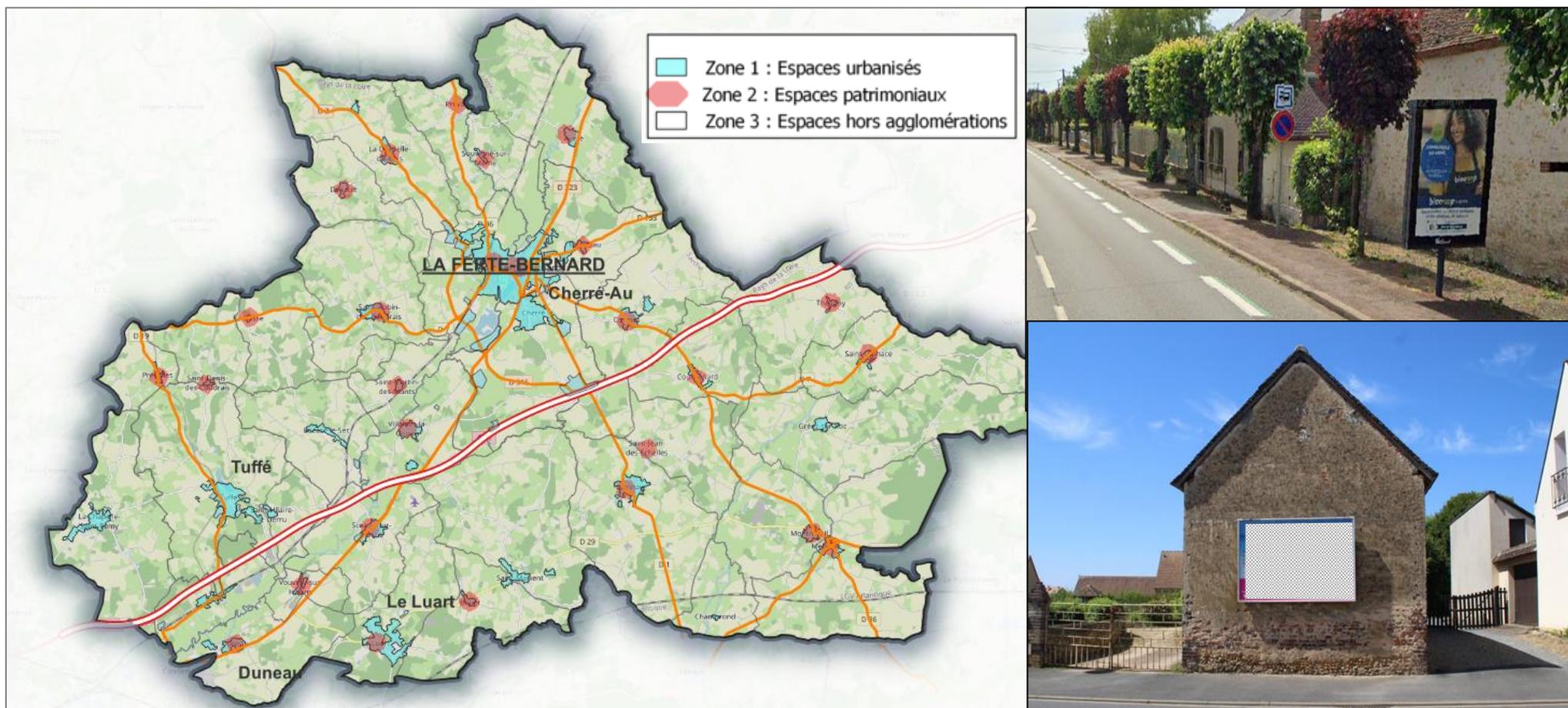


Règlement écrit

Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

Communauté de Communes de l'Huisne Sarthoise



Introduction	3
1. Les 3 catégories de dispositifs publicitaires réglementés	3
2. Les 3 zones du RLPI	4
I. Zone 1 et 2 : Agglomération et espaces patrimoniaux.....	6
1. Les publicités et préenseignes.....	6
A. Les autorisations en zone d’agglomération et patrimoniales	7
B. Les principales interdictions en zone d’agglomération et patrimoniales.....	8
2. Les enseignes.....	9
A. Les autorisations en zone d’agglomération et patrimoniales	9
B. Les principales interdictions en zone d’agglomération	13
II. Zone 3 – Hors agglomération.....	14
1. Les 3 dispositifs autorisés hors agglomération	14
A. Les enseignes : règles identiques à la zone agglomérée	14
B. Les préenseignes dérogatoires : favoriser la vie locale	14
C. Les enseignes et préenseignes temporaires : exposer les événements et opérations locales	15
2. Les principales interdictions hors agglomération	17
LEXIQUE	18

Introduction

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) a pour objet l'adaptation de la Règlementation Nationale de Publicité extérieure (RNP) aux enjeux et spécificités du territoire

Il s'applique sur les 33 communes de la Communauté de Communes de l'Huisne Sarthoise.

La communauté de communes relève des dispositions applicables aux agglomérations de **moins de 10 000 habitants**.

Ce cadre limite ainsi fortement les possibilités d'annonces, notamment en matière de publicité.

1. Les 3 catégories de dispositifs publicitaires réglementés

Le RLPi réglemente 3 types de dispositifs publicitaires : la publicité, les préenseignes et les enseignes.

Ces 3 supports **se distinguent par leur fonction et leur implantation**. Dans chaque famille, les dispositifs peuvent prendre des formes multiples.

Les préenseignes relèvent du régime de la publicité.



1) Schéma des 3 familles de dispositifs publicitaires réglementés par le RLPi.

C'est l'information donnée et l'implantation qui permet de les distinguer, car au sein de chaque typologie, il existe une diversité de formes

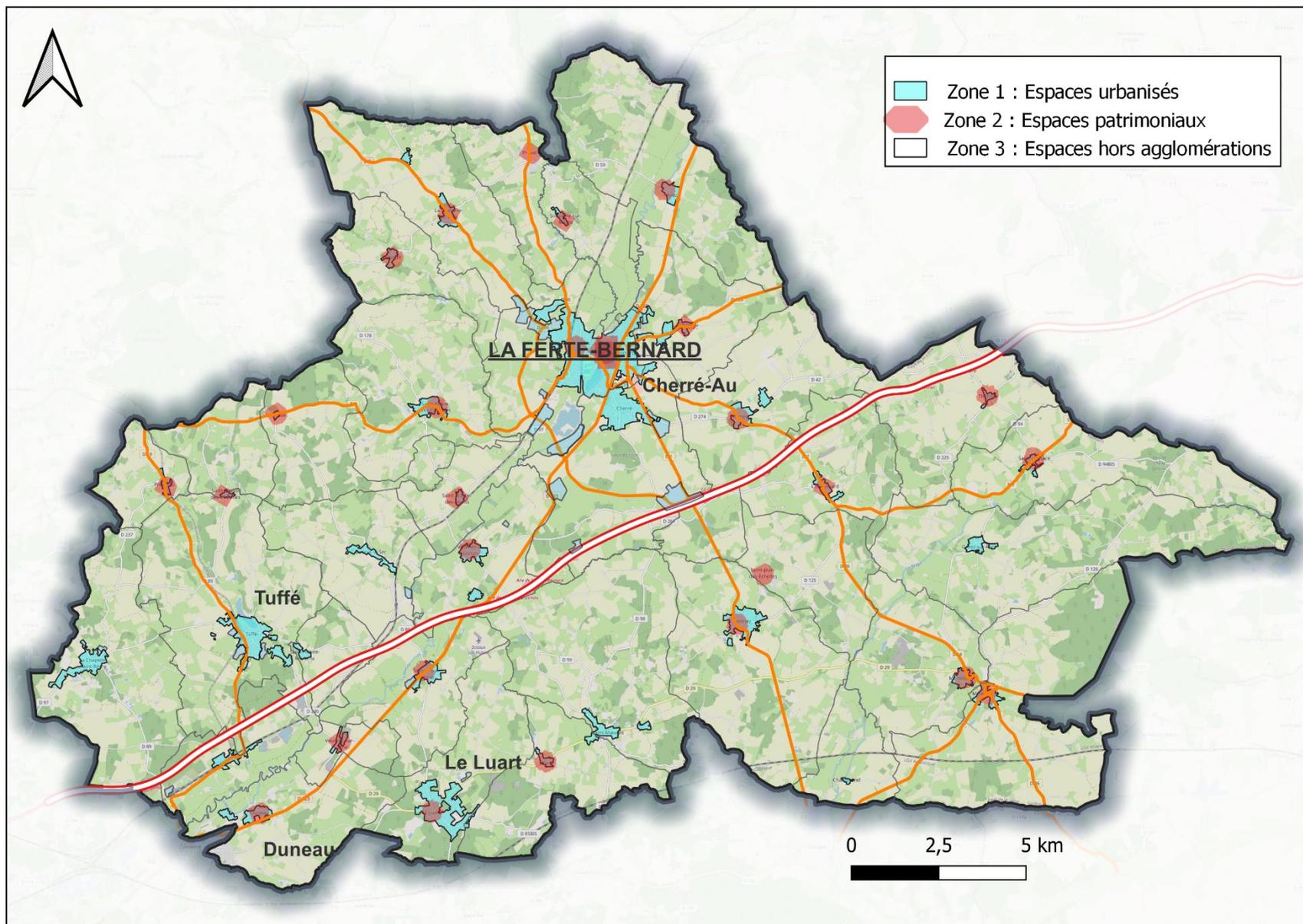
2. Les 3 zones du RLPi

Ce règlement distingue 3 zones sur le territoire intercommunal :

- ❖ **Zone 1 – AGGLOMERATION** : les espaces urbains, à l'intérieur de constructions groupées.
C'est la zone où les possibilités sont les plus larges. Les publicités murales et sur mobilier urbain sont notamment autorisées mais pas sur pied.
- ❖ **Zone 2 – PATRIMONIALE** : les espaces couverts par un périmètre de protection du patrimoine situés en agglomération.
Il s'agit donc des abords des 18 monuments historiques et des 2 Sites Patrimoniaux Remarquables, situés de surcroît à l'intérieur des bâtiments groupés.
Si les élus ont souhaité ouvrir à la publicité les périmètres protégés par l'Architecte des Bâtiments de France, le code de l'environnement exige toujours qu'ils soient en agglomération.
- ❖ **Zone 3 – HORS AGGLOMERATION** : les espaces situés hors des immeubles rapprochés. Les panneaux routiers ne sont pas suffisants pour considérer l'espace comme en agglomération.
Ces espaces majoritairement ruraux couvrent la majorité du territoire.
Tout y est interdit hormis les enseignes et les préenseignes dérogatoires.



2) Les panneaux routiers ne suffisent pas à eux seuls à matérialiser une agglomération, c'est un groupe de bâtiment qui caractérise une agglomération



3) Carte des 3 zones. Les espaces protégés peuvent être consultés dans les annexes du Plan Local d'urbanisme intercommunal (PLUi).

I. Zones 1 et 2 : Agglomération et espaces patrimoniaux

Cette section regroupe les règles applicables aux projets **situés à l'intérieur des espaces urbains.** .

Ces règles s'appliquent également aux périmètres de protection du patrimoine historique situés dans les agglomérations.

Il s'agit donc des **espaces urbanisés où l'on trouve les commerces et services de proximité ainsi que certaines zones d'activités avec de grandes enseignes nationales.**

Les espaces patrimoniaux couvrent tous les espaces protégés par l'Architecte des Bâtiments de France. Ces secteurs correspondent généralement aux centres anciens des bourgs et villages.

L'ouverture à la publicité de ces espaces dits « ABF » est permise par l'élaboration du RLPi.

Ces périmètres sont **consultables dans les cartes du Plan Local d'Urbanisme intercommunal**, disponibles sur le site internet de la Communauté de Communes de l'Huisne Sarthoise, ou sur « L'atlas des patrimoines des Pays de la Loire ».

Toutes les formalités déposées dans ces périmètres sont soumises à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France.

Ces 2 zones sont traitées ensemble car les règles sont majoritairement identiques. Néanmoins, **les possibilités sont parfois tempérées en zone patrimoniale** pour assurer la bonne intégration des dispositifs avec le patrimoine alentour.

1. Les publicités et préenseignes

Les possibilités d'implantation publicitaires existent en zone agglomérée et ABF. Elles sont limitées en matière de supports envisageables et de surface. Les dispositions sont donc identiques dans les 2 zones.

Les préenseignes relèvent du régime de la publicité, elles se voient ainsi appliquer les mêmes règles.

A. Les autorisations en zone d'agglomération et patrimoniale

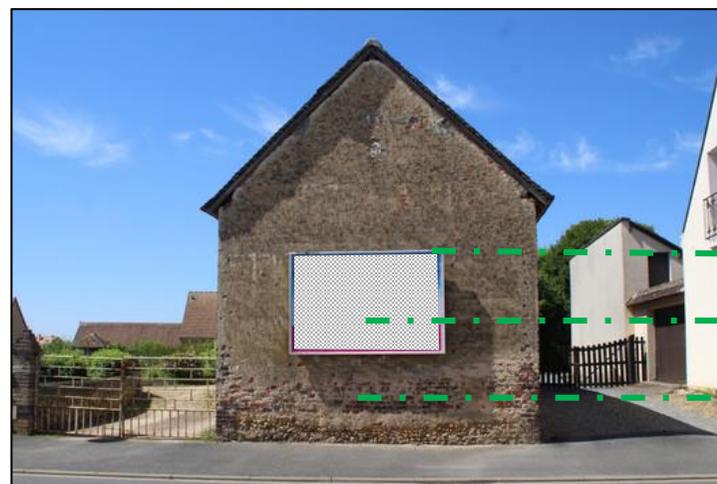
Il existe 4 possibilités d'affichage publicitaire en zone agglomérée et patrimoniale protégée.

a) La publicité murale

La publicité murale est autorisée aux conditions cumulatives suivantes :

- La façade ou le pignon doit être aveugle : ouverture de 0,5m² max ;
- La surface est limitée à **4 mètres² commerciale et 4m70 hors tout** ;
- Il est possible de disposer 2 panneaux de 4 m² ;
- Le dispositif est implanté par rapport au sol à 0,50 m minimum et maximum 6 m ;
- En zone 2 patrimoniale, une distance minimale de 25 mètres est imposée entre 2 dispositifs ;

4) Photographie d'une publicité murale respectant tous les critères de conformité



Hauteur inférieure à 6 m

Surface inférieure à 4 m²

Plus de 50 cm du niveau sol

b) La publicité de petit format sur devantures commerciales

La publicité apposée sur les vitrines du commerce est limitée aux critères cumulatifs suivants :

- 2m² au total et 10% de la devanture.
- 1m² pour tout dispositif ;

5) La publicité sur les vitrines est réduite à 2m² et 10% de la surface de la devanture



c) La publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée par le mobilier urbain est **autorisée dans la limite de 2 m² par support, à égalité de surface avec l'information communale.**

Relèvent de la notion de mobilier urbain toutes les installations implantées sur le domaine public pour la commodité des usagers, notamment les abris destinés au public, les « sucettes », les toilettes publiques.



6) Le mobilier urbain peut soutenir de la publicité murale dans la limite de 2m² par support à égalité avec la communication publique

B. Les principales interdictions en zone d'agglomération et patrimoniale

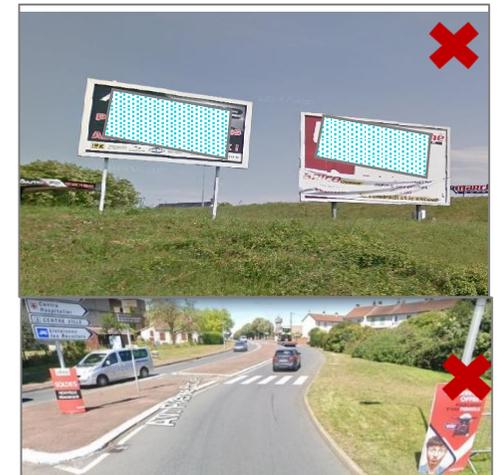
Seuls les dispositifs publicitaires prévus à la section précédente sont autorisés. Les principaux dispositifs publicitaires interdits sont listés ci-dessous :

- La publicité posée ou scellée au sol ;
 - Les bâches publicitaires ;
- 7) Photographies de panneaux publicitaires scellés au sol, interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants*

- La publicité sur les monuments historique et plantations ;
- Les clôtures non aveugles
- Les cimetières et jardins publics
- La publicité en toiture ;
- La publicité lumineuse ;

8) Photographies de publicités temporaires apposées à tort sur les panneaux routiers et l'éclairage public

La publicité sur les équipements et installations publiques : poteaux électriques, Eclairage public, signalisation routière ;



2. Les enseignes

A. Les autorisations en zone d'agglomération et patrimoniale

a) Les enseignes en façade

Les enseignes apposées sur la façade d'un établissement sont autorisées dans la limite d'une **surface cumulée de 15%**.

Ce pourcentage peut monter jusqu'à **25%** si la façade commerciale est inférieure à 50 m².

9) Photographie d'une enseigne en lettres découpées. Le pourtour coloré n'est pas comptabilisé car il est à but esthétique sans rapport avec la signalisation du lieu d'activité

Les enseignes doivent en outre respecter les conditions suivantes :

- Le dépassement des enseignes au-delà de l'égout de toit ou **acrotère** est limité à **0,25 cm** ;
- Pour les activités s'exerçant uniquement au rez-de-chaussée, les enseignes ne peuvent dépasser la limite du plancher du 1^{er} étage ;



b) Les enseignes scellées au sol

Les enseignes fixées au sol **sur l'unité foncière** sont autorisées sous réserve de respecter les conditions suivantes :

- **Un dispositif le long de chaque voie pour une surface de 3m² maximum :**
Une seule enseigne est autorisée même si sa surface est inférieure à 1m² ;
- **Hauteur maximale de 5 m ;**

10) Les enseignes sur pieds ou totem sont autorisés sur l'unité foncière



Pour les activités automobiles (garage, station-service), la surface peut être portée jusqu'à 6 m² et la hauteur maximale jusqu'à 8 m sans pouvoir excéder 1m de large.

Cette dérogation n'est pas applicable pour les activités automobiles en secteur ABF.

Il n'est donc pas autorisé de disposer de plusieurs totems ou drapeaux sur l'unité foncière, au-delà du nombre de voies bordant l'activité.



11) Les enseignes fixées au sol des activités automobiles peuvent atteindre jusqu'à 6m² et 8m de hauteur, en étant aussi limité à un seul dispositif par voie

c) Les oriflammes

Les drapeaux posés au sol durant le temps d'ouverture sont autorisés à condition de respecter les critères cumulatifs suivants :

- 2 oriflammes maximum ;
- Surface maximale : 1 m² par oriflamme ;
- Hauteur maximale :
 - o Sur l'unité foncière : 3 m ;
 - o Sur le domaine public : 1m 80 ;

Il est rappelé qu'en cas de placement sur le domaine public, une Autorisation d'occupation Temporaire est à obtenir auprès de la mairie ;

12) Photographie d'une oriflamme posée sur le domaine public durant le temps d'ouverture



d) Les chevalets publicitaires

Un présentoir par enseigne est autorisé pour une surface maximale de **0,75 m²**.

Il peut être apposé au choix :

- Sur l'immeuble d'activité ;
- Sur la terrasse d'activité ;
- Sur le domaine public : la pose est conditionnée à l'autorisation d'occupation temporaire (AOT) délivrée par la mairie ;

13) Photographie d'un porte menu implanté sur le domaine public



e) L'enseigne en bandeau

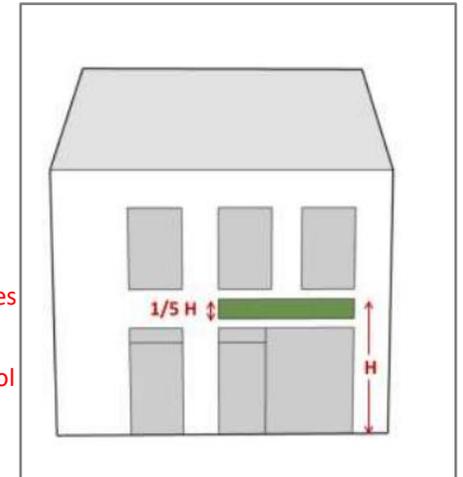
Les enseignes en bandeau sont autorisées à condition de respecter les critères cumulatifs suivants :

- Hauteur maximale de 2,35 mètres du niveau du sol et 30cm en dessous de la ligne d'appui des fenêtres du premier étage ;
- La largeur ne peut excéder $1/5^{\text{ème}}$ de la hauteur de la devanture commerciale.

14) Schéma d'implantation et de dimensions des enseignes bandeau

30 cm sous les fenêtres

2,35m du niveau du sol



f) L'enseigne perpendiculaire : « drapeau »

Les enseignes perpendiculaires au mur sont autorisées à condition de respecter les critères suivants :

- **4 dispositifs maximum pour une surface maximale cumulée de 1 m²** ;
- Saillie maximale de 80 cm : support inclus ;
- Hauteur minimale depuis le sol de 2m50 ;
- Ne peuvent être positionnées :
 - o Devant une fenêtre ;
 - o Devant un balcon ;
 - o En dépassement du mur qui la supporte ;

Lorsque l'activité s'exerce uniquement en étage ou sur un seul niveau, l'enseigne est apposée au niveau où l'activité est exercée.



15) Photographies d'enseignes drapeaux. Le cumul est autorisé dans la limite de 4 dispositifs ne dépassant pas 1m²

g) L'enseigne lumineuse

Tous les dispositifs d'enseignes autorisés peuvent être lumineux.

Ils sont autorisés mais doivent être **éteints dès la fermeture** du commerce.

Pour les activités ouvertes entre minuit et 7h du matin, l'enseigne lumineuse peut être allumée une heure avant l'ouverture mais doit être éteinte une heure après la fermeture.

h) L'enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture sont limitées à **une enseigne de 2m²**.

B. Les principales interdictions en zone d'agglomération

- Les enseignes **clignotantes** :
À l'exception des enseignes de pharmacie ou d'autres services d'urgence. L'éclairage des enseignes doit être dirigé vers le bas.
- Les enseignes installées sur toitures ou terrasses ;
- Les enseignes **numériques** ;

II. Zone 3 – Hors agglomération

Ces espaces naturels couvrent la majorité du territoire et sont fermés à la publicité par la loi. Seules les enseignes, les préenseignes dérogatoires et les préenseignes ou enseignes temporaires sont autorisées. Cela signifie qu'aucune publicité n'est apposable hors agglomération.

1. Les 3 dispositifs autorisés hors agglomération

A. Les enseignes : règles identiques à la zone agglomérée

Les activités implantées hors agglomération peuvent disposer d'enseignes dans les mêmes conditions que les activités en zone agglomérée.

Les règles pour les enseignes hors agglomération sont identiques à la zone 1 et 2, consultables aux pages 9 à 13.

B. Les préenseignes dérogatoires : favoriser la vie locale

Hors agglomération il est possible d'apposer des préenseignes pour des activités relatives à la vie du territoire. Les dispositions suivantes sont celles du Règlement National de la Publicité.

1) Les 3 activités bénéficiant du statut

Seules 3 activités relèvent du régime des préenseignes dérogatoires :

- **Les entreprises locales de fabrication et vente de produits du terroir ;**
- **Les activités culturelles** : spectacles, expositions, art, musique, patrimoine... ;
- Les monuments historiques ouverts à la visite.

2) Les caractéristiques des préenseignes dérogatoires

Les préenseignes dérogatoires devront respecter les caractéristiques suivantes :

- **Nombre : 2 dispositifs ;**
Ce nombre est porté à 4 pour les monuments historiques ouverts à la visite.
- **Taille :**
 - o **1 m de hauteur max ;**
 - o **1,5 m de largeur ;**
- **Implantation : maximum 5 km de l'activité signalée ;**
Cette limite est portée à 10km pour les monuments historiques ouverts à la visite.

16) Photographie d'une préenseigne dérogatoire d'une entreprise locale pour la vente de produits du terroir



C. Les enseignes et préenseignes temporaires : exposer les événements et opérations locales

Deux activités largement différentes bénéficient de ce régime dérogatoire. En conséquence, la durée d'implantation diffère d'un mois à 10 ans. En outre, même si elles sont toutes deux temporaires, une distinction s'opère entre les préenseignes et les enseignes. Les règles suivantes sont issues du Règlement National de Publicité.

1) Les 2 activités bénéficiant du statut d'enseigne et préenseigne temporaire

Les enseignes et préenseignes dérogatoires concernent uniquement 2 familles d'activité :

- **Les événements exceptionnels :**
 - o Manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ;
 - o Opérations exceptionnelles de moins de trois mois : comme une course sportive annuelle ou un vide grenier.

- **Les opérations immobilières et urbaines :**
 - o Opérations de lotissement ;
 - o Construction ou réhabilitation ;
 - o Vente ou location, y compris d'un fonds de commerce ;
 - o Travaux publics.

2) L'inégale durée d'installation

Les enseignes et préenseignes temporaires peuvent être installées :

- Pour les **événements exceptionnels** : **3 semaines avant et retiré 1 semaine après** ;
- Pour les **opérations immobilières et urbaines** : **la durée de l'opération, sans dépasser 10 ans** ;

3) Les caractéristiques des préenseignes et enseignes temporaires :

Les préenseignes et enseignes temporaires ne relèvent pas des mêmes règles. Il est rappelé que les enseignes sont implantés sur l'unité foncière de l'activité.

a) Pour les préenseignes temporaires

Les préenseignes temporaires devront respecter les caractéristiques suivantes :

- Nombre : 4 dispositifs ;
- Taille :
 - o 1 m de hauteur max ;
 - o 1,5 m de largeur ;

17) Photographie d'une préenseigne temporaire pour un lotissement apposée sur un mur. Les préenseignes temporaires peuvent être sur pied hors agglomération.



b) Pour les enseignes temporaires :

Les enseignes temporaires peuvent utiliser 3 dispositifs qu'il est possible de cumuler :

- Les enseignes scellées au sol : voir b) de la page 10 ;
- Les oriflammes : voir c) de la page 11 ;
- Les clôtures : voir g) de la page 13 ;

Pour les enseignes temporaires relatives aux opérations immobilières et urbaines, la surface maximale est portée à :

- Jusqu'à 12m² scellé au sol ou sur clôture ;

18) Photographie d'une enseigne temporaire informant d'une opération de lotissement, limité à 6 m²



2. Les principales interdictions hors agglomération

Hormis les 3 dispositifs présentés à la section ci-dessus, tous les dispositifs sont interdits.

Il faut tout particulièrement noter l'interdiction totale de la publicité et des préenseignes.

Les dispositifs muraux ou sur mobilier urbain autorisés en zone urbaine sont proscrits hors agglomération.

LEXIQUE

Affichage libre : Affichage d'opinion ainsi que la publicité des associations sans but lucratif.

Agglomération : espace entouré d'immeubles rapprochés. Les panneaux de signalisation ne sont pas pris en considération pour déterminer les limites de l'agglomération dans le RLPI.

Bâche de chantier : Bâche installée sur un échafaudage de travaux.

Bâche publicitaire : Bâche ayant pour unique objet l'affichage publicitaire.

Baie : Ouverture pratiquée dans une façade servant au passage, à la vue (vitrage transparent), à l'accès ou à l'aération d'une construction.

Chevalet : Petit dispositif mobile apposé sur le sol devant une boutique.

Clôture : Élément délimitant une propriété.

Enseigne : inscription apposée sur un immeuble relative à l'activité qui s'y exerce.

Enseigne en bandeau : Enseigne parallèle installée de façon horizontale en partie haute de la devanture commerciale, généralement au-dessus de la vitrine.

Mur aveugle : Mur de bâtiment ne comportant aucune baie, ou au maximum des ouvertures de 0.50m².

Enseigne perpendiculaire (enseigne drapeau) : Dispositif en saillie du mur abritant l'activité.

Affichage de petit format (ou micro-affichage) : Dispositif publicitaire apposé sur la vitrine.

Mobilier urbain : Installation implantée sur le domaine public à des fins de commodité pour les usagers.

Palissade de chantier : Clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

Préenseigne : inscription indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité.

Publicité : inscription commerciale destinée à inciter le public à adopter un comportement.

Publicité murale : Publicité installée sur un support construit.

Publicité lumineuse : Publicité illuminée.

Saillie : Élément dépassant de la façade.

Surface totale : Surface du dispositif publicitaire dans son ensemble (encadrement compris).

Surface utile : Surface de l'affiche publicitaire (encadrement non compris).