

Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

Débat sur les orientations

La définition des dispositifs visés par le code de l'environnement



ENSEIGNE

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

(article L581-3-2° du code de l'environnement)



PRÉENSEIGNE

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. (article L581-3-3° du code de l'environnement)



PUBLICITÉ

Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des 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. (article L581-3-1° du code de l'environnement)



Les pré enseignes et les publicités sont **interdites** hors agglomération

Les enjeux du RLPi



Le RLPi doit permettre de trouver le bon équilibre entre la volonté de favoriser l'essor économique local en permettant aux entreprises de se signaler et le souci de valoriser et préserver le cadre de vie.

Dans cet objectif, il participe à assurer une visibilité et valorisation de l'ensemble des acteurs économiques, touristiques et culturels notamment le commerce de proximité, tout en veillant à ce que la qualité du paysage commercial soit parfaitement intégrée dans l'environnement.

Il définit des zones spécifiques en fonction de leurs caractéristiques urbaines et au regard des enjeux paysagers, architecturaux et patrimoniaux en tenant compte des entités suivantes :

- le patrimoine naturel, forestier, agricole, réseau hydrographique,
- le patrimoine bâti et les sites protégés,
- le centre des communes et les pôles d'attraction,
- les voies structurantes et les entrées d'agglomération ou de villes,
- les zones d'activités économiques et commerciales.

Rappel des objectifs fixés

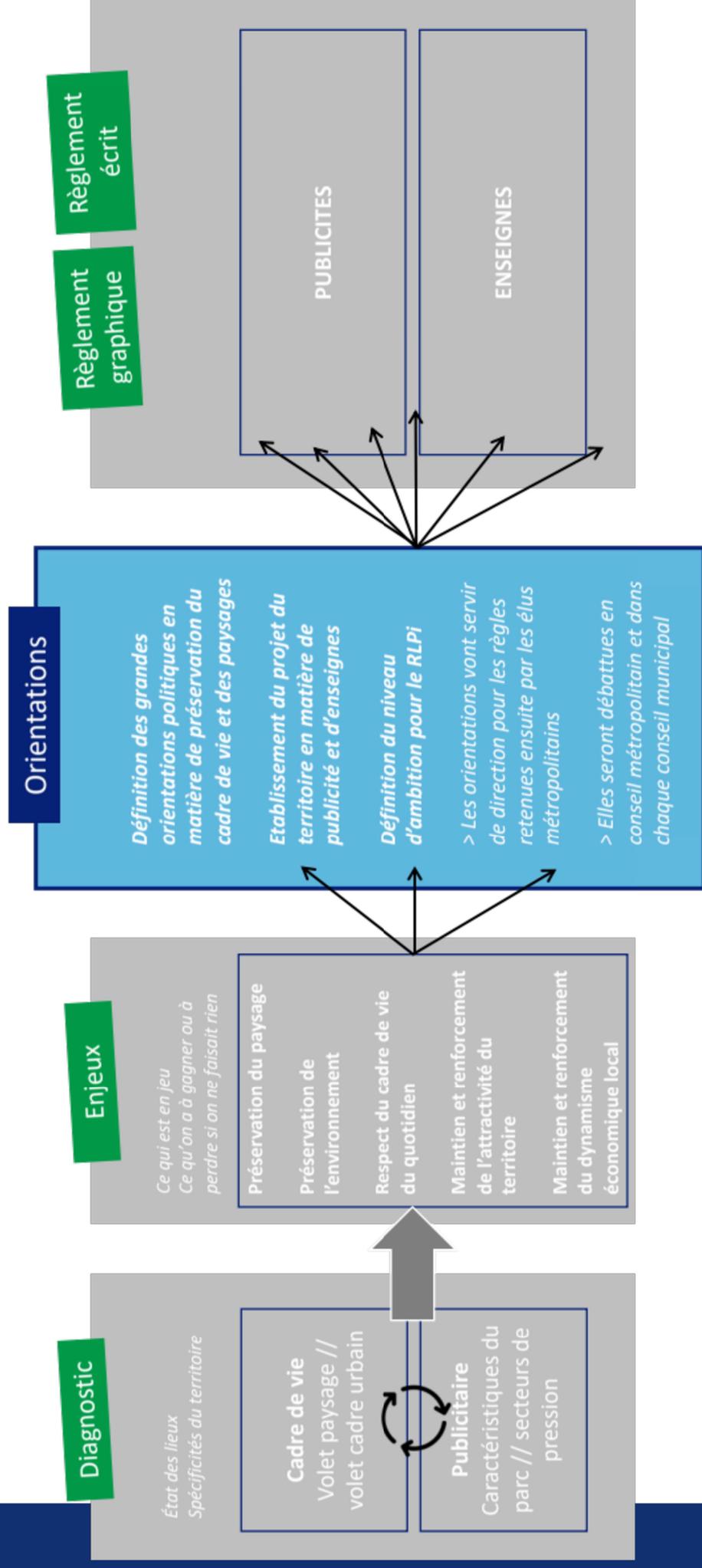
Par délibération en date du 31 janvier 2020, le Conseil communautaire a fixé les objectifs suivants pour son RLPi :

- Préserver l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire tout en veillant à ce que la communication extérieure et l'affichage publicitaire ne soient pas des facteurs de dégradation du cadre de vie et du paysage ;
- Traiter les entrées de ville pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville ;
- S'approprier les objectifs de la loi afin de les harmoniser aux enjeux du territoire des Sables d'Olonne Agglomération tout en préservant le cadre de vie ;
- Harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire intercommunal pour renforcer son identité ;
- Créer un zonage adapté au territoire intercommunal qui permettra d'identifier les zones à l'intérieur desquelles la publicité sera davantage encadrée et mieux ajustée au cadre environnant notamment afin de préserver les espaces naturels et urbains du territoire ;
- Permettre dans les secteurs urbains protégés d'assouplir la réglementation afin de favoriser l'expression publicitaire nécessaire à l'animation de la vie locale, à l'accompagnement du développement touristique et aux besoins de la collectivité en termes d'affichage sur le mobilier urbain ;
- Accompagner les réflexions engagées dans le cadre de l'élaboration du PLUi ;
- Prendre en compte les nouveaux types de dispositifs publicitaires tels que les bâches, le micro-affichage, les publicités numériques.





Procédure d'élaboration



Le débat sur les orientations - procédure



L'article L.581-14-1 du code de l'environnement prévoit que le RLPi est élaboré conformément aux procédures d'élaboration des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU).

Par analogie, en application des dispositions combinées des articles L.581-14-1 du code de l'environnement et L.153-12 du code de l'urbanisme, il faut donc organiser **un débat sur les orientations générales du RLPi en Conseil communautaire et en Conseils municipaux.**

Il est proposé au Conseil Communautaire de débattre des orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunal des Sables d'Olonne Agglomération.

Il s'agit ici uniquement de débattre des grands objectifs cadres du RLPi présentés ci-après et non de discuter de l'opportunité de mettre en place telle ou telle règle.

Le débat sur les orientations du projet est un préalable au travail sur l'élaboration et l'écriture des règles du RLPi. Il ne donne pas lieu en lui-même à délibération mais à une délibération formalisant l'organisation et la tenue dudit débat.

Les résultats du diagnostic



Le diagnostic, qui a été réalisé à l'été 2021, a été présenté aux représentants des communes membres des Sables d'Olonne Agglomération en atelier à l'automne 2021 puis au grand public, aux personnes publiques associées, aux associations de protection de l'environnement et des paysages, aux professionnels de l'affichage et aux acteurs économiques lors de réunions de concertation en novembre 2021, a permis d'identifier les grands enjeux du territoire.

C'est sur la base de ces enjeux que les grandes orientations politiques en matière de préservation du cadre de vie et des paysages pour le territoire ont été discutées en ateliers de travail avec les communes fin 2021 – début 2022.

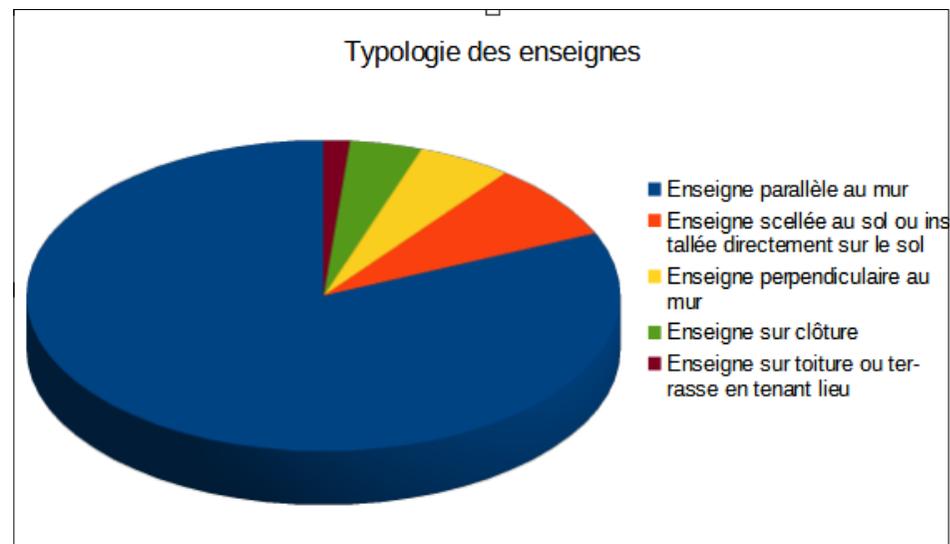
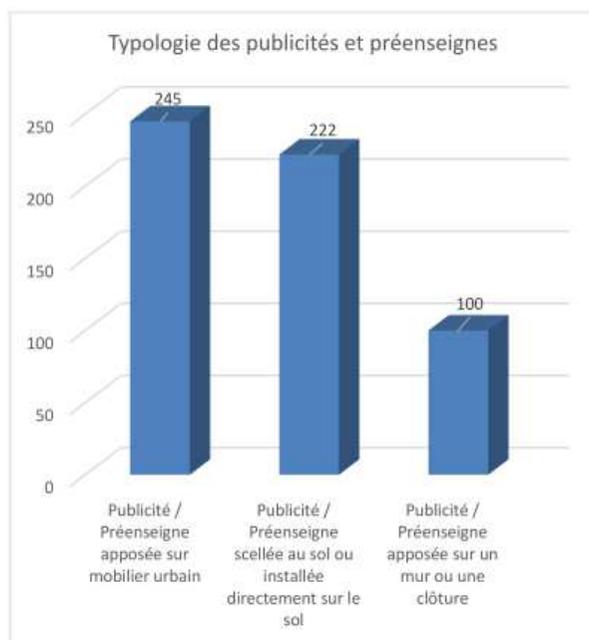
Ces orientations servent de fondement au projet du territoire en matière de publicité et d'enseignes et définissent le niveau d'ambition pour le RLPi.

En ce sens, elles vont servir de direction pour les règles retenues ensuite par les élus communautaires puis présentées aux différents publics concertés et aux PPA au printemps prochain.



Il a été recensé 567 publicités sur l'ensemble du territoire : 245 sur du mobilier urbain, 222 panneaux scellés au sol et 100 sur murs ou clôtures. Cela représente environ 2 100 m² d'affichage, et les publicités sont principalement présentes sur Les Sables d'Olonne, les axes structurants et entrées de ville. Et environ 1 400 enseignes (dont 1 142 parallèles au mur, 111 scellées au sol, 72 perpendiculaires au mur, 55 sur clôture et 20 sur toiture ou terrasse).

Parmi ces panneaux publicitaires, 138 sont non conformes (essentiellement panneaux installés hors agglomération, panneaux scellés au sol dans les communes littorales et panneaux sur murs de plus de 4 m²) et parmi les enseignes 140 sont non conformes (tailles trop importantes et non réalisées en lettres découpées, trop d'enseignes sur la même façade, plus d'une enseigne de plus d'1 m² par voie bordant le commerce).





Il ressort de ce diagnostic, les constats suivants pour les **enseignes** :

- *Bonne qualité globale* des enseignes en façade notamment dans le centre historique des Sables d'Olonne grâce aux règles locales du RLPi et à la collaboration de l'ABF ;
- *Améliorations possibles* dans l'insertion et la composition (pas d'installation au-delà des murs de l'activité, concordance avec le patrimoine bâti, matériaux qualitatifs durables), (lettres découpées, en concordance avec le patrimoine bâti) mais aussi le nombre et le format (enseignes perpendiculaires surtout) ;
- *Implantation accumulative* des enseignes scellées au sol avec parfois de grand format et une occupation du domaine public non autorisée posant des problèmes d'accessibilité ;
- *Présence des enseignes sur clôture* quasi exclusivement en zones d'activités avec quelques problèmes paysagers liés à leur nombre et/ou leur surface parfois important et la redondance du message avec les autres enseignes présentes ;
- *Rareté des enseignes sur toiture* mais pourtant impact important sur les perspectives paysagères et des problèmes de composition ;
- *Peu d'extinction nocturne* des dispositifs et rareté des supports numériques pourtant en nombre croissant et à la luminosité très impactante car diffusante et parfois mouvante.



Et pour les **publicités** :

- Les publicités et pré enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol *sont déjà encadrées par les RLP existants, quelques infractions ont été constatées* (notamment des panneaux installés hors agglomération), des améliorations sont possibles en redéfinissant les formats de publicités et la règle de densité ;
- *Peu de publicités et pré enseignes sur murs et clôtures*, tout de même quelques problèmes paysagers liés à leur nombre (doublon), problème d'accumulation et/ou leur surface parfois importante (+ de 4 m²);
- *Peu de problème de densité* publicités et pré enseignes scellées au sol mais plutôt des *problèmes d'accumulation* ;
- Publicités lumineuses principalement éclairées *par projection* et présence de quelques dispositifs numériques ;

Propositions d'orientations



Afin de répondre aux objectifs de la délibération de prescription et aux enjeux identifiés en ateliers de travail, le comité de pilotage constitué par les Sables d'Olonne Agglomération pour conduire la démarche de RLPi s'est fixé les orientations générales suivantes :

Orientation 1 : *Préserver les richesses naturelles et paysagères de LSOA ainsi que le cadre de vie des usagers*

Orientation 2 : *Protéger le patrimoine bâti*

Orientation 3 : *Améliorer la lisibilité et l'attractivité des activités notamment liées au tourisme et au commerce*

Orientation 4 : *Lutter contre la banalisation des paysages en permettant une publicité qualitative et peu impactante*

Orientation 5 : *Encadrer le développement de la signalisation lumineuse.*

Planning prévisionnel



Débat sur les orientations en Conseil Communautaire et Conseils municipaux : *mai 2022*

Concertation avec les acteurs économiques, les professionnels de l’affichage, les personnes publiques associées, le public: *mai-juin 2022*

Arrêt du projet : septembre-octobre 2022

Phase administrative - Enquête publique : automne 2022

Approbation du projet de RLPI : 1^{er} semestre 2023