

Département de Charente-Maritime

# Commune de Saintes

## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Tome 1 : rapport de présentation



Version pour concertation



## Sommaire

Introduction .....	3
<b>I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>7</b>
1. Définitions .....	8
1.1. Le règlement local de publicité .....	8
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement .....	9
1.3. La notion d'agglomération .....	11
1.4. La notion d'unité urbaine .....	14
2. Le contexte du territoire .....	15
2.1. Localisation .....	15
2.2. Axes de circulation .....	17
2.3. Le patrimoine bâti et naturel .....	18
2.4. Les activités économiques .....	20
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire .....	21
3.1. Les interdictions absolues .....	21
3.2. Les interdictions relatives .....	30
4. Les règles applicables au territoire .....	34
4.1. La réglementation locale en vigueur (RLP de 2005) en matière de publicités et préenseignes .....	34
4.2. Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes .....	38
4.3. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires .....	52
4.4. La réglementation locale en vigueur (RLP de 2005) en matière d'enseignes .....	53
4.5. Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes .....	56
4.6. Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires .....	63
5. Régime des autorisations et déclarations préalables .....	64
5.1. L'autorisation préalable .....	64
5.2. La déclaration préalable .....	64
6. Les compétences en matière de publicité extérieure .....	65
7. Les compétences en matière de publicité extérieure .....	66

II. Diagnostic du parc d'affichage.....	67
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes.....	68
2. Les caractéristiques des enseignes .....	82
III. Les enjeux en matière de publicité extérieure .....	95
IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure .....	103
1. Les objectifs.....	103
2. Les orientations.....	104
V. Justification des choix retenus.....	105
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	105
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	109

PROJET

## Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression<sup>1</sup>, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1979, afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP), de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions réglementaires de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment, sans que cela soit exhaustif :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- La réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- La précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de traîlles et de fonctionnement ;

<sup>1</sup> L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 14 juillet 2020<sup>2</sup>.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1er du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du Code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour la révision du RLP<sup>3</sup>.

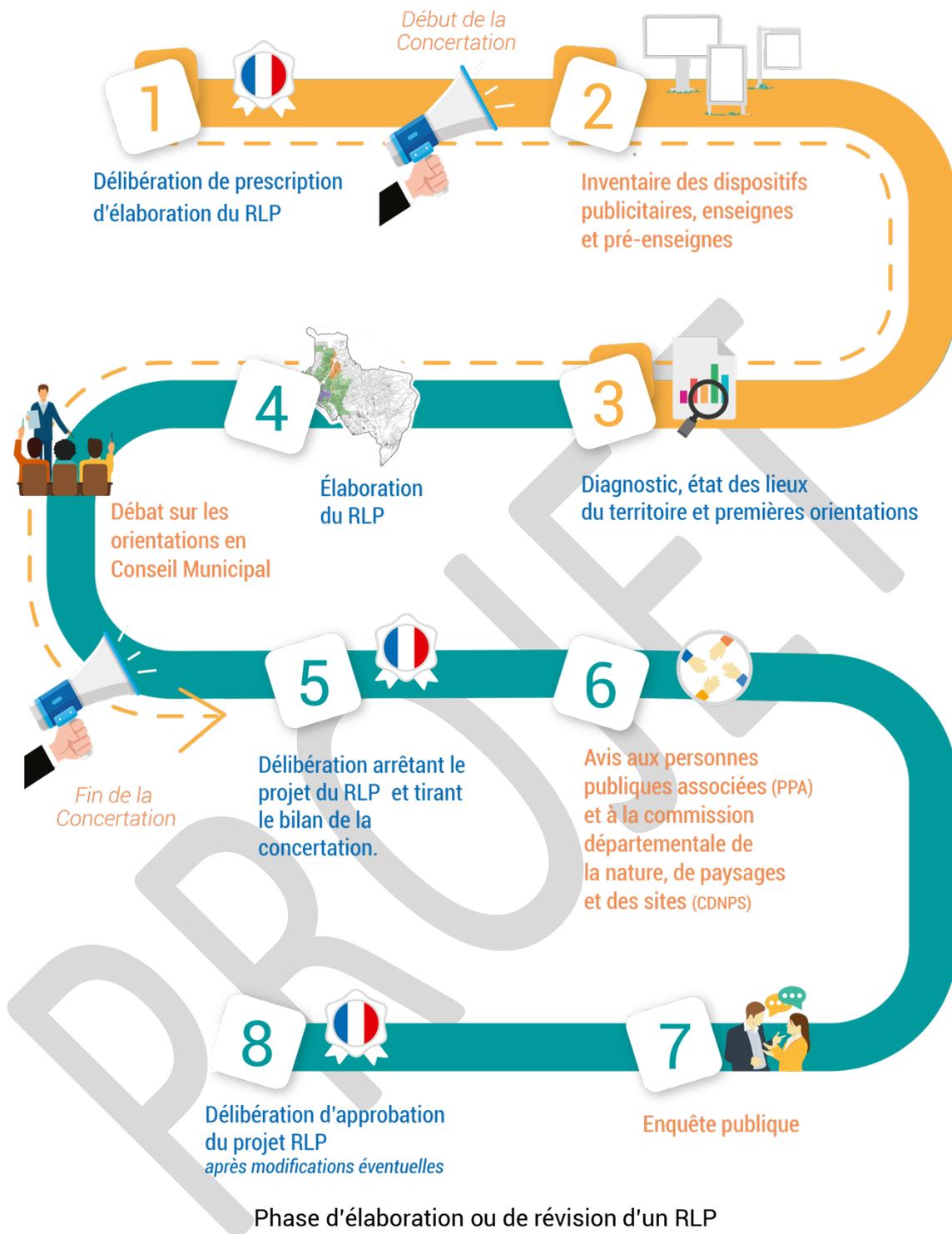
En outre, l'article L 581-14 du Code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré en priorité à l'échelon intercommunal par rapport aux communes.

La commune de Saintes disposant de la compétence en matière de PLU, l'élaboration ou la révision de son règlement local de publicité lui revient.

---

<sup>2</sup> Article L 581-14-3 du code de l'environnement

<sup>3</sup> Article L 581-14 du Code de l'environnement



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

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le présent document constitue le rapport de présentation, en élaborant en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

## I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

Le Code de l'Environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du Code de l'Environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

En application du Code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation, mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc.

Le Code de l'environnement admet la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient à la commune. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP. C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU<sup>4</sup>.

Enfin, le Code de l'environnement renvoie également aux dispositions du Code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'impératifs de sécurité routière. En effet, les articles R 418-1 à R 418-9 du Code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou, qui conduiraient à en réduire la visibilité ou leur efficacité.

Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et, de sa situation dans une agglomération.

---

<sup>4</sup> Article L 621-30 du Code du patrimoine

## 1. Définitions

### 1.1. Le règlement local de publicité

Le RLP ou RLPi est un document réglementaire, opposable aux tiers, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

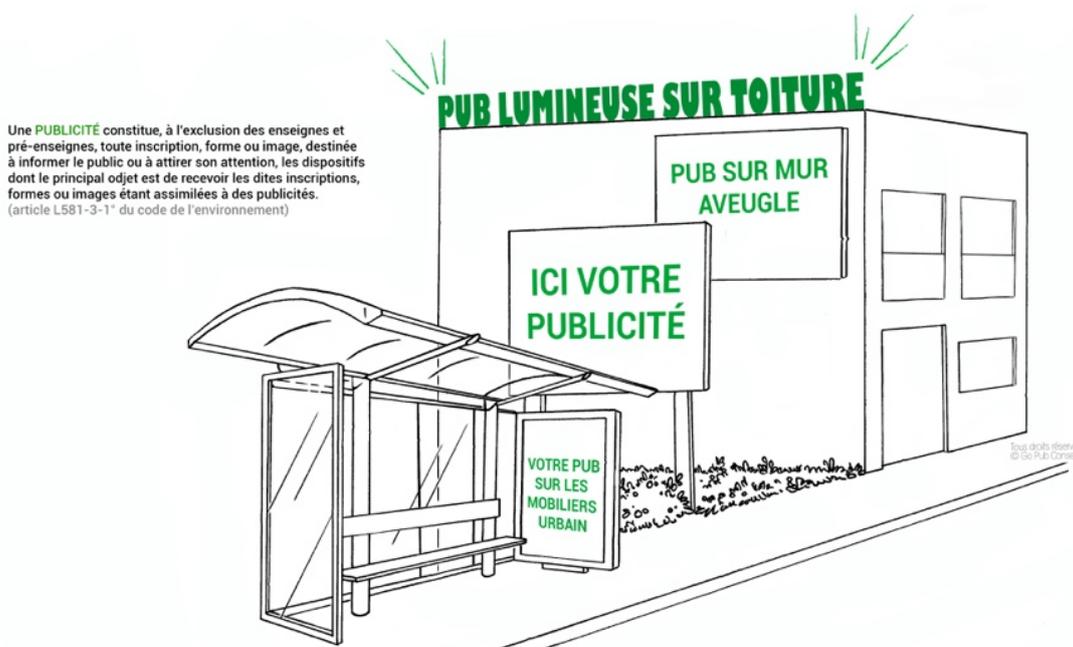
Le RLP(i) comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le Code de l'environnement et constituant la réglementation nationale (RNP).

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLP(i) approuvé est annexé au PLU(i).

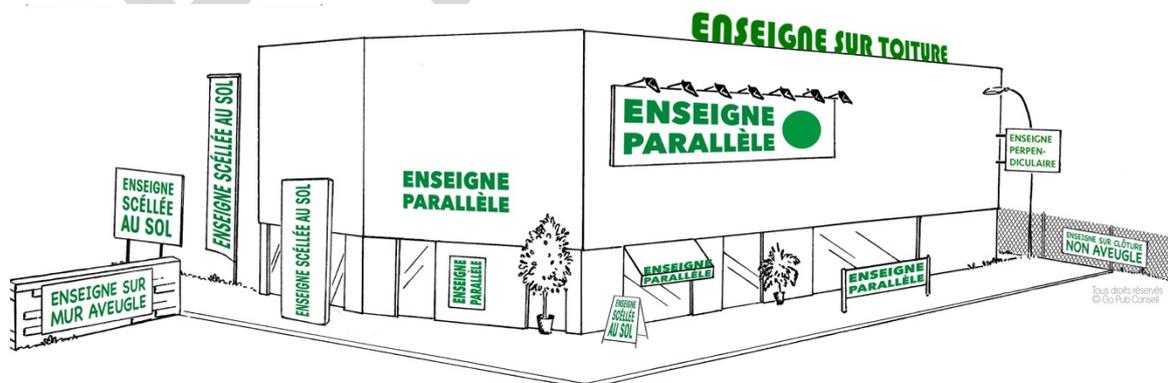
## 1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

Constitue **une publicité**<sup>5</sup>, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.



En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images, qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du Code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

Constitue **une enseigne**<sup>6</sup> toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



<sup>5</sup> article L581-3-1° du code de l'environnement

<sup>6</sup> article L581-3-2° du code de l'environnement

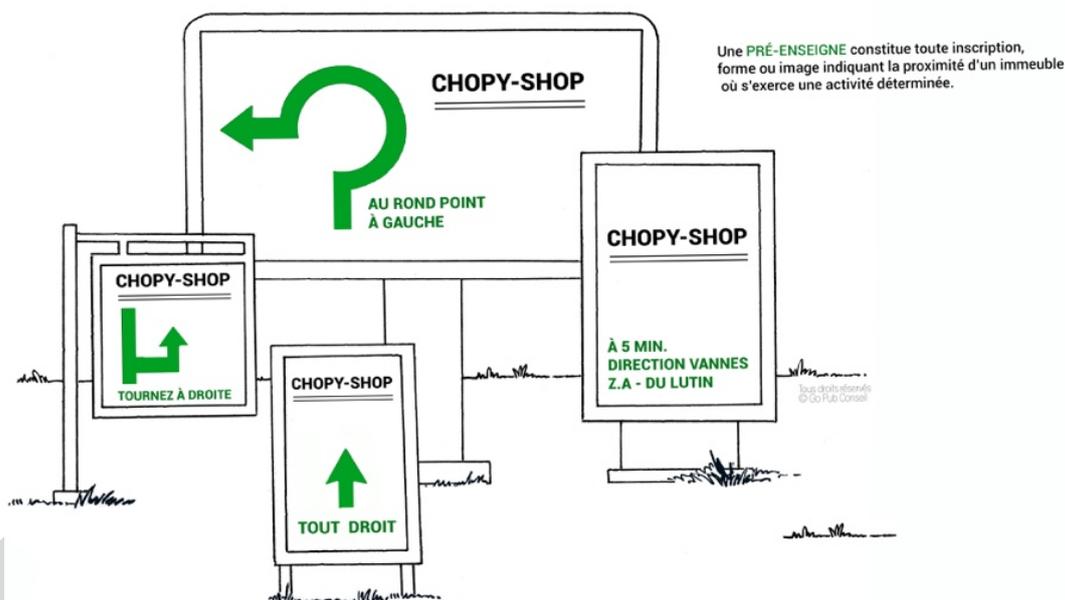
Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « *relatif à une activité* » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public.

Il est précisé que le RLP(i) régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue **une préenseigne**<sup>7</sup> toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message de signalétique correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP(i) n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

<sup>7</sup> article L581-3-3° du code de l'environnement

### 1.3. . La notion d'agglomération

Aux termes de l'article L 581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière<sup>8</sup>, toute publicité est interdite, à l'exception des emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières et, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places<sup>9</sup>.

Elles peuvent aussi être autorisées par le RLP(i) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage.

Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, etc.),
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.

L'implantation des panneaux d'entrée et de sortie, (EB-10 et EB-20), doivent épouser les limites du bâti rapproché. Il existe parfois des inexactitudes entre le positionnement des panneaux d'entrée et sortie d'agglomération et la délimitation du bâti rapproché. Dans ce cas et en cas de litige, le Conseil d'État fait prévaloir la réalité matérielle de l'agglomération sur son aspect formel. **Les limites du bâti rapproché doivent donc être considérées, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie<sup>10</sup>.**

<sup>8</sup> Article R 110-2 du Code de la route : Agglomération : 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

<sup>9</sup> Article L581-3-3° du code de l'environnement

<sup>10</sup> CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134

## Plan des limites d'agglomération sur la commune de Saintes



### Légende

▭ Matérialisation des panneaux existants

N

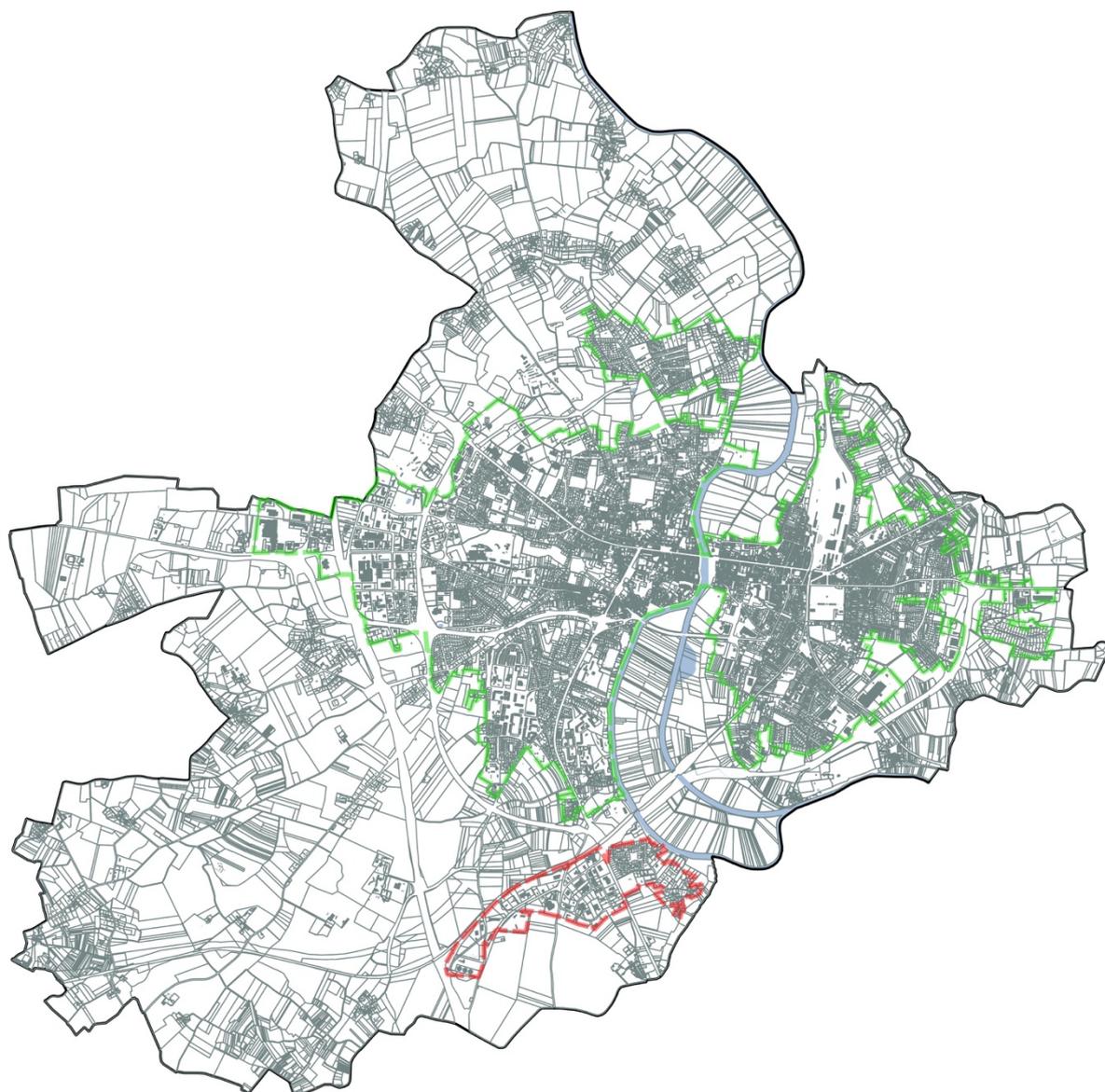


0 750 1500 m



En l'espèce, la commune de Saintes compte 2 agglomérations distinctes. L'agglomération dite principale comptant plus de 10 000 habitants et l'agglomération dite secondaire comptant moins de 10 000 habitants.

### Agglomérations de la commune de Saintes



#### Légende

-  Agglomération principale de plus de 10 000 habitants
-  Agglomération secondaire de moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

N



0 750 1500 m



#### 1.4. . La notion d'unité urbaine

La notion **d'unité urbaine** repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme 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.

L'unité urbaine, telle que définie par l'INSEE, est indépendante du regroupement des communes en établissements publics de coopération intercommunale.

La commune de Saintes appartient à l'unité urbaine éponyme, qui regroupe plus de 3 communes (Fontcouverte, les Gonds et Saintes) et compte plus de 29 362 d'habitants<sup>11</sup>.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes<sup>12</sup> entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

---

<sup>11</sup> Données démographiques de l'INSEE 2015

<sup>12</sup> il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

## 2. Le contexte du territoire

### 2.1. Localisation

Saintes, ancienne préfecture de la Charente-Maritime, possède aujourd'hui, au même titre que Rochefort, Jonzac et Saint-Jean-d'Angély, le statut de sous-préfecture du département. Avec 25 288 habitants<sup>13</sup> au recensement de 2015, elle en constitue la deuxième ville en termes de population derrière La Rochelle, qui, en 1810, lui a succédé dans le rôle de préfecture.

Située dans la partie Nord-Ouest de la région Nouvelle-Aquitaine, de part et d'autre d'un bras de la Charente, Saintes occupe une position centrale dans le département. Elle est également le siège de la Communauté d'Agglomération de Saintes, composée de 36 communes, s'étendant sur une superficie de 474km<sup>2</sup> et dont la population s'élevait à 59 484 habitants<sup>14</sup>.



+ SOURCE

<sup>13</sup> Données démographique de l'INSEE 2015

<sup>14</sup> Données démographique de l'INSEE 2015

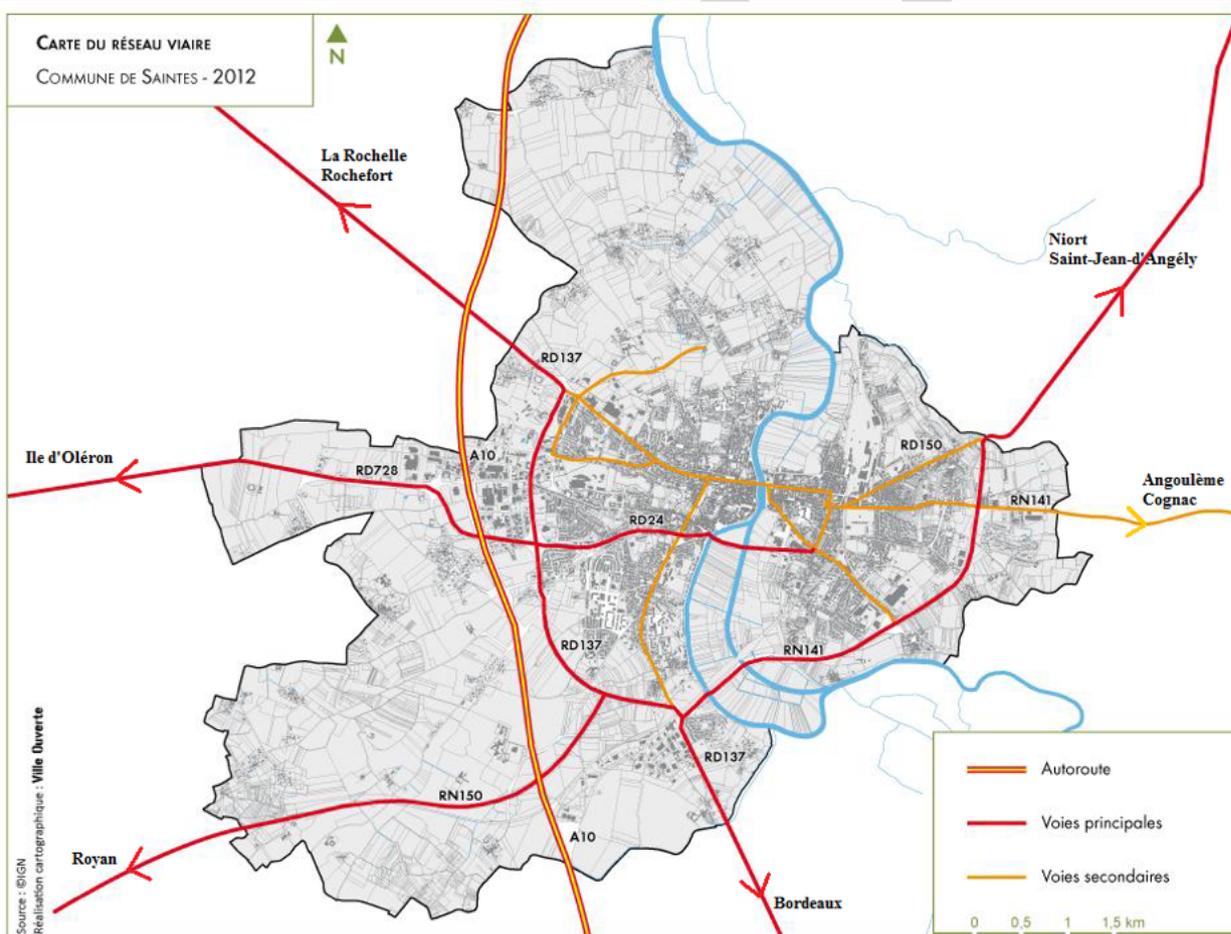


+ SOURCE

## 2.2. Axes de circulation

Saintes bénéficie d'une desserte autoroutière via le passage de l'A10, lui permettant, entre autres, d'opérer des liaisons de moins d'1h30 avec Bordeaux et d'1h avec Niort. Véritable porte d'entrée de la côte charentaise, Saintes est un point de passage incontournable pour les touristes estivaux originaires des régions centrales de la France. Elle se situe ainsi à moins de 35km de Royan ou de l'île d'Oléron et à 60 km de La Rochelle.

Sa position centrale dans le département en fait également le trait d'union entre les espaces littoraux urbanisés à l'Ouest et les territoires ruraux de l'Est, plus enclavés mais dominés par des villes à fortes identités telles que Saint-Jean-d'Angély, Jonzac ou encore Cognac, en Charente.



Source : PLU, rapport de présentation, Saintes

## 2.3. Le patrimoine bâti et naturel

### a) *Le patrimoine bâti*

Vestige de plus de deux mille ans d'histoire, le patrimoine architectural de Saintes offre une richesse remarquable, témoignant de la succession des époques que la ville a traversées. On contemple ainsi, aujourd'hui, dans un tissu urbain proposant une alliance de petites ruelles médiévales et de grands boulevards percés au XIX<sup>ème</sup> siècle, une abondance d'ouvrages remarquables tels que l'amphithéâtre gallo-Romain, les édifices culturels ou les hôtels particuliers du XVIII<sup>ème</sup> siècle.



Au premier plan, l'amphithéâtre gallo-romain, au second plan, la Basilique Saint-Europe  
(source : Sébastien Albert, mars 2018)

Consciente de la nécessité de préserver et de valoriser ce patrimoine exceptionnel, Saintes a intégré le réseau ville d'Art et d'histoire en 1990. Durant cette même décennie, la ville s'est dotée d'un Secteur Sauvegardé, ainsi que d'une ZPPAUP. Ces deux derniers dispositifs sont désormais regroupés dans le nouveau Site Patrimonial Remarquable (SPR) qu'il conviendra de réviser afin de tenir compte des évolutions.

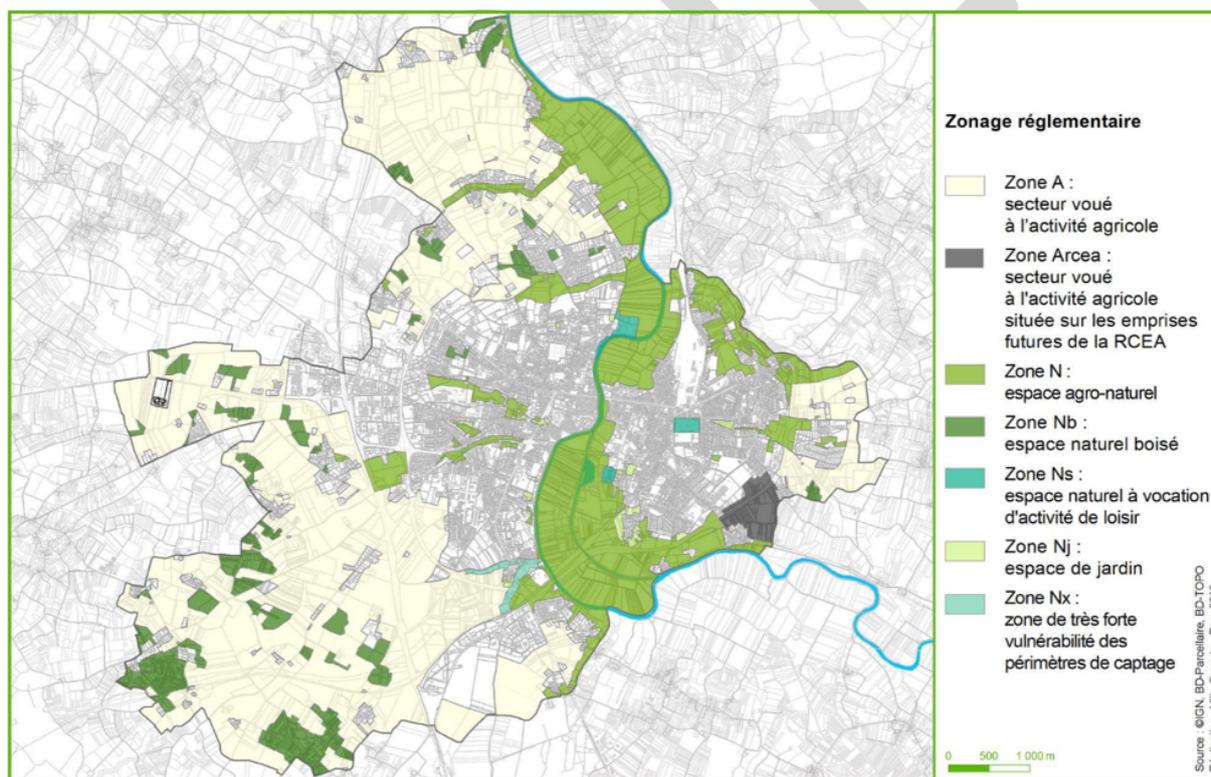
Dans une logique de dynamisation de son patrimoine, la commune met également en place divers projets. Ainsi, celui de la cité musicale, installée au cœur de l'abbaye aux Dames semble être le plus représentatif. L'objectif est ici de permettre au rayonnement culturel, spirituel et intellectuel de Saintes de se perpétuer en stimulant l'activité artistique.

La valorisation du patrimoine est aussi un des grands axes définis par le Pays de Saintonge Romane dans sa candidature au programme européen Leader. Cette structure, organisée autour de Saintes, qui en constitue la principale centralité, ambitionne d’œuvrer en faveur de la diffusion culturelle, notamment auprès des jeunes, ainsi que de soutenir la création artistique ou l’organisation de manifestations.

### b) *Le patrimoine naturel*

Les espaces naturels d’importance se concentrent le long du lit de la Charente et transpercent la ville en son centre selon un axe Nord/Sud. Dans la partie Sud, se trouve la prairie de la Palu, un site unique composé de prairies inondables, de roselières, de canaux et fossés, d’espaces verts et d’un plan d’eau, s’étendant sur 122 hectares.

La prairie de la Palu bénéficie de divers classements, elle est ainsi inscrite à l’inventaire des Zones Naturelles d’Intérêt Écologique Faunistique et Floristique, (ZNIEFF) en qualité de type 1. Si ce zonage possède uniquement une portée scientifique et non réglementaire, le site est aussi affilié au réseau européen Natura 2000, qui permet à l’état de s’assurer par contractualisation de la bonne gestion et de la mise en place de pratiques respectueuses des qualités environnementales de cet espace.



Source : PLU, rapport de présentation, Saintes.

## 2.4. Les activités économiques

La ville de Saintes concentre, selon l'INSEE, quasiment 20 000 emplois sur son territoire communal. Cela représente plus de 60% des emplois existants dans le Pays de Saintonge Romane, dont la plupart des communes voient plus de 40% de leurs actifs se rendre à Saintes pour travailler.

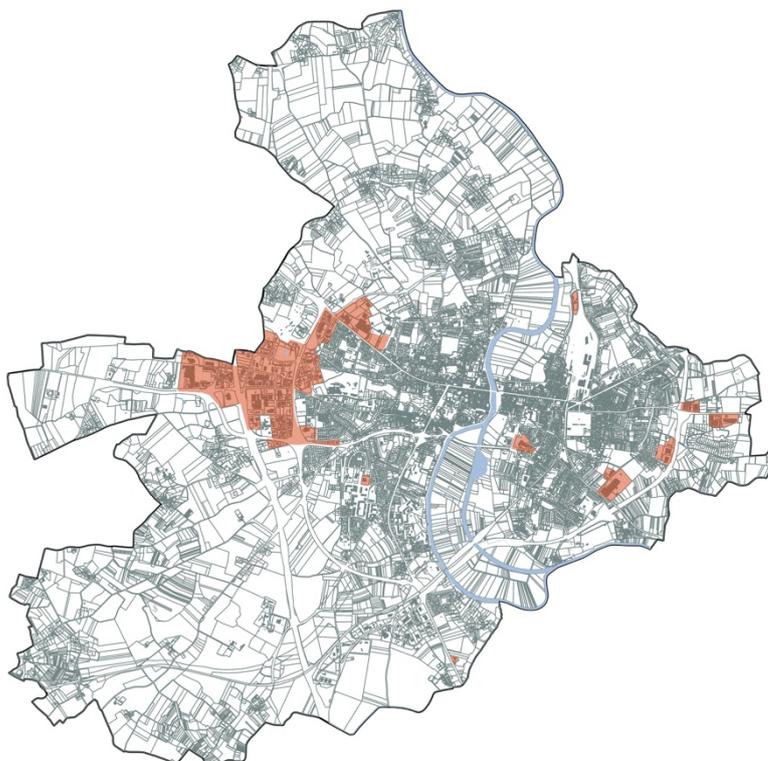
L'activité est largement tournée vers le secteur tertiaire et notamment le commerce comme le démontre la présence du siège social de la Coop Atlantique, coopérative de consommateur spécialisée dans la distribution de produits alimentaire qui exploite plus de 220 points de vente dans le Centre-Ouest de la France. Le secteur des services marchands et non-marchands représente également une part significative de l'emploi à Saintes.

La commune accueille en outre quelques établissements industriels d'importance notamment spécialisés dans l'électronique et métallerie, ainsi que la robotique.

Si le centre-ville concentre une grande part des commerces et services de proximité, Saintes possède également diverses zones d'activités économiques disséminées sur le territoire. Leurs vocations sont les suivantes :

ZAC des Côteaux : commerciale  
 L'Ormeau de Pied : industrielle  
 Zone de Recouvrance : mixte  
 Les Charriers : industrielle  
 Les Grandes Bauches : logistique  
 Terrefort : commerciale

Localisation des zones d'activités de la commune de Saintes



Légende  
 ■ Zones d'activités du territoire

N



0 750 1500 m



### 3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

#### 3.1. Les interdictions absolues<sup>15</sup>

La commune de Saintes est concernée par l'interdiction absolue de publicité sur les monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques. La ville compte une quinzaine de monuments historiques classés et une dizaine de monuments historiques inscrits parmi lesquels :



Source : monumentum.fr

L'aqueduc gallo-romain, l'amphithéâtre gallo-romain, classés depuis 1840, ainsi que le terrain appartenant à M. Pitard et celui de M. Robin (joutant tous les deux l'amphithéâtre gallo-romain) classés en 1932 et 1933.

<sup>15</sup> Article L581-4 du code de l'environnement



Source : monumentum.fr

Les thermes de Saint-Saloine, classés depuis 1904 et l'Église Saint-Pierre classée depuis 1862.



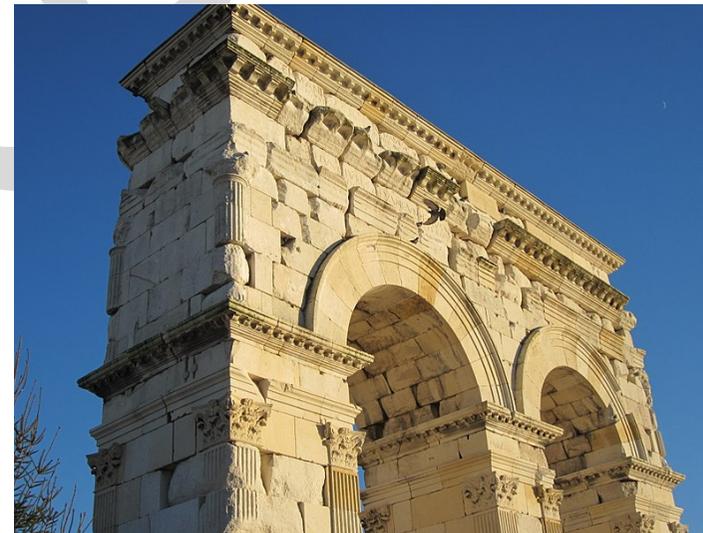
Source : monumentum.fr

L'Église Sainte-Marie aux Dames et l'Église Saint-Eutrope, classées toutes les deux en 1846 et le Castrum, classé depuis 1969.



Maison Présidial. Source : monumentum.fr

Le terrain avec l'immeuble Guinguenaud, classé en 1937, la Maison dite Présidial, classée en 1919 et le Polissoire, classé en 1964.



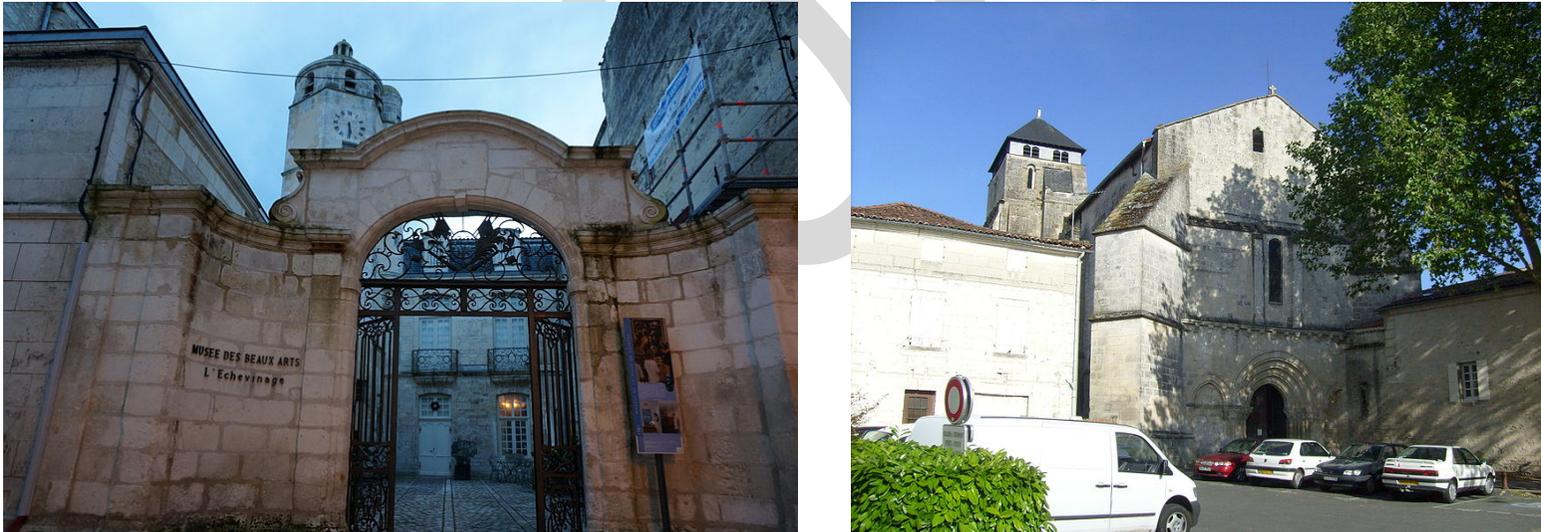
Source : monumentum.fr

Le Mur de soutènement gallo-romain, l'Arc de Triomphe et le rempart gallo-romain, classés respectivement en 1915, 1905 et 1977.



Source : monumentum.fr

L'hôtel Montconseil inscrit en 2009, l'Abbaye des Dames, inscrite depuis 1948 et l'Hôtel de Brémond d'Ars, inscrit en 1967.



Source : monumentum.fr

La Maison de l'Échevinage, inscrite depuis 1929, l'Église Saint-Palais et la Maison de la Juridiction Consulaire, toutes les deux inscrites en 1931.



Source : monumentum.fr

La Maison de Maurice Martineau, inscrite depuis 1987 et le Couvent des Jacobins, inscrit en 2004.



Source : monumentum.fr

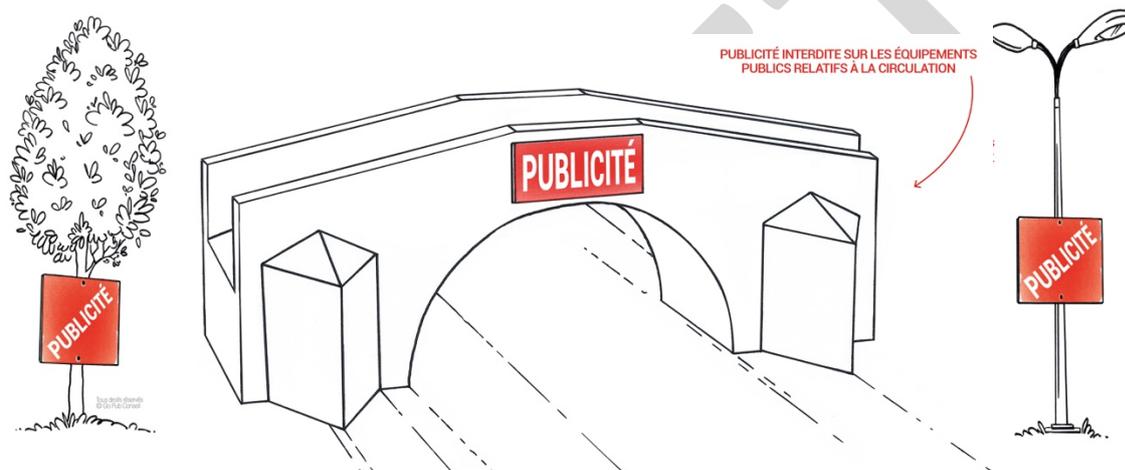
L'Église Saint-Vivien et le Haras Nationale, tous les deux inscrits en 1993.

La publicité est interdite dans les 3 sites classés de Saintes, à savoir :

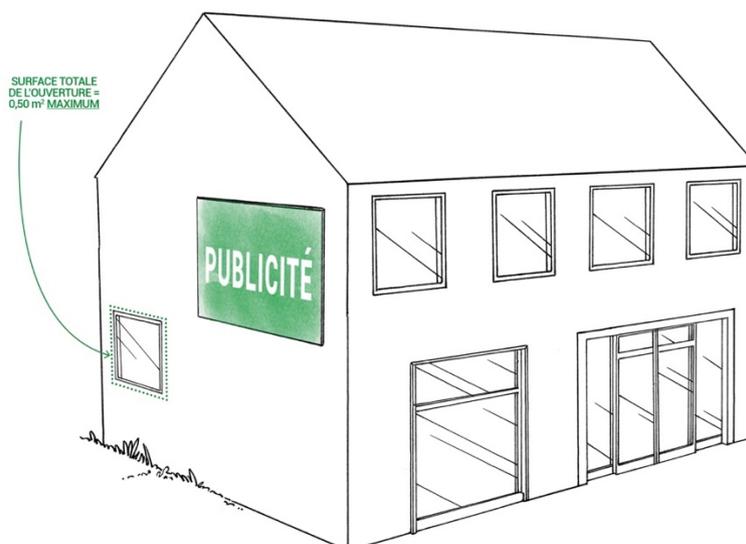
- Ensemble formé par la place Bassompierre et le jardin public (classé le 14 mai 1943) ;
- Le 4, Rue Cuveilliers, jardin (classé le 16 mai 1938) ;
- Les terrains situés autour des limites extrêmes de l'amphithéâtre (classé le 1er avril 1936).

La publicité est également interdite sur les arbres et :

1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;

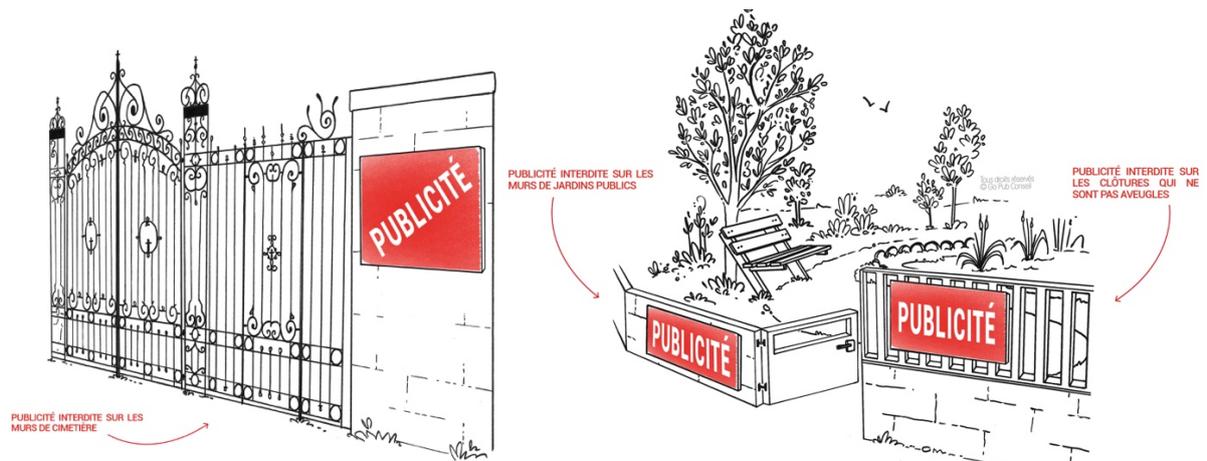


2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

4° Sur les murs de cimetière et de jardin public<sup>16</sup>.



<sup>16</sup> Article R581-22 du code de l'environnement

## Interdictions absolues de publicités sur la commune de Saintes



### Légende

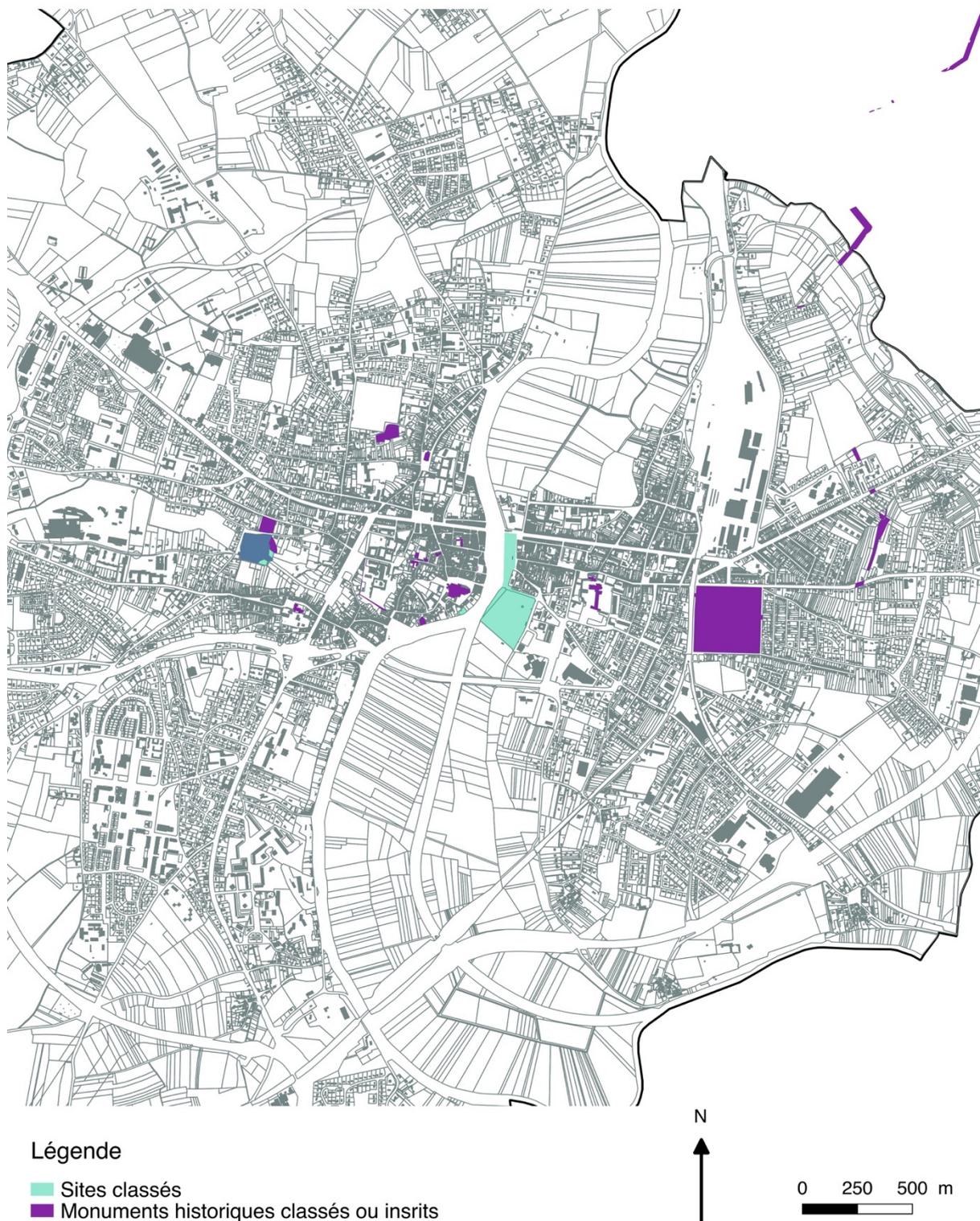
-  Sites classés
-  Monuments historiques classés ou inscrits



0 750 1500 m



## Interdictions absolues de publicités sur la commune de Saintes



### 3.2. Les interdictions relatives<sup>17</sup>

Contrairement aux interdictions absolues de publicités, les interdictions relatives peuvent être levées par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur le territoire.

L'interdiction relative de publicité s'applique dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables <sup>11</sup>, en l'espèce le secteur sauvegardé et la ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager) de Saintes.

La commune de Saintes est également concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016 « *la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorités administrative. En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci.* ». Cependant « *la protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable<sup>10</sup>.* » L'ensemble des monuments historiques listés ci-avant se situe dans le site patrimonial remarquable de Sainte. L'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques ne s'applique qu'à l'Église Saint-Pierre située sur la commune limitrophe d'Écurat et dont le périmètre de protection couvre une partie du territoire Saintais.



Église Saint-Pierre à Écurat, classée en 1910.

Source : monumentum.fr

<sup>17</sup> Article L581-8 du code de l'environnement

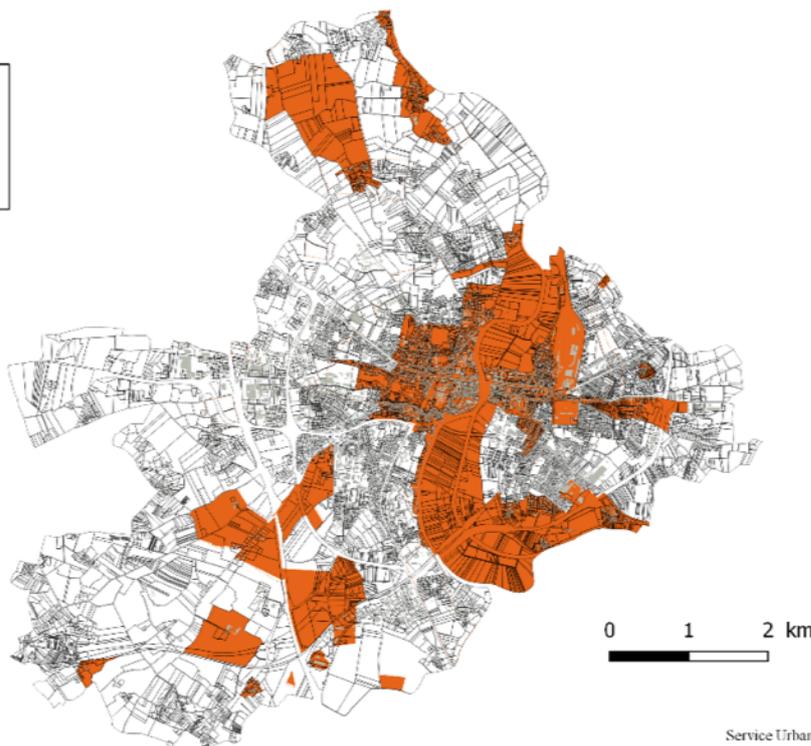
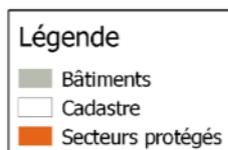
Cette interdiction relative de publicité s'applique aussi aux 4 sites inscrits qui couvrent la ville de Saintes, à savoir :

- Les terrains situés autour des limites extrêmes de l'amphithéâtre (numéros 394p, 685p, 686p, section C, numéros 845p, 872p, 905p, section K du cadastre), inscrit le 27 mars 1936 ;
- L'ensemble formé par le quartier Saint-Eutrope, inscrit depuis le 23 août 1974) ;
- L'ensemble formé sur la rive droite et gauche de la Charente, inscrit le 22 septembre 1981 ;
- La rue de l'hôtel de ville, n°24, jardins et immeubles, inscrite 16 mai 1938.

Enfin, l'interdiction relative de publicité touche également les différentes zones spéciales de conservation (directive Habitats) et dans les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000, à savoir :

- La zone Natura 2000 « *Moyenne vallée de la Charente et Seignes et Coran* » (SIC - 2007) ;
- La zone Natura 2000 « *Vallée de la Charente moyenne et Seignes* » (ZPS - 2004).

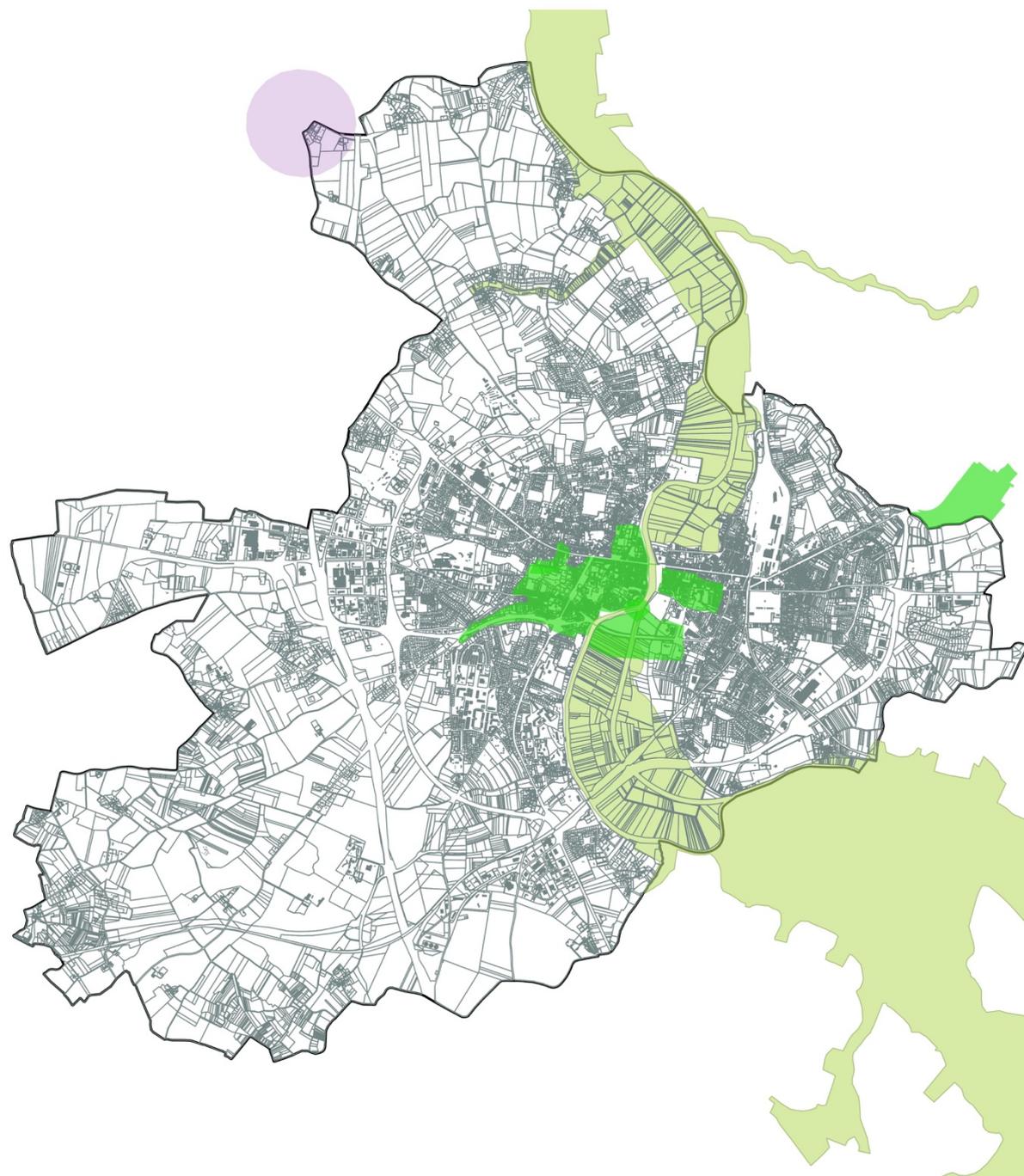
### Secteurs protégés



Service Urbanisme et Droit des Soils, Avril 2018

La cartographie ci-dessus montre la délimitation des contours du Site Patrimonial Remarquable de Saintes.

## Interdictions relatives de publicités sur la commune de Saintes



### Légende

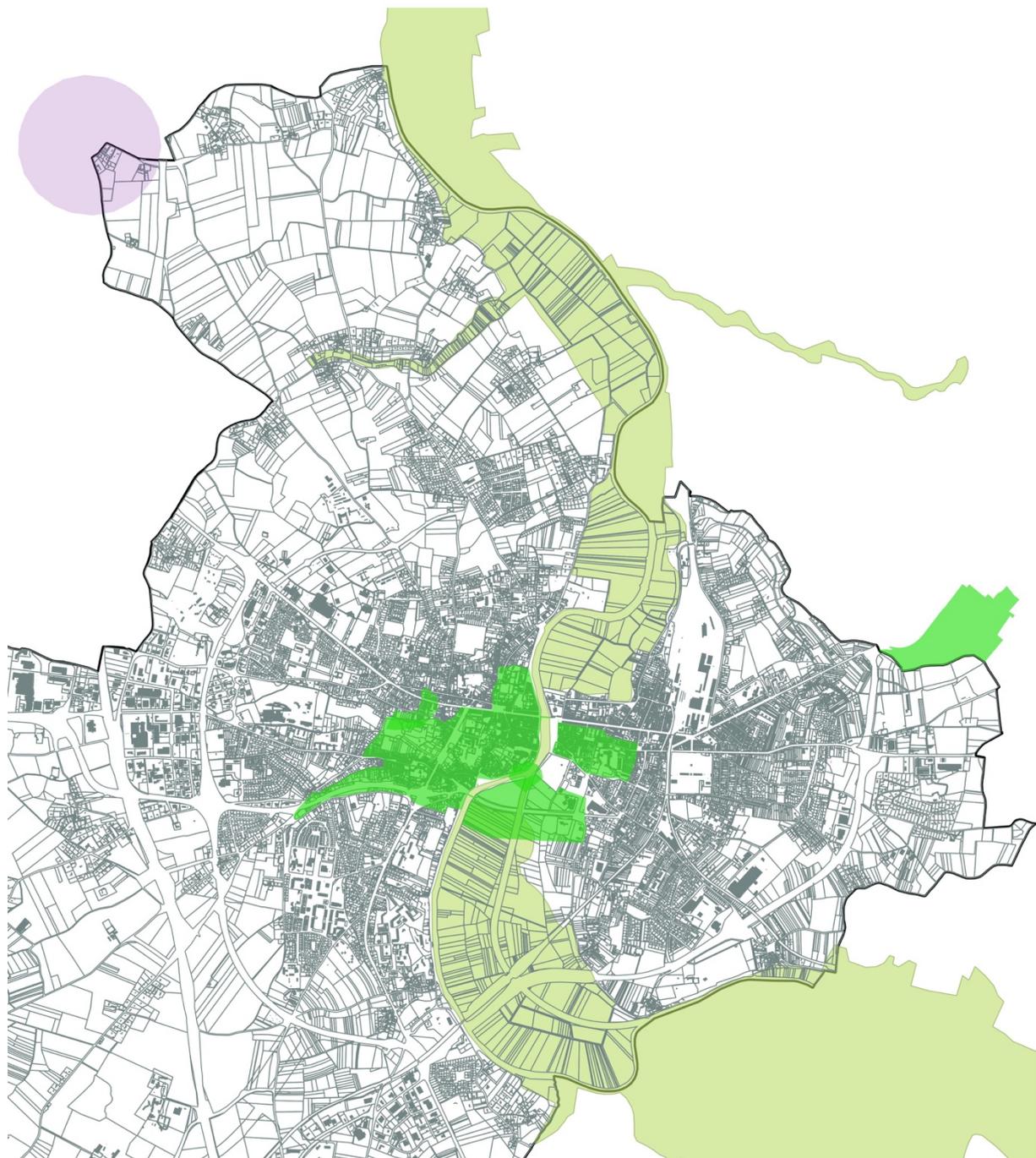
-  Périmètre de protection aux abords de l'Eglise Saint-Pierre (Commune d'Ecurat)
-  Sites inscrits
-  Sites Natura 2000



0 750 1500 m



## Interdictions absolues de publicités sur la commune de Saintes



### Légende

-  Périmètre de protection aux abords de l'Eglise Saint-Pierre (Commune d'Ecurat)
-  Sites inscrits
-  Sites Natura 2000

N



0 250500 m



## 4. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

### 4.1. La réglementation locale en vigueur (RLP de 2005) en matière de publicités et préenseignes.

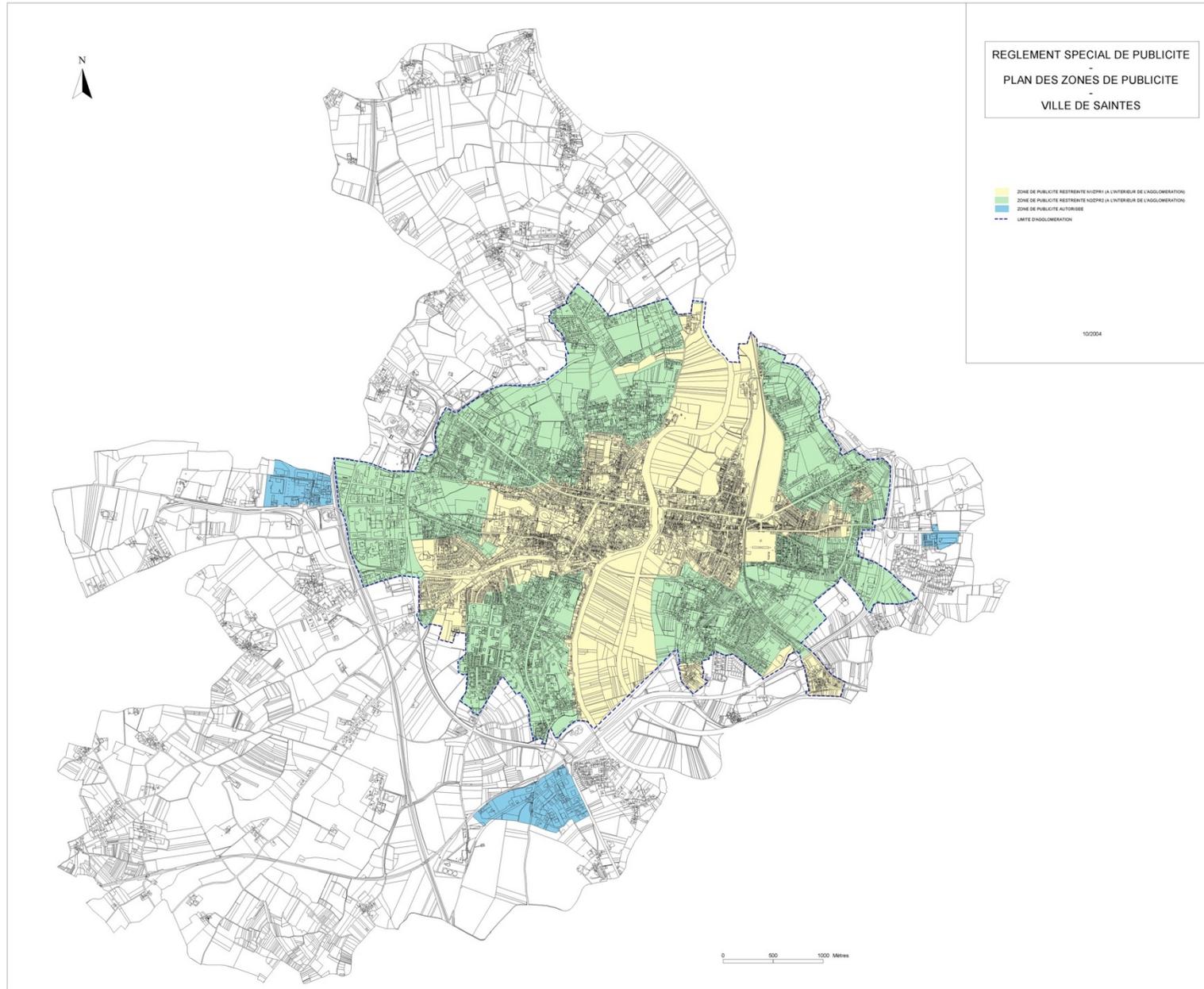
La commune de Saintes dispose d'un Règlement Local de Publicité (RLP), datant de 2005. Ce RLP a été adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation régit par la loi de 1979 sur la publicité extérieure, sans révision de ce règlement celui-ci deviendra caduc en 2020, conformément à la réforme de la loi « Grenelle II ». La réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimés notamment les zones de publicité restreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national*<sup>18</sup> ».

Le RLP de 2005 institue 2 Zones de Publicités Restreintes (ZPR) et une Zone de Publicité Autorisée (ZPA) sur le territoire de Saintes :

- La ZPR1 correspond aux espaces naturels et patrimoniaux ;
- la ZPR2 couvre le reste du territoire de l'agglomération ;
- les ZPA correspondent aux zones d'activités situées hors agglomération :
  - o ZPA1 : Le Parc Atlantique (Champagne Saint-Georges / Ormeau de Pied) ;
  - o ZPA2 : La zone des Charriers ;
  - o ZPA3 : La zone de Terrefort.

---

<sup>18</sup> Article L581-14 du code de l'environnement



Dispositions générales	<p>L'installation de publicité, d'enseignes ou d'enseignes lumineuses est interdite sur un mur en mauvais état. traitement approprié</p> <p>Aucun message ne peut dépasser du cadre du dispositif publicitaire</p> <p>Les dispositifs doivent être composés de matériaux inaltérables et ne pas comporter de superstrat</p> <p>Les dispositifs doivent être en bon état d'entretien et de fonctionnement. Délais de remise en état du dispositif non entretenu.</p> <p>Jambes de forces, décors, « Marie-Louise », fondation sortant du sol, gouttières à colle et passerelles</p> <p>Les couleurs des matériaux seront vertes ou brunes et la taille maximum des supports ne devra pas dépasser 12m<sup>2</sup> et 6m de hauteur</p>	
Interdiction	De toute publicité excepté celle apposée sur le mobilier urbain	La publicité lumineuse est interdite Les dispositifs en V sont interdits
Publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu	<del></del>	Non-précisé dans le RLP donc
Publicité apposée sur mur ou clôture	<del></del>	Surface limitée à 12m <sup>2</sup> et 6m de hauteur
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	<del></del>	Surface limitée à 12m <sup>2</sup> et 6m de hauteur Respect de la règle dite « H/2 » Mono-pied uniquement
Densité	<del></del>	<p>Entre 0 et 30m de linéaire sur voie : 0 publicité scellée au sol autorisée ;</p> <p>Entre 30 et 100m de linéaire sur voie : 1 publicité scellée au sol autorisée ;</p> <p>Si plus de 100m de linéaire sur voie : 1 publicité scellée au sol supplémentaire autorisée dans la limite de 2 ;</p> <p>Publicité sur mur ou clôture aveugle autorisée uniquement si le mur ou la clôture à une surface d'au moins 30m<sup>2</sup> dans la limite d'1 seule publicité sur mur ou clôture.</p> <p>Entre 0 et 15m de linéaire sur voie : 0 publicité non lumineuse sur mur autorisée ;</p> <p>Si plus de 15m de linéaire sur voie : 1 publicité non lumineuse sur mur autorisée ;</p>
Publicité numérique	<del></del>	Interdite
Publicité apposée sur mobilier urbain	<del></del>	Règles nationales
Plage d'extinction nocturne	<del></del>	Non-précisé dans le RLP donc les règles nationales s'appliquent

Les dispositions générales du RLP préconisent pour les enseignes, les publicités et les préenseignes des matériaux spécifiques permettant le bon état et le bon entretien des dispositifs installés sur la commune. Or, ces dispositions existent déjà au titre du Code de l'environnement. Il n'est donc pas utile de reprendre de telles dispositions afin d'éviter de reprendre des dispositions déjà contenues dans le Code de l'environnement pour permettre des évolutions législatives et réglementaires en matière de publicité extérieure.

Les dispositions générales du RLP contiennent également des rappels concernant les sanctions applicables en cas d'infraction ou encore les critères à prendre en compte pour mettre en conformité des dispositifs en infraction. Il n'est pas possible de mettre en place de tels critères car cela met dans une position dominante certaines catégories de dispositifs publicitaires en l'espèce, les publicités apposées sur mur ou clôture.

Les règles mises en place par le RLP en matière de publicité et préenseignes sont relativement simples. En effet, seule la publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée dans le SPR, qui constitue globalement la ZPR1, dans les conditions fixées par le Code de l'environnement. Le futur RLP pourra reprendre ses dispositions en indiquant expressément la dérogation au régime d'interdiction (relative) de publicité au sein du SPR. Il est également possible de réduire la taille des dispositifs publicitaires apposés sur mobilier urbain et notamment des publicités apposées sur mobilier urbain destinés à recevoir des informations non publicitaires, à caractère général ou local ou des œuvres artistiques (dites communément « *sucettes* »). En effet, ce type de publicité peut atteindre jusqu'à 12m<sup>2</sup> de surface et supportée de la publicité numérique.

Concernant la ZPR2, les publicités sont limitées à 12m<sup>2</sup> et 6m de hauteur (harmonisation des hauteurs entre les différents types de dispositifs qui pourra être reprise dans le cadre du futur RLP). Les dispositifs scellés au sol doivent nécessairement être mono-pieds dans cette zone. Il est dommage que ces caractéristiques esthétiques et de hauteur n'ont pas également été reprises pour la ZPA. Quant aux règles de densité, le RLP met en place des règles distinctes entre les publicités apposées sur mur ou clôture et les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol. Bien que ces règles de densité permettent de réguler l'implantation de dispositif publicitaire sur le territoire, leur application et leur compréhension est loin d'être aisée.

## 4.2. Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent<sup>19</sup>.

### Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>20</sup> applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.

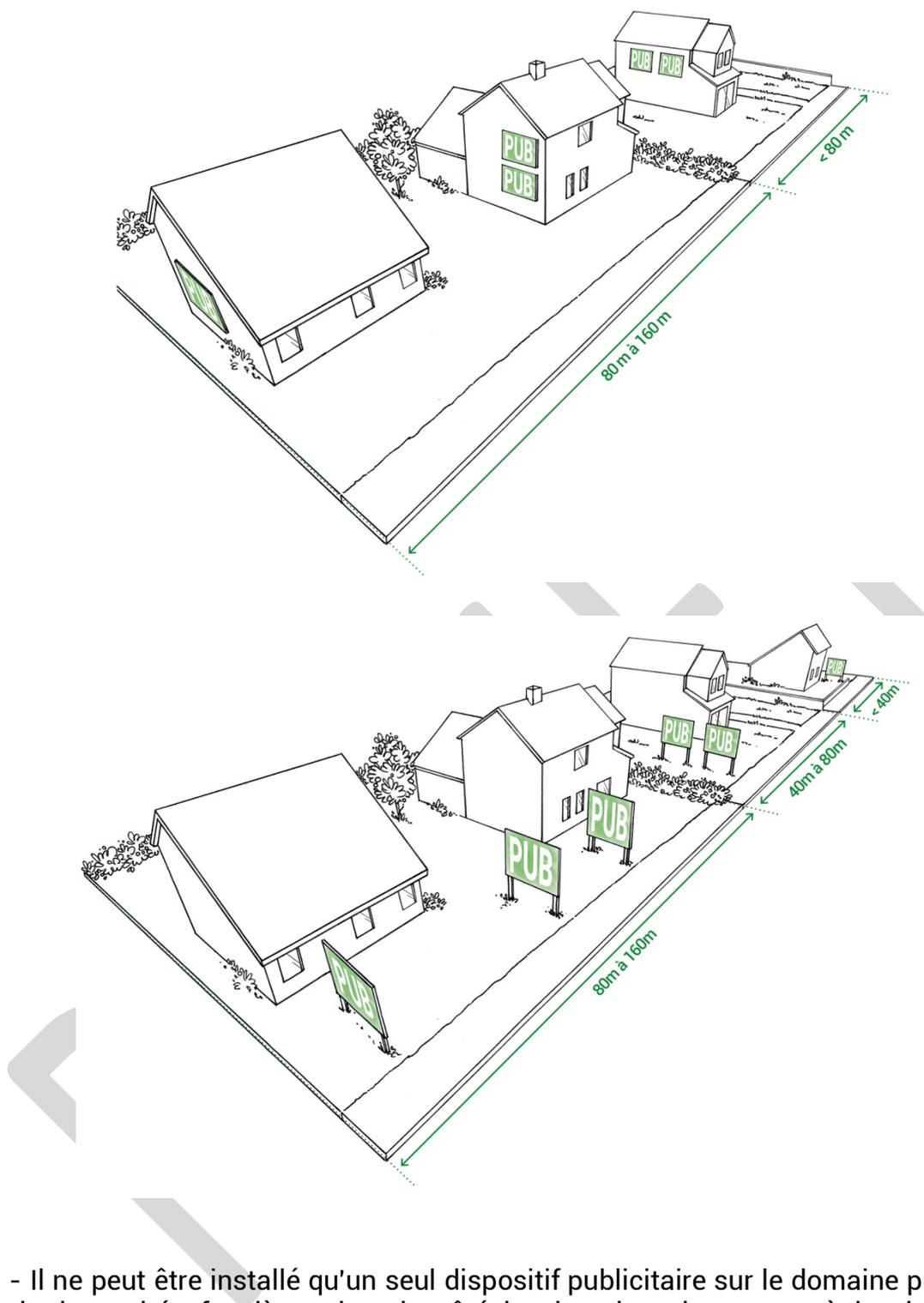
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

---

<sup>19</sup> Article R581-24 du code de l'environnement

<sup>20</sup> Article R581-25 du code de l'environnement



II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

### Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

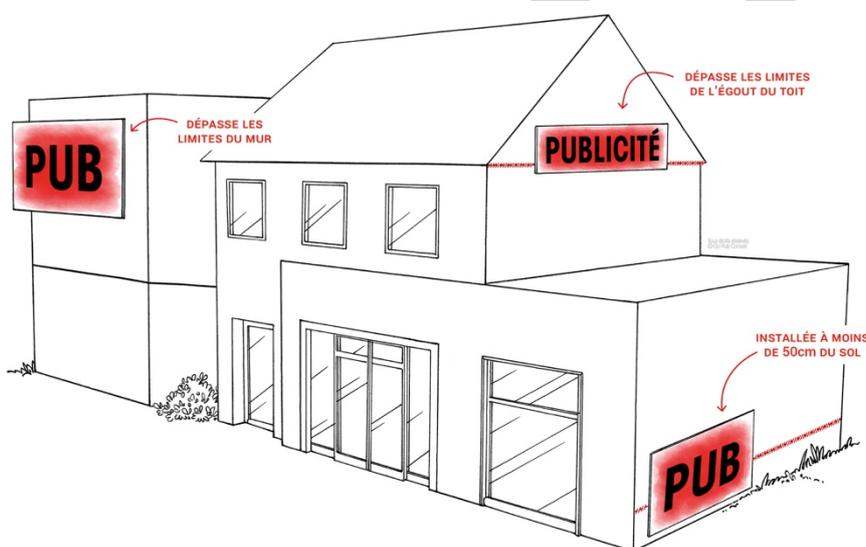
Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 7,5 \text{ m}$

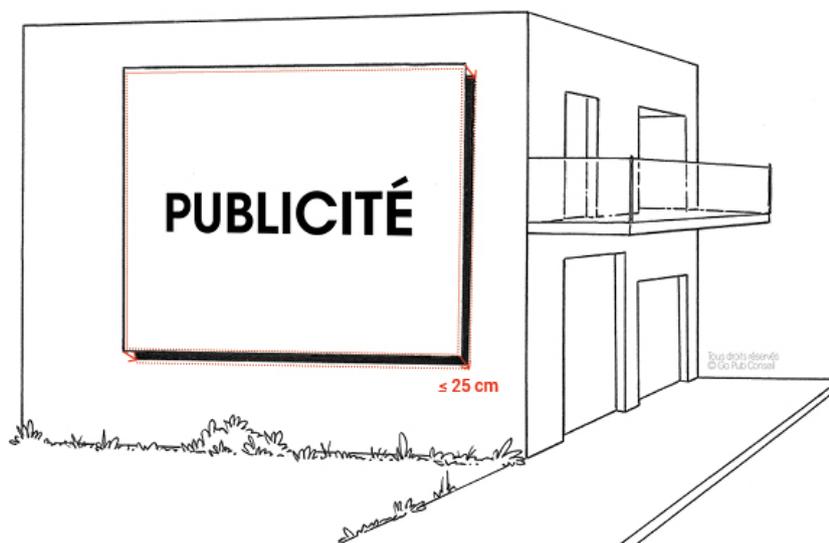
### Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- Être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépasser les limites du mur qui la supporte,
- Dépasser les limites de l'égout du toit,
- Être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.



Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

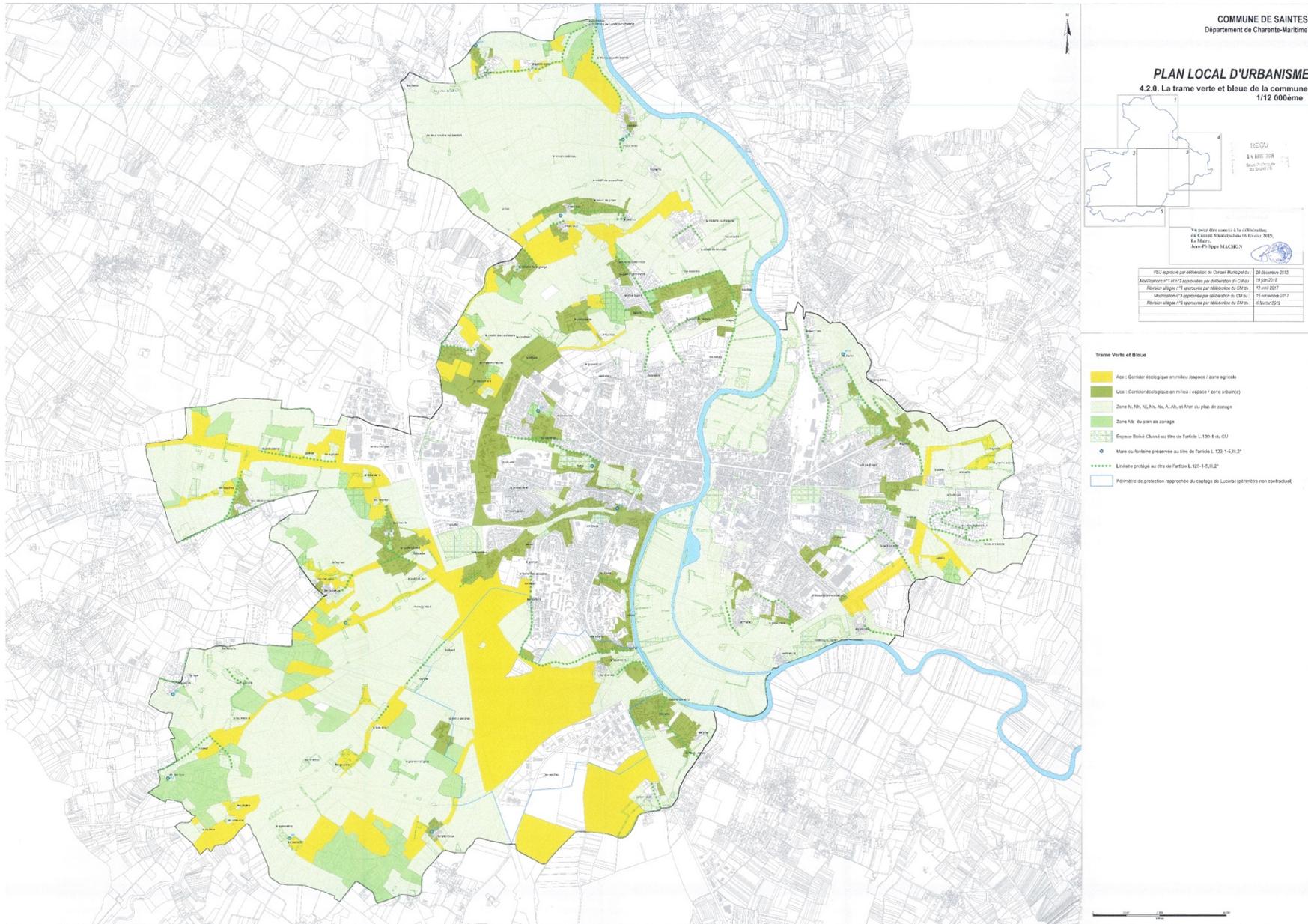
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés<sup>21</sup>,

2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

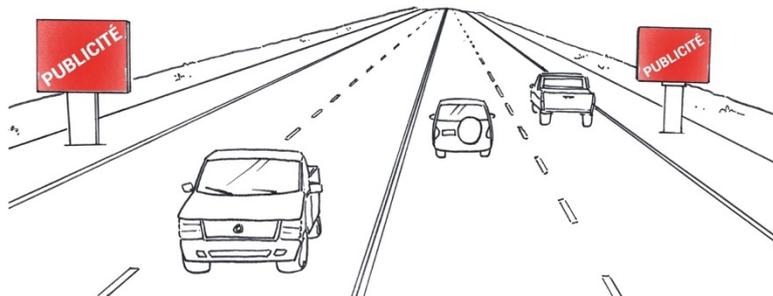
---

<sup>21</sup> Article L130-1 du code de l'urbanisme

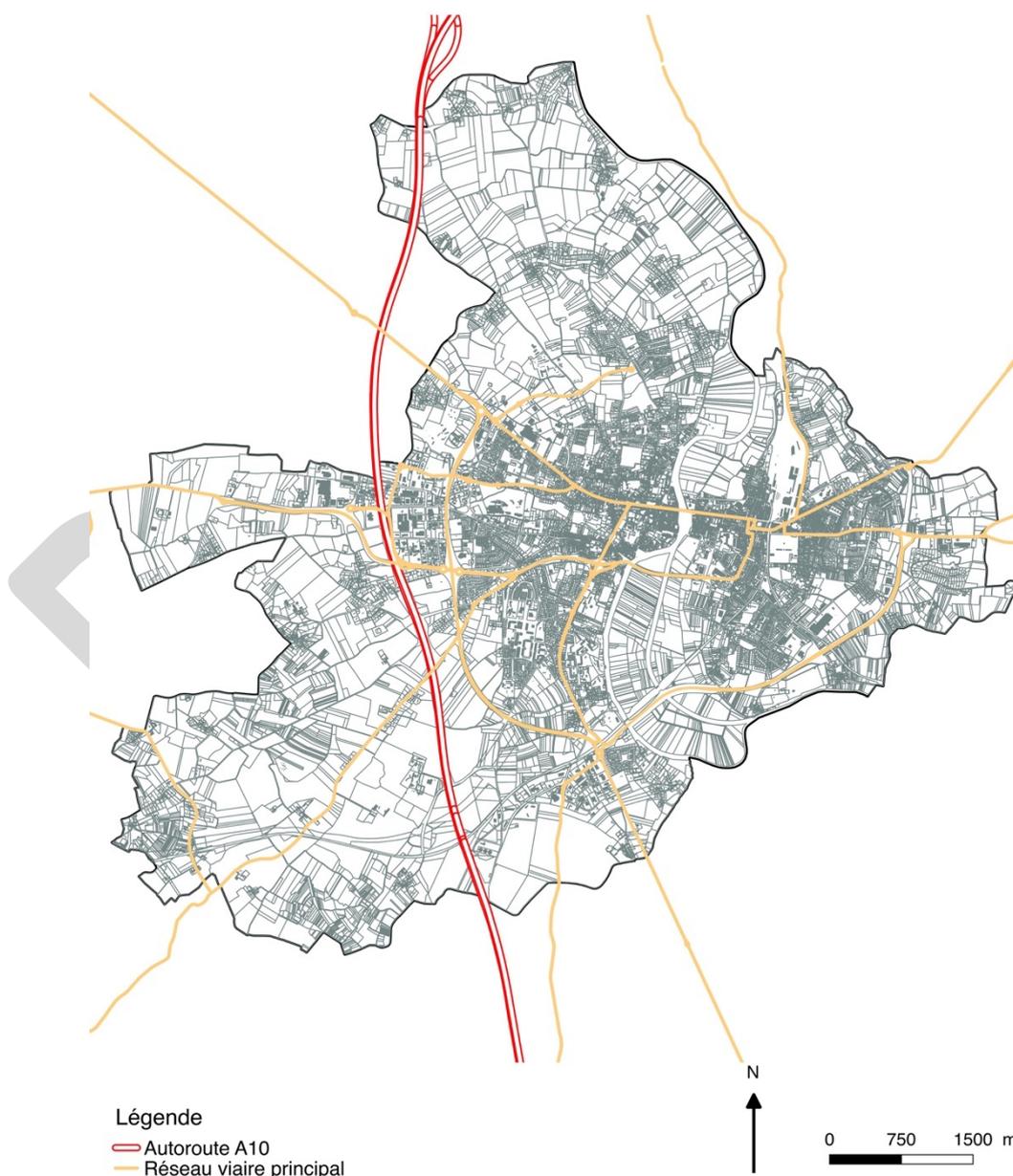


Source : PLU de Saintes

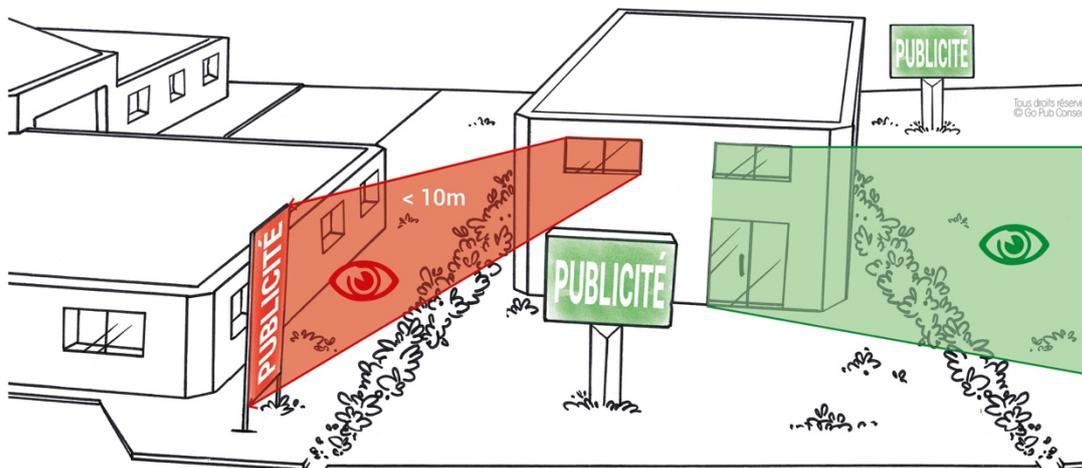
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



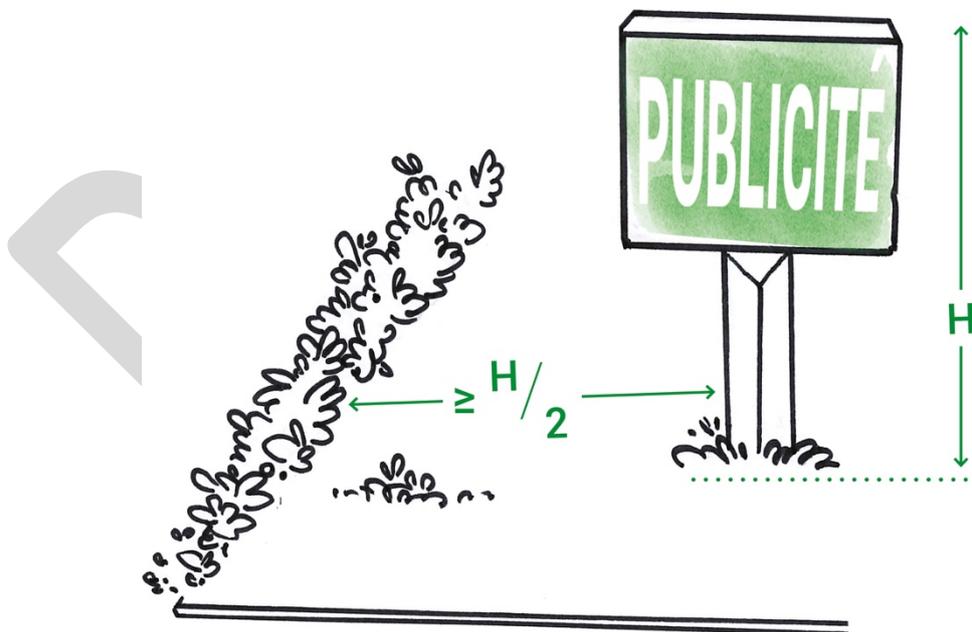
Réseau viaire de la commune de Saintes



Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



## La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>22</sup>.

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

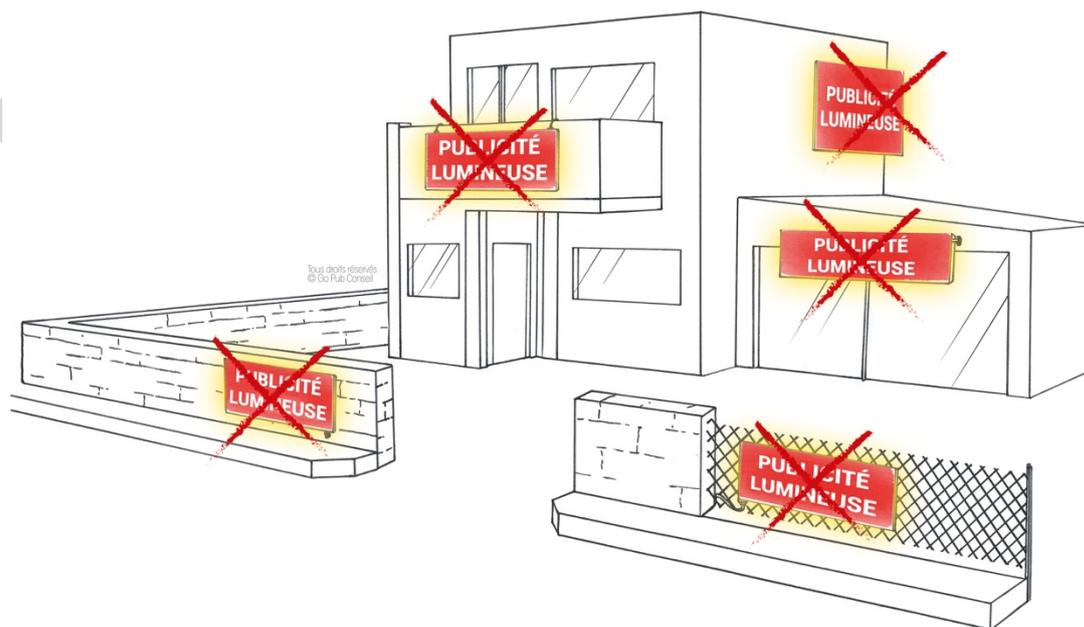
Surface unitaire maximale  $\leq 8 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

La publicité lumineuse ne peut :

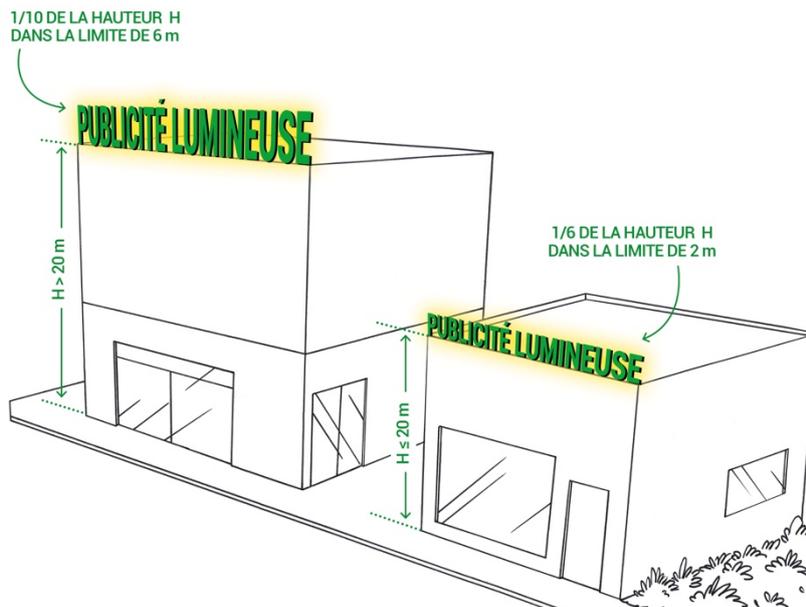
- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Être apposée sur une clôture.



<sup>22</sup> arrêté ministériel non publié à ce jour

Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade $\leq 20$ m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade $> 20$ m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale  $\leq 8$  m<sup>2</sup>

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6$  m



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>23</sup>, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m<sup>2</sup> ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

#### Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- Non lumineuse ;
- Éclairée par projection ou par transparence ;
- Numérique.

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

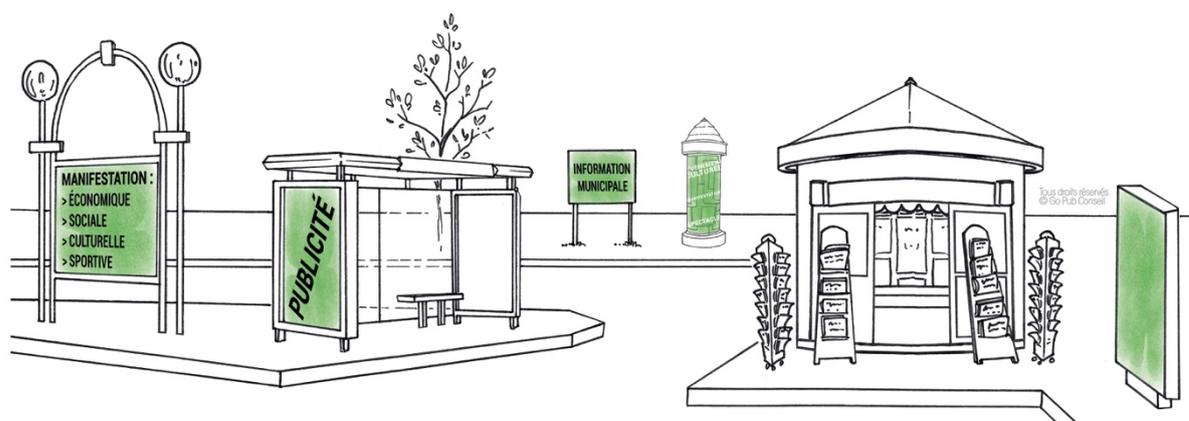
- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- Si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

---

<sup>23</sup> arrêté ministériel non publié à ce jour

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ .
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques,	Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés ( $8 \text{ m}^2$ si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

## La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

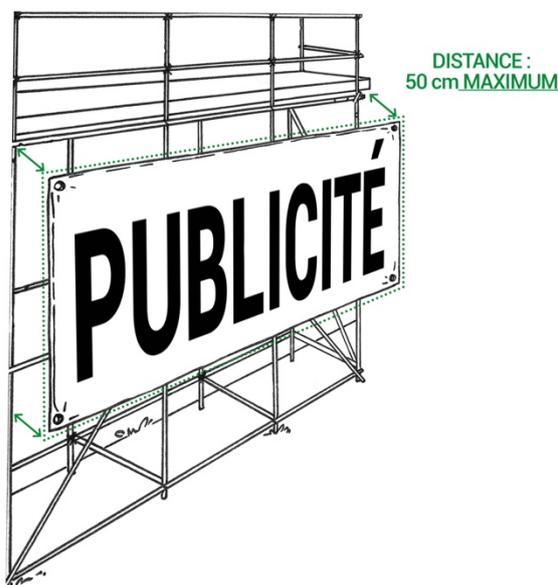
- 1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- 2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

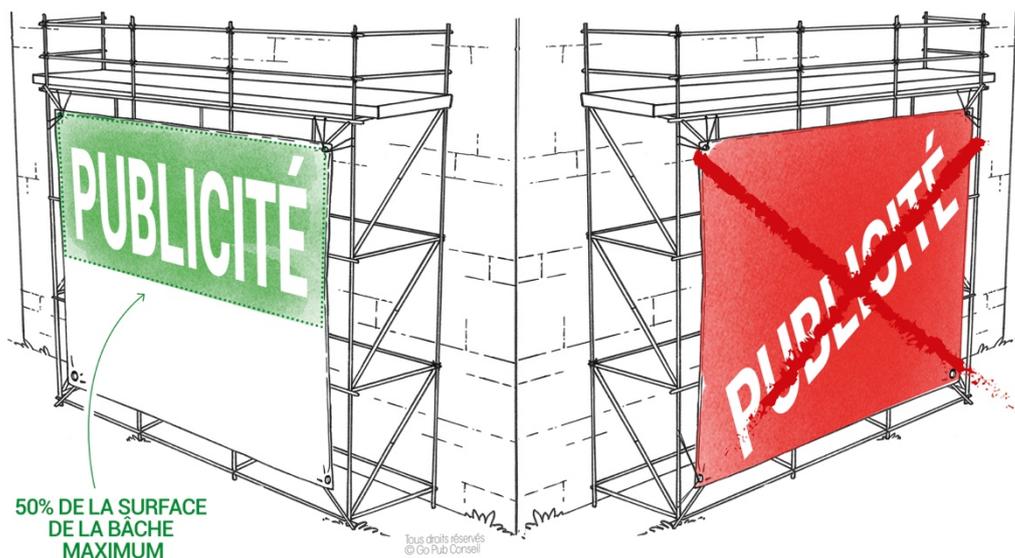
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  50% de la surface de la bâche<sup>24</sup>

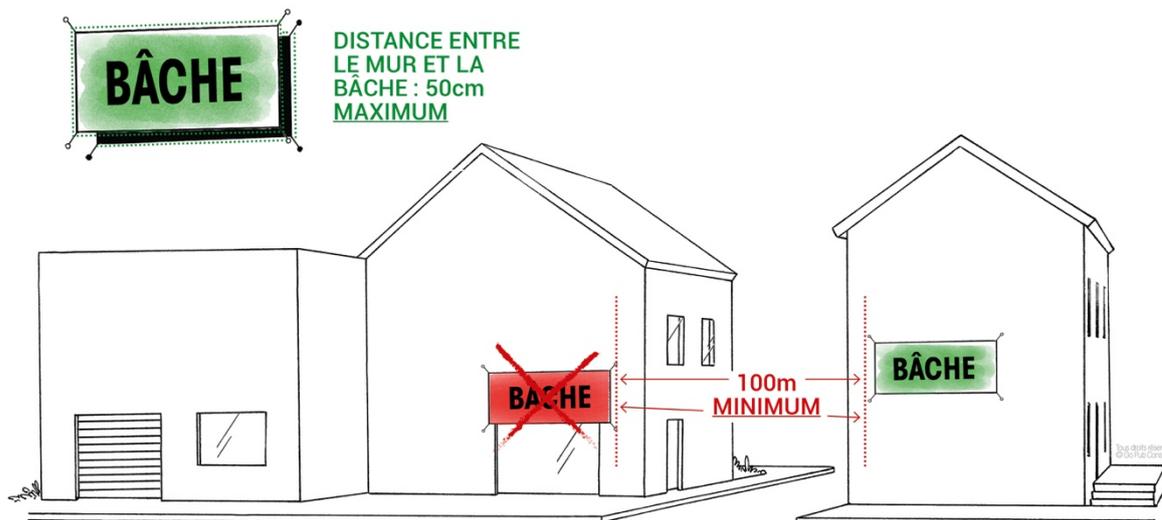


<sup>24</sup> l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

### Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

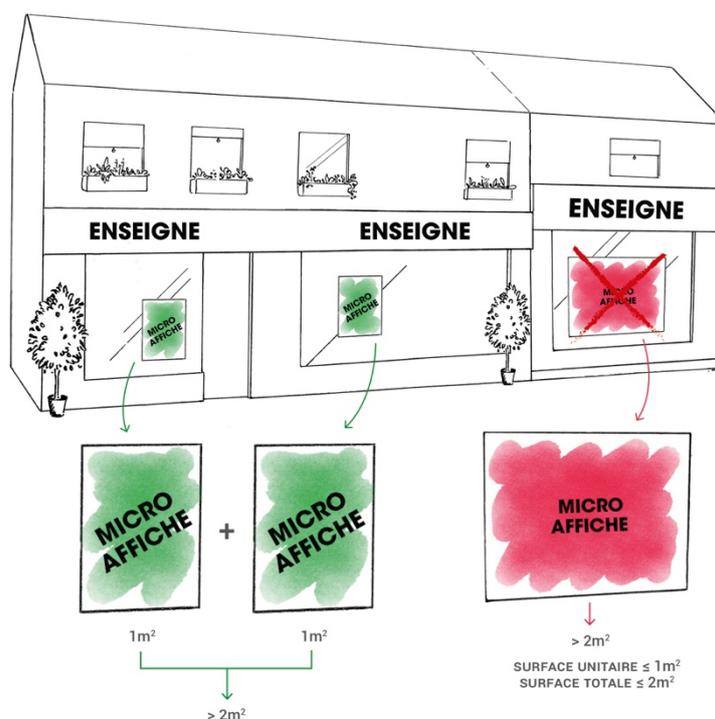
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

### Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

### 4.3. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

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

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	activités culturelles	monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	préenseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

#### 4.4. La réglementation locale en vigueur (RLP de 2005) en matière d'enseignes.

Comme pour les publicités et préenseignes, le RLP de Saintes institue 2 Zones de Publicités Restreintes (ZPR) et une Zone de Publicité Autorisée (ZPA) sur le territoire de Saintes :

- La ZPR1 correspond aux espaces naturels et patrimoniaux ;
- la ZPR2 couvre le reste du territoire de l'agglomération ;
- les ZPA correspondent aux zones d'activités situées hors agglomération :
  - o ZPA1 : Le Parc Atlantique (Champagne Saint-Georges / Ormeau de Pied) ;
  - o ZPA2 : La zone des Charriers ;
  - o ZPA3 : La zone de Terrefort.

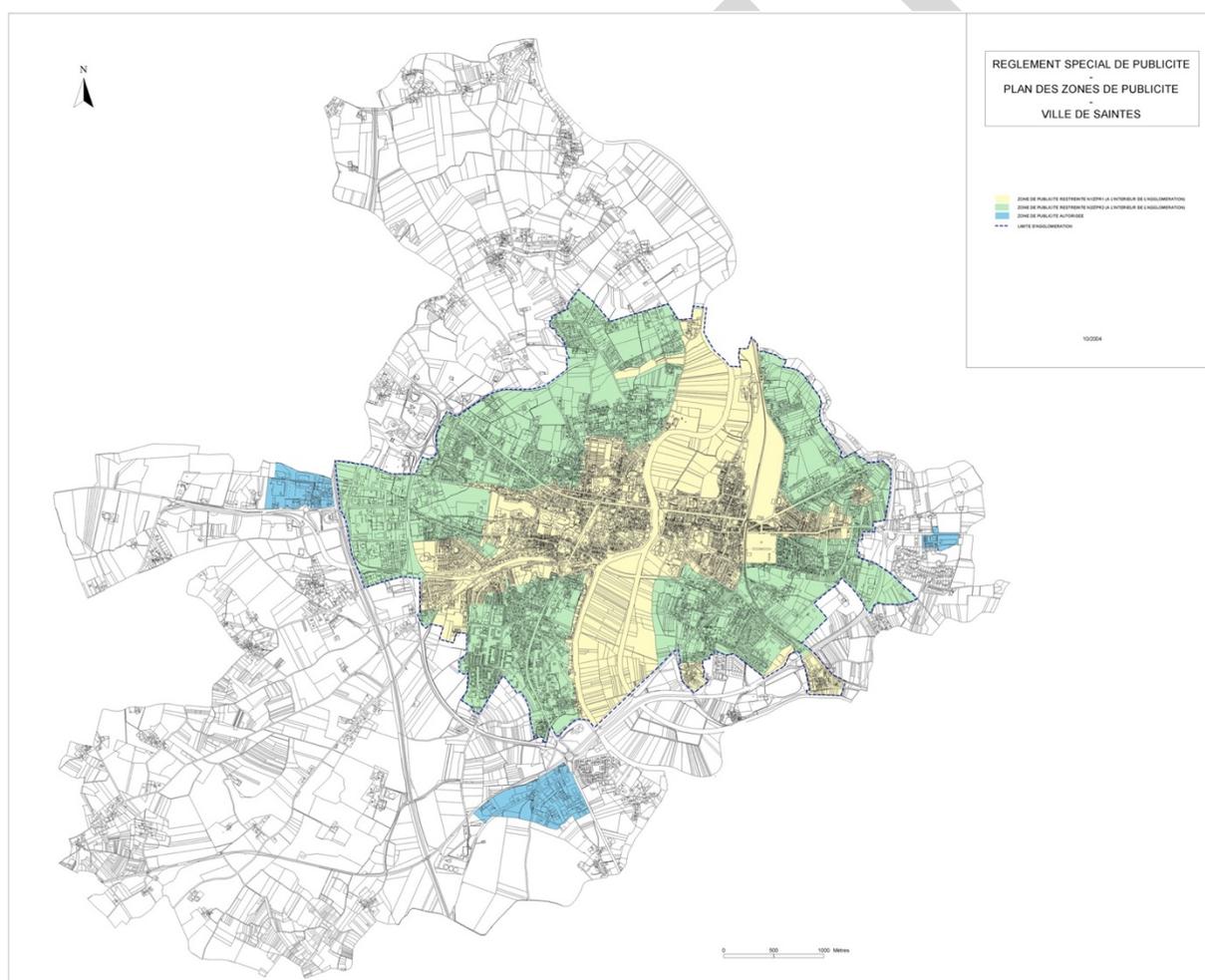


Tableau de synthèse des règles locales en matière de publicité et préenseignes :

	ZPR1 (espaces naturels et patrimoniaux)	ZPR2 (reste de l'agglomération)	ZPA (zones d'activités)
Dispositions générales	Les enseignes sur un balcon ajouré, sur des grilles, devant des éléments architecturaux de caractère ou avec un éclairage clignotant sont interdites. Les enseignes sous forme de caissons plastiques lumineux sont interdites sauf si les lettres ou symboles sont traités en négatif : caissons opaques et lettres lumineuses.		
Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Interdites	Non-précisé dans le RLP donc les règles nationales s'appliquent	
Enseignes parallèles au mur	<p>Implantation à l'intérieur de l'encadrement des baies, au-dessus des baies ou sur un montant des maçonneries.</p> <p>Une activité s'exerçant en fond de cour d'immeuble ou en étage ne peut apposer son enseigne que sur le montant ou dans le tableau de la porte y donnant accès ou au-dessus de la porte quand celle-ci ne donne pas accès à d'autres activités.</p> <p>Limitation à 1 enseigne par façade d'activité.</p> <p>Réalisées en lettres séparées ou de lettres tracées sur des plaques.</p> <p>Dimensions : Lettres : 0,30m de haut / Sigles : 0,40m de haut / Plaques au droit des portes : 0,40m<sup>2</sup></p> <p>Pour les hôtels - restaurants - salles de spectacles : Les lettres pourront être constituées d'un tube linéaire au néon. Hauteur portée à 0,40m.</p>	Non-précisé dans le RLP donc les règles nationales s'appliquent	
Enseignes perpendiculaires au mur	<p>Limitation à 1 enseigne par façade d'activité si les indications devront être différentes de l'enseigne parallèle.</p> <p>0,40m<sup>2</sup> maximum (fixation comprise)</p> <p>Ne sont autorisées que : les enseignes de type fer forgé, objet stylisé, logo, les panneaux des offices ministériels, les croix de pharmacie, les carottes des bureaux de tabac, les enseignes pour les commerces ouverts la nuit.</p> <p>Pour les hôtels - restaurants - salles de spectacle : La hauteur de l'enseigne limitée à 3m / Surface limitée à 1m<sup>2</sup> pour une saillie totale inférieure à 1m.</p> <p>Implantation dans la hauteur du 1er étage sans dépasser la hauteur de 6,5m.</p>	Non-précisé dans le RLP donc les règles nationales s'appliquent	
Enseigne de plus d'1m <sup>2</sup> scellée au sol ou installée directement sur le sol	Interdites	Si le dispositif supportant l'enseigne possède les mêmes caractéristiques en taille et en surface que la publicité non lumineuse scellée au sol alors il est soumis aux mêmes règles de densité et d'inter-distance.	
Enseigne inférieure ou égale d'1m <sup>2</sup> scellée au sol ou installée directement sur le sol			
Plage d'extinction nocturne.	Non-précisé dans le RLP donc les règles nationales s'appliquent		

En matière d'enseignes la réglementation du RLP est assez pauvre excepté dans la ZPR1 où seules les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur sont autorisées dans la limite d'une seule enseigne parallèle et perpendiculaire autorisée par façade d'activité. La hauteur des enseignes est également encadrée. Cependant certains types d'activités (hôtels, restaurants, etc.) bénéficient de règles différentes. Le RLP pose également des dispositions basées sur des considérations liées à la sécurité routière. Il est important que ces différences puissent être justifiées par des motifs environnementaux ou paysagers. Certaines règles déjà mises en place dans le cadre du RLP actuel pourront être reprises dans le futur RLP ou être adaptées en fonction des enjeux du territoire et de la volonté des élus.

Au regard de l'ensemble de ces éléments, il apparaît que la ville de Saintes avait une réelle volonté d'améliorer le cadre de vie de ses concitoyens grâce à l'élaboration de son RLP. En effet, la surface maximale des dispositifs publicitaires est fixée à 12m<sup>2</sup>, alors qu'elle était autorisée jusqu'à 16m<sup>2</sup> sous l'égide de la loi de 1979. Par ailleurs, le RLP met en place des règles permettant de limiter la densité des dispositifs publicitaires. C'est donc une avancée importante vis-à-vis de la loi de 1979.

Par ailleurs, certaines prescriptions sont mises en place, certaines tiennent plus d'une charte graphique ou d'une charte des devantures commerciales que d'un RLP. En effet, le RLP n'a pas vocation à mettre en place certaines règles au risque de porter atteinte à la concurrence ou d'engendrer une instruction subjective des demandes de déclarations ou autorisations préalables. Cependant ces règles manifestent l'importance, pour la ville de Saintes, d'avoir des implantations qualitatives d'enseignes sur son territoire.

Malgré ces points positifs, parmi lesquels des règles globalement accessibles et un zonage simple, le RLP en vigueur est désormais obsolète. En effet, la règle de densité n'est pas adaptée aux évolutions du Code de l'environnement, certains types de publicités ne sont pas ou sont peu encadrés (publicité lumineuse apposée sur toiture ou terrasse en tenant lieu, publicité numérique, etc.) et c'est également le cas en matière d'enseigne. En effet, le RLP en vigueur semble vouloir limiter l'implantation des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol mais les enseignes de ce type ne font l'objet d'aucune règle particulière alors que leur impact est souvent similaire à des dispositifs publicitaires scellés au sol.

La révision de votre RLP permettra de :

- « Grenelliser » le RLP en vigueur et de le mettre en conformité avec la réglementation nationale (suppression des ZPR, etc.) ;
- Maintenir l'instruction des dossiers en matière de publicité extérieure et le pouvoir de police de la commune ;
- Maintenir un zonage simple pour le futur RLP (limiter le nombre de zone comme c'est le cas actuellement) et la réglementation en harmonisant les règles des différents dispositifs ;
- Maintenir certains acquis liés à la réglementation de l'ancien RLP (surface des dispositifs publicitaires, interdiction des enseignes sur toitures ou terrasses en tenant lieu etc.) ;
- Mettre en place une réglementation adaptée à l'évolution du contexte local de la commune tout en conciliant la réglementation locale avec les besoins des acteurs économiques locaux ;

#### 4.5. Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

- Constituée par des matériaux durables,
- Maintenu en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

##### Les enseignes lumineuses

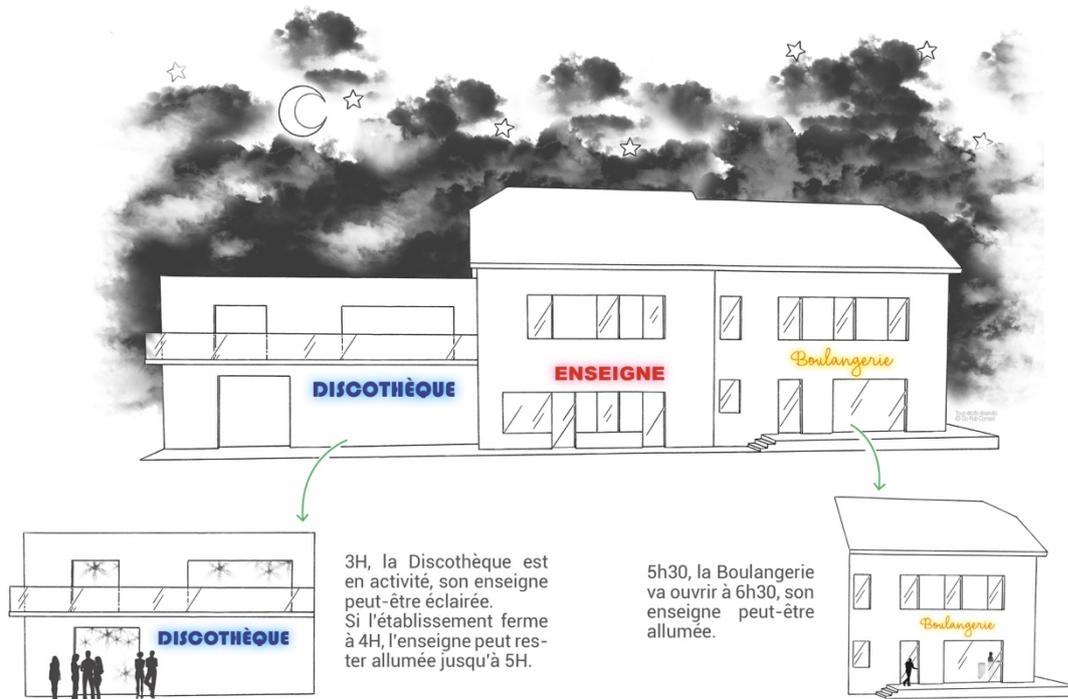
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>25</sup>.

Elles sont éteintes<sup>26</sup> entre 1 heure et 6 heures, 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.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

ENTRE 1H ET 6H, LES ENSEIGNES SONT ÉTEINTES SAUF LES ACTIVITÉS NOCTURNES



<sup>25</sup> arrêté non publié à ce jour

<sup>26</sup> l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

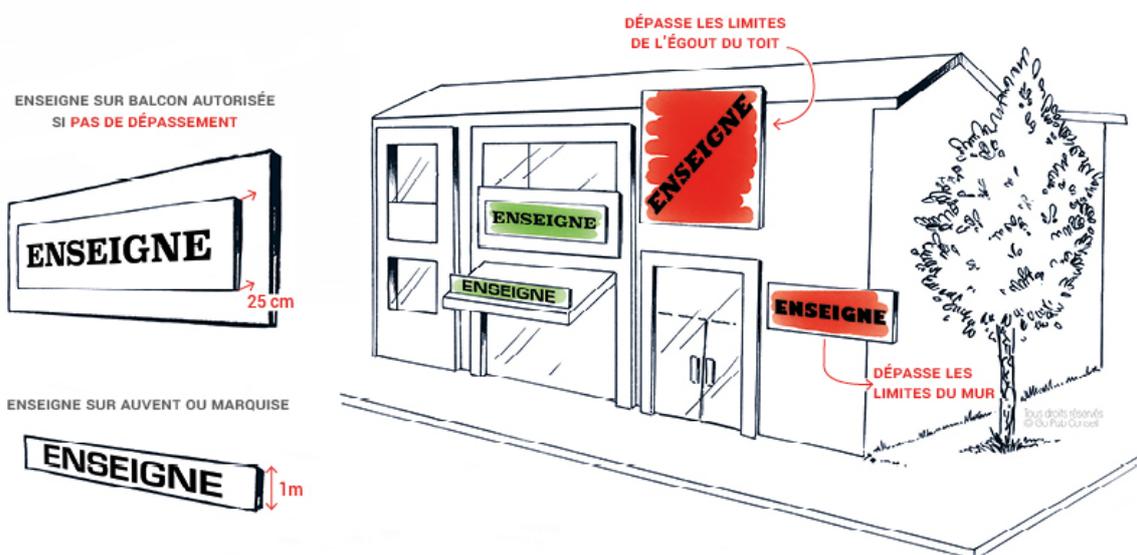
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

- Dépasser les limites de ce mur
- Constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm
- Dépasser les limites de l'égout du toit.

Des enseignes peuvent être installées :

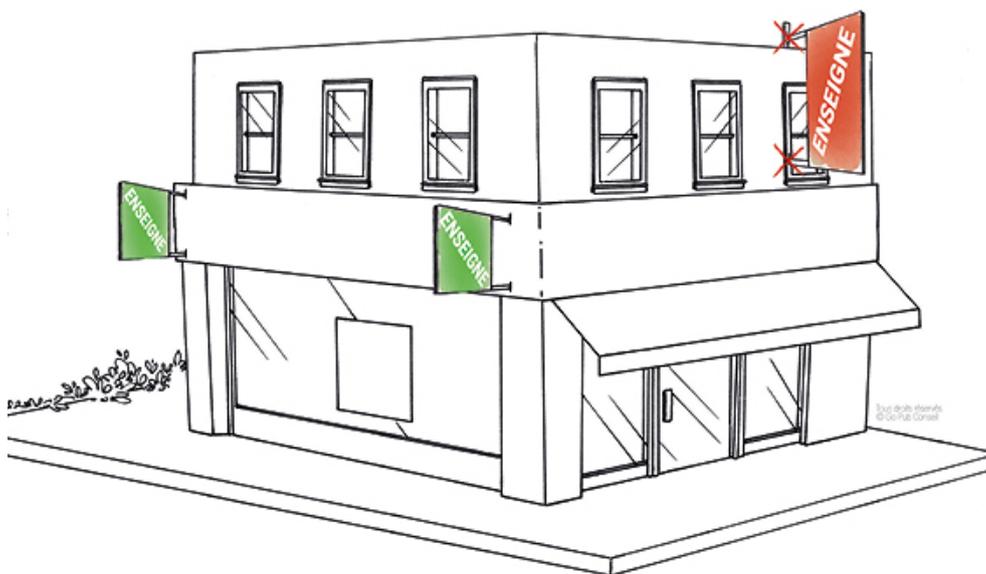
- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.



### Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- Dépasser la limite supérieure de ce mur,
- Être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

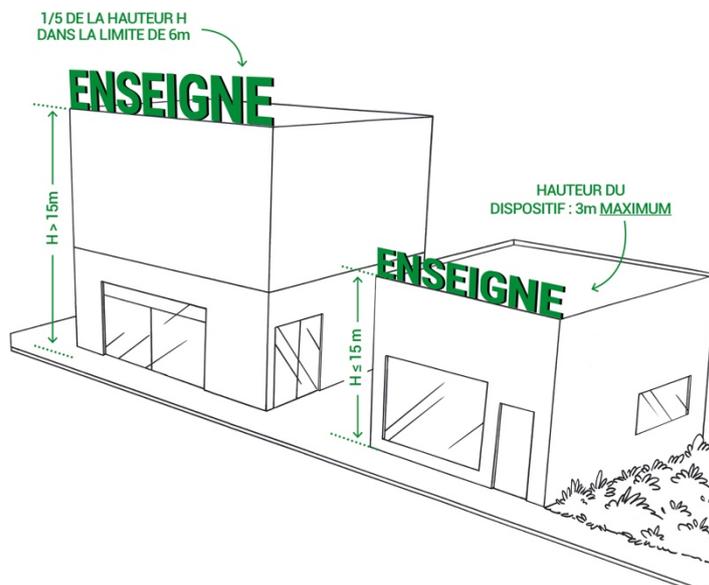


### Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

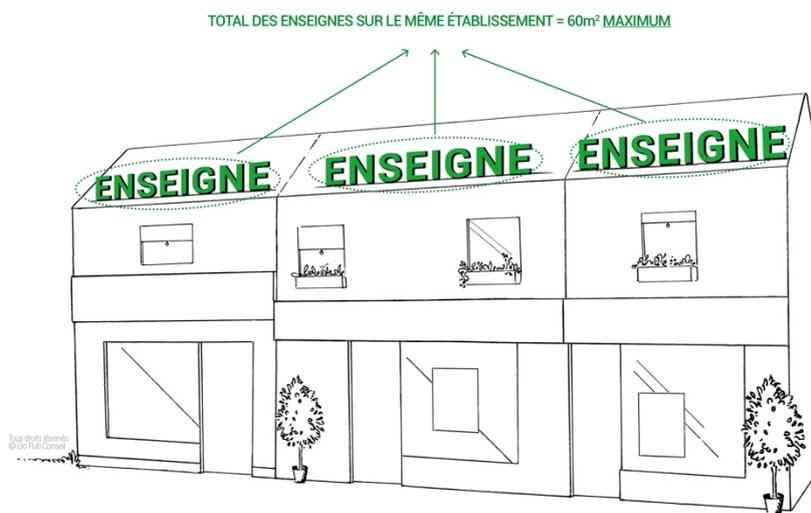
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade $\leq 15$ m	3 m
Hauteur de la façade $> 15$ m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



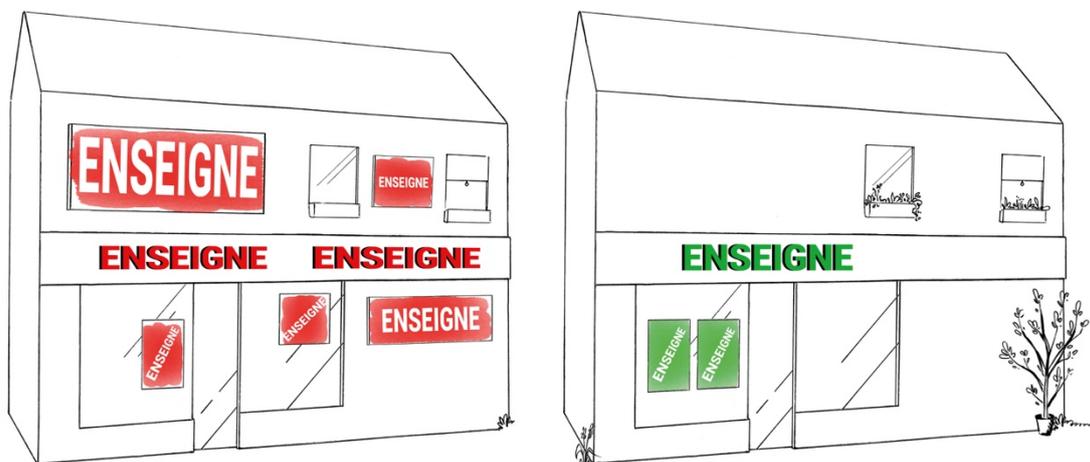
Surface cumulée<sup>27</sup> des enseignes sur toiture d'un même établissement  $\leq 60$  m<sup>2</sup>



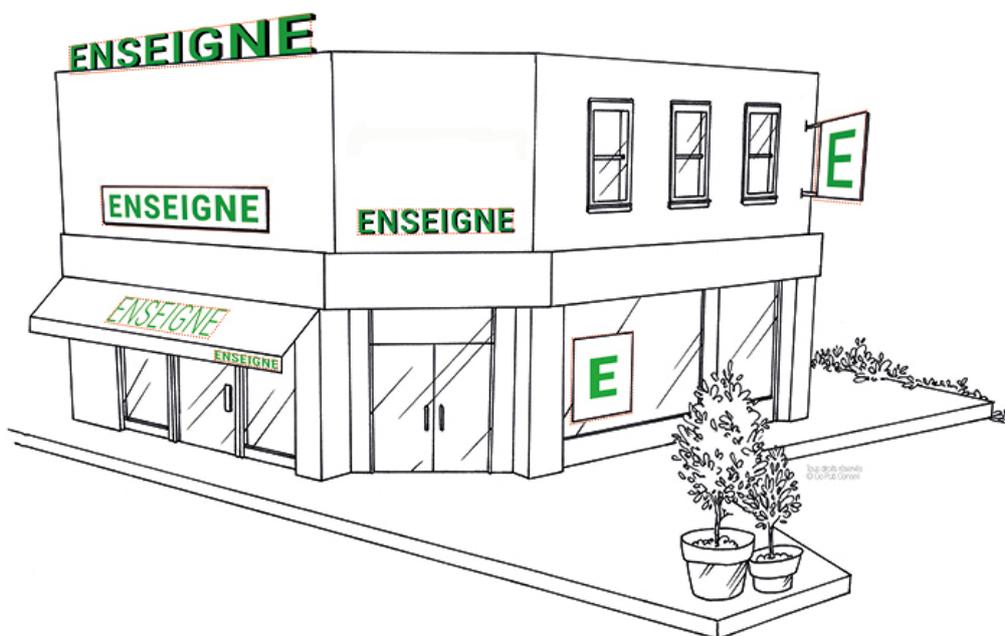
<sup>27</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée<sup>28</sup> excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.



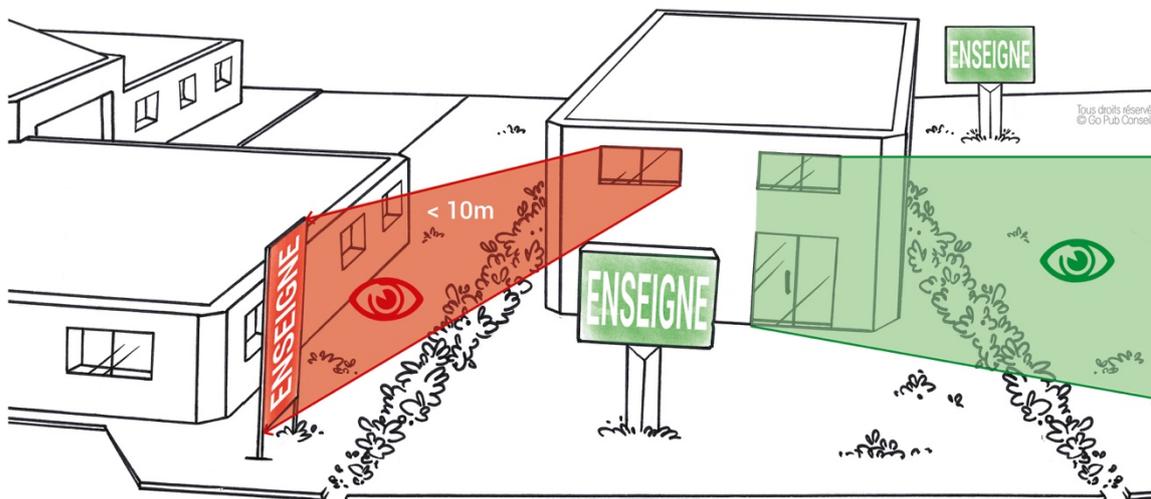
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



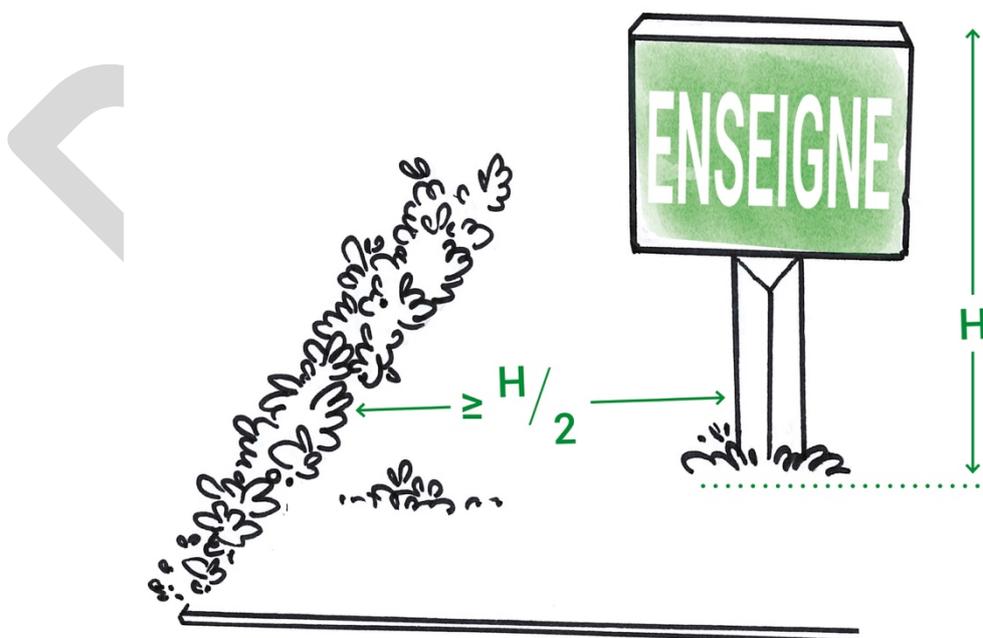
<sup>28</sup> Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes, de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol

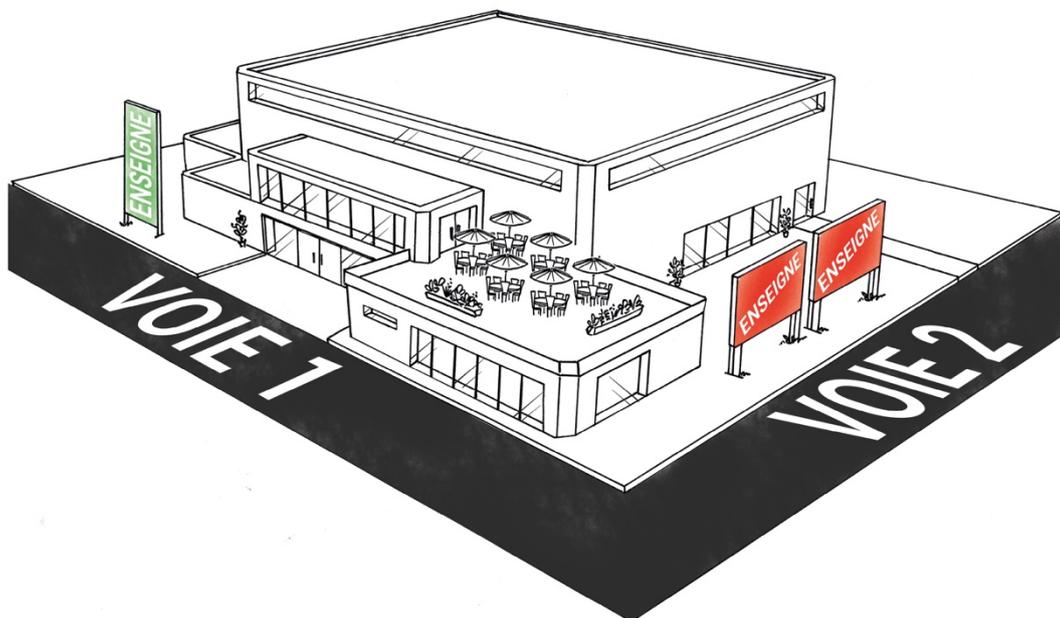
Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles 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.



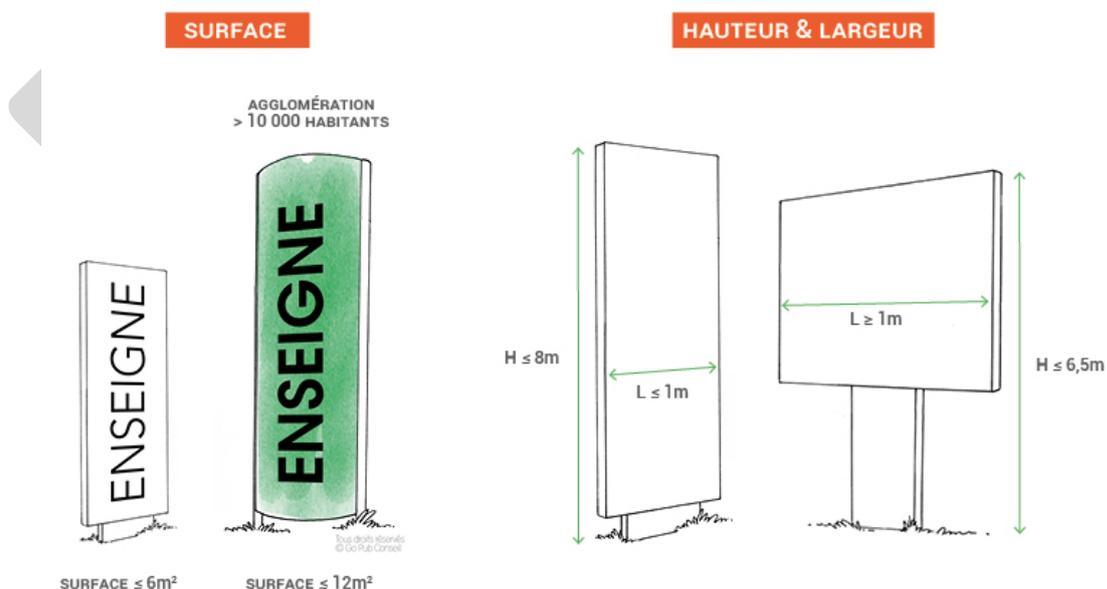
Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m<sup>2</sup>. Elle est portée à 12 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



#### 4.6. Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes<sup>29</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires 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. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>30</sup>.

##### Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie  $\leq 25$  cm
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit

##### Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support
- Saillie  $\leq 1/10^{\text{ème}}$  de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

##### Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale  $\leq 60$  m<sup>2</sup>

##### Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- Surface  $\leq 12$  m<sup>2</sup> (si 2° alinéa)

<sup>29</sup> il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

<sup>30</sup> arrêté non publié à ce jour

## 5. Régime des autorisations et déclarations préalables

### 5.1. L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- Les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- Les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

### 5.2. La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

## 6. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

## 7. Les compétences en matière de publicité extérieure

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositifs en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous :

	Infractions au Code de l'environnement	Infractions au RLP
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015.	Délai de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018.	Délai de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

## II. Diagnostic du parc d'affichage

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs supportant des publicités, enseignes et préenseignes. Cela intègre donc les dispositifs scellés ou installés directement sur le sol, muraux, sur du mobilier urbain, sur bâches mais aussi l'affichage d'opinion, évènementiel et temporaire.

Un recensement exhaustif des publicités et préenseignes supérieures à 1m<sup>2</sup> a été effectuée en mars 2018. Un relevé des enseignes a également été réalisé durant cette période. Une attention particulière a été portée aux enseignes et notamment aux enseignes scellées au sol, en façade ou en toiture les plus marquantes pour leur impact dans l'environnement. En outre, certains secteurs ont fait l'objet d'une vigilance accrue. Ce fut notamment le cas des zones économiques, ainsi que des quartiers de centre-ville, inclus dans le périmètre du site patrimonial remarquable où dans un objectif de préservation des qualités architecturales et paysagère, des dispositions spécifiques ont été instaurées. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Ce relevé a permis d'identifier et de localiser les éventuels dispositifs en infraction, au regard du RNP ainsi que du RLP de 2005. Il a également été entrepris de repérer les situations qui, bien que légales, portent atteinte au cadre de vie des Saintais et à l'environnement.

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

## 1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

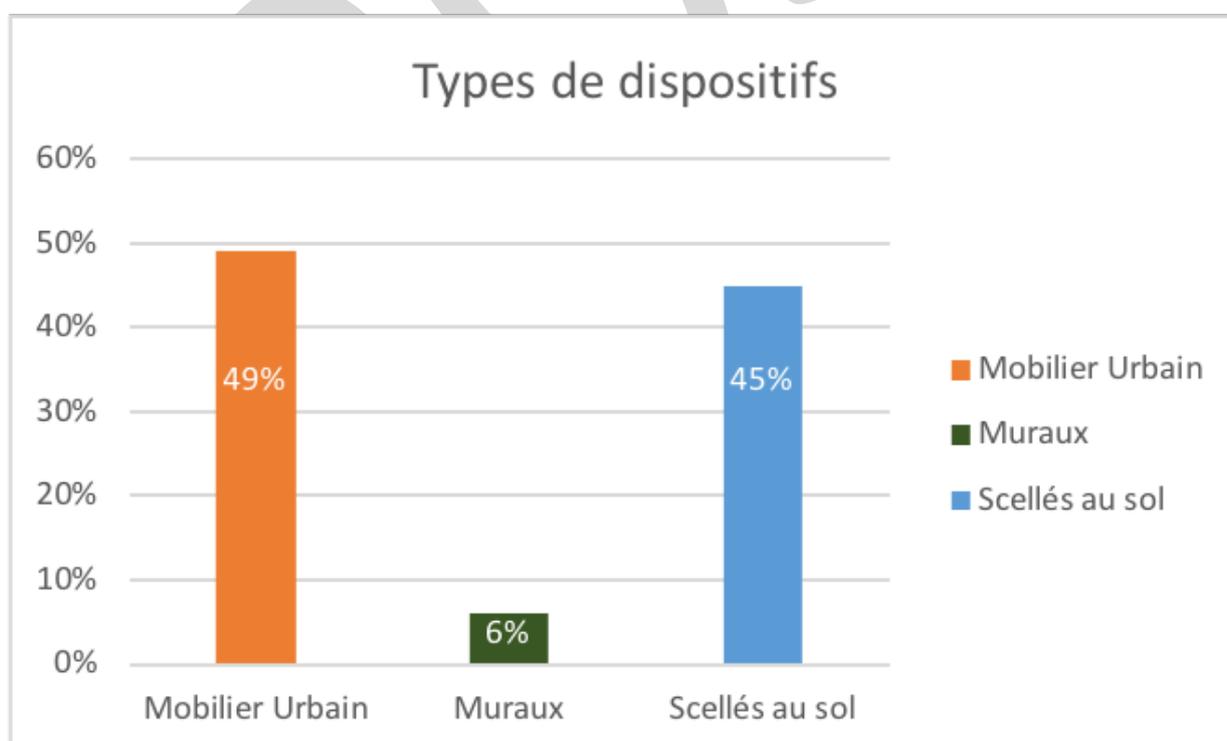
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Dans la commune de Saintes, la publicité s'affiche sur divers types de dispositifs. On trouve ainsi du mobilier urbain qui comprend abris de bus, mâts porte-affiches et colonnes porte-affiches, exploitant en très large majorité des panneaux rectangulaires d'une surface de 2m<sup>2</sup>.

Les publicités scellées ou installées directement sur le sol et murales présentent également une forme rectangulaire dont les dimensions sont généralement de 4m x 3m, soit 12m<sup>2</sup>. Il existe aussi quelques panneaux de format 8m<sup>2</sup> et 4m<sup>2</sup>.

Au total, 284 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Ces publicités et préenseignes sont présentes sous 3 formes distinctes :

Types de dispositifs	Nombre
Mobilier urbain	139
Murale	18
Scellée ou installée sur le sol	127
<b>Total</b>	<b>284</b>



Sur ce graphique, on note la faible proportion de dispositifs muraux (18 relevés), en grande partie liée à la structure de l'urbanisation de la commune ne présentant que

peu de supports de ce type réellement attractifs pour les professionnels de l'affichage.

A l'inverse, les grands axes dégagés irriguant la ville, offrent, par leur fréquentation, un terrain propice à l'implantation de dispositifs scellés au sol (127 inventoriés), ce qui explique leur fort pourcentage. La publicité sur mobilier urbain (139 relevés) est également présente le long de ces grands axes mais se concentre surtout au sein des artères commerçantes du centre-ville. En effet, il s'agit du seul type de publicité autorisé en ZPR1 (Site Patrimonial Remarquable).

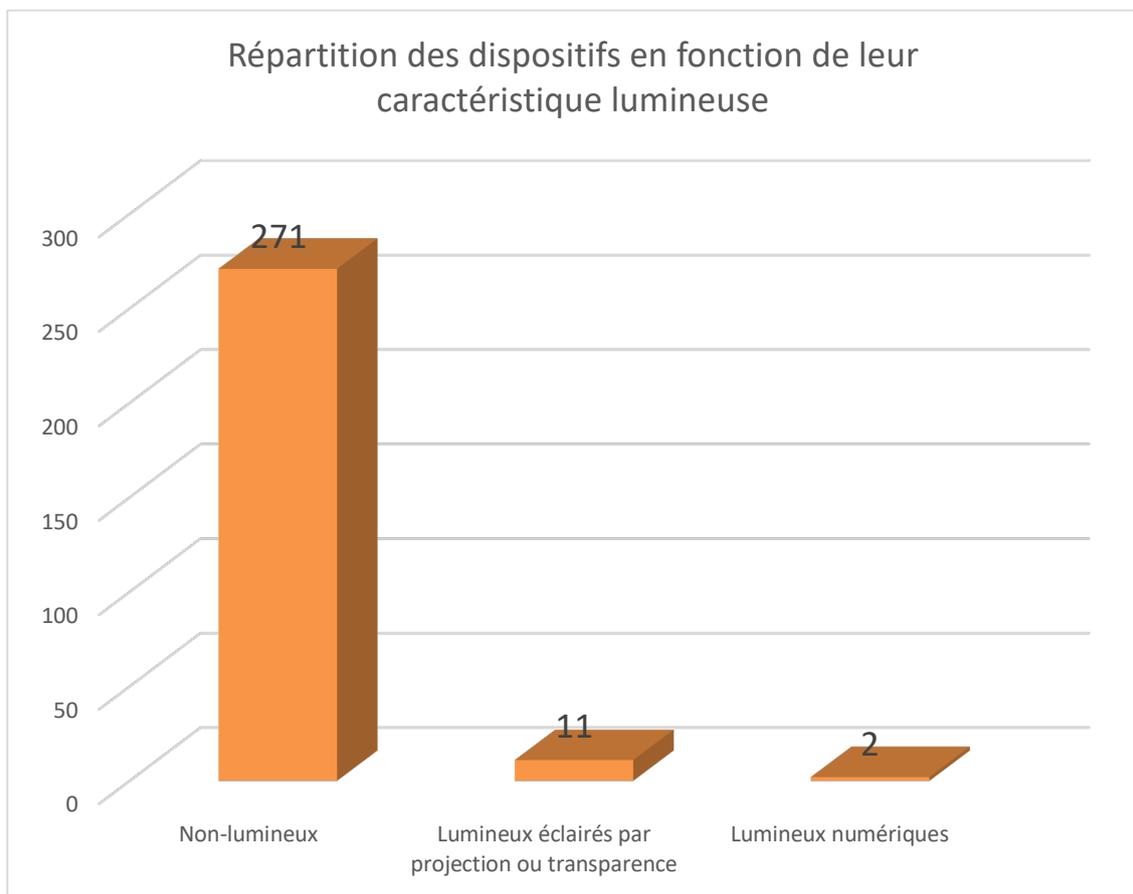


Préenseigne scellée au sol, Cours du Maréchal Leclerc et publicité murale, Boulevard du Président Salvador Allende, Saintes, mars 2018.



Publicité sur mobilier urbain, Cours Reverseaux, Saintes, mars 2018.

Concernant la répartition entre dispositifs lumineux et non-lumineux seuls 13 dispositifs publicitaires (4%) sont lumineux. Cela représente 4% des dispositifs relevés sur Saintes. Cette faible proportion s'explique en partie par l'interdiction de la publicité lumineuse instaurée par le RLP de 2005 en ZPR2 qui a permis de freiner considérablement l'implantation de ce type de dispositif sur le territoire de la commune.

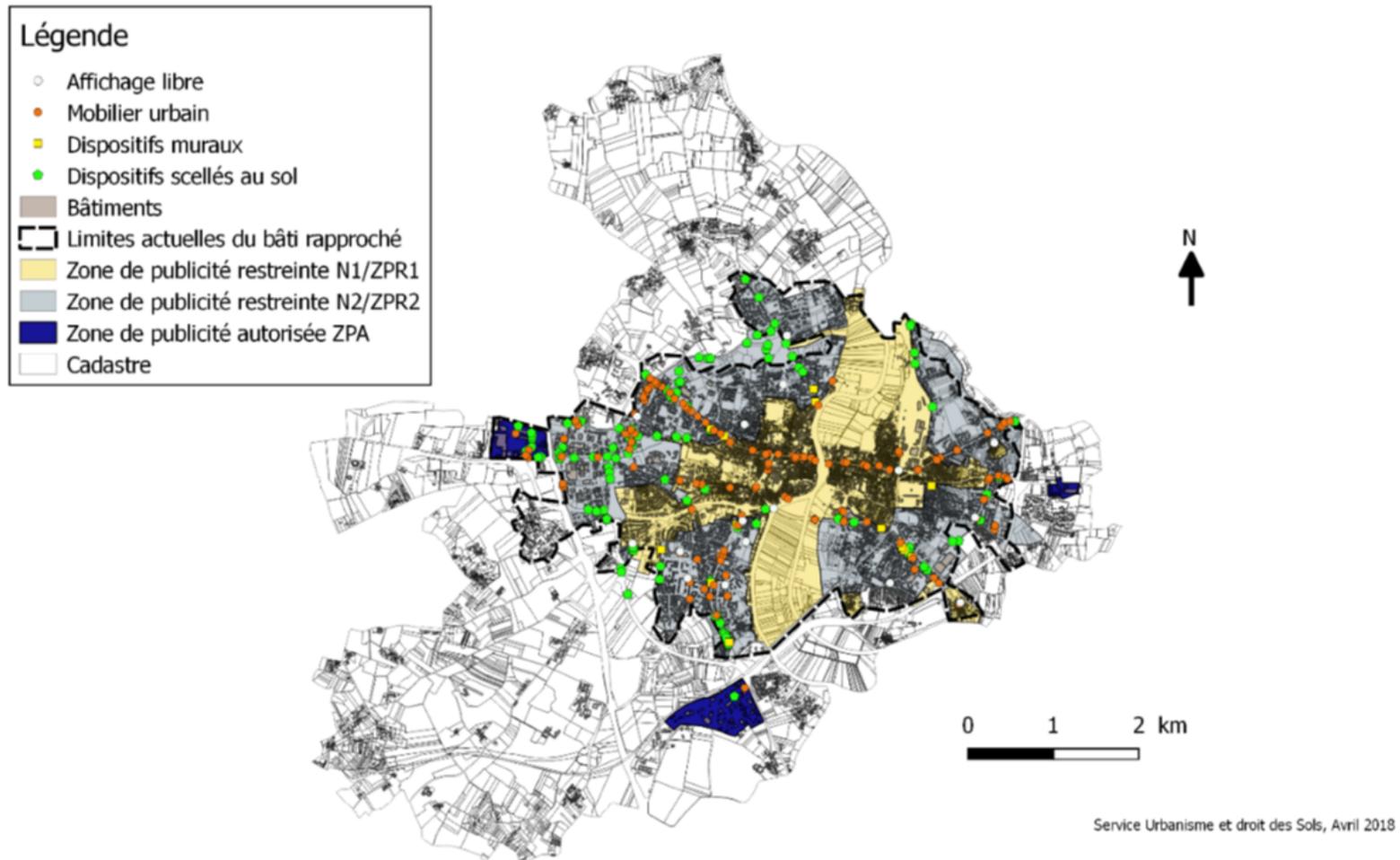


Sur les 13 dispositifs lumineux relevés, 11 sont des dispositifs éclairés par projection ou transparence et 2 sont des publicités numériques. Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.



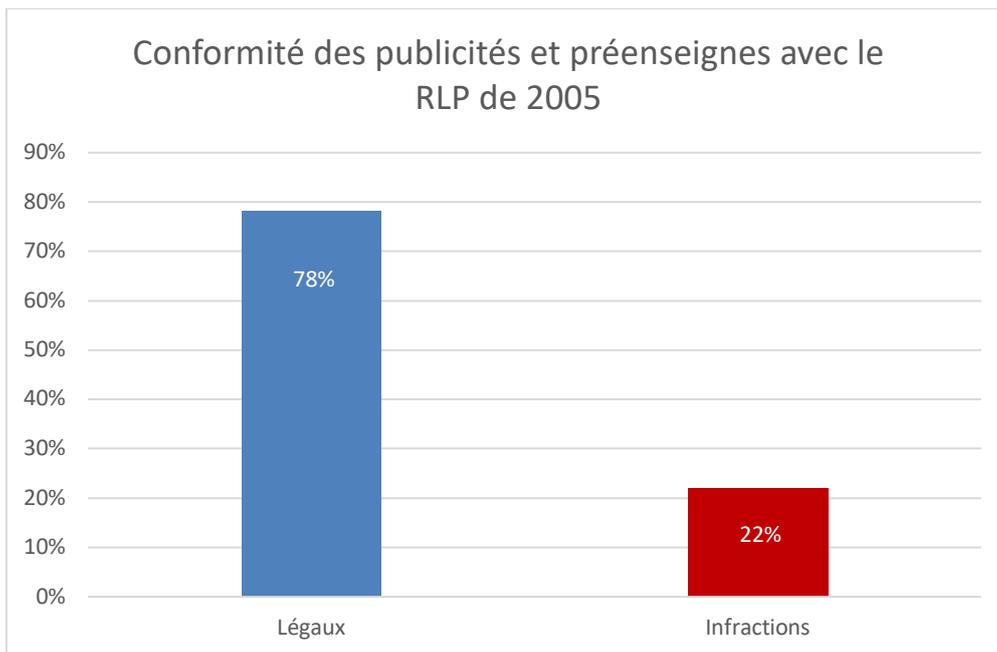
Dispositif lumineux éclairé par projection, Cours du Maréchal Leclerc, Saintes, mars 2008.

### Répartition de l'affichage publicitaire à Saintes par types de dispositifs



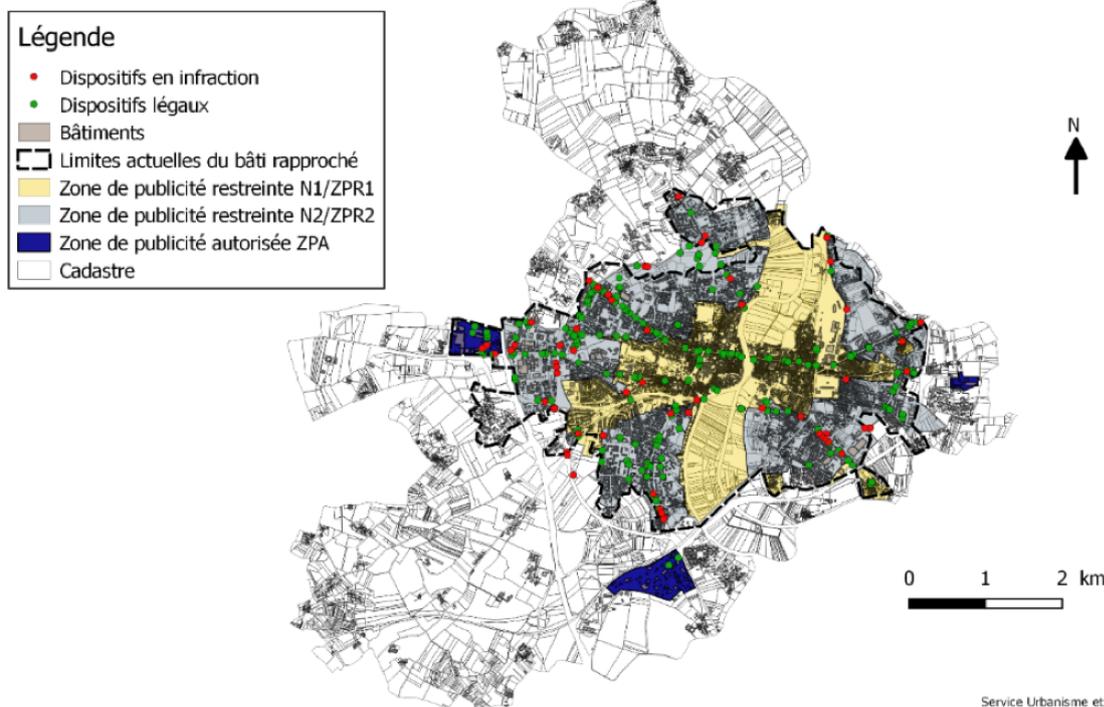
Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont particulièrement en périphérie de la ville sur les grands axes de circulation du territoire. Les publicités apposées sur mobilier urbain il est disséminé sur l'ensemble de la ville et plus précisément au sein du SPR, correspondant à l'actuel ZPR1 du RLP ou seule la publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée.

Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



**22% des dispositifs** supportant des publicités ou préenseignes entrent en infraction avec le RLP de 2005. Au total, cela représente **62 panneaux**.

**Légalité des dispositifs avec le RLP (2005)**



Service Urbanisme et Droit des Sols, Avril 2018

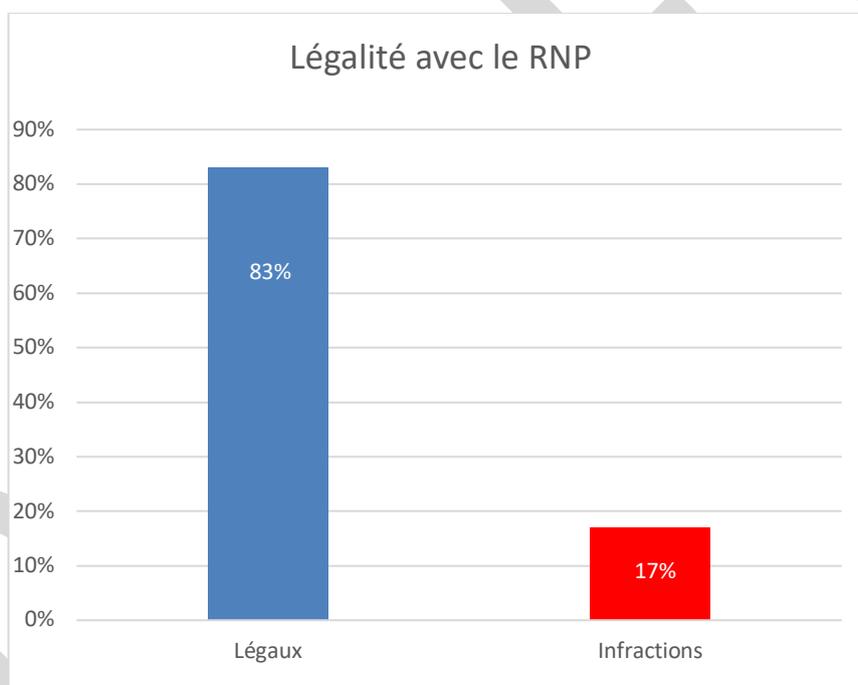
On observe que les dispositifs en infraction sont répartis de manière assez homogène sur le territoire.

Parmi ces dispositifs en infraction, figurent seules les publicités murales et scellées au sol. En effet, l'implantation du mobilier urbain étant gérée par la commune et soumise à aucune règle de densité, il n'y a pas d'infraction recensé sur ce type d'affichage.

Ainsi, cela signifie que quasiment un dispositif mural ou scellé au sol sur deux est en infraction vis-à-vis du RLP de la commune.

Types de dispositifs	Nombre	Infractions	Taux
Mobilier urbain	139	0	0%
Muraux	18	9	50%
Scellés au sol	127	53	42%
<b>Total</b>	<b>284</b>	<b>62</b>	<b>22%</b>

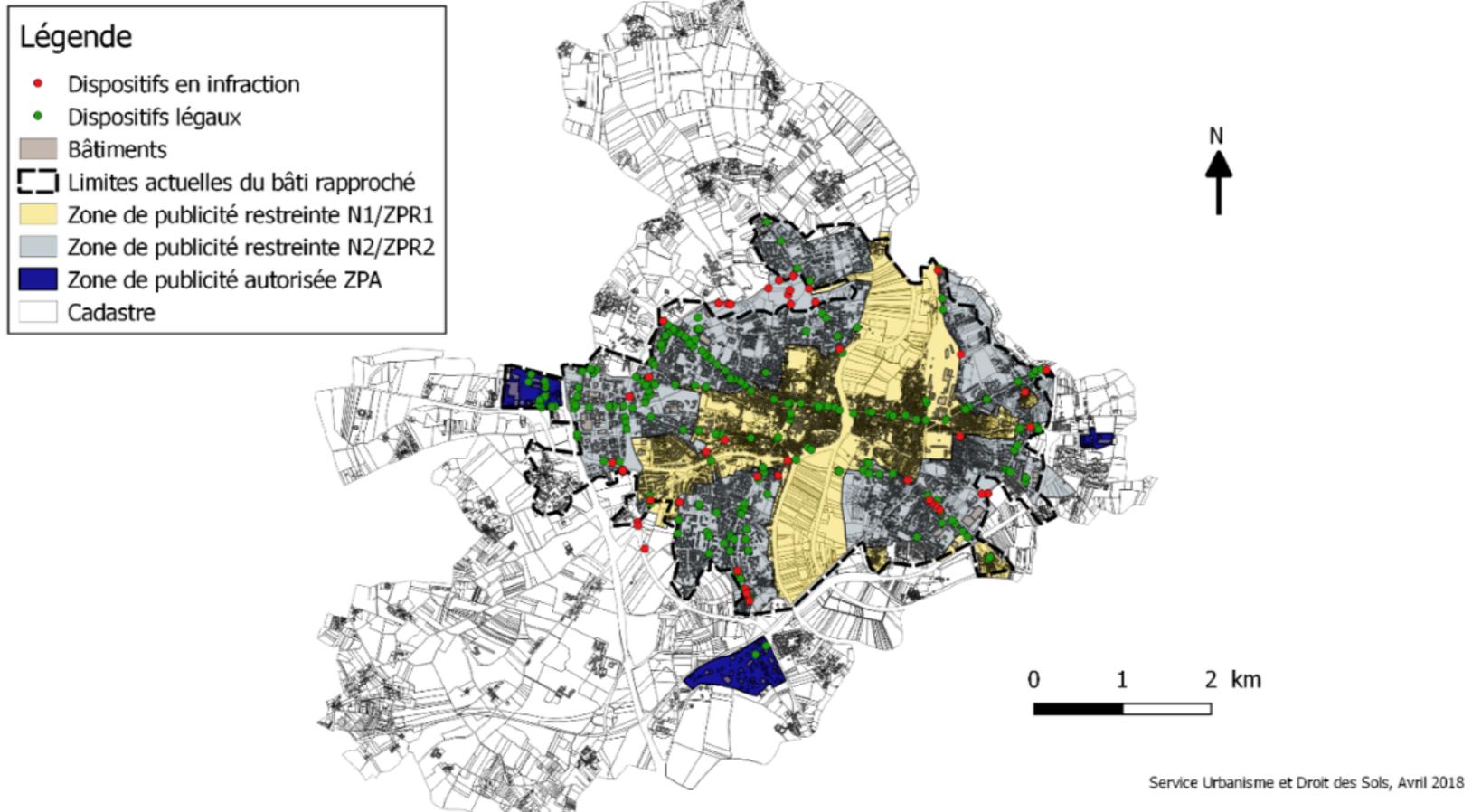
Les infractions sont moins nombreuses au code de l'environnement qu'au RLP de 2005. Néanmoins, ils représentent **17% des panneaux existants** sur la commune, soit **49 dispositifs** sur les 284 recensés.



Pour les mêmes raisons qu'avec le RLP de 2005, les dispositifs en infractions concernent exclusivement les publicités murales et scellées au sol. Sur le territoire de la commune, on observe qu'un dispositif scellé au sol sur trois est illégal, alors que pour les publicités murales, cela représente quasiment un sur deux.

Types de dispositifs	Nombre	Infractions	Taux
Mobilier urbain	139	0	0%
Murale	18	8	44%
Scellés au sol	127	41	32%
<b>Total</b>	<b>284</b>	<b>49</b>	<b>17%</b>

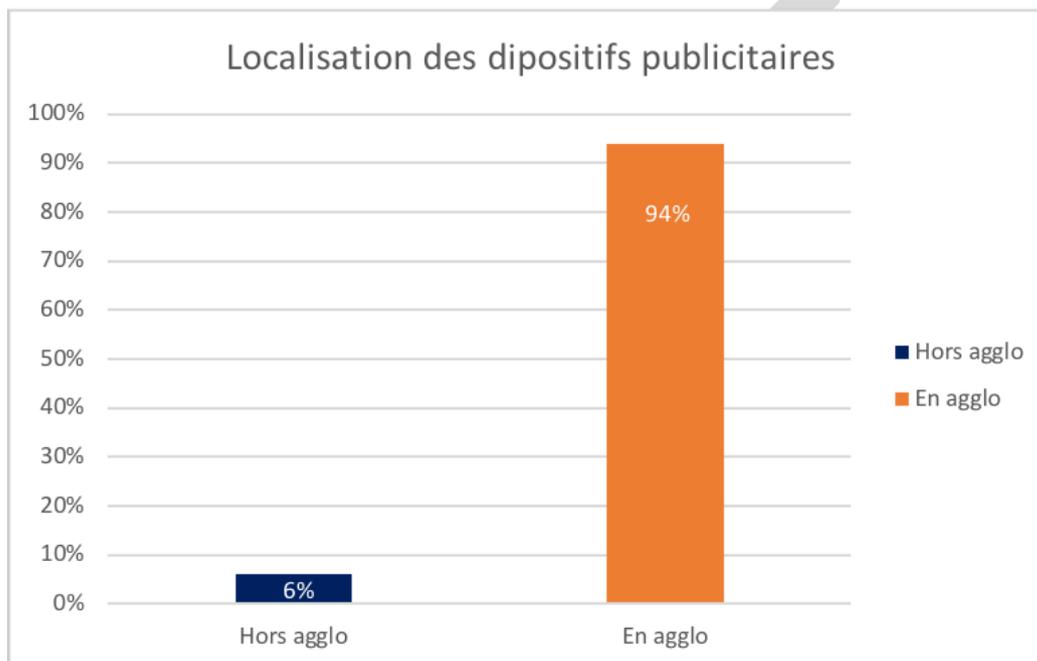
## Légalité des dispositifs avec le RNP



On remarque une concentration de dispositifs en infraction dans la partie Nord de la commune, aux abords du boulevard de Vladimir. En effet, les panneaux installés dans cette zone sont situés hors des limites du bâti rapproché. La principale raison justifiant que la commune ait accordé des autorisations d'implantation est liée au fait que le RLP de 2005 incluait ce secteur dans le périmètre de la ZPR2.

Au total, **15 dispositifs sont implantés hors agglomération**, auxquels s'ajoutent **deux panneaux** considérés comme visibles d'une voie publique située hors agglomération. Cela représente donc **6% des 284 dispositifs recensés** sur la commune et **35% des infractions**.

Localisation	Nombre
En agglomération	267
Implantés ou visibles hors agglomération	17
<b>Total</b>	<b>284</b>



Préenseigne située hors agglomération, Boulevard de Vladimir, Saintes, mars 2018.

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (45% des dispositifs de la commune). 1/3 des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont en infractions avec le Code de l'environnement.

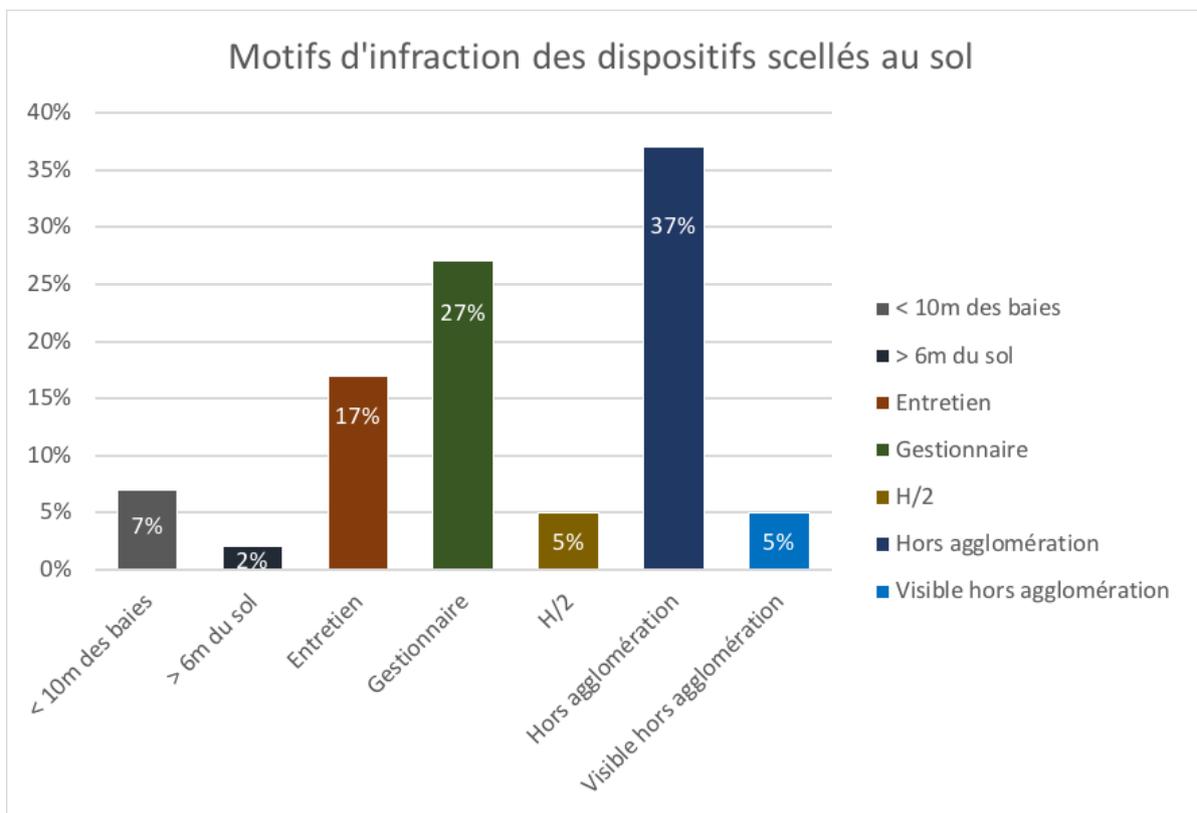
On remarque que 41% des dispositifs scellés au sol sont installés hors agglomération ou visibles d'une voie hors agglomération. Cela représente la principale cause d'infraction de ces dispositifs vis-à-vis du Code de l'environnement. Et 27% des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol n'indique pas le gestionnaire du dispositif en question. Ces deux typologies d'infractions représentent plus de la moitié des infractions (68%) des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol. Cependant, il convient de relever qu'aucun dispositif, n'excède le format maximum autorisé par le Code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II » et par le RLP de Saintes, 12m<sup>2</sup>.



Publicité hors agglomération, Rue du Petit Coudret, Saintes, mars 2018

Les infractions liées aux publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont réparties de la manière suivante :

Motifs d'infraction	Nombre
Distance < 10m des baies	3
Hauteur > 6m du sol	1
Entretien défaillant	7
Pas de gestionnaire	11
H/2 limite séparative	2
Hors agglomération	15
Visible hors agglomération	2
<b>Total</b>	<b>41</b>



Publicité située à une distance inférieure à 10m en avant des baies du fond voisin, Rue de la Grève et publicité ne respectant par la règle du H/2, Boulevard de Recouvrance, Saintes, mars 2018.



Publicité en mauvais état d'entretien, Avenue Kennedy, et publicité dont la hauteur excède 6m par rapport au sol, Avenue Kennedy, Saintes, mars 2018

La publicité apposée sur un mur ou une clôture :

Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (6%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent parfois mieux au paysage.

La principale infraction (elle représente 37% des infractions) pour ces publicités est l'absence de buteau ou du nom de la personne/société exploitant le dispositif publicitaire. Le mauvais état d'entretien ou de fonctionnement de ces dispositifs est également une cause importante de non-conformité tant vis-à-vis du RLP que du Code de l'environnement.

Les publicités sur mur ou clôture sont également impactées par les infractions liées à des dispositifs installés sur des clôtures ou mur non-aveugle. Ces publicités sont généralement des publicités « sauvages » posées sans autorisation, parfois temporairement, souvent oubliées, et servant principalement de préenseignes pour guider les usagers vers une activité déterminée. On relève également, des dispositifs installés à moins de 50 cm du sol ou encore des publicités installées sur un mur de moins de 30m<sup>2</sup> (RLP 2005).

Motifs d'infraction	Nombre
< 50 cm du sol	1
Clôture non aveugle	1
Entretien défaillant	2
Mur <30m <sup>2</sup> (RLP 2005)	1
Pas de gestionnaire	3
<b>Total</b>	<b>8</b>



Dispositif implanté à moins de 50 cm du sol, Rue de l'Abattoir et publicité en mauvais état d'entretien, Avenue du Président Salvador Allende, Saintes, mars 2018.



Absence de buteau, Rue du Docteur Jean, Saintes, mars 2018

La publicité apposée sur mobilier urbain (cette dernière se décompose en 5 sous-catégories) :

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories mais seulement trois sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain sont présentes sur Saintes, à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité commerciale d'un format de 2m<sup>2</sup> ;
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés communément « *sucette* » avec un format ;
- Des colonnes porte-affiches, appelés communément « *colonne Morris* ».

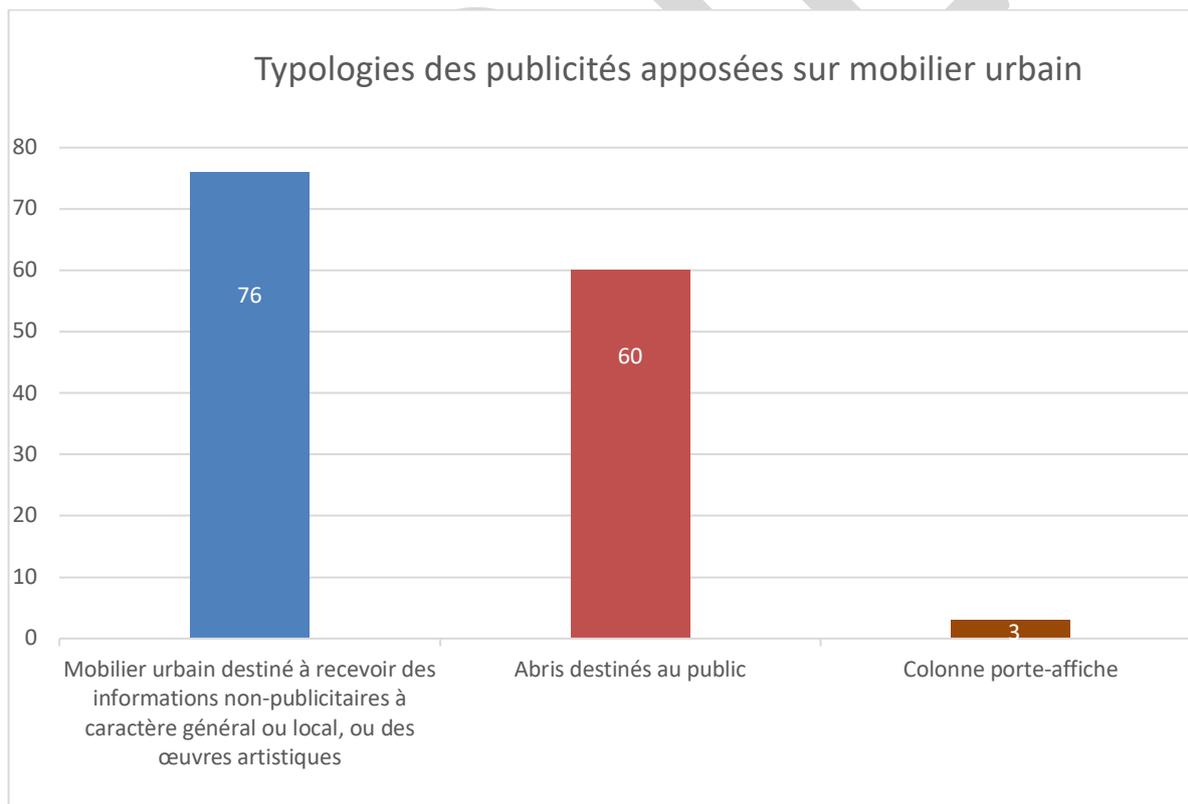


Publicité sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non-publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, Avenue de Saintonge et publicité apposée sur abris destiné au public, Avenue Jules Dufaure, Saintes, mars 2018.



Publicité sur colonne porte-affiches, Cours National, Saintes, mars 2018.

Les publicités apposées sur mobilier urbain sont réparties de la manière suivante :



La plupart des publicités supportées par les mobiliers sont de petit format (2m<sup>2</sup> la plupart du temps). Les seuls dispositifs ayant un important impact paysager sont les mobiliers d'informations locales numériques et/ou ceux présentant une grande surface, souvent 8 à 12m<sup>2</sup>. Il s'agit de la surface maximum fixée par le Code de l'environnement. A ce titre, il convient de rappeler que le RLP de Saintes ne pose

aucune limitation de format pour ce type de publicité y compris en ZPR1 (secteurs patrimoniaux à préserver).

Il faut également noter que ces dispositifs ne font l'objet d'aucunes infractions au titre du Code de l'environnement ou du RLP actuellement en vigueur sur la commune de Saintes. Cependant, il convient de rappeler que « *le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard sa fonction [et dans les conditions définies par la présente sous-section], supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence*<sup>31</sup>. » Cette disposition implique que la face dédiée à l'affichage « non-publicitaire » est privilégiée par rapport au sens de circulation des piétons et véhicules. La publicité apposée sur mobilier urbain se trouve



Exemple de publicité apposée sur mobilier urbain dont la face « publicité » est privilégiée, contrairement à la face « non-publicitaire » qui n'est pas visible dans le sens de circulation, Rue du Docteur Jean et Avenue des Nivelles, Saintes, mars 2018.

<sup>31</sup> Article R581-42 du Code de l'environnement

## 2. Les caractéristiques des enseignes

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou en secteur où il y a peu d'enseignes.

Les enseignes sont logiquement situées dans les lieux d'activité de la ville, c'est à dire dans les zones d'activités commerciales et industrielles mais également dans le cœur de ville, et cinq grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal :

### L'enseigne parallèle au mur :

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ce type d'enseigne représente la majorité des enseignes du territoire et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Enseigne parallèle au mur réalisée avec panneau de fond et en lettres peintes, rue de la Côte de Beauté et rue du Champs, Saintes, juillet 2019.



Enseigne réalisée avec un panneau de fond et en lettres découpées, Boulevard de Recouvrance, Saintes, juillet 2019.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation (ne pas dépasser les limites du mur ou de l'égout du toit) et sa surface (respect de la proportion par rapport à la surface de la façade).



Enseignes parallèles dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit, rue de la Roue et rue de Champagne Saint-Georges, Saintes, juillet 2019.



Façade saturée d'enseigne, avenue du Haras, Saintes, juillet 2019.

Enfin, du fait de la présence de règles locales fixées dans le RLP de 2005 en matière d'enseignes parallèles et perpendiculaires au mur en ZPR1 (secteurs patrimoniaux - SPR) et l'action de l'ABF, on relève plusieurs devantures et enseignes parallèles du territoire avec une bonne intégration paysagère.



Enseignes discrètes et bien intégrées à la devanture de l'établissement, rue Saint-Pallais et Cours National, Saintes juillet 2019.



Enseignes parallèles réalisées en lettres découpées, Place Saint-Pallais et alignement de l'enseigne perpendiculaire et de l'enseigne parallèle installées dans les limites du rez-de-chaussée, rue Saint-Pallais, Saintes juillet 2019.

Les enseignes perpendiculaires au mur :

Les enseignes perpendiculaires au mur disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes et sont présentes principalement en centre-ville.



Enseigne perpendiculaire carré et enseigne perpendiculaire avec une hauteur importante, rue Saint-Pierre et boulevard de Recouvrance, Saintes, juillet 2019.



Enseigne alignée à l'enseigne parallèle au mur éclairée par projection, boulevard de Recouvrance, Saintes, juillet 2019.

Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville.



Cumul d'enseignes perpendiculaire pour la même activité, enseignes implantées au-dessous des limites du rez-de-chaussée, avenue Gambetta et Cours National, Saintes, juillet 2019.



Enseignes perpendiculaires dépassant des limites du mur, rue Gustave Courbet, Saintes, juillet 2019.



Enseignes perpendiculaires sur balcon, Cours Reverseaux, Saintes, juillet 2019.

Pour ces enseignes perpendiculaires au mur on relève également l'importance de l'action de l'ABF dans l'installation d'enseignes particulièrement qualitatives et bien intégrées.



Enseignes perpendiculaires au mur en fer forgé, Cours National et rue Saint-Pierre Saintes, juillet 2019.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol :

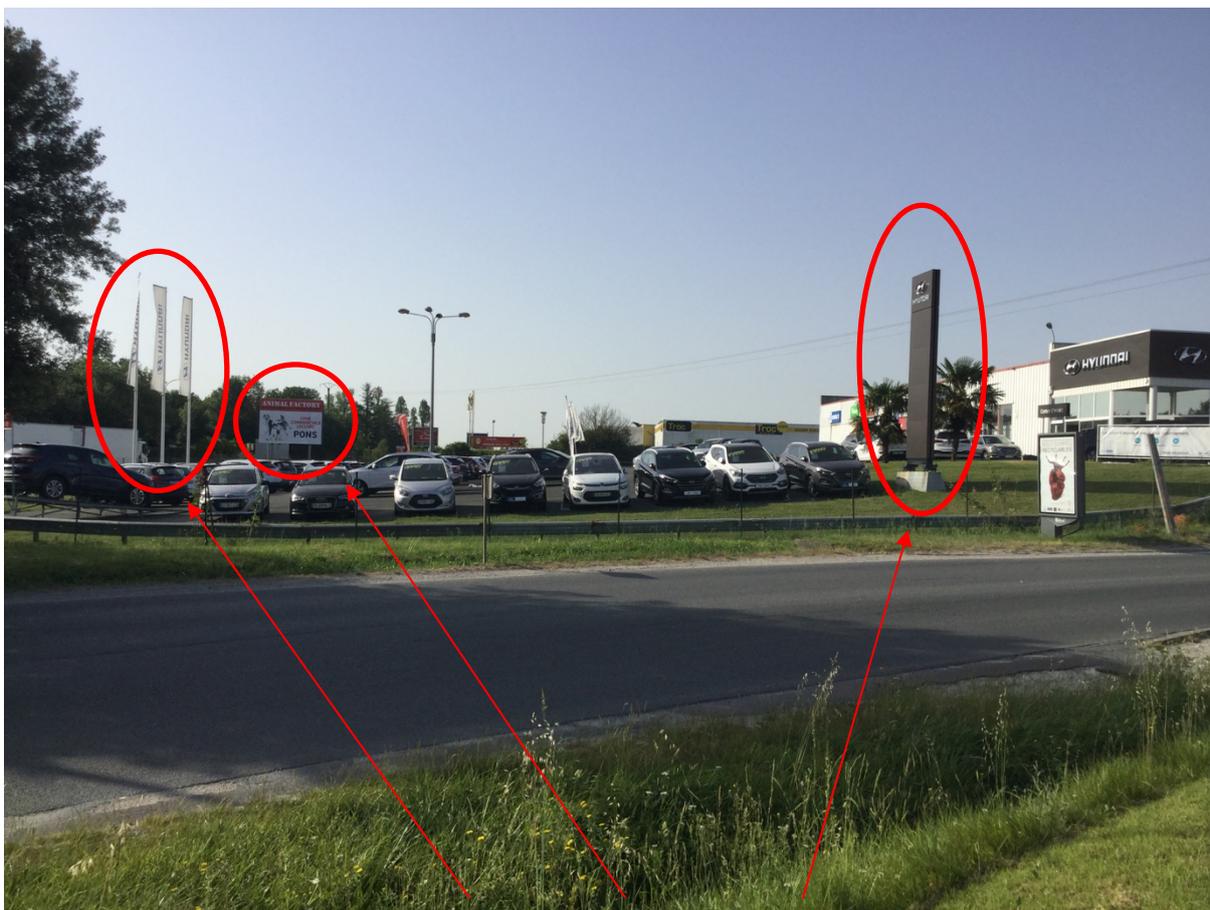
Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont particulièrement présentes sur les zones d'activités économiques de la commune et participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de mêmes supports (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



Enseignes scellées au sol de type « totem » et enseigne scellée au sol de type « drapeau », Cours Paul Doumer et avenue de Gemozac, Saintes, juillet 2019.



Enseigne scellée au sol de type « mât », Cours Maréchal Leclerc, Saintes, juillet 2019.



Enseignes scellées au sol de type « drapeau », « panneau » et « totem », avenue de Gemozac, Saintes, juillet 2019.

On relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule. C'est également le cas pour les enseignes scellées au sol qui ne respectent pas l'implantation à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (H/2).



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle H/2 ni la limitation en nombre (1 seule par voie bordant l'activité), Cours du Maréchal Leclerc et rue Gautier, Saintes, mars 2018 et juillet 2019.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la limitation en nombre, Cours Lemer cier et rue de Lamothe, Saintes, juillet 2019.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la limitation en nombre, Cours du Maréchal Leclerc et rue Champagne Saint-Georges, Saintes, juillet 2019.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont la hauteur excède 6,50m (largeur supérieure à 1m), Rue de Voiville, Sainte, mars 2018.

On note par ailleurs la présence de bonne pratique permettant de signaler les activités tout en limitant l'installation de dispositif scellée au sol.



Enseigne scellée au sol mutualisant les activités signalées, route de Royan et rue de la Côte de Beauté, Saintes, juillet 2019.

PROJET

Les enseignes sur clôture :

Ce type d'enseigne est plus présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Ces enseignes peuvent être installées indifféremment sur clôture aveugle ou non-aveugle. Contrairement aux publicités<sup>32</sup>, elles ne sont pas interdites sur les clôtures non-aveugle.



Enseigne sur clôture non-aveugle, rue du Champ de Tir, Saintes, juillet 2019.

Les enseignes sur clôture ne bénéficient pas d'une réglementation nationale ou locale spécifique. Ainsi, leur nombre ou leur surface ne sont pas encadrés, ce qui participe parfois à des abus et un impact important pour le paysage urbain.



Enseigne sur clôture non-aveugle, avenue de Gemozac, Saintes, juillet 2019.

<sup>32</sup> Article R.581-22 du Code de l'environnement

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu :

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu est essentiellement présente en zone d'activités. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu réalisée en lettres découpées, boulevard de Recouvrance, Saintes, juillet 2019.

On relève plusieurs enseignes sur toiture réalisées avec un panneau de fond ou des fixations non dissimulées.



Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu réalisée sans lettres découpées, ZI les Charriers, Saintes, mars 2018.

Ces enseignes sur toiture sont souvent visibles de très loin fermant parfois des perspectives alors que bien souvent elles pourraient être apposées en façade sans avoir un impact paysager trop dommageable. Une réflexion pourra être menée pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le territoire.

Les enseignes lumineuses :

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc. Les éclairages les plus utilisés en matière d'enseignes lumineuses sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.



Enseignes éclairées par transparence et enseignes éclairées par projection, avenue Gambetta et rue Saint-Palais, Saintes, juillet 2019.

Le recensement a également mis en évidence la présence de quelques enseignes numériques sur le territoire, bien que peu impactante pour le cadre de vie (du fait de leur format notamment). Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif dans le futur Règlement Local de Publicité.



Enseigne numérique peu impactante, Cours National, Saintes, juillet 2019.

### III. Les enjeux en matière de publicité extérieure

Au-delà de la réglementation en vigueur sur le territoire évoquée précédemment, il apparaît d'autres problématiques en matière de publicité que seule la mise en place d'un RLP pourra appréhender.

#### **Enjeu n°1 : la préservation des espaces où la publicité extérieure est peu présente comme le Site Patrimonial Remarquable de Saintes**

Le diagnostic de terrain a montré qu'il existe des secteurs : zones résidentielles, zones hors agglomération, rives de la Charente où il n'y a pas ou peu de publicité extérieure. Hormis les enseignes des activités le plus souvent discrètes et bien intégrées, ces zones comportent aussi du mobilier supportant de la publicité dont le format est de deux ou huit mètres carrés. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.



Vue sur la Cathédrale et sur la Charente, Saintes, juillet 2019.



Vue vers le centre-ville, avenue de Nivelles, Saintes, juillet 2019.

**Enjeu n°2 : une densité publicitaire parfois élevée et des formats publicitaires importants le long des axes structurants et dans les zones d'activités**

L'objectif est de préserver les acquis du RLP de 2005 notamment en matière de densité. Ces règles pourront être adaptées par la future réglementation locale pour s'adapter aux nouveaux enjeux du territoire et respecter la règle de densité instituée par le Code de l'environnement. En effet, il est impératif de mettre en place une règle de densité qui permette d'éviter la surenchère de dispositifs publicitaires.

Enfin, la majorité des dispositifs publicitaires reste des publicités de grand format (12m<sup>2</sup>). Le RLP pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants. Beaucoup de collectivités instaurent une limitation de surface à 8m<sup>2</sup>.



Densité de dispositif importante, rue de Gatérat, Saintes, juillet 2019.



Dispositifs publicitaires de grand format, rue du Bois Taillis et route de Rétaud, Saintes, juillet 2019.

### Enjeu n°3 : la place du mobilier urbain publicitaire dans le paysage de la communauté d'agglomération

La publicité supportée sur le mobilier urbain est présente sur l'ensemble de la commune. Ce mobilier urbain publicitaire occupe une place importante dans le paysage de Saintes et notamment dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR) couvert par la ZPR1 du RLP actuel. On relève de nombreux mobiliers d'informations locales de 2 à 8 mètres carrés, et également du mobilier urbain numérique. Les autres catégories de mobilier supportant de la publicité sont essentiellement des abris destinés au public et des « sucettes » dont la publicité est d'un format de 2 mètres carrés.



Mobilier urbain de type « sucette » (2m<sup>2</sup>) et abris destinés au public, rue du Champ de Tir et avenue Jean Monet, Saintes, juillet 2019.



Mobilier urbain numérique de type « sucette » (8m<sup>2</sup>), avenue de Saintonge, Saintes, juillet 2019.

#### Enjeu n°4 : l'impact des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

A ce jour, le RLP de Saintes ne pose aucune règle concernant les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. La future réglementation locale pourra donc encadrer les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol afin de minimiser leur impact. Celui-ci est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol. Une réflexion sur l'harmonisation des surfaces entre ces deux familles de dispositifs pourra éventuellement être engagée. La mise en place de règles spécifiques dédiées aux enseignes scellées au sol ou installées sur le sol de moins d'un mètre carré pourra également être envisagée. Des règles distinctes en fonction des secteurs et zones de publicités pourront être envisagées.



Dispositifs scellés au sol en centre-ville, Saintes, juillet 2019.



Enseignes scellées au sol de grand format et en nombre important, Cours du Maréchal Leclerc, Saintes, juillet 2019.

### **Enjeu n°5 : l'impact des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sur le paysage**

Principalement situées en zones d'activités, les enseignes sur toiture occupent néanmoins une place importante dans le paysage du fait de leur implantation et de leur format. Ces dispositifs sont particulièrement impactant et peuvent dans une grande majorité des cas être installées en façade sans nuire à la visibilité de l'activité.

De nombreux RLP(I) limitent fortement voire interdisent l'implantation d'enseignes sur toiture dans certains secteurs (Bordeaux Métropole, Dijon Métropole) pour préserver et/ou améliorer le cadre de vie.



Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, boulevard de Recouvrance, Saintes, juillet 2019.

### **Enjeu n°6 : l'impact des enseignes sur clôture sur le paysage (maintenir l'état actuel du territoire)**

Les enseignes sur clôture peuvent nuire fortement à la qualité des paysages dès lors qu'elles sont trop nombreuses sur un même support et/ou dès lors qu'elles couvrent de manière importante la clôture. Par ailleurs, le territoire compte peu de dispositif de ce type. Le futur RLP pourra donc mettre en place des règles dédiées à ce type d'enseigne et déterminer des conditions particulières d'utilisation (exclusivement pour les activités situées en retrait de la voie publique, impossibilité de cumuler enseigne scellée au sol et enseigne sur clôture etc.), des limitations en termes de nombre ou encore de surface afin de pour répondre aux enjeux générés par les enseignes sur clôture.



Enseigne sur clôture non-aveugle, avenue de Gemozac, Saintes, juillet 2019.

### Enjeu n°7 : Le maintien de la qualité des enseignes en façade

Les enseignes présentes en façade sont globalement bien intégrées même si on relève quelques infractions à la réglementation nationale (façade saturée principalement). Un ajustement sur le nombre d'enseignes perpendiculaires et la limitation de leur saillie permettra de répondre à la préservation d'un cadre de vie de qualité notamment sur le Site Patrimonial Remarquable (SPR). Les règles applicables aux enseignes parallèles et perpendiculaires au mur du RLP de 2005 pourront également être reprises intégralement ou partiellement dans le futur RLP en fonction de la volonté de la commune.



Enseigne perpendiculaire et enseigne parallèle au mur qualitative et bien intégrée, Cours National et rue Saint-Palais, Saintes, juillet 2019.

### Enjeu n°8 : La place des dispositifs lumineux

Le territoire pourra fixer une plage d'extinction nocturne pour les publicités et préenseignes lumineuses dans son RLP. Une attention particulière doit être portée aux enseignes et aux publicités numériques dont l'impact sur le paysage est particulièrement polluant. En effet, ces dispositifs consomment de l'énergie et peuvent générer des nuisances visuelles du fait du défilement d'images ou de vidéos.



Enseigne éclairée par transparence et publicité numérique apposée sur mobilier urbain, avenue Gambetta et rue de la Roue, Saintes, juillet 2019

Conclusion :

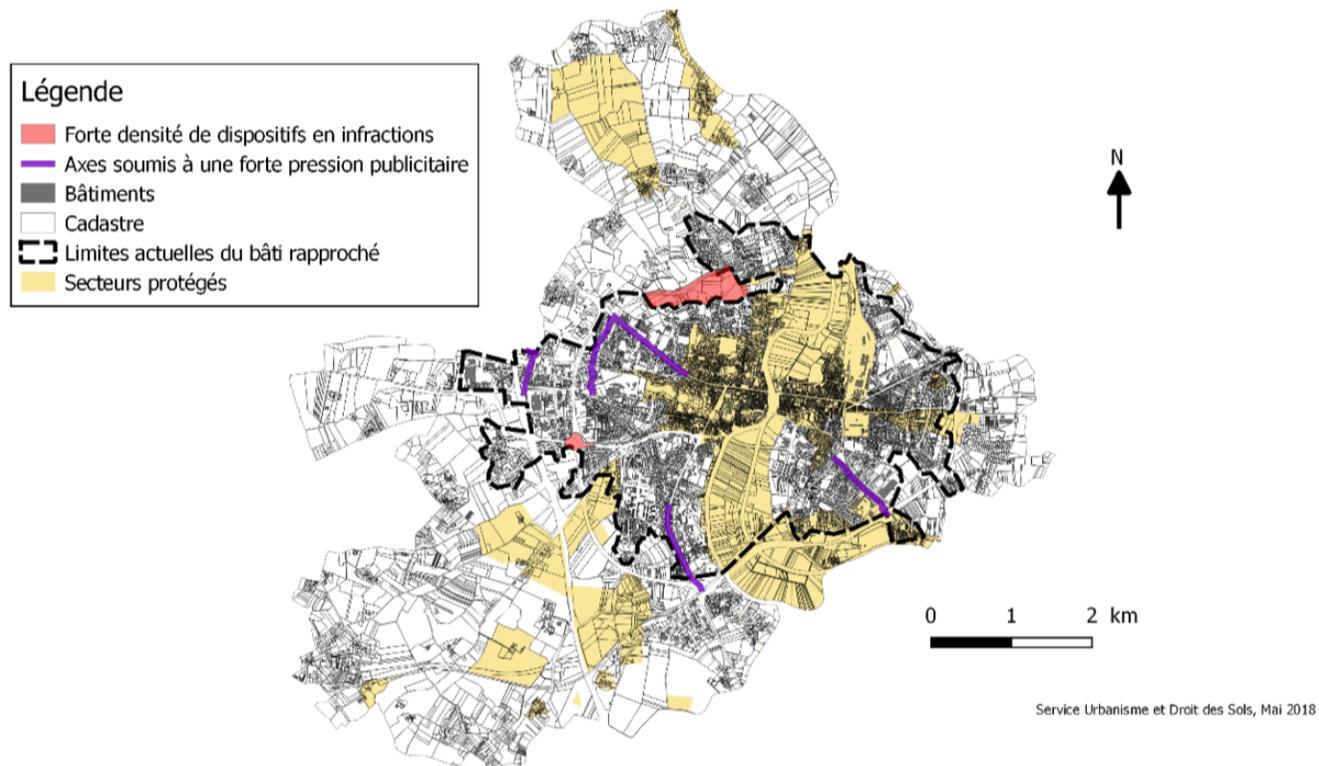
- Un centre-ville bien préservé, autant au niveau des publicités que des enseignes, malgré une forte concentration de l'affichage sur mobilier urbain le long de l'axe central (Cours Lemer cier / Cours National / Avenue Gambetta).
- Certains grands axes en entrée de ville sont soumis à une forte pression publicitaire et présentent un aspect dégradé.
- Les points d'entrée des zones d'activités sont souvent dégradés par une multitude de préenseignes disposées de manière anarchique.
- Une absence d'harmonie pour les enseignes dans les zones d'activités où de nombreuses illégalités ont été observées.
- Un nombre élevé de dispositifs publicitaires scellés au sol de grands formats ont été recensés hors agglomération, notamment le long du Boulevard de Vladimir.
- Le développement de l'affichage numérique que le RLP de 2005 ne prenait pas en compte.

Le travail de terrain a permis d'identifier, au sein du territoire communal, les secteurs stratégiques qu'il sera nécessaire de considérer en vue de réglementer l'affichage publicitaire extérieur.

Ces secteurs matérialisés sur la carte ci-après comportent :

- Deux zones présentant une forte densité de dispositifs en infractions, situées le long du boulevard de Vladimir et autour du rond-point liant l'avenue de Saintonge à la zone d'activités de l'Ormeau de Pied.
- Cinq axes routiers au trafic intense soumis à une forte pression publicitaire, composés du cours du Maréchal Leclerc, de la rue de la Côte de Beauté, de l'axe boulevard de Recouvrance / boulevard Ambroise Paré, de l'avenue Kennedy et de la rue du Docteur Jean.
- Les secteurs naturels et patrimoniaux qui devront impérativement faire l'objet d'un traitement spécifique dans le but de les préserver.

### Secteurs à enjeux



## IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

### 1. Les objectifs

Par une délibération n°2018-95 en date du 27 juin 2018, la commune de Saintes explique que la révision de son RLP est rendue nécessaire par :

- Les évolutions urbaines depuis 2005 et notamment sur les entrées de ville et les zones commerciales ;
- La mise en conformité avec les dispositions de la loi portant Engagement National pour l'Environnement du 12 juillet 2010 ;
- La nécessité d'intégrer des dispositifs absents de l'actuel règlement et de tenir compte des évolutions en matière de communication.

Ainsi, ladite délibération fixe, à la révision de son RLP, les objectifs suivants :

- Prévenir le développement de la publicité numérique en lui accordant un traitement spécifique dans le nouveau RLP ;
- Imposer des normes relatives à la qualité des implantations et des matériels, ainsi que des limites de format plus restrictives ;
- Définir des règles de densité plus efficaces ;
- Préserver les secteurs naturels et patrimoniaux en conservant l'interdiction de la publicité autre que sur le mobilier urbain et les dispositions spécifiques aux enseignes ;
- Lutter contre la prolifération de dispositifs apposés de manière anarchique dans les zones d'activités.

## 2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la commune a retenu les orientations suivantes :

**Orientation n°1** : Préserver les espaces peu touchés par la publicité extérieure (quartiers pavillonnaires, résidentiels, espaces hors agglomération, etc.) pour conserver les espaces naturels ;

**Orientation n°2** : Déroger aux interdictions relatives de publicités de manière limitative en autorisant uniquement la publicité apposée sur mobilier urbain au sein du Site Patrimonial Remarquable de Saintes afin de concilier la préservation du patrimoine bâti de la commune et les besoins des acteurs économiques ;

**Orientation n°3** : Limiter l'impact de la publicité et des préenseignes en renforçant la règle de densité publicitaire et/ou en réduisant les formats de ces dispositifs ;

**Orientation n°4** : Travailler sur la qualité des enseignes parallèles et perpendiculaires notamment en centre-ville et en secteurs protégés ;

**Orientation n°5** : Encadrer les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ou encore les enseignes sur clôture sur l'ensemble du territoire et notamment en zones d'activités pour limiter l'impact de ces enseignes sur le paysage ;

**Orientation n°6** : Gérer l'impact des dispositifs lumineux y compris numériques sur l'ensemble du territoire afin d'éviter les implantations peu qualitatives et trop agressives pour le paysage urbain.

## V. Justification des choix retenus

### 1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Saintes. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le Site Patrimonial Remarquable du cœur de ville.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les zones à vocation principale d'habitat et d'équipements.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les zones d'activités ainsi que la rue du Dr. Jean et l'Avenue John Fitzgerald Kennedy (de la rue des Charriers jusqu'à la rue des Œillets).

Les secteurs situés en dehors des 3 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception<sup>33</sup>.

Par ailleurs, conformément à l'arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016, confirmé par un second arrêt du 8 novembre 2017<sup>34</sup>, les surfaces maximales évoquées ci-après pour les publicités et préenseignes, doivent s'entendre comme étant des surfaces maximales « *hors tout* », comprenant non seulement la surface d'affichage mais également l'encadrement des dispositifs publicitaires.

Un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy<sup>35</sup>, a également précisé qu'« *il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique* » dans le cadre de l'application de la règle de densité.

En ZP1 (Site Patrimonial Remarquable - SPR), la collectivité a souhaité préserver la qualité de son cadre de vie et de son patrimoine historique et architectural. Ainsi, aucune publicité n'est autorisée dans ce secteur excepté la publicité apposée sur mobilier urbain et celle apposée sur les bâches de chantier. L'objectif de cette réglementation locale est de tenir compte du patrimoine architectural particulièrement riche présent sur Saintes (25 monuments historiques classés ou inscrits présents sur le territoire, un Site Patrimonial Remarquable (ZPPAUP subdivisée en plusieurs secteurs), 4 sites classés, 2 sites inscrits et 2 sites Natura 2000). Par ailleurs, la collectivité a tenu compte de la mission remplie par le mobilier urbain, qui est « *un ensemble des équipements publics mis au service des usagers de la voie publique répondant à un besoin des habitants de la commune*<sup>36</sup> », supportant, à titre accessoire, de la publicité en réintroduisant ce type de dispositifs publicitaires au sein de ces secteurs caractéristiques de la qualité du cadre de vie

<sup>33</sup> Cf. partie du présent rapport de présentation sur les préenseignes dérogatoires

<sup>34</sup> CE, 20 octobre 2016, n°395494 et CE, 8 novembre 2017, n°408801.

<sup>35</sup> CAA Nancy, 18 mai 2017, N16NC00986.

<sup>36</sup> Réponse parlementaire du 20/03/2012 à la question parlementaire n°94211 de Mme Zimmermann du 23/11/2010.

du territoire de Saintes. Cette réglementation locale tient donc compte des besoins générés par le mobilier urbain et du patrimoine environnant en limitant le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques à 2 mètres carrés et 3 mètres de hauteur. Lorsque la publicité apposée sur le mobilier urbain est numérique, celle-ci doit respecter les prescriptions de surface et hauteur énoncés ci-avant.

En ZP2 (zone à vocation d'habitat et d'équipements), la collectivité a décidé de mettre en place une réglementation adaptée à des espaces où subsiste peu de pression en matière de publicité. En effet, la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu, la publicité numérique (excepté lorsqu'elle est supportée par le mobilier urbain) et la publicité sur bâche (sauf bâche de chantier) y sont interdites. L'objectif de cette réglementation est de pérenniser l'action de l'ancien RLP tout en maîtrisant l'implantation de nouveaux dispositifs publicitaires. A ce titre, la publicité apposée sur mur ou clôture est autorisée dans la limite de 10,5 mètres carrés, encadrement compris, et 6 mètres de hauteur. L'implantation des publicités apposées sur mur ou clôture ne peut être faite à moins de 50 cm des arêtes du mur ou de la clôture aveugle. Cette règle locale vise à réduire l'impact de ces dispositifs en réduisant leur format (12m<sup>2</sup> dans le RLP de 2005 et au titre du Code de l'environnement). Quant à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, celle-ci est autorisée dans la limite de 2 mètres carrés d'affiche, 2,5mètres carrés encadrement compris et 3 mètres de hauteur. L'objectif est de réduire significativement l'impact de ces dispositifs dans ces secteurs à dominante d'habitats et d'équipements.

La règle de densité est également renforcée et simplifiée pour n'autoriser qu'une seule publicité dès lors que l'unité foncière dispose d'un linéaire supérieur ou égal à 30 mètres. Cette règle permet de renforcer et de simplifier la réglementation actuellement en vigueur<sup>37</sup>.

Enfin, concernant la publicité apposée sur mobilier urbain, celle-ci est régie par la réglementation nationale<sup>38</sup> excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Dans ce cas, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est encadrée dans les mêmes conditions qu'en ZP1 (SPR).

En ZP3 (zones d'activités et axes), la collectivité a souhaité concilier la préservation de son cadre de vie avec les besoins des acteurs économiques présents sur le territoire. La publicité apposée sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite. Les publicités apposées sur mur et scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 8 mètres carrés d'affiche et 10,5 mètres carrés, encadrement compris, sans excéder 6 mètres de hauteur au sol. La publicité n'est autorisée que sur les unités foncières dont le linéaire est supérieur ou égal à 30 m, dans la limite d'un seul dispositif publicitaire. Lorsque le linéaire de l'unité foncière excède 100 mètres un dispositif publicitaire supplémentaire est autorisé dans la limite de 2 publicités par unité foncière maximum. L'objectif de cette règle est de tenir compte des caractéristiques des unités foncières généralement plus importantes en zones d'activités.

<sup>37</sup> Voir 4.1 – La réglementation locale en vigueur (RLP de 2005) en matière de publicité et préenseignes, du présent rapport.

<sup>38</sup> Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement.

Afin de limiter leur impact sur le paysage, la publicité sur bâche (autre que sur bâche de chantier) est autorisée dans la limite de 12 mètres carrés. La publicité numérique est également autorisée dans cette zone, dans un format de 2 mètres carrés maximum, encadrement compris, et de 3 mètres de hauteur.

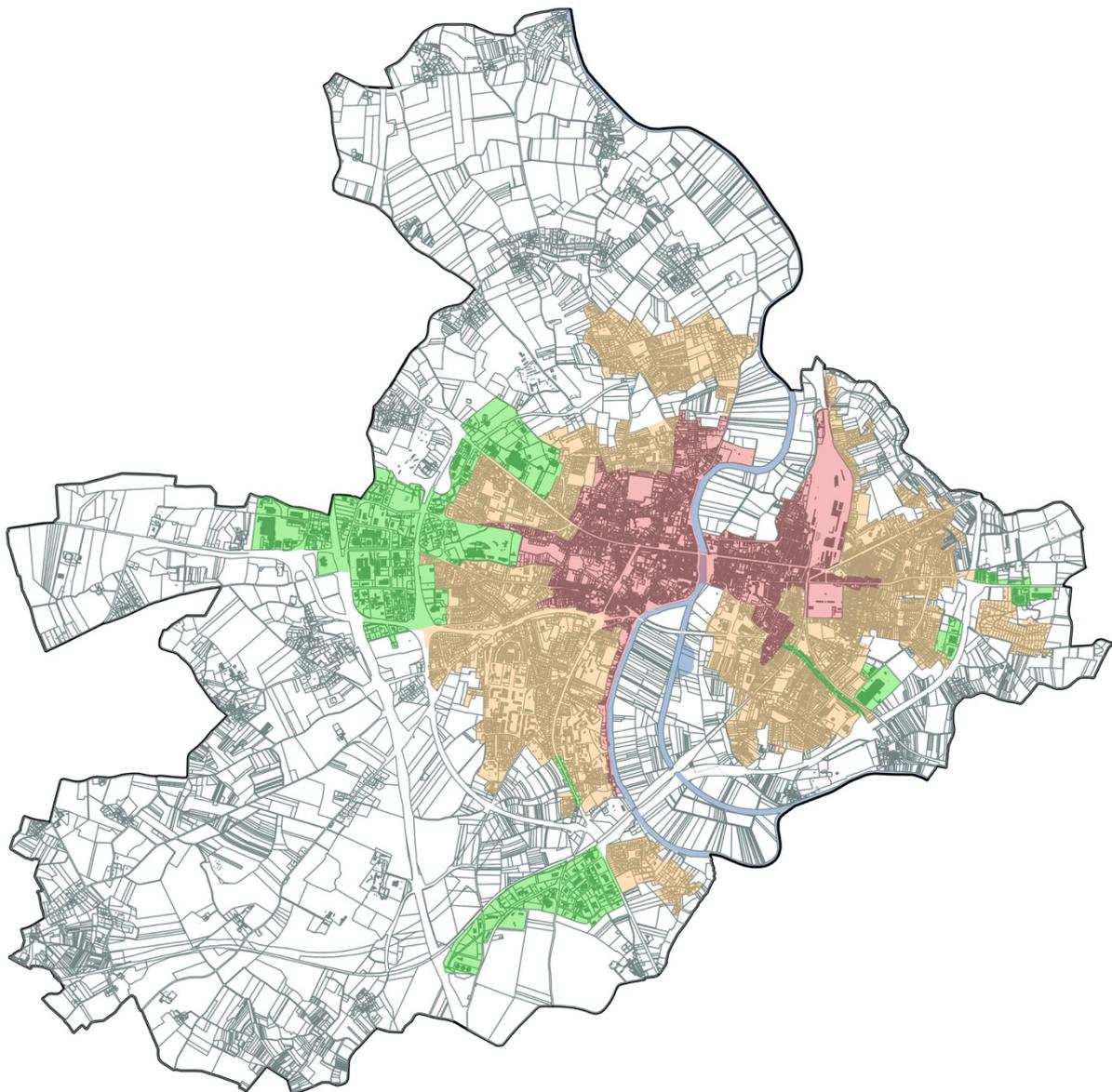
Enfin, la publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est règlementée dans les mêmes conditions qu'en ZP1 et ZP2. Cette règlementation locale découle de la réflexion de la commune sur l'aménagement et l'impact du mobilier urbain dans l'espace public. L'objectif de ces règles est donc de trouver un juste équilibre entre la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie et la protection des paysages.

L'ensemble des publicités et préenseignes, excepté le mobilier urbain, conformément à la règlementation nationale, est soumise à la plage d'extinction nocturne. Les publicités et préenseignes, sont soumises à la plage d'extinction nocturne entre 23h et 6h00. Cette règle locale a pour but de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs lumineux.

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la règlementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement<sup>43</sup>.

Les différentes zones sont délimitées sur les cartes ci-dessous :

## Zonage du Règlement Local de Publicité applicable aux publicités et préenseignes sur la commune de Saintes



### Légende

- ZP1 : Site Patrimonial Remarquable
- ZP2 : Zones à vocation principales d'habitat et d'équipements
- ZP3 : Zones d'activités et axes (Rue Dr. Jeanen totalité et Avenue John-Fitzgerald Kennedy en partie)

N



0 750 1500 m



## 2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Afin de prendre en compte les besoins du territoire et les problématiques paysagères de celui-ci, le zonage choisi pour les enseignes définit 3 zones d'enseignes identiques que pour les publicités et préenseignes :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le Site Patrimonial Remarquable du cœur de ville.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les zones à vocation principale d'habitat et d'équipements.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les zones d'activités ainsi que la rue du Dr. Jean et l'Avenue John Fitzgerald Kennedy (de la rue des Charriers jusqu'à la rue des Œillets).

En ZP1 et ZP2, la collectivité a souhaité interdire :

- Les enseignes sur les arbres et plantations ;
- Les enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Les enseignes défilantes et numérique (excepté pour les services d'urgence et pharmacie) ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

L'objectif de ces règles est d'interdire l'implantation de dispositifs peu qualitatifs sur les espaces les plus sensibles de la commune et de maintenir l'état actuel du territoire sur ces secteurs.

Les enseignes sur auvent ou marquise sont autorisées sur l'ensemble du territoire si leur hauteur n'excède pas 0,40 mètre et si elles sont réalisées au moyen de lettres ou signes découpés pour privilégier une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs sur la commune.

En ZP1 (SPR), la collectivité a choisi d'encadrer les enseignes parallèles au mur afin que leur implantation soit respectueuse des bâtiments sur lesquels elles sont installées. Les enseignes parallèles doivent se limiter à signaler le logo, la nature du commerce, le nom ou la raison sociale du commerçant. Elle doit être réalisée en lettres ou signes découpés, fixées directement sur la façade ou sur un rail.

L'implantation des enseignes parallèles au mur doit se faire en dessous des allèges des baies du 1<sup>er</sup> niveau au-dessus du rez-de-chaussée pour les activités exercées en rez-de-chaussée. La réglementation des enseignes parallèles au mur est mise en cohérence avec le règlement de la ZPPAUP de Saintes. Les enseignes parallèles au mur sont limitées à 0,30 mètre de hauteur maximum<sup>39</sup>. Une activité s'exerçant en rez-de-chaussée ne peut apposer son enseigne que dans les baies, au-dessus des baies ou sur un montant de maçonnerie.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par activité. La saillie de ces enseignes est limitée à 0,80 mètre maximum. Ces règles sont valables pour l'ensemble du territoire. En ZP1 (SPR), la hauteur des enseignes perpendiculaires au mur ne doit pas dépasser 0,80 mètre et, sauf incompatibilité,

<sup>39</sup> Voir règlement d'AVAP, articles 2.2.15 à 2.2.18 des secteurs 1 « Noyau historique », 2 « Quartiers périphériques » et 5 « Saint-Aygulf », dudit règlement.

leur implantation doit se faire dans l'alignement des enseignes parallèles au mur afin de respecter les lignes architecturales des bâtiments sur lesquels elles sont installées.

L'objectif de ces règles est de ne pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées et valoriser ce secteur à forte dominance patrimoniale. La collectivité souhaite donc privilégier des enseignes qualitatives sur ces espaces.

Toujours dans le but de préserver son patrimoine, la collectivité a choisi d'interdire les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol en ZP1 (SPR). Cependant, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol inférieures ou égales à un mètre carré sont autorisées. Ces enseignes sont limitées à une par voie bordant l'activité et 1,20 mètre de hauteur maximum sur l'ensemble du territoire excepté en ZP3 (zones d'activités et axes) où ces dernières sont limitées à 2 par voie bordant l'activité. Cette réglementation a pour but de limiter leur nombre et leur implantation anarchique sur le territoire.

Les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol installées en ZP2 sont limitées à 2m<sup>2</sup> et 2m de hauteur. Ces dispositifs ayant un impact similaire aux publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, la collectivité a souhaité favoriser une harmonisation de traitement pour ces dispositifs. Ces enseignes ne peuvent être cumulées avec une enseigne sur clôture. L'objectif est de limiter l'impact de ces dispositifs dans des secteurs peu soumis à la pression publicitaire. En ZP3 (zones d'activités et axes), ces enseignes sont limitées à 6m<sup>2</sup> et 6m de hauteur au sol afin de limiter l'impact de ces enseignes tout en tenant compte des besoins des acteurs économiques locaux.

Quant aux enseignes scellées au sol elles sont autorisées dans l'ensemble du territoire dans la limite d'une seule par voie bordant l'activité et doivent être réalisées au moyen de lettres ou signes découpés lorsqu'elles sont installées sur clôture aveugle. Les enseignes apposées sur la clôture d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la clôture de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés. Cette réglementation a pour but d'encadrer des dispositifs actuellement non réglementés au niveau local et/ou nationale.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 23 heures et 6 heures pour harmoniser et préserver le paysage nocturne. En ZP3, les enseignes numériques sont autorisées uniquement si elles sont parallèles au mur dans la limite d'une seule par activité et 2 mètres carrés maximum.

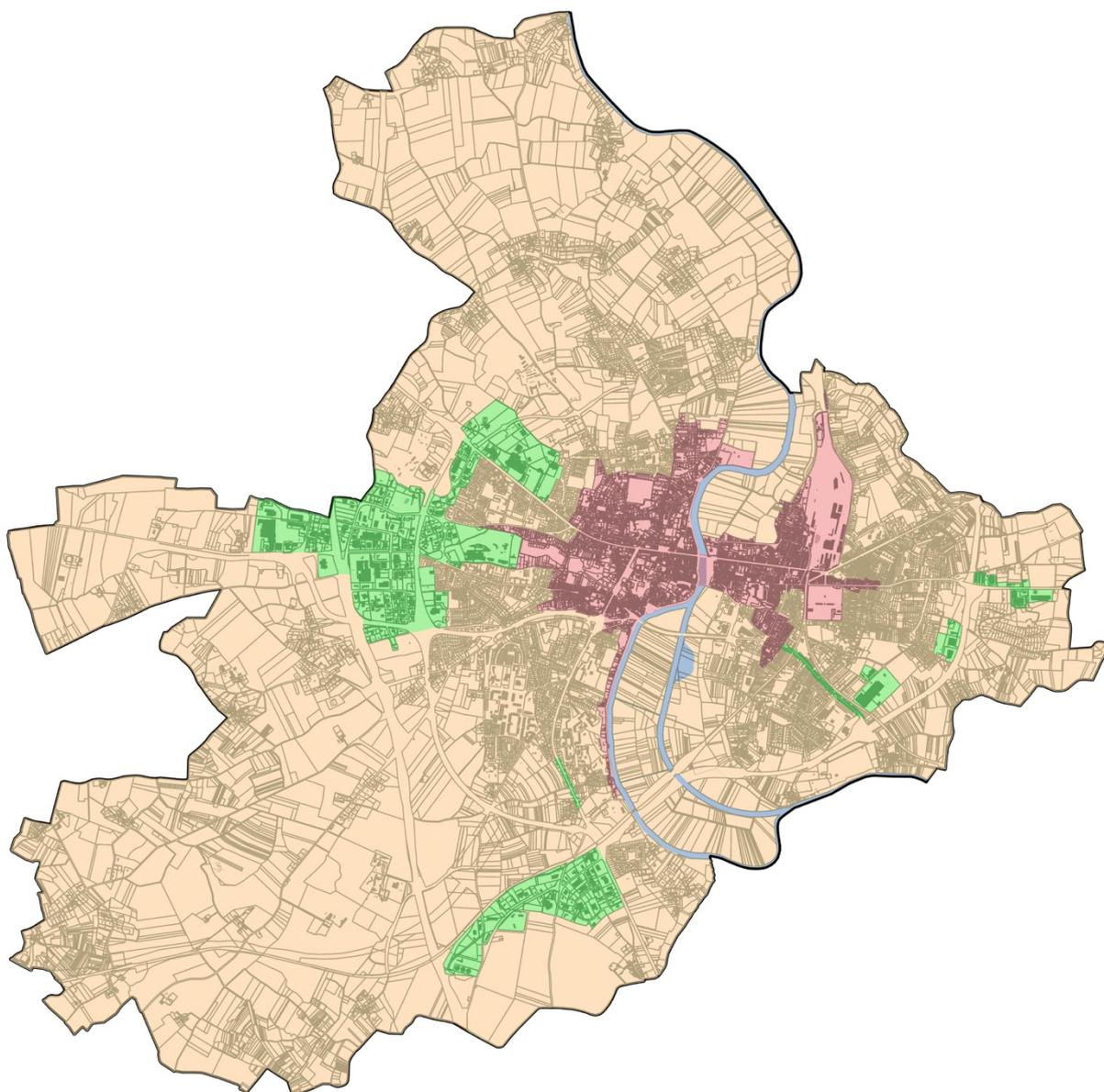
La commune a également réglementé les enseignes hors agglomération. En effet, les enseignes implantées hors agglomération sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes installées en ZP2 pour mettre en valeur le patrimoine naturel de la commune.

L'ensemble de ces règles ont été établies de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité

des acteurs économiques locaux.

Les différentes zones sont délimitées sur les cartes ci-dessous :

### Zonage du Règlement Local de Publicité applicable aux enseignes sur la commune de Saintes



#### Légende

- ZP1 : Site Patrimonial Remarquable
- ZP2 : Zones à vocation principales d'habitat et d'équipements et espaces hors agglomération
- ZP3 : Zones d'activités et axes (Rue Dr. Jeanen totalité et Avenue John-Fitzgerald Kennedy en partie)

N



0 750 1500 m

