Élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal

Bureau d'études Go Pub Conseil

RÉUNION DE CONCERTATION : PRÉSENTATION DU DIAGNOSTIC AUX PPA ET ASSOCIATIONS (30.11.2021)

les Sables d'Olonne... AGGLOMÉRATION

SOMMAIRE

0. Introduction – Tour de table

1. Notions essentielles

2. Premiers constats : publicités et préenseignes

3. Premiers constats : enseignes

4. Conclusion

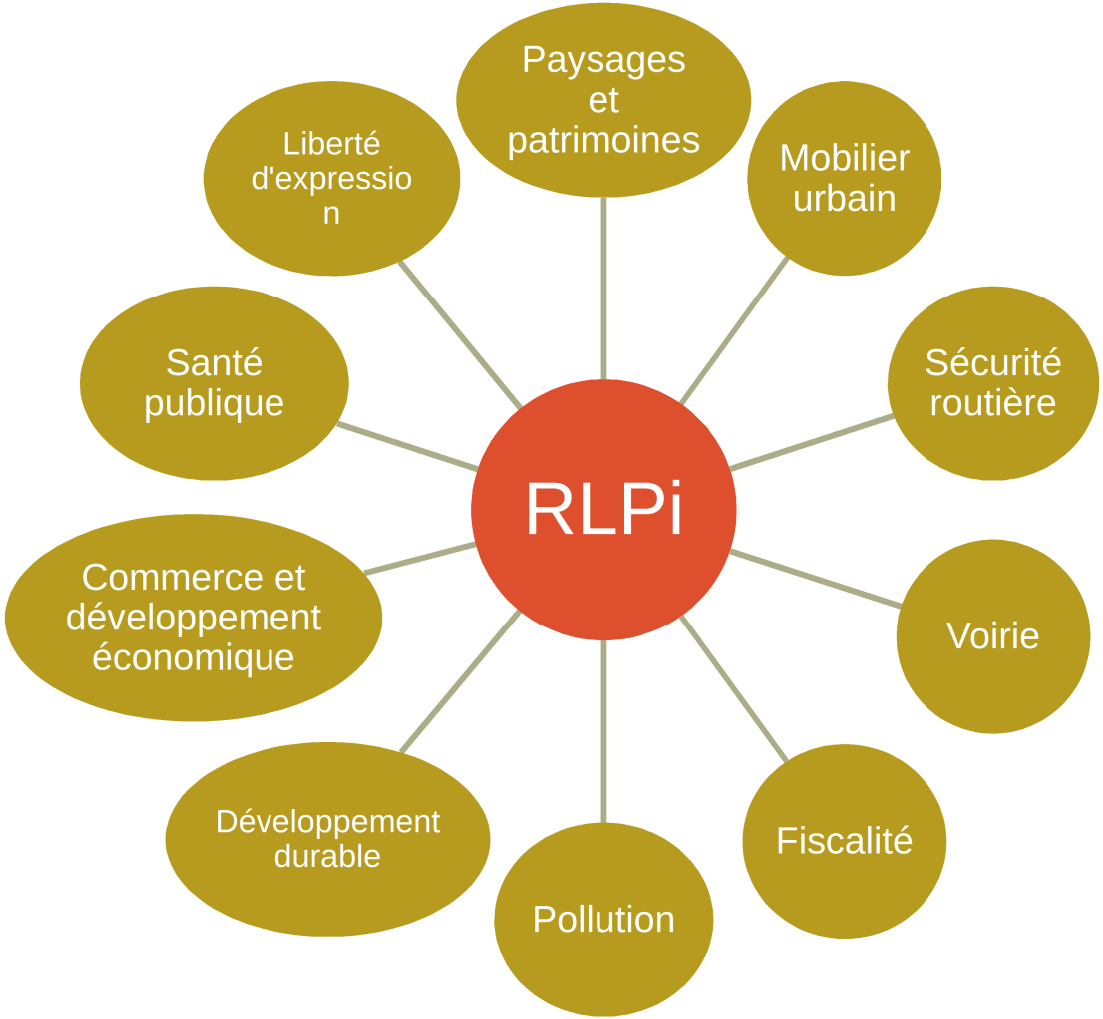
INTRODUCTION
TOUR DE TABLE

#00 Tour de table introductif



Introduction de la collectivité
Présentation des acteurs présents

Un outil au service des paysages et à la croisée de nombreux sujets…



#01 Pourquoi un RLPi ?

- **Définir / encadrer la place de la place de la publicité extérieure dans notre quotidien**

- **Co-construire une vision de l'affichage extérieur partagée avec toutes les communes**

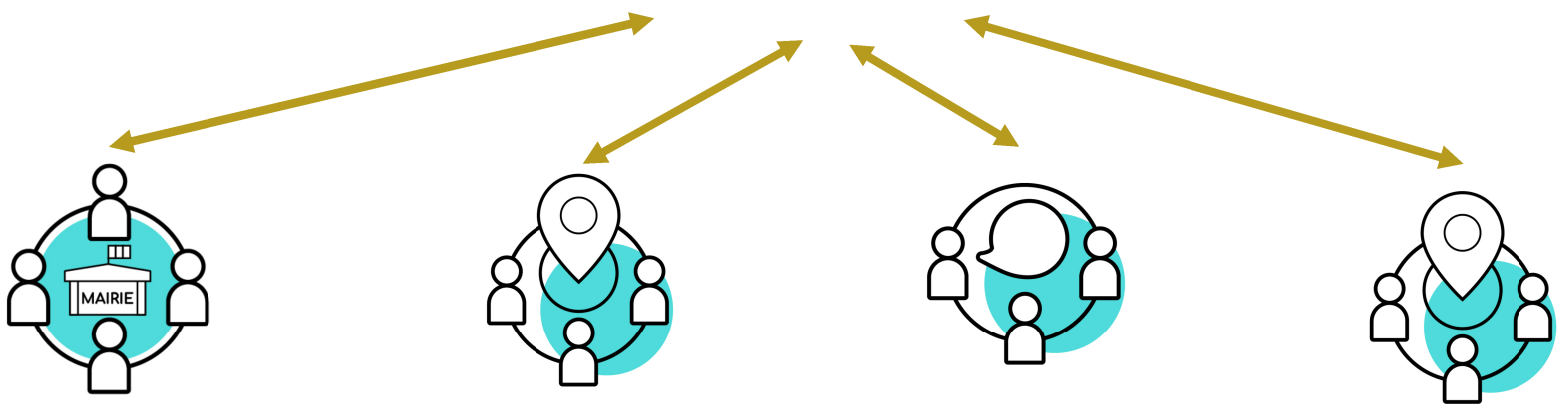
- **Mettre en place des règles simples, harmonisées, cohérentes et équitables pour les acteurs économiques et les communes**

- **Fixer un cadre local pour l'affichage extérieur répondant aux enjeux locaux de préservation des paysages et patrimoines mais aussi de qualité, de cohérence et de bonne intégration des supports**

- **Conformer les RLP existants au nouveau cadre règlementaire national en adaptant celui-ci aux spécificités locales** *(RLP de l'Ile d'Olonne de juin 2011 et RLPi des Sables d'Olonne de juillet 2011)*

#00 Une démarche de travail similaire au PLUi

Un projet co-construit et concerté



5 communes de l'agglomération

Personnes Publiques Associées (services de l'Etat, CCI, CMA, …)

Grand public

Acteurs locaux concernés: acteurs économiques, professionnels de l'affichage, associations environnementales…

#00 Une démarche de travail similaire au PLUi

**PPA : Personnes Publiques Associées*
**CDNPS : Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites*

Phase amont

Délibération du conseil communautaire prescrivant l'élaboration du RLPi et définissant les objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure et les modalités de concertation

Étape 1 : 2nd semestre 2021

Phase de diagnostic

1ères réunions de concertation

Étape 2 : 1er semestre 2022

Réflexions sur les orientations du futur RLPi

Traduction réglementaire

2ndes réunions de concertation

Étape 3 : 2nd semestre 2022

Bilan de la concertation et arrêt de projet en conseil communautaire

Transmission pour avis aux communes membres, aux PPA et à la CDNPS (3 mois)

Étape 4 : 2023

Enquête publique et rapport du commissaire-enquêteur

Étape 5 : 2023

Ajustements du projet

3èmes réunions de concertation

Étape 6 : 2023

Approbation du RLPi

Mise en œuvre du RLPi

#00 Temps d’échange



Temps d’échange

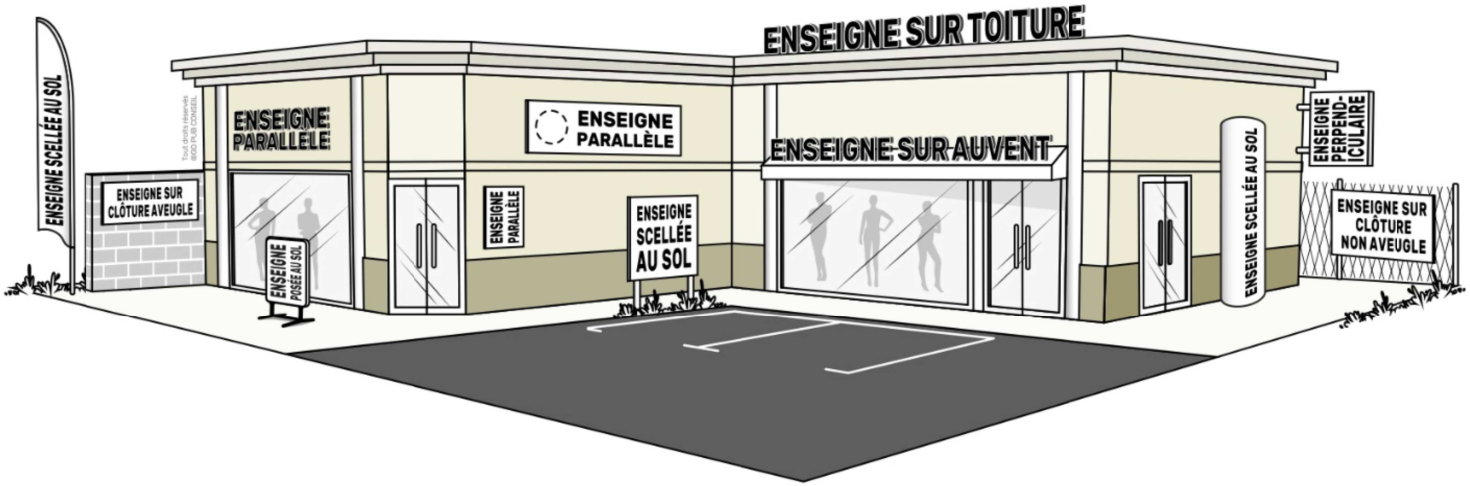
Tous droits réservés GO PUB - Document confidentiel

LES NOTIONS ESSENTIELLES

#01 Qu’est-ce que la publicité extérieure ?

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)

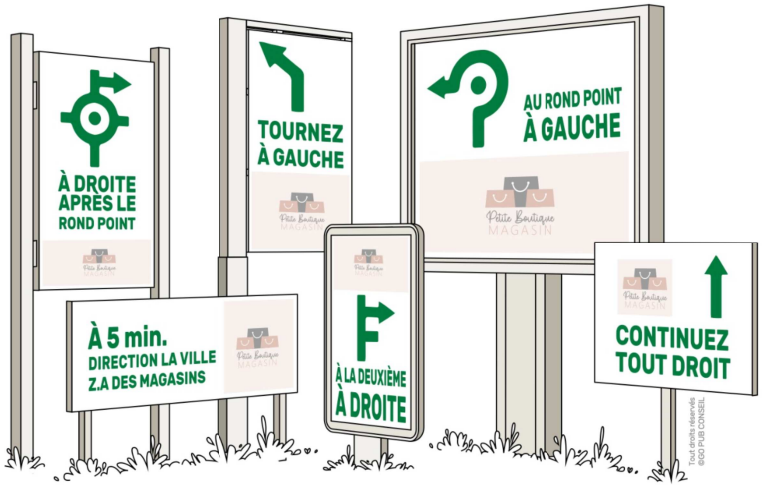


Il s’agit d’une réglementation différente à celle des publicités et pré enseignes

#01 Qu’est-ce que la publicité extérieure ?

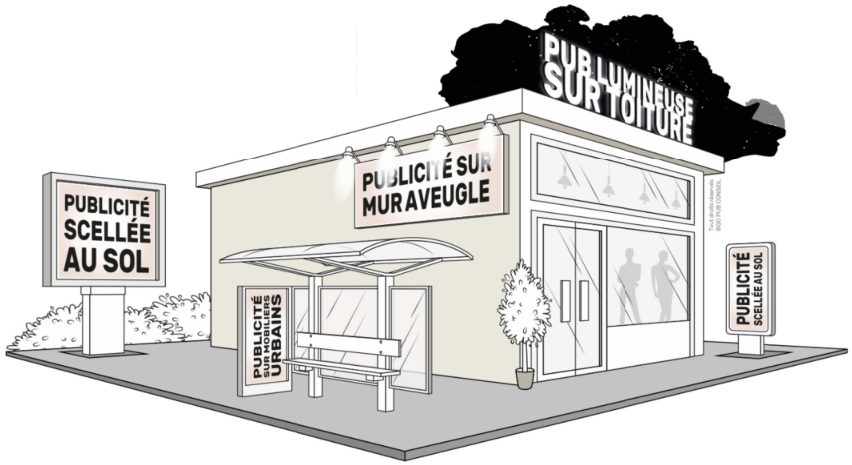
PRÉENSEIGNE

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)*

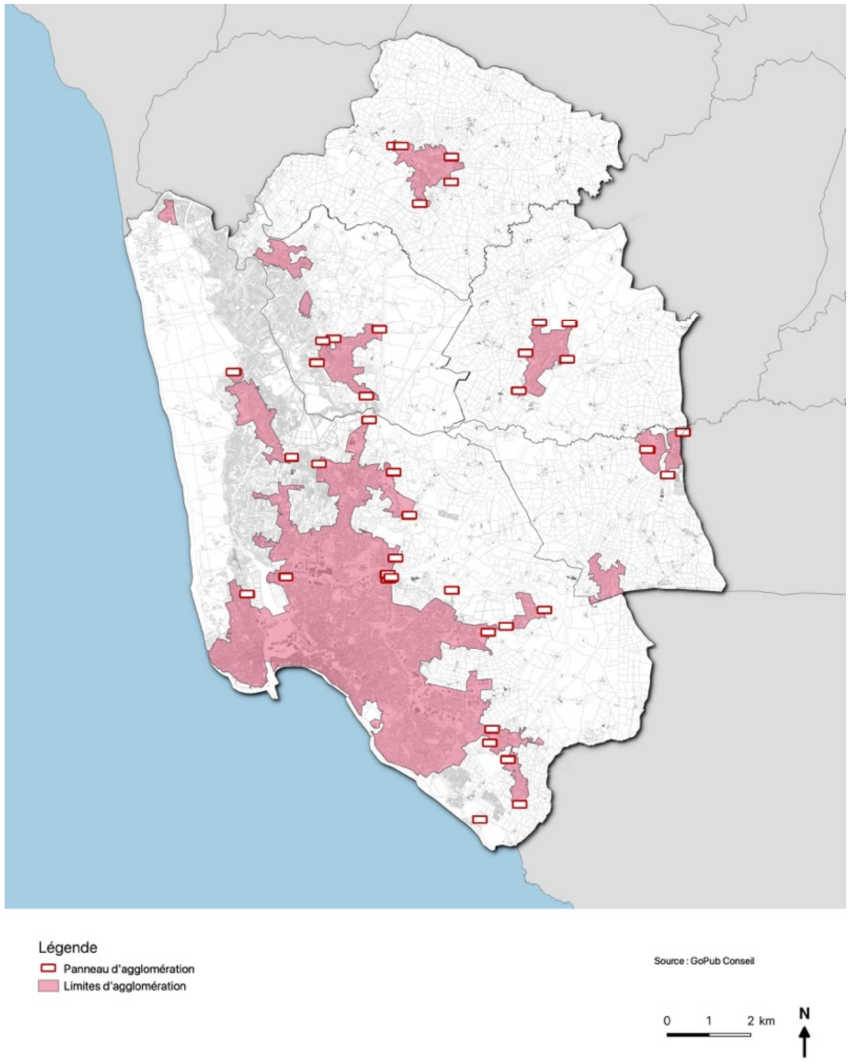


#01 Cadre légal : démographie et agglomération

Les Sables d'Olonne Agglomération compte :

- 5 communes
- 53 430 habitants
- 1 agglomération de plus de 10 000 habitants (Les Sables d'Olonne)
- Aucune commune n'appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

➔ ***HORS AGGLOMERATION = PUBLICITE INTERDITE***



#01 Cadre légal : interdictions « patrimoniales » de publicité

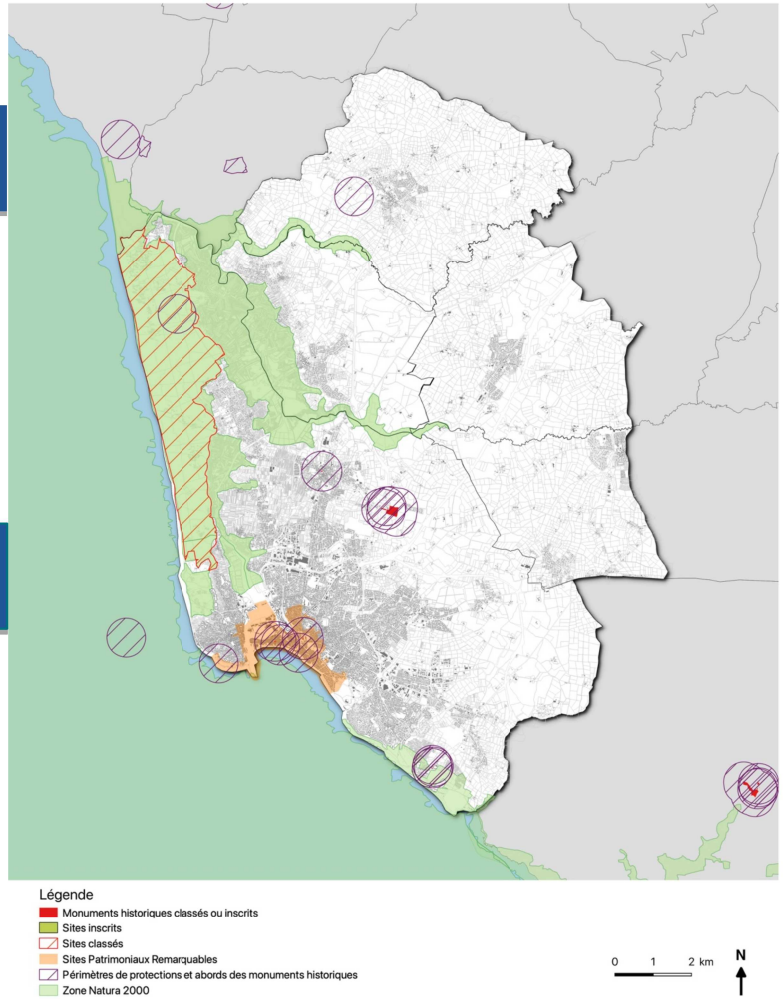
INTERDICTIONS ABSOLUES (NE PEUVENT ÊTRE LEVÉES VIA UN RLPI)

- Sur les 12 immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Dans le site classé « *forêt d'Olonne et le Havre de la Gachère* »
- Sur les arbres et plantations ;
- Sur les murs de cimetière ou de jardins publics ;
- Sur les équipements publics relatifs à la circulation ;
- Sur les poteaux de transport et de distribution d'électricité ;
- Sur un mur ou clôture non-aveugle.

INTERDICTIONS RELATIVES (PEUVENT ÊTRE LEVÉES VIA UN RLPI)

- Aux abords des monuments historiques ;
- Dans le périmètre du Site Patrimonial Remarquable des Sables d'Olonne ;
- Dans les 3 sites Natura 2000 :
  - ✓ Dunes, forêt et marais d'Olonne ;
  - ✓ Marais de Talmont et zones littorales entre Les Sables et Jard-sur-Mer ;
  - ✓ Secteur marin de l'île d'Yeu jusqu'au continent (site exclusivement marin).

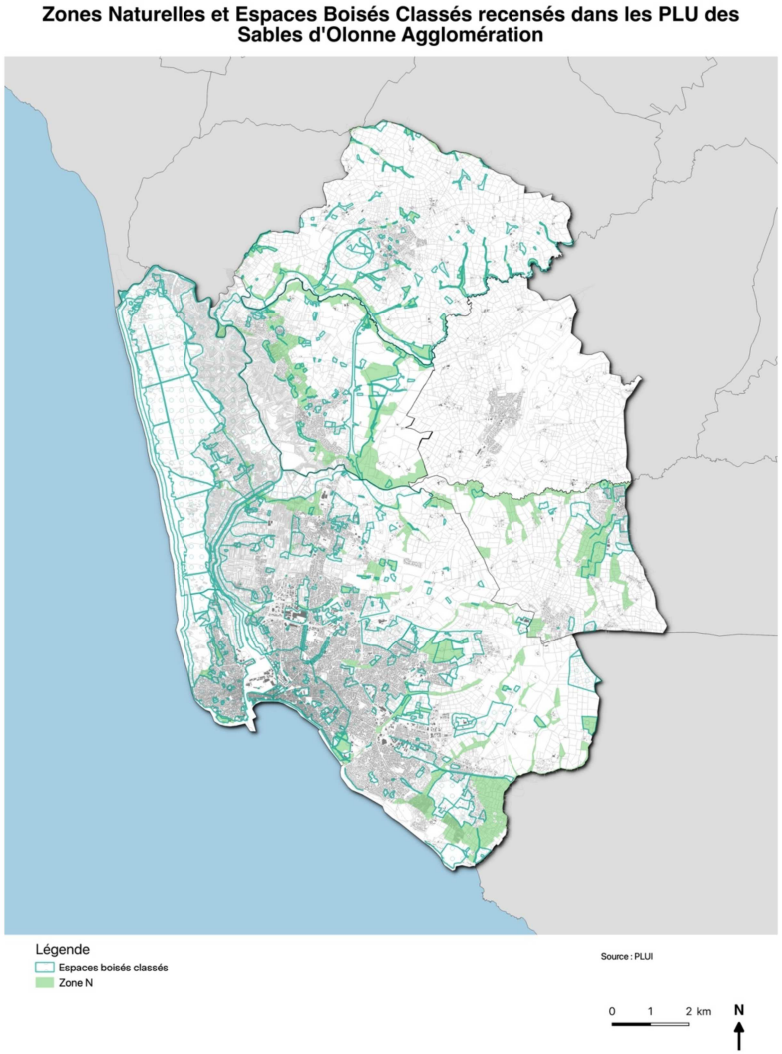
Interdictions relatives et absolues de publicité applicables sur les Sables d'Olonne Agglomération



#01 Cadre légal : interdictions « typologiques » de publicité

INTERDICTIONS ABSOLUES DE PUBLICITÉ SCELLÉE AU SOL OU INSTALLÉE DIRECTEMENT SUR LE SOL (NE PEUVENT ÊTRE LEVÉES VIA UN RLPI)

- Dans les espaces boisés classés (EBC) du PLUi ;
- Dans les zones naturelles (N) du PLUi.



#01

Cadre légal : rappel des principaux formats publicitaires admis en l'absence de RLP/RLPi

	Agglomération de moins de 10 000 habitants hors d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Agglomération de moins de 10 000 habitants dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Agglomération de plus de 10 000 habitants
Publicité (ou préenseigne) sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface ≤ 4 m² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m² hauteur ≤ 7,5 m	surface ≤ 12 m² hauteur ≤ 7,5 m
Publicité (ou préenseigne) scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse	**INTERDIT**	surface ≤ 12 m² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m² hauteur ≤ 6 m
Bâche publicitaire et dispositif de dimensions exceptionnelles	**INTERDIT**	**INTERDIT**	**AUTORISÉES**
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	surface ≤ 4 m² hauteur ≤ 6 m Extinction entre 1h et 6h	Règles de la publicité non lumineuse Extinction entre 1h et 6h	Règles de la publicité non lumineuse Extinction entre 1h et 6h
Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (notamment numérique)	**INTERDIT**	surface ≤ 8 m² hauteur ≤ 6 m Extinction entre 1h et 6h	surface ≤ 8 m² hauteur ≤ 6 m Extinction entre 1h et 6h

Toutes les communes à l'exception des Sables d'Olonne

Les Sables d'Olonne uniquement

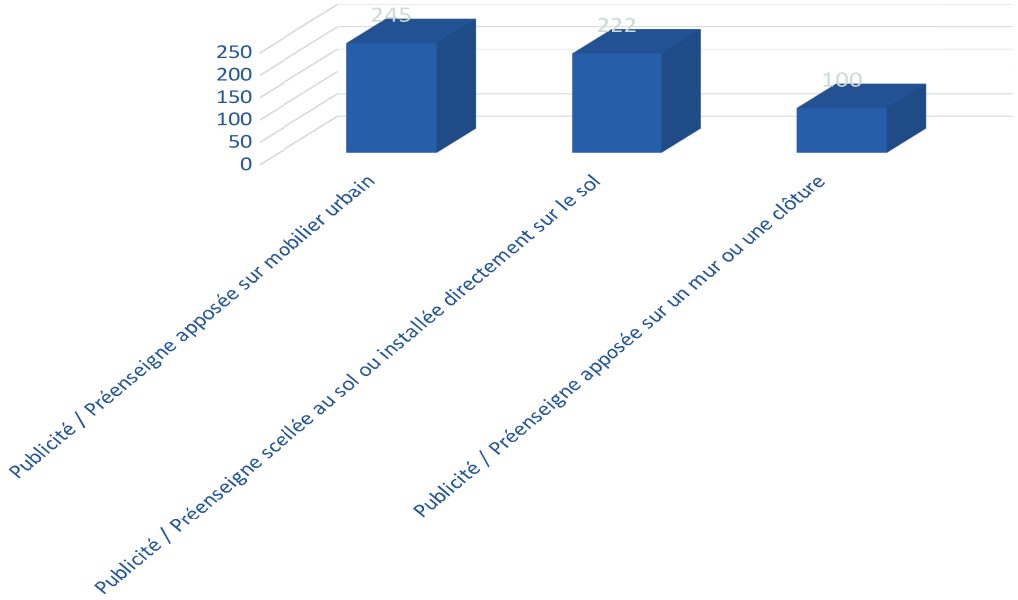
#01 Temps d’échange



Temps d’échange

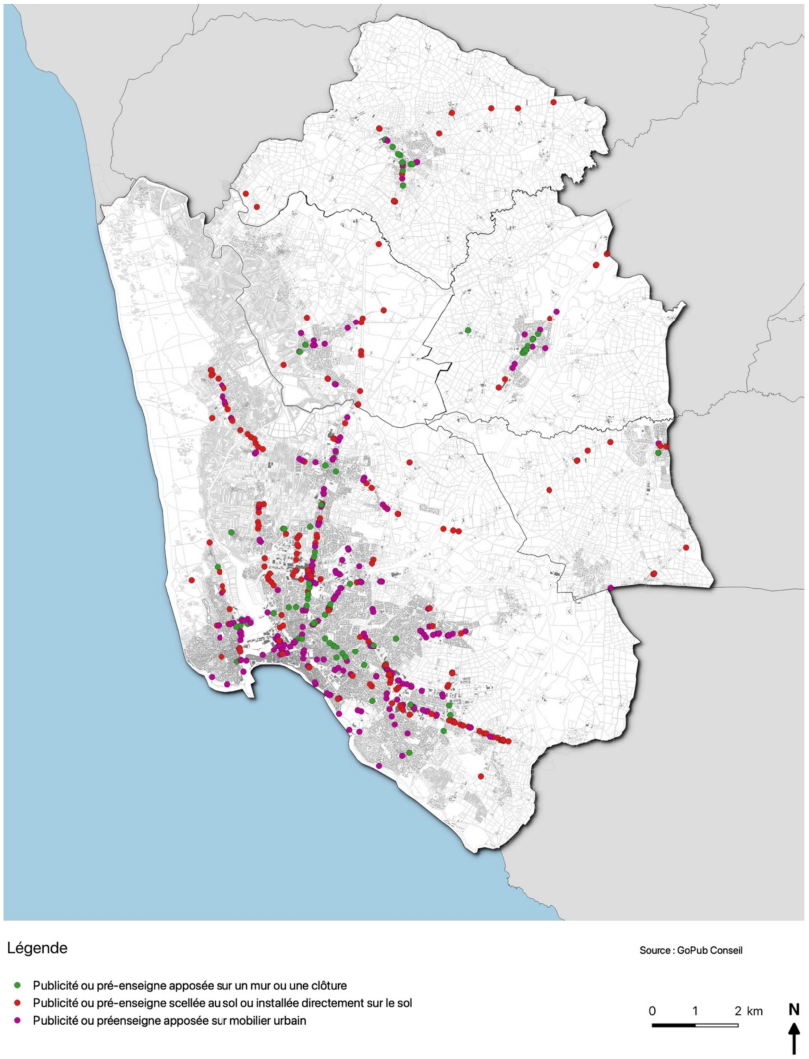
PREMIERS CONSTATS : PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

#02 Répartition des publicités et préenseignes



Les informations clés :

- 567 publicités et préenseignes recensées
- Principalement présentes sur la ville-centre sur les axes structurants et entrées de ville (D32, D760, etc.)



#02 Publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les informations clés :

- Interdites dans les agglomérations < 10 000 habitants ;
- Format publicitaire plutôt contenu mais attention au respect de la jurisprudence (surface affiche / « hors tout ») ;
- Effet d'accumulation sur certains axes y compris dans les secteurs résidentiels.


Sainte-Foy


Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne

#02 Publicités et préenseignes apposées sur mur ou clôture

Les informations clés :

- Interdites si installées sur mur ou clôture non-aveugle et si format trop important (> 4 m² hors agglo des Sables d'Olonne) ;
- Très peu de publicités sur clôture mais souvent peu qualitative ;
- Quelques installations en doublon.



Saint-Mathurin



Vairé



Ile d'Olonne


Les Sables

#02 Densité publicitaire

Les informations clés :

- Quelques problèmes de densité sur le même mur / clôture support.
- Problèmes d'accumulation pour les publicités scellées / installées directement sur le sol surtout aux abords des secteurs d'activités où confusion possibles avec les enseignes du même type → *phénomène de surenchère*



Saint-Mathurin



Sainte-Foy



Les Sables d'Olonne

#02 Publicités et préenseignes apposées sur mobilier urbain

Les informations clés :

- 3 catégories recensées ici :
  - abris-destinés au public (abris-bus) ;
  - mobiliers urbains destinés à recevoir de l'information à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (« *mobiliers d'infos locales* » ou « *sucettes* » si 2 m²) ;
  - colonnes porte-affiche (colonne Morris) ;
- Format maximum observé sur le territoire = 2 m²



Les Sables d'Olonne


Ile d'Olonne



Les Sables d'Olonne



Ile d'Olonne

#02 Publicités et préenseignes lumineuses

Les informations clés :

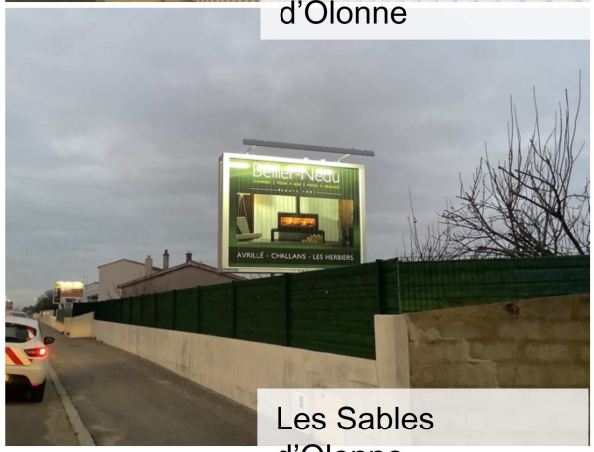
- Surtout éclairage par projection (spots ou rampes d'éclairage) ;
- Numérique possible uniquement aux Sables d'Olonne : une dizaine aujourd'hui.



Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne

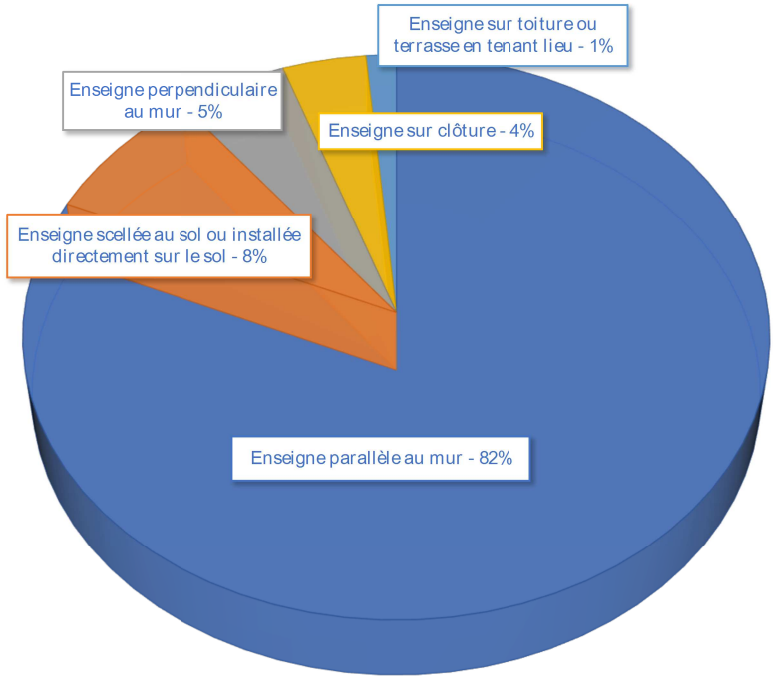
#02 Temps d’échange



Temps d’échange

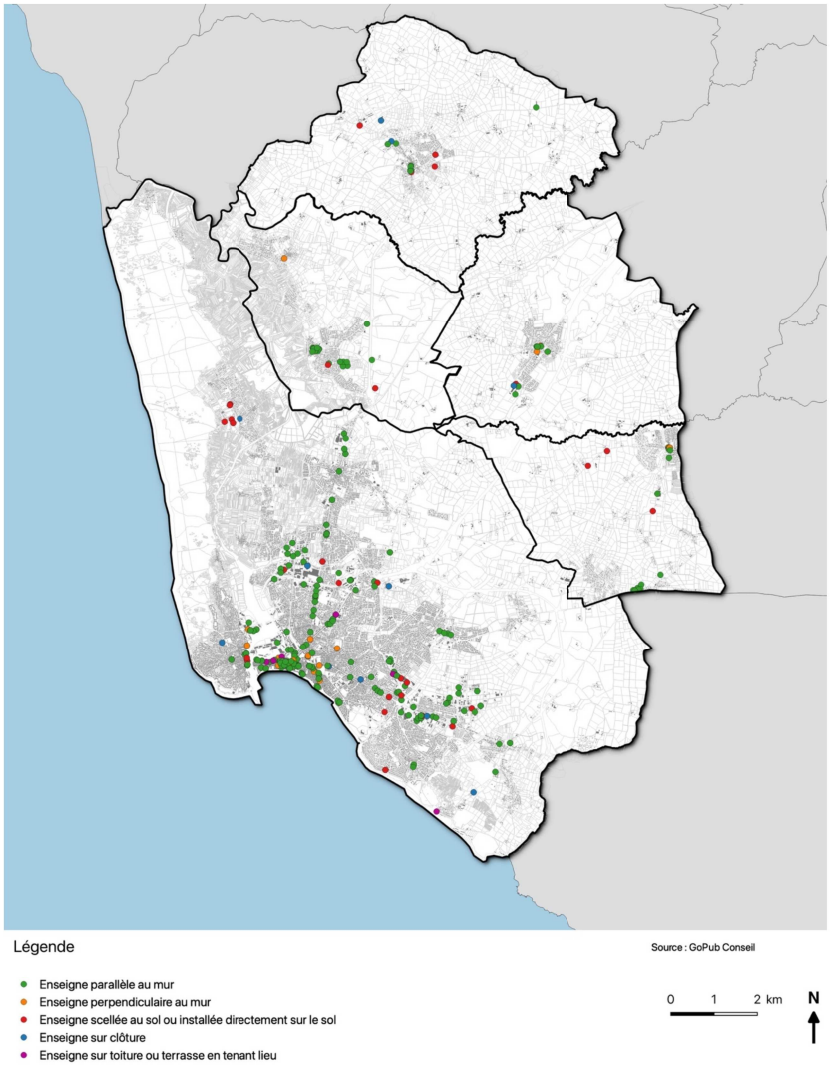
PREMIERS CONSTATS : ENSEIGNES

#03 Répartition des enseignes



Les informations clés :

- + de 1400 enseignes recensées
- Principalement présentes en cœur de ville-centre et dans ses zones d'activités, plus éparses ailleurs (bourgs des 4 autres communes surtout)



#03 Enseignes parallèles au mur

Les informations clés :

- Peu de problèmes paysagers identifiés ;
- Bonne qualité globale notamment dans le centre historique des Sables d'Olonne grâce aux règles locales du RLPi et à la collaboration de l'ABF qui donne son accord pour toute installation en périmètres patrimoniaux.
- Améliorations possibles dans l'insertion en particulier sur les murs de pierres apparentes ou encore certains bâtiments afin de mettre en valeur le bâti.



Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne



Sainte-Foy



Les Sables d'Olonne

#03 Enseignes perpendiculaires au mur

Les informations clés :

- Peu de problèmes paysagers sauf nombre parfois important et installation erratique / en étage ;
- Diversité des formats et des formes.



Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne

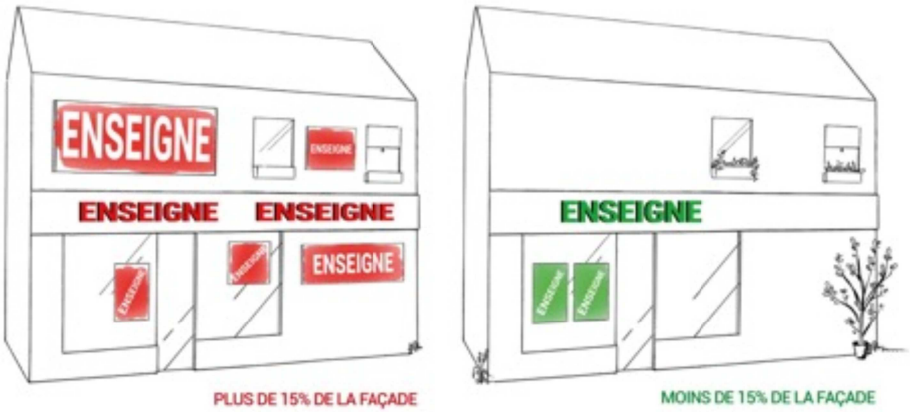


Sainte-Foy

#03 Surface cumulée des enseignes en façade

La règle nationale :

- Façade commerciale 50 m² = surface cumulée des enseignes < 25 % de la façade commerciale.
- Façade commerciale > 50 m² = surface cumulée des enseignes < 15 % de la façade commerciale.
- Rares problèmes rencontrés ici mais attention à la sur-signalisation



#03 Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les informations clés :

- Format surtout < 6 m² ;
- Problématiques surtout liées au nombre (redondance surtout si cumulées avec des publicités/préenseignes) ;
- Aucune règle nationale dédiée aux enseignes 1 m² → attention à l'occupation du domaine public et la garantie de son accessibilité pour tous.



Enseigne scellée au sol de 6 m²



Cumul d'enseignes scellées au sol



Enseigne installée directement sur le sol < à 1 m²

Tous droits réservés GO PUB - Document confidentiel

#03 Enseignes sur clôture

Les informations clés :

- Pas de cadre réglementaire nationale pour ces enseignes ;
- Quelques problèmes paysagers : nombre parfois important, redondance du message avec les autres enseignes présentes.



Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne

#03 Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les informations clés :

- Faible présence de cette catégorie d'enseignes ;
- Impact important de ces enseignes sur les perspectives paysagères proches et lointaines.



Les Sables



Les Sables d'Olonne



Les Sables d'Olonne

#03 Enseignes lumineuses

Les informations clés :

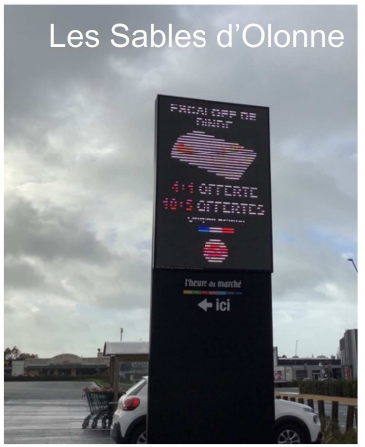
- Quelques enseignes numériques (signalant des pharmacies, stations-essence, etc.) ;
- Peu d'impact de ces enseignes sur le paysage et le cadre de vie (à l'exception de l'extinction nocturne non respectée et des enseignes numériques à la luminosité diffusante).



Éclairage par projection (rampe d'éclairage)



Éclairage par transparence



Éclairage numérique

#03 Temps d’échange



Temps d’échange

CONCLUSION

Merci pour votre attention et votre participation

les Sables d'Olonne AGGLOMÉRATION