
Règlement Local de Publicité intercommunal

RAPPORT DE PRESENTATION

DECEMBRE 2021

Le règlement local de publicité (RLP) permet, à titre principal, sur tout ou partie du territoire de la collectivité qui l'élabore, de restreindre, en fonction des spécificités locales, les conditions d'installation des publicités, enseignes et préenseignes, telles qu'elles résultent de la réglementation nationale fixée par le code de l'environnement.

La finalité de cette réglementation est environnementale : il s'agit de protéger les paysages et d'améliorer le cadre de vie, sans porter atteinte à la liberté du commerce et de l'industrie ni à la liberté d'expression dont bénéficie la publicité.

Depuis la loi Grenelle II du 12 juillet 2010, un parallélisme étroit a été opéré entre RLP et Plan Local d'Urbanisme (PLU) : mêmes procédures d'élaboration, révision, modification et même autorité compétente.

De manière générale, cette loi a profondément remanié le droit de l'affichage extérieur : « habilitation » réglementaire des RLP (suppression des possibilités de déroger à l'interdiction de publicité hors agglomération notamment), réglementation de nouvelles formes d'affichage (ex : la publicité « numérique »), durcissement des conditions d'installation des enseignes...

D'autres évolutions juridiques ont impacté la réglementation de l'affichage extérieur :

- la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (loi LCAP) a fortement étendu les interdictions de publicité dans les abords des monuments historiques ;
- la loi du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique a repoussé au 13 juillet 2022 la date de caducité automatique des RLP communaux ante-Grenelle, initialement fixée au 13 juillet 2020 par la loi Grenelle II, dans le cas où l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) est engagée. La caducité des RLP communaux aurait pour conséquence la perte des protections instaurées et la perte des pouvoirs de police des maires concernés au profit du préfet ;
- la loi Climat et Résilience de 22 août 2021 permet désormais à un RLP d'encadrer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'une vitrine commerciale.

Grand Cognac, communauté d'agglomération regroupant 56 communes, a engagé, par délibération du 26 juin 2019, l'élaboration d'un RLPi, sur l'ensemble de son territoire.

Certaines communes membres de la communauté d'agglomération sont d'ores et déjà dotées d'un RLP, à leur échelle. Il s'agit des communes de Merpins, Châteaubernard et Cognac. Ces RLP communaux deviendront caducs le 13 juillet 2022 ou, avant, à l'entrée en vigueur du RLPi.

Le présent rapport de présentation expose le diagnostic territorial qui a permis de dégager les objectifs et orientations du règlement local de publicité intercommunal, en explique et en justifie les choix.

Il s'agit d'une pièce maîtresse du règlement local de publicité qui comprend également les pièces suivantes :

- un règlement (dispositions réglementaires) ;
- un plan de délimitation des zones de publicité réglementée ;
- des annexes : un plan des lieux d'interdiction légale et réglementaire de publicité et les arrêtés municipaux fixant les limites des agglomérations.

PREAMBULE : LE CADRE GENERAL

A. Données institutionnelles	5
B. Bref portrait du territoire	9

1^{ère} PARTIE : DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

I. Caractéristiques du territoire du point de vue de la réglementation de l'affichage	
A. Caractéristiques paysagères	14
B. Caractéristiques patrimoniales	20
II. Analyse des RLP communaux existants	26
III. Réglementation nationale applicable au territoire en l'absence de règlement local	
A. Réglementation nationale en matière de publicités et préenseignes	31
B. Réglementation nationale en matière d'enseignes	43
C. Régime des autorisations et déclarations préalables	46
IV. Etat du parc existant	
A. Le parc des publicités et préenseignes	48
B. Le parc des enseignes	56
C. La perception de la publicité	59

2^{nde} PARTIE : LA REGLEMENTATION LOCALE

I. Objectifs et orientations du RLPi	67
A. Objectifs définis par la délibération de prescription	68
B. Orientations du RLPi	68
II. Justifications de la réglementation locale	
A. Délimitation des zones de publicité	71
B. Règles locales en matière de publicités et préenseignes	72
C. Règles locales en matière d'enseignes	79

PREAMBULE

Le cadre général

Préambule : le cadre général

A. Données institutionnelles

a. L'institution, les compétences

Grand Cognac, communauté d'agglomération située à l'Ouest du département de la Charente, dans la région Nouvelle Aquitaine, a été créée le 1^{er} janvier 2017 et comptait lors de sa création 58 communes (Mosnac et Saint-Simeux ont fusionné le 1^{er} janvier 2021), pour un territoire de 754,30 km² et de 71 882 habitants.

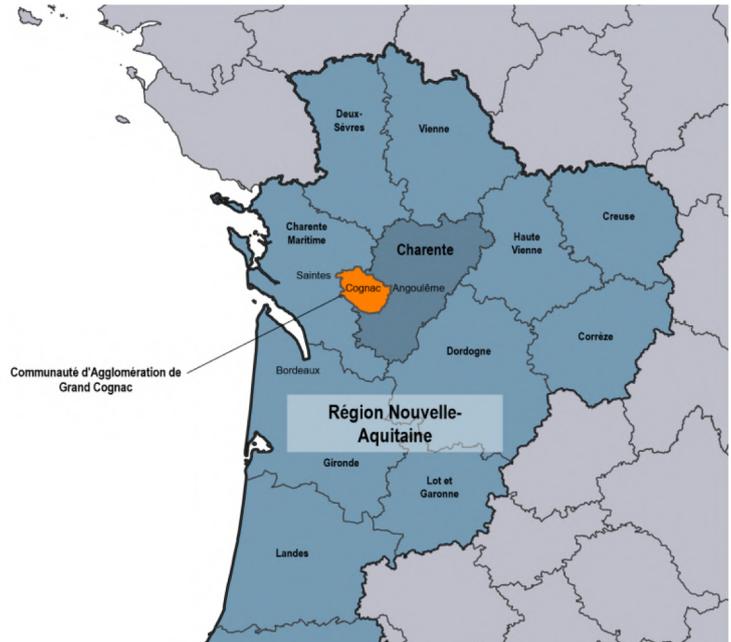
Grand Cognac est issue de la fusion de quatre communautés de communes, à savoir la communauté de Grand Cognac, qui regroupait 14 communes, celle de Grande Champagne composée de 12 communes, celle de Jarnac avec 18 communes et enfin celle de la région de Châteauneuf avec 18 communes également.

Les compétences principales de Grand Cognac sont :

- l'aménagement de l'espace communautaire par le PLUi notamment ;
- le développement économique à travers la création, l'aménagement, l'entretien et la gestion de zones d'activité industrielle, commerciale, tertiaire, artisanale, touristique, portuaire ou aéroportuaire ;
- l'équilibre social de l'habitat, soit la réponse aux besoins en logements et en hébergements tout en favorisant le renouvellement urbain et la mixité sociale et en améliorant l'accessibilité et le maintien dans le logement des personnes âgées et/ou handicapées ;
- la politique de la ville avec l'élaboration du diagnostic du territoire et la définition des orientations du contrat de ville notamment ;
- la gestion des milieux aquatiques et prévention des inondations ;
- l'accueil des gens du voyage ;
- la collecte et le traitement des déchets des ménages et déchets assimilés consistant à trier et valoriser les différents types de déchets ainsi qu'à exploiter les centres de stockage ;
- la création ou aménagement et l'entretien de voirie d'intérêt communautaire, notamment la création et la gestion de parcs de stationnement d'intérêt communautaire ;
- l'assainissement des eaux usées et la compétence « eau » de manière générale, englobant l'ensemble des opérations de captage, de traitement, de stockage, jusqu'à la distribution au robinet.

Par son objectif général de protection des paysages et d'amélioration du cadre de vie des habitants, le RLPi s'inscrit en complémentarité d'autres initiatives et documents communaux et intercommunaux :

- L'atlas des paysages de Poitou-Charentes ;
- Le Plan régional de connaissance et de reconquête des Paysages de Poitou-Charentes ;
- Le SCOT du Grand Cognac en cours d'élaboration ;
- Le PLUi en cours d'élaboration ;
- La Charte paysagère et architecturale du Pays Ouest Charente et du Pays du Cognac ;
- Les Sites Patrimoniaux Remarquables de Cognac et Jarnac ;
- Le projet de PCAET (Plan Climat Air et Energie Territorial) approuvé par le Conseil communautaire le 20 février 2020 avec pour objectif à l'horizon 2050 une baisse de 46% de la consommation d'énergie ;
- Le Programme Action Cœur de Ville de Cognac.



Source: Diagnostic PLUi

Préambule : le cadre général

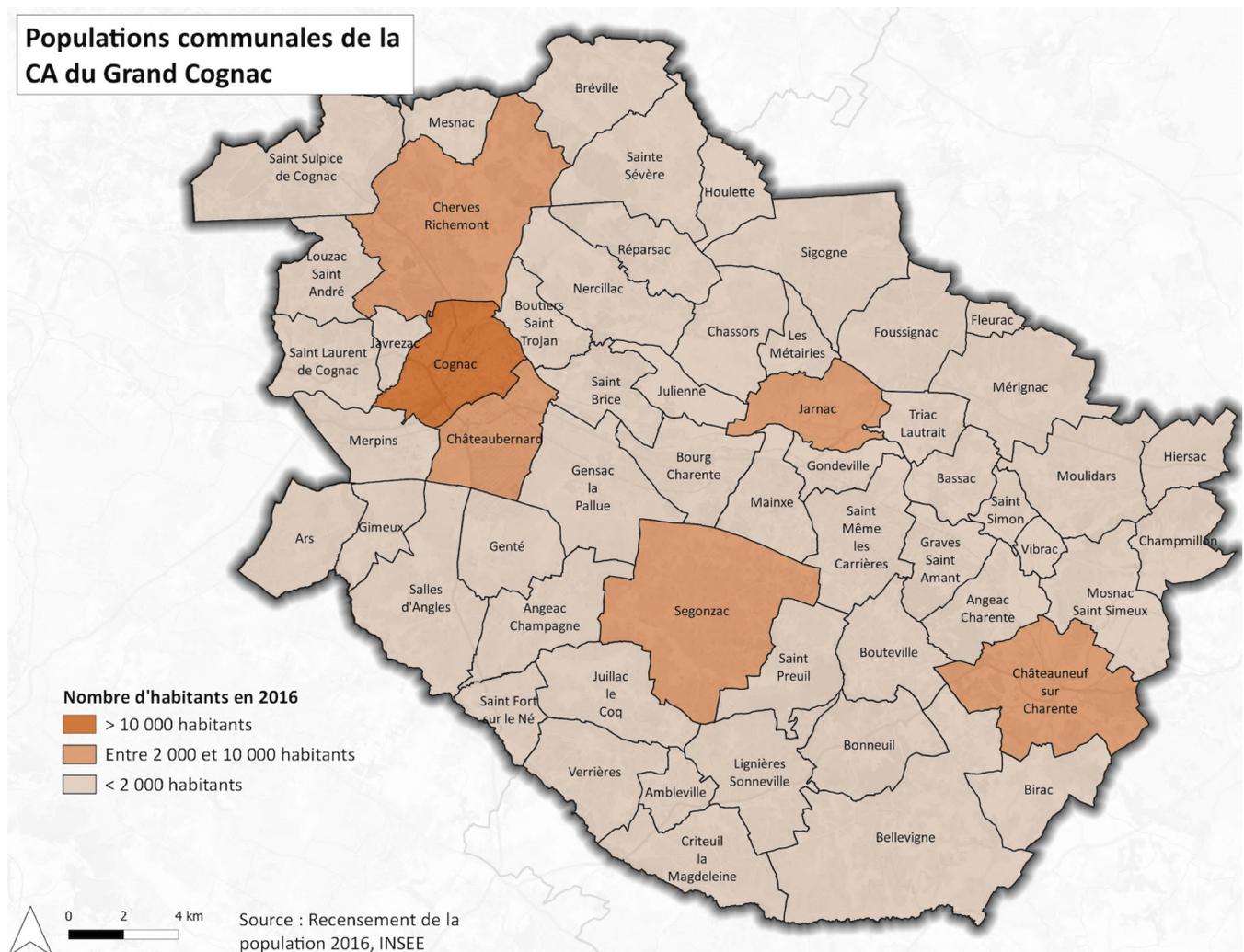
A. Données institutionnelles

b. Communes, population

La population de Grand Cognac est stable depuis environ 50 ans : elle est actuellement de 71 882 habitants pour 56 communes.

La commune la plus peuplée, et la seule à compter plus de 10 000 habitants, est Cognac, avec 19 395 habitants soit environ 27 % de la population de Grand Cognac. Le seuil de 10 000 habitants est un critère discriminant en réglementation nationale de l'affichage. Les agglomérations n'atteignant pas 10 000 habitants bénéficient d'un régime national déjà très protecteur des paysages et du cadre de vie (interdiction de la publicité scellée au sol ; publicité murale admise mais limitée à 4m²).

Cinq autres communes comptent plus de 2 000 habitants : Châteauneuf-sur-Charente, Châteaubernard, Jarnac, Segonzac et Cherves-Richemont.. Les communes les plus peuplées et les plus denses sont ainsi celles situées le long de la Charente. A contrario, la commune la moins peuplée est Ambléville avec 187 habitants.



Préambule : le cadre général

A. Données institutionnelles

b. Communes, population

Commune	Nombre d'habitants
Ambléville	187
Angeac-Champagne	518
Angeac-Charente	348
Ars	751
Bassac	539
Bellevigne	1 364
Birac	364
Bonneuil	264
Bourg-Charente	907
Bouteville	329
Boutiers-Saint-Trojan	1 500
Bréville	497
Champmilon	520
Chassors	1 146
Châteaubernard	3 754
Châteauneuf sur Charente	3 639
Cherves-Richemont	2 488
Cognac	19 395
Criteuil-La-Magdeleine	428
Fleurac	247
Foussignac	648
Gensac-la-Pallue	1 613
Genté	920
Gimeux	732
Graves-Saint-Amant	352
Hiersac	1 084
Houlette	371
Jarnac	4 638
Javrezac	599
Juillac-le-Coq	664

Commune	Nombre d'habitants
Julienne	521
Les Métairies	741
Lignières-Sonneville	613
Louzac-Saint-André	1 029
Mainxe-Gondeville	1 203
Mérignac	755
Merpins	1 155
Mesnac	431
Mosnac	462
Mouldars	729
Nercillac	1 117
Réparsac	626
Saint-Brice	1000
Saint-Fort-sur-le-Né	370
Saint-Laurent-de-Cognac	859
Saint-Même-les-Carières	1 115
Saint-Preuil	299
Saint-Simeux	621
Saint-Simon	205
Saint-Sulpice-de-Cognac	1 237
Sainte-Sévère	542
Salles-d'Angles	1 063
Segonzac	2 173
Sigogne	1 019
Triac-Lautrait	515
Verrières	358
Vibrac	298
TOTAL	71 882

c. Agglomérations et appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Moins de 20 % de la superficie de Grand Cognac est urbanisée, c'est-à-dire constituée d'espaces « agglomérés ».

L'agglomération est une notion fondamentale en droit de l'affichage extérieur puisque, hormis certaines possibilités restreintes (ex : préenseignes dérogatoires), toute publicité est interdite hors agglomération, sans que le RLPI puisse y déroger.

En matière d'enseignes, la situation en ou hors agglomération n'a d'incidence que pour celles scellées au sol (surface unitaire limitée à 6m² hors agglomération, au lieu de 12m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants – article R.581-65 du code de l'environnement).

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du code de la route comme 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 ».

Préambule : le cadre général

A. Données institutionnelles

c. Agglomérations et appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Toutefois, concernant la délimitation des agglomérations, la jurisprudence a pu préciser à plusieurs reprises que le positionnement des panneaux limitant les entrées et sorties d'agglomération n'avaient qu'une valeur de présomption du caractère aggloméré des lieux : en droit de l'affichage extérieur, c'est la réalité physique des lieux qui prime.



Panneaux EB10 et EB20 d'entrée et de sortie d'agglomération

Autre particularité du territoire, qui emporte des conséquences notables en droit de l'affichage extérieur : l'appartenance ou non des agglomérations à une **unité urbaine** de plus de 100 000 habitants.

Notion définie par l'INSEE, une unité urbaine est 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.

Aucune des communes membres de Grand Cognac n'appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : l'unité urbaine de Cognac ne compte que 6 communes (Boutiers-Saint-Trojan, Châteaubernard, Cognac, Javrezac, Merpins et Saint-Brice) pour 26 508 habitants (Insee 2020).

Cela signifie qu'en terme de réglementation nationale applicable au territoire communautaire, c'est la seule distinction entre les agglomérations de plus ou moins de 10 000 habitants qui importe.

De fait, le territoire communautaire est extrêmement protégé de l'installation de publicité puisque moins de 20% du territoire sont urbanisés : en dehors des « espaces bâtis rapprochés », c'est-à-dire en dehors des « agglomérations », toute publicité est interdite (sauf rares exceptions).

Par ailleurs, Cognac est la seule commune comptant plus de 10 000 habitants.

Dans les 55 autres communes, la réglementation nationale limite très fortement la présence publicitaire : interdiction des publicités scellées au sol et des publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence, publicités murales admises dans la limite de 4m² (cf ci-après).

Préambule : le cadre général

B. Bref portrait du territoire

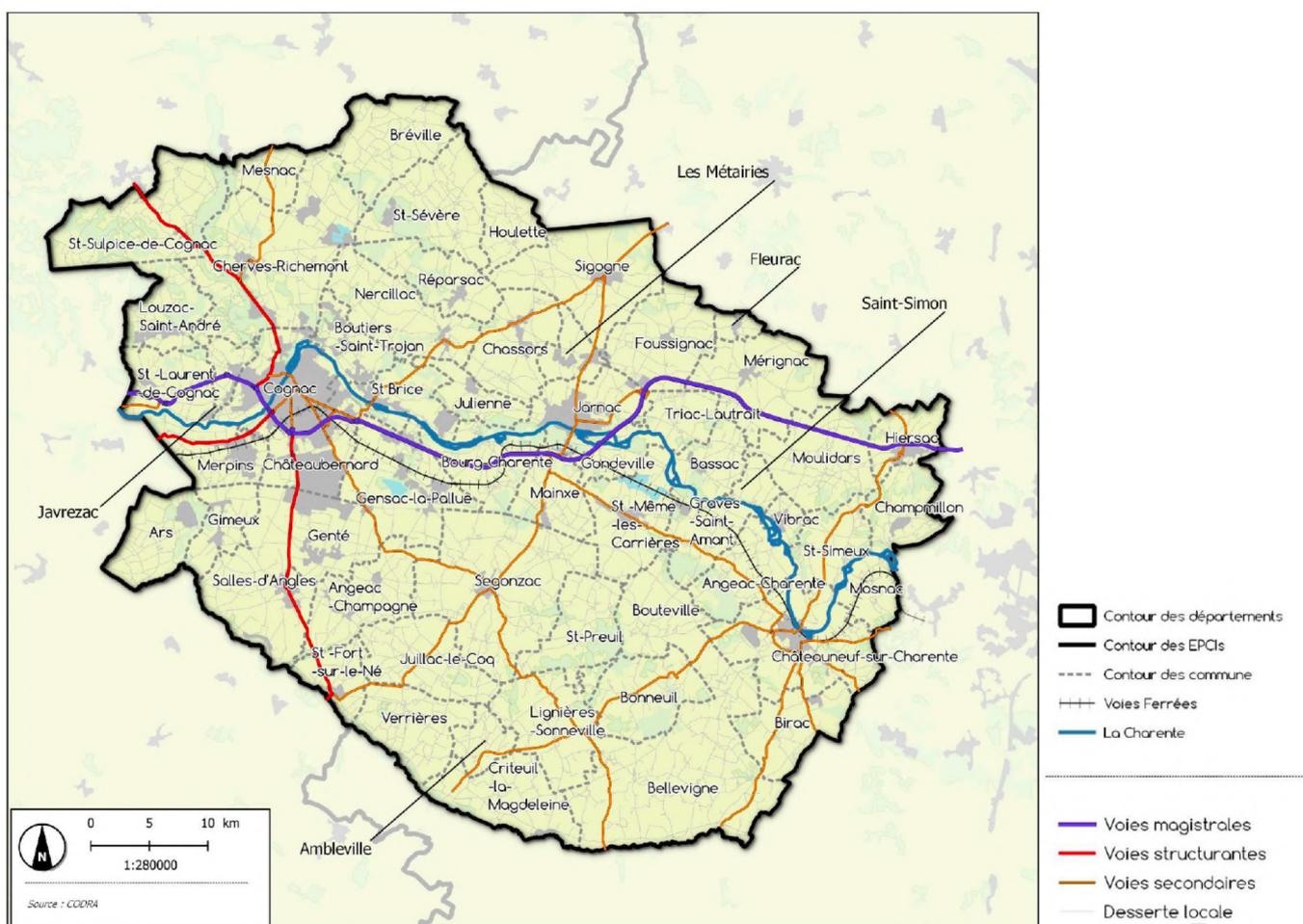
a. Desserte du territoire

Les infrastructures de transports (axes routiers, voies ferrées, abords d'un aéroport) sont souvent des lieux propices à l'installation de publicités car elles génèrent du trafic.

Pour Grand Cognac, l'accès au territoire communautaire se fait avant tout par la route. Des axes routiers importants traversent le territoire, principalement d'Est en Ouest, notamment :

- La RN 141, axe routier le plus structurant du territoire, permettant l'accès aux zones d'activités de Châteaubernard ;
- La RN 10, dans son tronçon Poitiers-Bordeaux ;
- La RD 731, axe le plus fréquenté, dessert Cognac, Salles d'Angles, Saint-Fort-le-Né et Archiac.

Aucune desserte autoroutière n'est en revanche assurée. L'autoroute A10, la plus proche, se trouve à environ 30km depuis l'Ouest de l'agglomération.



Le territoire est accessible en train, mais pas par le TGV : la gare de Cognac est desservie par le réseau TER Nouvelle Aquitaine. Elle permet de rejoindre Angoulême, Saintes, La Rochelle et Royan. Deux autres gares, Châteauneuf-sur-Charente et Jarnac, sont desservies par la ligne Angoulême-Saintes.

Depuis décembre 2019, de nouvelles dessertes TER sur la ligne Angoulême-Saintes-Royan permettent d'améliorer les connexions avec les TGV en gare d'Angoulême, laquelle constitue un vecteur important pour la mobilité des citoyens de la région.

Préambule : le cadre général

B. Bref portrait du territoire

a. Desserte du territoire

Enfin, « l'aéroport de Cognac », est en fait situé sur la base aérienne militaire de Châteaubernard. Cette base accueille l'aérodrome ainsi qu'une école de pilotage de l'armée de l'air et est amenée à se développer pour accueillir davantage de militaires (actuellement au nombre de 1 100).

b. Un territoire dynamique sur la plan économique

Du point de vue économique, le territoire est fortement spécialisé et souffre moins du chômage que le reste du territoire national.

La filière spiritueux et cognac est le moteur de l'économie et participe à la renommée internationale du territoire : production de cognac (vignes), ainsi que toutes les activités qui y sont liées (impression, packaging, tonnellerie, fabrication de caisses et palettes, verrerie...). Depuis les années 2000, le cognac a connu un regain des exportations.

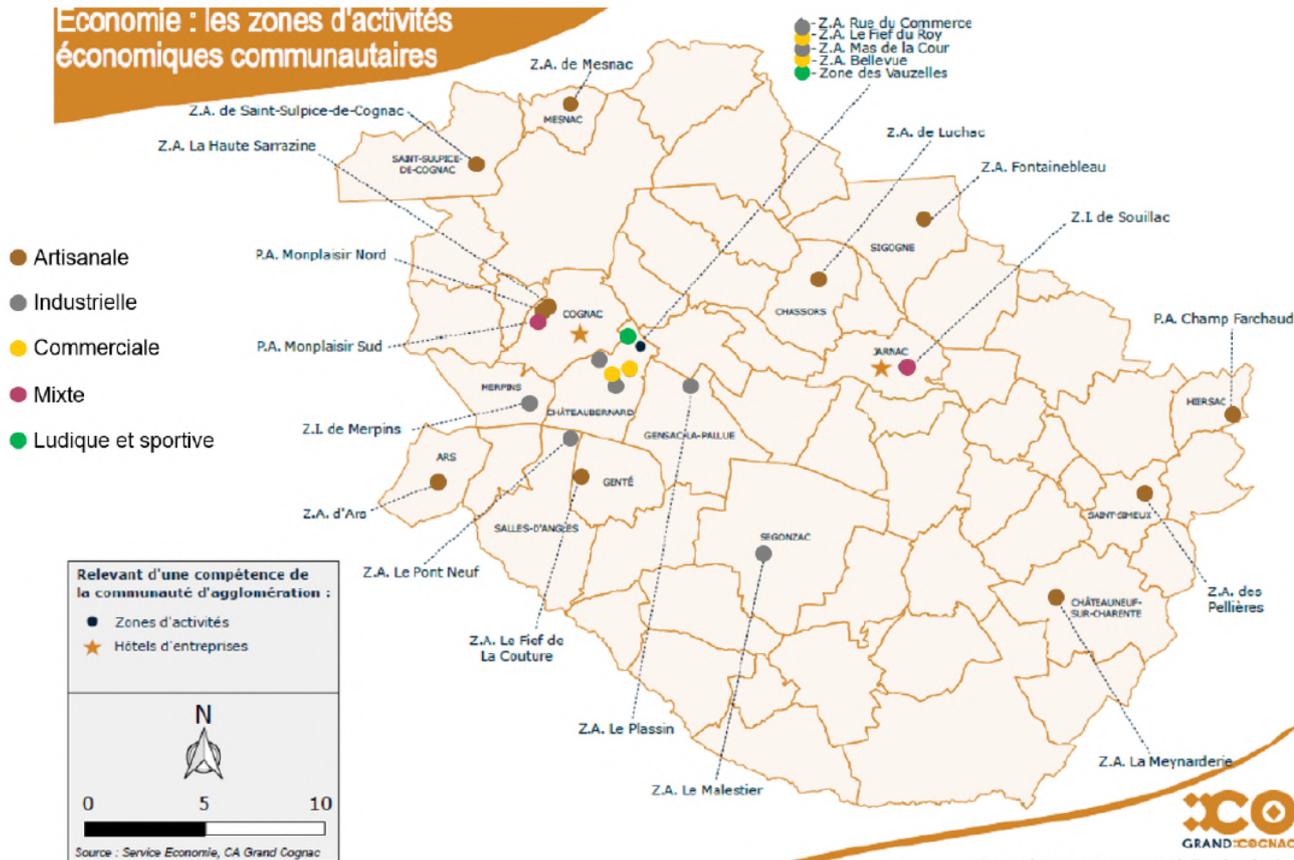
L'emploi agricole représente 9 % des emplois salariés du territoire communautaire (pour une surface occupant les deux tiers du territoire de Grand Cognac), alors que la moyenne des emplois agricoles sur le territoire français est seulement de 1 %.

L'emploi industriel, fortement lié à la production de cognac, est quant à lui de 30 %. En 2018, existent 22 zones d'activités économiques d'intérêt communautaire.

Le secteur tertiaire souffre en revanche d'une sous-représentation des cadres et professions intellectuelles supérieures. Les emplois tertiaires se concentrent à Cognac et Châteaubernard.

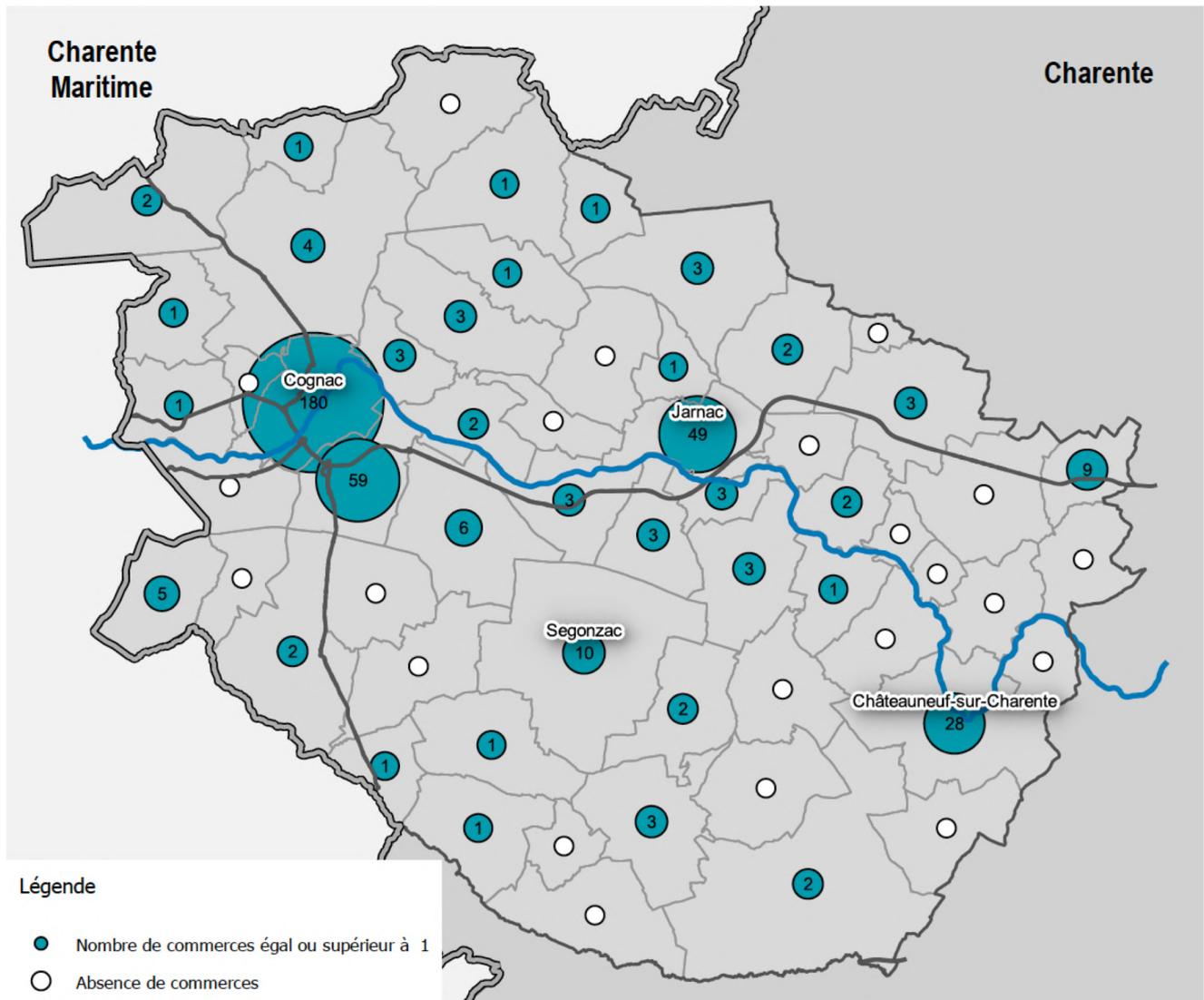


Economie : les zones d'activités économiques communautaires



B. Bref portrait du territoire

b. Un territoire dynamique sur le plan économique



Nombre de commerces par commune

Source : INSEE - 2015

Concernant les commerces, ils se concentrent sur le pôle Cognac-Châteaubernard : à la fois commerces de détail en centre-ville, et zones commerciales de plus grande ampleur, quasiment toutes situées à Châteaubernard.

D'autres zones commerciales existent dans les pôles urbains secondaires (Jarnac, Châteauneuf-sur-Charente...). En revanche, dans certaines communes, les commerces sont très peu nombreux voire inexistant : en 2017, 11 communes ne comptent qu'un seul commerce et 22 n'en comptent aucun (la présence d'enseignes y est donc nulle, ou très marginale).

PREMIÈRE PARTIE

Diagnostic du territoire du point de vue de la réglementation de l'affichage

I. Caractéristiques du territoire communautaire du point de vue de la réglementation de l'affichage

Ne sont présentées ci-après que les caractéristiques paysagères, patrimoniales et urbanistiques en lien avec la réglementation de l'affichage.

A. Caractéristiques paysagères

A dominante rurale, le territoire communautaire bénéficie d'un patrimoine naturel et paysager particulièrement riche, marqué par la présence abondante des vignes et celle structurante du fleuve Charente, facteurs de son identité et de son attractivité.

Sont uniquement présentées ci-dessous les caractéristiques paysagères en lien avec la réglementation de l'affichage extérieur.

a. La présence prépondérante des espaces agricoles, boisés et naturels

Le territoire de Grand Cognac est composé à plus de 80% d'espaces non bâtis : cela a une incidence notable en droit de l'affichage extérieur puisque ces espaces constituent autant de lieux situés hors agglomération, où toute publicité est interdite.

Les terres agricoles et viticoles occupent plus de 65% du territoire. De nombreux vergers sont positionnés en lisière des villages, constituant une démarcation entre les espaces bâtis et les espaces viticoles.



La Charte paysagère et architecturale du Pays Ouest Charente (2012) fixe un objectif général de préservation de l'identité agricole du territoire : respect des limites de l'espace viticole, identification et protection du patrimoine lié à l'activité viticole (clos, porches, cabanes de vignes...).

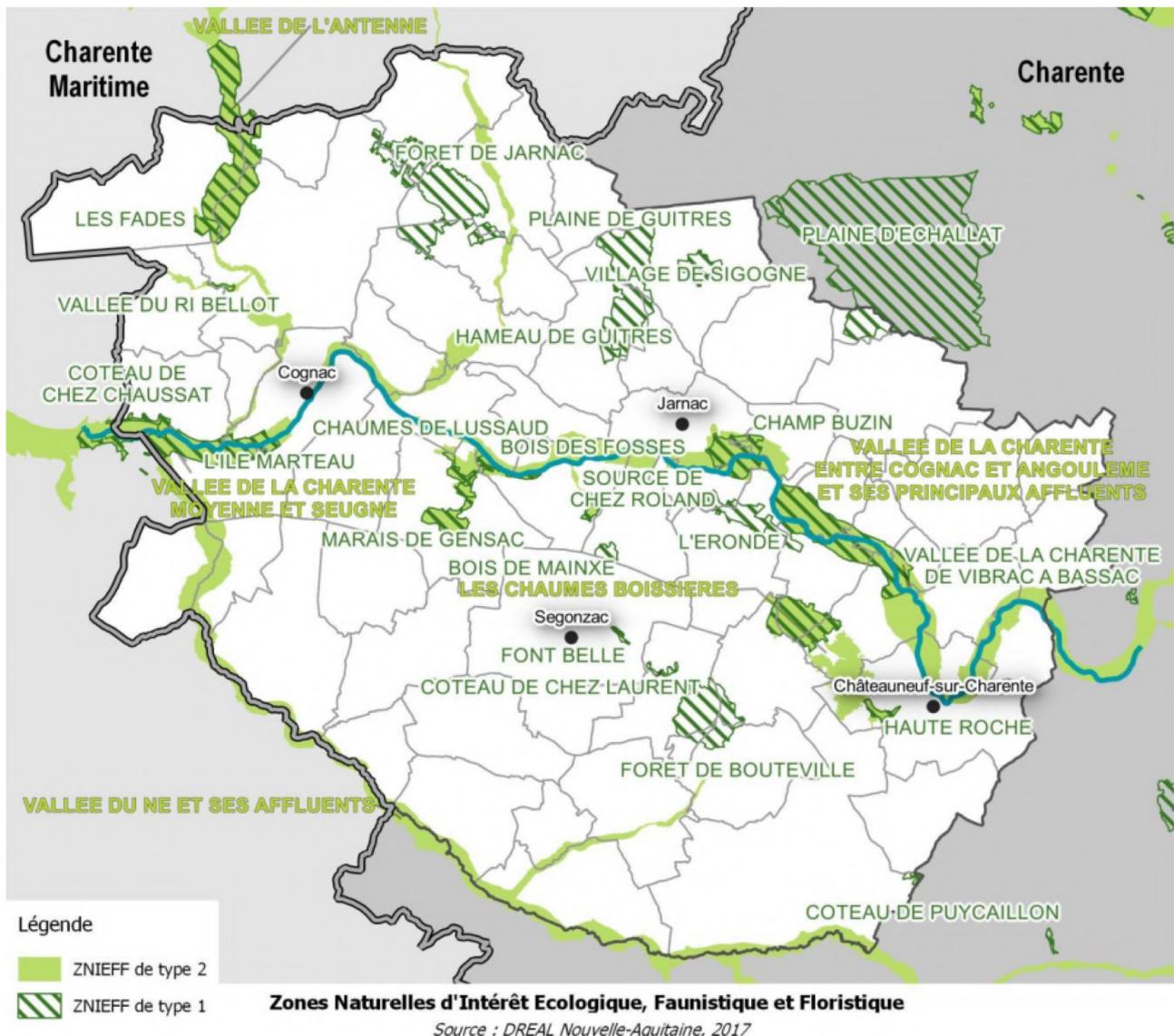
Les forêts et milieux naturels occupent quant à eux plus de 15% du territoire communautaire. Divers espaces boisés, aux formes et essences variées, sont présents sur le territoire, avec des ambiances différentes selon leur mode de gestion. Les boisements, les arbres remarquables et ceux isolés sont reconnus par la Charte paysagère précitée comme des éléments paysagers structurants du territoire.

Les arbres isolés ont été considérés pendant longtemps comme de véritables obstacles à la mécanisation de la viticulture et demandant beaucoup d'entretien. Ils sont très vulnérables alors même que leur maintien est intéressant, tant sur le plan de la mise en valeur du paysage, que sur leur fonction d'ombrage pour les animaux ou encore pour le stockage de carbone atmosphérique. Depuis la tempête de 1999 emportant de nombreux arbres, peu de jeunes sujets ont été plantés, entraînant une densité beaucoup plus faible aujourd'hui.

De nombreux espaces naturels de Grand Cognac ont été classés et inventoriés dans le but de les protéger de toute urbanisation. Il s'agit notamment des ENS (Espaces Naturels Sensibles – 2 sur le territoire) ou encore des ZNIEFF (Zones naturelles d'intérêt Ecologique Faunistique et Floristique – au nombre de 29).

A. Caractéristiques paysagères

a. La présence prépondérante des espaces agricoles, boisés et naturels



Outre les ZNIEFF, 6 sites Natura 2000 sont recensés sur le territoire communautaire :

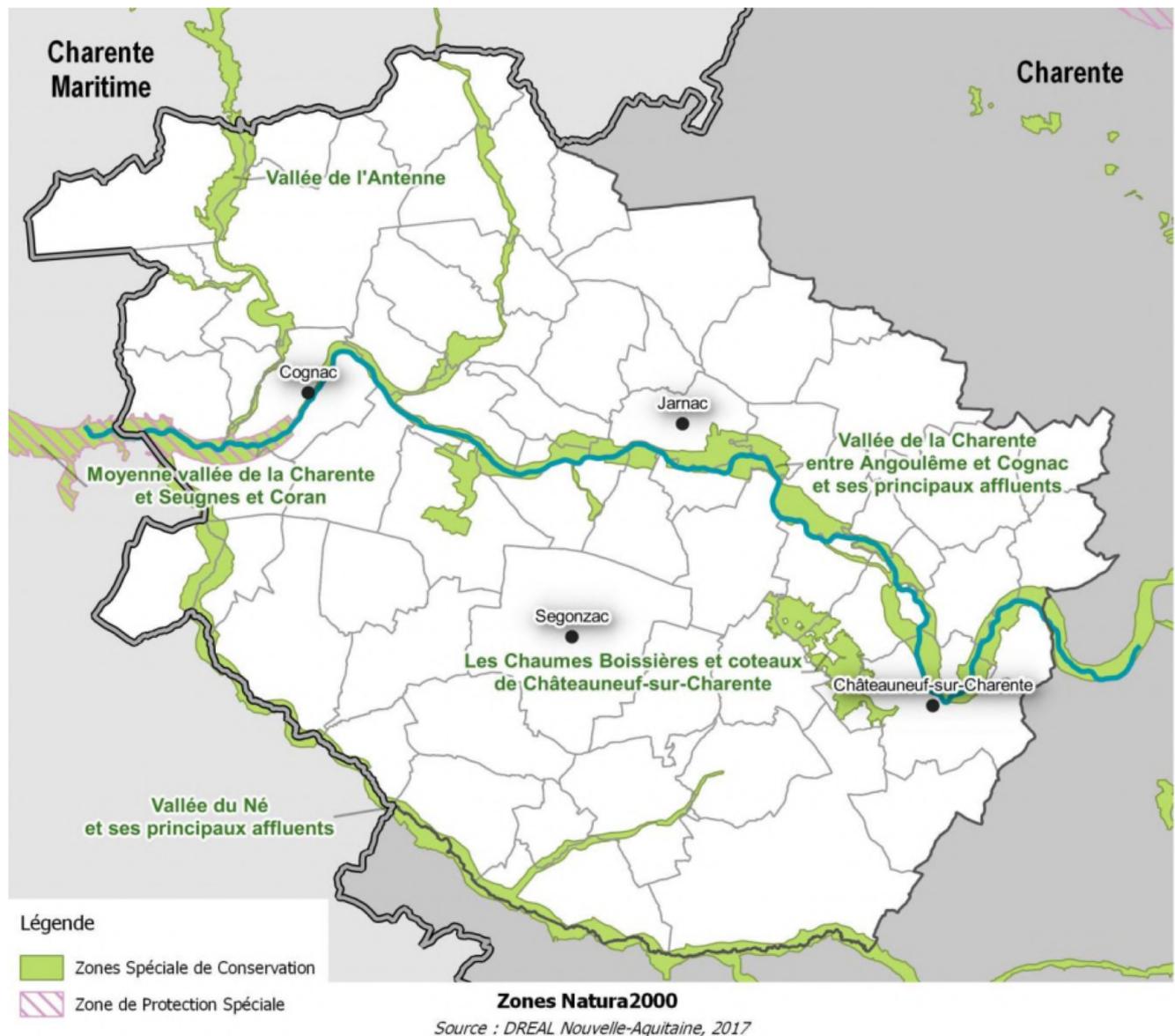
- Moyenne vallée de la Charente et Seugne
- Les Chaumes Boissières et coteaux de Châteauneuf sur Charente
- Vallée du Né et ses principaux affluents
- Moyenne Vallée de la Charente et Seugne et Coran
- Vallée de l'Antenne
- Vallée de la Charente entre Angoulême et Cognac et ses principaux affluents

Le réseau Natura 2000 rassemble des sites naturels ayant une grande valeur patrimoniale, par la faune et la flore qu'ils abritent.

A. Caractéristiques paysagères

a. La présence prépondérante des espaces agricoles, boisés et naturels

La reconnaissance « Site Natura 2000 » emporte des conséquences en droit de l'affichage extérieur (cf ci-après).



b. Un territoire maillé de multiples cours d'eau

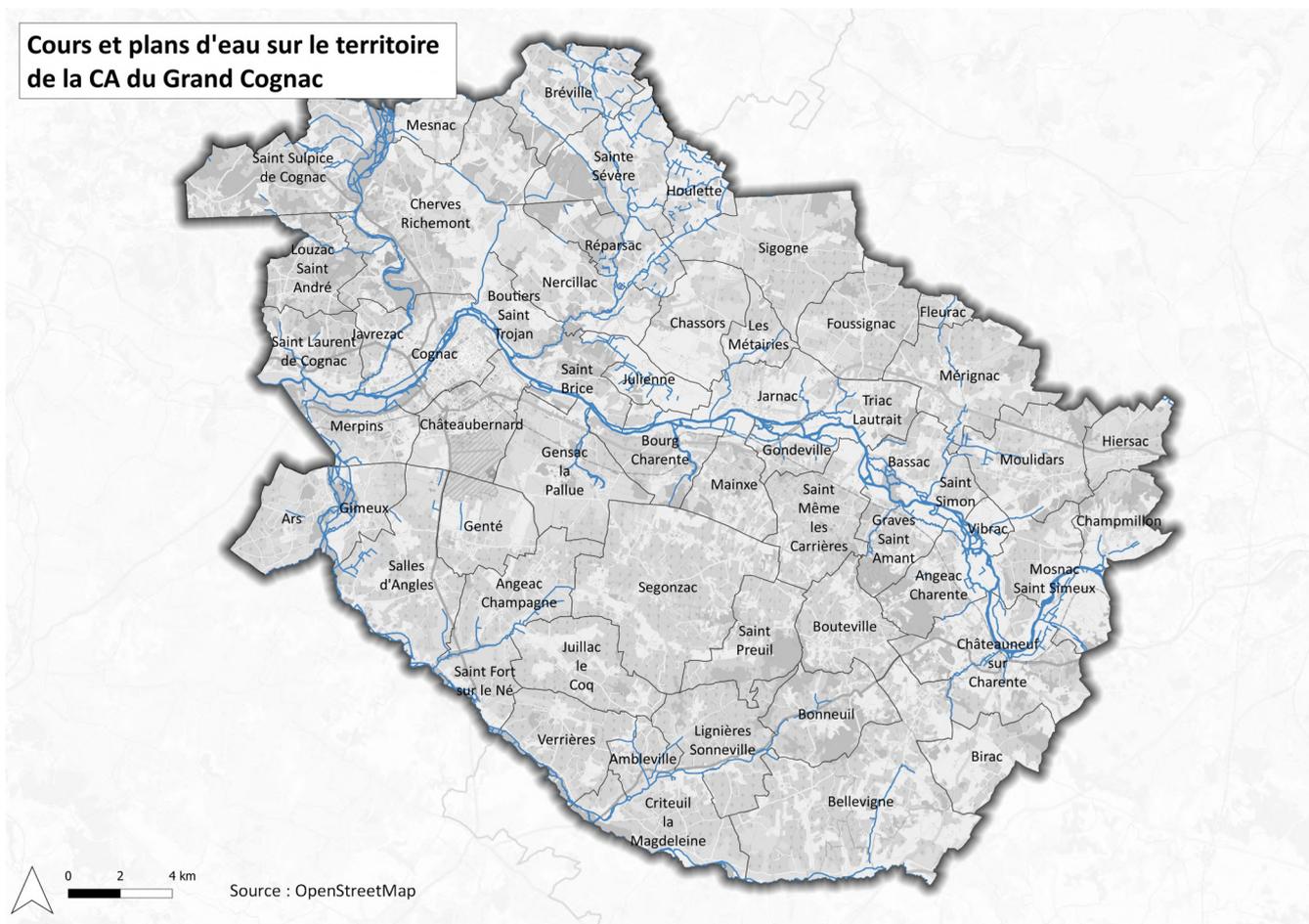
Le territoire communautaire est traversé par de multiples cours d'eau, dont le fleuve Charente est l'artère structurante, qui le parcourt d'Est en Ouest, de Châteauneuf-sur-Charente à Jarnac et Cognac.

D'une longueur totale de 361 km, la Charente a été un élément déterminant pour l'urbanisation du territoire et a été utilisée très tôt comme voie de communication : elle est, au Moyen Age, la principale voie commerciale entre la côte Atlantique et l'arrière pays. Les gabarres sont les bateaux emblématiques de l'époque, servant à transporter des marchandises (du sel principalement). La Charente est navigable sur environ 170 km, depuis Angoulême jusqu'à Rochefort.

A. Caractéristiques paysagères

b. Un territoire maillé de multiples cours d'eau

La Charte paysagère et architecturale du Pays Ouest Charente préconise, à travers les documents d'urbanisme ou autres, de valoriser le fleuve Charente et ses affluents car ils présentent indéniablement de multiples atouts: zone Natura 2000, potentiel touristique certain, cadre de vie de qualité pour les habitants...



La navigation pour le transport de marchandises a totalement cessé au XXème siècle, laissant place à la navigation de plaisance et à des lieux d'agrément et de loisirs, accueillant des clubs d'aviron, de canoë, des lieux de baignade prisés par la population locale, des balades en pénichette, à pied ou à vélo. La Flow Vélo est un itinéraire cyclable touristique de 290km, qui relie Thiviers-Nontron à Rochefort, qui longe notamment la Charente et traverse donc le territoire de Grand Cognac.

D'autres cours d'eau parcourent le territoire (le Né, l'Antenne, la Soloire...): du point de vue environnemental, ils constituent à la fois des corridors de déplacement et des milieux de vie importants, accueillant une flore spécifiquement adaptée aux zones inondables.



A. Caractéristiques paysagères

c. Les sites inscrits, les sites classés

La loi du 2 mai 1930 - intégrée dans le code de l'environnement (Livre III, titre IV, chapitre 1er, articles L. 341-1 à L. 341-22) - permet de protéger des monuments naturels et des sites qui présentent un intérêt général du point de vue scientifique, historique, pittoresque, artistique ou légendaire. Le classement est une protection forte qui correspond à la volonté de maintien en l'état du site, ce qui n'exclut ni la gestion ni la valorisation. L'inscription constitue quant à elle une garantie minimale de protection.

Le territoire compte 6 sites inscrits :

- Grande Rue et rue du Château à Cognac (inscrit le 11.04.1945)
- Labyrinthe du château à Saint-Brice (inscrit le 15.11.1934, en cours de désinscription)
- Colline dite "la Branderie de Gardépée" à Saint-Brice (inscrit le 31.01.1945)
- Château et ses abords à Bouteville (inscrit le 09.10.1969)
- Ponts et bras de la Charente à Angeac-Charente et Vibrac (inscrit le 26.02.1982)
- Moulins de Saint-Simeux et leurs abords à Saint-Simeux et Mosnac (inscrit le 26.01.1945)

7 sites classés sont également recensés :

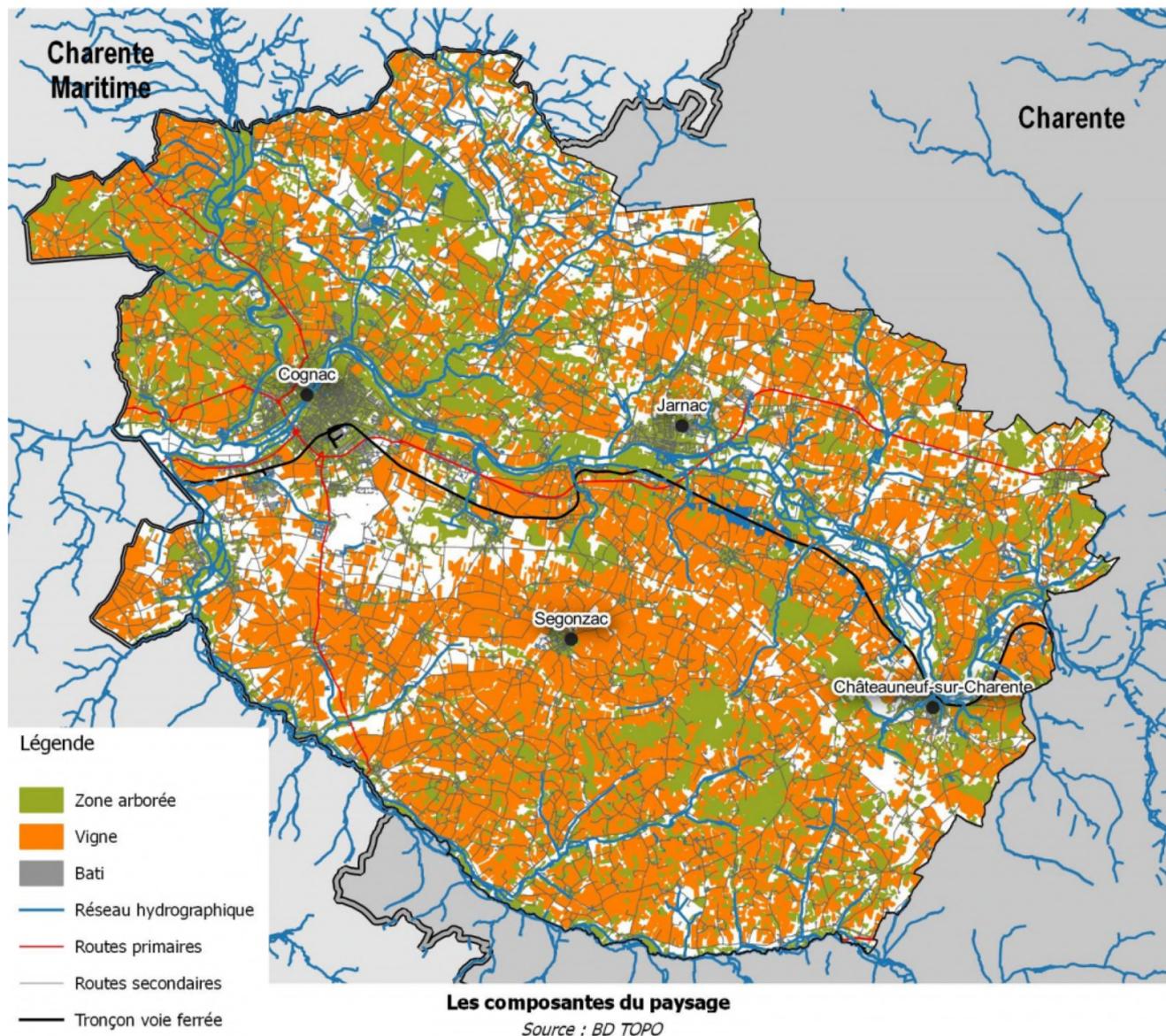
- Butte dite de la « Vache » à Saint-Brice (classé le 23.10.1934)
- Eperon rocheux avec l'ancien cimetière et l'église de Richemont à Cherves-Richemont (classé le 18.02.1937)
- Reste de l'église Saint Marmet et le cimetière voisin avec ses cyprès à Boutiers-Saint-Trojan (classé le 05.07.1941)
- Parc François Premier de l'esplanade à Cognac (classé le 14.05.1943)
- Jardin public dit de l'Hôtel de Ville à Cognac (classé le 14.05.1943)
- Rocher avec abris dénommés "la font qui pisse" à Chateaufort-sur-Charente (classé le 11.08.1941)
- Source de Gensac à Gensac-La-Pallue (classé le 02.07.1919)

d. Les espaces de nature en tissu urbain

En tissu urbain, le végétal est relativement peu présent sur le territoire, les villages étant à dominante minérale. Pour autant, les espaces de nature en tissu urbain se caractérisent par :

- Des parcs et jardins publics (ex : parc de la Mairie à Cognac) ;
- Des ensembles de fonds de jardin, des jardins privés boisés et jardins potagers ;
- Des alignements plantés le long de certaines voies ou marquant l'entrée d'un domaine, d'un bourg ou d'un hameau.

A. Caractéristiques paysagères



Le territoire communautaire se caractérise par son paysage à dominante naturelle et rurale : vignes à perte de vue, vallées créant des perspectives sur des espaces boisés et vinicoles ou sur des éléments bâtis (centres-bourgs, châteaux, églises, anciennes cheminées...), présence structurante de la Charente...

Ces espaces non bâtis constituent autant de lieux où toute publicité (sauf rares exceptions) est interdite.

B. Caractéristiques patrimoniales

a. Les monuments historiques

Le tissu urbain se concentre autour des villes de Cognac, Châteaubernard, Jarnac et Châteauneuf-sur-Charente. Le territoire de Grand Cognac est également parsemé de villages et hameaux, l'urbanisation s'étant développée de manière dispersée et principalement le long du fleuve Charente.

La ville de Cognac présente un patrimoine bâti riche, lié intrinsèquement à son histoire médiévale et moderne. C'est à partir de l'Antiquité que la véritable histoire de Cognac commence, à travers le commerce de vin grâce au fleuve Charente comme véritable vecteur économique. Au Moyen Âge, avec le commerce du sel, la région connaîtra un important développement économique.

Durant les XVII^{ème} et XVIII^{ème} siècles seront construits de nombreux édifices religieux dans le contexte de contre-réforme ainsi que des hôtels particuliers que l'on retrouve aujourd'hui. Sous l'impulsion du commerce de l'eau-de-vie du même nom, la ville de Cognac connaît une évolution sans précédent avec une multiplication par 6 de sa taille, l'annexe de communes limitrophes, la création de nouveaux quartiers et une population qui passe de 3 000 à 18 000 habitants environ entre 1820 et 1900.

Cognac est la commune du territoire qui compte le plus de monuments historiques. Les autres communes du territoire comprennent également des éléments remarquables quant à leur patrimoine bâti, qu'ils soient reconnus monuments historiques ou simples éléments du « quotidien », qui participent pleinement à l'identité intercommunale (églises romanes, moulins, dolmens...). L'église Saint Martin à Gensac-la-Pallue est le plus ancien édifice classé au titre des monuments historiques (1862).

Près d'une centaine de monuments historiques sont recensés sur le territoire communautaire, dont 19 dans la seule ville de Cognac.

19 communes ne comprennent pas de monuments historiques classés ou inscrits : Birac, Bréville, Châteaubernard, Fleurac, Foussignac, Gimeux, Houlette, Javrezac, Julienne, Mainxe-Gondeville, Mesnac, Mosnac-Saint-Simeux, Nercillac, Réparsac, Saint-Laurent-de-Cognac, Saint-Preuil, Sainte-Sévère, Triac-Lautrait et Vibrac.



Eglise Saint Martin, Gensac-la-Palue



Eglise Saint-Maxime, Saint-Même-les-Carrières

B. Caractéristiques patrimoniales

Communes	Monument historique	Nombre de monuments historiques
Ambleville	Église Saint Pierre	1
Angeac-Champagne	Château de Roissac	1
Angeac-Charente	Église Saint Pierre	1
Ars	Château Église Saint Maclou	2
Bassac	Abbaye Saint Étienne - Bâtiments conventuels Abbaye Saint Étienne - Église Abbaye Saint Étienne - Logis abbatial Abbaye Saint Étienne - Logis abbatial Église Saint Nicolas	5
Bellevigne	Église Saint Pierre (ex Touzac) Église Saint Pierre (ex Éraville) Église Saint Saturnin (ex Malaville)	3
Bonneuil	Château du Breuilh Église Saint Pierre	2
Bourg-Charente	Église Saint Jean Baptiste	1
Bouteville	Château Église Saint Paul	2
Boutiers-Saint-Trojan	Chapelle Saint Marmet Église Saint Trojan	2
Champmillon	Église Saint Vincent Château de la Chapelle	2
Chassors	Château de Montjourdain	1
Châteauneuf-Sur-Charente	Église Sainte Eulalie	1
Cherves-Richemont	Château Chesnel Église Saint Vivien Pyramide du pont de l'Antenne Logis de Boussac Église Saint Georges Logis de Saint Rémy	6
Cognac	Hôtel Brunet du Boccage Hôtel Allenet Hôtel de l'Esclopard Hôtel Duplessis 9 place des Anciennes Halles Maison Prunier Hôtel Verdellin Fontaine François 1er Château François 1er Vieux Port Maison de la nourrice de François 1er 31 rue de l'Isle d'Or Pavillon gothique Ancien couvent des Récollets Hôtel Perrin de Boussac Maison Martell Église Saint Léger Ancien cloître du prieuré Saint Léger Dolmen de Séchebec	19

Communes	Monument historique	Nombre de monuments historiques
Criteuil-la-Magdeleine	Église Saint Jean	1
Gensac-la-Pallue	Église Saint Martin Logis de L'Esclopard	2
Genté	Église Saint Médard	1
Graves-Saint-Amant	Église Saint Martin	1
Hiersac	Église Saint Thomas	1
Jarnac	Logis de Nanclas Maison François Mitterrand Temple Église Saint Pierre Église Saint Pierre Château Saint Martial Château des Chabannes	7
Juillac-le-Coq	Église Saint Martin Château de Beauregard	2
Les Métairies	Tumulus et camp	1
Lignières-Sonneville	Église Notre Dame Château de Lignières (façades et toitures) Château de Lignières (façades, toitures, cheminées) Église de la Sainte Trinité Maison de Chez Ballet Église Saint Palais des Combes	6
Louzac-Saint-André	Église Saint André Église Saint Martin	2
Mérignac	Église Saint Pierre Château de Villars Marange	2
Merpins	Pont du Cocuron Château Abbaye de Notre Dame de la Frenade	3
Mouldars	Église Saint Hippolyte Château d'Ardenne	2
Saint-Brice	Dolmen de Gardépée Église Notre Dame de l'Assomption de Châtre Logis de Gardépée Église Saint Brice Château	5
Saint-Fort-sur-le-Né	Dolmen de la Pierre Levée Église Saint Fortunat	2
St-Même-les-Carières	Dolmen de la Pierre Levée Église Saint Maxime	2
Saint-Simon	Église Saint Sigismond	1
Saint-Sulpice-de-Cognac	Pyramide du pont de l'Antenne	1
Salles d'Angles	Église Saint Maurice Presbytère	2
Segonzac	Église Saint Pierre Temple	2
Sigogne	Église Saint Martin	1
Verrières	Église Saint Palais et croix hosannière	1
Total		97

En droit de l'affichage extérieur, ces monuments historiques génèrent des interdictions de publicité, sur le monument lui-même et dans ses abords.

Deux périmètres délimités des abords (PDA) ont été institués à Cognac, autour du Dolmen de Séchebec (par ailleurs en Site Patrimonial Remarquable), et à Cherves-Richemont autour de la Pyramide du pont de l'Antenne. Ils emportent interdiction de publicité à l'intérieur de tout leur périmètre, sauf si le RLP y déroge, sans qu'il soit nécessaire d'apprécier la covisibilité avec le monument historique. Des PDA existent également à Ars et Hiersac. Ceux de Jarnac et Sainte-Même-les-Carières ont été approuvés mais ne sont pas encore entrés en vigueur. Enfin, dans le cadre de l'élaboration du PLUi, près d'une vingtaine autres PDA sont à l'étude.

A défaut de PDA, l'interdiction de publicité s'applique dans le champ de visibilité du monument historique, jusqu'à 500m (cf ci-après).

La préservation de la qualité patrimoniale et urbaine est un enjeu majeur, au cœur de diverses démarches communales et intercommunales. La Charte paysagère et architecturale du Pays Ouest-Charente et du Pays du Cognac ainsi que le diagnostic du PLUi font état d'une dégradation de la qualité paysagère de certaines entrées de villes, par plusieurs phénomènes : l'extension de l'urbanisation le long d'axes de transports souvent mal adaptés à la desserte de propriétés privées, l'implantation d'activités économiques et commerciales en périphérie urbaine, la multiplication de signalétique...

B. Caractéristiques patrimoniales

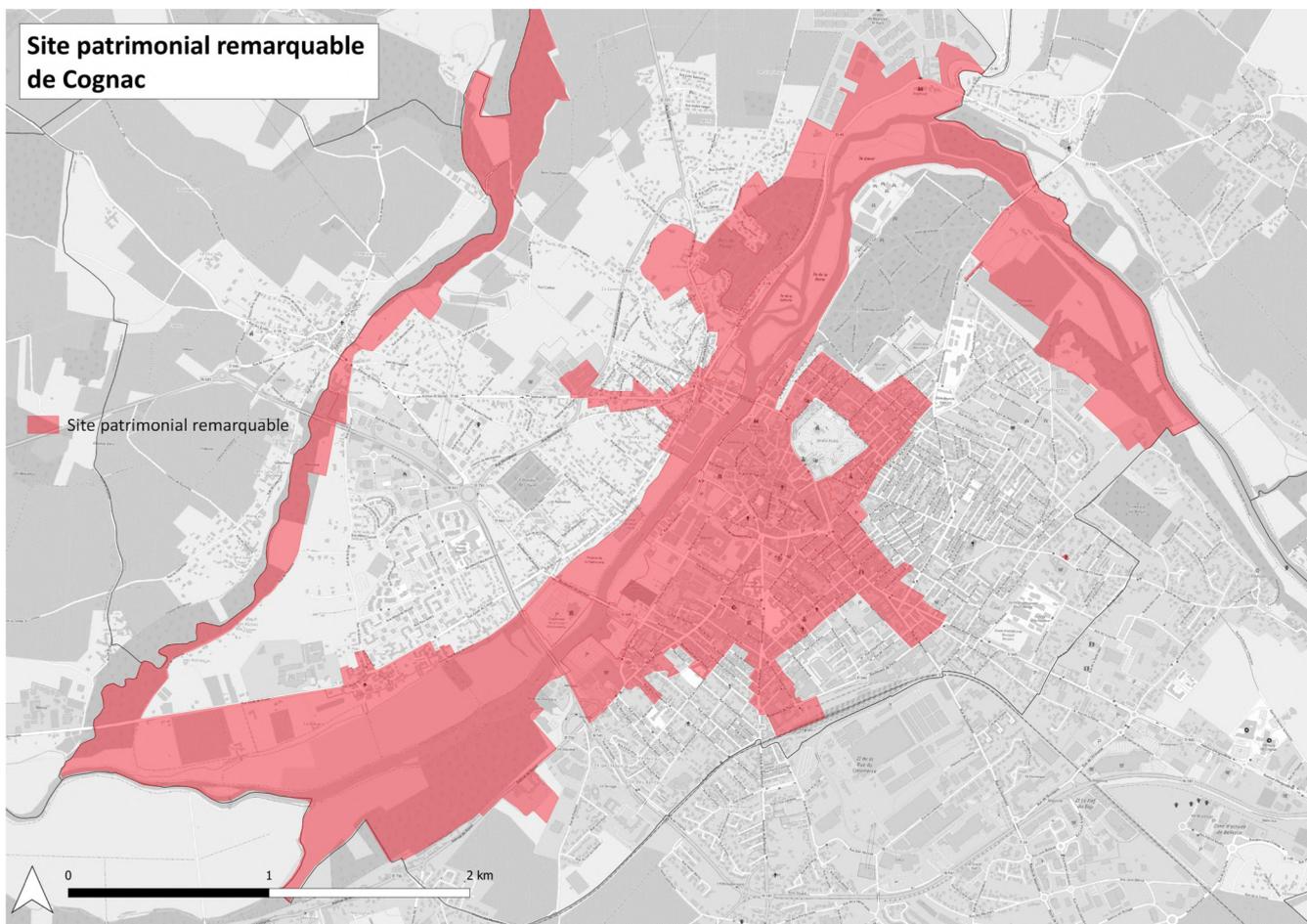
b. les sites patrimoniaux remarquables

Il existe deux Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) sur le territoire de Grand Cognac : celui de Cognac et celui de Jarnac.

Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016, les SPR ont remplacé les anciennes ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbanistique et Paysager) et AVAP (Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine). Le SPR constitue une servitude du PLUi.

Le SPR de Cognac (ex-AVAP) a été approuvé par le Conseil communautaire de Grand Cognac le 12 juillet 2017.

Il couvre près de 1 345 hectares, à la fois le centre historique et des secteurs périphériques, afin de préserver les vues, les rives de la Charente, les immeubles d'intérêt architectural, les ensembles urbains homogènes et les espaces naturels. Tous les monuments historiques sont inclus dans le périmètre du SPR.



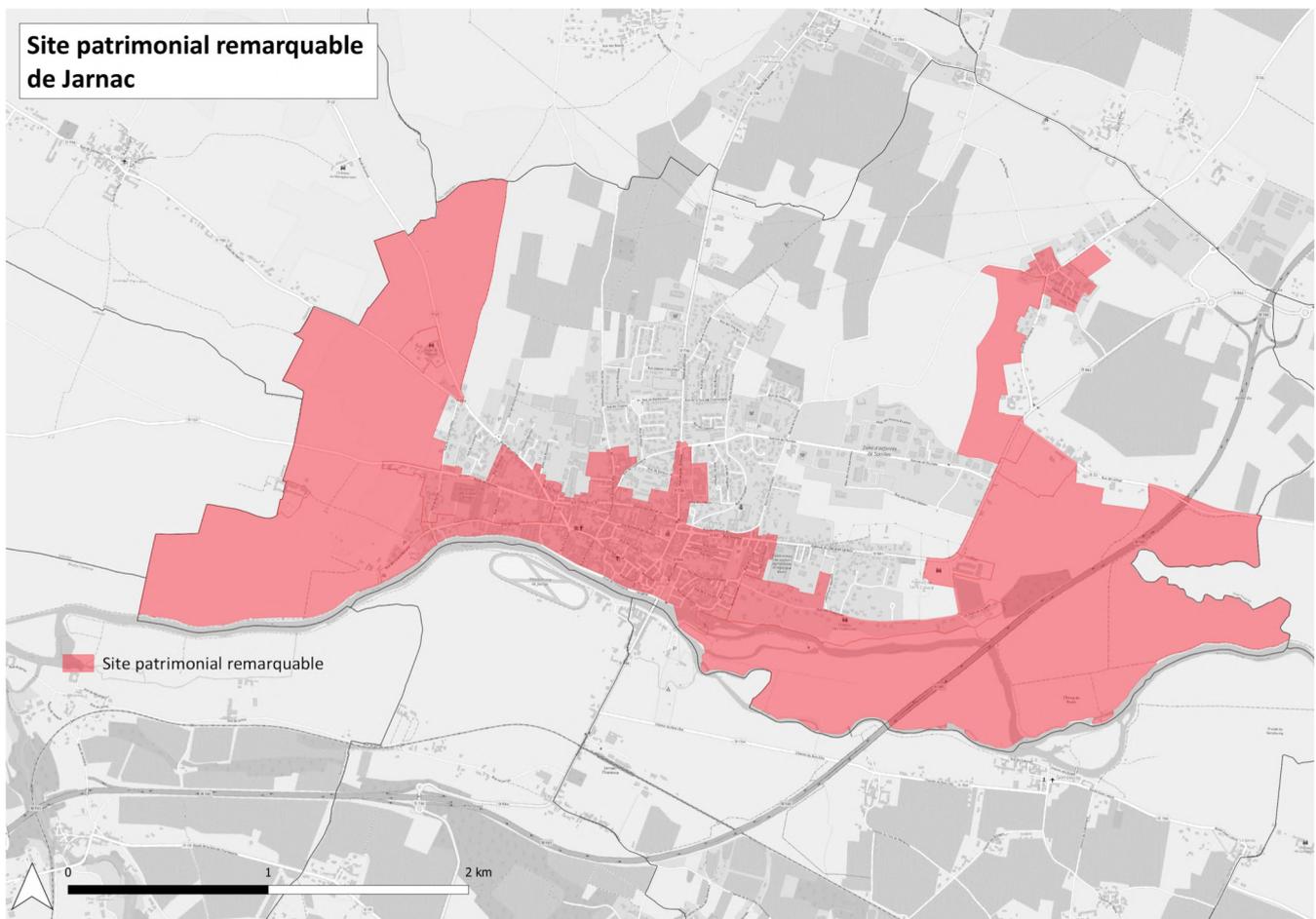
B. Caractéristiques patrimoniales

b. les sites patrimoniaux remarquables

Le SPR de Jarnac (ex-ZPPAUP) date de 2002. Il englobe les sites archéologiques sensibles, les monuments historiques, les espaces naturels et le patrimoine bâti à préserver.

Il identifie trois perspectives remarquables :

- La Gibauderie depuis la berge nord de la Charente ;
- L'Ouche de Rave depuis le hameau de Bel Air ;
- Le Plantier de St-Cybard depuis l'ancienne RN 141.

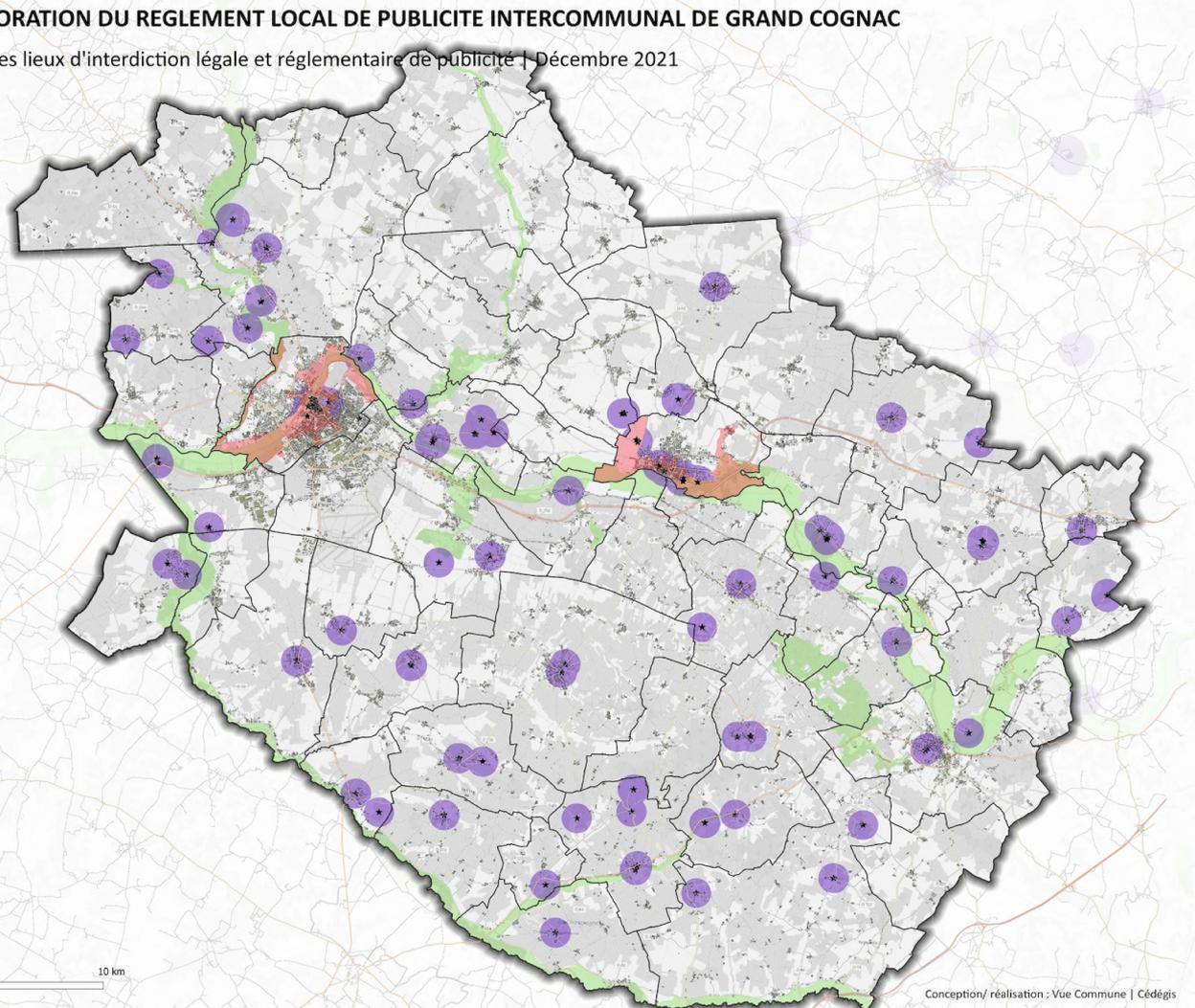




ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL DE GRAND COGNAC

Plan des lieux d'interdiction légale et réglementaire de publicité | Décembre 2021

- Limites administratives**
- Limites communales
 - Limite de la CA du Grand Cognac
- Lieux d'interdiction absolue de publicité (art L581-4 du Code de l'Environnement)**
- Monument historique
 - Site classé
- Lieux d'interdiction relative de publicité (art L581-8 du Code de l'Environnement)**
- Périmètre délimité des abords d'un monument historique (PDA)
 - Lieux situés à moins de 500m d'un monument historique (publicité interdite en cas de co-visibilité)
 - Site inscrit
 - Site patrimonial remarquable
 - Zone Natura 2000



Le territoire communautaire se caractérise avant tout par la prégnance des espaces naturels, agricoles et boisés, constituant autant de lieux situés hors agglomération.

De fait, la publicité classique (dispositifs muraux et scellés au sol) est interdite dans plus de 80% du territoire. Dans les 20% restants, soit les lieux « agglomérés », le territoire communautaire présente des caractéristiques paysagères et patrimoniales générant des interdictions de publicité : sites patrimoniaux remarquables, abords des monuments historiques, sites classés et sites inscrits...

Une attention particulière est portée à ces lieux protégés, qui présentent un intérêt patrimonial, sur le plan architectural, urbain ou paysager.

II. Analyse des RLP communaux existants

Partie I diagnostic / II. RLP communaux

Trois RLP communaux existaient sur le territoire de Grand Cognac : ceux de Merpins, Châteaubernard et Cognac. Ils sont tous antérieurs à la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 : ils ont donc été élaborés selon la procédure en vigueur à cette époque (désignation, par le Préfet, d'un groupe de travail comprenant notamment des représentants de la commune et des professionnels de l'affichage) et selon la réglementation nationale alors applicable (loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes).

Différents types de zones pouvaient être mis en place par les RLP :

- zone de publicité restreinte (ZPR) : en agglomération, ces zones avaient pour objet de durcir les règles nationales, pour restreindre les possibilités d'installation des publicités et préenseignes (ex : réduction de la surface maximale admise, restriction quant au caractère lumineux ou à la règle de densité...);
- zone de publicité élargie (ZPE) : en agglomération, les ZPE consistaient à assouplir les conditions fixées par la réglementation nationale (ex : augmentation de la surface des dispositifs) ;
- zone de publicité autorisée (ZPA) : hors agglomération, ces zones permettaient de déroger au principe d'interdiction de publicité, pour y ré-introduire certaines formes de publicité.

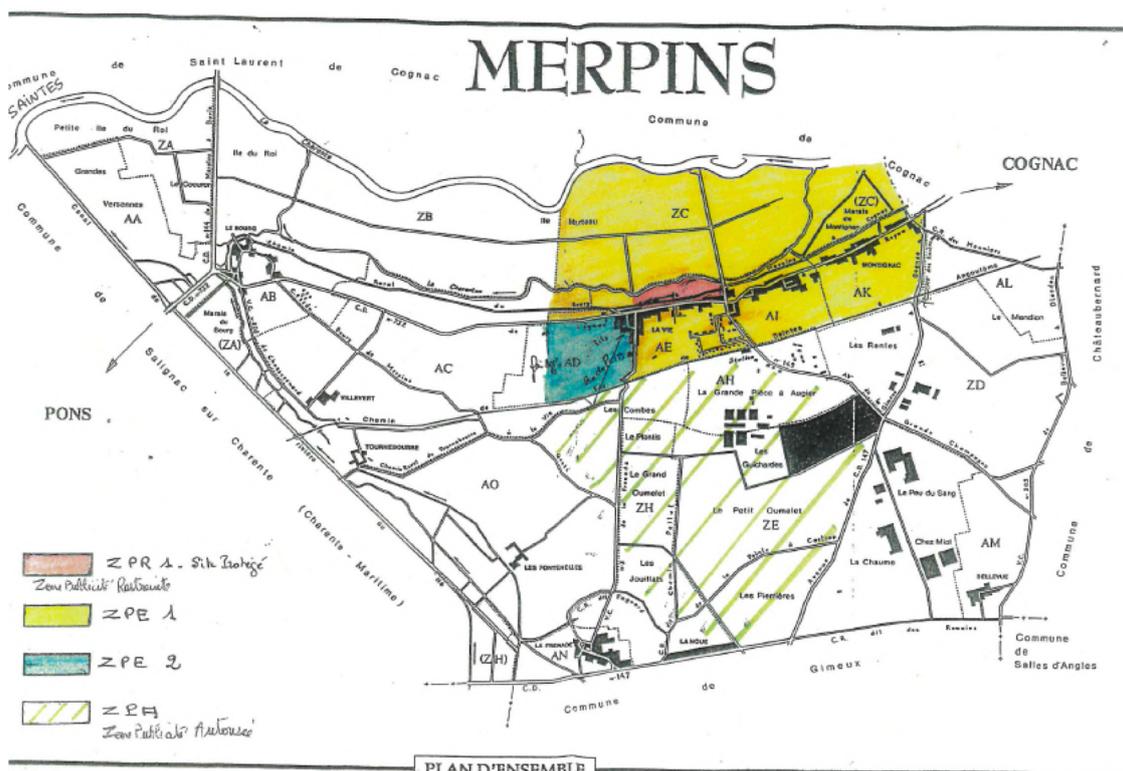
Depuis la loi Grenelle II, un RLP ne peut plus instaurer ni ZPE ni ZPA : désormais, les zones d'un RLP ne peuvent couvrir que les lieux situés en agglomération et les règles locales sont principalement plus restrictives que les prescriptions du règlement national.

❖ Le RLP communal le plus ancien est celui de de Merpins : il a été arrêté le 1^{er} mars 1996.

Il instaure deux ZPE, le long de la RD 732 principalement, et aucune ZPR. Son objectif était donc de permettre l'installation de publicités, de manière plus large que ce qu'aurait admis la réglementation nationale : en l'espèce, c'est principalement la règle de surface qui a été assouplie.

La publicité murale est admise, dans la limite de 12m² (au lieu des 4m² fixés par le code de l'environnement), à raison d'un seul dispositif par mur. La publicité scellée au sol est également admise, dans la limite de 12m² de surface et 6m de hauteur, à raison d'un dispositif par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière d'au moins 20m (au-delà, limitation à deux dispositifs par linéaire, avec intervalle de 70m entre eux). La publicité supportée par du mobilier urbain est limitée à 2m².

En matière d'enseignes, la réglementation nationale demeure applicable.



Partie I diagnostic / II. RLP communaux

❖ Le RLP de Châteaubernard date du 2 mai 1996.

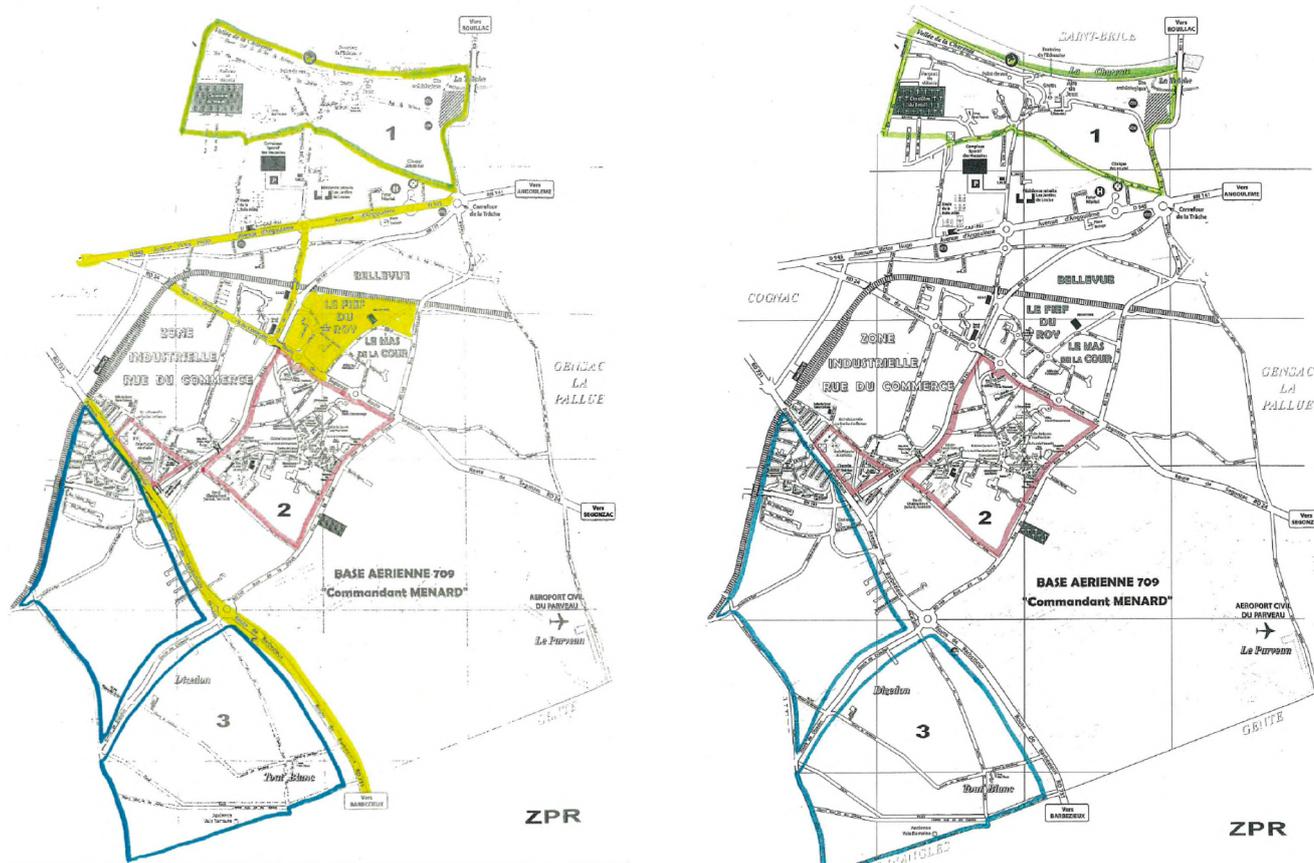
Il instaure 3 ZPR et une ZPE, le reste du territoire restant sous le régime de la réglementation nationale.

La ZPR1 couvre le fleuve Charente, la rue du Dolmen, la route de l'Echassier, le chemin de la Nicerie et la rue de la Trache. Toute publicité y est interdite, sauf celle supportée par du mobilier urbain (dans la limite de 2m²).

La ZPR2 concerne la route de Segonzac, la RNI41, la rue des Groies, la rue de la Doue, la rue des Quillettes, la rue de Genté, la rue de la Croix Landolle et la rue de Barbezieux. Le régime applicable est identique à celui défini pour la ZPR1.

Il en va de même pour les règles applicables en **ZPR3**, qui couvre l'avenue de Barbezieux, la RD 149, le chemin rural de Lonzac, et la voie communale 305.

C'est donc un seul régime juridique qui est défini, alors que trois zones ont été délimitées : par facilité d'application, il aurait été pertinent de dénommer de manière unique cette zone. Les règles locales instaurées en ZPR 1, 2 et 3 reviennent à une interdiction de toute publicité sur domaine privé, ce qui est sans doute excessif du point de vue paysager, et place l'opérateur de mobilier urbain, seul en capacité d'installer des publicités, en abus de position dominante.



En ZPE (avenue d'Angoulême, rue du Dominant, route de Segonzac, rue de l'Anisserie, ZA du Fief du Roy), la publicité scellée au sol est admise dans la limite de 12m², à raison d'un dispositif par linéaire d'au moins 10m de façade sur rue d'une unité foncière (deux dispositifs au maximum si le linéaire est supérieur à 30m, sans possibilité de dispositifs installés côte à côte). La surface de la publicité sur mobilier urbain est limitée à 4m².

C'est l'existence de cette ZPE qui a permis l'installation de nombreux dispositifs scellés au sol dans les zones commerciales et d'activités et le long des axes y menant.

Partie I diagnostic / II. RLP communaux

Pour autant, le RLPi ne peut pas reconduire ce type de zone : soit la réglementation nationale est maintenue (interdiction des publicités scellées au sol ; publicité murale admise dans la limite de 4m²), soit elle est davantage durcie. En conséquence, par l'effet des nouvelles règles nationales post-Grenelle II, les dispositifs scellés au sol existants devront inévitablement être supprimés.

En matière d'enseignes, le RLP de Châteaubernard définit des règles identiques dans toutes les zones. La règle locale principale consiste à limiter le nombre d'enseignes : une seule enseigne (sans qu'il soit précisé s'il s'agit d'enseigne parallèle ou perpendiculaire ou autre) par établissement, sauf si l'établissement est situé à l'angle de deux voies (deux enseignes sont alors admises). Cette règle ne peut se justifier du point de vue de l'intégration des enseignes sur la façade qui les supporte ou dans le paysage : elle invite par exemple à installer une seule grande enseigne bandeau, alors que le respect des lignes de composition de la façade inciterait à installer deux ou trois petites enseignes, en cohérence avec les emplacements des baies par exemple, et sans rupture des lignes de composition de la façade.

❖ **Le RLP de Cognac est plus récent : il a été arrêté le 24 octobre 2005. Trois ZPR sont instituées.**

Certaines dispositions sont communes à toutes les zones, notamment la règle d'extinction des publicités lumineuses entre 22h et 6h, l'interdiction des publicités « animées », des publicités de plus de 2m² à moins de 75m d'un rond-point et des dispositifs installés côte à côte (un seul dispositif est admis sur son emplacement).

En ZPRI, soit dans les zones N du PLU, le jardin public (site classé), le Vieux Cognac (exception faite de certaines places), places du Salençon et de la Levade et leurs rues adjacentes, toute publicité est interdite sauf sur domaine public, dans la limite de 2m² d'affiche et 3m² cadre compris. Telle que rédigée, cette règle locale permet donc uniquement l'installation de publicités sous convention d'affichage avec la Ville ou de mobilier urbain supportant de la publicité.

En ZPR2, correspondant aux principales entrées de ville, grands axes de contournement, secteurs d'activités dont l'avenue de Royan, le boulevard de Javrezac, le boulevard Oscar Planat, le boulevard de Paris, la rue de Montplaisir, l'avenue Saint Jean d'Angély, l'avenue de Saintes, la rue de Barbezieux, la publicité murale et la publicité scellée au sol sont admises, dans la limite de 8m² de surface d'affiche (10m² cadre compris) et 6m de hauteur maximale. Une interdistance de 75m doit être respectée entre deux publicités de plus de 3m², sur domaine public et privé.

A noter : la jurisprudence reconnaît, de manière constante, qu'une règle d'interdistance entre des dispositifs situés sur des unités foncières distinctes est illégale. Une telle règle donne « priorité » au premier dispositif installé, qui conditionne l'installation des dispositifs suivants, et donc le place en abus de position dominante.

En ZPR3, soit dans le reste du territoire aggloméré, la publicité murale est admise dans la limite de 4m² de surface d'affiche (4,50m² cadre compris) et 5m maximum de hauteur. La publicité scellée au sol est quant à elle limitée à 2m² de surface d'affiche (3m² cadre compris) et 3,50m de hauteur maximale. Une règle d'interdistance est également édictée : 40m à respecter entre deux publicités de plus de 3m², situées sur domaine public et privé.

En matière d'enseignes, le RLP de Cognac édicte principalement des règles spécifiques pour celles situées dans le Vieux Cognac : règle de positionnement des enseignes perpendiculaires, mode de réalisation des enseignes parallèles.

Hormis le RLP de Cognac, ceux de Merpins et Châteaubernard ont défini des zones (ZPE et ZPA) permettant d'assouplir la réglementation nationale. Cela était juridiquement possible à cette époque, mais ne l'est plus depuis la loi Grenelle II du 12 juillet 2010. Le RLPi ne peut pas déroger à l'interdiction de publicité hors agglomération, ni assouplir une règle nationale (surface, densité...).

L'effet le plus notable de la nouvelle réglementation nationale post-Grenelle II concerne la commune de Châteaubernard, agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, au sein de laquelle toute publicité scellée au sol est interdite. Les dispositifs scellés au sol existants devront donc être supprimés et les enseignes scellées au sol ne pourront avoir une surface supérieure à 6m².

Par ailleurs, certaines règles des RLP communaux sont devenues obsolètes ou illégales et ne peuvent valablement être reconduites par le RLPi : zones d'interdiction de toute publicité, règles fondées sur des considérations autres que paysagères, règle d'interdistance entre des dispositifs situés sur des unités foncières différentes.

III. Règlementation nationale de l'affichage applicable au territoire, en l'absence de règlement local

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

La réglementation nationale relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes a été profondément modifiée par la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 et ses décrets d'application (30 janvier 2012, 1^{er} août 2012 et 9 juillet 2013 notamment).

Cette réforme a apporté d'importantes modifications, qui, si elles ont restreint de nombreuses possibilités admises antérieurement (diminution des surfaces maximales, nouvelles règles de densité ou concernant la publicité lumineuse, limitation des enseignes...), ont également organisé de nouvelles possibilités d'installation publicitaire (bâches, dispositifs de dimensions exceptionnelles, micro-affichage...).

La réglementation au titre du cadre de vie et des paysages (code de l'environnement) ne fait pas obstacle à ce que les publicités, enseignes et préenseignes respectent d'autres législations ou réglementations susceptibles de restreindre les possibilités d'installation de ces dispositifs, en particulier celles relatives à :

- la sécurité routière (art. R. 418-2 à R. 418-7 du code de la route) ;
- l'occupation domaniale (art. L. 113-2 du code de la voirie routière, art. L. 2122-1 à L. 2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques), qu'il s'agisse des autorisations requises ou des règles d'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite (loi n° 2005-102 du 11 février 2005).

A. Réglementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

Selon l'article L.581-19 du code de l'environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité : ainsi, toutes les règles applicables à la publicité le sont également aux préenseignes (même corpus juridique). Une exception existe à ce principe : les préenseignes situées hors agglomération dites « préenseignes dérogatoires » (cf ci-après).

La loi définit la publicité comme « toute inscription, forme ou image (à l'exception des enseignes et préenseignes) destinée à informer le public ou attirer son attention. Les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités » (art. L. 581-3, a.c.env.).

La loi définit les préenseignes comme « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (art. L. 581-3, c).

Le code de l'environnement édicte les mêmes règles pour les publicités/préenseignes non lumineuses et pour les publicités/préenseignes éclairées par projection (spots ou rampe lumineuse éclairant l'affiche papier) ou par transparence (tubes néon derrière l'affiche papier).



Publicité scellée au sol non lumineuse



Publicité scellée au sol éclairée par projection



Dispositif non exploité, assimilé à de la publicité



Publicité scellée au sol numérique



Préenseigne scellée au sol non lumineuse



Préenseigne murale non lumineuse

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

a. Interdiction de publicité et préenseigne hors agglomération

Le principe d'interdiction de publicité hors agglomération est fondamental en droit de l'affichage extérieur.

Comme précisé ci-avant, l'« agglomération » est entendue au sens du code de la route (art. R. 110-2) comme des « espaces sur lesquels sont groupés des immeuble bâtis rapprochés ».

La publicité est interdite en-dehors des agglomérations, sauf :

- à l'intérieur de l'emprise des aéroports, des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs de plus de 15 000 places (Grand Cognac non concerné);
- à proximité immédiate des établissements des centres commerciaux exclusifs de toute habitation si le RLP y autorise la publicité (Grand Cognac non concerné);
- cas des « préenseignes dérogatoires ».

Dès lors que la publicité est interdite de façon générale en dehors des espaces agglomérés, la délimitation précise de ces espaces est déterminante, que ce soit pour l'application des règles nationales ou pour la juste délimitation des zones de publicité par le RLPi.

Exception à l'interdiction de publicité hors agglomération : certains types de préenseignes sont admis par la réglementation nationale hors agglomération. Il s'agit des préenseignes dites « dérogatoires », au profit d'activités culturelles, d'activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, de monuments historiques ouverts à la visite ou de préenseignes « temporaires », qui peuvent être installées (art. L. 581-19 c.env.) selon des conditions spécifiques :

- nombre limité à deux par activité, porté à quatre par monument historique ouvert à la visite (art. R. 581-67 c.env.) ;
- installation à moins de 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu d'exercice de l'activité signalée, distance portée à 10 km pour les monuments historiques (art. R. 581-66 c.env.) ;
- installation scellée au sol ou installée directement sur le sol (art. R. 581-66 c.env.) ;
- panneau rectangulaire (art. 4, arrêté du 23 mars 2015) limité à 1 m de haut et 1,50 m de large (art. R. 581-66 c.env.) ;
- hauteur au-dessus du sol limitée à 2,20 mètres, avec possibilités de superposer deux préenseignes alignées sur un même mât mono-pied d'une largeur limitée à 15 cm (art. 3, arrêté du 23 mars 2015).



A noter : depuis le 13 juillet 2015, la liste des activités pouvant se signaler sur des préenseignes dérogatoires a été considérablement réduite. N'y figurent plus les « activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement » type hôtels, chambres d'hôtes, restaurants, stations essence...qui ne peuvent donc pas se signaler, aujourd'hui, sur des préenseignes scellées au sol hors agglomération.

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

b. Interdiction de publicité et préenseigne en agglomération

De manière absolue, la publicité et les préenseignes sont interdites -sans dérogation possible par le RLPi- dans les lieux visés à l'article L. 581-4 du code de l'environnement :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- Sur les arbres.

Toute publicité ou préenseigne est également interdite sur les plantations, poteaux de transport et de distribution électrique, de télécommunication, installations d'éclairage public, équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne, sur les murs de bâtiments, sauf s'ils sont aveugles ou comportent des ouvertures de surface unitaire inférieure à 0,50m², sur les clôtures non aveugles, les murs de cimetières ou de jardins publics, sauf sur les bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est engagée ou a été autorisée (art. R. 581-22 du code de l'environnement).

De manière relative, à l'intérieur des agglomérations, la publicité et les préenseignes sont interdites -avec la possibilité pour le RLPi d'admettre des dérogations à ces interdictions- dans les lieux visés à l'article L. 581-8 du code de l'environnement :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 c.env.;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 c.env.

Concernant les abords des monuments historiques, l'article 100 (5°, a) de la loi n° 2016-925 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016 (loi LCAP) a modifié le champ d'application de l'interdiction légale de publicité qui s'appliquait depuis la loi du 29 décembre 1979, pour remplacer l'interdiction "à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité" de ces monuments, par une interdiction dans un "périmètre délimité" autour de ces monuments ou, en l'attente d'un tel périmètre, "à moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité" de ces monuments.

Un règlement local de publicité peut lever l'interdiction de publicité et préenseigne dans les abords de monuments historiques, pour leurs parties situées en agglomération, dans des conditions qu'il lui appartient de déterminer, sans qu'elles permettent des conditions d'installation moins strictes que les règles applicables en l'absence d'interdiction légale (art. L. 581-8, I, 1° c.env.).

LIEUX D'INTERDICTION SUR LE TERRITOIRE DE GRAND COGNAC :

INTERDICTION ABSOLUE DE PUBLICITE (le RLPi ne peut pas y déroger)	INTERDICTION RELATIVE DE PUBLICITE (le RLPi peut y déroger)
<ul style="list-style-type: none">- Sur les monuments historiques- Dans les sites classés- Sur les arbres	En agglomération : <ul style="list-style-type: none">- Aux abords des monuments historiques- Dans le site patrimonial remarquable de Cognac et celui de Jarnac- Dans les sites inscrits- Dans les zones Natura 2000

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Réglementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

c. Règles nationales applicables à la commune de Cognac

Cognac est la seule commune du territoire communautaire à compter plus de 10 000 habitants. En l'absence de RLP, ce serait la réglementation nationale la moins protectrice des paysages qui s'y appliquerait, permettant l'installation de publicités scellées au sol et murales non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence jusqu'à 12m², de publicités numériques jusqu'à 8m², de bâches publicitaires, de dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire...



Publicités scellées au sol non lumineuses de 12m²



Publicité murale non lumineuse de 12m²



Publicité scellée au sol numérique de 8m²

Le code de l'environnement définit des prescriptions applicables à toutes les formes de publicités et préenseignes situées à l'intérieur des agglomérations :

- obligation de disposer d'une autorisation écrite du propriétaire (art. L. 581-24) ;
- obligation de mentionner nom et adresse, dénomination ou raison sociale de celui qui a apposé ou fait apposer la publicité (art. L. 581-5) ;
- maintien en bon état d'entretien et de fonctionnement (art. R. 581-24) ;
- extinction des publicités lumineuses entre 1 et 6 heures du matin (art. R. 581-35) ;
- limitation de la densité des dispositifs publicitaires en fonction du linéaire de façade sur rue (art. R. 581-25) :
 - ✓ par tranche de 80 mètres linéaires, un dispositif mural (éventuellement deux dispositifs « alignés » pour la 1ère tranche de 80 mètres) ou un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol ;
 - ✓ un dispositif supplémentaire est admis pour la 1ère tranche de 40 à 80 mètres.

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

c. Règles nationales applicables à la commune de Cognac

Règles nationales applicables à la publicité non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence à Cognac, agglomération de plus de 10 000 habitants :

Hauteur minimale au-dessus du sol	<ul style="list-style-type: none">• 0,50m (art.R.581-27 c.env.)
Extinction nocturne	<ul style="list-style-type: none">• Entre 1h et 6h (art.R.581-35 c.env.) sauf éclairée par projection ou transparence sur mobilier urbain ou évènements exceptionnels (dérogation par arrêté municipal ou préfectoral)
Installation sur mur, clôture, bâtiment	<ul style="list-style-type: none">• Interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie (art.R.581-22 c.env.). Toutefois, sous réserve de l'application de l'article L.581-4 et de l'article L. 581-8-III du code de l'environnement, cette interdiction est levée pour les dispositifs de petits formats intégrés à une devanture commerciale (micro-affichage) et ne recouvrant que partiellement la baie ou lorsqu'il s'agit de la devanture d'un établissement temporairement fermé pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire.• Interdiction sur toiture ou terrasse en tenant lieu (art.R.581-27 c.env.)• Interdiction de dépasser les limites du mur ou limites de l'égout du toit (art.R.581-27 c.env.)• Installation sur le mur support ou sur plan parallèle avec une saillie maximale de 0,25m par rapport au mur (art. R.581-27 c.env.)• Suppression préalable des anciennes publicités existantes au même endroit (art R.581-29 c.env.)• Surface unitaire maximale 12m² (art.R.581-26 c.env.). Il s'agit de la surface « support compris » et non pas de la seule surface d'« affichage » (CE, 20 oct. 2016, commune de Dijon, n° 395494)• Hauteur maximale au-dessus du sol : 7,50m (art.R.581-26 c.env.)
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	<ul style="list-style-type: none">• Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R.581-30 c.env.)• Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 c.env.)• Surface unitaire maximale 12m² (art.R.581-32 c.env.). Il s'agit de la surface « support compris » et non pas de la seule surface d'« affichage » - CE, 20 oct. 2016, commune de Dijon, n° 395494)• Hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art. R. 581-32 c.env.)• Installation à plus de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin et à plus de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative (art.R.581-33 c.env.) – règle dite H/2

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

c. Règles nationales applicables à la commune de Cognac

Règles nationales applicables à la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (dont la publicité numérique) à Cognac, agglomération de plus de 10 000 habitants :

Hauteur minimale au-dessus du sol	<ul style="list-style-type: none">• 0,50m (art.R.581-27 c.env.)
Extinction nocturne	<ul style="list-style-type: none">• Entre 1h et 6h, sauf (art.R.581-35 c.env.) numérique sur mobilier urbain si les images sont fixes, ou sauf événements exceptionnels (dérogation par arrêté municipal ou préfectoral)
Installation sur mur, clôture, bâtiment	<ul style="list-style-type: none">• Interdiction de dépasser les limites du mur, d'être apposée sur garde-corps d'un balcon ou balconnet, d'être apposée sur une clôture (art.R.581-36 c.env.)• Installation sur le mur support ou sur plan parallèle (art.R.581-37 c.env.)• Surface unitaire maximale 8m²• Hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-34 c.env.)
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	<ul style="list-style-type: none">• Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R.581-30 et R.581-40 c.env.)• Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-40 c.env.)• Surface unitaire maximale 8m²• Hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-41 c.env.)• Installation à plus de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin et à plus de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative (art.R.581-33 et R.581-40 c.env.)
Publicité lumineuse sur toiture	<ul style="list-style-type: none">• Hauteur inférieure à 1/6ème de la hauteur de la façade, limitée à 2m, pour les façades d'une hauteur inférieure ou égale à 20m (1/10ème, dans la limite de 6m, dans les autres cas) – art.R.581-38 c.env.• En lettres et signes découpés sans panneau de fond autre que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base et dont la hauteur est limitée à 0,50m - art.R.581-38 c.env.
Numérique	<ul style="list-style-type: none">• Système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (art.R.581-41 c.env.)

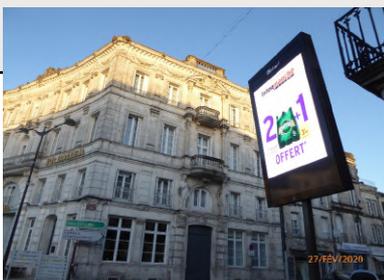
Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

c. Règles nationales applicables à la commune de Cognac

Règles nationales applicables à la publicité apposée sur mobilier urbain à Cognac, agglomération de plus de 10 000 habitants :

Mobilier urbain scellé au sol ou directement installé sur le sol	<ul style="list-style-type: none">• Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R 581-30 et R.581-42 c.env.)• Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-42 c.env.)
Abri destiné au public (art.R.581-43 c.env.)	<ul style="list-style-type: none">• Interdiction de publicité sur le toit• Surface unitaire des publicités limitée à 2m²• Surface totale des publicités limitée à 2m², plus 2m², par tranche entière de 4,50m² de surface abritée au sol
Kiosque à journaux ou à usage commercial (art.R.581-44 c.env.)	<ul style="list-style-type: none">• Interdiction de publicité sur le toit• Surface unitaire des publicités limitée à 2m²• Surface totale des publicités limitée à 6m²
Colonne porte-affiches (art.R.581-45 c.env.)	Réservée à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mât porte-affiches (art.R.581-46 c.env.)	<ul style="list-style-type: none">• Réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives• Au plus, deux panneaux de 2m² dos à dos
Mobilier d'information à caractère général ou local ou supportant des œuvres artistiques (art.R.581-47 c.env.)	<ul style="list-style-type: none">• Surface de publicité commerciale inférieure à la surface totale des informations non publicitaires• Interdiction de visibilité des affiches depuis une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, voie express, déviation ou voie publique situées hors agglomération• Surface unitaire limitée à 12m²• Hauteur limitée à 6m au-dessus du sol• Implantation à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin
Publicité lumineuse (quel que soit le mobilier urbain)	<ul style="list-style-type: none">• Surface unitaire limitée à 8m²• Hauteur limitée à 6m au-dessus du sol• Implantation de la publicité numérique à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin si publicité visible de la baie et parallèle à elle• Système de gradation permettant d'adapter l'éclairage des publicités numériques à la luminosité ambiante



En tant qu'agglomération de plus de 10 000 habitants, Cognac est la seule commune à pouvoir installer de la publicité sur mobilier urbain (ici, exemple d'un mobilier d'information)

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

c. Règles nationales applicables à la commune de Cognac

Règles nationales applicables aux bâches publicitaires, de chantier ou permanente (art. R.581-53 à art.R.581-55 c.env.), uniquement admises à Cognac en tant qu'agglomération de plus de 10 000 habitants :

Conditions générales applicables aux bâches de chantier et aux bâches permanentes	<ul style="list-style-type: none">• Interdiction :<ul style="list-style-type: none">- à moins de 40m du bord extérieur des autoroutes ou routes express, sauf autorisation de l'autorité de police de la circulation routière- sur toiture ou terrasse en tenant lieu- de dépasser les limites du mur support- de dépasser les limites de l'égout du toit- de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération• Hauteur minimale au-dessus du niveau du sol : 0,50m• Extinction entre 1h et 6h• Publicité numérique limitée à 8m² et 6m au-dessus du sol
Publicité sur bâches de chantier (art. R. 581-54 c.env.)	<ul style="list-style-type: none">• Saillie limitée à 0,50m par rapport à l'échafaudage• Durée d'affichage limitée à l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux• Surface publicité < 50% de la surface de la bâche (sauf travaux BBC)• L'autorisation peut imposer la reproduction sur les parties de bâches non exploitées par la publicité de l'image des bâtiments occultés
Publicité sur bâches permanentes (art. R. 581-55 c.env.)	<ul style="list-style-type: none">• Installation sur seuls murs aveugles ou comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50m²• Interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie• Installation sur le mur ou sur un plan parallèle au mur• Saillie limitée à 0,50m par rapport au mur• Distance minimale de 100m entre deux bâches



Exemples hors territoire : bâche permanente et bâche de chantier

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

c. Règles nationales applicables à la commune de Cognac

Règles nationales applicables aux dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire, uniquement admis à Cognac en tant qu'agglomération de plus de 10 000 habitants :

Interdictions	<ul style="list-style-type: none">• A moins de 40m du bord extérieur des autoroutes ou routes express, sauf autorisation de l'autorité de police de la circulation routière• De visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération• Si dispositif scellé au sol, interdiction :<ul style="list-style-type: none">- En EBC et zones N du PLU- A moins de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin- A moins de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative
Conditions d'installation	<ul style="list-style-type: none">• Publicités lumineuses situées sur un plan parallèle au mur support• Hauteur minimale au-dessus du niveau du sol : 0,50m• Surface unitaire limitée à 50m² si le dispositif supporte de la publicité numérique (pas de limitation de surface dans les autres cas)
Durée d'installation	Au maximum 1 mois avant le début de la manifestation annoncée jusqu'à 15 jours après la fin de la manifestation
Conditions d'utilisation	<ul style="list-style-type: none">• Extinction entre 1h et 6h• Système de gradation de l'éclairage pour publicités numériques



Exemples hors territoire

En l'absence de règlement local, dans les lieux ne faisant pas l'objet de protection particulière, les possibilités d'installation de publicités à Cognac correspondraient aux règles nationales « maximales » :

- publicité murale et publicité scellée au sol, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, jusqu'à 12m², et jusqu'à 8m² si ces publicités sont lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence (avec possibilité dans les deux cas de dispositifs côte-à-côte) ;
- publicité numérique sur mobilier urbain possible, jusqu'à 8m² sur mobilier d'information ;
- dispositifs, permanents ou temporaires, plus manifestes dans leurs formats tels que les bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire.

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

d. Règles nationales applicables aux communes autres que Cognac

Dans toutes les communes du territoire autres que Cognac, la réglementation nationale contraint fortement les possibilités d'installation des publicités et préenseignes : les dispositifs scellés au sol et les dispositifs numériques sont interdits, les dispositifs sur mur ou clôture sont limités à 4m²...

Par ailleurs, la publicité sur mobilier d'information est limitée à 2m² (et non 12m²), ce qui correspond au format « planimètre » ou « sucette » ; la publicité numérique sur tout type de mobilier urbain étant interdite.

Des prescriptions sont applicables à toutes les formes de publicités et préenseignes :

- obligation de disposer d'une autorisation écrite du propriétaire (art. L. 581-24) ;
- obligation de mentionner nom et adresse, dénomination ou raison sociale de celui qui a apposé ou fait apposer la publicité (art. L. 581-5) ;
- maintien en bon état d'entretien et de fonctionnement (art. R. 581-24) ;
- limitation de la densité des dispositifs publicitaires en fonction du linéaire de façade sur rue (art. R. 581-25) :
 - par tranche de 80 mètres linéaires, un dispositif mural (éventuellement deux dispositifs « alignés » pour la 1^{ère} tranche de 80 mètres) ;
 - un dispositif supplémentaire est admis pour la 1^{ère} tranche de 40 à 80 mètres.

Règles nationales applicables à la publicité et aux préenseignes dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants :

Hauteur minimale au-dessus du sol	0,50m (art.R.581-27 c.env.)
Installation sur mur, clôture, bâtiment	<ul style="list-style-type: none">• Interdiction sur toiture ou terrasse en tenant lieu, de dépasser les limites du mur ou limites de l'égout du toit (art.R.581-27 c.env.)• Installation sur le mur support ou sur plan parallèle avec une saillie maximale de 0,25m par rapport au mur• Suppression préalable des anciennes publicités existantes au même endroit• Surface unitaire maximale 4m² (cadre compris)• Hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-26 c.env.)
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	Interdit (art.R.581-31 c.env.)
Publicité lumineuse	Interdite (art.R.581-33 c.env.)

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

d. Règles nationales applicables aux communes autres que Cognac

Règles nationales applicables à la publicité apposée sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants :

Mobilier urbain scellé au sol ou directement installé sur le sol	<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R 581-30 et R.581-42 c.env.) • Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-42 c.env.)
Abri destiné au public (art.R.581-43 c.env.)	<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction de publicité sur le toit • Surface unitaire des publicités limitée à 2m² • Surface totale des publicités limitée à 2m², plus 2m², par tranche entière de 4,50m² de surface abritée au sol
Kiosque à journaux ou à usage commercial (art.R.581-44 c.env.)	<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction de publicité sur le toit • Surface unitaire des publicités limitée à 2m² • Surface totale des publicités limitée à 6m²
Colonne porte-affiches (art.R.581-45 c.env.)	Réservée à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mât porte-affiches (art.R.581-46 c.env.)	<ul style="list-style-type: none"> • Réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives • Au plus, deux panneaux de 2m² dos à dos
Mobilier d'information à caractère général ou local ou supportant des œuvres artistiques (art.R.581-47 c.env.)	<ul style="list-style-type: none"> • Surface de publicité commerciale inférieure à la surface totale des informations non publicitaires • Interdiction de visibilité des affiches depuis une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, voie express, déviation ou voie publique situées hors agglomération • Surface unitaire limitée à 2m² • Hauteur limitée à 3m au-dessus du sol • Implantation à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin
Publicité lumineuse (quel que soit le mobilier urbain)	Interdite

SYNTHESE DES PRINCIPALES DISPOSITIONS NATIONALES APPLICABLES AU TERRITOIRE :

	PUBLICITE SCLEE AU SOL	PUBLICITE MURALE	PUBLICITE NUMERIQUE	BACHES, DISPOSITIFS DE DIMENSIONS EXCEPTIONNELLES
COGNAC	Surface 12m ² Hauteur 6m	Surface 12m ² Hauteur 7,50m	Surface 8m ² Hauteur 6m	Admis sur autorisation du Maire (au cas par cas)
LES AUTRES COMMUNES	Interdite	Surface 4m ² Hauteur 6m	Interdite	Interdits

Partie I diagnostic / III. Règles nationales

A. Règlementation nationale applicable à la publicité et aux préenseignes

e. Types de publicité et préenseigne admis dans toutes les communes

Affichage « libre » (art.L. 581-13) : le Maire détermine par arrêté un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. La surface minimale que chaque commune doit réserver à ce type d'affichage est fonction du nombre d'habitants (art. R. 581-2) :

- 4m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4m² plus 2m² par 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants;
- 12m² plus 5m² pour 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.



Conditions d'équipement ou d'utilisation de véhicules terrestres à des fins essentiellement publicitaires (art. R. 581-48) :

- interdiction de stationnement ou de séjour en des lieux où les publicités sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ;
- interdiction de circulation en convoi de deux ou plusieurs véhicules ou à vitesse anormalement réduite ;
- interdiction de circulation aux abords des monuments historiques ;
- interdiction de publicité lumineuse ;
- surface totale limitée à 12m² .

Possibilité d'installation de publicités de dimensions réduites sur les vitrines commerciales, dites aussi « micro-affichage » (art. R. 581-57) :

- surface unitaire limitée à 1m² ;
- surface totale limitée au 1/10ème de la surface de la devanture commerciale dans la limite de 2m².

Le RLP n'est pas habilité à réglementer les véhicules publicitaires ni le micro-affichage : ils restent soumis aux règles nationales.

B. Règlementation nationale applicable aux enseignes

La loi définit les enseignes comme « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (art. L. 581-3 c.env.).

Contrairement à la publicité et aux préenseignes, les règles nationales en matière d'enseignes ne diffèrent pas fondamentalement entre les agglomérations de plus ou moins de 10 000 habitants : la seule distinction opérée sur ce critère concerne les enseignes scellées au sol (surface limitée à 6m² hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, surface limitée à 12m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants).

Toute enseigne est soumise à une obligation de maintien en bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement et doit être constituée de matériaux durables (art. R. 581-58 c.env.). L'enseigne doit être supprimée et les lieux remis en état dans les trois mois suivant la suppression de l'activité signalée, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1 et 6 heures, sauf cessation de l'activité après minuit ou reprise avant 7 heures, et sauf événements exceptionnels. Les enseignes clignotantes sont interdites, sauf celles des pharmacies et services d'urgence (art. R. 581-59 c.env.).



Enseignes parallèles et perpendiculaires au mur



Enseignes parallèles au mur



Enseigne en toiture



Enseignes scellées au sol

La réglementation nationale applicable aux enseignes a été sensiblement « durcie » par le décret du 30 janvier 2012, entré en vigueur le 1^{er} juillet 2012 (immédiatement applicable aux nouvelles enseignes installées à partir de cette date).

Ces nouvelles restrictions sont pleinement opposables depuis le 1^{er} juillet 2018 pour les enseignes qui étaient régulièrement installées le 30 juin 2012.

B. Règlementation nationale applicable aux enseignes

TYPE DE DISPOSITIF	REGLEMENTATION NATIONALE DES ENSEIGNES PERMANENTES
Enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur (art. R. 581-60)	<ul style="list-style-type: none"> • Saillie limitée à 0,25m • Interdiction de dépasser les limites du mur ou les limites de l'égout du toit • Hauteur inférieure à 1m si enseigne sur auvent ou marquise • Hauteur limitée au garde-corps devant balcon ou baie • Surface cumulée des enseignes (parallèles + perpendiculaires) en façade inférieure ou égale à 15% de la surface de la façade commerciale, ou à 25% si la surface façade est inférieure à 50m²
Enseignes apposées perpendiculairement à un mur (art. R. 581-61)	<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction devant une fenêtre ou balcon • Interdiction de dépasser la limite supérieure du mur • Saillie limitée au 1/10ème de la largeur entre les deux alignements de la voie publique, sauf règlement de voirie plus restrictif, dans la limite de 2m • Surface cumulée des enseignes (parallèles + perpendiculaires) en façade inférieure ou égale à 15% de la surface de la façade commerciale, ou à 25% si la surface façade est inférieure à 50m²
Enseignes sur toiture (art. R. 581-62)	<ul style="list-style-type: none"> • Si activité exercée dans la moitié au plus du bâtiment : application des règles relatives à la publicité lumineuse sur toiture <p>Dans les autres cas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En lettres et signes découpés, sans panneau de fond • Hauteur <3m pour les façades d'une hauteur inférieure ou égale à 15m, ou Hauteur <1/5ème de la hauteur de la façade et limitée à 6m dans les autres cas • Surface totale des enseignes en toiture pour un même établissement limitée à 60m²
Enseignes de plus d'1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol (art. R. 581-64 et -65)	<ul style="list-style-type: none"> • Installation à plus de 10m des baies des immeubles voisins et à une distance >H/2 des limites séparatives • 1 seule enseigne par voie bordant l'activité • Surface maximale 6m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, et 12m² dans les autres agglomérations • Hauteur <6,50m (si largeur < ou = à 1m) et 8m dans les autres cas
Enseignes de moins d'1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol	Pas de règle nationale spécifique
Enseignes lumineuses	<ul style="list-style-type: none"> • Eteintes entre 1h et 6h • Interdiction du clignotement, sauf pharmacie et service d'urgence

B. Réglementation nationale applicable aux enseignes

Les enseignes temporaires sont celles qui sont installées :

- pour moins de 3 mois, et signalent des manifestations culturelles ou touristiques exceptionnelles ou des opérations exceptionnelles ;
- pour plus de 3 mois, et signalent des travaux publics, des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location ou vente, ainsi que de location ou vente de fonds de commerce.

Les règles nationales applicables aux enseignes temporaires sont les suivantes :

- installation au plus tôt trois semaines au plus avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée et retrait dans la semaine suivant la fin de la manifestation ou de l'opération (art. R. 581-69) ;
- maintien en bon état d'entretien et de fonctionnement (art. R. 581-58) ;
- extinction des enseignes temporaires lumineuses entre 1 et 6 heures du matin, sauf fin ou début d'activité entre minuit et 7 heures du matin (extinction une heure après la cessation et allumage d'une heure avant la reprise) (art. R. 581-59) ;
- conditions d'installation des enseignes temporaires sur des murs (clôtures ou façades) :
 - installation sur le mur ou sur un plan parallèle au mur avec une saillie limitée à 25 cm sans dépasser les limites de l'égout du toit (art. R. 581-60),
 - installation perpendiculaire au mur sans en dépasser la limite et sans constituer de saillie supérieure au 1/10 de la distance entre les deux alignements de la voie publique (sauf règlement de voirie plus restrictif) limitée à 2 m (art. R. 581-61),
 - surface cumulée sur toiture d'un même établissement limitée à 60 m² (sauf certains établissements culturels) (art. R. 581-62).
- conditions d'installation des enseignes temporaires de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol :
 - installation à plus de 10 mètres en avant d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin et à une distance supérieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (sauf deux enseignes accolées dos à dos, de mêmes dimensions, pour des activités exercées sur deux fonds voisins) (art. R. 581-64),
 - limitation à une enseigne le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité (art. R. 581-64),
 - lorsqu'il s'agit d'enseignes temporaires au profit de travaux publics, d'opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location ou vente, ainsi que de location ou vente de fonds de commerce, surface unitaire limitée à 12 m² (art. R. 581-70).



C. Régime des autorisations et déclarations préalables

Des démarches spécifiques à la matière, autres que celles applicables en urbanisme, sont à accomplir par l'afficheur, le commerçant ou autre « pétitionnaire » avant l'installation d'une publicité, enseigne ou préenseigne :

- déclaration préalable (formulaire Cerfa I4799*01) ;
- ou autorisation préalable (formulaire Cerfa I4798*01).

❖ PUBLICITE ET PREENSEIGNES

Déclaration préalable : Les publicités et préenseignes non lumineuses et celles éclairées par projection ou transparence, soit la grande majorité des dispositifs, sont soumises à une simple déclaration préalable à effectuer en mairie (art. L. 581-6 c.env.) dès lors qu'il existe un RLP (en Préfecture en l'absence de RLP).

Aucune réponse n'est à fournir (ni autorisation, ni refus) : il s'agit d'un régime purement déclaratif, qui sert simplement à informer le Maire ou le Préfet. Il n'y a donc pas de contrôle a priori, avant l'installation du dispositif publicitaire.

Autorisation préalable :

- Les publicités et préenseignes lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence (publicités numériques par exemple) sont, par principe, soumises à une autorisation délivrée pour une période maximale de huit ans (art. L. 581-9 c.env.). Le Maire/le Préfet exerce alors un pouvoir d'appréciation au cas par cas, et un véritable contrôle a priori.
- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants où ils sont admis (soit uniquement à Cognac), les emplacements de bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont soumis à autorisation du Maire (art. L. 581-9 c.env.).

❖ ENSEIGNES

A l'entrée en vigueur du RLPi, toute installation ou modification d'enseigne permanente sera soumise à une autorisation préalable du Maire (art. L. 581-18 c.env.).

C'est un effet notable de l'élaboration du RLPi puisque, jusqu'à présent, c'est le Préfet qui instruit, pour les 53 communes non dotées de RLP, les demandes d'autorisation préalable en matière d'enseignes.

L'installation d'une enseigne temporaire est soumise à autorisation uniquement lorsqu'elle est scellée au sol et située dans les lieux visés à l'article L 581-8 du code de l'environnement ou apposée sur un immeuble ou dans un lieu visé à l'article L. 581-4 du code de l'environnement (art. R. 581-17 c.env.).

À noter : le RLPi n'a pas le pouvoir de soumettre à autorisation d'autres dispositifs que ceux définis par le code de l'environnement (enseignes, publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence, bâches publicitaires et publicités de dimensions exceptionnelles), ni d'instituer des procédures non prévues par la réglementation nationale.

IV. État du parc existant des publicités, enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire

Partie I diagnostic / IV. Etat du parc existant

Sur la base des informations collectées auprès des communes et de Grand Cognac (déclarations de Taxe Locale sur la Publicité Extérieure, contrats de mobiliers urbains...), le relevé de terrain effectué en février, mars et mai 2020 a tenu à être le plus exhaustif possible en matière de publicités et de préenseignes installées sur domaine privé : chaque commune a été parcourue.

Toutefois, compte tenu de l'étendue du territoire, il est possible que certains dispositifs n'aient pas été relevés ou aient été installés après le travail de terrain. Les chiffres ci-après exposés peuvent donc comporter des « manques », estimés à environ 10%.

En matière d'enseignes, le relevé n'a pas été exhaustif mais typologique : identification des différents types d'enseignes présentes sur le territoire communautaire, étude de leur conformité aux règles nationales.

A. Le parc des publicités et préenseignes

a. Sur domaine privé

❖ NOMBRE DES DISPOSITIFS

Près de 300 dispositifs de publicités et préenseignes, de surface d'affiche comprise entre 1m² et 12m², ont été relevés sur le territoire communautaire, répartis sur 36 communes, 21 communes étant a priori dépourvues de toute publicité.

La commune qui compte le plus de dispositifs est Châteaubernard (plus de 80), suivie de Cognac (plus de 75). A elles seules, ces deux communes concentrent plus de 60 % de l'ensemble des publicités et préenseignes relevées en agglomération.

Vient ensuite Jarnac, avec une dizaine de dispositifs. Toutes les autres communes sur lesquelles a été relevée de la publicité comptent chacune moins de 10 dispositifs.

COMMUNE	NOMBRE DE DISPOSITIFS DE PUBLICITE ET PREENSEIGNE SUR DOMAINE PRIVE
Châteaubernard	81
Cognac	79
Jarnac	13
Bassac, Boutiers-Saint-Trojan, Breville, Chassors, Châteauneuf-sur-Charente, Cherves-Richemont, Gente, Gensac-la-Pallue, Gimeux, Graves-Saint-Amant, Javrezac, Juillac-le-Coq, Lignières-Sonneville, Louzac-Saint-André, Mainxe-Gondeville, Les Métairies, Mesnac, Merpins, Moulidars, Nercillac, Sigogne, Segonzac, Saint-Brice, Saint-Laurent-de-Cognac, Sainte-Sévère, Saint-Simon, Saint-Même-les-Carières, Saint-Fort-le-Né, Saint-Preuil, Salles d'Angles, Reparsac, Verrières, Vibrac	Entre 1 et 6 dispositifs pour chaque commune
Ambleville, Angeac-Champagne, Angeac-Charente, Ars, Bellevigne, Birac, Bourg-Charente, Bouteville, Champmillon, Criteuil-la-Magdeleine, Fleurac, Hiersac, Houlette, Julienne, Mérignac, Mosnac-Saint-Simeux, Saint-Sulpice de Cognac, Triac-Lautrait	Aucun dispositif

Partie I diagnostic / IV. Etat du parc existant

A. Le parc des publicités et préenseignes

a. Sur domaine privé

❖ TYPOLOGIE DES DISPOSITIFS

Plus d'une vingtaine de sociétés d'affichage ont été recensées, à la fois groupes nationaux et locaux, chacune développant son propre matériel : les caractéristiques esthétiques des dispositifs varient donc fortement (matériaux, couleur du cadre, pied...).

À de rares exceptions près, tous les dispositifs de publicités et de préenseignes relevés dans les communes autres que Cognac et Châteaubernard sont des dispositifs muraux. Cela s'explique par le fait que la réglementation nationale interdit les dispositifs scellés au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et par le tissu bâti dense des centre-bourgs, de toute façon peu propice à l'installation de publicités scellées au sol.

Sur le nombre total de dispositifs relevés, les publicités et préenseignes sur mur ou clôture et celles scellées au sol sont quasiment à parité.

Ce qui est notable et spécifique au territoire, et qui correspond à son caractère rural, est que les dispositifs sont majoritairement de petit format : près de 60% des dispositifs au total ont une surface d'affiche de 4m² ou moins.



Affiche de moins de 1m²



Affiche de 2m²



Affiche de 4m²

Les dispositifs de grand format, de plus de 4m² de surface d'affiche, sont minoritaires (40%) et se trouvent presque exclusivement à Cognac et Châteaubernard. Dans cette catégorie, les dispositifs muraux ou scellés au sol avec une surface d'affiche de 8m² sont largement majoritaires, devant ceux ayant une surface d'affiche de 12m².



Affiche de 8m²



Affiche de 12m²

À noter : les dispositifs ayant une affiche de 12m² ne sont pas conformes à la réglementation nationale : la jurisprudence est venue préciser que la surface unitaire maximale de 12m² fixée par le code de l'environnement devait s'apprécier comme une surface support compris (CE, 20 octobre 2016, OXIAL c/ commune de Dijon).

Partie I diagnostic / IV. Etat du parc existant

A. Le parc des publicités et préenseignes

a. Sur domaine privé

Concernant le caractère lumineux des dispositifs publicitaires : 96 % des dispositifs publicitaires relevés sont non lumineux (simple affiche papier). 3 % du parc correspond à des dispositifs éclairés par projection (spots éclairant le dispositif) ou transparence (tubes néon à l'intérieur du dispositif) qui, réglementairement, sont soumis au même corpus juridique que les dispositifs non lumineux.

Les dispositifs numériques ne représentent que 1 % du parc des publicités et préenseignes sur domaine privé. 4 dispositifs ont été relevés : 3 à Châteaubernard et 1 à Cognac.



Publicité numérique de 8m²

Concernant les besoins des acteurs économiques locaux, l'immense majorité des dispositifs sont des préenseignes servant à signaler la proximité d'activités locales, et non des campagnes d'affichage nationales. Ils constituent des « préenseignes longue conservation » signalant, de manière permanente, la proximité des commerces et entreprises locales.



À noter : un nombre non négligeable de dispositifs sont inexploités (environ 7 %) : le support demeure, mais sans affiche. C'est le cas principalement dans les villages éloignés des pôles urbains principaux. Cela peut créer une image de centre-bourg « à l'abandon » ou dégrader le bâti sur lequel le dispositif est installé.



A. Le parc des publicités et préenseignes

a. Sur domaine privé

❖ LIEUX DE CONCENTRATION DE LA PUBLICITE

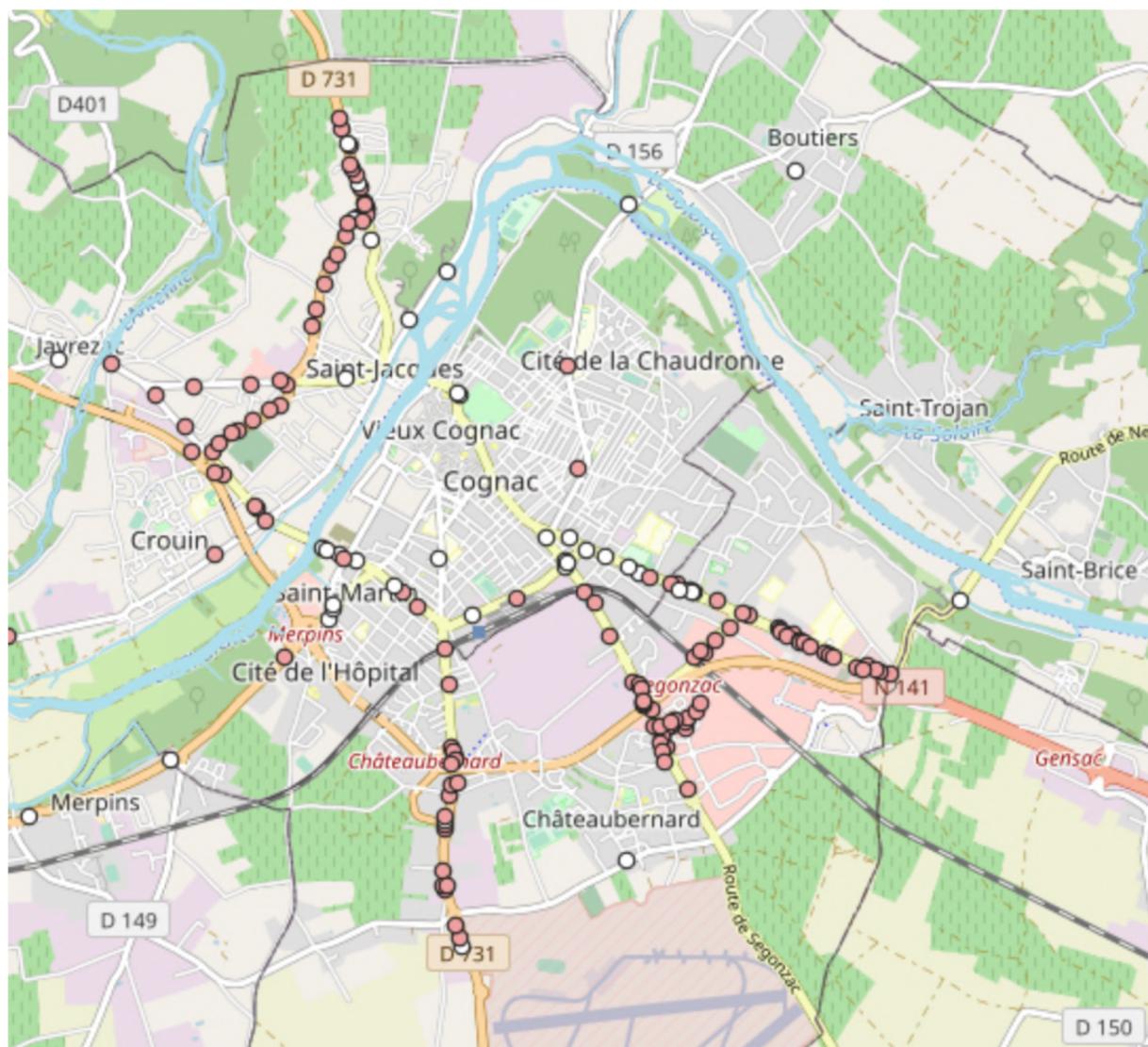
Les dispositifs de grand format se situent exclusivement à Cognac et Châteaubernard :

⇒ le long des axes structurants, en périphérie du centre historique de Cognac ou desservant les zones commerciales et d'activités :

- axe rue de Montplaisir / avenue Saint Jean d'Angély, puis, à partir du rond-point, la rue Jules Brisson jusqu'à la sortie d'agglomération à Cognac ;
- la Z.I du Fief du Roy à Châteaubernard et la route de Segonzac qui y mène.

⇒ dans les entrées de Ville de Cognac et Châteaubernard, qui forment des espaces privilégiés d'installation de publicités et préenseignes, d'autant plus si elles sont longées de commerces :

- à Cognac, l'axe avenue d'Angoulême – avenue Victor Hugo ;
- à Châteaubernard, l'avenue de Barbezieux.



Dispositif publicitaire

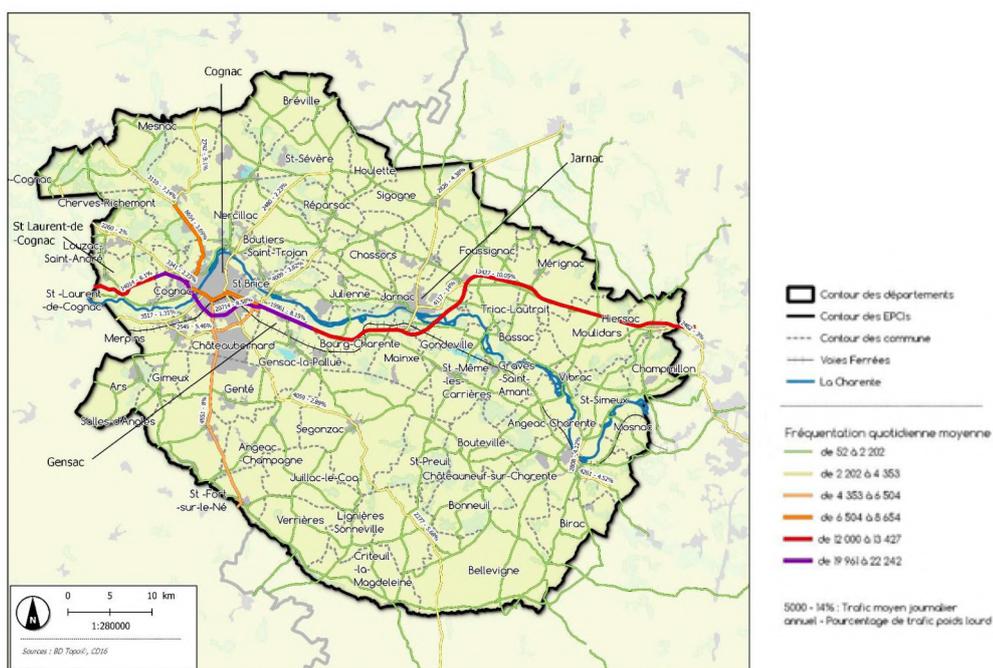
- Scellé au sol
- Mural

A. Le parc des publicités et préenseignes

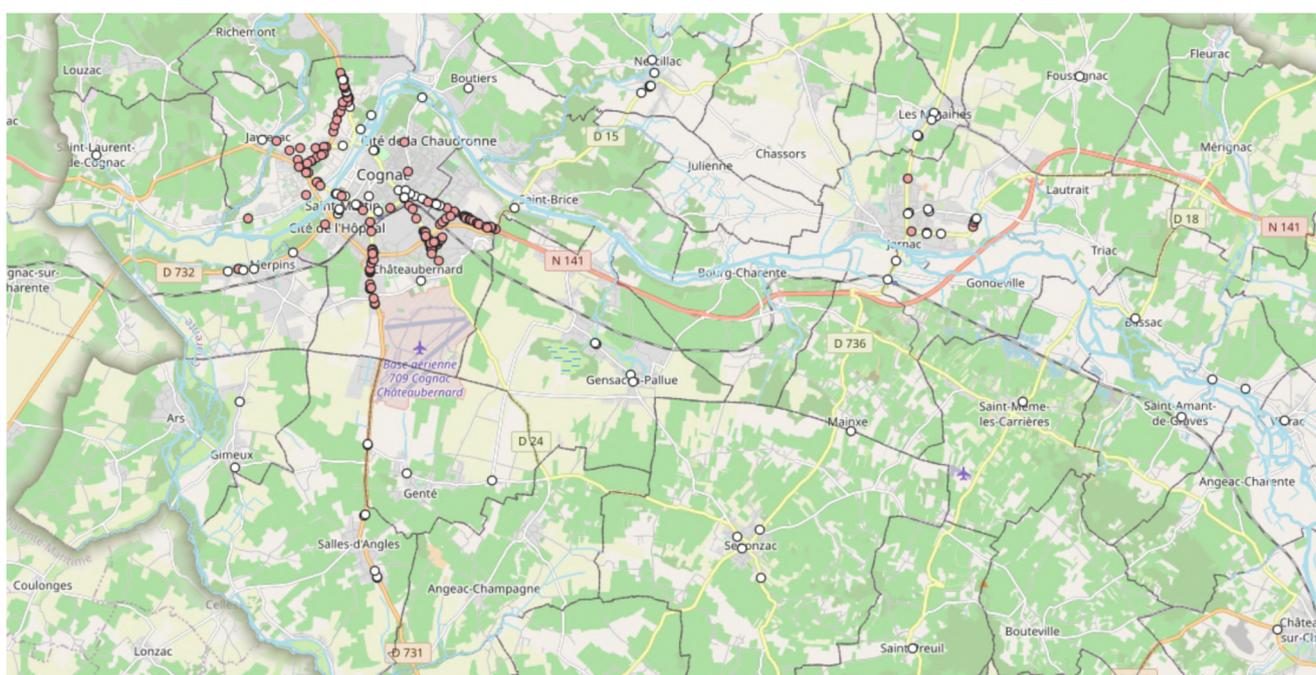
a. Sur domaine privé

❖ LIEUX DE CONCENTRATION DE LA PUBLICITE

La publicité, en particulier les formats de 8 et 12m², s'adresse avant tout aux automobilistes : ainsi, il est logique que les dispositifs publicitaires se concentrent dans les lieux générant le plus de passage, soit les axes routiers les plus empruntés, les zones commerciales et les voies traversant les centralités (RD 945 entrée Est de Cognac et de la zone commerciale de Châteaubernard, RD 731 et RD 149 permettant d'éviter la RN 141 en contournement Sud de Cognac).



Fréquentation des axes routiers en 2017 (Source : Plan Global de Déplacements Grand Cognac)



Extrait du plan de report des dispositifs publicitaires relevés sur domaine privé

A. Le parc des publicités et préenseignes

a. Sur domaine privé

❖ LA PUBLICITE DANS LES LIEUX « PROTEGES »

Lieux d'interdiction absolue : sur les monuments historiques et dans les sites classés

Le relevé de terrain n'a pas mis en évidence la présence de dispositifs sur les monuments historiques, ni dans les parties agglomérées des sites classés de Grand Cognac.

Lieux d'interdiction relative : périmètres délimités des abords des monuments historiques ou, à défaut, champ de visibilité du monument historique jusque 500m

Aucune publicité n'a été relevée dans les périmètres délimités des abords existants.

Dans les rayons de 500m d'un monument historique, près de 20 dispositifs ont été relevés sur domaine privé. Cela ne signifie pas nécessairement qu'ils soient en covisibilité avec le monument historique : si tel n'est pas le cas, la publicité n'est pas interdite. S'y ajoutent des publicités supportées par du mobilier urbain (mobilier d'information et abris voyageurs).

Lieux d'interdiction relative : Sites Patrimoniaux Remarquables de Cognac et de Jarnac

Dans le SPR de Cognac, plus de 20 dispositifs de publicité et préenseigne ont été relevés sur domaine privé.

S'y ajoute du mobilier urbain d'information, avec une face « publicitaire », dont certains supportent de la publicité numérique de 2m². Ces mobiliers urbains ont été installés au titre de contrat passé par la Ville avec une société d'affichage.

Le RLP de la commune de Cognac date de 2005, soit antérieurement au SPR de 2017. Le règlement local ne contient aucune disposition relative à la publicité située dans les lieux listés par l'article L.581-8 du code de l'environnement. Le RLPi est l'occasion de traiter spécifiquement de la publicité située en SPR.

Dans le SPR de Jarnac, 9 dispositifs ont été relevés sur domaine privé, soit quasiment la totalité des dispositifs installés sur le territoire communal (moins de 15). Du mobilier urbain d'information avec publicité de 2m², des abris voyageurs avec publicité de 2m² ainsi qu'une colonne porte-affiches sont également présents.

Lieux d'interdiction relative : les sites inscrits

Aucune publicité n'a été relevée dans les parties agglomérées des sites inscrits.

❖ IRREGULARITES

Plus de 30 % des dispositifs relevés sont en infraction avec la réglementation nationale et/ou locale (ce qui est un taux relativement élevé) :

- 12 % des dispositifs ont une affiche de 12m² (avec le cadre, le dispositif atteint 13,50 ou 14m²). Ils dépassent la surface maximale admise par la réglementation nationale de 12m² support compris ;
- 10 % des dispositifs se situent en SPR de Cognac et de Jarnac, où la réglementation nationale les interdit ;
- 11 % des dispositifs ne sont pas conformes à la réglementation nationale post Grenelle II, soit parce qu'ils sont situés hors agglomération, soit parce qu'il s'agit de dispositifs scellés au sol ne respectant pas la distance minimale (« H/2 ») avec la limite séparative (article R.581-33) ou installés dans des communes de moins de 10 000 habitants, de dispositifs muraux dépassant les limites du mur ou les limites de l'égoût du toit (article R.581-27) ou installés sur des murs ou clôtures non aveugles ou comportant des ouvertures de plus de 0,50m² (article R.581-26)...

Partie I diagnostic / IV. Etat du parc existant

A. Le parc des publicités et préenseignes

a. Sur domaine privé

Cela ne signifie pas nécessairement que tous ces dispositifs doivent être déposés. Certaines de ces infractions pourraient être « régularisées » (ex : réduction de la surface de l'affiche, repositionnement du dispositif...).



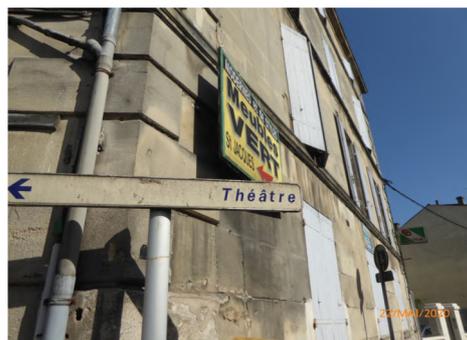
Dépasse les limites du mur
(art.R.581-27 c.env.)



Installé à moins de 0,50m du sol
(art.R.581-27 c.env.)



Installé sur un mur comprenant une ouverture de plus de 0,50m²
(art.R.581-22 c.env.)



Non parallèle au mur (art.R.581-27 c.env.)

Le taux d'infractions révèle qu'un des enjeux principaux de la matière est l'application de la réglementation nationale : avant l'entrée en vigueur du RLPI, par le Préfet lorsque la commune est dépourvue de RLP, par le Maire lorsque la commune est couverte par une réglementation spéciale.

b. Sur domaine public

D'après les informations collectées auprès des communes et le relevé de terrain, aucune convention d'affichage (pour l'installation de dispositifs entièrement publicitaires) n'existe sur le territoire de Grand Cognac : hormis la publicité apposée sur mobilier urbain, aucune autre forme de publicité ne se trouve sur domaine public.

Existe en revanche de la publicité supportée, à titre accessoire, par du mobilier urbain :

- sur des abris voyageurs (abris bus), au moins à Cognac, Jarnac, et Segonzac ;
- sur du mobilier d'information avec publicité de 2m², au moins à Cognac, Jarnac, Moulidars, Châteauneuf-sur-Charente et Segonzac ;
- sur une colonne porte-affiches à Jarnac.

Partie I diagnostic / IV. Etat du parc existant

A. Le parc des publicités et préenseignes

b. Sur domaine public

Ainsi, trois des cinq catégories de mobilier urbain, admises par le code de l'environnement à supporter de la publicité, sont présentes sur le territoire communautaire (toutes sauf les mâts porte-affiches et les kiosques), y compris dans les abords de monuments historiques et en site patrimonial remarquable de Cognac.



Ces mobiliers urbains sont installés au titre de contrats passés par les communes avec des opérateurs. Ces mobiliers urbains « publicitaires » sont bien nombreux que la publicité sur domaine privé.



A noter : certains mobiliers urbains supportent de la publicité numérique : c'est le cas de mobiliers d'information avec publicité numérique de 2m² à Cognac, mais pas des autres catégories de mobiliers urbains.



Sur le territoire communautaire, sont au moins présents :

- 10 Abris voyageurs « publicitaires » ;
- 30 Mobiliers d'information avec publicité de 2m² et une dizaine avec publicité numérique ;
- 1 Colonne porte-affiches

Concernant les publicités et les préenseignes, plusieurs enseignements sont à tirer du relevé de terrain :

- le cas particulier de Cognac et Châteaubernard, où se concentrent les dispositifs publicitaires de grand format : majoritairement de dispositifs scellés au sol avec affiche de 12 ou 8m² situés sur les axes d'entrée de villes, contournant le centre historique ou menant aux zones commerciales. Ces deux communes admettent à elles seules 60% des dispositifs relevés ;
- en dehors de Cognac et Châteaubernard, les communes sont soit dépourvues de toute publicité, soit supportent chacune un nombre très limité de dispositifs (entre 1 et 10), principalement des publicités murales de 4m² ;
- une trentaine de dispositifs publicitaires sur domaine privé sont installés dans les Sites Patrimoniaux Remarquables de Cognac et de Jarnac, qui supportent par ailleurs également de la publicité sur mobilier urbain (abris voyageurs, mobiliers d'information avec publicité de 2m²) ;
- la très grande majorité des dispositifs permet de signaler la proximité d'activités locales (« préenseignes longue conservation ») et non des campagnes nationales d'affichage : cela est dû à la présence de pôles commerciaux, mais aussi au fait que le trafic sur le territoire n'est pas suffisant pour attirer de grandes campagnes qui ont besoin d'audience pour être « rentabilisées » ;
- environ 30 % des dispositifs sont en infraction à la réglementation nationale et/ou aux règlements locaux, ce qui pose la question de l'exercice des pouvoirs de police.

B. Le parc des enseignes

Différentes typologies d'enseignes ont été identifiées :

Les enseignes « traditionnelles » correspondent aux activités principalement exercées en rez-de-chaussée et situées en centre-bourgs et centres-villes.

Leur insertion dans le paysage est globalement satisfaisante : elles sont en général constituées d'enseignes parallèles au mur (enseignes en « bandeau »), de taille raisonnable eu égard à la façade commerciale, constituées en panneau plein de faible épaisseur, plus rarement en lettres et signes découpés. Lorsqu'elles sont éclairées, le mode d'éclairage des enseignes parallèles varie : spots, rampe lumineuse, enseigne perpendiculaire lumineuse, rétro-éclairage.

Certaines activités ont également installé, en plus de l'enseigne en « bandeau », une ou plusieurs enseignes perpendiculaires : ces enseignes se situent généralement en continuité de l'enseigne parallèle, plus rarement dans les étages.

Hormis pour quelques grandes maisons de cognac, les enseignes en toiture sont quasi inexistantes en centralités. Il en va de même pour les enseignes scellées au sol.



Des pistes d'améliorations sont identifiées :

- certaines enseignes « en bandeau » rompent les lignes de composition de la façade ;
- les enseignes perpendiculaires sont parfois au nombre de 3 ou 4 pour une même activité, peuvent être de taille assez conséquente ou avoir un scellement assez proéminent, être positionnées dans les étages alors que l'activité n'est exercée qu'au rez-de-chaussée ;
- l'emploi de matériaux ou procédés peu qualitatifs est constaté : caissons épais, bâches, vitrophanie extérieure...

B. Le parc des enseignes

Dans le SPR de Cognac et celui de Jarnac, les enseignes sont particulièrement bien intégrées : nombre limité d'enseignes perpendiculaires et positionnement en continuité de l'enseigne parallèle, enseigne en bandeau souvent composée en lettres et signes découpés, mode d'éclairage discret, teintes sobres, emploi de matériaux de qualité.



Dans les autres communes, il en va de même des enseignes situées dans les abords immédiats d'un monument historique.

Dans ces lieux, les enseignes sont soumises à accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France, dont les exigences permettent de renforcer l'intégration qualitative des enseignes.

Les enseignes des zones commerciales et d'activités constituent l'autre typologie d'enseignes relevée sur le territoire : il s'agit des enseignes situées dans les pôles commerciaux principaux à Cognac et Châteaubernard (notamment Z.A de Bellevue, Z.A du Fief du Roy, Z.A du Mas de la Cour, Z.I de la rue du Commerce...) et dans les pôles commerciaux secondaires situés dans les autres communes.

Installées sur des bâtiments de plus grande volumétrie, dont la conception inclut parfois l'emplacement et la taille de l'enseigne, elles sont nécessairement de plus grande surface, et toutes les typologies d'enseignes prévues par le code de l'environnement sont relevées : enseignes en toiture, enseignes scellées au sol, enseignes parallèles au mur, enseignes lumineuses...

Les enseignes scellées au sol accueillent parfois une face publicitaire : il s'agit alors de dispositifs « mixtes » (à la fois enseigne et publicité).

Hormis certaines zones (Z.A du Fief du Roy à Châteaubernard, activités proches du rond-point boulevard André Malraux-rue de Montplaisir à Cognac, Z.I de Souillac à Jarnac...), les matériaux ou procédés utilisés ne sont pas les plus qualitatifs, le but étant d'être vus, y compris de loin.

B. Le parc des enseignes



Enseignes des zones commerciales et d'activités



Certains cas de non-conformité à la réglementation nationale, pourtant pleinement applicable depuis juillet 2018, sont constatés : enseignes en toiture non constituées de lettres et signes découpés, enseignes scellées au sol de plus de 1m² en surnombre, enseignes situées en dépassement des limites du mur...



Enseignes scellées au sol en surnombre (art.R.581-64 c.env.)



Enseigne en toiture non réalisée en lettres et signes découpés (arttR.581-62 c.env.)



La grande majorité des enseignes traditionnelles sont conformes à la réglementation nationale, pleinement applicable depuis juillet 2018. Quelques cas d'enseignes en zone d'activités et commerciales sont irréguliers par rapport aux dispositions du code de l'environnement : la seule conformité à la réglementation post Grenelle, considérablement durcie, apporterait déjà une plus value paysagère certaine.

C. La perception de la publicité

a. Impact visuel des supports publicitaires

L'impact visuel d'un dispositif publicitaire est dû :

- Au type de support (dispositif scellé au sol, sur murs de bâtiment, de clôture ou de soutènement...);
- Au nombre (doublons, effet de groupe, de front);
- À la densité (espacement);
- Aux formats (surface d'affichage : 2m², 8m², 12m²...);
- À l'implantation (perpendiculaire ou parallèle à l'axe de la voie circulée, retrait par rapport à l'alignement);
- Au design du matériel (un pied, deux pieds);
- Aux mouvements (déroulants, tri-vision, numérique, oriflammes, drapeaux);
- Aux couleurs et matériaux des matériels (moulure jaune, noir, blanc...);
- Au contexte dans lequel elle s'insère (espace urbain dense, espace dégagé, arrière-plan végétal).

Ces effets se cumulent, atteignant parfois la cacophonie visuelle, due à la juxtaposition de dispositifs disparates qui cohabitent sur les domaines privé et public.



Rue Louis Bréguet, ZA Fief du Roy (Châteaubernard)

Partie I diagnostic / IV. Etat du parc existant

C. La perception de la publicité

a. Impact visuel des supports publicitaires

Type de support, mode de fixation		
	Scellé au sol	Mural
Avantages	Objet qui s'assume en tant que tel, mobilier sur support autonome	Moins prégnant dans le champ visuel, car apposé sur un support existant (mur de bâtiment, clôture), ne crée pas d'obstacle visuel supplémentaire, donc plus intégré
		
Inconvénients	Émergence, obstacle à la vue, élément ajouté dans le paysage, ex nihilo. Effet « forêt de panneaux » si répétition sur un même linéaire	Peut déprécier la qualité architecturale d'une construction intéressante
	  <p>En dépassement d'un mur de clôture</p>	 

Partie I diagnostic / IV. Etat du parc existant

C. La perception de la publicité

a. Impact visuel des supports publicitaires

Effet de nombre		
	Dispositif unique	En doublon ou multiples
Avantages / Inconvénients	Moins prégnant visuellement, isolé, plus lisible (moins de surcharge visuelle)	Plus prégnant dans le champ visuel, car effet de groupe Effet « double écran »
	  	  

Partie I diagnostic / IV. Etat du parc existant

C. La perception de la publicité

a. Impact visuel des supports publicitaires

Surface			
Petit format (1, 2, 4m ²)		Grand format	
Moins prégnant visuellement		Plus prégnant visuellement	
		Proportions	
			
Moins de 2m ²	2m ²	4m ²	8m ²

Implantation	
Perpendiculaire à la voie avec retrait	Parallèle à la voie (plus fréquent pour les muraux)
Moins présent visuellement que lorsque le dispositif est perpendiculaire à la voie sans retrait	Plus intégré si sur un mur existant
	

Partie I diagnostic / IV. Etat du parc existant

C. La perception de la publicité

a. Impact visuel des supports publicitaires

Design du matériel			
Un pied fin	Un pied large	Deux pieds fins	Éléments de fonctionnement : éclairage, écran photovoltaïque, caisson, passerelle d'entretien
Design plus léger, moins présent visuellement	Plus présent visuellement	Moins présent visuellement	Plus impactant visuellement
			
I pied large	I pied fin	2 pieds fins	

Mouvements et luminosité		
Déroulant et Trivision	Eclairé	Numérique
Le mouvement attire le regard, il est impactant visuellement	La lumière attire l'œil et est impactante visuellement	Le mouvement et le caractère changeant, voire hypnotique des images est très impactant visuellement
		

Couleurs et matériaux	
Cadre coloré (rouge, jaune, vert)	Cadre gris, cadre blanc
La couleur vive, couleur saturée, attire le regard, elle est impactante visuellement : elle s'intègre peu dans son environnement	La couleur claire et neutre est peu attractive visuellement, et s'intègre mieux dans son environnement (ciel, façade claire)
	

C. La perception de la publicité

b. Les lieux investis par la publicité

Les dispositifs d'affichage extérieur (publicités, pré-enseignes, enseignes) participent à la composition du paysage et du cadre de vie dans les tissus urbanisés (agglomérations), dans ceux de grande qualité comme dans les espaces de moindre qualité.

Cognac et Châteaubernard concentrent 60% des dispositifs relevés et les dispositifs de plus grand format (plus de 4m²).

Focus sur les zones commerciales et d'activités à Cognac et Châteaubernard : Les zones d'activités sont des morceaux de territoire dédiés à l'activité économique des entreprises. Les zones commerciales sont des espaces avec un bâti peu dense, un tissu lâche, qui offre de nombreux espaces disponibles pour la publicité.

Leur manque de qualité urbaine et paysagère est généralement dû à :

- Un manque de composition urbaine : dessin de la trame viaire et de la trame parcellaire ;
- La faible prise en compte du site, du contexte paysager ;
- La pauvreté du vocabulaire architectural et des traitements paysagers (« boîtes à chaussures ») ;
- La faible qualité architecturale et constructive ;
- Un manque de cohérence dans le traitement des revêtements des sols ;
- Un dimensionnement des espaces publics à l'échelle de la voiture et non du piéton (grande surface de parking, largeur de voirie) ;
- La faible présence de végétal par rapport aux grandes étendues imperméabilisées ;
- La forte présence publicitaire et des enseignes.

La pression publicitaire sur ces zones commerciales, due à la nécessité de signaler la proximité des activités implantées dans ces secteurs (préenseignes), entraîne une surenchère et une surcharge d'informations, rendant ces espaces saturés visuellement ; et ce d'autant que s'y ajoutent des enseignes scellées au sol de même format.

Les conséquences de cette prégnance visuelle sont les suivantes :

- Saturation visuelle, cacophonie, juxtaposition de dispositifs publicitaires, des enseignes et parfois du mobilier urbain ;
- Perte de lisibilité de l'espace et des constructions au profit de éléments destinés à informer ou attirer l'attention ;
- Manque d'attractivité ;
- Perte en qualité d'espaces perçus comme des paysages urbains ou périurbains médiocres, banalisés, standardisés.

De par ses caractéristiques physiques et la réglementation nationale qui lui est applicable, le territoire de Grand Cognac est d'ores et déjà largement protégé de l'installation, en nombre et/ou de grand format, de publicités et préenseignes.

- Plus de 80 % du territoire est constitué d'espaces non agglomérés, au sein desquels, toute publicité est interdite sauf cas des préenseignes dérogatoires ;
- Concernant les 20 % restants, soit à l'intérieur des espaces agglomérés, les 55 communes de moins de 10 000 habitants ne peuvent accueillir ni publicité scellée au sol ni publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence, sans que le RLPi ne puisse assouplir ces règles. Y est admise, à titre principal, la publicité sur mur ou clôture, dans la limite de 4m² de surface unitaire maximale.

Seule l'agglomération de Cognac peut, du point de vue de la réglementation nationale, recevoir de la publicité scellée au sol et murale non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence jusqu'à 12m² de surface support compris ainsi que ces mêmes publicités mais lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence (ex : numériques) jusqu'à 8m². Dans les 55 autres communes, la publicité scellée au sol et la publicité numérique sont interdites.

Ainsi, l'ensemble des dispositifs scellés au sol et dispositifs numériques qui ont pu valablement être installés à Châteaubernard au titre du RLP communal de 1996, ne pourront être maintenus. Ils devront être supprimés au plus tard dans les deux ans suivant l'entrée en vigueur du RLPi.

Le RLPi met en oeuvre deux logiques distinctes :

- une logique de durcissement des règles nationales dans les lieux qui ne font pas l'objet de protections paysagères et patrimoniales générant des interdictions de publicité. Il s'agit notamment des secteurs résidentiels sans présence de monument historique, des zones commerciales et d'activités, des axes routiers... Dans ces lieux, en fonction du zonage établi (qui devra témoigner d'une certaine cohérence intercommunale), le RLPi réduit les surfaces des dispositifs, leur nombre, contraint leur caractère lumineux...
- une logique d'assouplissement des règles nationales dans les lieux générant des interdictions relatives de publicité. Dans les abords des monuments historiques, en site patrimonial remarquable et en sites inscrits, le RLPi déroge à l'interdiction de publicité : il liste limitativement les types de dispositifs admis et sous quelles conditions.

SECONDE PARTIE

Règlementation locale de la publicité, des préenseignes et des enseignes

I. Objectifs et orientations du RLPI

A. Objectifs définis par la délibération de prescription

Les objectifs de l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté d'agglomération de Grand Cognac ont été définis par la délibération du 26 juin 2019, notamment :

- Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble au traitement de la publicité sur le territoire communautaire (pôle majeur, pôles secondaires, pôles de proximité, communes rurales) ;
- Protéger la qualité et le cadre de vie, en limitant l'impact des dispositifs publicitaires sur le patrimoine naturel et/ou bâti, en réglementant les publicités, enseignes et préenseignes pour valoriser les principaux centres historiques et patrimoniaux du territoire et en fixant des règles de densité, de format, d'implantation, de hauteur des dispositifs publicitaires adaptées au territoire communautaire ;
- Apporter une réponse équilibrée entre l'attractivité commerciale et la préservation des paysages, sur les entrées de ville et de bourgs, les principaux axes structurants, les zones d'activités économiques et commerciales ;
- Réduire les consommations d'énergie.

Il s'agit de doter, tout le territoire communautaire, d'un outil de protection des paysages, complémentaire du PLUi en cours ainsi que d'autres politiques intercommunales et communales. L'objectif est d'éviter la caducité des RLP communaux existants, en particulier celui de Cognac, et de faire en sorte que les Maires aient la maîtrise de l'installation des publicités, enseignes et préenseignes sur le territoire de leur commune ; la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 ayant depuis affirmé le désengagement de l'Etat en la matière.

B. Orientations débattues par les Conseils

Les objectifs définis en juin 2019 ont été précisés lors du débat sur les orientations générales du RLPi qui s'est tenu devant le Conseil communautaire le 3 février 2021, ainsi que devant certains conseils municipaux :

- Renforcer l'effet protecteur de la réglementation nationale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (soit toutes les communes hors Cognac) : la réglementation nationale interdit dans les communes autres que Cognac la publicité scellée au sol et limite la publicité murale à deux dispositifs, de 4m² chacun, alignés sur un même mur. Bien que ce régime soit relativement protecteur, il est ressorti des débats la volonté de contraindre encore davantage les possibilités d'installation de publicité ;
- Dans toutes les communes, traiter la publicité dans les lieux patrimoniaux : les monuments historiques sont nombreux sur le territoire et deux Sites Patrimoniaux Remarquables sont relevés. Il est décidé, comme le permet le code de l'environnement, de déroger à l'interdiction de publicité dans les lieux patrimoniaux, de manière très limitée et encadrée ;
- A Cognac, protéger fortement la centralité historique et les secteurs dédiés à l'habitat, et admettre davantage de possibilités d'installations publicitaires le long des axes structurants : Cognac est la commune dans laquelle les possibilités d'installation de publicités, telles qu'elles résultent des règles nationales, sont « maximales ». Le choix est fait de préserver le cadre de vie des secteurs principalement dédiés à l'habitat et d'admettre davantage de publicité le long de certains axes limitativement énumérés, dans des proportions cependant bien moindres que ce que permettrait la réglementation nationale ;

En matière d'enseignes, renforcer leur intégration sans brider la liberté du commerce : dans toutes les communes, l'intégration des enseignes traditionnelles est renforcée, sans brider la liberté d'expression des commerçants locaux ni la liberté d'appréciation des Maires lors de l'instruction des demandes d'autorisation préalable.

Les règles nationales en matière d'enseignes ont été particulièrement durcies par la réforme Grenelle II. Par ailleurs, dès lors qu'il existe un RLP, toute installation ou modification d'enseigne est soumise à autorisation du Maire, avec accord de l'Architecte des Bâtiments de France dans les secteurs protégés (abords des monuments historiques, Site Patrimonial Remarquable)

B. Orientations débattues par les Conseils

Le RLPi édicte des règles simples, permettant d'accroître la qualité des enseignes traditionnelles, en particulier celles des lieux les plus patrimoniaux. Pour les enseignes des zones commerciales et d'activités, les règles nationales sont légèrement complétées.

Les objectifs et orientations définis tendent à réduire la place de la publicité dans l'espace public, en particulier dans les Sites Patrimoniaux Remarquables de Cognac et de Jarnac, et dans les secteurs dédiés à l'habitat (individuel ou collectif).

Le travail de collaboration étroite avec les communes et la tenue des débats devant certains Conseils municipaux ont mis en évidence la volonté de la majorité des Maires de protéger au maximum le cadre de vie des habitants du territoire, et donc de durcir les règles nationales, même si elles sont déjà protectrices dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Surtout, la volonté d'un traitement égalitaire de tous les habitants, de Cognac ou des communes plus rurales, a été affirmée.

II. Justifications de la réglementation locale

A. Délimitation des zones de publicité

La collectivité a souhaité définir un nombre de zones relativement restreint, facteur de cohérence intercommunale (des réalités paysagères semblables sont traitées de manière identique), permettant de renforcer l'identité territoriale et de traiter de manière égalitaire l'ensemble des habitants mais aussi d'accroître l'accessibilité du document lui-même.

Trois zones de publicité (ZP) sont instaurées dans les secteurs agglomérés du territoire (correspondant principalement aux zones U du PLUi en cours d'élaboration et à certains secteurs dont l'urbanisation est d'ores et déjà engagée):

- **La ZPI** couvre strictement les parties agglomérées du Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Cognac ainsi que celles du SPR de Jarnac. La ZPI couvre donc uniquement des lieux patrimoniaux, dont les protections génèrent une interdiction de publicité, que le RLP est habilité à lever.

Le choix a été fait de déroger effectivement, de manière extrêmement limitée et encadrée, à l'interdiction de publicité. La ZPI constitue la zone dans laquelle les possibilités d'installation de publicités sont les plus contraintes. En matière d'enseignes, des règles précises et qualitatives, correspondant aux prescriptions appliquées par l'Architecte des Bâtiments de France ainsi qu'aux préconisations du règlement du SPR de Cognac, sont instaurées.

Les règles définies pour la ZPI s'appliquent également aux lieux listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement. Le règlement du RLPI le précise.

L'article L.581-8 du code de l'environnement interdit par principe la publicité en agglomération dans les sites inscrits ainsi que dans « les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine », avec possibilité de dérogation par un RLP.

Ces abords correspondent :

- à un périmètre délimité des abords (PDA) ;
- ou, à défaut d'existence d'un tel PDA, à un rayon de 500m autour du monument historique, la publicité n'étant interdite que sous réserve de covisibilité (elle n'est donc pas interdite dans tout le rayon de 500m).

A défaut de PDA, les rayons de 500m autour d'un monument historique ne font pas l'objet d'une zone de publicité en tant que telle : le plan de zonage ayant un caractère réglementaire, une procédure de modification du RLPI aurait été nécessaire dès lors qu'un rayon de 500m serait remplacé par un PDA.

Les lieux d'interdiction (absolue et relative) de publicité sont représentés sur un autre plan ayant valeur d'annexe : ainsi, un simple arrêté de mise à jour du RLPI, pris par le Président de Grand Cognac, pourra être pris lorsqu'il sera nécessaire d'actualiser la représentation de ces lieux (ex : classement d'un nouveau monument historique, remplacement d'un rayon de 500m par un PDA...).

- **La ZP2** correspond aux secteurs agglomérés de toutes les communes autres que Cognac (centres-bourgs, secteurs dédiés à l'habitat, pôles commerciaux secondaires) ainsi qu'aux secteurs d'habitat à Cognac (la ZP2 se définissant a contrario des deux autres zones couvrant la commune).

En superficie, la ZP2 est la zone majoritaire et inclut tous les secteurs résidentiels (habitat individuel ou collectif). Dans cette zone, la publicité scellée au sol est interdite, la publicité murale étant en revanche admise en nombre et surface limités.

Est ainsi opéré un rapprochement des régimes juridiques entre Cognac et les autres communes : les secteurs d'habitat de Cognac sont soumis aux règles nationales applicables aux communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, durcies quant à la densité et à la surface des dispositifs.

Ce « lissage » des régimes juridiques est gage d'harmonisation des règles à l'échelle de tout le territoire.

A. Délimitation des zones de publicité

La **ZP3** ne concerne que Cognac et couvre certains axes structurants : le boulevard de Javrezac, la rue de Montplaisir, l'avenue Saint Jean d'Angély et la rue Jules Brisson. Cela correspond peu ou prou à la ZPR2 du RLP communal de 2005. Dans cette zone, de plus larges possibilités de publicités sont admises (publicités scellées au sol et publicités murales), mais restent bien en-deçà de ce qu'admettrait la réglementation nationale.

Le RLPi s'inscrit dans une logique protectrice des paysages : même s'il déroge à l'interdiction de publicité dans les lieux patrimoniaux, les dérogations sont très limitées et ne concernent que des formes de publicité directement maîtrisées par les collectivités.

La ZP2 permet de « s'affranchir » du seuil de 10 000 habitants, critère discriminant choisi par la réglementation nationale pour admettre plus ou moins largement des possibilités d'installation de publicités. Ainsi, par l'effet du RLPi, les habitants de Cognac bénéficient du même régime protecteur que ceux des autres communes du territoire.

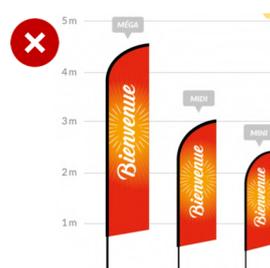
La ZP3, réservée à Cognac, permet l'installation de dispositifs de « grand format » (10,50m² cadre compris), le long des axes les plus empruntés de la commune.

B. Règles locales applicables aux publicités et préenseignes

a. Principes communs aux trois zones de publicité

Des prescriptions sont définies pour toute publicité ou préenseigne installée en ZP1, ZP2 et ZP3, afin de renforcer l'identité territoriale :

- **L'interdiction de publicités, murales ou scellées au sol, en doublons ou côte à côte :** un seul dispositif est admis sur son emplacement. Cette règle simple à appréhender et à appliquer constitue déjà une restriction certaine de la règle nationale de densité, qui admet notamment deux dispositifs « alignés » sur un même mur ;
- **L'installation de publicités sur support existant est uniquement possible sur mur de bâtiment, aveugle ou comportant de faibles ouvertures,** et non sur clôture (végétale ou murale) ou mur de soutènement par exemple. Les publicités sur clôture sont malvenues : elles dépassent souvent de la clôture, ce qui peut créer un obstacle visuel supplémentaire; sont de format souvent disproportionné par rapport au mur de clôture et peuvent déprécier la qualité architecturale d'une construction intéressante ou du mur ;
- **L'installation de publicité en toiture ou sur terrasse en tenant lieu est interdite :** ces dispositifs sont inexistantes sur le territoire et leur développement n'est pas souhaité car ils viennent rompre l'harmonie architecturale du bâtiment qui les supporte. Les publicités sur toiture émergent au-dessus du toit, augmentent la hauteur du bâtiment, et les lettres découpées lumineuses parfois de couleurs criardes détonnent dans le paysage.
- **à Cognac** (seule agglomération où elles sont admises, selon la réglementation nationale), **les publicités et préenseignes directement installées sur le sol,** et non scellées au sol, sont encadrées quant à leurs dimensions : 0,80m de largeur maximale et 1,20m de hauteur maximale depuis le niveau du sol. cette limitation de la hauteur permet d'admettre les dispositifs type chevalets mais d'interdire ceux de type oriflammes, moins esthétiques.



B. Règles locales applicables aux publicités et préenseignes

a. Principes communs aux trois zones de publicité

- Les publicités lumineuses (éclairées par projection ou transparence ou autres) doivent être **éteintes entre 22h et 7h**. Ainsi, la plage horaire d'extinction fixée par la réglementation nationale (1h-6h) est allongée de 4h.

Cette obligation d'extinction s'applique également, comme le permet la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 à tout dispositif lumineux situé à l'intérieur d'une baie ou d'une vitrine d'un local à usage commercial, quel que soit le mode d'éclairage: affiche papier rétro-éclairées, lettres néon, écrans numériques...

La publicité lumineuse supportée à titre accessoire par du mobilier urbain, qu'elle soit éclairée par projection ou transparence ou numérique, est aussi soumise la même règle d'extinction spécifique. Cela traduit la volonté de Grand Cognac de soumettre toutes les collectivités compétentes en matière de mobilier urbain (communes, Conseil départemental...) aux mêmes règles.

A noter que la réglementation nationale n'édicte pas, quant à elle, d'obligation d'extinction de la publicité lumineuse sur mobilier urbain : le RLPi adopte donc une mesure tendant à la réduction de l'éclairage nocturne des villes et à la réduction des consommations d'énergie.



Obligation d'extinction de toute forme de publicité lumineuse entre 22h et 7h, y compris sur mobilier urbain

- Le RLPi saisit l'opportunité offerte par la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 de réglementer les dispositifs lumineux situés à l'intérieur d'un local à usage commercial. En particulier, il limite la **surface des écrans numériques intérieurs**, qu'il s'agisse de publicités, enseignes ou préenseignes, en proportion de la surface de la vitrine commerciale. La surface de ces écrans est limitée au quart de la surface de la vitrine.

Cette règle de proportionnalité a semblé plus juste et mieux adaptée à la pluralité des cas rencontrés (ex: agences de voyages ou immobilières) qu'une règle de limitation du nombre des écrans.

Par ailleurs, une règle de surface maximale n'aurait pas pris en compte la diversité des tailles de vitrines commerciales.



Exemples de dispositifs lumineux installés dans une vitrine commerciale

B. Règles locales applicables aux publicités et préenseignes

b. Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZPI et dans les lieux listés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement

La ZPI correspond aux parties agglomérées des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) de Cognac et de Jarnac. Elle couvre donc strictement des lieux d'interdiction relative de publicité, les parties non agglomérées de ces sites étant des lieux d'interdiction absolue de toute publicité.

Le RLPi lève l'interdiction de publicité en SPR, comme le permet l'article L.581-8 du code de l'environnement, pour admettre des formes très limitées de publicité, directement contrôlées par les collectivités, qu'il liste limitativement.

Sont seuls admis en ZPI :

- **à Cognac, les dispositifs installés directement sur le sol** sont admis dans la limite d'une surface unitaire totale inférieure à 1m² (hauteur inférieure à 1,20m au-dessus du sol et largeur maximale 0,80m). Les dispositifs « posés » sur le sol, type porte-menus ou chevalets, sont qualifiés de publicité ou préenseigne directement installée sur le sol lorsqu'ils ne se situent pas sur le terrain d'assiette de l'activité (ils auraient alors été qualifiés d'enseignes).

La réglementation nationale interdit, indistinctement, la publicité scellée au sol et la publicité directement installée sur le sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Ainsi, les chevalets-publicités ne peuvent être admis qu'à Cognac, mais pas dans les autres communes.

D'abord gérés par le biais de l'autorisation d'occupation du domaine public (à l'occasion de laquelle chaque Maire apprécie que le dispositif ne gêne pas la circulation des personnes à mobilité réduite ou le travail de ramassage des déchets par exemple) , le RLPi a prévu de les admettre en SPR de Cognac selon des règles tenant à leur largeur maximale (0,80m) et à la hauteur par rapport au niveau du sol (1,20m).

L'encadrement des possibilités d'installation des publicités et préenseignes directement installées sur le sol, utiles pour les activités souhaitant accroître leur visibilité, se justifie au regard d'une logique de qualité urbaine des abords des constructions et des espaces publics. Bien qu'ils ne soient pas ancrés au sol, ces éléments peuvent créer des conflits d'usage du domaine public (comme les mobiliers urbains), et encombrer les vues au sein de ces lieux, par essence dégagés et aménagés pour faciliter les circulations du quotidien.

Les formats standards définis par le RLPi permettent d'avoir une harmonisation des dispositifs sur l'espace public et de cibler des typologies de dispositifs, comme des chevalets, plus qualitatives et plus adaptées aux besoins des activités et commerces implantés le long des rues, et moins encombrantes pour la fluidité et la sécurité des circulations.

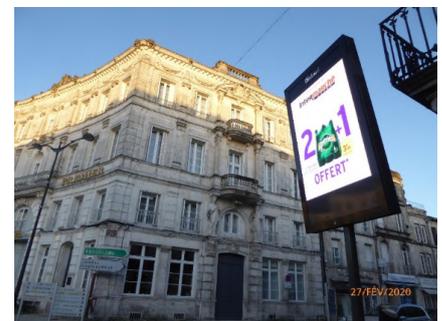


B. Règles locales applicables aux publicités et préenseignes

b. Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZPI et dans les lieux listés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement

- **les publicités et préenseignes sur mobilier urbain sont admises en ZPI**, dans le respect de la réglementation nationale, et pour le mobilier d'information dans la limite de 2m² (format dit « sucette » ou « planimètre»), ce qui constitue une restriction forte à Cognac où la réglementation nationale admettrait des mobiliers urbains d'information avec publicité de 12m².

La publicité numérique sur mobilier urbain est admise à Cognac (seule commune à atteindre le seuil de 10 000 habitants, critère discriminant pour disposer ou non de publicité numérique sur mobilier urbain), étant rappelé que toute installation de mobilier urbain, publicitaire ou non, en SPR, et dans les abords des monuments historiques, est soumise à accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France (art R 421-25 et R 423-54 c.urba. et L 621-32 c.patrimoine).



Exemples de mobiliers urbains avec publicité en SPR ou abords de monuments historiques : abris voyageurs et mobilier d'information avec publicité 2m²

Ce sont donc deux formes de publicité directement contrôlées par les collectivités que le RLPi admet en ZPI :

- les publicités directement installées sur le sol, soumises à autorisation d'occupation du domaine public ;
- et les publicités sur mobiliers urbains, installées au titre d'un contrat passé par les communes avec un opérateur.

En revanche, toute autre forme de publicité, en particulier celles sur domaine privé simplement soumises à déclaration préalable (c'est-à-dire sans possibilité de contrôle a priori du Maire) demeurent interdites.

Cette interdiction entrainera la dépose d'environ 30 dispositifs, muraux et scellés au sol, recensés dans les deux Sites Patrimoniaux Remarquables.

Comme précisé ci-avant, les règles définies pour la ZPI s'appliquent également aux lieux listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement, soit dans les abords des monuments historiques de toutes communes, étant entendu que les dispositifs directement installés sur le sol et publicité numérique sur mobilier urbain, « réservés » par la réglementation nationale aux agglomérations de plus de 10 000 habitants, resteront interdits en dehors de Cognac.

Seule la publicité sur mobilier urbain est donc admise dans les lieux protégés des communes autres que Cognac.

B. Règles locales applicables aux publicités et préenseignes

c. Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP2, en dehors des lieux listés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement

DISPOSITIFS INTERDITS EN ZP2

Certains types de dispositifs sont interdits en ZP2, couvrant tous les secteurs agglomérés des communes autres que Cognac ainsi que les lieux dédiés à l'habitat à Cognac.

L'objectif est de protéger fortement le cadre de vie de tous les habitants du territoire. Pour cela, le régime juridique applicable en ZP2 correspond principalement à celui défini par la réglementation nationale pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (cas de toutes les communes autres que Cognac).

Sont interdites en ZP2 :

- **les publicités et préenseignes scellées au sol** : cette interdiction résulte de la réglementation nationale pour les communes autres que Cognac. Le RLPi la « duplique » aux secteurs d'habitat de Cognac afin de traiter tous les habitants du territoire de manière égalitaire.

Contrairement à la publicité murale, la publicité scellée au sol constitue un objet supplémentaire dans le paysage, qui ne s'insère pas sur un support déjà existant. En ce sens, la présence de la publicité scellée au sol est moins adaptée que celle de la publicité murale dans les secteurs résidentiels, en tissu urbain dense ou au cœur d'un tissu pavillonnaire.

- **les publicités et préenseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en ZP2**, comme dans toutes les zones.

DISPOSITIFS ADMIS EN ZP2

Certains dispositifs sont admis en ZP2 selon les seules règles nationales. Il s'agit :

- **à Cognac, des bâches de chantier et dispositifs de dimensions exceptionnelles** : ces dispositifs sont temporaires et soumis à autorisation préalable du Maire, qui dispose alors d'un pouvoir d'appréciation au cas par cas lui permettant éventuellement d'inviter le pétitionnaire à revoir son projet (ex: surface de la publicité) ou à refuser la demande si le dispositif ne s'intègre pas harmonieusement dans son environnement immédiat.

Ils sont admis en ZP2 dans les conditions admises par la réglementation nationale. Le code du patrimoine admet les bâches publicitaires de chantier sur les monuments historiques : une certaine égalité de traitement a été souhaitée en faveur d'une copropriété privée qui procéderait à des travaux de ravalement de façade.

- **dans toutes les communes, du « micro-affichage »** (dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale), que le RLP n'est pas habilité à réglementer.

D'autres dispositifs sont admis, assortis de restrictions locales :

- **les publicités et préenseignes sur mobilier urbain** : elles sont admises en ZP2 selon les conditions définies en ZPI (surface limitée à 2m² sur mobilier d'information, publicité numérique admise à Cognac).
- **à Cognac, les publicités et préenseignes directement installée sur le sol** dans les mêmes conditions qu'en ZPI (largeur maximale 0,80m, hauteur maximale par rapport au niveau du sol 1,20m) ;

B. Règles locales applicables aux publicités et préenseignes

c. Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP2, en dehors des lieux listés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement

- **les publicités et préenseignes sur mur de bâtiment**, selon des conditions de nombre plus contraignantes que les règles nationales.
 - **Nombre** : un seul dispositif est admis par mur de bâtiment aveugle ou comportant des ouvertures de moins de 0,50m² et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière. Cela constitue une restriction par rapport à la réglementation nationale qui admettrait deux dispositifs « alignés » sur le même mur.
 - **Surface** : la règle nationale de surface (4m² cadre compris) applicable aux agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants est conservée et généralisée à toute la ZP2. A Cognac, cela constitue une restriction forte puisque la réglementation nationale admet la publicité murale non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence jusqu'à 12m².
 - **Numérique** : la publicité murale numérique est interdite. Seule Cognac aurait pu en disposer mais par souci de renforcement de l'identité territoriale, la publicité numérique est interdite à Cognac en ZP2 comme elle l'est par la réglementation nationale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants.
- **les publicités et préenseignes sur palissade de chantier** : La publicité peut être apposée sur des palissades de chantier, quel que soit le terrain d'assiette de ces palissades (sur propriétés privées ou, moyennant une autorisation d'occupation domaniale, sur des emprises publiques).

L'article L. 581-14 du code de l'environnement admet qu'un règlement local de publicité interdise la publicité sur palissade de chantier uniquement aux abords des monuments historiques ou en site patrimonial remarquable. C'est le choix opéré par le RLPi : les publicités et préenseignes sur palissade de chantier restent interdites en lieux « protégés ».

Dans toutes les autres parties des agglomérations, le règlement local peut réglementer la publicité sur les palissades de chantier, mais il ne saurait l'interdire.

Ainsi, en sus des conditions nationales fixées pour l'installation de publicité sur des clôtures -les palissades de chantier constituent des formes de clôtures temporaires- (obligation de clôtures aveugles, apposition à plat ou parallèlement à la clôture avec une saillie limitée à 25 cm, hauteur minimale de 50 cm au-dessus du sol), le règlement local entend, en ZP2 :

- interdire le dépassement des limites de la palissade ;
- limiter la surface unitaire : la même limitation de surface que celle de la publicité murale en ZP2 (4m² cadre compris) s'applique aux publicités sur palissade de chantier ;
- sans possibilité que ces publicités sur palissades de chantier puissent être numériques.



Exemple de publicité murale de 4m²



Exemple hors territoire de publicité de 10,50m² sur palissade de chantier (devrait être réduite à 4m² sur le territoire de Grand Cognac en ZP2)

B. Règles locales applicables aux publicités et préenseignes

c. Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP2, en dehors des lieux listés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement

- **à Cognac, les publicités et préenseignes sur bâches permanentes** : le RLPi leur applique les mêmes règles que celles définies pour les publicités « classiques » sur mur de bâtiment, considérant que si le procédé diffère, l'impact paysager est le même.
 - **Nombre** : un seul dispositif est admis par mur de bâtiment aveugle ou comportant des ouvertures de moins de 0,50m² et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière ;
 - **Surface** : alors que la réglementation nationale ne limite pas la surface des publicités sur bâches permanentes (uniquement possibles dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et soumises à autorisation préalable du Maire), le RLPi limite leur surface à 4m² de la même façon que celle des publicités murales.

Il s'agit ici d'éviter que, à défaut de pouvoir installer des dispositifs muraux de grand format en ZP2, les sociétés d'affichage développent des bâches permanentes qui, certes sont soumises à autorisation préalable du Maire, mais sans limitation de surface par le code de l'environnement.

- **Numérique** : les bâches publicitaires permanentes ne pourront pas être numériques.

Les règles nationales des articles R.581-53 et R.581-55 du code de l'environnement, non modifiées par le RLPi, demeurent en outre applicable, notamment : interdiction de dépasser les limites du mur support ou limites de l'égout du toit, installation à plus de 0,50m du niveau du sol, installation sur un plan parallèle au mur.

d. Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP3, en dehors des lieux listés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement

La ZP3 ne concerne que Cognac, et couvre quelques axes routiers particulièrement empruntés, situés en périphérie de la centralité. Ces axes étaient déjà « ouverts » à la publicité dans le RLP de la commune. Le RLPi poursuit la même logique.

DISPOSITIFS INTERDITS EN ZP3

- Comme dans toutes les zones de publicité, **la publicité sur clôture et celle sur toiture ou terrasse en tenant lieu** sont interdites en ZP3.

Ces dispositifs sont inexistantes ou très marginaux sur le territoire. En particulier, la publicité sur toiture vient rompre l'architecture d'un bâtiment, en créant un obstacle visuel dépassant du gabarit de celui-ci.

DISPOSITIFS ADMIS EN ZP3

- **les bâches de chantier et dispositifs de dimensions exceptionnelles**, sont admis selon les règles nationales, en raison de leur caractère temporaire et du fait qu'ils soient soumis à autorisation préalable du Maire ;
- **le « micro-affichage »** (dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale) est admis en ZP3 en dehors des lieux listés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement ;
- **les publicités et préenseignes sur mobilier urbain** : elles sont admises en ZP3 selon les conditions définies en ZPI (surface limitée à 2m² sur mobilier d'information, publicité numérique admise). Ainsi, les règles de la ZPI sont applicables en toutes zones de publicité, gage d'harmonisation du territoire.

En limitant la surface de la publicité sur mobilier d'information à 2m², Grand Cognac Communauté d'Agglomération restreint fortement la surface qui aurait été admise à Cognac par la réglementation nationale (12m²). La collectivité se contraint elle-même et contraint de la même façon les autres autres collectivités compétentes (Ville, Conseil départemental).

B. Règles locales applicables aux publicités et préenseignes

d. Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP3, en dehors des lieux listés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement

- **les publicités et préenseignes sur palissade de chantier** : le RLPi les admet selon les mêmes restrictions de surface que celles définies pour la publicité murale en ZP3, soit une surface unitaire maximale de 10,50m² (correspondant à une affiche de 8m²) pour les publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence et de 2m² pour la publicité numérique.
- **les publicités et préenseignes directement installées sur le sol** sont admises dans les mêmes conditions qu'en ZP1 (largeur maximale 0,80m, hauteur maximale par rapport au niveau du sol 1,20m) ;
- **les publicités scellées au sol** sont admises en ZP3, selon les restrictions suivantes :
 - Nombre : un seul dispositif est admis par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière d'au moins 50m. Cette intention de limitation du nombre des dispositifs scellés au sol figurait déjà dans le RLP communal. Un objectif de dé-densification de la présence publicitaire est ainsi mis en oeuvre, la règle locale consistant par ailleurs à simplifier la règle nationale de densité.
 - Surface : la surface des publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence est limitée à 10,50m² cadre compris (correspondant à une affiche de 8m²), au lieu de la règle nationale de 12m². Dans ces espaces aux voiries relativement larges, il s'agit d'admettre des dispositifs de formats suffisants pour permettre la lisibilité des messages.
 - Numérique : la règle nationale de surface des publicités numériques est durcie : 2m² de surface unitaire maximale, au lieu des 8m² règle nationale, étant noté que la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence est soumise à autorisation préalable du Maire. Elle est soumise à la règle locale de densité (un seul dispositif par linéaire de façade sur rue d'au moins 50m), sans qu'il puisse y avoir cumul, sur un même linéaire, entre un dispositif « affiche papier » et un dispositif numérique ou même tout autre type de publicités.
 - Prescriptions esthétiques : la ZP3 est la seule zone du territoire au sein de laquelle les dispositifs scellés au sol sont admis. Le RLPi leur impose certaines prescriptions esthétiques, notamment le fait qu'ils soient en monopied, moins pregnant visuellement, et que la face non exploitée du dispositif soit habillée d'un carter de protection.
- **la publicité et les préenseignes sur mur de bâtiment** sont admises en ZP3 selon des conditions de nombre plus contraintes que les règles nationales.
 - Nombre : un seul dispositif est admis par mur de bâtiment aveugle ou comportant des ouvertures de moins de 0,50m² et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière. L'exigence d'un linéaire minimal, applicable à la publicité scellée au sol, ne l'est pas reprise pour la publicité murale puisque celle-ci s'insère sur un support déjà existant.
 - Surface : la même limitation de surface est définie pour les publicités murales et pour les publicités scellées au sol, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence. La surface unitaire maximale est de 10,50m² (soit une affiche de 8m²), ce qui est une restriction de la règle nationale (12m²), permettant néanmoins la bonne lisibilité des affiches depuis l'axe.
 - Numérique : la surface de la publicité murale numérique, plus impactante visuellement par l'effet mouvant des images et la luminosité de l'écran, est limitée à 2m².

En matière de publicités et préenseignes, le RLPi met en oeuvre une double logique :

- une logique d'harmonisation des règles (cas de la ZP2 et des principes communs applicables en toutes zones) ;
- et une logique de graduation des restrictions à l'installation de dispositifs selon la sensibilité patrimoniale et paysagère des lieux. Les lieux patrimoniaux (SPR et abords des monuments historiques) sont particulièrement protégés, mais aussi les secteurs habités du territoire. Des possibilités plus grandes d'installation sont réservées aux axes routiers les plus empruntés de Cognac, dans des formats assurant la bonne visibilité des affiches.

C. Règles locales applicables aux enseignes

a. Principes communs applicables à l'ensemble du territoire

Contrairement aux publicités et préenseignes, la situation de l'enseigne en ou en dehors des agglomérations importe peu dans la réglementation nationale, si ce n'est pour celles scellées au sol (surface limitée à 6m² hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, et à 12m² ailleurs).

Il existe un « droit à l'enseigne » : une activité a toujours le droit de se signaler.

Par ailleurs, en matière d'enseignes, le RLPi ne peut que durcir, et non assouplir, les règles nationales existantes.

A l'instar de la logique opérée en matière de publicités et préenseignes, des principes communs sont définis afin de renforcer l'identité territoriale et de garantir une certaine homogénéisation des enseignes : ces principes sont applicables à l'ensemble du territoire communautaire.

CARACTÉRISTIQUES ESTHÉTIQUES

Sur tout le territoire de Grand Cognac, le règlement local exprime un principe général de « bonne intégration » des enseignes sur le bâtiment qui les supporte le cas échéant et, plus largement, dans leur environnement.

- Les **lignes de composition des façades et les emplacements des baies et des autres ouvertures** doivent être respectés : l'idée ici traduite réglementairement est d'éviter par exemple qu'une enseigne parallèle parcourt toute la façade, sans respecter les emplacements de la vitrine commerciale ni des ouvertures ;
- **Les auvents, marquises, balcons et, de façon générale, les éléments décoratifs ne doivent pas être « chevauchés » par les enseignes.** Il s'agit d'une règle de « bon sens », l'enseigne devant respecter la qualité architecturale du bâtiment qui la supporte ;
- Par ailleurs, il est demandé que les enseignes s'attachent à **la discrétion des dispositifs d'éclairage** ;
- **Une règle simple de positionnement est édictée** : si l'activité se situe principalement au rez-de-chaussée, ce qui constitue l'immense majorité des commerces de centralités par exemple, les enseignes en façade (parallèles et perpendiculaires au mur) doivent être installées au plus près du rez-de-chaussée. Il s'agit d'éviter les cas d'enseignes perpendiculaires en étages, complètement « détachées » de la devanture commerciale ;
- **La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol est limitée à 6m².** Cette règle de surface correspond à la règle nationale applicable aux agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. En l'appliquant également à Cognac, le RLPi durcit la règle nationale applicable à cette commune (12m²) et « efface », comme en matière de publicité, les effets du seuil discriminant de 10 000 habitants. Un objectif d'harmonisation est ici poursuivi ;
- **Les teintes agressives sont interdites** ;
- Enfin, à l'instar des publicités et préenseignes, le RLPi limite **la surface des écrans numériques placés à l'intérieur d'une vitrine d'un commerce**, en proportion de la surface de la vitrine commerciale, plutôt qu'en limitant leur nombre ou leur surface maximale, ce qui apparaît inadapté à bien des cas (ex: agences immobilières).

Ainsi la surface cumulée de ces écrans numériques intérieurs, qu'il s'agisse de publicités, enseignes ou préenseignes, est limitée au quart de la surface de la vitrine.

L'ensemble de ces éléments fera l'objet d'une appréciation circonstanciée, au cas par cas, lors de l'instruction des autorisations d'enseigne qui sont systématiquement exigées lors de l'installation ou de la modification des enseignes. Les enseignes ne sont jamais soumises à un simple régime déclaratif.

C. Règles locales applicables aux enseignes

a. Principes communs applicables à l'ensemble du territoire

OBLIGATION D'EXTINCTION NOCTURNE

Comme la publicité et les préenseignes lumineuses soumises à une règle locale d'extinction nocturne, la même plage horaire d'extinction est définie pour les enseignes lumineuses : elles doivent être **éteintes entre 22h et 7h, lorsque l'activité a cessé** (au lieu de la règle nationale 1h-6h).

Cette obligation d'extinction s'inscrit dans une démarche d'économie de la consommation d'énergie et d'apaisement de la ville. Pour les activités exercées en « horaires décalés » (ex: restaurants, hôtels, discothèques...), l'enseigne lumineuse peut être allumée au plus tôt une heure avant le début de l'activité et doit être éteinte au plus tard une heure après la fin de l'activité.

La loi Climat et Résilience du 22 août 2021 le permettant, la collectivité a souhaité également soumettre à l'obligation d'extinction nocturne les enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'une baie ou vitrine d'un local à usage commercial, quel que soit le mode d'éclairage de l'enseigne.

Par exemple, les annonces d'une agence immobilière devront être éteintes entre 22h et 7h, de même que les écrans numériques intérieurs de certains commerces.

b. Dispositions applicables aux enseignes en zone de publicité I

ENSEIGNES INTERDITES EN ZPI

Les enseignes scellées au sol sont interdites dans les sites patrimoniaux remarquables de Cognac et de Jarnac, à l'exception de celles des stations essences qui accompagnent l'exercice de l'activité (totem mentionnant le prix des carburants) : elles sont limitées à une enseigne scellée au sol de 6m² par établissement et par voie bordant l'activité.

Compte tenu de la morphologie des tissus bâtis des deux SPR, les possibilités d'implantation d'enseignes scellées au sol sont quasi nulles. Le choix a été fait de les interdire, d'autant que les activités installées en ZPI disposent de suffisamment de possibilités de se signaler et d'être visibles par les enseignes apposées sur le bâtiment lui-même (enseignes parallèles, perpendiculaires ou encore en toiture).

ENSEIGNES ADMISES EN ZPI

Les différentes typologies d'enseignes prévues par le code de l'environnement sont admises en ZPI, certaines sous le régime des seules règles nationales, d'autres assorties de restrictions locales complémentaires.

Les enseignes en toiture sont admises par exemple, selon les règles définies par le code de l'environnement. En effet, en ZPI, sont présentes des enseignes en toiture qualitatives, qui s'insèrent correctement dans leur environnement : c'est le cas des enseignes de certaines maisons de négoce, souvent installées sur des bâtiments de grande ampleur, et destinées à être vues de loin et pas seulement par les habitants familiers du territoire (visites touristiques des établissements). Des restrictions locales, voire une interdiction de ce type d'enseigne, n'ont pas été souhaités.

Des prescriptions spécifiques sont définies pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur (dites « en bandeau »).

Le règlement local ne peut pas déroger et ne peut « assouplir » les règles nationales suivantes :

- Interdiction de dépassement des limites du mur support et de l'égout du toit ;
- Saillie limitée à 25 cm ;
- Limitation de la surface totale des enseignes en façade (soit la surface cumulée des enseignes parallèles et perpendiculaires) proportionnellement à la surface de la façade commerciale : 25% si la façade commerciale fait moins de 50m² (cas des enseignes en rez-de-chaussée dans le centre historique de Compiègne par exemple) ou 15% lorsque la façade commerciale est de plus de 50m².

C. Règles locales applicables aux enseignes

b. Dispositions applicables aux enseignes en zone de publicité I

En complément de ces règles nationales, le règlement local édicte les restrictions complémentaires suivantes :

- **Règle de positionnement** : les dispositions du RLPi ont pour objectif de préserver l'intégrité architecturale du bâtiment et du site dans lequel l'enseigne se situe, tout en s'adaptant au fonctionnement de l'activité :
 - pour les activités uniquement situées au rez-de-chaussée, les enseignes sont installées dans la limite de l'appui des fenêtres du 1^{er} étage. Les enseignes doivent être installées dans la partie haute de la devanture et ne doivent pas être apposées sur la longueur totale de la façade commerciale (risque de rupture des lignes de composition de la façade) ;
 - pour les activités exercées principalement ou uniquement en étage, les enseignes parallèles peuvent être positionnées au niveau de l'étage d'exercice de l'activité.
- **Mode de réalisation** : les dispositions du règlement local ont pour objectif de permettre une bonne insertion de l'enseigne sur la façade, en tenant compte de la devanture et en adéquation avec le caractère de l'immeuble :
 - les enseignes sont réalisées en lettres découpées, ou en lettres peintes (ex: sur une devanture en bois). Un seul mode de réalisation n'est pas imposé, plusieurs options sont possibles. Le mode de réalisation dépend du support sur lequel l'enseigne vient s'apposer (mur en pierre ou enduit, devanture en applique, store) ;
 - afin d'assurer une bonne insertion des écritures et leur homogénéisation, la hauteur de l'enseigne est limitée à 40cm.
- **Mode d'éclairage** : un mode d'éclairage spécifique n'est pas imposé, afin de laisser aux activités une certaine liberté de création ainsi qu'aux Maires une liberté d'appréciation lors de l'instruction du dossier d'enseigne. Toutefois, il est préconisé, dans les deux SPR, que le mode d'éclairage soit assuré par projection par des dispositifs discrets : cela interdit par exemple les lettres rétro-éclairées ou les caissons lumineux. L'éclairage peut se faire par une rampe de faible saillie, ou par des spots directement intégrés à la façade. Les spots-pelles, plus imposants, devraient à terme disparaître.



Les enseignes parallèles sous forme de caisson sont interdites en ZPI



En ZPI, les enseignes parallèles doivent être réalisées en lettres découpées ou en lettres peintes, de hauteur maximale 40cm.



C. Règles locales applicables aux enseignes

b. Dispositions applicables aux enseignes en zone de publicité I

Concernant les enseignes apposées perpendiculairement à un mur (dites « en drapeau »), le règlement local ne peut pas déroger et ne peut « assouplir » les règles nationales suivantes :

- Interdiction de dépassement de la limite supérieure du mur support ;
- Interdiction d'apposition devant une fenêtre ou un balcon ;
- Limitation de la surface totale des enseignes en façade (soit la surface cumulée des enseignes parallèles et perpendiculaires) proportionnellement à la surface de la façade commerciale : 25% si la façade commerciale fait moins de 50m² ou 15% lorsque la façade commerciale est de plus de 50m².

En complément de ces règles nationales, le règlement local édicte les restrictions complémentaires suivantes :

- **Limitation du nombre** : Une enseigne perpendiculaire est admise par établissement et par voie ouverte à la circulation publique bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée.

Ainsi, une activité située dans un bâtiment à l'angle de deux voies pourrait disposer, dans le respect des règles nationales et des autres règles locales, de deux enseignes en drapeau.

En revanche, les activités sous licence telles que les tabacs-presse ou les pharmacies, souvent tenues à l'installation de certaines signalétiques, ont le droit à une enseigne perpendiculaire supplémentaire par voie bordant l'activité.

- **Règle de positionnement** : l'enseigne perpendiculaire doit être positionnée dans la hauteur de l'appui des fenêtres du 1^{er} niveau, le cas échéant dans le prolongement de l'enseigne apposée à plat ou parallèlement au mur si elle existe. L'objectif est d'assurer une continuité des dispositifs afin d'éviter un « éparpillement » sur la façade.
- **Encadrement des dimensions** : des règles précises sont édictées quant aux dimensions maximales de l'enseigne perpendiculaire, ce qui participe sans conteste à leur homogénéisation. La saillie par rapport au mur est limitée à 80cm, leur hauteur est limitée à 80cm (de même que la largeur), et leur épaisseur est limitée à 5cm. C'est donc la discrétion de ces dispositifs qui est recherchée dans les sites patrimoniaux.
- **Mode d'éclairage** : dans la même logique, l'éclairage de l'enseigne perpendiculaire doit être qualitatif et discret. Les modes d'éclairage à lumière non fixe (ex: néon, laser, clignotant, numérique) sont interdits. Seules les pharmacies et autres services d'urgence peuvent disposer d'enseignes perpendiculaires clignotantes (règle nationale).



Enseigne perpendiculaire correctement positionnée dans le prolongement de l'enseigne parallèle



Enseigne perpendiculaire respectant les dimensions maximales fixées par le RLPI

Contrairement aux enseignes et préenseignes, les règles définies en ZPI en matière d'enseignes ne sont pas dupliquées aux abords des monuments historiques de toutes les communes.

Les règles applicables aux deux Sites Patrimoniaux sont très précises et traduisent des exigences qualitatives fortes : ce même degré de précision aurait été inadapté aux enseignes situées dans les abords des monuments historiques des centres-bourgs. Ces enseignes restent soumises à autorisation préalable du Maire, avec accord nécessaire de l'Architecte des Bâtiments de France : à l'occasion de l'instruction du dossier d'enseigne, ces deux autorités disposent donc d'un pouvoir d'appréciation au cas par cas, et peuvent inviter le pétitionnaire à ajuster son projet.

C. Règles locales applicables aux enseignes

c. Dispositions applicables aux enseignes en dehors de la zone de publicité I

Les règles nationales sont largement conservées pour les enseignes situées hors agglomération, celles situées en ZP2 et en ZP3.

Elles ont été notablement durcies par la réforme « Grenelle II » de 2010 et, sur le terrain, certains cas de non-conformité aux règles nationales ont été relevés, sans constituer pour autant des dérives notables . Ainsi, la mise en conformité de ces enseignes pourrait déjà apporter une plus value paysagère.

Les règles nationales sont néanmoins complétées sur deux points :

- par les principes communs applicables à toute enseigne sur le territoire ;
- par la limitation de la surface des enseignes scellées au sol à 6m², y compris à Cognac où la réglementation nationale admettrait ce type d'enseignes jusqu'à 12m².

Bénéficiant d'un cadre de vie de qualité, laissant une large place aux espaces de nature (espaces viticoles, cours d'eau...) tout en étant ponctué d'éléments patrimoniaux remarquables, Grand Cognac Communauté d'Agglomération a voulu, par son RLPi, se doter d'un outil supplémentaire de protection des paysages.

Le RLPi prend en compte les nouvelles règles nationales définies par la loi du 12 juillet 2010 dite « Grenelle II » et ses décrets d'application. Les effets de la réglementation nationale seront notables sur le paysage, notamment par la suppression de tous les dispositifs scellés au sol dans la zone commerciale de Châteaubernard, ainsi que des dispositifs scellés au sol et muraux situés dans les deux Sites Patrimoniaux Remarquables de Cognac et de Jarnac.

Le RLPi renforce encore les règles nationales, en particulier en faveur d'une protection forte des secteurs résidentiels. L'objectif est que l'ensemble des habitants du territoire (de Cognac comme de communes plus rurales) bénéficient du même degré de protection.

Des possibilités d'expression publicitaire « grand format » et de publicité numérique demeurent le long de certains axes structurants de Cognac, traduisant la recherche d'un équilibre entre protection des paysages urbains et respect de la liberté d'expression dont bénéficie la publicité.

En matière d'enseignes, les règles du Site Patrimonial Remarquable de Cognac ainsi que les prescriptions appliquées par l'Architecte des Bâtiments de France lors de l'instruction d'un dossier d'enseignes sont retranscrites dans le RLPi, pour devenir de véritables règles opposables à tous. Ces règles locales simplifient, et renforcent, la réglementation nationale, et permettent au pétitionnaire de s'inscrire dans une démarche qualitative, clairement expliquée.



GRAND
COGNAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION



DECEMBRE 2021