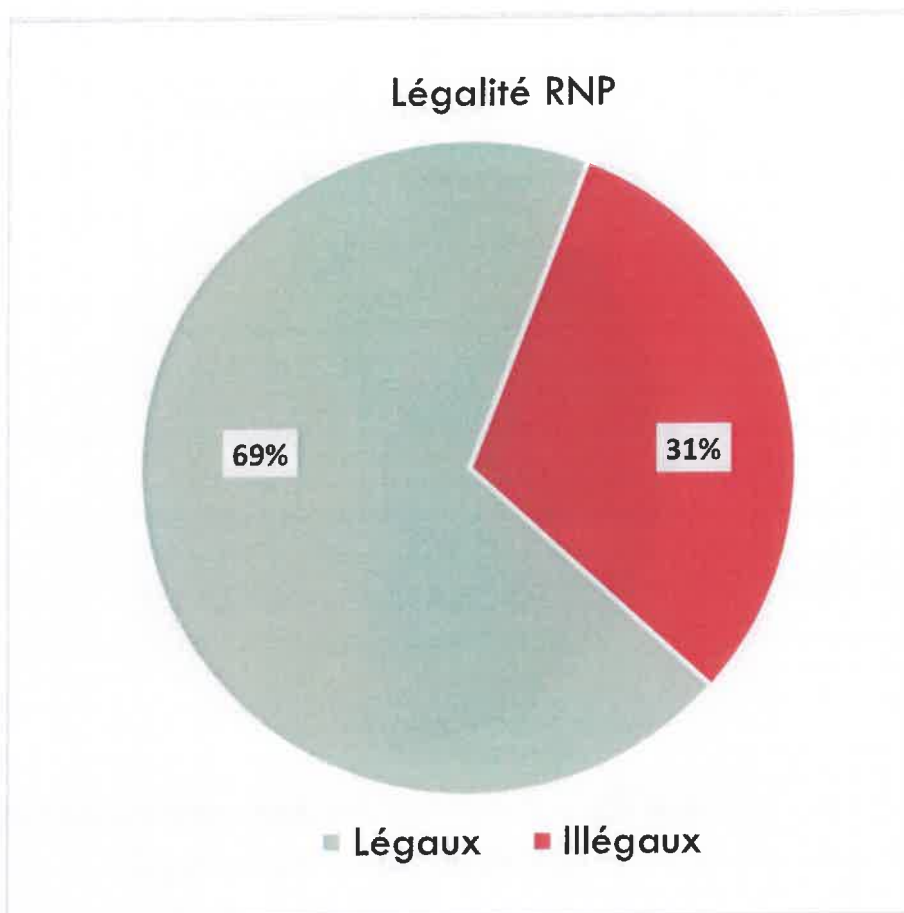


L'éclairage est un facteur de meilleure exposition des publicités. Cependant, seulement 13 % des dispositifs sont éclairés. Dans ces éclairés, on compte 4 numériques.



La légalité des dispositifs s'analyse dans un premier temps au regard du RNP.

Hors mobilier urbain qui est conforme avec le RNP, on constate 16 dispositifs en infraction avec le Code de l'environnement, soit 31 %.

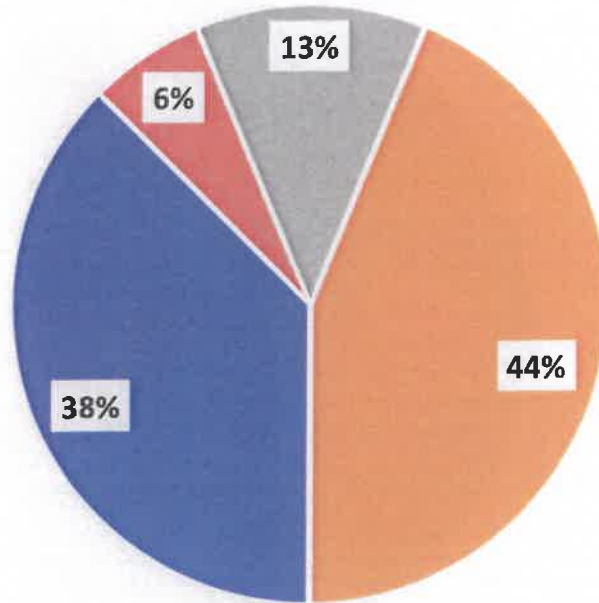


Les motifs principaux sont :

- le non-respect de la règle H/2 – 38 %
- l'implantation hors agglomération – 44 %
- le non- respect de la règle des 0,5 m au-dessus du sol – 12 %
- l'implantation sur des murs non aveugles – 6 %



### Motifs d'illégalité



- H/2
- Mur non aveugle
- < à 0,5 m du sol
- Hors agglomération



H/2



Hors agglomération



Mur non aveugle



$H < 0,50\text{ m}$

Bien que le RLP soit caduc, il est intéressant d'analyser la conformité des dispositifs au regard de ses prescriptions.

Quelques dispositifs sont en infraction avec le RLP de 2003 :



Publicité interdite en ZPR1



Doublons interdits

### 4.3 Les enseignes

Le RNP n'est pas toujours respecté.

Par exemple, une enseigne ne doit pas dépasser la façade sur laquelle elle est apposée.



Une enseigne sur toiture est constituée de lettres découpées.



La hauteur des enseignes scellées au sol est limitée à 6,5 mètres.



Une seule enseigne de plus de 1 m<sup>2</sup> est autorisée par voie bordant l'établissement.



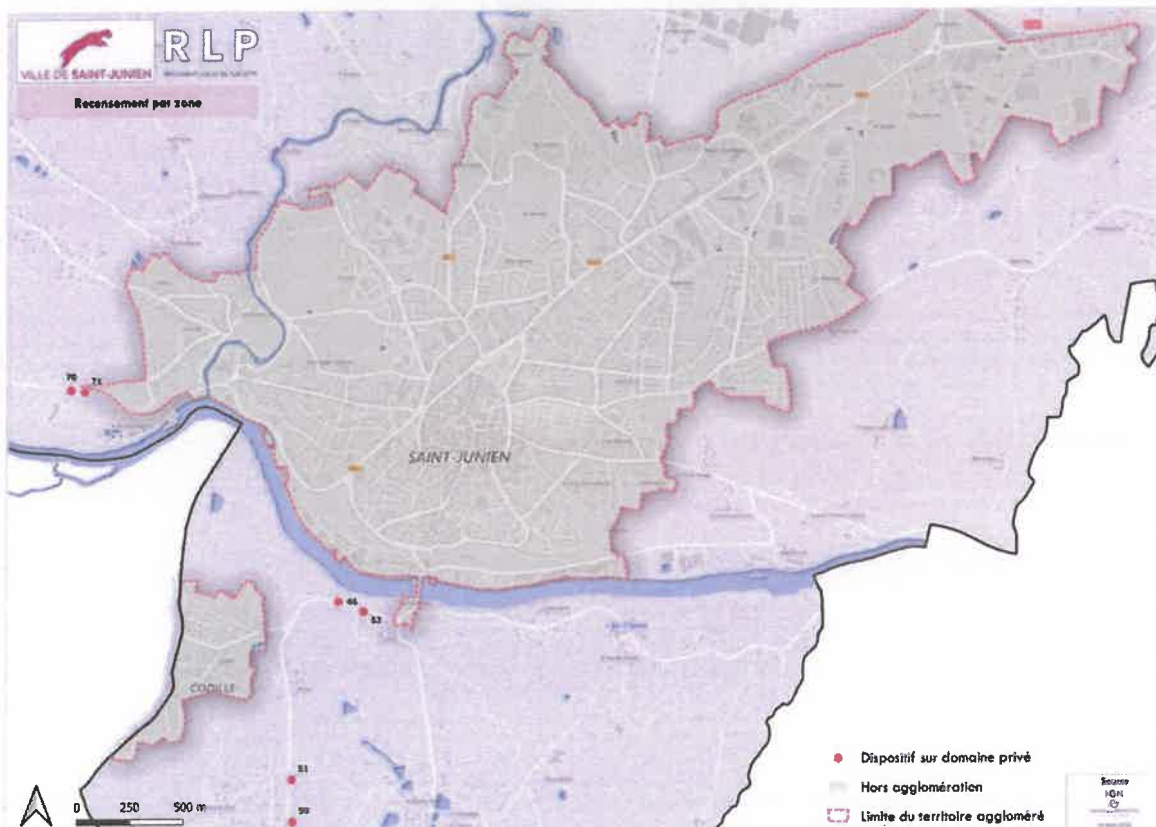


## 5 : LES CONSTATS

### 5.1 Publicité par secteurs à enjeux

#### 5.1.1 Hors agglomération

6 dispositifs sont implantés hors agglomération.

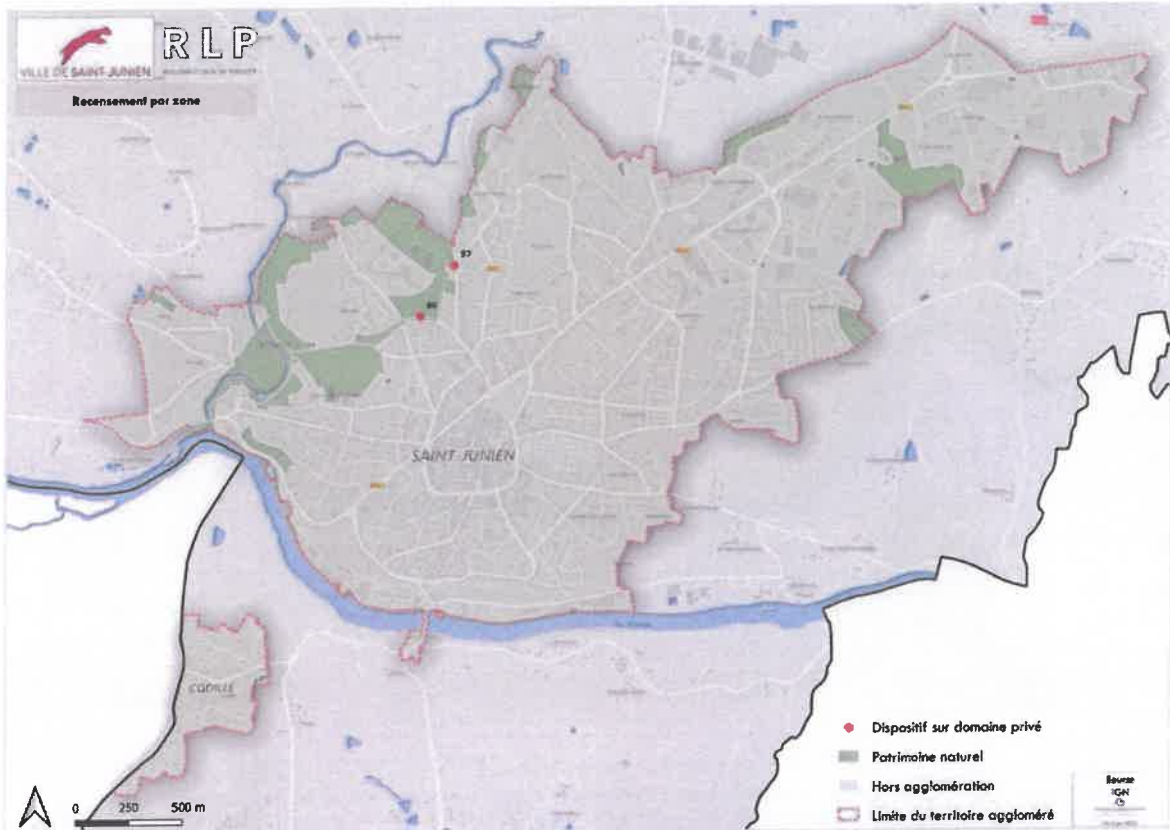


Ils sont illégaux.



### 5.1.2 Le patrimoine naturel

Deux dispositifs sont implantés dans des zones naturelles.

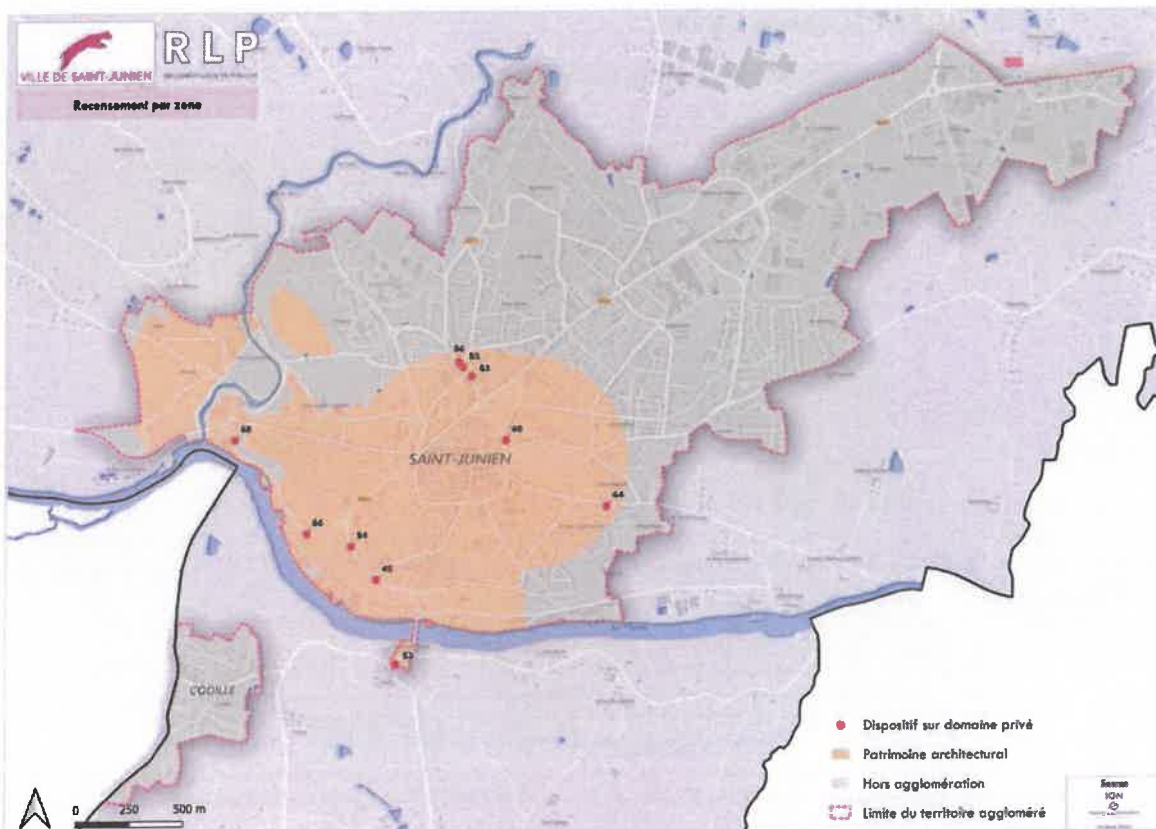


Ils sont illégaux.

### 5.1.3 Le patrimoine bâti

Dans les zones de protection délimitées autour du patrimoine bâti, on recense 10 dispositifs sur propriété privée et du mobilier urbain.

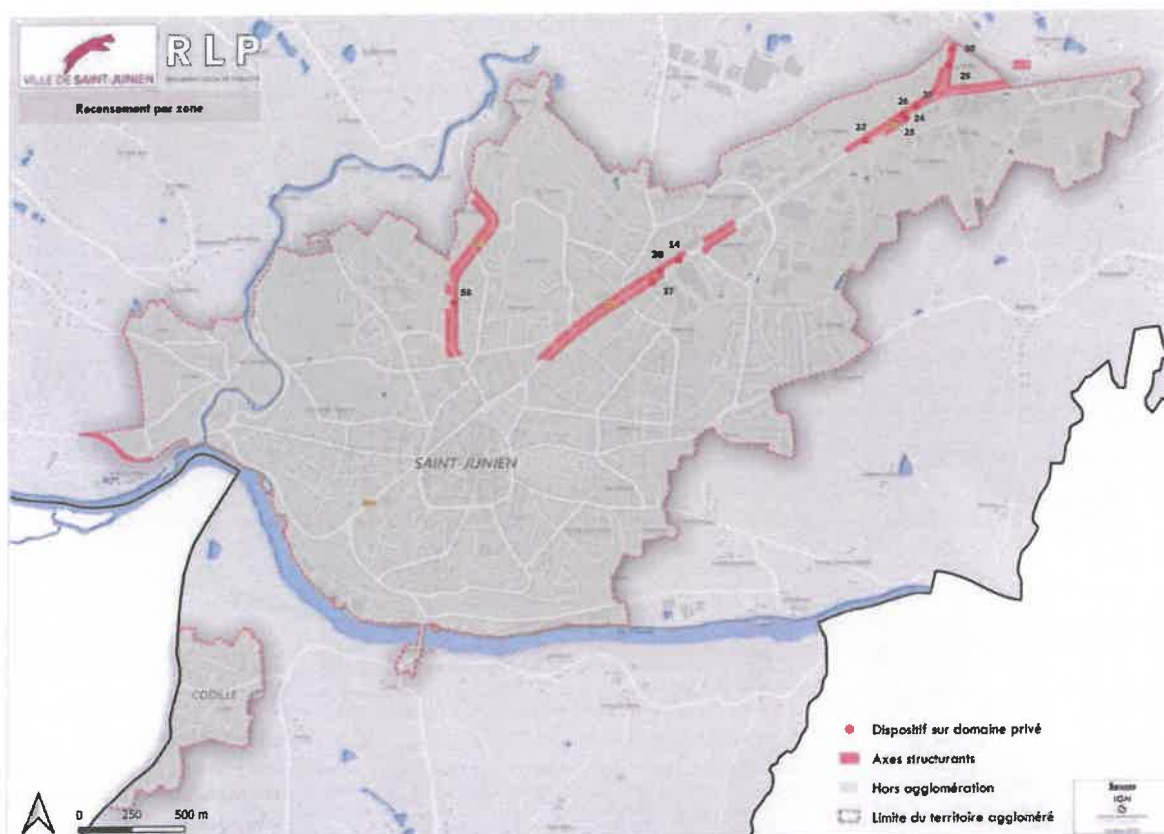
Le RLP a levé l'interdiction relative fixée par l'article L.581-8 1-1°. Ils sont légaux.



Sur propriété privée, les dimensions des dispositifs ne sont pas en relation d'échelle avec le bâti.

## 5.1.4 Le réseau viaire et les entrées de ville

11 dispositifs sont recensés sur ces segments d'axes.

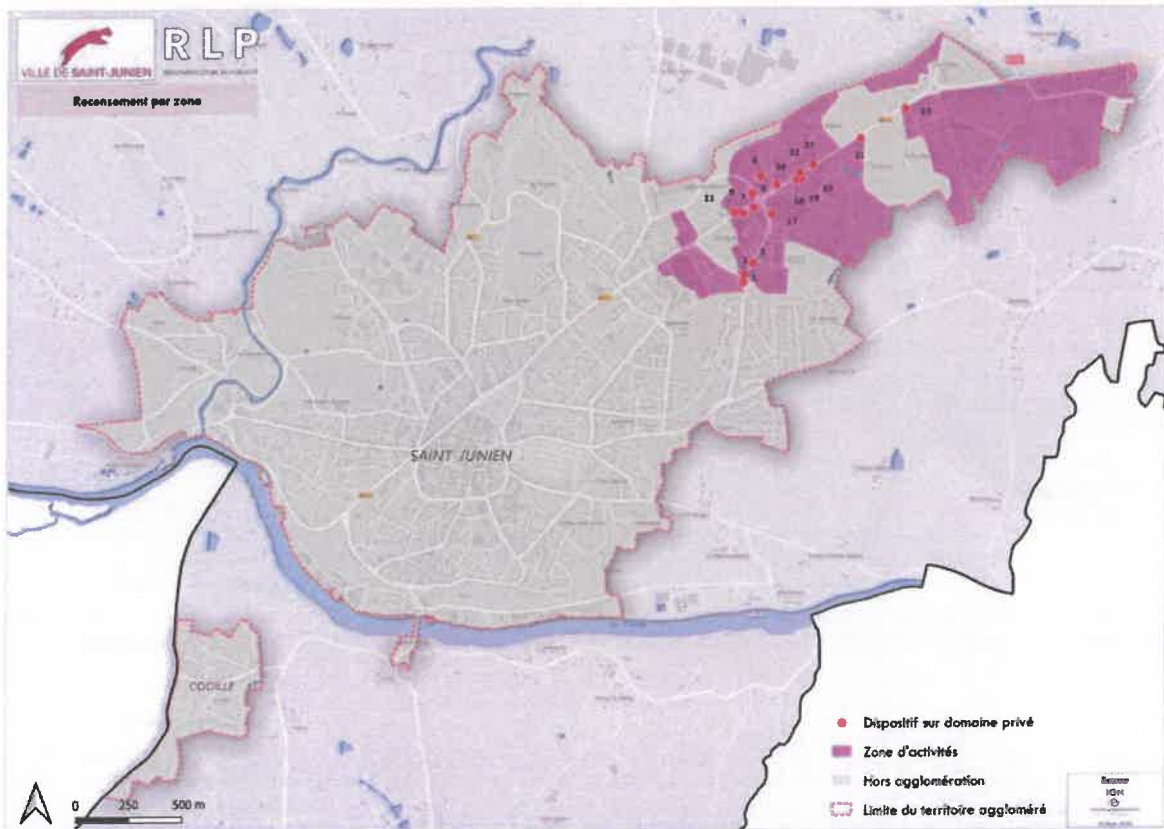


La perspective arborée le long de la RD 941 au nord-est est dégradée par la présence des dispositifs.



### 5.1.5 Les zones d'activités ou commerciales

16 panneaux sont installés dans ces secteurs.



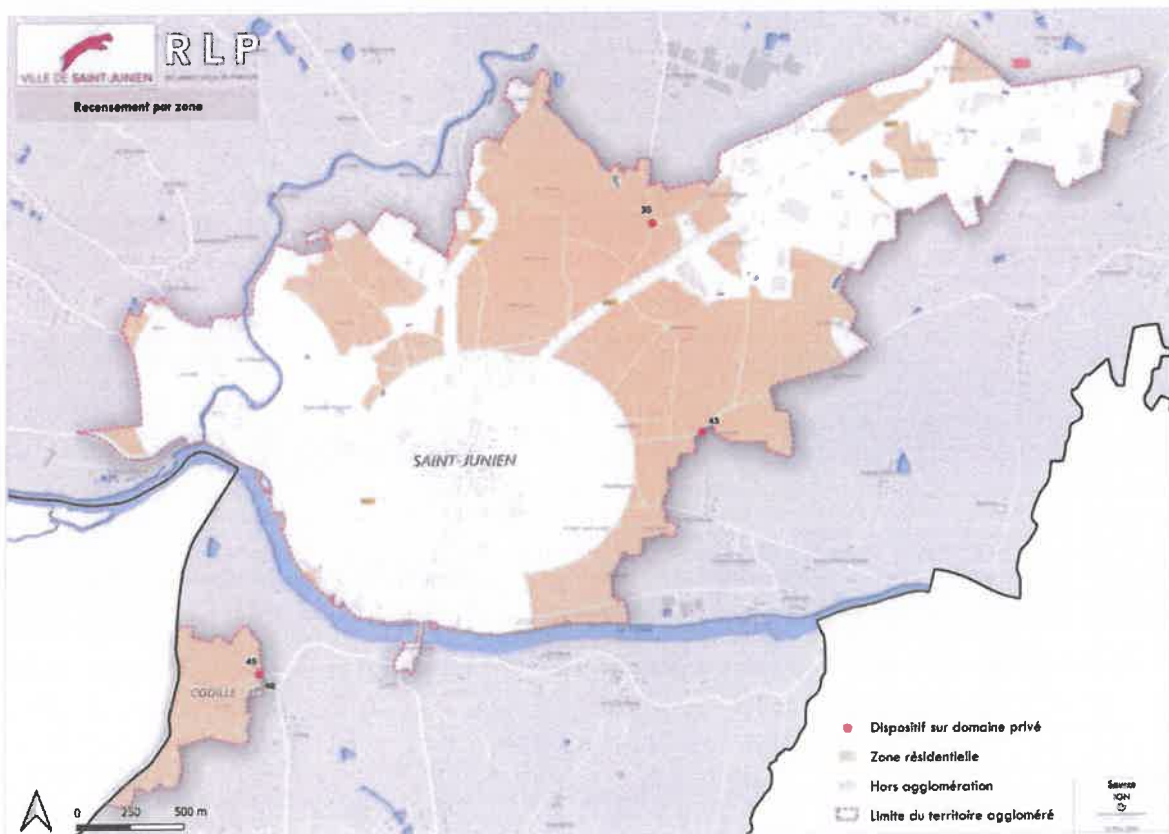
Tous les dispositifs sont scellés au sol. Leurs implantations sont assez disparates.

Les publicités numériques recensées le sont dans ces zones.



### 5.1.6 Les quartiers résidentiels

Ces quartiers reçoivent peu de publicité, 4 panneaux sont présents. Leur présence est inappropriée.







### 5.1.7 Autres constats

Les matériels utilisés sont disparates et pour certains d'aspect esthétique peu qualitatif.  
L'entretien laisse parfois à désirer.  
Les éléments rapportés porte préjudice à l'image de la publicité.



On note également la présence sur les numériques de messages alternativement publicité et enseigne.



## 5.2 Les enseignes par secteurs à enjeux

### 5.2.1 Hors agglomération

Il n'y a pas d'établissements hors agglomération.

### 5.2.2 Le patrimoine naturel

Une seule enseigne se trouve dans cette zone.



### 5.2.3 Le patrimoine bâti

En centre-ville, les enseignes sur façade sont bien intégrées à l'architecture et contribuent à une mise en valeur des commerces.



Certaines enseignes perpendiculaires sont positionnées dans l'axe du bandeau.



Quelques établissements sont dotés de plusieurs enseignes perpendiculaires dont la disposition sur la façade n'est pas harmonieuse.



La publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines a fait son apparition.



Les enseignes scellées au sol sont peu nombreuses et de dimensions raisonnables.



#### 5.2.4 Le réseau viaire et les entrées de ville

Les établissements installés dans ces secteurs de la ville présentent des enseignes adaptées à leur environnement et au support.



## 5.2.5 Les zones d'activités ou commerciales

Les différentes zones d'activités ou commerciales reçoivent les différents types d'enseignes courantes.

Sur façade, respectant le % de surface autorisé.



Quelques scellées au sol sont en surnombre.



Certains pôles d'établissement regroupent leurs enseignes scellées au sol sur un seul support. Cette forme d'enseigne (totem) est intéressante.



Des enseignes sur toitures sont de qualité, mais interdites dans le RLP devenu caduc.





Les enseignes numériques sont implantées soit sur façade, soit scellées au sol.



### 5.2.6 Les quartiers résidentiels

Aucun établissement n'a été repéré dans ces secteurs.

## 5.3 Synthèse des constats

Cette analyse des différents secteurs à enjeux et des dispositifs fait ressortir les éléments clefs qui doivent orienter la future réglementation.

### 5.3.1 Publicité

L'interdiction hors agglomération est globalement respectée.

Le règlement de 2003 a produit des effets protecteurs qui aujourd'hui ne sont plus adaptés au développement urbain de la ville.

Les possibilités d'implantation ont été largement utilisées par les professionnels de l'affichage sur l'axe principal avenue d'Oradour-sur-Glane et RD 941.

Certaines implantations ne sont pas adaptées à leur environnement proche ou dans des espaces sensibles.

La simple application du Code de l'environnement conduirait à la suppression de 16 dispositifs.

La publicité numérique est assez présente, bien que située dans les zones commerciales. Une de ses particularités est de combiner publicité et enseignes sur un même écran.

De nombreux dispositifs sont à moderniser.

### 5.3.2 Enseignes

Les enseignes sont globalement respectueuses de l'architecture dans les secteurs patrimoniaux.

Les perpendiculaires nécessitent un traitement spécifique.

Des infractions avec le RNP ont été repérées.

Le RLP interdisait les enseignes sur toiture, plusieurs sont en place.

Quelques enseignes scellées au sol ont une forme de totem, ce qui les différencie bien de la publicité.

Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines sont peu nombreuses.

## 6 : LES ORIENTATIONS

La réglementation nationale, l'étude des enjeux, l'analyse des règlements en vigueur et tous les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, ont permis d'établir les orientations pour les futures règles du RLP.

### 6.1 Publicité :

#### Lever l'interdiction relative dans les périmètres de protection des MH :

En raison du service rendu aux usagers, la ville doit conserver la possibilité d'implanter - raisonnablement - des mobiliers urbains publicitaires, comme le prévoit le Code de l'environnement.

#### Protéger les entrées de ville et les secteurs résidentiels :

Ces secteurs doivent faire l'objet de règles très contraignantes.

#### Limiter la densité :

Les règles actuelles du RNP n'empêchent pas totalement la multiplication de panneaux sur une même unité foncière. Elles doivent être renforcées par des règles de densité.

#### Adapter la surface à l'environnement proche :

La surface des publicités doit être adaptée aux lieux environnants afin de mieux les intégrer.

#### Identifier les secteurs pouvant accueillir ou non de la publicité numérique :

La publicité numérique a un fort impact sur le cadre de vie en raison de sa luminosité. Elle ne peut être acceptée partout.

#### Traiter la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines

De nouvelles dispositions réglementaires permettent de maîtriser l'apparition de cette forme de publicité.

#### Fixer des horaires d'extinction :

La réduction de la facture énergétique et la lutte contre la pollution lumineuse nocturne conduisent à imposer une plage horaire plus importante que la règle nationale.

### 6.2 Enseignes

#### Poursuivre les efforts de respect de l'architecture :

Lorsque leur nombre et leurs dimensions sont restreintes, lorsque leur disposition est soignée, les enseignes sur façade contribuent à la mise en valeur de l'architecture et des commerces.

#### Fixer des règles de cohérence d'implantation entre les enseignes perpendiculaires et les enseignes à plat :

L'harmonisation d'implantation sur une façade doit être recherchée pour la valoriser.

#### Harmoniser le format des enseignes scellées au sol :

Obstacles visuels à fort impact, leur forme doit être définie pour mieux s'intégrer dans leur environnement. Cette mesure facilite la lisibilité des messages et permet aux établissements

d'être plus visibles

Adapter les dimensions des enseignes numériques et les lieux où elles seraient autorisées :

Le RNP ne fixe pas de règles particulières aux enseignes numériques. Le RLP doit en limiter les lieux d'installation et les dimensions.

Traiter les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines

De nouvelles dispositions réglementaires permettent de maîtriser l'apparition de cette forme de communication.

Fixer des horaires d'extinction :

Pour les mêmes motifs que pour la publicité et dans une volonté d'harmonisation, la plage d'extinction nocturne sera étendue, avec les mêmes horaires.

## 7 : L'EXPLICATION DES CHOIX

Sur la base des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux se rapportant à chaque lieu, au regard du diagnostic et des orientations qui en découlent, un zonage a été établi. Pour un même type d'espace, les enjeux d'intégration et les modalités de traitement des enseignes et de la publicité peuvent être différents, au regard notamment de la nature même des dispositifs concernés. On distingue 4 zones pour la publicité et 2 pour les enseignes. Le règlement comporte donc deux parties, l'une consacrée à la publicité, l'autre aux enseignes. La publicité n'étant admise qu'en agglomération, le zonage relatif à la publicité ne couvre que les parties agglomérées du territoire. Les enseignes étant pour leur part admises hors agglomération, le zonage relatif aux enseignes couvre la totalité du territoire de Saint-Junien de manière à accompagner qualitativement les implantations d'enseignes également en milieu rural et naturel.

Chaque partie est présentée selon une même articulation : les règles communes à toutes les zones, suivies des règles spécifiques à chacune des zones identifiées.

### 7.1 Les zones et les règles applicables à la publicité

Lors de l'établissement du diagnostic, le réseau viaire est l'un des secteurs analysés. Pour assurer un traitement identique, puisque le réseau traverse les autres types de secteurs à enjeux, il a été décidé d'intégrer les axes aux zones traversées. C'est pourquoi il n'y a pas de zonage spécifique pour le réseau viaire.

#### 7.1.1 Dispositions générales

Dérogation à l'interdiction de la publicité (article PA)

La ville de Saint-Junien a fait le choix d'admettre au sein de son RLP, la publicité dans les lieux d'interdiction relative énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

Ce choix est fondé notamment sur le constat qu'il apparaissait nécessaire de garantir une certaine présence publicitaire au sein de ces espaces, au regard notamment du rôle qu'elle joue en faveur du tissu économique du territoire. Il en ressort que dans l'essentiel de ces secteurs, le RLP ne permet la publicité que sur chevalet, bâches de chantier et mobilier urbain dans la limite globale de 2 m<sup>2</sup>.

Dispositifs sur mur de clôture (article P.B)

La réglementation nationale interdit la publicité sur les clôtures non aveugles. Au regard du fort impact paysager également induit par les publicités sur clôtures aveugles, de leur incidence sur le cadre de vie, et par souci de cohérence de traitement de l'ensemble des clôtures, le RLP étend cette interdiction à toutes les clôtures, qu'elles soient aveugles ou non.

Surface des dispositifs (article P.C)

Il s'agit d'un rappel de la lecture à faire en fonction de la nature des dispositifs mobilier urbain ou non.

Dispositifs scellée au sol (article P.D)

Le RLP instaure des règles visant à garantir la qualité esthétique des dispositifs publicitaires ou à alléger l'impact visuel de leur structure sur son environnement. Des dispositions ont été retenues afin d'habiller, dissimuler, ou supprimer les éléments de structure apparents peu



esthétiques. Dans le même objectif, des règles visent à ne retenir que des dispositifs présentant un seul pied au-delà d'une surface de 2 mètres carrés.

#### Accessoires (article P.E)

Le RLP prévoit de ne permettre les accessoires disgracieux de sécurité (passerelles, échelles) qu'à la condition de n'être visibles des voies ouvertes à la circulation publique que lors des interventions d'affichage ou de maintenance du panneau.

#### Entretien (article P.F)

Dans la démarche du respect de l'environnement, des prescriptions sur l'entretien des dispositifs sont fixées.

#### Publicité de petit format (article P.G)

La publicité de petit format ne peut être réglementée de manière plus restrictive que celle fixée par le RNP (CAA Bordeaux 26/04/2021 : 19BX01464). Un simple rappel en est fait.

#### Publicité sur chevalets (article P.H)

Les chevalets installés sur le domaine public sont admis au droit des établissements commerciaux qu'ils signalent, mais tout en employant des dispositifs de dimensions réduites et en nombre restreint.

#### Publicité sur bâches (article P.I)

Les bâches publicitaires sont inexistantes sur le territoire communal. Ces installations trouveraient difficilement une place harmonieuse dans le paysage local, du fait de leurs dimensions et de leur nature. Compte tenu des autres possibilités d'implantations publicitaires rendues possibles au travers du RLP, le choix a donc été fait de les interdire.

#### Règles de densité (article P.J)

Le RNP ne prévoit pas de règles pour le mobilier urbain, ce principe est repris dans le RLP.

#### Publicité sur toiture ou terrasse (article P.K)

Pour les mêmes raisons que les bâches publicitaires, elle est interdite.

#### Horaires d'extinction (article P.L)

Afin de contribuer à la lutte contre la facture énergétique et de prendre part à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne, le RLP prévoit des règles d'extinction des publicités plus restrictive que la règle nationale et modulées en fonction des différentes catégories de publicité lumineuse.

Le mobilier éclairé par projection ou transparence, le mobilier urbain et la publicité numérique sont éteints de 23 h à 7 h.

La publicité lumineuse, y compris numérique, située à l'intérieur des vitrines peut être allumée 1 heure avant l'ouverture de l'établissement et éteinte 1 h après sa fermeture.

### 7.1.2 Zone P 1

La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines ne pouvant être interdite, sa surface cumulée est très fortement limitée (article P.1.2).

La nature des lieux couverts par cette zone conduit logiquement à l'interdiction de toute autre forme de publicité (article P.1.3).

### 7.1.3 Zone P 2

Cette zone est d'abord dédiée aux abords des monuments historiques. Dans une cohérence de volonté de protection très renforcée, elle est étendue aux entrées de ville.

La publicité murale et la publicité scellée au sol sont interdites (articles P.2.2 et P.2.3). Cette interdiction est une reprise du précédent RLP. Une exception est faite pour les chevalets, fondée sur la nécessité pour le tissu économique local de pouvoir se signaler (article P.2.3).

La publicité est admise sur le mobilier urbain dans la limite de 2 mètres carrés et 3 mètres de hauteur pour éviter les dispositifs trop impactant dans la zone. Cette limitation de surface et de hauteur ne s'applique pas aux colonnes porte-affiches, aux kiosques et aux mâts porte-affiches (article P.2.4).

La publicité numérique est interdite car non adaptée à cette zone (article P.2.5).

La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines, qui ne peut être interdite, voit sa surface cumulée adaptée et limitée à 1 m<sup>2</sup> (article P.2.6).

Les bâches sur échafaudage protégeant les travaux de rénovation des immeubles recevant de la publicité dans les conditions fixées par le RNP sont autorisées, au regard de leur caractère temporaire notamment (article P.2.7).

### 7.1.4 Zone P 3

Lieux privilégiés d'implantation de la publicité, les zones d'activités ou commerciales attirent les annonceurs et les afficheurs. Elles sont identifiées pour y définir des règles adaptées.

Une densité plus restrictive que celle fixée par le code de l'environnement, applicable indistinctement à la publicité murale et scellée au sol, est retenue. Une règle de densité spécifique existait dans le RLP précédent. Elle a pour effet de limiter très fortement l'installation de la publicité dans ces secteurs où elle doit être maîtrisée (article P.3.2).

La hauteur de la publicité murale est calquée sur celle de la publicité scellée au sol et leur surface est harmonisée et réduite par rapport à celle fixée par le RNP pour limiter l'impact de la publicité sur le cadre de vie et rendre plus lisible les messages publicitaires portés par les dispositifs. Compte tenu de l'urbanisme, cette surface y reste néanmoins adaptée (articles P.3.3 et P.3.4).

La publicité sur mobilier urbain suit les mêmes règles qu'en zone 2 pour une raison d'harmonisation (article P.3.5).

La surface de la publicité numérique est très inférieure à celle de la publicité éclairée par transparence du fait de son impact visuel très fort et pour des raisons d'économie d'énergie (article P.3.6).

La publicité lumineuse y compris numérique située à l'intérieur des façades et les bâches de chantier suivent les mêmes qu'en zone 2 pour les mêmes raisons (articles 3.3.7 et 3.3.8).

### 7.1.5 Zone P 4

Cette zone correspond aux quartiers résidentiels. Les règles sont intermédiaires entre la zone 2 et la zone 3.

Pour la densité (article P.4.2), le mobilier urbain (article P.4.5), la publicité lumineuse y compris numérique située à l'intérieure des façades (article P.4.7) et les bâches de chantier (article P.4.8), les règles sont identiques à celles de la zone 3 pour les mêmes raisons.

La surface des dispositifs muraux est limitée à 4,70 m<sup>2</sup> pour être en rapport avec l'urbanisme (article P.4.3 et P.4.4).

La publicité numérique est interdite pour préserver la qualité de vie des résidents (article P.4.6).

## 7.2 Les zones et les règles applicables aux enseignes

### 7.2.1 Dispositions générales

Le règlement rappelle que les enseignes sont soumises à autorisation (article E.A).

#### Enseignes sur les arbres et les haies (article E.B)

À la différence de la publicité, le RNP n'interdit pas l'installation des enseignes sur les arbres. Dans une optique de protection du patrimoine végétal, le RLP soumet les enseignes à un même régime d'interdiction sur les arbres et les haies.

#### Insertion dans l'environnement (article E.C)

Afin de préserver leur qualité, le RLP rappelle que les demandes d'autorisation seront acceptées uniquement si, au-delà du seul respect des prescriptions réglementaires, la bonne intégration des enseignes dans leur environnement est garantie. Les enseignes devront donc, en toutes zones, prendre en compte et respecter la qualité des façades, des lieux avoisinants, des perspectives, du paysage en général.

#### Entretien des enseignes (article E.D)

Il s'agit d'un rappel du RNP.

#### Suppression des enseignes (article E.E)

Le RNP impose à l'article R.581-58 du code de l'environnement, que l'enseigne soit supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité qu'elle signale. Il arrive toutefois que cette obligation ne soit pas respectée et il est alors difficile pour l'autorité de police de retrouver l'ancien occupant du local pour lui imposer cette obligation. Le règlement oblige également le propriétaire à supprimer les enseignes lorsqu'elles sont demeurées en place au-delà des trois mois réglementaires.

#### Enseignes sur garde-corps, barre d'appui de fenêtre et out élément de ferronnerie (article E.F)

Pour préserver l'aspect des façades, elles sont interdites.

#### Enseignes scellées au sol de plus de 1 mètre carré (article E.G)

Le RLP prévoit des dispositions visant à garantir la qualité esthétique des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Elles ont notamment vocation à alléger l'impact visuel de la structure sur son environnement. Lorsqu'une même unité foncière accueille plusieurs établissements différents, afin d'éviter une accumulation d'enseignes scellées ou installées directement sur le sol, un impact paysager décuplé et une perte de lisibilité des enseignes, une obligation de regroupement des différents établissements sur un même dispositif a été retenue. Un gabarit est imposé pour ces panneaux : l'obligation de présenter une hauteur au moins

égale à deux fois leur largeur, de manière à présenter une forme de totem. Le format vise à une simplification de leur aspect, et une distinction plus aisée des enseignes par rapport aux panneaux publicitaires.

#### Chevalets ou porte-menu (article E.H)

Pour harmoniser la présentation, ils ont les mêmes règles de nombre et de dimensions que celles fixées pour la publicité.

#### Vitrophanies (article E.I)

Les vitrophanies, pour ne pas dénaturer les vitrines, respectent un % de la surface de vitrine.

#### Enseignes temporaires (article E.J)

Les règles nationales correspondent aux attentes de la ville pour ce qui est des durées d'apposition.

#### Enseignes à faisceau de rayonnement laser (article E.K)

Ces dernières induisant un impact fort sur le ciel nocturne et étant susceptibles de perturber la faune nocturne, elles sont interdites.

#### Enseignes lumineuses (article E.L)

Lorsque l'enseigne est éclairée, les dispositifs d'éclairage doivent être dirigés vers le bas afin de limiter l'impact sur le ciel nocturne et réduire la pollution lumineuse et les nuisances potentielles sur la faune.

#### Horaires d'extinction (article E.M)

Dans la poursuite des objectifs de lutte contre le gaspillage énergétique, de réduction de la consommation, de lutte contre la pollution lumineuse nocturne, de protection paysagère et de maintien de la tranquillité des habitants, le RLPi prévoit une règle d'extinction pour les enseignes. Par souci de cohérence, la plage horaire d'extinction retenue pour les enseignes est identique à celle fixée pour la publicité, de 23 h à 7 h. La possibilité de dérogation prévue par la réglementation nationale à l'occasion d'évènements exceptionnels a été maintenue. Pour les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines, la règle est identique à celle des publicités : possibilité d'allumer 1 heure avant l'ouverture de l'établissement et d'éteindre 1 h après sa fermeture.

## 7.2.2 Zone E 1

Cette zone regroupe les zones commerciales ou d'activités (article E.E.1)

La vocation exclusivement économique de cette zone justifie l'adoption d'un régime applicable aux enseignes plus souple que les règles retenues pour les autres zones. Les secteurs concernés présentent par ailleurs une morphologie et des enjeux paysagers plus modestes, permettant d'appuyer en grande partie l'encadrement de ces zones sur les dispositions de la réglementation nationale.

#### Enseignes apposées sur mur (article E.1.2)

A plat, elles se conforment à la réglementation nationale. Cette dernière semble en effet suffisamment adaptée aux caractéristiques des bâtiments présents au sein de cette zone, et à même de permettre un accompagnement suffisamment qualitatif de ce type d'enseignes, tout en laissant au tissu économique de larges possibilités pour signaler les activités exercées. Dans une recherche de qualité, une limitation des enseignes perpendiculaires à 2 par façade et par voie ouverte à la circulation, a notamment été adoptée, pour libérer les perspectives.

#### Enseignes scellées au sol (article E.1.3)

Lorsque leur surface est supérieure à 1 m<sup>2</sup>, elles se conforment au RNP pour être en relation avec le bâti.

Lorsque leur surface est inférieure à 1 m<sup>2</sup>, elles participent par leur présence à l'animation commerciale, mais leur nombre doit être restreint pour éviter leur multiplication.

#### Enseignes numériques sur façade (article E.1.4)

La nature des lieux et la nécessité pour les établissements de disposer d'outils pour communiquer permettent d'accepter des enseignes numériques. Pour éviter toute prolifération, elles sont autorisées au nombre de 1 uniquement sur façade, et leur surface est limitée à 4 mètres carrés.

#### Enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines (article E.1.5)

Ne pouvant être interdites, elles voient leur surface limitée à 1 mètre carré, comme pour la publicité.

#### Enseignes sur toiture (article E.1.6)

Peu nombreuses à ce jour, elles trouvent leur place dans cette zone aux conditions prévues par le RNP.

### 7.2.3 Zone E 2

La zone 2 a été retenue pour encadrer l'ensemble des espaces situés en dehors des lieux identifiés en zone 1. Elle est caractérisée par une plus forte diversité de son tissu urbain et des éléments bâtis qui s'y trouvent (article E.2.1).

#### Enseignes apposées sur mur (article E.2.2)

Les enseignes apposées sur les façades sont des éléments rapportés sur le bâti. Elles ne doivent pas dénaturer le support. Des règles d'apposition en respect de l'architecture du bâtiment où s'exerce l'activité signalée et d'harmonisation avec les lignes de composition de la façade sont édictées. Les enseignes à plat ou perpendiculaire sont contingentées. Leur nombre par voie bordant l'établissement est limité.

#### Enseignes scellées au sol (article E.2.3)

Le RNP limite leur surface à 6 m<sup>2</sup> hors agglomération et 12 m<sup>2</sup> en agglomération. Pour une présentation homogène, la surface est retenue de 6 m<sup>2</sup> est retenue.

#### Enseignes numériques sur façade (article E.2.4)

Dans l'objectif de forte protection déjà abordée pour la publicité, ces enseignes dont l'impact paysager est le plus fort et le moins adapté aux caractéristiques de ces espaces sont interdites.

#### Enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines (article E.2.5)

Ne pouvant être interdites, elles voient leur surface limitée à 1 mètre carré, comme en zone E 1.

#### Enseignes sur toiture (article E.2.6)

Les enjeux patrimoniaux et paysagers de la zone conduisent à leur interdiction.





## Règlement local de publicité

Le règlement local de publicité établit 4 zones pour la publicité (P1 à P4) et 2 zones pour les enseignes (E1 et E2).

Le présent règlement adapte le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités du territoire de Saint-Junien. Les dispositions du RNP non expressément modifiées par le présent règlement demeurent applicables.

Conformément à l'article L.581-19 du Code de l'environnement, les préenseignes en agglomération, y compris temporaires, sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité, à l'exclusion toutefois des préenseignes dérogatoires au sens du 3<sup>ème</sup> alinéa du même article.

Sont annexés au présent règlement :

- les plans faisant apparaître les zones, qui ont valeur réglementaire ;
- l'arrêté municipal fixant les limites d'agglomération. Celles-ci sont également représentées sur un document graphique ;
- un glossaire.

RECU EN PREFECTURE

le 19/06/2023

Application agréée E-legalite.com

99\_DE-087-2187154 07-2023 06 19-2 023\_050-DE

# PUBLICITE

## Dispositions générales

### Article P.A : Dérogation à l'interdiction de la publicité

La publicité est admise dans l'ensemble des lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

Elle est soumise aux dispositions des zones du présent règlement dans lesquelles elle se situe.

### Article P.B : Dispositifs sur murs de clôture ou clôtures

Ils sont interdits sur les murs de clôtures ou les clôtures, aveugles ou non.

### Article P.C : Surface des dispositifs

La surface indiquée des dispositifs, qu'ils soient muraux, scellés au sol ou installés directement sur le sol, est la surface totale, encadrement compris.

Pour les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, le pied n'est pas compris dans le calcul de la surface.

Lorsque la publicité est supportée par du mobilier urbain, la surface indiquée est celle de la publicité.

### Article P.D : Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol

Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol peuvent être simple ou double face.

Lorsqu'ils sont simple face, le dos est habillé et ne laisse pas apparaître les structures du dispositif.

Lorsqu'ils sont double face, les dispositifs ne présentent pas de séparation visible.

Tout dispositif d'une surface utile supérieure à 2 mètres carrés est de type « monopied ».

La largeur du pied ne dépasse pas le quart de celle du dispositif.

### Article P.E : Accessoires

Les échelles et passerelles ne sont admis que si elles sont amovibles, escamotables ou non visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Elles doivent être mises en place ou déployées uniquement pendant les interventions d'affichage, d'entretien ou de maintenance.

### Article P.F : Entretien

Les matériels sont inspectés et entretenus dans les règles de l'art.

Chaque intervention sur l'installation donne lieu à une vérification complète, au remplacement des pièces défectueuses, au nettoyage du matériel et de ses abords.

Les parties défailtantes des dispositifs lumineux sont réparées ou remplacées sans délai.

### Article P.G : Publicité de petit format

En toutes zones, elle se conforme aux dispositions du RNP.

### Article P.H : Publicité sur chevalet

En toutes zones, elle est limitée à un dispositif par voie bordant l'établissement, à apposer au droit de l'établissement.

Utilisable au recto et au verso, leur hauteur ne dépasse pas 1,2 mètre et leur largeur 1 mètre.

Article P.I : Publicité sur bâches

Les bâches publicitaires sont interdites.

Article P.J : Règles de densité

Les règles de densité édictées dans le présent règlement ne s'appliquent pas au mobilier urbain supportant de la publicité.

Article P.K : Publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu

En toutes zones, elle est interdite.

Article P.L : Horaires d'extinction

Les publicités lumineuses ou numériques, y compris celles supportées par le mobilier urbain, sont éteintes entre 23 heures et 7 heures.

Il peut être dérogé à ces obligations d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Aucune publicité lumineuse ne doit, par son intensité ou par le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif, ou porter atteinte à l'environnement.

La publicité lumineuse, y compris numérique, située à l'intérieur des vitrines peut être allumée 1 heure avant l'ouverture et éteinte 1 heure après la fermeture de l'établissement.

## Zone P 1

### Article P.1.1 : Définition

La zone 1 couvre les secteurs les zones N du PLU, les espaces boisés classés (EBC) et le site inscrit.  
Elle est matérialisée en vert sur la cartographie.

### Article P.1.2 : Publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines

Sa surface cumulée est inférieure ou égale à 0,25 mètre carré.

### Article P.1.3 : Autres formes de publicité

Toute autre forme de publicité est interdite.

## Zone P 2

### Article P.2.1 : Définition

La zone 2 couvre les abords des monuments historiques, les entrées de ville sur une distance de 100 mètres, l'entrée ouest sur la RD 941 et l'avenue Voltaire jusqu'aux abords des monuments historiques, à compter des plaques réglementaires et le secteur situé au sud du chemin Notre Dame au Goth jusqu'à la Vienne.

Elle est matérialisée en orange sur la cartographie.

### Article P.2.2 : Publicité murale

Elle est interdite.

### Article P.2.3 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

A l'exception de celle apposée sur mobilier urbain et des chevalets, elle est interdite.

### Article P.2.4 : Publicité sur mobilier urbain

Sa surface est inférieure ou égale à 2 mètres carrés et sa hauteur inférieure ou égale à 3 mètres à l'exception des colonnes porte-affiches, des kiosques et des mâts porte-affiche.

### Article P.2.5 : Publicité numérique

Elle est interdite.

### Article P.2.6 : Publicité lumineuse y compris numérique située à l'intérieur des vitrines

Sa surface cumulée est inférieure ou égale à 1 mètre carré.

### Article P.2.7 : Publicité sur bâches

La publicité sur bâche de chantier se conforme aux dispositions du RNP.



## Zone P 3

### Article P.3.1 : Définition

La zone 3 couvre les zones d'activités ou commerciales.  
Elle est matérialisée en mauve sur la cartographie.

### Article P.3.2 : Densité

Un seul dispositif, qu'il soit mural ou scellé au sol, est admis par unité foncière.

### Article P.3.3 : Publicité murale

Sa surface est inférieure ou égale à 10,50 mètres carrés.  
Sa hauteur est inférieure ou égale à 6 mètres.

### Article P.3.4 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Sa surface est inférieure ou égale à 10,50 mètres carrés.

### Article P.3.5 : Publicité sur mobilier urbain

Sa surface est inférieure ou égale à 2 mètres carrés et sa hauteur inférieure ou égale à 3 mètres à l'exception des colonnes porte-affiches, des kiosques et des mâts porte-affiche.

### Article P.3.6 : Publicité numérique

Sa surface est inférieure ou égale à 4 mètres carrés.

### Article P.3.7 : Publicité lumineuse y compris numérique située à l'intérieur des vitrines

Sa surface cumulée est inférieure ou égale à 1 mètre carré.

### Article P.3.8 : Publicité sur bâches

La publicité sur bâche de chantier se conforme aux dispositions du RNP.

## Zone P 4

### Article P.4.1 : Définition

La zone 4 couvre les quartiers résidentiels.  
Elle est matérialisée en jaune sur la cartographie.

### Article P.4.2 : Densité

Un seul dispositif, qu'il soit mural ou scellé au sol, est admis par unité foncière.

### Article P.4.3 : Publicité murale

Sa surface est inférieure ou égale à 4,70 mètres carrés.  
Sa hauteur est inférieure ou égale à 6 mètres.

### Article P.4.4 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Sa surface est inférieure ou égale à 4,70 mètres carrés.

### Article P.4.5 : Publicité sur mobilier urbain

Sa surface est inférieure ou égale à 2 mètres carrés et sa hauteur inférieure ou égale à 3 mètres à l'exception des colonnes porte-affiches, des kiosques et des mâts porte-affiche.

### Article P.4.6 : Publicité numérique

Elle est interdite.

### Article P.4.7 : Publicité lumineuse y compris numérique située à l'intérieur des vitrines

Sa surface cumulée est inférieure ou égale à 1 mètre carré.

### Article P.4.8 : Publicité sur bâches

La publicité sur bâche de chantier se conforme aux dispositions du RNP.

# ENSEIGNES

## Dispositions générales

### Article E.A : Autorisation

Les enseignes sont soumises à autorisation sur la totalité du territoire communal.

Cette autorisation est accordée ou refusée par le maire, après accord de l'architecte des Bâtiments de France lorsque celui-ci est requis.

### Article E.B : Enseignes sur les arbres

Les enseignes sont interdites sur les arbres, les haies et les plantations arbustives.

### Article E.C : Insertion dans l'environnement

Les enseignes respectent l'architecture du bâtiment où s'exerce l'activité signalée.

Elles s'harmonisent avec les lignes de composition de la façade et tenir compte de ses différents éléments : emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades, ainsi que tous motifs décoratifs.

L'autorisation peut être refusée si l'enseigne, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation porte atteinte à la qualité de la façade, aux lieux avoisinants, aux perspectives, aux paysages ou à l'environnement.

### Article E.D : Entretien des enseignes

Une enseigne est constitué de matériaux durables. Elle est maintenue en bon état de propreté, d'entretien, et s'il y a lieu de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

### Article E.E : Suppression des enseignes

Tout occupant d'un local commercial visible depuis la voie ouverte à la circulation publique, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local et de ses enseignes ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants.

Il doit notamment s'assurer, lorsque l'activité signalée a cessé, que l'enseigne soit supprimée et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

### Article E.F : Enseignes sur garde-corps, barre d'appui de fenêtre et tout élément de ferronnerie

Elles sont interdites.

### Article E.G : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Lorsqu'elles sont simple face, le dos des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est habillé afin de ne pas laisser apparaître les structures du dispositif.

Lorsqu'elles sont double face, les enseignes ne présentent pas de séparation visible.

Elles ont la forme d'un totem dont la largeur doit être inférieure à la moitié de la hauteur.

Lorsque plusieurs établissements sont implantés sur une même unité foncière, leurs messages sont regroupés sur un seul et unique dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière où s'exerce l'activité signalée.

Article E.H : Chevalets ou porte-menu

Ils sont limités à un dispositif par voie bordant l'établissement, à apposer au droit de l'établissement. Utilisable au recto et au verso, leur hauteur ne dépasse pas 1,2 mètre et leur largeur 1 mètre.

Article E.I : Vitrophanies

Leur surface cumulée est inférieure ou égale à 10 % de la surface de la vitrine. Elle est incluse dans la surface cumulée d'enseignes en façade commerciale.

Article E.J : Enseignes temporaires

Elles peuvent être apposées au maximum 3 semaines avant et retirées au maximum 1 semaine après l'événement qu'elles annoncent.

Celles signalant des opérations immobilières sont admises pour la durée de l'opération à raison d'un dispositif scellé au sol ou mural, de surface maximum de 12 mètres carrés par voie ouverte à la circulation publique bordant l'unité foncière où se situe l'opération.

Article E.K : Enseignes à faisceau de rayonnement laser

Elles sont interdites.

Article E.L : Enseignes lumineuses

L'éclairage des enseignes lumineuses est dirigé vers le bas.

Article E.M : Horaires d'extinction

L'éclairage des enseignes, y compris numériques, est éteint entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre 22 heures et heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou d'autres services d'urgence.

Les enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines peuvent être allumées 1 heure avant l'ouverture et éteintes 1 heure après la fermeture de l'établissement.

## Zone E 1

### Article E.1.1 : Définition

La zone 1 couvre les zones commerciales ou d'activités.  
Elle est matérialisée en violet sur la cartographie.

### Article E.1.2 : Enseignes apposées sur mur

#### A - Enseignes à plat

Elles se conforment aux prescriptions fixées par le règlement national de publicité.

#### B - Enseignes perpendiculaires

Pour les établissements multiservices, 2 enseignes perpendiculaires sont autorisées par voie bordant l'établissement, de manière à y regrouper l'ensemble des activités signalées.  
Pour les hôtels, les enseignes perpendiculaires peuvent avoir la hauteur d'un étage.

### Article E.1.3 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

I – Lorsque leur surface est supérieure à 1 mètre carré, elle est inférieure ou égale à 12 mètres carrés en agglomération et à 6 mètres carrés hors agglomération.

II – Lorsque leur surface est inférieure ou égale à 1 mètre carré, elles sont limitées à 1 dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

### Article E.1.4 : Enseignes numériques sur façade

Une seule enseigne numérique est autorisée par façade.  
Sa surface est inférieure ou égale à 4 mètres carrés.  
Les enseignes numériques scellées au sol ou posées directement sur le sol sont interdites.

### Article E.1.5 : Enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines

Leur surface cumulée est inférieure ou égale à 1 mètre carré.

### Article E.1.6 : Enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu

Les enseignes installées sur toitures ou terrasses se conforment au règlement national de publicité.



## Zone E 2

### Article E.2.1 : Définition

La zone 2 couvre les parties du territoire communal qui ne sont pas comprises en zone 1.  
Elle est matérialisée en vert sur la cartographie.

### Article E.2.2 : Enseignes apposées sur mur

#### A - Enseignes à plat

Elles sont intégrées dans l'ouverture de la devanture.

Le bandeau peut être prolongé au-dessus de la porte d'accès d'un immeuble.

Leur hauteur est inférieure ou égale à 0,80 mètre.

Le bandeau supportant l'enseigne est positionné en-dessous du linteau du premier étage.

Leur saillie pour les caissons éclairés ou non est inférieure ou égale à 0,25 mètre.

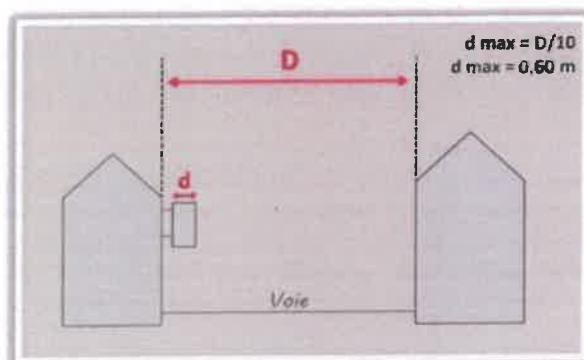
#### B - Enseignes perpendiculaires

Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par voie bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

Sa hauteur maximale est inférieure ou égale à 0,80 mètre.

Son épaisseur est inférieure ou égale à 0,25 mètre

Sa saillie, hors pattes d'accroches limitées à 0,10 mètre, est inférieure ou égale à 0,60 mètre, à compter du nu du mur de façade de l'immeuble, sans être supérieure au 1/10ème de la largeur de voie comprise entre les deux alignements de la voie.



Dès que la configuration le permet, elle est installée dans l'alignement de l'enseigne à plat.

La hauteur libre sous l'enseigne ne peut être inférieure à 2,80 mètres.

Elle est positionnée en-dessous du linteau du premier étage.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée, l'enseigne perpendiculaire ne dépasse pas le niveau bas du premier étage.

Pour les établissements multiservices, 2 enseignes perpendiculaires sont autorisées par voie bordant l'établissement, de manière à y regrouper l'ensemble des activités signalées.

Pour les hôtels, les enseignes perpendiculaires peuvent avoir la hauteur d'un étage.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'en étage, il ne peut y avoir d'enseigne perpendiculaire.

### Article E.2.3 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

l – Lorsque leur surface est supérieure à 1 mètre carré, elle est inférieure ou égale à 6 mètres carrés.

II – Lorsque leur surface est inférieure ou égale à 1 mètre carré, hors chevalets ou porte-menu, elles sont limitées à 1 dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'établissement. Les oriflammes ou drapeaux sont interdits.

Article E.2.4 : Enseignes numériques sur façade

Elles sont interdites.

Article E.2.5 : Enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines

Leur surface cumulée est inférieure ou égale à 1 mètre carré.

Article E.2.6 : Enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu

Elles sont interdites.