

Service Eau Risques Environnement Forêt

**COMMUNAUTE DE COMMUNES
Station des Rousses**

**ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL**

prescrite par délibération du conseil communautaire du 8 juillet 2020

PORTER A CONNAISSANCE

**Article L.581-14-1 du Code de l'environnement
Article L.132-2 du Code de l'urbanisme**

Table des matières

1) LA RÉFORME DES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ.....	3
1.1) Procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunale (RLPi) de la Communauté de communes Station des Rousses.....	3
1.2) Objectifs d'un règlement local de publicité intercommunal.....	6
1.3) Le contenu d'un RLPi.....	6
2) LES SITES SENSIBLES ET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	6
2.1) Les sites sensibles de l'article L.581-4 du Code de l'environnement.....	6
2.2) Les sites sensibles de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.....	7
2.3) Les zones à protéger espaces boisés classés de l'article R 581-30 du Code de l'environnement.....	8
2.4) Les zones concernées par un Plan de Prévention des Risques d'Inondation (PPRI).....	8
3) LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITE PAR UN RLP.....	9
3.1) Sur les palissades de chantier.....	9
3.2) Publicité effectuée en exécution d'une décision.....	9
4) DISPOSITIONS APPLICABLES À LA PUBLICITÉ LUMINEUSE.....	9
5) L’AFFICHAGE D’OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS.....	9
6) RAPPORT DE COMPATIBILITE DU RLPI AVEC LA CHARTE PNR DU HAUT-JURA.....	9
7) LES DÉFINITIONS ET PRESCRIPTIONS DU CODE DE LA ROUTE.....	10
7.1) Définition de l'agglomération.....	10
7.2) Autorité fixant les limites de l'agglomération.....	10
7.3) Prescriptions du code de route relatives aux publicités enseignes et pré-enseignes.....	10
8) UTILISATION DU DOMAINE PUBLIC ET DISPOSITIFS PUBLICITAIRES.....	10
8.1) Les autorisations de voirie.....	10
8.2) Les règlements de voirie.....	10
8.3) Accessibilité de la voirie aux Personnes à Mobilité Réduite (PMR).....	10
9) LES ENTRÉES DE VILLE (ARTICLE L.111-6 ET SUIVANTS CODE URBANISME).....	11
9.1) Les routes à grande circulation.....	11
9.2) Marges définies à l'article l'article L.111-6 et suivants et règlement local de publicité.....	11

Préambule

La Communauté de communes Station des Rousses, établissement public de coopération intercommunale (EPCI), non compétente en matière d'élaboration de documents de planification mais disposant de la compétence optionnelle « Élaboration, suivi, révision et mise en œuvre d'un règlement intercommunal sur la publicité au sein d'un groupe de travail intercommunal », a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) par délibération en date du 8 juillet 2020. Ce territoire possède actuellement des Règlements Locaux de Publicité (RLP) dits de 1^{ère} génération. Ceux-ci ci seront caducs au 14 juillet 2022.

Règlement local de publicité

Les articles 36 à 50 de la loi dite « Grenelle 2 » n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ont modifié en profondeur le régime concernant la publicité, les enseignes et pré-enseignes définies au Code de l'environnement. Désormais, en agglomération, les règlements locaux (article L 581-14 du Code de l'environnement) ne pourront qu'être plus restrictifs que le règlement national et leur élaboration est sensiblement identique à celle des plans locaux d'urbanisme.

Document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal, un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. Les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) peuvent instaurer, dans des zones définies, des règles plus restrictives que la réglementation nationale, dans le cadre d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi). Actuellement, en présence d'un RLP(i), c'est au maire uniquement que reviennent les compétences d'instruction de dossier et de police.

A compter du 1^{er} janvier 2024 (article 17 de la loi du 22 août 2021 climat et résilience), sous réserve d'adoption en loi de finances de dispositions compensant les charges résultant, pour les collectivités concernées, des compétences transférées, ces compétences pourront être transférées au président de l'établissement public de coopération intercommunale dans les conditions et selon les modalités prévues à l'article L. 5211-9-2 du code général des collectivités territoriales. Les maires disposeront toutefois de la possibilité de s'opposer à ce transfert et le président de l'EPCI pourra renoncer à ce que les pouvoirs de police spéciale des maires des communes membres lui soient transférés de plein droit, dans des conditions exposées au III de l'article L.5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la loi du 22 août 2021.

Toutes les enseignes sont soumises à autorisation lorsqu'il existe un RLP (i).

Le RLPi est annexé au plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) s'il existe.

1) LA RÉFORME DES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ

1.1) Procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunale (RLPi) de la Communauté de communes Station des Rousses.

Procédure semblable à la procédure PLU

En application des dispositions de l'article L.581-14-1 du Code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue à l'article L.154-45 et des dispositions transitoires de l'article du chapitre IV du titre VII du Code de l'urbanisme.

La procédure se déroule de la manière suivante :

1) Prescription

Le RLPi est élaboré en collaboration avec les communes membres de l'EPCI. L'organe délibérant de l'EPCI

arrête les modalités de cette collaboration après avoir réuni une conférence intercommunale rassemblant, à l'initiative de son président, l'ensemble des maires des communes membres.

Une délibération du conseil communautaire prescrit l'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité intercommunal, en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation (L 103-2 et suivants du code de l'urbanisme). Celle-ci a été prise le 8 juillet 2020.

Elle doit être notifiée :

- au préfet,
- au président du Conseil régional,
- au président du Conseil départemental,
- au président de l'établissement public compétent en matière de SCoT : SCot du Haut-Jura,
- au président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- au président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat,
- au président de l'organisme de gestion du parc naturel régional,
- à la Chambre de commerce et d'industrie ,
- à la Chambre des métiers,
- à la Chambre d'agriculture.

La délibération doit être affichée pendant un mois au siège de l'EPCI et dans chacune des mairies des communes membres.

La mention de cette décision doit être insérée dans un journal diffusé dans l'ensemble du département : elle comporte le ou les lieux où la délibération peut être consultée en caractères apparents, indique les objectifs de l'établissement public compétent, et la concertation envisagée.

La communauté de communes comporte une commune de plus de 3500 habitants : Les Rousses. En conséquence, la publication dans le recueil des actes administratifs est nécessaire pour cette commune.

2) Élaboration

Le président de l'EPCI conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal en associant les personnes publiques associées visées en 1.

En plus des personnes publiques associées, les présidents des établissements publics de coopération intercommunale voisins, les maires des communes voisines, sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité intercommunal, en application de l'article L.153-17 du Code de l'urbanisme.

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

La communauté de communes met au point son projet de règlement dans le respect des modalités de concertation annoncées par le conseil communautaire.

Le conseil communautaire débat des orientations générales du projet de RLP par rapport aux objectifs définis. Ces orientations doivent également faire l'objet d'un débat au sein des conseils municipaux. Ces débats doivent avoir lieu, au plus tard, deux mois avant l'examen du projet (arrêt). S'il n'est pas prévu de délibérations, il convient toutefois, d'acter par un procès verbal ou compte rendu que le débat sur les orientations du projet a bien eu lieu.

3) Arrêt

Au terme de la phase d'élaboration, le conseil communautaire tire le bilan en particulier de la concertation et arrête le projet de règlement local de publicité intercommunal.

Le projet de RLPi doit être alors transmis pour avis attendu dans un délai de 3 mois, aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements

publics de coopération intercommunale directement intéressés.

L'État produit un avis qui confirme la prise en compte par le projet de règlement, des contraintes réglementaires. À défaut d'avis dans un délai de 3 mois, cet avis est réputé favorable.

Le projet de règlement arrêté par la communauté de communes est soumis pour avis à la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS prévue par les articles R.341-16 et suivants). Cette commission donne un avis au plus tard trois mois après la transmission du projet de règlement ; à défaut, cet avis est réputé favorable.

Le Président de la collectivité intéressée par le projet siège à cette commission départementale et dispose d'une voix délibérative.

4) Enquête publique

Le projet arrêté de règlement local de publicité intercommunal est soumis à enquête publique organisée par le président de l'EPCI. Le dossier soumis à l'enquête comprend en annexe, les avis des personnes publiques associées consultées et l'avis de la CDNPS.

Le RLPi est éventuellement modifié pour tenir compte des avis et des conclusions de l'enquête publique.

En cas d'élaboration d'un RLPi concomitamment avec un PLUi, les deux projets peuvent faire l'objet d'une enquête unique.

5) Approbation

Après l'enquête publique et après avoir réuni une conférence intercommunale rassemblant l'ensemble des maires des communes membres, le conseil communautaire approuve par délibération le règlement local de publicité intercommunal à la majorité des suffrages exprimés, en tenant compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire ou de la commission d'enquête.

La délibération du conseil communautaire qui approuve le règlement local de publicité intercommunal est affichée pendant un mois au siège de la communauté de communes et dans les mairies des communes membres.

La mention de cette décision doit paraître en caractères apparents, dans un journal diffusé dans l'ensemble du département.

Le règlement local de publicité intercommunal, une fois approuvé, doit, le cas échéant, être annexé au plan local d'urbanisme intercommunal, par arrêté du président de la communauté de communes.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 153-21 du Code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition du public sur le site internet de la communauté de communes.

1.2) Objectifs d'un règlement local de publicité intercommunal

En application de l'article L.581-14 du Code de l'environnement, l'établissement public de coopération intercommunal, compétent en matière de plan local d'urbanisme, peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L.581-9 et L. 581-10 du Code de l'environnement.

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national et dans ce cadre, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation.

Rappels de la réglementation :

- La réglementation nationale en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes interdit la publicité et les pré-enseignes hors agglomération (Art. L 581-7 du Code de l'environnement) et dans les parcs naturels

régionaux (PNR) (Art. L 581-8 du Code de l'environnement). Il s'agit d'une **interdiction relative** puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP(i).

Ainsi, dans les PNR, hors agglomération à proximité des établissements commerciaux exclusifs de toute habitation (Art. L 581-7) et à l'intérieur des agglomérations (Art. L 581-8), la publicité peut être réintroduite par un RLP(i), les dispositions des RLP(i) devant être alors compatibles avec les orientations et mesures de **la charte du PNR** (Art. L 581-14).

La réintroduction de la publicité en PNR dans le cadre d'un RLP(i) **constitue une mesure d'exception (facultative)**. En tout état de cause, pour les zones où il a été décidé de réintroduire de la publicité, les prescriptions établies doivent être plus restrictives que les règles nationales et compatibles avec les orientations et mesures de la charte du PNR. En effet, la réintroduction de la publicité ne doit pas conduire à polluer visuellement et banaliser les espaces concernés, au risque de nuire gravement à l'image du label PNR. Elle doit se faire avec discernement, pour **répondre à des besoins réels d'acteurs locaux** et en recourant à des **formats aussi réduits et harmonieux que possible**. Aussi, les choix et les règles retenues dans le cadre d'un RLP(i) devront être **motivés dans le rapport de présentation** de celui-ci.

- La réglementation nationale (format, densité, interdictions...) tient compte de la taille du lieu d'implantation des dispositifs.
Selon le dernier recensement INSEE, toutes les communes du territoire de la Communauté de communes Station des Rousses ont une population inférieure à 10 000 habitants. En conséquence, ce sont donc les dispositions relatives aux communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une Unité Urbaine (UU) de plus de 100 000 habitants qui s'appliquent.

1.3) Le contenu d'un RLPi

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

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic (article R 581-73 du code de l'environnement). Il définit les orientations pour répondre aux objectifs de la communauté de communes, annoncés lors de la délibération de prescription, notamment de densité, d'harmonisation, et explique et justifie les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Les limites d'agglomérations (voir § 7.2) doivent être vérifiées afin de bien définir les zones de publicités restreintes qui doivent être à l'intérieur des secteurs agglomérés. Les arrêtés des maires portant sur la définition de l'agglomération, sont éventuellement mis à jour.

La partie réglementaire (article R 581-74 du code de l'environnement) comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L.581-9 ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R.581-66 et R.581-77 et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

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

Le ou les documents graphiques peuvent mieux caractériser les zones de publicité restreintes définies par le règlement local de publicité intercommunal et font apparaître les zones et, le cas échéant, les périmètres identifiés par le règlement local de publicité. Ces documents constituent des annexes au règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

2) LES SITES SENSIBLES ET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Concernant les sites patrimoniaux remarquables, les sites classés ou inscrits et les immeubles classés ou inscrits ainsi que leur protection au titre des abords, il y a lieu de consulter l'atlas des patrimoines :

<http://atlas.patrimoines.culture.fr/atlas/trunk/>

2.1) Les sites sensibles de l'article L.581-4 du Code de l'environnement

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

- 1°) Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- 2°) Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- 3°) Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles.
- 4°) Sur les arbres.

2.1.1) Seule la commune de Lamoura est concernée par le **1° de l'article L 581-4 du Code de l'environnement** :

- Immeuble classé : Ferme à la vie du lac.

2.2) Les sites sensibles de l'article L.581-8 du Code de l'environnement

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-8-I du Code de l'environnement qui stipule qu'à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

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

2.2.1) la communauté de communes est concernée par le **1° de l'article L 581-8 du Code de l'environnement** :

- Immeuble classé : Ferme à la vie du lac.

Cette protection s'applique aux abords délimités du monument historique classé ou inscrit situé dans la commune mentionnée au 2.1.1.

2.2.2) la communauté de communes est concernée par le **3° de l'article L 581-8 du Code de l'environnement** :

- Toutes les communes sont intégrées dans le Parc Naturel Régional du Haut-Jura

2.2.3) la communauté de communes est concernée par le **8° de l'article L581-8 du Code de l'environnement** : (carte des sites Natura 2000)

Concernant les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales, il y a lieu de consulter :

<https://cartes.ternum-bfc.fr/?config=apps/dreal-bourgogne-franche-comte/carte-generaliste-bfc.xml>

COMMUNES	Site Natura 2000,	INTITULÉ DES ZONAGES ENVIRONNEMENTAUX
Bois d'Amont Les Rousses	ZPS et ZSC	Vallée de l'Orbe
Bois d'Amont Les Rousses	ZPS et ZSC	Massif du Risoux
Lamoura Prémanon	ZPS et ZSC	Forêt du Massacre
Lamoura Prémanon	ZSC	la Combe du Lac

2.3) Les zones à protéger espaces boisés classés de l'article R 581-30 du Code de l'environnement.

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

- 1° dans les espaces boisés classés en application de l'article L.113-1 du Code de l'urbanisme ;
- 2° dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur le plan local d'urbanisme.

2.4) Les zones concernées par un Plan de Prévention des Risques d'Inondation (PPRI)

Aucune commune n'est concernée.

3) LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITES PAR UN RLP

3.1) Sur les palissades de chantier

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

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

3.2) Publicité effectuée en exécution d'une décision

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

4) DISPOSITIONS APPLICABLES À LA PUBLICITÉ LUMINEUSE

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

Elle est donc interdite sur le territoire de la Communauté de communes Station des Rousses.

Les publicités éclairées par projection ou transparence sont traitées comme la publicité non lumineuse sauf concernant les heures d'extinction.

La loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets permet que le RLP, désormais, définisse des prescriptions en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses concernant les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (nouvel article L 581-14-4 du Code de l'environnement).

5) L’AFFICHAGE D’OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS

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

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

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

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

Si le maire ne prend pas d'arrêtés relatifs aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, sera amené à déterminer le ou les emplacements nécessaires. Cependant, l'arrêté préfectoral cessera de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements.

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

6) RAPPORT DE COMPATIBILITE DU RLPI AVEC LA CHARTE PNR DU HAUT-JURA

Les dispositions du RLPI devront être compatibles avec les orientations et mesures de la charte du PNR du Haut-Jura adoptée par le décret n° 2011-359 du 1^{er} avril 2011 (page 105 et 128), qui visent :

- à faire respecter par une implication soutenue, la législation sur la publicité et la signalisation afin d'éviter leur prolifération, synonyme de banalisation et de dégradation paysagère,
- à mettre en place un système d'évaluation de l'extension géographique des secteurs où l'encadrement de la publicité et de la signalisation est conduit par les collectivités et le Parc.

7) LES DÉFINITIONS ET PRESCRIPTIONS DU CODE DE LA ROUTE

7.1) Définition de l'agglomération

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

7.2) Autorité fixant les limites de l'agglomération

Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire en application de l'article R.411-2 et sont représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité intercommunal.

7.3) Prescriptions du code de route relatives aux publicités enseignes et pré-enseignes

En application des articles R.418-1 à R.418-9 du Code de la route, complétés par :

- l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et pré enseignes hors agglomération du 17 janvier 1983 ;
- l'arrêté ministériel du 30 août 1977 aux conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou réfléchissants ;
- l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation routière.

La publicité, les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes peuvent être interdites sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, lorsqu'elles en sont visibles dans l'intérêt de la sécurité routière.

8) UTILISATION DU DOMAINE PUBLIC ET DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

8.1) Les autorisations de voirie

Selon les dispositions de l'article L.113-2 du Code de la voirie routière, en dehors des cas prévus aux articles L.113-3 à L. 113-7 et de l'installation par l'État des équipements visant à améliorer la sécurité routière, l'occupation du domaine public routier n'est autorisée que si elle a fait l'objet, soit d'une permission de voirie dans le cas où elle donne lieu à emprise, soit d'un permis de stationnement dans les autres cas. Ces autorisations sont délivrées à titre précaire et révocable.

8.2) Les règlements de voirie

Les règlements de voirie peuvent comporter des prescriptions sur la publicité et les enseignes lorsque une installation est prévue en surplomb du domaine public routier.

8.3) Accessibilité de la voirie aux Personnes à Mobilité Réduite (PMR)

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

Les aménagements destinés à assurer aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, et aux personnes à mobilité réduite l'accessibilité des voies publiques ou privées ouvertes à la circulation publique et des autres espaces publics doivent satisfaire aux caractéristiques techniques définies dans le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 et l'arrêté ministériel du 15 janvier 2007. Ces textes précisent notamment qu'un cheminement doit avoir une largeur minimale de 1,40m libre de mobilier ou de tout autre obstacle éventuel et que cette largeur peut toutefois être réduite à 1,20 mètre en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.

Ainsi l'implantation de tout dispositif publicitaires sur domaine public devra satisfaire au plan de mise en accessibilité de la voirie et des aménagements des espaces publics.

9) LES ENTRÉES DE VILLE (ARTICLE L.111-6 ET SUIVANTS CODE URBANISME)

9.1) Les routes à grande circulation

Selon les dispositions de l'article L.111-6 et suivants du Code de l'urbanisme, en dehors des espaces urbanisés des communes, les constructions ou installations sont interdites dans une bande de cent mètres de part et d'autre de l'axe des autoroutes, des routes express et des déviations au sens du code de la voirie routière et de soixante-quinze mètres de part et d'autre de l'axe des autres routes classées à grande circulation. La liste des routes à grande circulation est fixée par le décret 2010- 578 du 31 mai 2010.

tableau des routes à grande circulation communes traversant la communauté de communes

Voie RGC	Tronçons
RN 5	axe Poligny/Les Rousses

9.2) Marges définies à l'article l'article L.111-6 et suivants et règlement local de publicité

Dans l'hypothèse où l'une des communes souhaiterait s'affranchir de la marge de recul définie à l'article L.111-6 et suivants du Code de l'urbanisme, la démarche de projet urbain nécessaire à la mise en œuvre des nouvelles règles à inclure dans le document d'urbanisme devra intégrer une réflexion sur la publicité, les enseignes et les pré-enseignes. La modification (ou révision) du document d'urbanisme devra s'accompagner d'une modification (ou révision) du règlement local de publicité. L'élaboration et l'approbation des dispositions d'urbanisme et du règlement local de publicité devront faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.

9.3) Prescriptions et éléments du SCoT concernant la publicité extérieure

- Dans le DOO, quelques prescriptions et recommandations sont à relever, telles que :

« La mise en œuvre du SCoT fera des entrées de villes et de villages des secteurs prioritaires pour l'amélioration de la qualité paysagère des aménagements » (page 35).

« Il est recommandé aux communes et intercommunalités de veiller à l'intégration paysagère et à la sobriété des mobiliers urbains. » (page 36).

« Les collectivités pourront mettre en œuvre des chartes d'enseignes et de façades en particulier dans les secteurs de centralités commerciales afin d'assurer une cohérence architecturale, urbaine et paysagère des locaux commerciaux » (page 8).

Les règlements de publicité intercommunaux doivent être annexés aux documents d'urbanisme locaux. Ils comprennent des prescriptions relatives à l'intégration paysagère, urbaine et architecturale des supports à la signalétique d'intérêt local (SIL) (page 8).

- Dans le document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC), on peut noter :
 - le document recommande la mise en place d'une charte d'enseignes et de façades coconstruite avec les commerçants.

- Dans le projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD), on peut noter :
 - valoriser les paysages ordinaires du cadre de vie, condition de l'attractivité du territoire...
 - supprimer les pollutions visuelles induites par la publicité grâce à une approche et une harmonisation intercommunales, voire intercommunautaires, de la signalétique locale.