



5.16. Règlement Local de Publicité (RLP)



Un projet pour notre commune

Prescription	Arrêt	Approbation
27/09/2013	25/09/2018	29/10/2019



5.16.1. RAPPORT DE PRÉSENTATION



RLP

Règlement Local de Publicité

Un projet pour notre commune

Prescription	Arrêt	Approbation
27/09/2013	29/06/2017	29/10/2019

Sommaire

SOMMAIRE	2
1. PREAMBULE	3
1. PREAMBULE	4
1.1. <i>Précisions terminologiques</i>	4
1.2. <i>Contexte législatif et réglementaire</i>	4
1.3. <i>Pourquoi réaliser un RLP sur la commune d'Orée d'Anjou ?</i>	4
1.4. <i>Champ d'application du règlement</i>	4
1.5. <i>Contenu du RLP</i>	5
2. PRINCIPALES DEFINITIONS ET RAPPELS DE LA REGLEMENTATION NATIONALE	5
2.1. <i>La notion d'agglomération</i>	5
2.2. <i>Principales définitions</i>	6
2.3. <i>Cas général concernant les interdictions</i>	8
2.4. <i>Synthèse de la RNP</i>	9
2. DIAGNOSTIC	11
1. DIAGNOSTIC	12
1.1. <i>Contexte communal</i>	12
1.2. <i>Contexte démographique et économique</i>	14
1.3. <i>Contexte patrimonial et paysager</i>	26
1.4. <i>Inventaire communal des dispositifs de Publicité/Enseignes/Préenseignes</i>	30
<i>Liré : diagnostic & enjeux</i>	39
<i>Saint-Laurent-des-Autels : diagnostic & enjeux</i>	41
<i>Champtoceaux : diagnostic & enjeux</i>	44
<i>La Varenne : diagnostic & enjeux</i>	46
<i>Drain : diagnostic & enjeux</i>	47
<i>Bouzillé : diagnostic & enjeux</i>	50
<i>Landemont : diagnostic & enjeux</i>	52
<i>Saint-Sauveur-de-Landemont : diagnostic & enjeux</i>	53
<i>Saint-Christophe-La-Couperie : diagnostic & enjeux</i>	55
1.5. <i>Synthèse des enjeux</i>	58
3. ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	59
<i>Préambule</i>	60
1. LES ORIENTATIONS DU PADD DU PLU	60
2. ORIENTATION N°1 : VALORISER LA QUALITE ESTHETIQUE DES CENTRES-BOURGS ET LE CADRE DE VIE DES HABITANTS	62
3. ORIENTATION N°2 : AMELIORER LES AXES D'ENTREE DE VILLE, PREMIERE PERCEPTION DES VISITEURS SUR LE TERRITOIRE	63
4. ORIENTATION N°3 : GARANTIR L'EXPRESSION PUBLICITAIRE ET LA VISIBILITE DES ENTREPRISES DANS ET HORS AGGLOMERATION	64
4. JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS	65
1. MOTIFS DE DELIMITATION DU ZONAGE	66
1.1. <i>ZP1 : Agglomération des bourgs et villages principaux</i>	66
1.2. <i>ZP2 : Axes d'entrées de ville</i>	67
2. CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE	68
2.1. <i>DISPOSITIONS RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES</i>	68
2.2. <i>DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES</i>	69
<i>TABLEAU DE COMPARAISON DES DISPOSITIONS RELATIVES AU RNP ET A CHAQUE ZP</i>	71

1. PREAMBULE

1. Préambule

1.1. Précisions terminologiques

Le présent document porte sur le territoire de la commune d'Orée d'Anjou. Elaboré avant la création de la commune nouvelle d'Orée d'Anjou en date du 1er janvier 2016, sont mentionnées dans ce document la communauté de communes du Canton de Champtoceaux ainsi que les communes aujourd'hui déléguées qui la composent. Le diagnostic, les orientations et objectifs ainsi que la justification des choix du RLP se réfèrent à ces limites administratives initiales.

1.2. Contexte législatif et réglementaire

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, le Code de l'Environnement a été réformé par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012.

⇒ La réforme de la réglementation nationale de publicité extérieure est applicable depuis le 1er Juillet 2012.

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document qui régit de manière plus restrictive que la Réglementation Nationale de Publicité (RNP), la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire donné. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de

maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager du territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLP, les dispositions du règlement national de publicité en vigueur demeurent opposables. L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le Code de l'Environnement et le Code de la Route.

1.3. Pourquoi réaliser un RLP sur la commune d'Orée d'Anjou ?

Dans le cadre de l'élaboration du PLU, la commune d'Orée d'Anjou a engagé en parallèle l'élaboration d'un RLP, dont les objectifs sont les suivants :

- Protéger le patrimoine bâti de la pollution visuelle ;
- Préserver les entités paysagères remarquables des bords de Loire de l'affichage publicitaire non contrôlé ;
- Faire coïncider les deux études que sont le RLP et le PLU.

1.4. Champ d'application du règlement

Conformément à l'article L 581-2 du Code de l'Environnement, les publicités, enseignes, préenseignes qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du Code de l'Environnement et du RLP.

1.5. Contenu du RLP

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

- un **rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- un **règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- des **annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les **zones de publicité identifiées** par le RLP et les **limites de l'agglomération** fixées par les maires délégués sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites. Enfin, figure en annexe l'arrêté protégeant de la publicité les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

2. Principales définitions et rappels de la réglementation nationale

2.1. La notion d'agglomération

Régi par le Code de la Route et Code de l'Environnement, le territoire est soumis aux dispositions relatives à :

⇒ La notion géographique d'agglomération :

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité est l'interdiction de la publicité hors agglomération, en l'admettant au sein de l'agglomération.

⇒ **Publicités et préenseignes : interdites hors agglomération**

⇒ **Enseignes : autorisées en agglomération et hors agglomération**

Agglomération : Au sens de l'article R.110-2 du Code de la Route : « Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâties 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. » Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

Le travail sur la notion géographique d'agglomération a été redéfini au travers du travail sur le RLP, en s'appuyant sur les panneaux d'entrée de ville mais aussi sur les réflexions menées dans le cadre du PLU, concernant notamment les enveloppes urbaines des bourgs, villages et principaux hameaux.

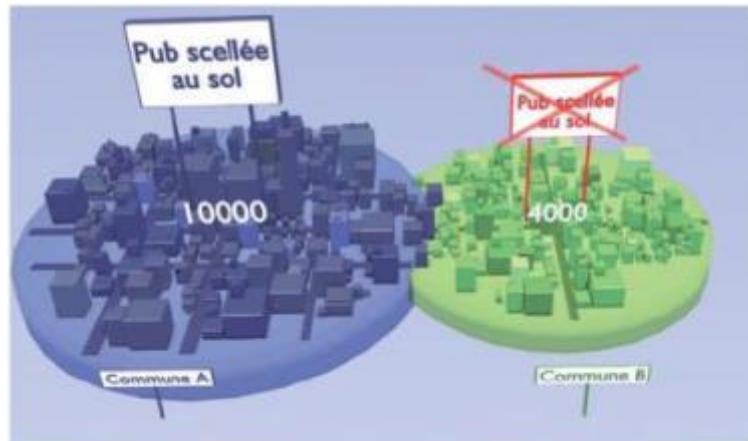
⇒ **Le plan des limites d'agglomérations figure en annexe du RLP.**

⇒ **La notion démographique d'agglomération**

Avec la réglementation nationale, les règles sont différentes entre les communes de - 10 000 habitants et celles de + 10 000 habitants. Le régime juridique du passage en commune nouvelle d'Orée d'Anjou ne change pas le principe démographique d'agglomération, le nombre d'habitant s'apprécie dans les limites de chaque agglomération du territoire.

⇒ **Les agglomérations de la commune comportent chacune entre 700 et 2500 habitants, elles appartiennent donc aux « agglomérations de moins de 10 000 habitants » de la réglementation nationale.**

Par exemple, une des principales règles est l'interdiction des publicités scellées au sol pour les communes de moins de 10 000 habitants.



2.2. Principales définitions :

L'article L 581-3 du Code de l'Environnement définit les dispositifs suivants :

- ⇒ **Publicité** : « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention ».
- ⇒ **Enseigne** : « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. » Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.

⇒ **Préenseigne** : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée. »

Définitions issues du guide pratique du Ministère : « La réglementation de la publicité extérieure » (p.11, 12 et 13)



Préenseigne dérogatoire : La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement. La dérogation relative aux préenseignes particulièrement utiles pour les personnes en déplacement courait jusqu'au 13 juillet 2015.

2.2.1. Quelques exemples sur le territoire...

Enseignes apposées au mur



Enseigne en façade

(à plat ou parallèle au mur)

Signalétique d'Information Locale (SIL)



→ Ne relève pas de la réglementation de publicité extérieure

Enseignes perpendiculaires au mur



En potence (fixée par le haut)



En drapeau

(fixée par le côté)

Enseignes au sol



Type totem



Mâts porte-drapeaux

Publicité apposée au mur



Publicité non lumineuse murale

2.3. Cas général concernant les interdictions

La publicité est interdite hors agglomération (sur la notion d'agglomération).

L'article L.581-4 édicte également une série d'interdictions, dites absolues puisqu'elles ne permettent aucune dérogation.

La publicité est ainsi interdite :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres ;

Le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la commission départementale compétente en matière de sites, peut en outre interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque. (article L581-4).

L'article L.581-8-I dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L.581-4, sont dites « relatives » puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP.

Ainsi, la publicité se trouve-t-elle interdite en agglomération :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;

- 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 (Article L581-4 II : « Le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la commission départementale compétente en matière de sites, peut en outre interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque. ») ;
- 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 (sites Natura 2000).

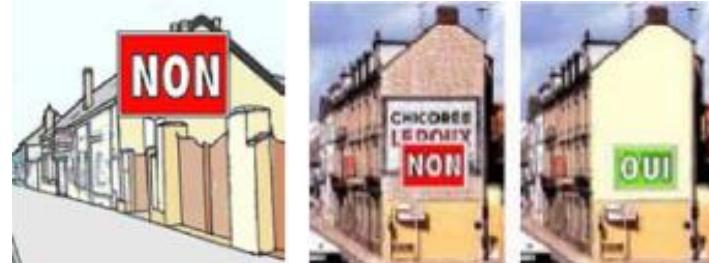
Pour rappel, la commune d'Orée d'Anjou est concernée par :

- Des monuments historiques : un riche patrimoine religieux, (églises, calvaires), militaire (châteaux, fortifications) et civil (moulin à eau, maisons anciennes) ;
- Un site classé : la promenade du Champ Palud et les terrains voisins ;
- Des espaces naturels d'envergure : Vallée de la Loire, bocage, forêts, dont deux sites Natura 2000 (ZPS et SIC : Vallée de la Loire de Nantes aux Ponts-de-Cé et zones adjacentes).

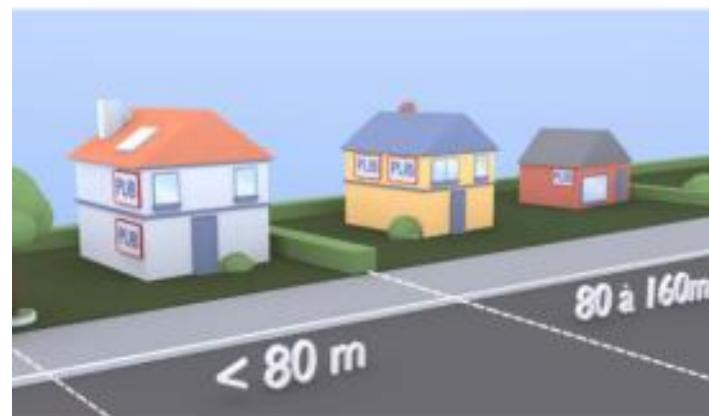
2.4. Synthèse de la RNP :

La RNP définit des règles spécifiques pour l'implantation des publicités au mur :

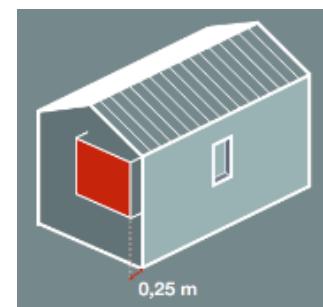
- Elle ne peut être apposée à moins de 0,5m du sol ;
- Ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte ni les limites d'égout du toit ;
- Ne peut constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,25 m ;
- Ne peut être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes n'aient été supprimées (sauf peintures d'intérêt artistique) ;
- Doit être parallèle à son support ;
- Est soumise à la règle de densité : 2 dispositifs maximum pour les unités foncières inférieures à 80 ml. Et 1 dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m pour celle de 80ml et plus. ;
- Les publicités lumineuses doivent être éteintes entre 1h et 6h.



Règles d'implantation des publicités (RNP)

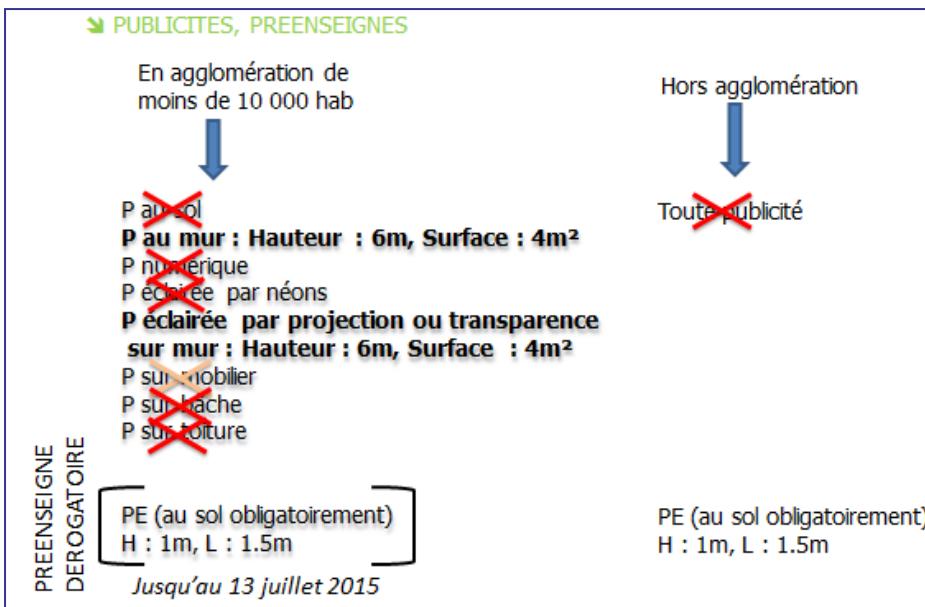


Règles de densité des publicités (RNP)



Règles de format des publicités (RNP)

➔ PUBLICITES, PREENSEIGNES



Il en est de même pour les enseignes :



- ⇒ Mise en conformité des dispositifs avec la RNP (décret du 30/01/2012, applicable depuis le 01/07/2012)

2015

Suppression des préenseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)

Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012

2018

Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012

Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

- ⇒ Entrée en vigueur du RLP dès sa publication
- ⇒ 6 ans pour mise en conformité des enseignes existantes
- ⇒ 2 ans pour mise en conformité des publicités/préenseignes existantes

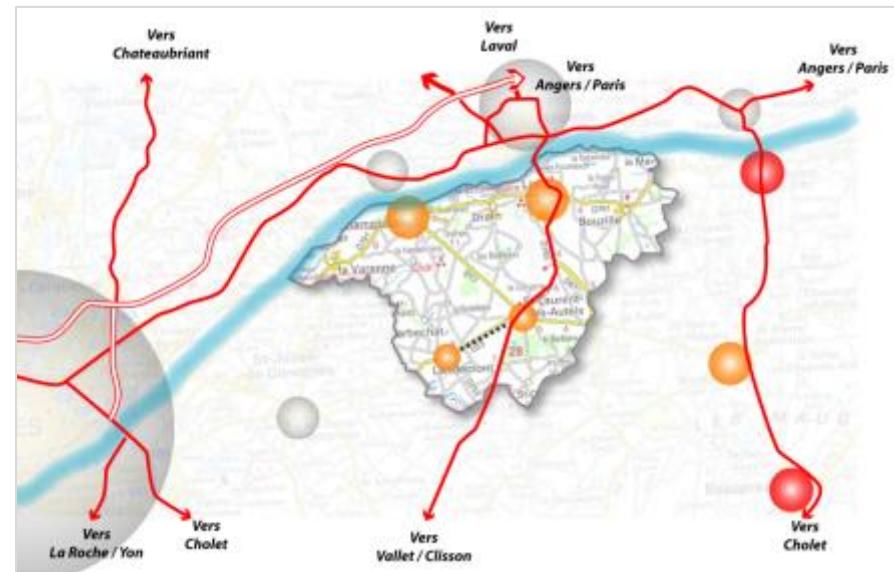
2. DIAGNOSTIC

1. Diagnostic

1.1. Contexte communal

1.1.1. Structuration du territoire

La commune d'Orée d'Anjou se trouve au Nord-Ouest du Pays des Mauges, en limite départementale du Maine-et-Loire avec la Loire-Atlantique, à l'intérieur du triangle constitué des villes de Nantes-Angers-Cholet. L'Orée d'Anjou est sous l'aire d'influence de la métropole nantaise et du pôle urbain d'Ancenis, proche du vignoble nantais et marquée par la Loire en limite Nord, lui conférant des paysages et un patrimoine de grande qualité.



Étendue sur près de 15 634 hectares, elle est composée de neuf anciennes communes (aujourd'hui déléguées) avant leur fusion en commune nouvelle au 1^{er} janvier 2016 : Bouzillé, Champtoceaux, Drain, La Varenne, Landemont, Liré, Saint-Christophe-la-Couperie, Saint-Laurent-des-Autels et Saint-Sauveur-de-Landemont.

L'organisation territoriale de la commune se caractérise par des bourgs de taille importante sans réelle polarisation à l'échelle communautaire. Cet équilibre territorial s'explique à la fois par la complémentarité existant entre les pôles relais du territoire et par l'attractivité de pôles significatifs extérieurs au territoire (Nantes et Ancenis localement).

Entre Loire, vignoble, bocage et disposant d'une topographie parfois marquée, le territoire tire un de ses principaux atouts dans la qualité du cadre de vie qu'il est à même d'offrir à ses habitants et usagers.

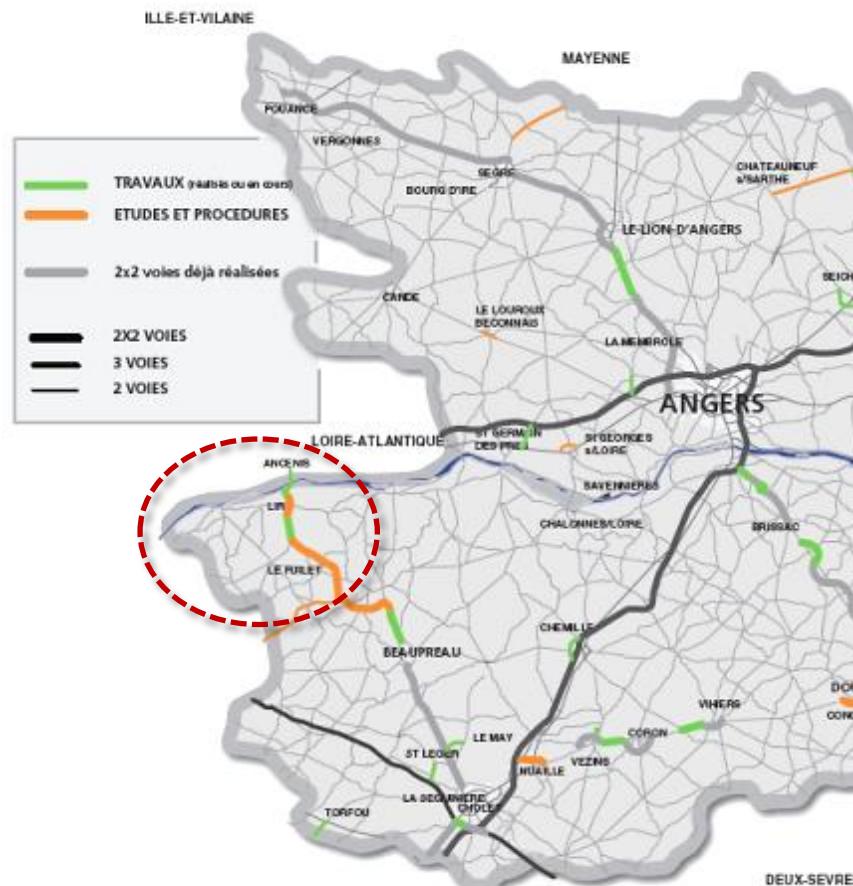
Le territoire est couvert par **2 sites Natura 2000**, bénéficiant de caractéristiques paysagères et environnementales remarquables. Ce cadre de vie est générateur d'une **importante attractivité**, notamment vis-à-vis d'une agglomération nantaise au desserrement important dans les années 2000. D'autre part, la **dynamique du secteur Ouest du territoire a été sensiblement plus importante que celle du secteur Est** (Drain / Liré / Bouzillé) sur la période 1999-2010, bénéficiant de la proximité et l'influence de la métropole régionale.

1.1.2. Contexte viaire

Le territoire de l'Orée d'Anjou est structuré par la RD 763 permettant de relier Ancenis à Clisson par Vallet. Une déviation du bourg de Liré a été réalisée au cours des années 2000. Le bourg de Saint-Laurent-des-Autels est aujourd'hui toujours traversé par cet axe. Le Conseil Général de Maine-et-Loire porte actuellement un projet de liaison entre Beaupréau et Ancenis (mise à 2*2 voies entre Beaupréau et Saint Pierre Montlimart et au Sud de Liré).

Connectées à la RD 763, les RD 23 (Saint-Laurent-des-Autels – Le Loroux Bottereau via Landemont), RD 17 (Champtoceaux – Saint-Laurent-des-Autels), et RD 751 (Saint-Florent – Champtoceaux) maillent le territoire mais revêtent un caractère moins propice aux flux importants.

Les flux des différents axes irriguant le territoire restent relativement modestes et compris entre 2 000 et 7 000 véhicules / jour selon les axes (l'axe le plus fréquenté étant le RD 763 entre Liré et Saint-Laurent).



Plan routier départemental (Source : CG49 – 2013-2018)

1.2. Contexte démographique et économique

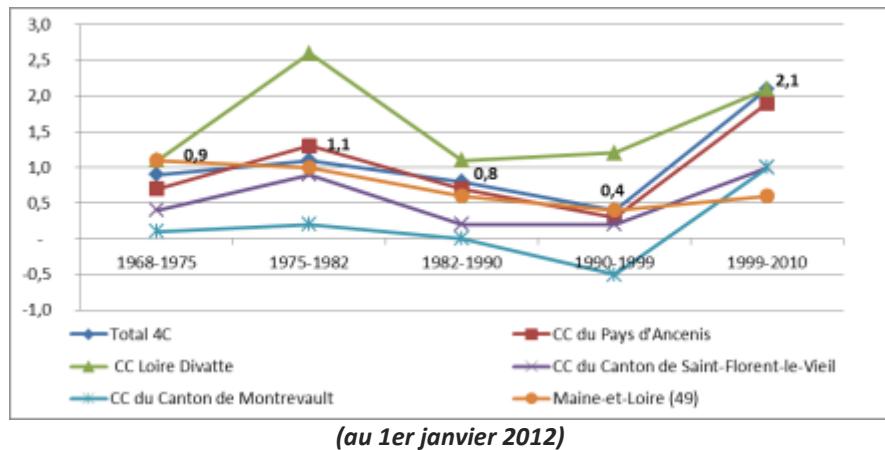
1.2.1. Une répartition homogène de la population, en hausse

En 2010, la commune d'Orée d'Anjou compte **15 413 habitants**. La **répartition est relativement homogène** entre trois principaux pôles (16% pour Liré, 15% pour Champtoceaux, 14% pour Saint-Laurent-des-Autels). Ces trois communes comptent plus de 2 000 habitants, **2 anciennes communes comptent moins de 1 000 habitants** : Saint-Christophe-la-Couperie, Saint-Sauveur-de-Landemont.

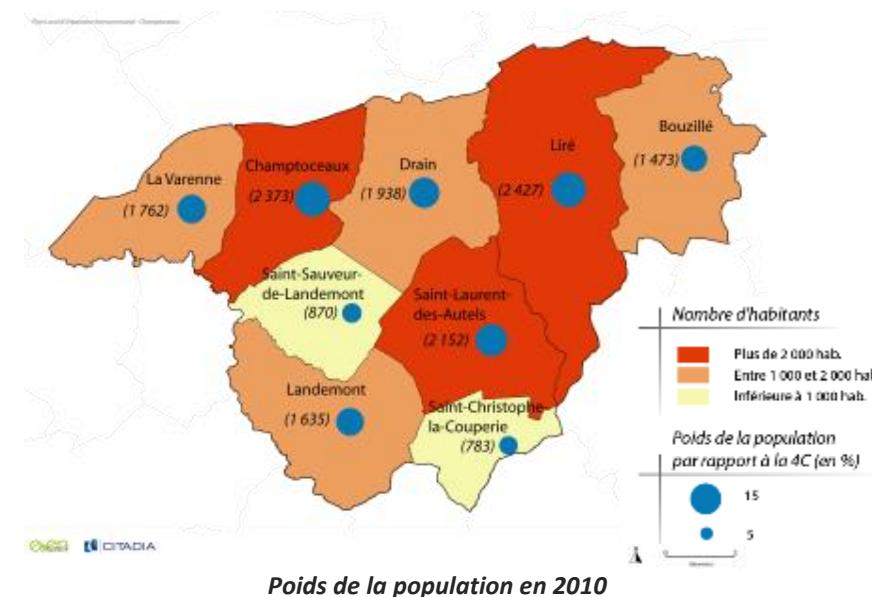
Après une croissance démographique régulière entre 1968 et 1999, le territoire observe une augmentation plus rapide de sa population dans les années 2000, le taux de croissance annuel moyen passant de 1% à plus de 2%. Cette dynamique démographique s'est déplacée d'Ouest en Est entre les décennies 90 et 2000 sous l'effet de l'étalement progressif de l'aire urbaine nantaise, avec les impacts résidentiels qu'elle génère sur les territoires voisins.

Cette croissance s'explique par **un taux naturel positif sur l'ensemble des communes déléguées**, associé à **un solde migratoire fort**.

Variation annuelle moyenne de la population en % (Source : INSEE, RGP 2010)



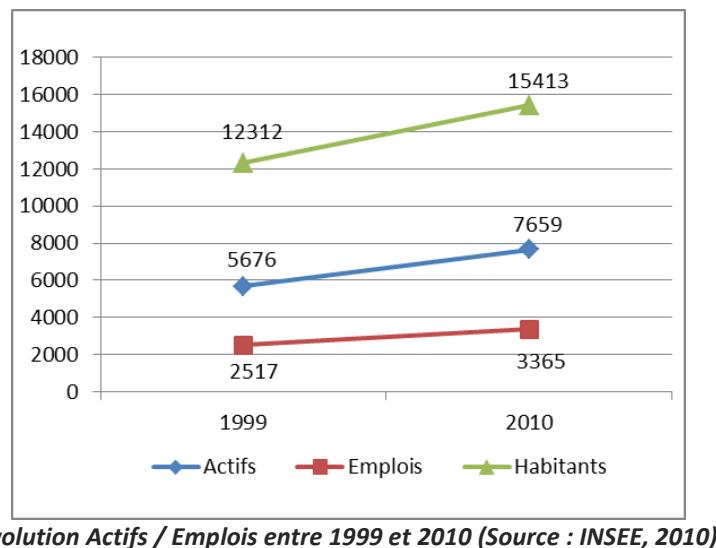
(au 1er janvier 2012)



Poids de la population en 2010

1.2.2. Une économie qui se tertiarise, avec un ratio/emploi stable

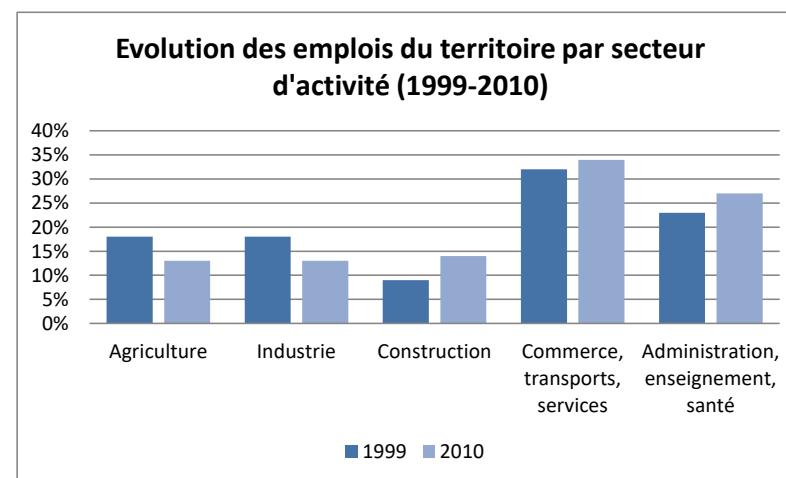
En 2010, l'Orée d'Anjou compte **3 365 emplois**, une **augmentation de 848 emplois** par rapport à 1999, suivant ainsi le nombre d'actifs et la population, cette dernière augmentant toutefois plus rapidement que les emplois et les actifs. 80% des emplois créés pendant la décennie 2000 l'ont été sur les communes de Champtoceaux, Liré, Drain et Saint-Laurent-des-Autels.



L'indicateur de Concentration de l'Emploi reste relativement stable entre 1999 et 2010. Ainsi, la commune compte **47 emplois pour 100 actifs occupés résidant sur son territoire en 2010 contre 48 en 1999**. Ce chiffre est révélateur du rôle plutôt résidentiel que jouent les communes au regard des grands bassins d'emplois extérieurs au territoire.

On note **une croissance résidentielle à l'œuvre sur le territoire de l'Orée d'Anjou**, correspondant à une population active qui augmente de manière plus rapide que celle des emplois du territoire. Cette croissance entraîne de plus des flux domicile-travail importants, majoritairement sortant vers les principaux pôles d'emplois : Nantes Métropole, Ancenis, la communauté de communes de Loire Divatte.

Le territoire de l'Orée d'Anjou présente un taux de chômage moyen de **6,5% en 2010, contre 7,8% en 1999**, diminution s'expliquant par l'accroissement significatif du nombre de ménages actifs accédant à la propriété.



L'agriculture génère de moins en moins d'emplois (accroissement des surfaces d'exploitations, réduction du nombre d'exploitations). Le tissu industriel, faiblement représenté, perd de l'importance, couplé à l'absence de desserte de haut niveau sur le territoire. Au contraire, la résidentialisation s'accroît progressivement avec un rythme de construction important et une augmentation significative du nombre d'habitants.

1.2.3. Un tissu commercial de proximité globalement satisfaisant

Les polarités que sont Champtoceaux, Saint-Laurent-des-Autels et Liré regroupent la majorité des commerces du territoire. En matière d'établissements de services aux particuliers, la répartition est plus homogène en raison de l'implantation de ces activités au sein de zones artisanales réparties sur l'ensemble du territoire communautaire (artisans notamment).

On ne recense sur le territoire aucun établissement de service aux particuliers ni commerce de gamme dite supérieure. Il ne comporte donc pas de moyenne ou grande surface, les plus proches étant situées à Ancenis, Saint-Florent-le-Vieil, La Chapelle-Basse-Mer et le Louroux-Bottreau.

1.2.4. Des zones d'activités principalement localisées sur les axes structurants

Les zones d'activités constituent l'offre principale pour l'accueil de nouvelles entreprises (développement exogène) ou le développement des entreprises locales (développement endogène). Le territoire de l'Orée d'Anjou **présente un développement principalement endogène**. Chaque commune déléguée de l'Orée d'Anjou dispose d'au moins une zone d'activités. Les principales sont concentrées :

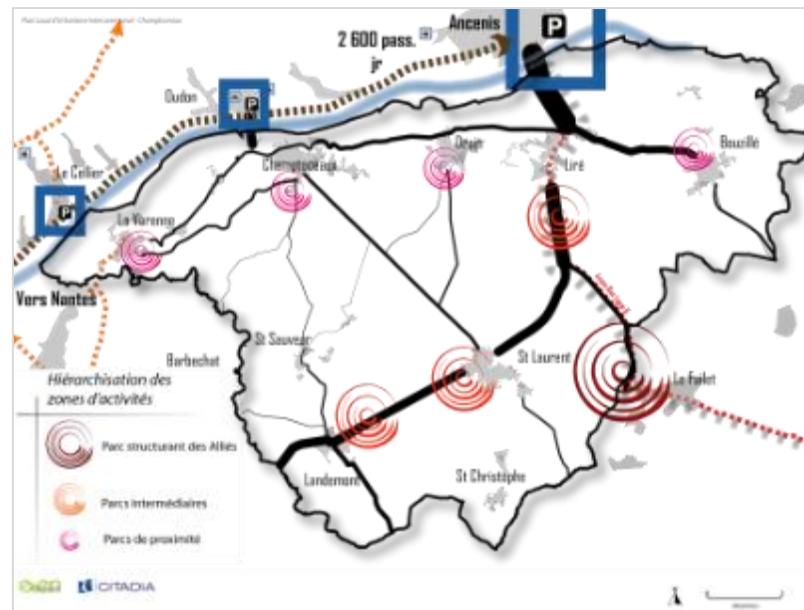
- Le long de la D 67 ;
- Le long de l'axe Ancenis / Le Louroux-Bottreau sur les communes déléguées de Landemont, Saint-Laurent-des-Autels et Liré ;
- au niveau des principaux pôles et/ou le long des axes de communication structurants : Nantes / Angers, Ancenis / Châteaubriant et Ancenis / Nort-sur-Erdre.

Le Schéma de développement des parcs d'activités du territoire identifie et hiérarchise les zones d'activités à conforter, développer ou créer en prenant appui sur les orientations du SCoT. Ce schéma identifie sur le territoire :

- 1 parc structurant ;
- 3 parcs intermédiaires ;
- 4 parcs de proximité.

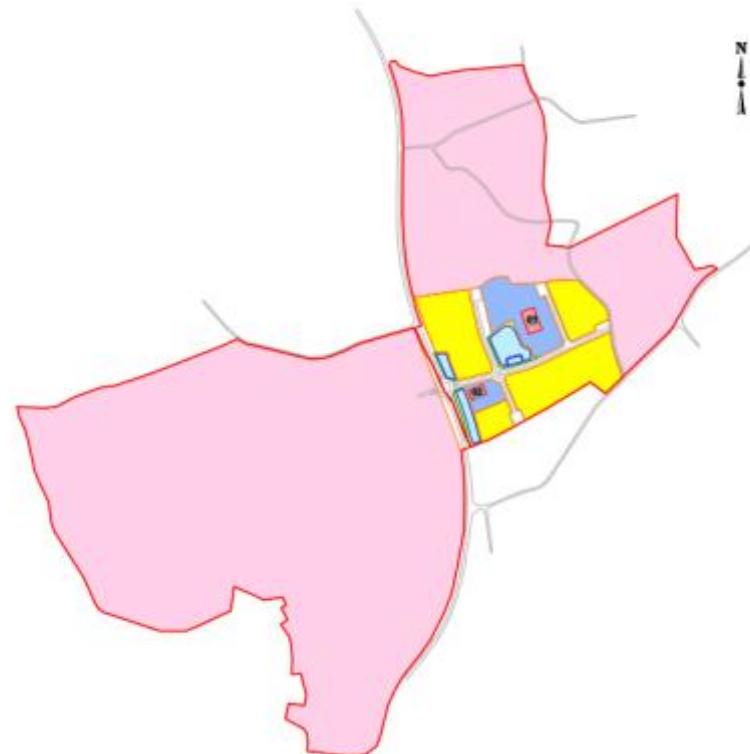
Toutefois, l'ensemble des 11 zones d'activités du territoire ne sont pas toutes intégrées au schéma de développement des parcs d'activités de l'Orée d'Anjou.

Ces zones représentent des potentiels secteurs d'affichage publicitaire ou d'enseignes.



1.2.5. Parcs intégrés au Schéma de l'Orée d'Anjou

Parc structurant // Zone des Alliés // Anjou Actiparc	
Localisation	À cheval sur les communes déléguées de Liré et Le Fuilet. Développement en alternance (pour l'instant sur le Fuilet). A la jonction d'axes routiers existants ou projetés majeurs (future 2x2 voies Cholet/Ancenis et 2x2 voies contournant l'agglomération nantaise et reliant les autoroutes Nantes/ Paris, Nantes/Bordeaux et les aéroports Nantes Atlantique et Notre Dame Des Landes)
Statut	Zone intercommunautaire (projet en commun avec la commune nouvelle de Montrevault-sur-Evres).
Type d'activités	Artisanat // bureaux.
Avancement	En cours de commercialisation.
Espace total // Espace dispo	115,6 ha au total sur les deux communes dont : <ul style="list-style-type: none"> 65,9 ha en réserve foncière sur Liré (31,77 à court / moyen terme et 34,12 ha à moyen / long terme) → les 34 ha 2AU sont basculés en A au PLU Orée d'Anjou. Par ailleurs, la surface restante, impactée pour partie par une zone humide, est divisée entre une zone 1Au et une zone 2AU. ; 49,7 ha sur Le Fuilet dont 2,9 h commercialisation et le reste en



- Surface brute des tranches = 115,6 ha
- Surface commercialisée = 2,9 ha
- Surface sous option = 0,0 ha
- Surface disponible = 7,6 ha
- Réserve foncière = 100,6 ha
- Bassins de rétention (réserve incendie)
- Espaces verts
- Entreprises (entreprise inconnue)
- Entreprises (entreprise connue)

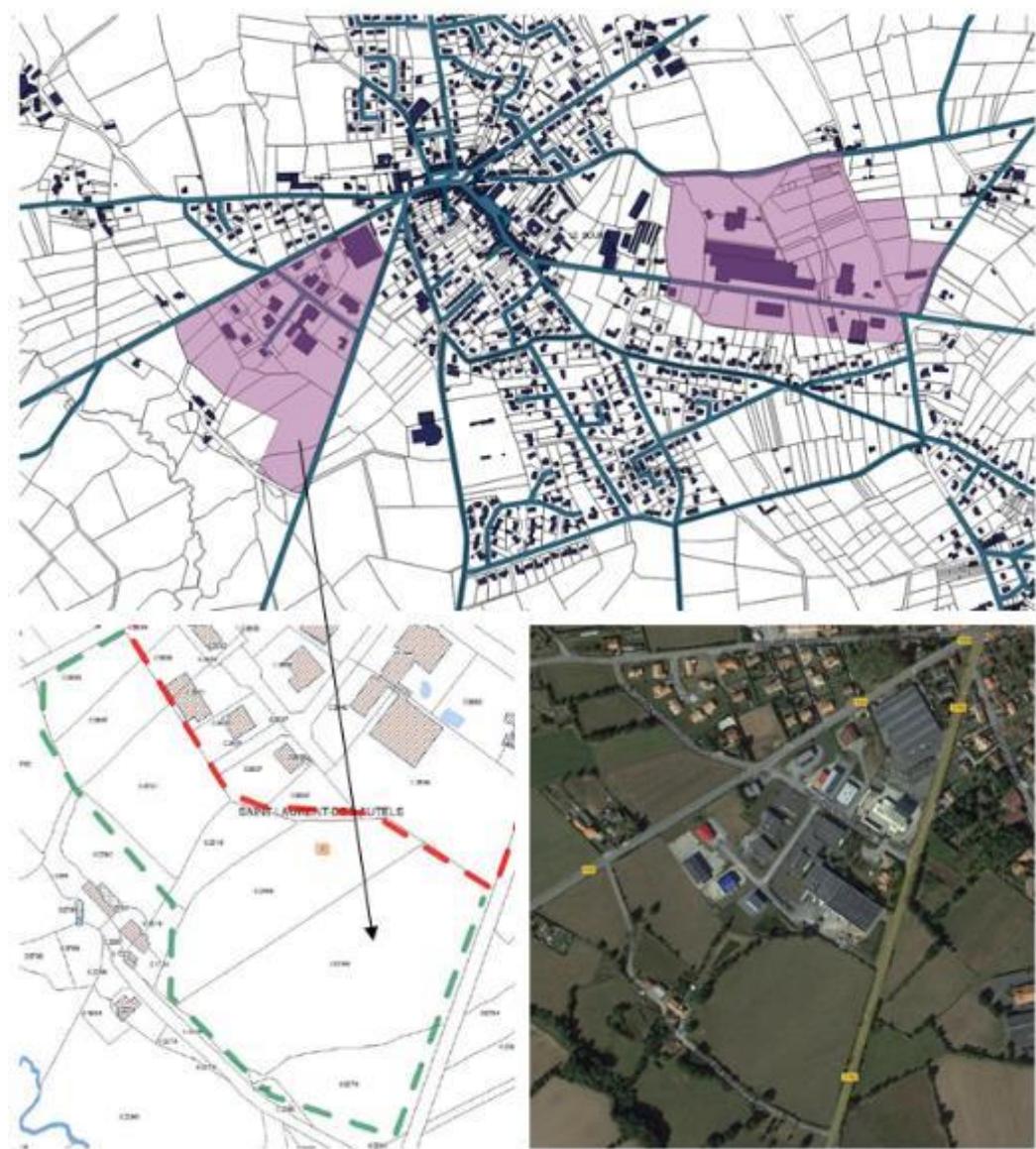


Comité d'Agglo du Maine-et-Loire - 2010/2011

Parc intermédiaire des Couronnières à Liré	
Localisation	À 2,7 km au Sud du bourg de Liré, le long de la D763 (axe majeur Ancenis / Vallet).
Statut	Communal
1^{ère} tranche, en violet sur le plan ci-contre et zonée Uy au PLU communal (commune déléguée)	<p>Artisanat et activités de commerce en majorité</p> <p>9,1 ha au total // 8,5 ha occupés par onze entreprises (parcelles de 7730 m² en moyenne) // plus de dispo foncière</p>
Extension, en marron sur le plan ci-contre, divisée en zone 1AUy et 1AUys différenciée par les règles de hauteur au PLU communal (commune déléguée)	<p>Principalement des artisans (métallerie, peinture, carrelage,...) ;</p> <p>6,13 ha / entièrement commercialisés (voir extrait PA ci-dessous)</p> <p><i>N.B. : le cadastre ci-contre n'indique pas l'ensemble des dernières constructions, en revanche le plan ci-dessous indique les parcelles réellement disponibles</i></p>

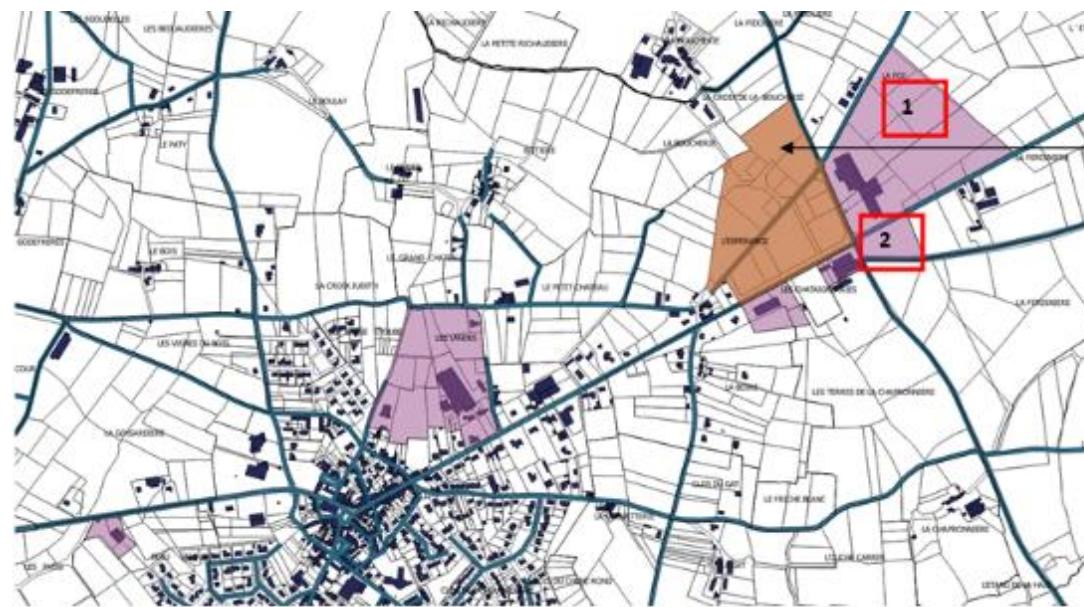


Parc intermédiaire des Mortiers à Saint-Laurent-des-Autels	
Localisation	A l'ouest du bourg
Statut	Communal
Type d'activités	Artisanat, activités de services et de commerce
Espace total // Espace dispo	<p>11,6 ha au total.</p> <p>La partie la plus proche du bourg constituant la première tranche est déjà complètement occupée. On compte 14 entreprises sur 6,5 ha soit des parcelles de 4650 m² en moyenne.</p> <p>La zone plus éloignée du bourg constituera la deuxième tranche sur environ 5 ha. Cette deuxième tranche déjà zonée en zone urbaine au PLU communal est en cours d'aménagement.</p> <p>1 extension en cours pour répondre aux besoins en matière d'artisanat de proximité</p>



Parc intermédiaire des Châtaigneraies à Landemont

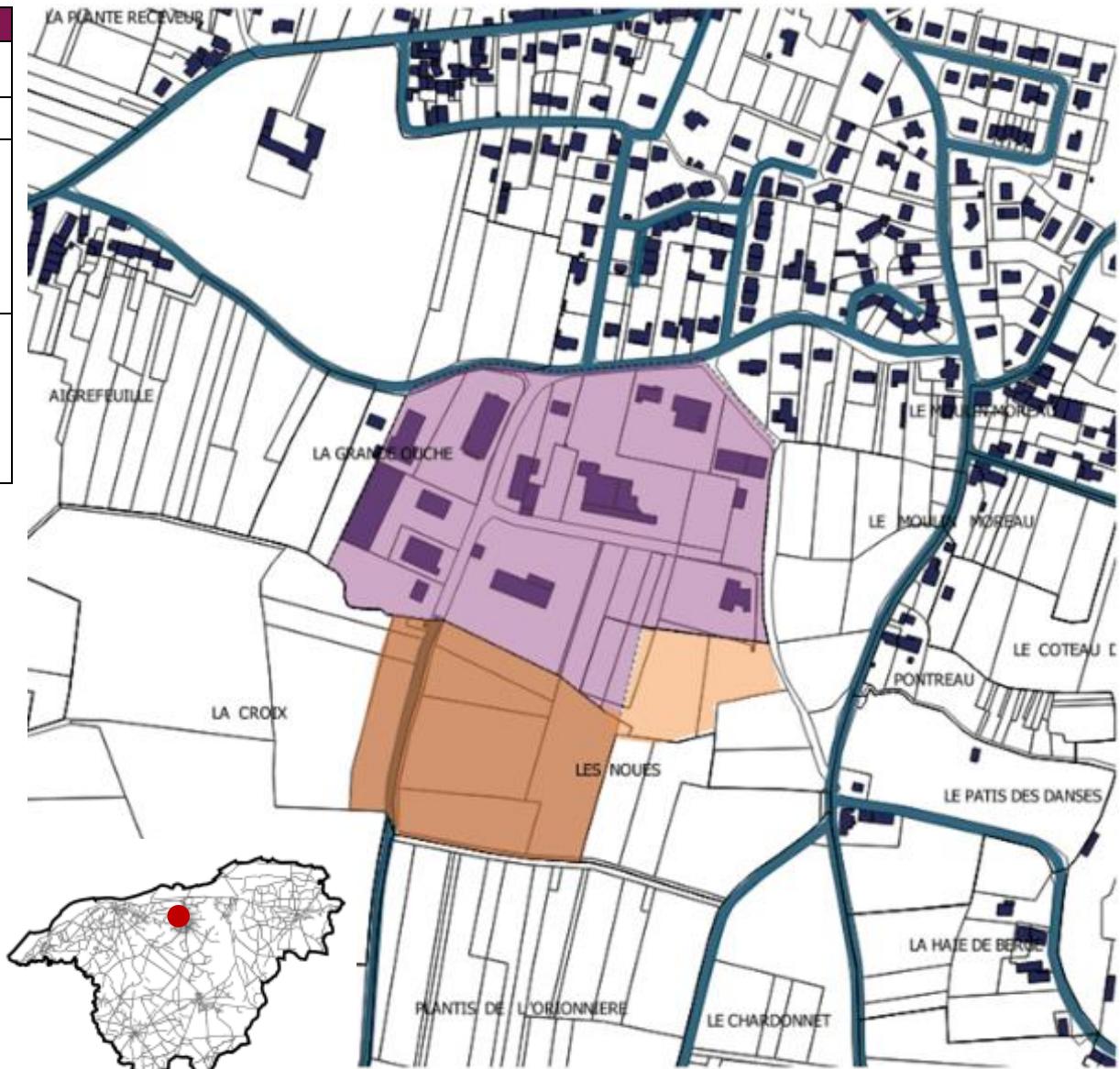
Localisation	Au Nord-Est du bourg en direction de Saint-Laurent-des-Autels. Une autre zone de 6,2 ha est recensée et inscrite au PLU communal entre le bourg et la zone des Châtaigneraies.
Statut	Communal
Type d'activités	Principalement des artisans (maçonnerie, rénovation, peinture).
Espace total // Espace dispo	3,7 hectares à commercialiser (source Mauges Communauté) au niveau du PA ci-dessous Réserves foncières 1 et 2 maîtrisées par entreprises sur zone : 6,5 hectares



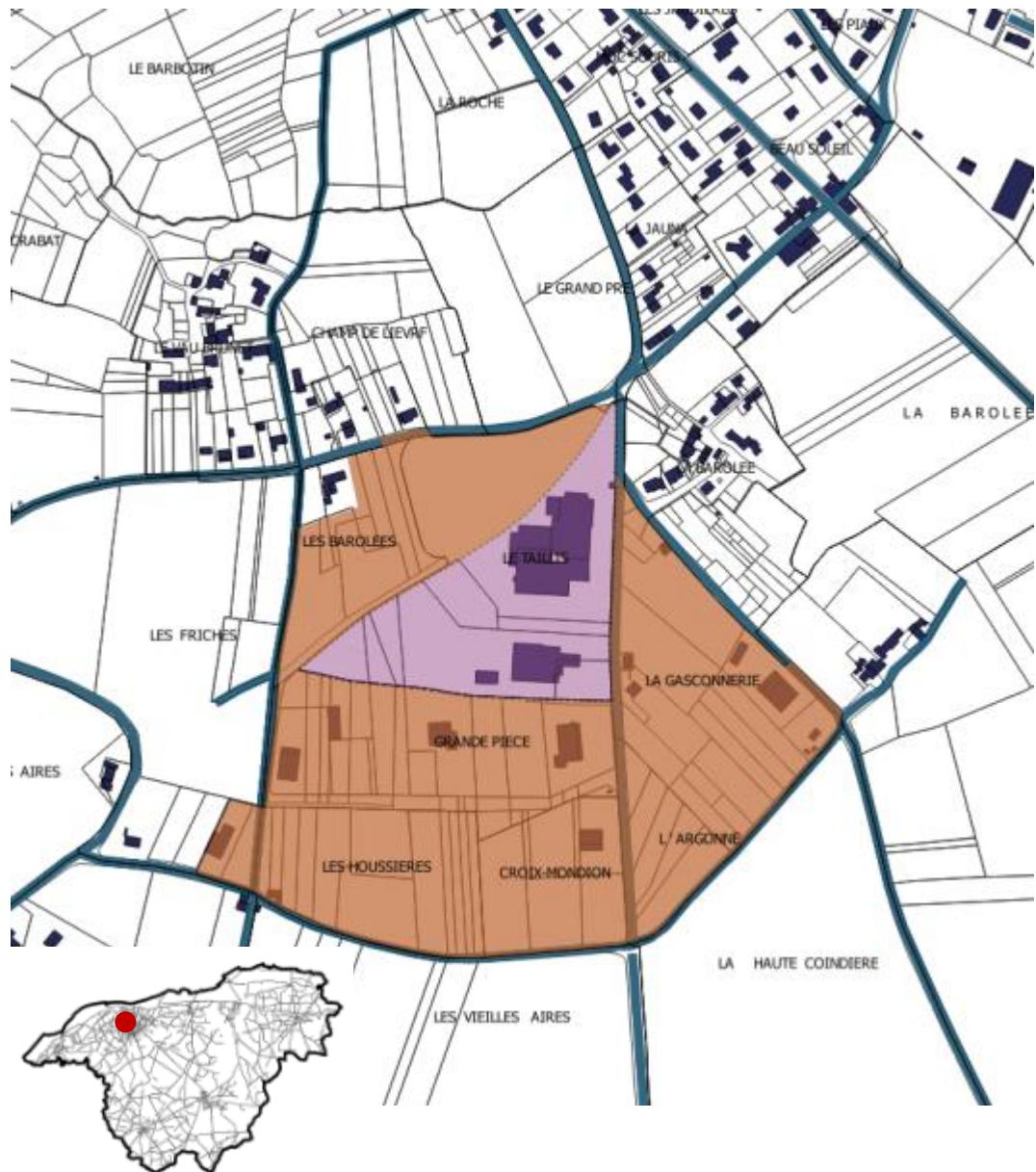
Zone de proximité du Clos Sainte Barbe à Bouzillé	
Localisation	Au Nord-Ouest du bourg ; Une autre zone de 2,9 ha est recensée et inscrite au PLU communal (commune déléguée) au nord-est du bourg.
Statut	Communal
Type d'activités	Artisanat, activités de commerce.
Espace total // Espace dispo	5,2 ha au total dont 3,2 déjà occupés par 4 entreprises soit des parcelles de 8000m ² en moyenne. Reste 1,3 ha disponible à l'est de la zone (source : Mauges Communauté).



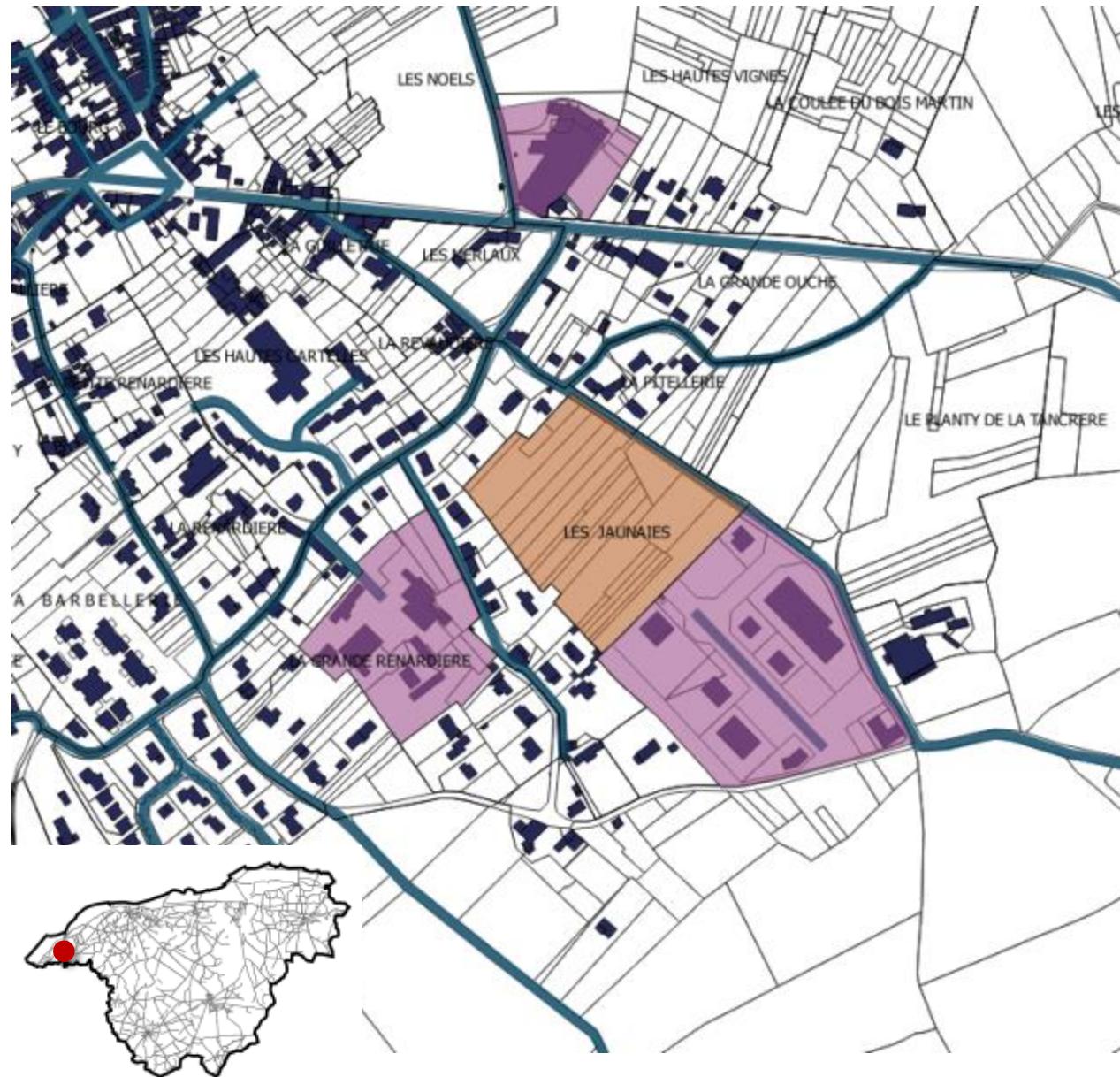
Zone de proximité du Plant Boisseau à Drain	
Localisation	Au Sud du bourg.
Statut	Communal
Type d'activités	Artisanat et activités de commerce en majorité, 1 bâtiment relais à l'extrémité Sud-Est de la zone violette : bâtiment tertiaire (bureaux, plateformes téléphoniques) représentant 1000 m ² dont 560 m ² loué par 3 entreprises.
Espace total // Espace dispo	7 ha, en violet, occupés par 10 entreprises soit des parcelles de 7000m ² en moyenne. Une extension en orange, déjà prévu dans le PLU représentant une superficie de 2,5 ha.



Zone de proximité du Taillis à Champtoceaux	
Localisation	Au Sud du bourg.
Statut	Communal
Type d'activités	Des artisans en majorité (peinture, couverture, menuiserie, piscine, ...).
Espace total // Espace dispo	<p>3,6 ha zonés en zone urbaine à vocation activités au PLU communal en violet sur le plan, occupés par 2 entreprises</p> <p>L'extension la plus au sud, à l'ouest de la RD 153 représente une superficie de 6,5 ha environ dont 3,5 occupés par 8 entreprises (soit des parcelles de 4375 m² en moyenne) et 3 ha restants à viabiliser.</p> <p>0.8 ha disponibles à commercialiser (source : Mauges Communauté).</p>

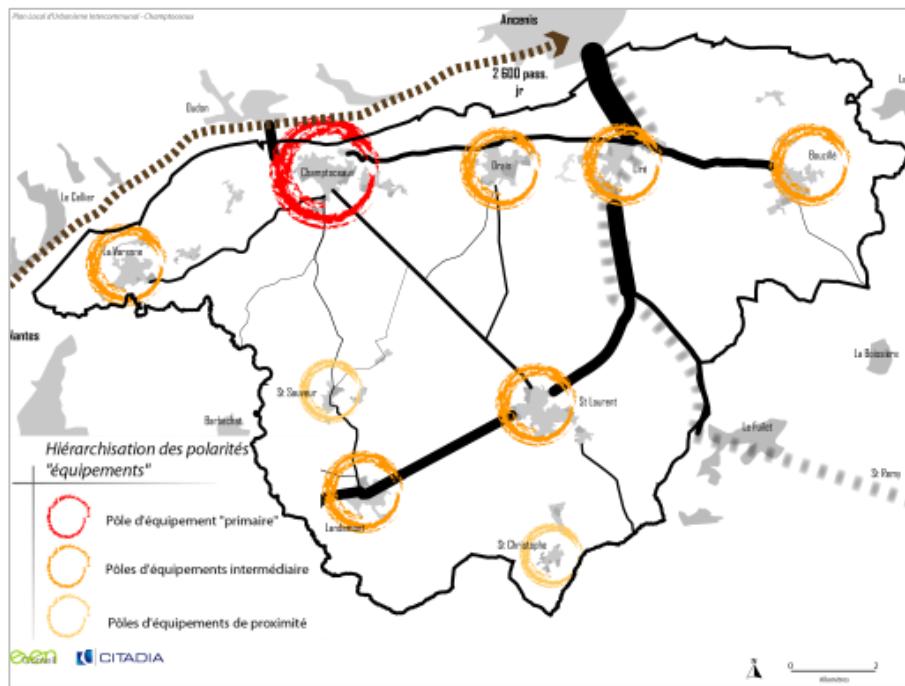


Zone de proximité de la Tancrèze à la Varenne	
Localisation	Au Sud-Est du bourg ; Une autre zone de 1,6 ha (la Grande Renardière) est recensée et inscrite au PLU communal (commune déléguée) à l'Ouest de la Tancrèze.
Statut	Communal
Type d'activités	Artisans en majorité (peinture, carrelage, bâtiment, ...).
Espace total // Espace dispo	3,1 ha en violet sur le plan ci-contre occupés par 9 entreprises soit des parcelles de 3445m ² en moyenne. Projet d'extension en orange, déjà inscrit dans le PLU communal, sur une surface de 2,4 ha. Aménagement en cours (1,2 ha cessibles).



1.2.6. Equipements / services

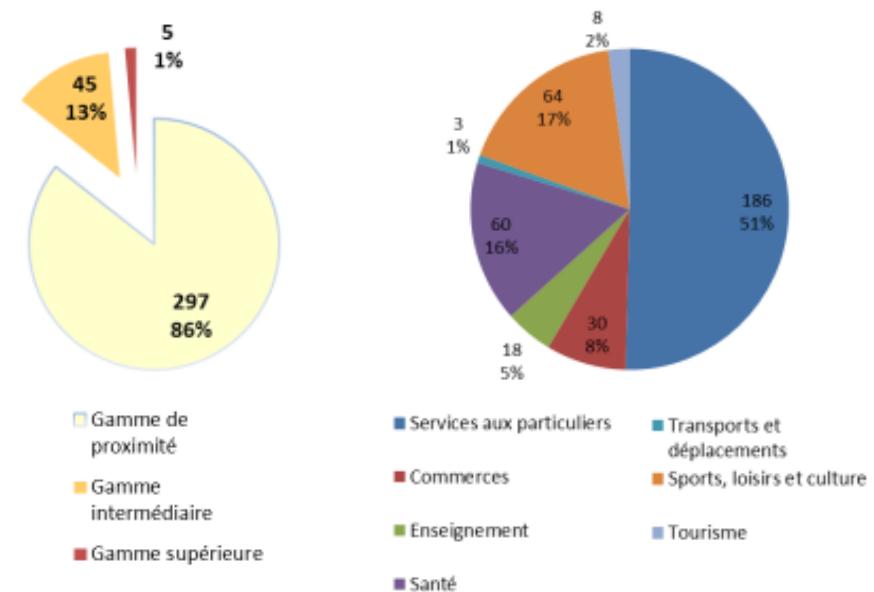
Au total, le territoire de l'Orée d'Anjou recense 369 équipements, services et commerces de la Base Permanente des Equipements de l'INSEE en 2012. La plupart des équipements du territoire font partie de la gamme de proximité (86% des équipements et services). 13% des équipements sont intégrés à la gamme dite intermédiaire, soit 45 équipements dont les 2 collèges de Champtoceaux ou encore le supermarché de cette même



ville.

Il s'agit à 51% de services aux particuliers, suivi par les équipements sportifs, de loisirs et culturels (17%) puis la santé (16%).

Selon la définition de l'INSEE, 6 communes sont identifiées comme pôle d'équipement de proximité et seule la commune déléguée de Champtoceaux est identifiée en pôle d'équipement intermédiaire.



1.3. Contexte patrimonial et paysager

1.3.1. Un patrimoine bâti important et réparti sur tout le territoire

Le patrimoine bâti est très présent sur le territoire de l'Orée d'Anjou, les monuments historiques sont essentiellement localisés sur les communes déléguées de bords de Loire. Le château de la Varenne et La Chapelle (dite Enfeu de Gibot) à Bouzillé ont fait l'objet d'un périmètre de protection modifié (PPM).

Les matériaux couramment utilisés sont le schiste (murs), la tuile « tige de botte » (toitures), la brique (encadrements, corniches et angles) et parfois le tuffeau (encadrement et corniches de bâtiments plus importants).

A noter également la présence d'un site inscrit (promenade du Champ Palud à Champtoceaux), d'éléments d'architecture rurale d'intérêt, de patrimoine industriel (four à chaux) et de petit patrimoine, répandus sur le territoire.

1.3.2. Eléments structurant le paysage

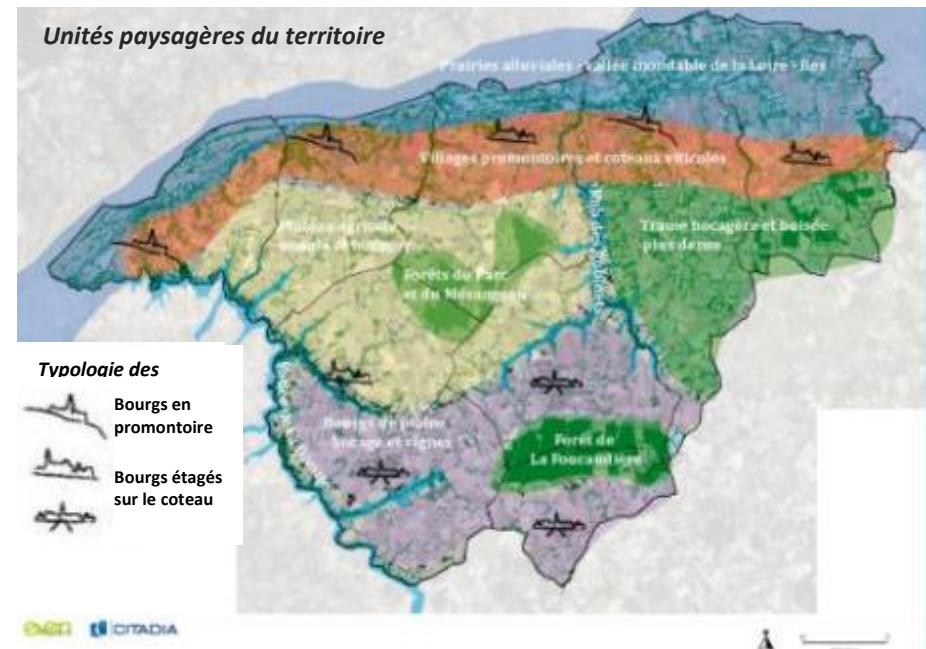
Les éléments de relief et occupation du sol sont largement interdépendants sur le territoire, on peut décrire du Nord au Sud :

- Plaine alluviale inondable de la Loire (bocage de frênes têtards, prairies naturelles, les îles, et hameaux adossés au coteau) ;
- Coteaux abrupts et micro-vallées encaissées et boisées ;
- Hauts de coteaux et plateaux viticoles au Nord associés aux bourgs promontoires de bords de Loire (présence de belles propriétés et parcs, notamment Monuments Historiques), nombreux dégagements visuels ;

- Plateaux agricoles bocagers ondulés et bourgs de plaine plus au Sud avec occupation viticole ;
- Grands ensembles boisés (ex : forêt de la Foucaudière) ;
- Grandes vallées intérieures et micro-affluents de la Divatte et Ruisseau des Robinets.

D'autre part, le Nord du territoire comporte deux sites Natura 2000 qui concernent la vallée de la Loire :

- La ZPS « Vallée de la Loire de Nantes aux Ponts de Cé et zones adjacentes »,
- Le SIC « Vallée de la Loire de Nantes aux Ponts de Cé et ses annexes ».



On distingue ainsi 9 unités paysagères sur le territoire :

Prairies alluviales – Vallée inondable de la Loire – îles	
Villages promontoires et coteaux viticoles	
Plateau agricole ondulé bocager	
Bourgs de plaine et vignes associées	
Vallée de la Divatte	

Bois du Parc et du Mésangeau	
Forêt de la Foucaudière	
Vallée du Rau des Robinets	
Trame de bocage et de bois plus dense à l'Est	

1.3.3. Les espaces bâtis de la vallée de la Loire

De nombreux villages et hameaux sont présents sur le territoire, dispersion de l'habitat héritée de la tradition agricole. La vallée de la Loire, cadre naturel et paysager exceptionnel, accueille de nombreux espaces urbanisés insulaires. Sur le territoire, 3 typologies d'implantation d'espaces urbanisés sont identifiées :



- Les bourgs/villages/hameaux **de promontoire** : La Varenne, Champtoceaux et Liré situés au sommet d'un épéron collinaire aux versants abrupts et boisés.



- Les bourgs/villages/hameaux **étagés sur le coteau** : Drain, Bouzillé et Saint-Sauveur-de-Landemont.



- Les bourgs/villages/hameaux **de plaine ou de plateau** facilement perceptibles par leur clocher depuis les axes de desserte : Saint-Laurent-des-Autels, Saint-Christophe-La-Couperie et Landemont (à noter pour ce dernier une situation en rebord de plateau qui offre des perspectives intéressantes depuis le Sud).

A l'écart des enveloppes urbaines principales des bourgs, les villages et hameaux regroupent pour certains des éléments bâtis et paysagers d'intérêt patrimonial et représentent de forts enjeux liés au cadre de vie. En particulier, les écarts en fond de vallée de la Loire, étagés ou en promontoire sur les coteaux sont identitaires du territoire et représentent des enjeux paysagers. A ce titre, ils méritent d'être préservés de l'affichage publicitaire.

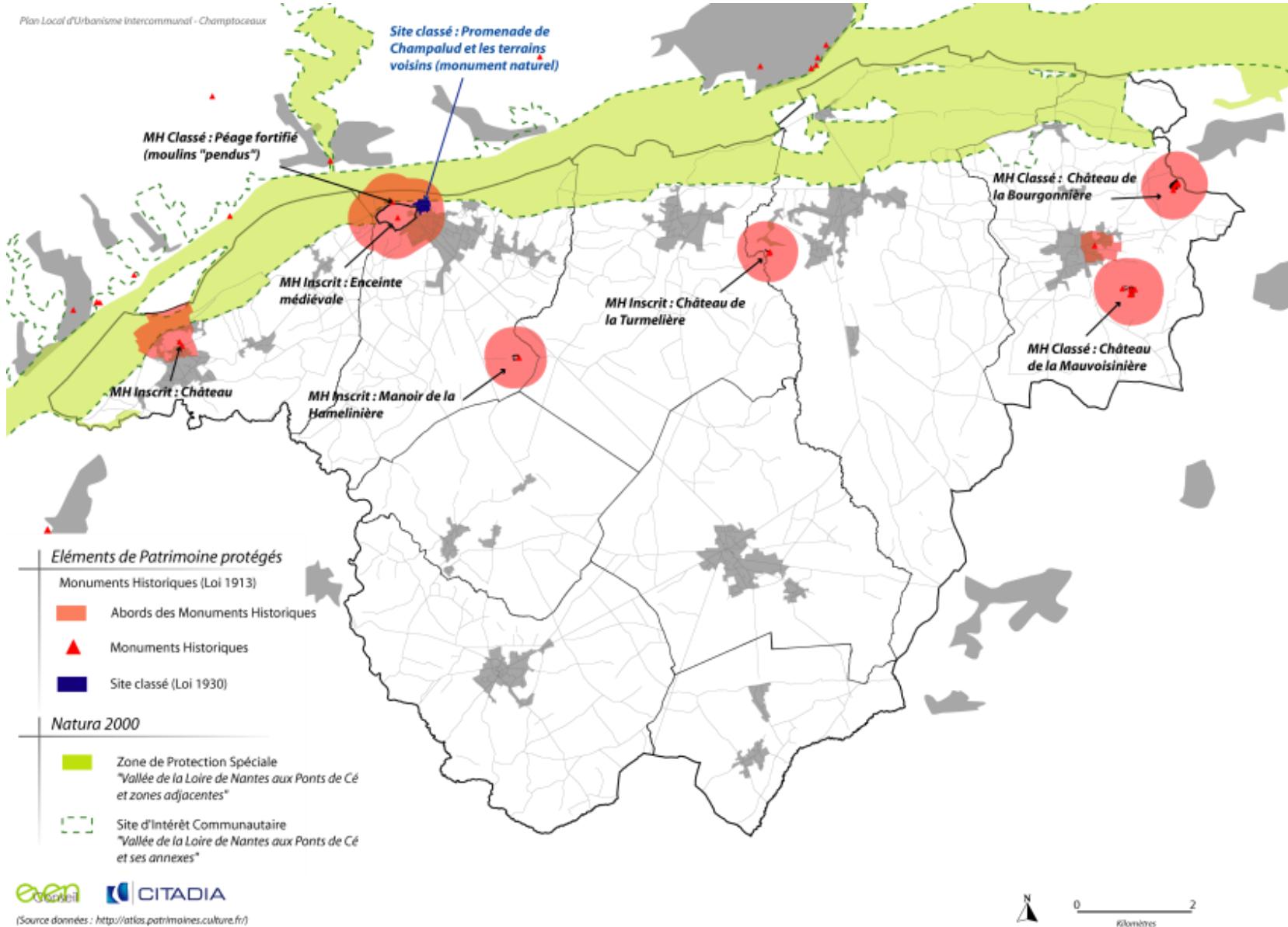


La Guliolière – LA VARENNE



Bréhéry – DRAIN

1.3.4. Carte du patrimoine et sites Natura 2000



1.4. Inventaire communal des dispositifs de Publicité/Enseignes/Préenseignes

- Objectifs :

Il s'agit de recenser les dispositifs non-conformes avec la réglementation nationale afin de déterminer, à partir des dispositifs conformes/non conformes, les enjeux de la commune. Ce diagnostic permettra de définir des secteurs dans lesquels les règles pourront être plus restrictives pour certains types de dispositifs.

- Méthodologie

L'ensemble du territoire communal a été prospecté lors d'une phase de terrain réalisé en juillet puis décembre 2014. L'inventaire est non exhaustif concernant les publicités et préenseignes, dans et hors agglomération.

Il cible les secteurs à enjeux :

- **Dans les centres-bourgs des 9 agglomérations ;**
- **Le long des axes routiers (principalement les entrées de ville) ;**
- **Dans les zones d'activités artisanales, industrielles et commerciales.**

1.4.1. Types de supports présents sur le territoire

- **Dispositifs muraux :**

Les dispositifs muraux sont dominants. Ils respectent le plus souvent la réglementation nationale.

Il s'agit des publicités (elles sont en effet interdites au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants).



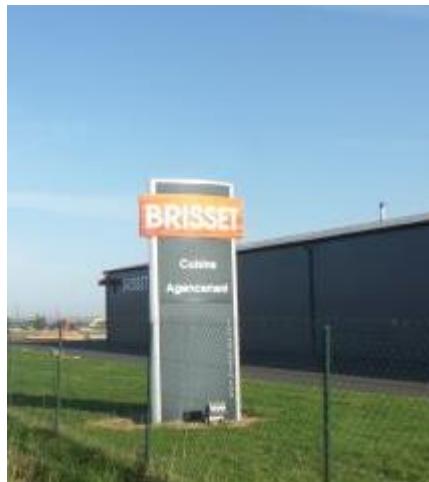
Par ailleurs, les enseignes murales à plat sont également répandues :

- pour les petits commerces de centre-bourg (avec des enseignes perpendiculaires au mur, en drapeau ou en potence).
- Pour les grands bâtiments d'activités (elles s'inscrivent soit dans un bandeau rectangulaire, soit sont en forme découpée).



■ Dispositifs scellés au sol ou apposés directement sur le sol :

Il s'agit notamment des **enseignes** de type totem ou disposées sur pied (mono-pied ou 2 pieds), de mâts porte-drapeau, notamment dans les zones d'activités situées le long des axes principaux.



Il est à noter que les chevalet ou porte-menus, sont considérés comme des publicités dès lors qu'ils sont installés sur le domaine public.

De nombreuses **préenseignes dérogatoires** sont également recensées (1 x 1,5 m). La plupart d'entre-elles sont interdites par la Réglementation Nationale de Publicité depuis juillet 2015.

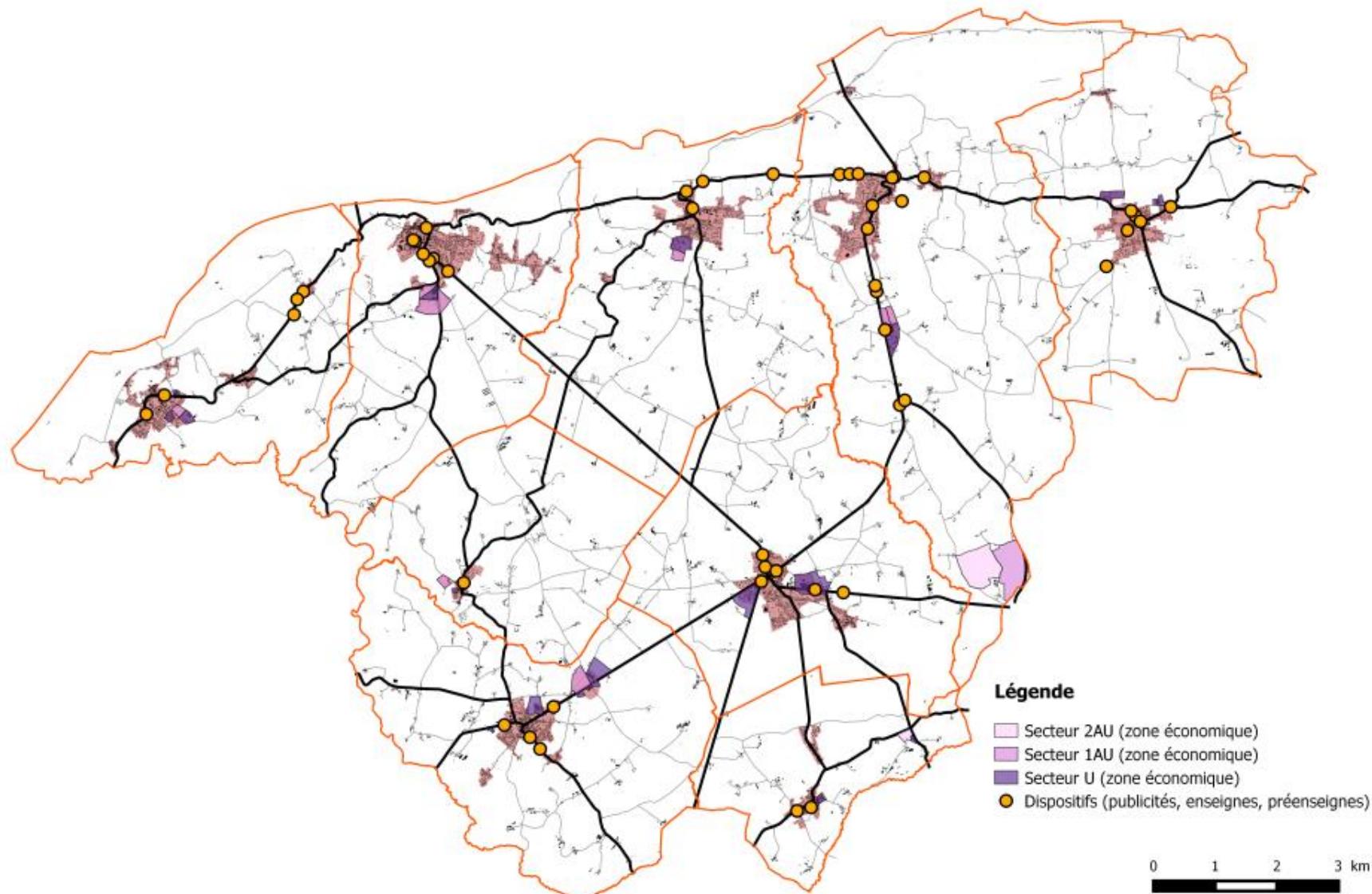


■ Dispositifs en toiture :

Il est à noter de nombreuses **enseignes** situées en toiture.



1.4.2. Localisation des dispositifs non-conformes à la Règlementation Nationale de publicité



1.4.3. Les principales infractions recensées sur le territoire :

■ Infractions recensées pour les publicités :



Publicité d'une surface supérieure à 4m²



Publicité apposée sur un mur ayant des ouvertures d'une surface unitaire supérieure à 0,5m²

Rappels de la RNP :

- Article R.581-22 – 2° : la publicité est interdite sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5m².
- Article R.581-26 – II : dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4m², ni s'élever à plus de 6m au-dessus du niveau du sol.



Publicités dépassant les limites du mur et/ou la limite de l'égout du toit

Rappels de la RNP :

Article R.581-27 alinéa 2e : la publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.

Champtoceaux



Rappels de la RNP :

Article R.581-25 – I : Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80m linéaire. Par exception, il peut être installé : soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support, soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaires.

Publicités au mur non alignées (horizontalement ou verticalement)

Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

Il ne peut accueillir une surface de publicité excédant la surface totale des informations ou œuvres artistiques (Art. R.581-47). Il est en général « double-face ». Lorsque la face réservée à la collectivité est fixe et que la face commerciale est mobile, la parité est considérée comme respectée. D'autre part, l'information non publicitaire doit être visible à tout moment. Les pratiques de « temps partagé » ne sont pas admises. Par exemple, le mobilier peut être réservé en totalité aux informations non publicitaires pendant certaines périodes, puis uniquement commerciales pendant d'autres.



L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.

La Varenne



Le mobilier urbain ne peut accueillir uniquement de la publicité, la parité doit être respectée

■ Infractions recensées pour les préenseignes :

Champtoceaux



Saint-Laurent



Drain



Landemont



Préenseignes hors agglomération qui n'entrent pas dans la catégorie des « activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement »

Préenseignes fixées sur poteaux électriques

Rappels de la RNP :

- Article R.581-22 – 1° : la publicité est interdite sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne.

A partir du 13/07/2015, les préenseignes situées **hors agglomérations** et indiquant des activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement (garages, stations-services, hôtels, restaurants...), liées à des services publics ou d'urgence ou s'exerçant en retrait de la voie publique, **ne pourront plus être signalées**

→ Possibilité d'utiliser à la place la Signalétique d'Information Locale (SIL)

Le régime des préenseignes dérogatoires

	AVANT le 13/07/2015	APRES le 13/07/2015
Activités bénéficiaires	<ul style="list-style-type: none"> - Activités utiles aux personnes en déplacement (garages, stations-services, hôtels, restaurants...) ; - Activités liées à des services publics ou d'urgence ; - Activités s'exerçant en retrait de la voie publique ; - Activités indiquant la proximité de Monuments Historiques ouverts à la visite ; - Activités en relation avec la fabrication/vente de produits du terroir par des entreprises locales. 	<ul style="list-style-type: none"> = Activités indiquant la proximité de Monuments Historiques ouverts à la visite ; = Activités en relation avec la fabrication/vente de produits du terroir par des entreprises locales ; + Activités culturelles (ne concerne pas les établissements culturels et la commercialisation de biens culturels) ; + à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20.

Dimensions

Dimensions maximales autorisées : 1m de hauteur et 1,50m de largeur.

Nombre

- 4 préenseignes maximum pour les Monuments Historiques classés ou inscrits, ouverts à la visite (2 d'entre elles pouvant être installées à moins de 100m ou dans la zone de protection de ce monument) ;
- 2 préenseignes maximum pour les activités culturelles et pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir.

Règles d'implantation

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être implantées à plus de 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Cette distance est portée à 10 kilomètres pour les Monuments Historiques classés ou inscrits ouverts à la visite. Depuis le 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires scellées au sol ne peuvent plus être implantées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne sont autorisées qu'hors agglomération. Ne seront ainsi autorisées en agglomération que les préenseignes au mur ou sur mobilier urbain. C'est le cas de l'ensemble des agglomérations sur le territoire de l'Orée d'Anjou.



Liré

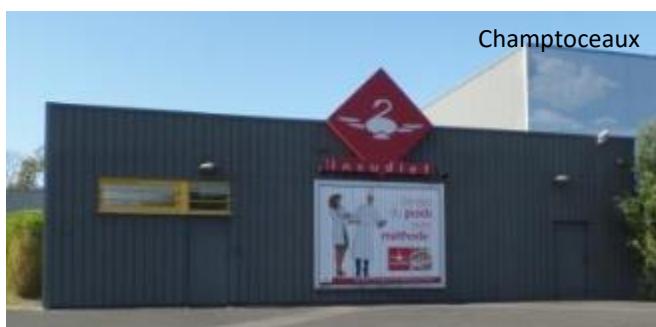
Bouzillé

Landemont

■ Infractions recensées pour les enseignes :



Liré



Champtoceaux

Rappels de la RNP :

- Article R.581-60 : les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25m.
- Article R.581-62 : lorsque les activités signalées sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, les enseignes en toiture doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation, et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de bas. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,5m de haut.



Liré



Rappels de la RNP :

- Article 581-64 : les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont limitées en nombre à 1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.
- Extrait du guide du Ministère (p 59) : « Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement ne peuvent dépasser les limites de l'égout du toit. Cette disposition est identique à celle de l'article R.581-27 ».

Il est à noter la densité des dispositifs publicitaires muraux ou préenseignes pour les enseignes de moyenne surface alimentaire, situées notamment hors du territoire de l'Orée d'Anjou.



Saint-Sauveur-de-Landemont



Saint-Lauren-des-Autels



Vollet



Liré



Landemont



La Varenne



Champtoceaux



■ Dispositifs de Signalétique d'Information Locale

A noter également que certains communes ou activités bénéficient d'une pré-signalisation par le biais de la Signalétique d'Information Locale (SIL). La SIL ne relève pas de la réglementation de la publicité extérieure et représente une alternative à l'affichage publicitaire des équipements du territoire. On observe ainsi des « doublons » entre la SIL et les dispositifs de préenseignes, indiquant parfois le même équipement.



Champtoceaux



Drain



Saint-Sauveur

■ Panneaux d'information d'entrée de bourg

Les panneaux d'information d'entrée de ville ne relèvent pas de la réglementation de la publicité. Placés en entrée de bourg, ils mériteraient cependant une attention particulière quant à leur traitement qualitatif, leur rénovation et une possible mise en place homogène de ces dispositifs sur l'ensemble du territoire de l'Orée d'Anjou. D'autre part, ces panneaux permettent d'indiquer la présence en amont d'équipements dans le centre-bourg (restauration, hôtels, commerces, etc...) et constituerait une alternative en vue de la restriction de la publicité sur le territoire.



Champtoceaux



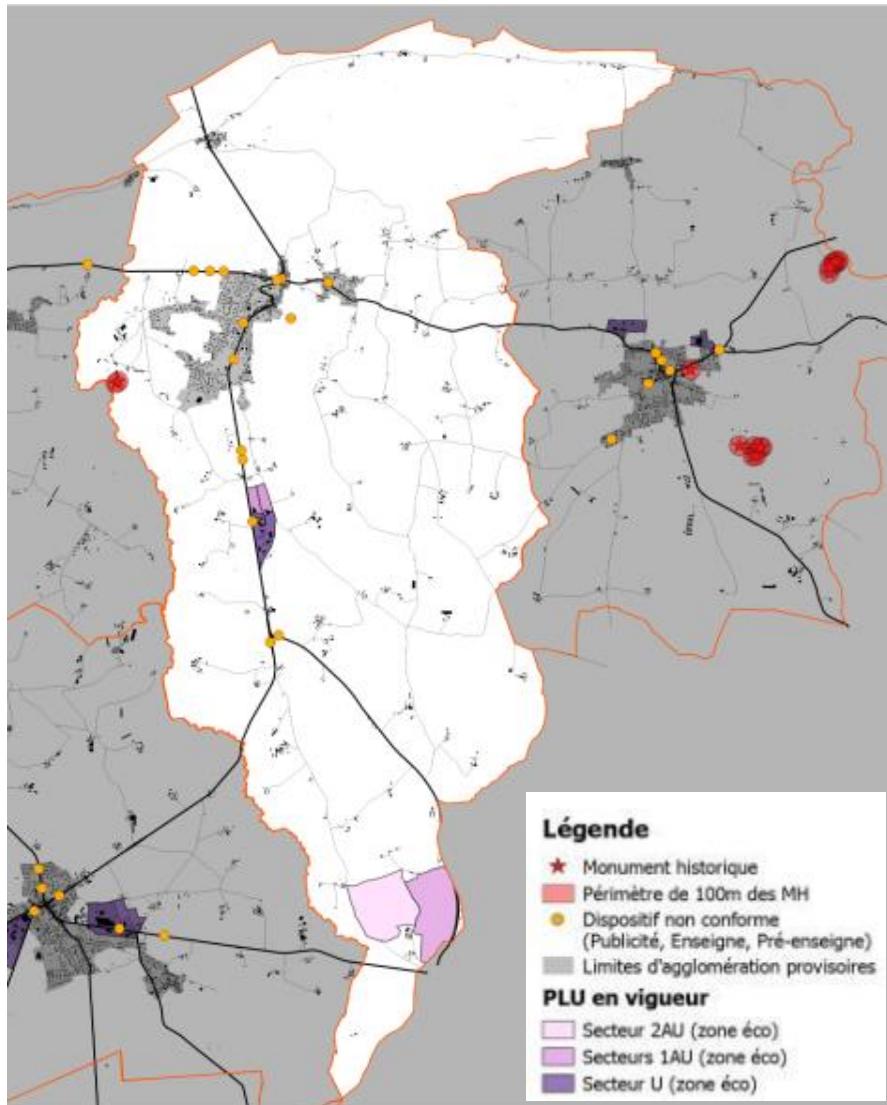
Liré



Drain

Liré : diagnostic & enjeux

NB : Le présent diagnostic se réfère aux limites administratives des communes déléguées.



Mât et drapeau en potence d'entrée de ville



De nombreuses préenseignes sur les routes départementales en approche du bourg



Enseignes en potences non conformes en nombre



Les abris de bus accueillent des dispositifs de publicité

Liré : diagnostic & enjeux

Des préenseignes sont particulièrement présentes le long de la D763 (axe Nord/Sud) et D751 (axe Est/Ouest). Quelques-unes sont installées au sol en agglomération ou sur mur en pierre sans en respecter les limites.

Certains dispositifs de publicité non conformes sont scellés au sol dans le bourg ou apposés sur des murets, parfois en dépassant les limites d'arrêtes. Quelques établissements disposent d'un trop grand nombre d'enseignes en drapeau ou au mur, nuisant à la lecture. On retrouve de la publicité sur les mobiliers urbains des abris de bus.



Dispositifs de publicité non conformes

Certaines enseignes sont non-conformes à la RNP (enseignes en toitures, densité non respectée le long des axes). Concernant les enseignes de l'espace commercial du Clos Blanc, certaines dépassent la limite à l'égout et la taille autorisée par la réglementation nationale.

Dans la zone artisanale des Couronnières notamment, certaines enseignes ne respectent pas les règles nationales de superficie (15 % de la surface de la façade commerciale). De même, des établissements disposent de plusieurs enseignes supplémentaires scellées au sol (drapeau ou totem), de ce fait non conformes.

Des dispositifs d'entrée de ville sont placés en bord de route et marquent l'approche du bourg. Il s'agit de mâts avec drapeau en potence éléments visuels de qualité indiquant les équipements et atout de la commune.



Enseignes scellées au sol (totem) ou en façade : surface cumulée supérieure aux limites maximales de la réglementation nationale

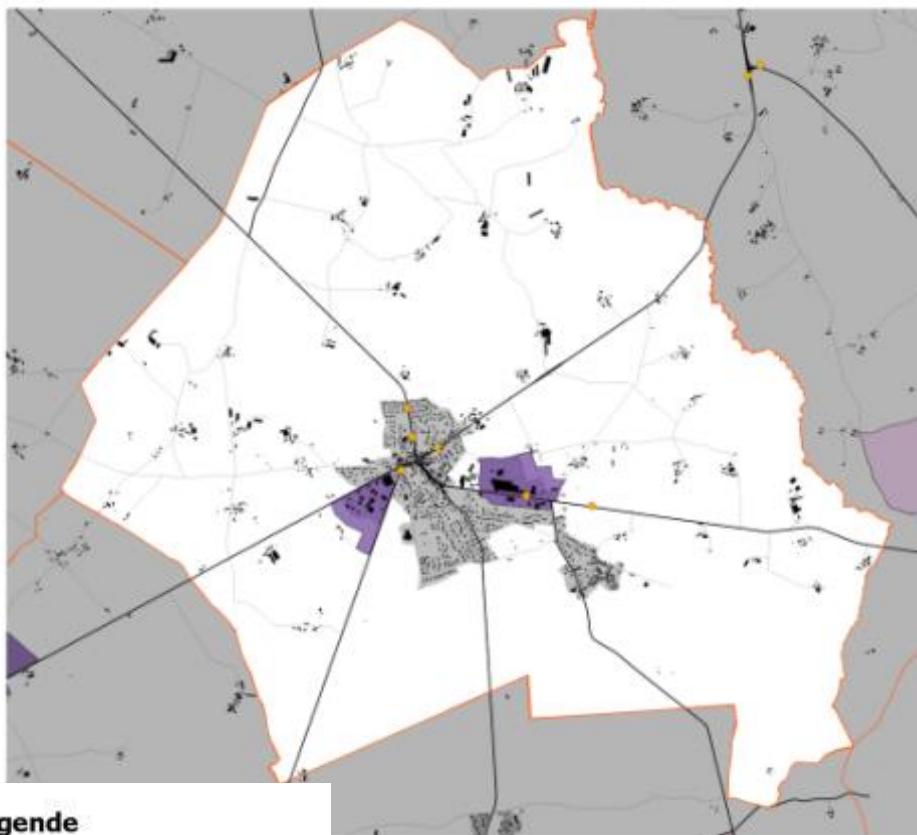


Dispositifs publicitaires non conformes au niveau de l'implantation (dépassent des limites du toit, apposés sur une annexe en pierre)



Saint-Laurent-des-Autels : diagnostic & enjeux

NB : Le présent diagnostic se réfère aux limites administratives des communes déléguées.



Légende

- ★ Monument historique
- Périmètre de 100m des MH
- Dispositif non conforme
(Publicité, Enseigne, Pré-enseigne)
- Limites d'agglomération provisoires

PLU en vigueur

- Secteur 2AU (zone éco)
- Secteurs 1AU (zone éco)
- Secteur U (zone éco)



Quelques dispositifs publicitaires sont apposés en particulier sur murs et annexes de bâti



Les couleurs des enseignes et devantures commerciales récentes tranchent avec le bâti du bourg

Saint-Laurent-des-Autels : diagnostic & enjeux

Les préenseignes scellées au sol non réglementaires sont nombreuses sur les accotements des routes départementales et dans le centre bourg.

La zone d'activités des Mortiers est marquée par des totems à ses entrées. Ces derniers présentent une charte chromatique de qualité et s'identifient à l'ancienne communauté de communes du canton de Champtoceaux, désormais commune d'Orée d'Anjou, en reprenant son logo.

Certains établissements d'activités comportent des totems sur leur parcelle, considérés comme enseignes scellées au sol et donc en trop grand nombre.

La plupart des enseignes dans les zones d'activités sont conformes à la réglementation nationale.

Quelques dispositifs publicitaires viennent s'apposer en particulier sur des



De nombreuses préenseignes viennent s'implanter aux abords des routes en dehors du bourg (interdites sauf produits du terroir et limitées à 2 par activités)

murs et annexes de bâtiments. Certains sont en infraction quant à leur implantation et leur taille dans le bourg.

Les quelques enseignes des devantures commerciales en centre-bourg sont globalement récentes et de qualité. Les choix de couleurs contrastent cependant avec le bâti du bourg, on retrouve une hétérogénéité des palettes chromatiques entre enseignes.



Présence de quelques dispositifs d'affichage non conformes dans le bourg



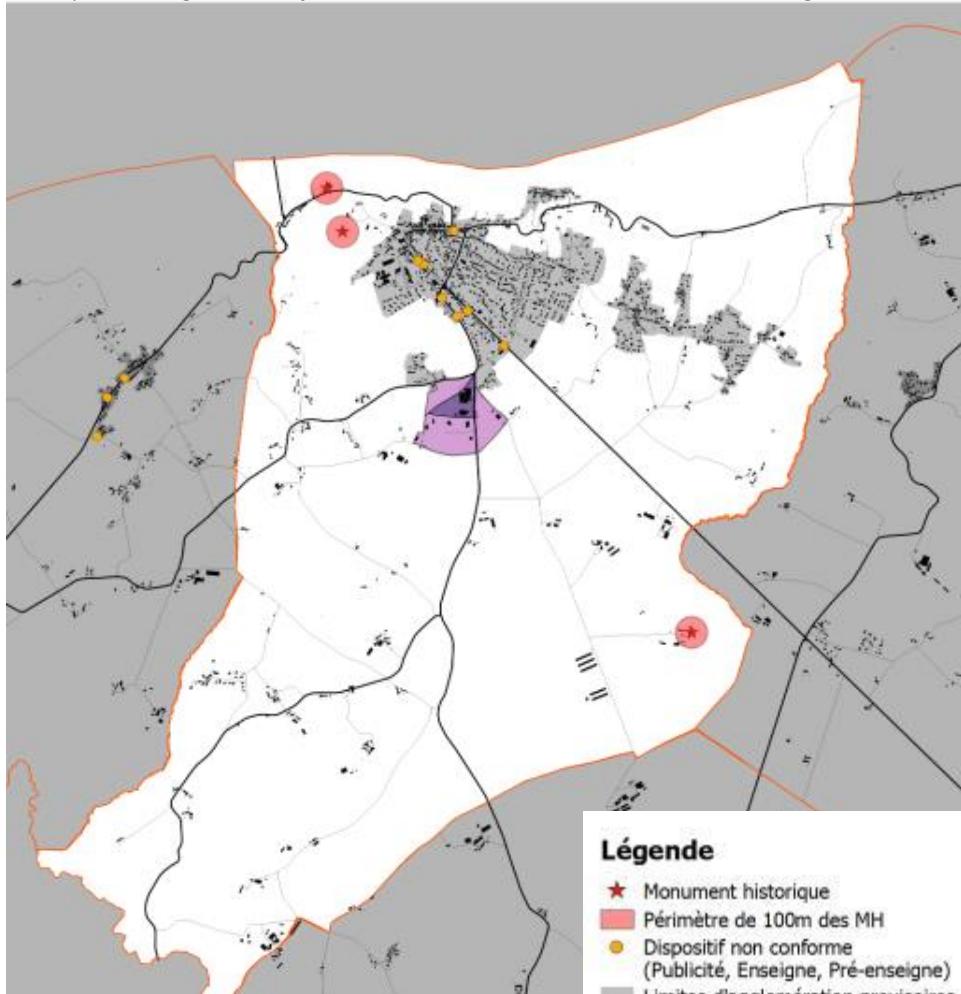
Les totems sont considérés comme des enseignes au sol, leur nombre est limité à 1 (si plus de 1 m²) par voie ouverte à la circulation



Quelques enseignes en façade ne respectent pas les limites de surface de la réglementation nationale

Champtoceaux : diagnostic & enjeux

NB : Le présent diagnostic se réfère aux limites administratives des communes déléguées.



En agglomération les préenseignes sont interdites au sol (seule possibilité au mur ou sur mobilier urbain type sucette)



Les enseignes ne doivent pas dépasser les limites d'égout du toit. En toiture, les enseignes doivent être en lettres découpées



Les publicités murales sont limitées à 4m² sur murs aveugles (ouvertures < 0.5m²)

Champtoceaux : diagnostic & enjeux

Quelques dispositifs de publicités sont de taille supérieure à la RNP (> à 4m²) et peuvent être réglementés pour améliorer la qualité d'entrée de bourg.

De nombreuses préenseignes sont recensées en centre-bourg et sur les routes en approche.

Certaines enseignes sont non-conformes à la RNP : des dépassemens de la limite d'égout du toit sont observés, de même qu'une surface supérieure aux limites restrictives. On retrouve une certaine hétérogénéité visuelle et esthétique entre les différentes devantures commerciales du centre-bourg.



Quelques exemples d'enseignes au sol, situées dans la Zone d'Activités de Champtoceaux

La Signalétique d'Information Locale communale est récente dans le centre-ville, elle remplace les préenseignes puisqu'elle indique déjà les principaux commerces (superette, hôtels-restaurants, distributeurs). Par ailleurs, la SIL est également présente dans les zones d'activités.

De plus, la commune dispose de mobilier urbain de type « sucette » pour l'affichage local et publicitaire.



Surface d'enseigne imposante



Nombreux dispositifs publicitaires non conformes et nuisant à l'entrée de bourg



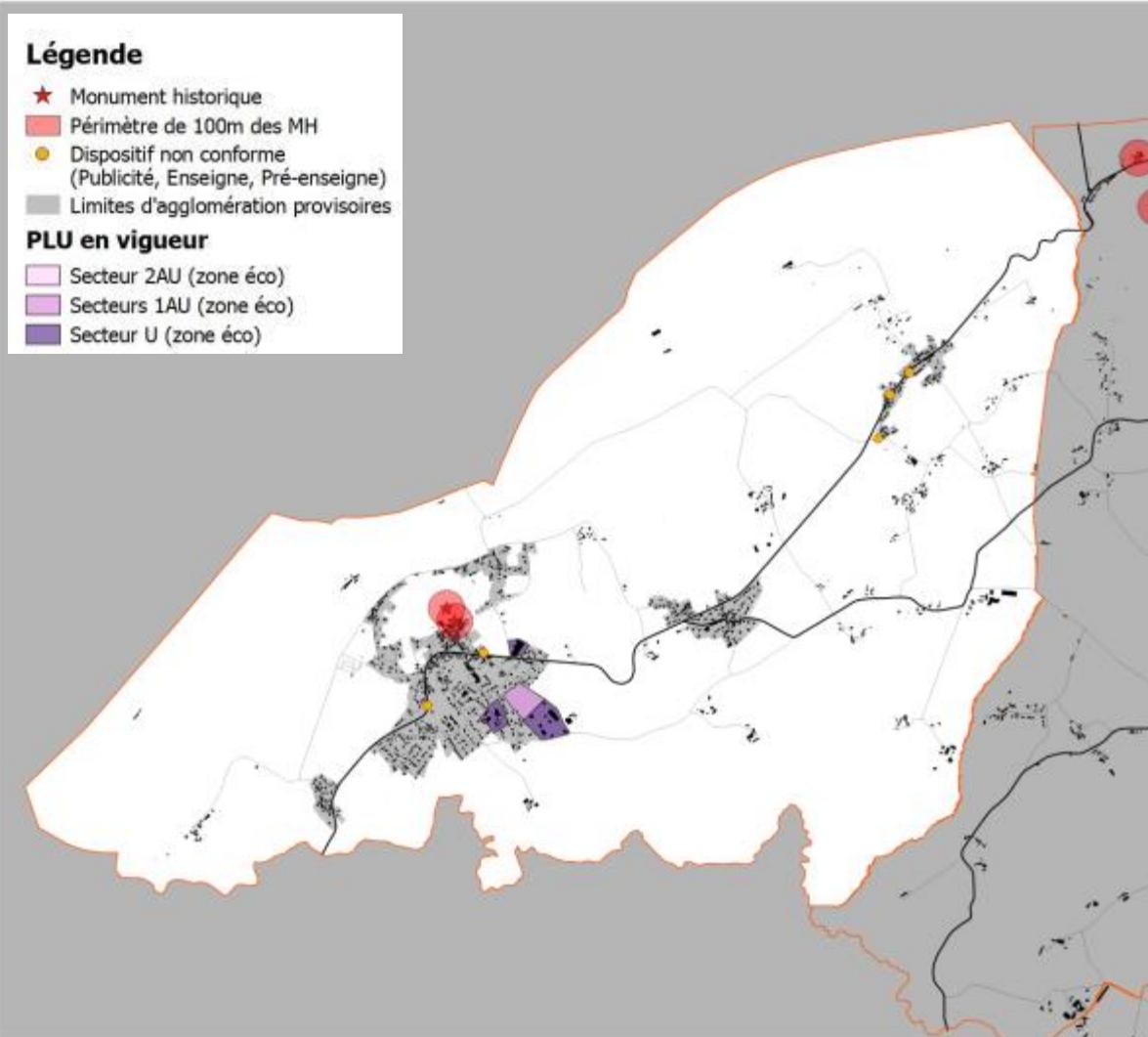
Enseignes et devantures commerciales hétérogènes



La SIL permet d'indiquer les principales activités qui utilisent des préenseignes Signalétique d'Information Locale

La Varenne : diagnostic & enjeux

NB : Le présent diagnostic se réfère aux limites administratives des communes déléguées.



Exemples de dispositifs de publicité non-conformes en termes de taille et de dépassement d'égout du toit.



Des dispositifs de SIL sont présents et indiquent des équipements publics et activités.

La Varenne : diagnostic & enjeux

Quelques dispositifs de publicité sont non-conformes à la RNP. Certains présentent une taille supérieure à celle autorisée ($> 4m^2$) ou dépassent la limite d'égout du toit, d'autres sont placés sur bâtiments et annexes d'intérêt architectural (murs en pierre sèche).

Certaines enseignes sont également non-conformes à la RNP concernant la limite de taille autorisée. D'autres enseignes en centre-bourg, récentes mais peu nombreuses, contrastent avec l'architecture des bâtiments à travers les choix de couleurs et de formes.

Il est à noter la présence de Signalétique d'Information locale indiquant certains équipements publics, scolaires et activités artisanales.

De nombreuses préenseignes sont recensées, en supplément de la SIL. On retrouve également des préenseignes non conformes en termes de taille aux abords des routes de campagne qui rejoignent le bourg. La commune dispose de panneaux d'information d'entrée de ville.

Le centre-bourg dispose de plus de mobilier urbain (type sucette) accueillant en majorité de l'information locale et quelques publicités.



Totem d'entrée de ville



Mobilier urbain en centre-bourg de type « sucette ». Le dispositif doit permettre la parité entre la quantité d'informations locales et la publicité



Enseigne imposante à réglementer



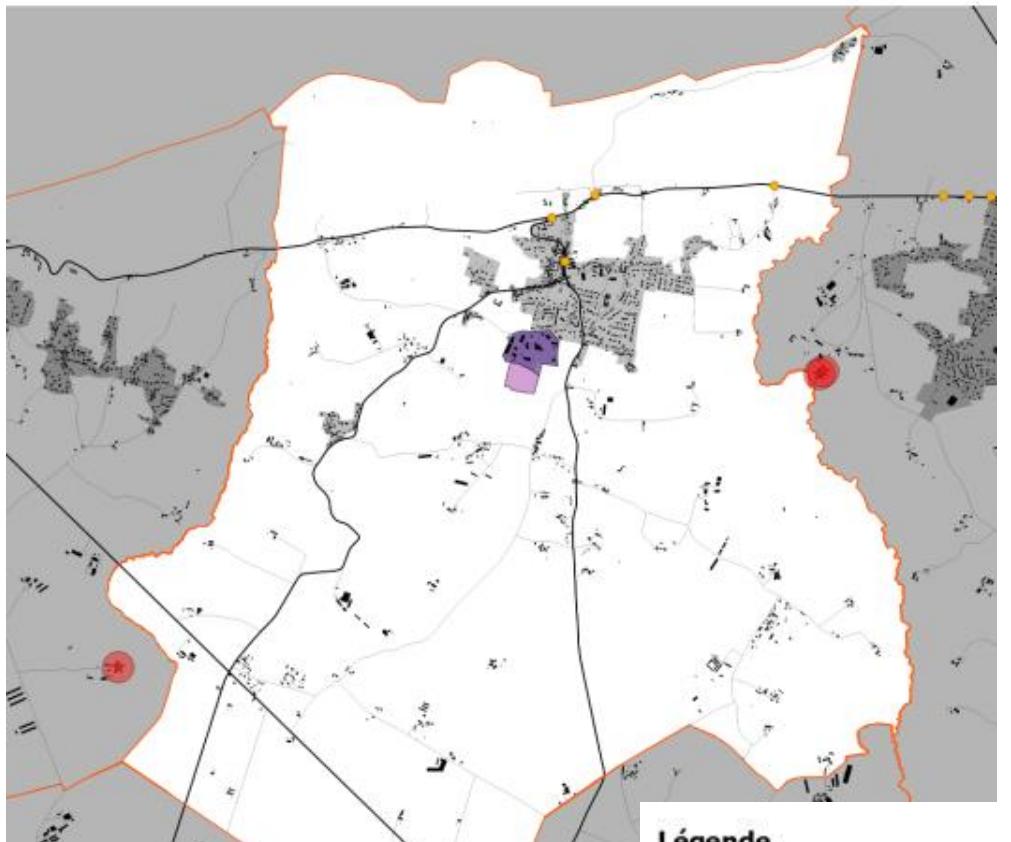
Devanture commerciale de qualité en centre-bourg



La surface cumulée des dispositifs considérés comme enseigne dépasse les limites de la règle nationale

Drain : diagnostic & enjeux

NB : Le présent diagnostic se réfère aux limites administratives des communes déléguées.



Légende

- ★ Monument historique
- Périmètre de 100m des MH
- Dispositif non conforme (Publicité, Enseigne, Pré-enseigne)
- Limites d'agglomération provisoires

PLU en vigueur

- Secteur 2AU (zone éco)
- Secteurs 1AU (zone éco)
- Secteur U (zone éco)

Des panneaux d'information d'entrée de ville vétustes jalonnent la progression vers le bourg.



La commune dispose de mobilier urbain de type « sucette » dédié à l'affichage d'informations et d'évènements locaux.



Des dispositifs de Signalétique d'Information Locale sont présents.



Drain : diagnostic & enjeux

La commune dispose d'une Signalétique d'Information Locale.

On retrouve du mobilier urbain (de type « sucette ») destiné à l'affichage d'informations et évènements locaux.

De l'affichage publicitaire se trouve dans le champ de vision des églises, éléments architecturaux principaux. Certains affichages temporaires viennent s'apposer directement sur la façade de ces bâtiments. Ces derniers ne sont cependant pas classés au titre de monuments historiques.

Certaines enseignes sont non-conformes car apposées à l'étage supérieur des bâtiments, où l'activité ne s'exerce pas. Quelques établissements possèdent en façade de nombreux dispositifs d'enseignes.

Certaines préenseignes ne respectent pas la RNP, en termes de taille, d'implantation et de support (non conventionnelle).

La commune dispose de panneaux annonçant l'entrée dans le bourg. Pour la plupart vétuste, leur support s'apparente aux préenseignes que l'on retrouve sur les abords des routes et donc peu mis en valeur.



L'affichage publicitaire ou temporaire se retrouve dans le champ de vision ou même apposé directement sur les bâtiments d'intérêt architectural



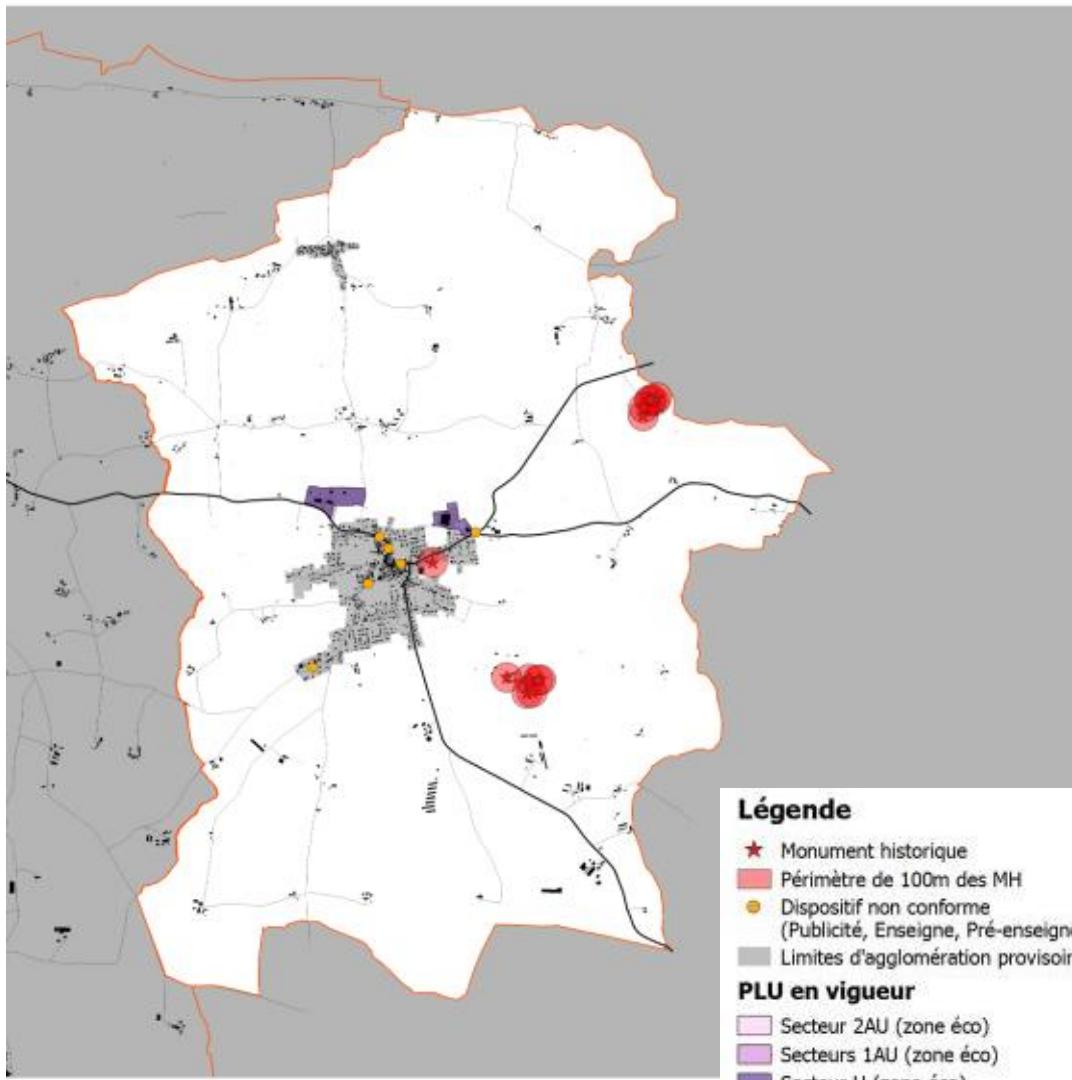
Préenseignes non conforme en termes d'implantation et de support



Enseigne à l'étage supérieur où l'activité ne s'exerce pas

Bouzillé : diagnostic & enjeux

NB : Le présent diagnostic se réfère aux limites administratives des communes déléguées.



L'affichage sur bâche et clôture peut être encadré et réglementé



Les préenseignes implantées anarchiquement impactent le paysage des entrées de bourg



Bouzillé : diagnostic & enjeux

La commune de Bouzillé possède une Signalisation d'Information Locale indiquant la direction de certains commerces et activités. Ces dispositifs affichent le nom des établissements : salon de coiffure, ébénisterie, maçonnerie, zone d'activités, etc...

On retrouve de l'affichage sur bâche non réglementé et non conforme pour les événements temporaires. Certaines enseignes imposantes marquent l'espace visuel du bourg notamment, en ne respectant pas les limitations nationales de surface.

La commune est globalement peu concernée par la question de l'affichage publicitaire non conforme mais présente de nombreuses préenseignes et affichage « sauvage » en entrée de bourg principalement.

Ces dispositifs impactent fortement le paysage des entrées de bourg, première appréhension de la commune par l'arrivant.



Exemples de préenseignes et d'affichage non réglementé nuisant au paysage des abords de voirie

Certaines enseignes non conformes en centre-bourg : la surface cumulée d'enseignes apposées à la façade ne doit pas dépasser 15 % de la surface de cette façade

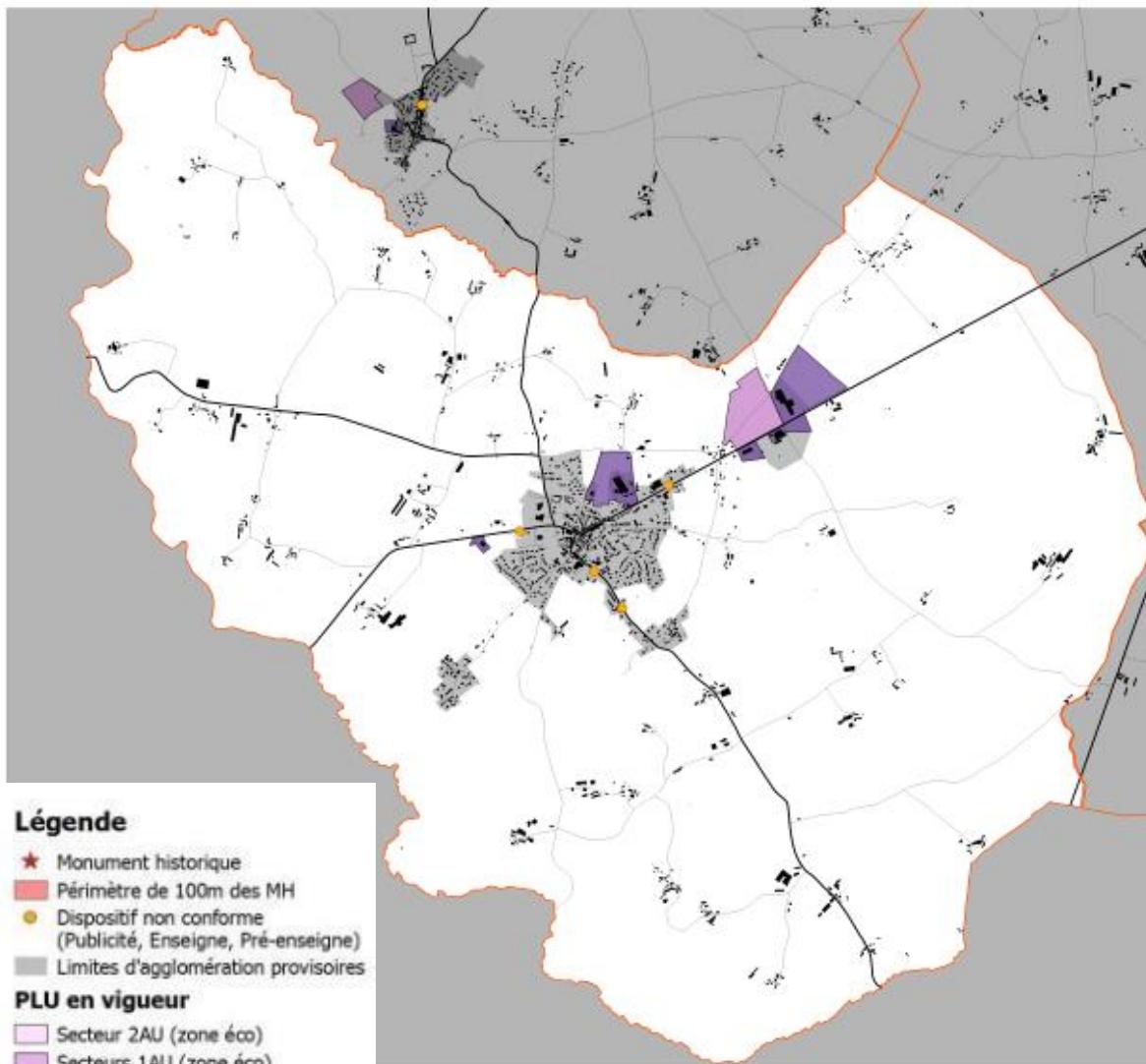


Présence d'une SIL indiquant certaines activités et commerces par nom d'établissement (coiffeur, ébéniste, maçon, etc...)



Landemont : diagnostic & enjeux

NB : Le présent diagnostic se réfère aux limites administratives des communes déléguées.



La commune dispose d'une SIL



Totem de la Zone des Châtaigneraies



Certaines appositions d'enseignes en façade sont à revoir



Les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées, sans panneau de fond

Landemont : diagnostic & enjeux

On retrouve des dispositifs publicitaires non conformes dans leur implantation et format. De plus, certains sont placés au niveau des entrées du bourg ou sur des bâtiments d'intérêt architectural (murs de pierre sèche).

Quelques préenseignes scellées au sol (donc non conformes) et des dispositifs d'affichage « sauvage » impactent le paysage des abords des routes et des entrées de bourg.

Les enseignes des devantures du bourg présentent pour la plupart une esthétique et des couleurs sobres. D'autres se trouvent cependant en infraction quant à la surface et les règles d'apposition. Quelques



Préenseignes temporaires, permanentes, scellées au sol, affichage sauvage non conformes, etc... Des éléments impactant la perception des entrées de bourg

enseignes en toiture et en façade des bâtiments d'activités sont non conformes à la réglementation nationale, concernant leur implantation et leur support.

Des totems de qualité avec trame chromatique sobre marquent les entrées dans la zone d'activités des Châtaigneraies. On retrouve ces mêmes totems dans la zone d'activités des Mortiers sur la commune de

Saint-Laurent-des-Autels, ils s'identifient à la l'ancienne communauté de commune en reprenant son logo.

La commune de Landemont possède également une Signalétique d'Information Locale susceptible d'indiquer les équipements qui ne disposeront plus des préenseignes.



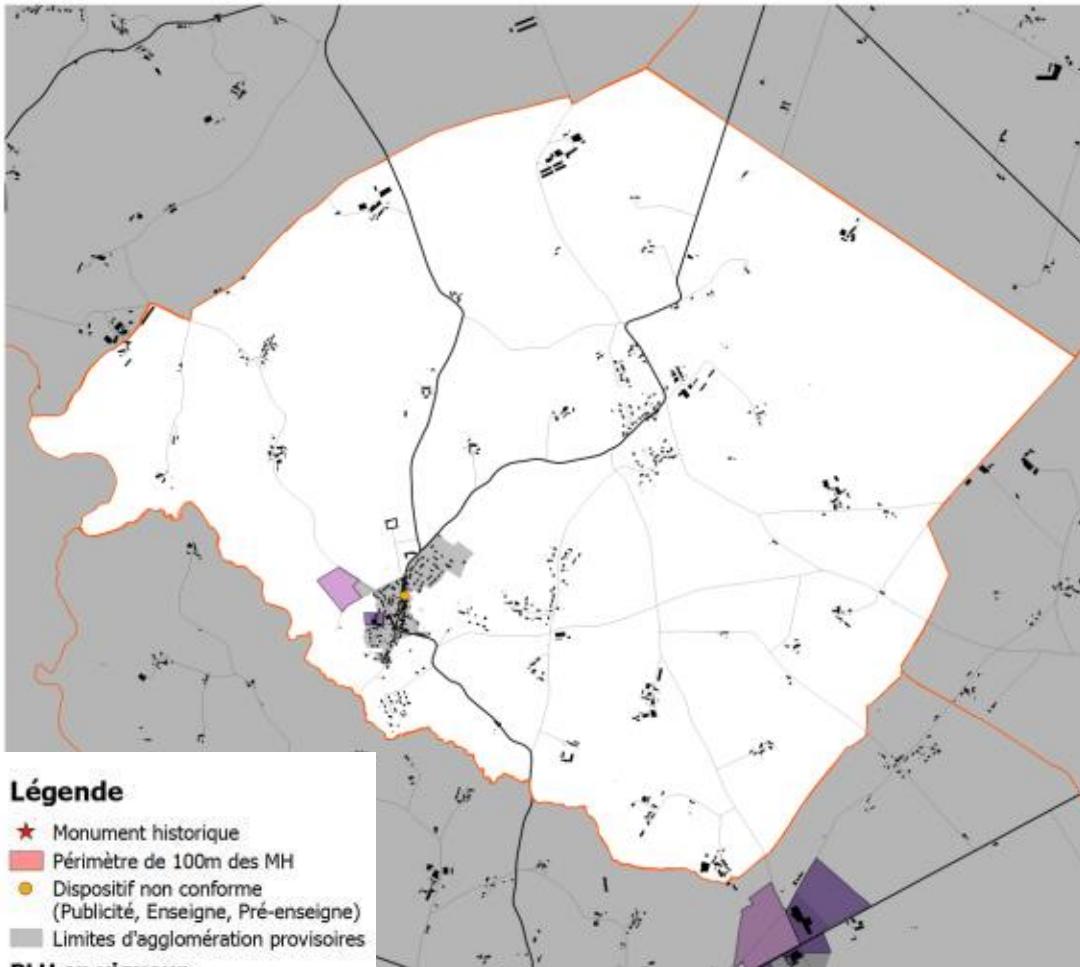
Exemples de dispositifs publicitaires au niveau des entrées du bourg, sur bâtiments en pierre sèche



Certaines enseignes en façades restent sobres et de qualité

Saint-Sauveur-de-Landemont : diagnostic & enjeux

NB : Le présent diagnostic se réfère aux limites administratives des communes déléguées.



Légende

- ★ Monument historique
- Périmètre de 100m des MH
- Dispositif non conforme
(Publicité, Enseigne, Pré-enseigne)
- Limites d'agglomération provisoires

PLU en vigueur

- Secteur 2AU (zone éco)
- Secteurs 1AU (zone éco)
- Secteur U (zone éco)

Saint-Sauveur-de-Landemont : diagnostic & enjeux

Dans le bourg, certaines enseignes contrastent avec l'esthétique des devantures commerciales voisines. Elles restent pour la plupart sobres, discrètes et de qualité. Le bourg ne présente que peu d'enjeux mis à part quelques bâtiments intéressants constituant des points d'appel visuels.

Un dispositif publicitaire en particulier attire l'attention, largement visible et non conforme en termes d'implantation (sur mur non aveugle) et de format (supérieur au 4 m² de la réglementation nationale).

La commune ne présente que très peu de préenseignes. L'abri de bus comporte un dispositif d'affichage à vocation publicitaire.

L'enseigne imposante du Château de la Colaissière est visible en arrivant dans le croisement et dénote avec le calvaire qu'elle côtoie. Elle est cependant bien intégrée par la végétation.



Enseigne discrète



Non conforme : l'enseigne ne doit pas dépasser des limites d'égout



Enseignes pour la plupart de qualité, certaines plus marquantes visuellement que d'autres



Dispositif publicitaire sur abribus



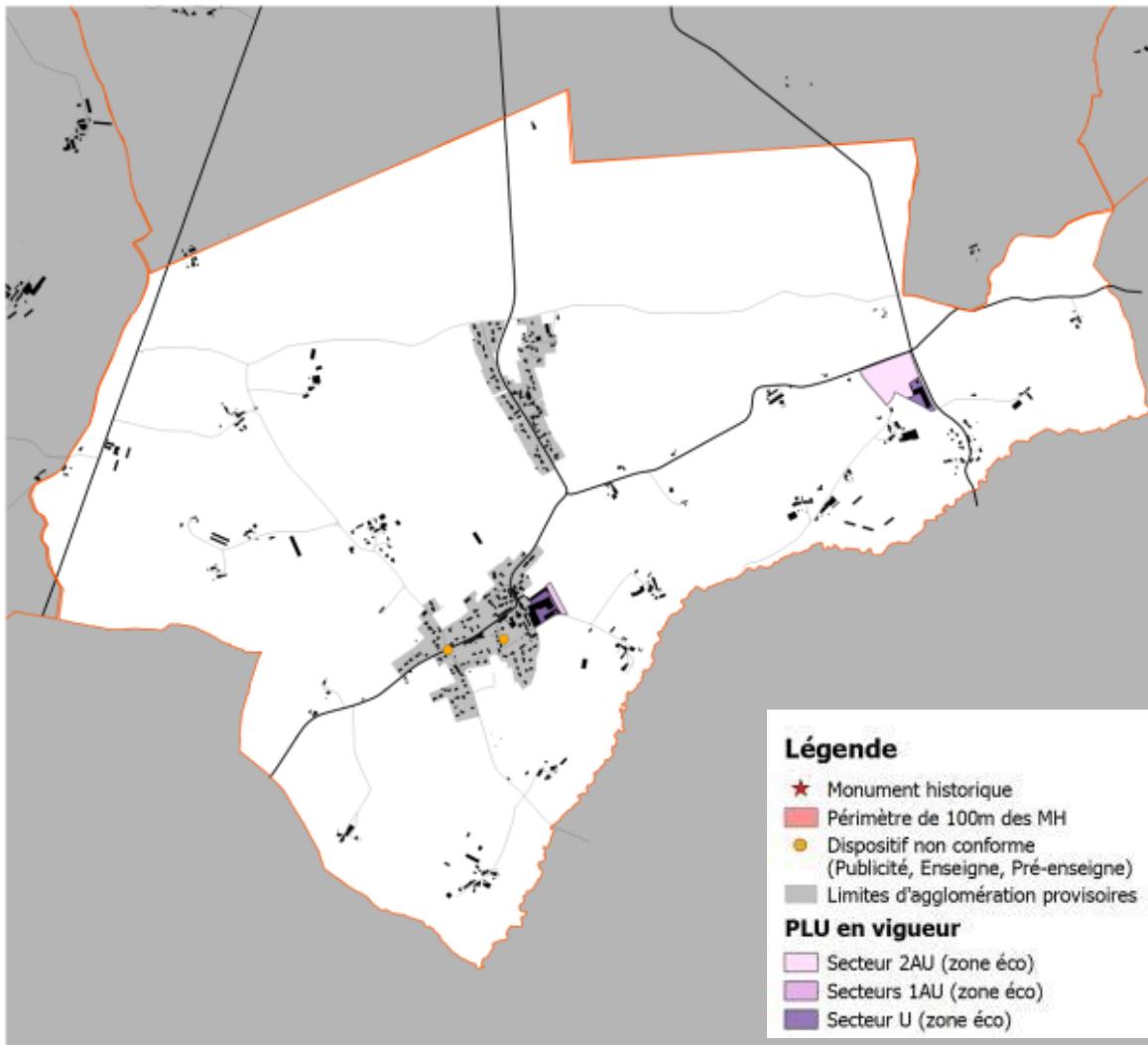
Ensemble de panneaux publicitaires en façade non conformes : sur mur non aveugle et de taille supérieure à celle du RNP



Enseigne imposante mais réglementaire et relativement bien intégrée

Saint-Christophe-La-Couperie : diagnostic & enjeux

NB : Le présent diagnostic se réfère aux limites administratives des communes déléguées.



De nombreux dispositif d'affichage « sauvage », présents notamment en entrée de bourg

Saint-Christophe-La-Couperie : diagnostic & enjeux

La commune ne présente pas de secteur à forts enjeux et comporte peu de dispositifs publicitaires. Les entrées de bourg ne sont globalement pas concernées par un nombre excessif de dispositifs publicitaire ou de préenseignes.



Les entrées de bourg ne sont pas marquées par de l'affichage

Quelques préenseignes viennent s'implanter à au sol à l'extérieur du bourg au niveau des croisements. Celles-ci sont accompagnées d'affichage non conforme implanté de manière désordonnée avec un effet néfaste sur le paysage. On retrouve cependant des préenseignes autorisées car liées au terroir hors agglomération.

Les abribus servent de support à l'affichage publicitaire. Quelques enseignes en façade sont non conformes en termes d'implantation (dépassement des limites d'égout du toit).



Les enseignes en façade ne doivent pas dépasser la limite d'égout du toit. Elles peuvent être réglementées dans un RLP concernant le sens de l'écriture.



Les préenseignes liées au terroir sont autorisées (2 par activité maximum)



Présence d'abribus, supportant de l'affichage publicitaire

1.5. Synthèse des enjeux

Le diagnostic laisse apparaître qu'il y a peu d'enjeu sur le territoire, l'application de la réglementation nationale serait globalement suffisante pour répondre à une grande partie de ces enjeux.

Les communes les plus concernées par des dispositifs non-conformes sont Champtoceaux, Liré et Saint-Laurent-des-Autels. Ce résultat peut s'expliquer par leur statut de pôles par la situation de ces communes :

- Elles sont traversées par des axes viaires structurants (l'axe Liré/Saint-Laurent le plus fréquenté du territoire de l'Orée d'Anjou) ;
- Les polarités que sont Champtoceaux, Saint-Laurent-des-Autels, et Liré regroupent la majorité des commerces du territoire (présence de zones d'activités) ;
- Champtoceaux est identifiée en tant que pôle d'équipement intermédiaire, Liré et Saint-Laurent en tant que pôles d'équipement de proximité.

Il est cependant possible via le RLP de réglementer de manière plus restrictive les dispositions concernant :

- La publicité sur les secteurs d'entrées de bourg ;
- La publicité apposée sur les bâtiments présentant un caractère patrimonial.

Pour répondre à ces enjeux, il s'agit à-travers le RLP de définir des Zones de Publicité où les modalités d'autorisation, de qualité et d'implantation des différents dispositifs pourront être maîtrisées. Ces zones concerneraient en priorité les centres-bourgs et les secteurs d'entrées de bourgs.

Préserver la qualité des entrées de bourgs



Landemont



Bouzillé

Protéger de la publicité les bâtiments d'intérêt architectural et patrimonial



Saint-Sauveur



La Varenne

3. ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

Préambule

Les orientations et objectifs établis dans le Règlement Local de Publicité de la commune d'Orée d'Anjou ont été réalisés en cohérence avec les objectifs du PADD du Plan Local d'Urbanisme qui concerne le même territoire.

A l'image d'un grand nombre de territoires, l'affichage publicitaire et les préenseignes occupent aujourd'hui une place importante dans le paysage urbain. Synonymes d'une activité économique dynamique, les différents dispositifs publicitaires conduisent, par leur prolifération, à une dégradation de la qualité paysagère dans certains secteurs.

Suite au diagnostic établi, les grandes orientations générales suivantes ont émergé pour la constitution du RLP :

Orientation n°1 : Valoriser la qualité esthétique des centres-bourgs et le cadre de vie des habitants

Orientation n°2 : Améliorer les axes d'entrée de ville, première perception des visiteurs sur le territoire

Orientation n°3 : Garantir l'expression publicitaire et la visibilité des entreprises dans et hors agglomération

Ces orientations, déclinées en objectifs, expriment les réponses concrètes de la commune aux enjeux rencontrés sur son territoire et fixent les grandes orientations pour les zones de publicités qui en résultent.

1. Les orientations du PADD du PLU

Le Projet d'Aménagement et de Développement Durables du PLU, débattu en Conseil Communautaire en Février 2015 avant la fusion en commune nouvelle, définit les orientations suivantes en matière de développement économique et de protection des paysages (extraits du PADD en cohérence avec le RLP) :

AXE 1 : ORIENTATIONS GENERALES EN MATIERE D'AMENAGEMENT, D'EQUIPEMENT ET D'URBANISME

Des objectifs de densité élevés pour une agriculture préservée

Une logique de gradient de densité est visée concernant les opérations d'aménagement en fonction de leur proximité avec la centralité de la commune. Cette disposition vise à marquer le caractère urbain des centres-bourgs et à encourager leur animation/fréquentation, incluant un volet qualitatif de la rue et du front urbain.

AXE 2 : ORIENTATIONS GENERALES EN MATIERE DE PAYSAGE, DE PROTECTION DES ESPACES NATURELS, AGRICOLES ET FORESTIERS, ET DE PRESERVATION OU DE REMISE EN BON ETAT DES CONTINUITES ECOLOGIQUES

Maintenir et valoriser l'identité paysagère et patrimoniale :

Préserver les qualités paysagères et patrimoniales exceptionnelles du territoire

Il s'agira de préserver les vues remarquables à l'échelle de chaque bourg vers les éléments de patrimoine, l'intégration de la question du traitement qualitatif des entrées de ville et de village existantes et dans tous les projets d'extension urbaine.

Améliorer la connaissance du patrimoine et veiller à sa protection

Cette orientation vise à identifier les éléments remarquables du patrimoine bâti (ensembles architecturaux remarquables, manoirs, corps de ferme, moulins, villages patrimoniaux, etc...) et du petit patrimoine (croix, les calvaires, ...) afin de les préserver grâce à une réglementation adaptée (zonage patrimonial, identification ponctuelle au titre de la Loi Paysage).

AXE 3 : ORIENTATIONS PARTICULIERES

Orientations relatives aux transports et déplacements :

Lier développement du territoire et axes majeurs de transport

Il s'agit d'allier développement économique, développement des infrastructures routières en lien avec les pôles d'activités structurants et qualité du cadre de vie et du paysage.

Orientations relatives à l'équipement commercial, au développement économique et aux loisirs :

Un développement économique prenant appui sur l'organisation territoriale

Cette orientation comprend entre autre la hiérarchisation des parcs d'activités du territoire et la spécialisation des activités accueillies. L'implantation d'activités les plus significatives à emprises importantes (activités de logistique, industrielles...) seront concentrées dans les parcs structurants, les entreprises de taille moyenne en lien avec les activités artisanales se localisant au sein des parcs intermédiaires. L'attractivité économique du territoire doit passer par l'amélioration de la qualité des aménagements de ces zones, en particulier l'insertion paysagère des projets et le traitement des espaces publics extérieurs.

Des équilibres commerciaux à protéger

Il s'agit à travers cette disposition de limiter les possibilités d'implantation de commerces périphériques au sein des zones d'activités du territoire, afin de pérenniser les activités commerciales de proximité situées au sein des bourgs.

Une pratique touristique à renforcer

Il s'agit particulièrement de prendre en compte l'atout que représente le patrimoine ancien de qualité marqueur de son identité dont il dispose, à valoriser à des fins touristiques.

2. Orientation n°1 : Valoriser la qualité esthétique des centres-bourgs et le cadre de vie des habitants

Les bourgs concentrent petits commerces, restaurants, hébergements et habitations, constituant des points d'attractivité et de passage privilégiés du territoire. Les éléments bâtis d'intérêt architectural font partie intégrante de la qualité esthétique des bourgs. Ils participent à la typicité architecturale et paysagère des centres, en faisant appel au caractère identitaire des paysages urbains du territoire.

L'affichage publicitaire peut nuire à l'esthétique des bourgs en venant s'apposer sur des éléments d'intérêt architectural typiques et identitaires du territoire (églises, patrimoine civil, façades en pierres apparentes, etc...). Dans un objectif d'amélioration du cadre de vie des habitants, la commune désire valoriser ces éléments bâtis en les préservant de l'affichage publicitaire. Ainsi, la commune interdit strictement l'affichage publicitaire sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque et figurant sur l'arrêté pris en vertu de l'article L.581-4 du Code de l'Environnement et annexé au présent RLP. Il s'agit également, pour préserver le cadre de vie urbain, de réduire le format et la densité des dispositifs publicitaires.

D'autre part, la dynamisation de l'appareil commercial passe par la préservation du caractère patrimonial typique du centre-ville. La commune souhaite harmoniser les enseignes des centres-bourgs et ainsi valoriser les bâtiments sur lesquelles elles s'implantent et de surcroit l'activité ou le commerce. Une homogénéisation des enseignes quant au

format, à la forme et à l'implantation sera recherchée, dans le respect des particularités architecturales de la façade du bâtiment.

Du fait de la présence de Monuments Historiques, les projets d'enseignes sont par ailleurs soumis à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France en charge du secteur.

Les villages et hameaux du territoire, à l'écart des enveloppes urbaines principales des bourgs, portent des enjeux paysagers et patrimoniaux, en particulier ceux implantés dans la vallée de la Loire et sur ses coteaux. A ce titre, le RLP fait valoir la règle nationale d'interdiction de la publicité hors agglomération et protège ainsi ces écarts de l'affichage publicitaire.

Afin de préserver le caractère résidentiel et la qualité de vie de la zone agglomérée à vocation principale d'habitat, l'objectif est de maîtriser la publicité qui y est peu présente aujourd'hui. A priori, il existe peu ou pas d'enseignes dans cette zone puisqu'elle exclue les zones d'activités et secteurs commerciaux existants. Toutefois, les enseignes seront réglementées de manière cohérente avec le reste du territoire, dans le cas de nouvelles demandes non connues à ce jour (cas des activités à domicile notamment).



Une homogénéisation et une équité est à rechercher dans la réglementation des enseignes



Une densité de dispositifs importante

3. Orientation n°2 : Améliorer les axes d'entrée de ville, première perception des visiteurs sur le territoire

Les entrées de ville marquent et influencent fortement la perception de l'ensemble du territoire car elles véhiculent la première image d'une ville et de son accueil. En cohérence avec le PADD, l'intégration du traitement des entrées de ville et leur amélioration constitue un des enjeux principaux du RLP. Cette question concerne particulièrement la prise en compte des projets d'extension urbaine (habitat, économique) et la qualité de ces entrées.

Dans une logique d'attractivité territoriale, la commune souhaite fortement réduire la densité d'affichage publicitaire sur les secteurs de ses entrées de ville pour la contenir au sein des centres-bourgs.

D'autre part, la diversité des dispositifs publicitaires tend aujourd'hui à réduire la lisibilité des panneaux de signalisation sur certains tronçons de voies, et ainsi à perturber la visibilité routière. Il s'agit d'intégrer la question du traitement qualitatif des entrées de bourg par la maîtrise des dispositifs (préenseignes et publicité) en vue de la sécurité routière, pour rendre lisible la signalétique directionnelle et pour valoriser le paysage de ces interfaces routières. Cette disposition passe par l'autorisation d'affichage publicitaire uniquement sur mobilier urbain, possibilité également élargie aux dispositifs pour lesquels la commune n'a pas signé de contrat.



Des dispositifs publicitaires imposants nuisant à la vitrine de la ville



Un affichage impactant les éléments bâtis d'intérêt

4. Orientation n°3 : Garantir l'expression publicitaire et la visibilité des entreprises dans et hors agglomération

Dans les zones artisanales et d'activités situées le long des voies principales et d'entrées de bourg (ex : Parc des Couronnières à Liré, Parc des Mortiers à Saint-Laurent-des-Autels), le diagnostic a mis en évidence plusieurs éléments : des dispositifs de grande taille, une disposition parfois anarchique, des typologies et modalités d'implantations variées ainsi qu'une diversité de couleurs, hauteur, surface et sens de lecture. Cette diversité entraîne une dégradation paysagère des secteurs d'activités concernés et par là-même une perte de visibilité des entreprises.

L'attractivité économique du territoire doit passer par l'amélioration de la qualité des aménagements extérieurs des zones économiques et artisanales, et notamment par un affichage publicitaire règlementé et harmonisé. Cet encadrement est nécessaire pour apporter une réponse équitable aux besoins de communication des acteurs économiques locaux, intérieure et extérieure au territoire. Le projet vise une réglementation équilibrée entre besoins de communication et visibilité et préservation du paysage, principalement au sein des zones d'activités.

En lien avec le mode de développement économique multipolaire du projet de PLU et afin de répondre aux enjeux de ces secteurs, la commune souhaite y autoriser de manière plus importante que sur les autres zones, l'installation d'enseignes, de publicités et de préenseignes, tout en favorisant une intégration paysagère de ces dispositifs. Il s'agit de

privilégier la qualité et la lisibilité des dispositifs publicitaires dans les zones d'activités économiques.

A priori, le respect de la réglementation nationale de publicité suffirait à répondre aux enjeux de l'affichage publicitaire dans les zones artisanales et d'activités du territoire.

Les règles d'implantation des publicités et enseignes (forme, taille, densité) sont édictées par la Réglementation Nationale de Publicité et sont rappelées dans le Règlement Local de Publicité. La commune souhaite ne pas être beaucoup plus restrictive sur ces secteurs que ne l'est déjà la réglementation nationale. Pour améliorer l'image de ces zones d'activités artisanales et commerciales, cette disposition se traduit par une maîtrise de la densité des enseignes posées ou scellées au sol, en supplément de la simple application de la réglementation nationale.



De nombreux dispositifs imposants en bordure de voies, normalement limités à 1 enseigne au sol par voies ouvertes à la circulation.

4. JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS

1. Motifs de délimitation du zonage

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux : les centres-bourgs et entrées de ville. Ces secteurs diffèrent par la typo-morphologie urbaine, le cadre paysager et patrimonial, ainsi que par la nature des dispositifs dominants (enseignes, préenseignes, publicités) qui sont directement liées aux activités principales exercées dans chacun de ces secteurs.

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, 2 zones de publicité (ZP) ont été définies sur la commune d'Orée d'Anjou. Pour chaque zone, des prescriptions particulières ont été élaborées.

1.1. ZP1 : Agglomération des bourgs et villages principaux

1.1.1. Description et zonage

Cette zone, représentée en bleu clair sur le plan de zonage, délimite les agglomérations des bourgs du territoire. C'est un secteur à protéger notamment en raison de la qualité architecturale des bâtiments, de la présence de monuments historiques et pour des motifs de valorisation de la qualité esthétique des bourgs et le cadre de vie des habitants. Les rues principales accueillent généralement des petits commerces au rez-de-chaussée et sont fréquentées par les piétons. Afin de maîtriser l'affichage dans les zones résidentielles où les besoins en affichage publicitaire sont moindres, l'ensemble des agglomérations principales est également couvert par le zonage de la ZP1.

Cette ZP1 concerne les secteurs suivants (hors entrées de ville principales couvertes par la ZP2) :

- Le bourg de Bouzillé ;

- Le bourg de Champtoceaux, le village du Quarteron/La Chetinière et le hameau du Vau Brunet ;
- Le bourg de Drain ;
- Le bourg de La Varenne et les villages des Basses Sauzaies et des Grenette ;
- Le bourg de Landemont et le hameau de La Pouquelière ;
- Le bourg de Liré et le village du Fourneau ;
- Le bourg de Saint-Christophe-La-Couperie ;
- Le bourg de Saint-Laurent-des-Autels et le village du Barbotin ;
- Le bourg de Saint-Sauveur-de-Landemont.

La ZP1 ne couvre pas :

- Les axes des entrées de ville principales concernées par la ZP2 ;
- Les zones artisanales et d'activités.

Les limites de cette ZP reprennent ainsi les enveloppes des agglomérations, exceptés les axes des entrées de ville et les zones artisanales et d'activités.

Délimitation des limites d'agglomérations

Les limites d'agglomérations ont été définies conformément à la définition du Code de la Route, et sur la base des enveloppes urbaines identifiées lors de l'étude bourgs/villages/hameau du PLU de l'Orée d'Anjou. Ainsi, c'est l'article R. 110-2 du Code de la Route qui définit l'agglomération comme désignant « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâties 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 le borde [...] ». L'article R. 411-2 du même code stipule que « les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire ». Le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée (ou de sortie) et leur positionnement par rapport au bâti.

1.1.2. Objectifs

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Maintenir les commerces de proximité tout en préservant la qualité du cadre de vie des habitants ;
- Préserver le patrimoine architectural des bourgs.

1.2. ZP2 : Axes d'entrées de ville

1.2.1. Description et zonage

Cette zone, représentée en bleu foncé sur le plan de zonage, délimite les axes des entrées de ville principales du territoire de l'Orée d'Anjou. Les entrées de ville marquent et influencent fortement la perception de l'ensemble du territoire car elles véhiculent la première image d'une ville et de son accueil. Une entrée de ville réussie doit permettre d'apporter une lecture efficace des lieux et renvoyer une image positive ? Il est donc nécessaire d'encadrer l'implantation des dispositifs.

Cette ZP2 concerne les axes des entrées de ville principales des bourgs et couvre de domaine public et privé sur une distance de 30 mètres de part et d'autre des axes de circulation et à l'intérieur des enveloppes

d'agglomération. Cette zone ne concerne toutefois pas les zones artisanales et d'activités.

Les limites de la ZP2 sont réadaptées en fonction du contexte propre à chaque bourg : elle prend en compte les ensembles architecturaux particuliers à couvrir et s'applique sur une séquence à caractère d'entrée de ville, le plus souvent - dans le sens de l'entrée - au départ de l'enveloppe d'agglomération jusqu'à un croisement avec une des rues principales du bourg.

1.2.2. Objectifs

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Conserver des entrées de ville qualitative comme vitrine du territoire ;
- Améliorer la lisibilité des indications routières pour le confort et la sécurité de l'automobiliste ;
- Contenir la publicité dans les centres-bourgs plutôt qu'en entrée.

2. CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE

2.1. DISPOSITIONS RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES

Les dispositions relatives aux publicités sont définies en fonction :

- du lieu où va s'implanter le dispositif. Les publicités ne sont pas autorisées sur toute la commune, notamment en raison de la présence de monuments historiques.
- du type de support utilisé. Tous les supports ne sont pas autorisés dans chaque zone.

Il a été choisi de ne pas instaurer de Zone de Publicité sur les zones d'activités économiques, industrielles ou commerciales, afin de ne pas instaurer de règles supplémentaires que celles édictées par le RNP pour permettre de répondre aux besoins en affichage publicitaire de ces secteurs.

2.1.1. DISPOSITIONS COMMUNES

■ PARCELLES SANS CONSTRUCTION, INSTALLATION OU ANNEXE

Toute publicité sous quelque forme que ce soit est interdite sur les parcelles sans construction, installation ou annexe, ainsi que dans les zones agricoles et naturelles en agglomération, afin de préserver les espaces non bâties pouvant offrir des perspectives visuelles sur le paysage ou des espaces de respirations en centre-bourg.

■ HAMEAU DE LA PATACHE

Le hameau de La Patache, pour son fort intérêt patrimonial, est protégé de toute publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires.

■ AU MUR ET AU SOL

Les dispositifs publicitaires sur palissade de chantier sont autorisés dans toutes les ZP sans distinctions car ce sont des dispositifs occasionnels. Leur implantation est réglementée par le RNP.

Les dispositifs publicitaires sur bâches sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, conformément au RNP.

Afin de maîtriser l'implantation de la publicité et de permettre une harmonie de l'affichage, les dispositifs publicitaires sur mobilier urbain sont autorisés sous conditions dans toutes les ZP. Ils sont monopied, leur surface est limitée à 2m² et leur hauteur est limitée à 3m, pied compris. Conformément au code de l'environnement, ils ne peuvent supporter des publicités commerciales dont la surface totale excède celle réservée aux informations à caractère non publicitaire.

2.1.2. DISPOSITIONS SPECIFIQUES A LA ZP1

■ DENSITE

L'objectif exprimé consiste à limiter le nombre de dispositif dans les lieux où elle est autorisée. Cela se traduit par une mesure limitative. Dès lors que la publicité est autorisée (au mur seulement puisque le RNP interdit toute publicité scellée ou posée au sol sur le territoire), le nombre est limité à un dispositif par unité foncière.

■ AU MUR

Les dispositifs publicitaires au mur sont autorisés en ZP1 mais leur format est réduit à un cadre rectangulaire (hauteur = $\frac{1}{3}$ de la largeur), sans rajout et d'une surface maximum de 4m². Cette restriction vise à limiter la taille des dispositifs et donc l'impact visuel qu'ils peuvent générer, dans un objectif du respect du cadre architectural des bourgs.

Afin de respecter le bâti des bourgs, les dispositifs publicitaires et préenseignes ne doivent pas masquer tout ou partie des éléments d'architecture d'une façade (corniche, encadrement d'ouverture, chaîne d'angle, bandeau, etc...).

Dans le but de préserver le patrimoine bâti du territoire, l'affichage publicitaire est interdit sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque et figurant sur l'arrêté en vertu de l'article L.581-4 du Code de l'Environnement et annexé au présent RLP.

■ SUR MUR, CLÔTURE, BALCON

Les publicités et préenseignes sont interdites sur mur d'enceinte, mur de clôture (aveugle ou non), d'appentis ou annexe, afin de maîtriser la densité d'affichage et d'uniformiser les types d'apposition.

2.1.3. DISPOSITIONS SPECIFIQUES A LA ZP2

La publicité et les préenseignes sont interdites sous toutes ses formes (au sol ou au mur) sur les secteurs d'entrée de ville couverts par la ZP2, excepté sur mobilier urbain et sur chevalets qui sont autorisés, de telle manière que le définit le RNP.

D'autre part, les dispositifs temporaires sont autorisés et réglementés conformément au RNP. De même, les préenseignes dérogatoires sont

autorisées au mur, visant à promouvoir les activités et manifestations locales.

2.2. DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES

Concernant les enseignes, il a été choisi de conserver les mêmes règles sur les deux Zones de Publicités, en encadrant et contextualisant toutefois plus que ne le fait le RNP. Ce choix vise à uniformiser le traitement des enseignes et l'équité entre les activités et commerces couverts par ces deux ZP.

Afin de respecter le bâti des bourgs, les enseignes ne doivent pas masquer tout ou partie des éléments d'architecture d'une façade (corniche, encadrement d'ouverture, chaîne d'angle, bandeau, etc...).

■ EN FACADE

Dans un objectif esthétique et d'harmonisation visuelle, les inscriptions se feront en bandeau ou lettres découpées, 1 enseigne principale étant autorisée avec le nom de l'activité par voie ouverte à la circulation.

Les enseignes ne doivent pas dépasser sur les vitrines des commerces.

Afin de limiter le cumul d'information et donc garantir une bonne lisibilité et un paysage urbain de qualité, une même information, forme ou image ne pourra être répétée plusieurs fois sur une même façade pour les enseignes à plat. De plus, deux dispositifs peuvent être apposés par façade sur l'un des murs latéraux de l'une des ouvertures uniquement s'ils comportent des informations complémentaires relatives à l'activité (ex : menu, horaires d'ouverture, etc...).

■ PERPENDICULAIRE/EN DRAPEAU/EN POTENCE

Pour limiter la densité d'affichage et faciliter la lisibilité, une enseigne perpendiculaire est autorisée par voie ouverte à la circulation, 2 maximum au total sur l'ensemble de l'établissement. Si plusieurs activités pour un établissement (ex : tabac-presse) s'y exerce, une enseigne perpendiculaire supplémentaire est autorisée en faveur de la promotion des activités locales.

Dans un souci d'harmonie visuelle et de concordance avec les lignes du bâti, les enseignes perpendiculaires doivent être alignées entre elles sur un plan horizontal.

De plus, l'orientation des lettres des enseignes perpendiculaires doit être parallèle au sol, offrant ainsi un sens de lecture identique pour les deux types d'enseignes.

Afin de faciliter la lecture des enseignes, il est précisé dans le RLP que les enseignes perpendiculaires et parallèles (en façade) doivent s'implanter à la même hauteur par rapport au niveau du sol.

De plus, afin de ne pas gêner la circulation des véhicules de grande taille, la saillie maximale des enseignes perpendiculaires est limitée à 1m.

■ EN TOITURE

Les enseignes en toiture sont interdites, sauf impossibilité technique liée à l'architecture du bâtiment pour un autre mode d'apposition.

■ AU SOL

La forme est laissée libre (totem, panneau sur pied, mâts porte drapeau ou oriflamme, etc...) mais s'inscrivant toutefois dans un volume au caractéristiques suivantes : Hauteur maximum de 4m, largeur maximum

de 1,5 et épaisseur maximum de 0,5m. Ces dispositions visent à limiter la taille et l'impact visuel dans le paysage des dispositifs.

Afin de limiter la densité de l'affichage et de faciliter la lecture, le RLP prescrit que lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière. De plus, les enseignes au sol sont uniquement autorisées pour les activités dont le bâtiment se trouve en retrait de plus de 5m par rapport à la voie publique.

■ SUR MUR, CLÔTURE, BALCON

Les enseignes sont interdites sur mur d'enceinte, mur de clôture (aveugle ou non), d'appentis ou annexe, afin de maîtriser l'affichage et d'uniformiser les types d'apposition.

■ LUMINEUSE

Afin de préserver une qualité visuelle des enseignes, les caissons ou bandeaux lumineux sont interdits, à l'exception des enseignes de pharmacie ou autres services d'urgences (hôpitaux, cliniques, pompiers...).

■ AUTRES DISPOSITIONS

Les enseignes temporaires sont autorisées dans toutes les ZP et règlementées conformément au RNP.

Les enseignes sur bâches sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, conformément au RNP.

Tableau de comparaison des dispositions relatives au RNP et à chaque ZP

	Secteurs non couverts par une ZP (Dispositions du RNP)	Dispositions communes aux ZP	ZP1 : Bourgs/villages	ZP2 : Entrées de ville
PUBLICITES / PREENSEIGNES				
Généralités		Règles supplémentaires au RNP : <ul style="list-style-type: none"> - Interdits : zone N, A - Interdits : parcelles sans construction, installation ou annexe - Interdits : sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque et figurant sur l'arrêté en vertu de l'article L.581-4 du Code de l'Environnement et annexé au présent RLP - Forme régulière sans rajout 	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
Au mur de bâtiment	<ul style="list-style-type: none"> - Interdite sur poteaux électriques ou d'éclairage, murs non aveugles (sauf si ouvertures d'une surface unitaire < 0,5m²), sur tout ou partie d'une baie (sauf micro affichage) - Implantation à 0.5m du sol mini, ne pas dépasser les limites du mur ni les limites d'égout - Saillie 0.25m maximum - Soumise à la règle de densité - S : 4m² et H : 6m. - La surface peut être portée à 8m² dans la traversée des agglomérations lorsque la publicité est en bordure d'une route à grande circulation. 	/	Autorisé Règles supplémentaires au RNP : <ul style="list-style-type: none"> - Format rectangulaire (H = 3/4 largeur) - Cadre rectiligne de forme régulière sans découpage ou rajout - Au moins 50cm entre l'angle de chainage et le dispositif - Ne doit pas masquer tout ou partie des éléments d'architecture d'une façade - 1 dispositif par unité foncière - Interdit sur les éléments bâtis de patrimoine protégés et repérés au règlement graphique du PLU. 	Autorisé Règles supplémentaires au RNP : Autorisé uniquement : <ul style="list-style-type: none"> - Sur palissade de chantier, selon les dispositions du RNP - Les préenseignes dérogatoires, selon les dispositions du RNP - Les préenseignes temporaires, selon les dispositions du RNP - Sur véhicules spécialement aménagés - Sur mobilier urbain et chevalets considérés comme enseignes.

Sur clôture/balcon	Autorisé Interdit sur les clôtures et murs de clôture non aveugles (grilles et grillages)	Interdit Règles supplémentaires au RNP : <ul style="list-style-type: none"> - Interdit sur murs d'enceinte, de clôture, d'appentis ou annexes, aveugles ou non, ainsi que sur balcons et balconnets 	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
Sur palissade de chantier	La palissade est considérée comme une clôture aveugle provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité. Règles d'implantation Elle doit se conformer aux dispositions qui régissent les publicités non lumineuses murales à l'exception de la règle de densité qui ne s'applique pas.	Autorisé (Mêmes dispositions que le RNP)	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
Sur bâches	Interdit La publicité sur bâche (bâches de chantier ou bâches publicitaires) est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants.	Interdit (Mêmes dispositions que le RNP)	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
Au sol	Interdit Définitions La publicité scellée au sol est généralement fixée sur un ou plusieurs pieds spécialement conçus et plantés dans le sol à cet effet. Les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces et qui ne font pas l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public entrent dans cette catégorie.	Interdit (Mêmes dispositions que le RNP) Autorisé uniquement sur mobilier urbain ou chevalets considérés comme enseignes	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
• <i>sur chevalet</i>	Les chevalets autorisés sont uniquement ceux considérés comme des enseignes (voir plus bas), c'est-à-dire ceux : <ul style="list-style-type: none"> - posés sur parcelle privée ou 	/	/	/

	- faisant l'objet d'un accord d'occupation du domaine public			
• sur mobilier urbain	<p>Interdits au départ par une erreur rédactionnelle dans l'écriture du RNP, la publicité sur mobilier urbain est en fait autorisée par le législateur.</p> <p>Définition Le mobilier urbain est un équipement installé sur l'espace public et offrant un service à la collectivité.</p>	Autorisé (Mêmes dispositions que le RNP)	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)

Lumineuse	<p>Eclairée par projection ou transparence sur mur uniquement (S : 4m² H : 6m)</p> <p>Définition</p> <p>Cette catégorie est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons: caisson lumineux, panneaux vitrines.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Numérique : Interdit - Autre que par projection ou transparence : Interdit - La publicité éclairée par projection ou transparence sur toiture : Interdit - mêmes règles que pour la publicité non lumineuse (format, hauteur, sur mur, au sol.) - soumise à l'extinction nocturne (entre 1h et 6h) sauf sur le mobilier. 	<p>Autorisé (Mêmes dispositions que le RNP)</p>	<p>=</p> <p>(Dispositions communes aux ZP)</p>	<p>=</p> <p>(Dispositions communes aux ZP)</p>
Sur véhicules	<p>Définition</p> <p>Sont concernés les véhicules « utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes ». Outre les véhicules roulant, les véhicules stationnant en permanence, dans un rond-point ou dans des lieux de fort trafic par exemple sont aussi considérés.</p>	<p>Autorisé (Mêmes dispositions que le RNP)</p>	<p>=</p> <p>(Dispositions communes aux ZP)</p>	<p>=</p> <p>(Dispositions communes aux ZP)</p>

	La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12m ²			
Le micro affichage	<p>Les dispositifs de petit format sont intégrés à la devanture commerciale et non à la seule baie. Ils peuvent donc être apposés sur tous les éléments composant la devanture : vitrine, porte d'entrée, piliers d'encadrement de part et d'autre des ouvertures.</p> <p>Ils doivent avoir une surface unitaire inférieure à 1m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus de 1/10e de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de 2m². Ne doivent pas être apposés à moins de 0.5m du sol.</p>	Autorisé (Mêmes dispositions que le RNP)	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
Préenseignes dérogatoires	<p>Depuis le 13 juillet 2015, les activités qui peuvent être signalées par les préenseignes dérogatoires sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir - les activités culturelles ; - les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ; - à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20. <p>Depuis juillet 2015, les préenseignes scellées au sol ne peuvent plus être implantées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent être installées que hors agglomération.</p> <p>- H : 1m L : 1.5m</p>	Autorisé (Mêmes dispositions que le RNP)	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)

	<ul style="list-style-type: none"> - Aucune hauteur maximum par rapport au sol n'est fixée par les textes. 			
Préenseignes temporaires	<p>Définition Sont considérées comme préenseignes temporaires, celles signalant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ; - des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente de plus de trois mois <p>Durée Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.</p> <p>Règles d'implantation Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux autres publicités.</p> <p>Hors agglomération, elles peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1.5m en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.</p>	<p>Autorisé (Mêmes dispositions que le RNP)</p>	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
ENSEIGNES				
En façade	<ul style="list-style-type: none"> - Ne doit pas dépasser les limites du mur - Saillie max : 0.25m 	<p>Autorisé Règles supplémentaires au RNP :</p>	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)

	<p>Surface cumulée autorisée par établissement (cumul des surfaces des enseignes en façade, perpendiculaire, en toiture, au sol, etc...):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Surface cumulée max = 15% si façade $> 50m^2$ - Surface cumulée max = 25% si façade $< 50m^2$ 	<ul style="list-style-type: none"> - Interdite sur clôtures/murs clôture et balcons/balconnets - Lettres fixées, peintes ou gravées sur la façade ou bandeau support - Ne pas recouvrir des éléments architecturaux (corniches, angle de faïtage, élément de modénature, etc...) - Enseignes en coffre interdites - 1 enseigne à plat par voie ouverte à la circulation + 2 dispositifs maximum apposés sur murs latéraux groupés sur une seule des façades - Sur les murs latéraux : uniquement dispositifs avec d'autres informations (menus) et alignés avec l'enseigne - Écriture parallèle au sol - Hauteur de l'enseigne ne doit pas dépasser 30% de la hauteur de l'ouverture principale - Limitée au RDC sauf si activité à l'étage. Si impossibilité technique justifiée, fixation au-dessus mais sans dépasser limites basses des fenêtres du 1^{er} étage. 		
Clôture/balcon	<ul style="list-style-type: none"> - Elles peuvent être installées devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie - Elles peuvent être installées sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25m par 	<p>Interdit</p> <p>Règles supplémentaires au RNP : Interdit sur murs d'enceinte, de clôture, d'appentis ou annexes, aveugles ou non, ainsi que sur balcons et balconnets</p>	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)

	rapport à lui.			
Perpendiculaire/en drapeau	<ul style="list-style-type: none"> - Ne doit pas dépasser les limites supérieures du mur - Interdit devant une fenêtre - Saillie maximum = $1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant les 2 alignements et maximum 2m. 	<p>Autorisé</p> <p>Règles supplémentaires au RNP :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saillie totale de 1m maximum - Hauteur maximum de 1m - Lettres écrites parallèles au sol - Adaptation possible de la règle et autorisation au cas par cas pour enseignes traditionnelles - Nombre limité à 1 par voie, 2 maximum par établissement - 1 supplémentaire autorisée si plusieurs activités dans l'établissement (ex : bar-tabac) - Implantation alignée avec les enseignes à plat - Enseignes perpendiculaires entre elles si plusieurs autorisées sur une façade - Limitée au RDC sauf si activité à l'étage. - Si impossibilité technique justifiée, fixation au-dessus mais sans dépasser limites basses des fenêtres du 1^{er} étage. - Fixée au plus proche limite séparative - Ne pas gêner la circulation véhicules 	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
Au sol	<ul style="list-style-type: none"> - Installée sur unité foncière où s'exerce l'activité - Distance > 10 m de la baie - 2 enseignes peuvent être accolées si elles sont alignées. - Si plus de 1m² : 1 dispositif par voie ouverte à la circulation publique. - Surface maximum : 6m² - H 6,5m si largeur >1m, H : 8m si largeur <1m 	<p>Autorisé</p> <p>Règles supplémentaires au RNP :</p> <ul style="list-style-type: none"> - De forme libre, le dispositif s'inscrit obligatoirement dans un volume présentant les caractéristiques suivantes : <ul style="list-style-type: none"> • Hauteur maximum : 4m • Largeur maximum : 1,5m • Epaisseur maximum : 0,5m 	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)

		<ul style="list-style-type: none"> - 1 dispositif maximum par voie, à l'exception des chevalets - Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique dispositif. 		
• <i>sur chevalet</i>	<p>Les chevalets autorisés sont uniquement ceux considérés comme des enseignes, c'est-à-dire ceux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - posés sur parcelle privée ou - faisant l'objet d'un accord d'occupation du domaine public 	<p>Autorisé</p> <p>Règles supplémentaires au RNP :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interdit sur balcons - Sur trottoir, passage libre de 1.20m minimum - Maintenu en bon état de propreté - Doit être rentré à la fermeture de l'activité 	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
Auvent/store-banne/marquise	<ul style="list-style-type: none"> - Les enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas 1m 	<p>Autorisé</p> <p>Règles supplémentaires au RNP :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les enseignes sur auvent, store-banne et marquise peuvent supporter des inscriptions, formes ou images ayant le caractère d'enseigne. - Seuls les tombants peuvent accueillir l'enseigne - Seul le nom de l'établissement ou son activité (ex : bar, restaurant, etc...) peut y figurer à l'exclusion de toute publicité commerciale - Inscription sans panneau de fond - Les inscriptions ne sont autorisées qu'au niveau du rez-de-chaussée sauf si l'activité est exercée à l'étage (ex : hôtel) 	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
En toiture	<ul style="list-style-type: none"> - Toit : 60m² cumulé maxi, - H = 3m max si façade <15m - H = 6m max si façade > 15 m 	<p>Interdit</p> <p>Règles supplémentaires au RNP :</p> <p>Interdite, sauf impossibilité technique pour une solution alternative</p>	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)

Lumineuse	<ul style="list-style-type: none"> - Interdites entre 1h et 6 h du matin - Interdites à l'exception des pharmacies et services d'urgence 	Autorisé (Mêmes dispositions que le RNP)	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)
Temporaire	<p>Définition Sont considérées comme enseignes temporaires, celles signalant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois - des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente de plus de trois mois <p>Durée Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.</p>	Autorisé (Mêmes dispositions que le RNP)	= (Dispositions communes aux ZP)	= (Dispositions communes aux ZP)



5.16.2. REGLEMENT



RLP

Règlement Local de Publicité

Un projet pour notre commune

Prescription	Arrêt	Approbation
27/09/2013	29/06/2017	29/10/2019

Sommaire

SOMMAIRE	2
1. PREAMBULE	4
1. PRECISIONS TERMINOLOGIQUES	6
2. DEFINITIONS	6
3. AUTRES DEFINITIONS.....	7
2. LES DISPOSITIONS REGLEMENTAIRES DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE	14
1. DEFINITION DU ZONAGE	15
1.1. ZP1 : Agglomérations des bourgs et villages principaux.....	15
1.2. ZP2 : Les axes d'entrées de ville principales.....	16
3. TITRE I : REGLES GENERALES, COMMUNES A TOUTES LES ZONES.....	19
CHAPITRE A : GENERALITES SUR LES MATERIELS	20
Article A.1. Pérennité et qualité techniques	20
Article A.2. Entretien	20
Article A.3. Accessoires.....	20
CHAPITRE B : DISPOSITIONS COMMUNES RELATIVES AUX PUBLICITES ET PREENSEIGNES	21
Article B.1. Protection des paysages	21
Article B.2. Publicité sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque	22
Article B.3. Publicité de petit format <input checked="" type="checkbox"/>	22
Article B.4. Palissades de chantier <input checked="" type="checkbox"/>	22
Article B.5. La publicité sur bâche <input checked="" type="checkbox"/>	22
Article B.6. Les publicités scellées ou installées directement sur le sol	23
Article B.7. Les publicités lumineuses <input checked="" type="checkbox"/>	23
Article B.8. Publicités installées sur des véhicules spécialement aménagés <input checked="" type="checkbox"/>	24
Article B.9. Préenseignes temporaires <input checked="" type="checkbox"/>	24
CHAPITRE C : DISPOSITIONS COMMUNES RELATIVES AUX ENSEIGNES ..	25
Article C.1. Ensemble des enseignes en façade	25
Article C.2. Enseigne en façade à plat <input checked="" type="checkbox"/>	26
Article C.3. Enseignes sur clôtures, murs de clôture ou d'enceinte, palissades et balcon	27
Article C.4. Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte <input checked="" type="checkbox"/>	27
Article C.5. Enseignes scellées ou installées directement sur le sol <input checked="" type="checkbox"/>	28
Article C.6. Enseignes sur auvent, store-banne et marquise <input checked="" type="checkbox"/>	30
Article C.7. Enseigne sur toiture <input checked="" type="checkbox"/>	30
Article C.8. Enseignes lumineuses <input checked="" type="checkbox"/>	30
Article C.9. Enseignes temporaires <input checked="" type="checkbox"/>	30
4. TITRE II : REGLES SPECIFIQUES A CHAQUE ZONE DE PUBLICITE.....	31
CHAPITRE 1 : DISPOSITIONS APPLICABLES A LA ZONE DE PUBLICITE 1 (ZP1 : AGGLOMERATIONS DES BOURGS ET VILLAGES PRINCIPAUX)	32
Dispositions relatives aux publicités et préenseignes.....	32
Article 1.1. Publicités sur murs, pignons, façades <input checked="" type="checkbox"/>	32
Article 1.2. Clôtures, murs de clôture ou d'enceinte, palissades, balcons <input checked="" type="checkbox"/>	32

CHAPITRE 2 : DISPOSITIONS APPLICABLES A LA ZONE DE PUBLICITE 2
(ZP2 : AXES DES ENTREES DE VILLE PRINCIPALES) 33

Article 2.1. Dispositions relatives aux publicités et préenseignes 33

1. PREAMBULE

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L.581-1 à L.581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, cette partie du Code de l'environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012, et entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) est encadrée conjointement par le Code de l'environnement et le Code de la route.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) communal est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire donné. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager du

territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un RLP, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLP, les dispositions du Règlement National de Publicité (RNP) en vigueur demeurent opposables.

Champ d'application du règlement :

Conformément à l'article L.581-2 du Code de l'environnement, les publicités, enseignes, préenseignes, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du Code de l'environnement et du RLP.

1. Précisions terminologiques

Le présent document porte sur le territoire de la commune d'Orée d'Anjou. Sont ainsi mentionnées dans ce document la communauté de communes du Canton de Champtoceaux ainsi que les communes aujourd'hui déléguées qui la composent. Le règlement du RLP et plus particulièrement la définition des limites du zonage se réfèrent à ces limites administratives initiales.

2. Définitions

L'article L.581-3 du Code de l'environnement définit les dispositifs suivants :

- ⇒ **Publicité** : « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention ».
- ⇒ **Enseigne** : « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. » Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.
- ⇒ **Préenseigne** : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée. »

Définitions issues du guide pratique du Ministère : « La réglementation de la publicité extérieure » (p.11, 12 et 13)

Publicité



Enseigne



Préenseigne



Préenseigne dérogatoire : La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du Code de l'environnement. La dérogation relative aux préenseignes particulièrement utiles pour les personnes en déplacement court jusqu'au 13 juillet 2015.

Art L.581 – 19 du Code de l'environnement :

- ⇒ « Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité »

- **Déclarations**

L'installation, la modification ou le remplacement d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité font l'objet d'une déclaration préalable, définie par le Code de l'environnement.

Les préenseignes dont les dimensions excèdent 1m en hauteur ou 1,5m en largeur sont également soumises à la déclaration préalable.

- **Autorisations**

Les publicités lumineuses sont soumises à autorisation du maire.

Les enseignes sont également soumises à autorisation du maire « sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8, ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à l'autorisation » (article L.581-18, alinéa 3 du Code de l'environnement)

- **Affichage d'opinion**

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations sans but lucratif sont déterminés par arrêté du maire, en application de l'article L.581-13 du Code de l'environnement.

La surface minimum attribuée dans chaque commune à l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est fixée par l'article R.581-2 du Code de l'environnement. La commune d'Orée d'Anjou a pour obligation une surface cumulée minimale de 12m² réservée à ce type d'affichage.

3. Autres définitions

Les termes faisant l'objet d'une définition réglementaire ou législative nationale sont applicables dans le cadre du Règlement Local de Publicité, sous réserve d'une éventuelle évolution législative ou réglementaire de ces définitions.

- **La notion d'agglomération**

Régi par le Code de la route et Code de l'environnement, le territoire est soumis aux dispositions relatives à :

- **La notion géographique d'agglomération :**

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité est l'interdiction de la publicité hors agglomération, en l'admettant au sein de l'agglomération.

⇒ **Publicités et préenseignes : interdites hors agglomération**

⇒ **Enseignes : autorisées dans et hors agglomération**

Agglomération : Au sens de l'article R.110-2 du Code de la route : « Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâties 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. » Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

Le travail sur la notion géographique d'agglomération a été redéfini au travers du travail sur le RLP, en s'appuyant sur les panneaux d'entrée de ville mais aussi sur les réflexions menées dans le cadre du PLU,

concernant notamment les enveloppes urbaines des bourgs, villages et principaux hameaux.

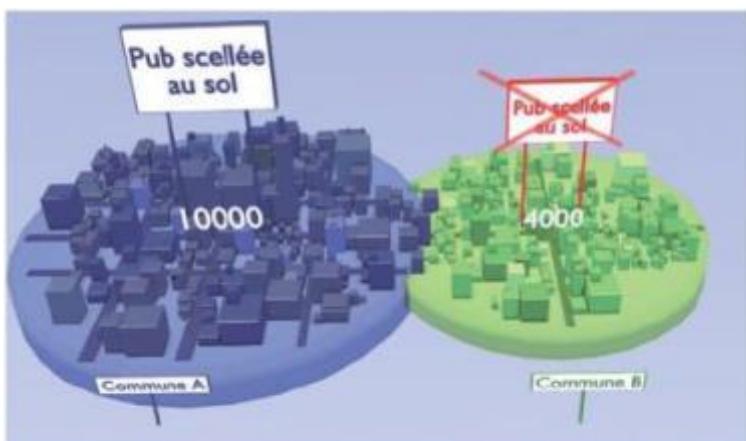
⇒ **Le plan des limites d'agglomération figure en annexe du RLP.**

- **La notion démographique d'agglomération**

Avec la réglementation nationale, les règles sont différentes entre les communes de - 10 000 habitants et celles de + 10 000 habitants. Le régime juridique du passage en commune nouvelle d'Orée d'Anjou ne change pas le principe démographique d'agglomération, le nombre d'habitant s'apprécie dans les limites de chaque agglomération du territoire.

⇒ **Les agglomérations de la commune comportent chacune entre 700 et 2500 habitants, elles appartiennent donc aux « agglomérations de moins de 10 000 habitants » de la réglementation nationale.**

Par exemple, une des principales règles est l'interdiction des publicités scellées au sol pour les communes de moins de 10 000 habitants.



■ **Alignement :**

Au sens de l'article L.112-1, alinéa 1 du Code de la voirie routière, l'alignement correspond à la limite du domaine public routier par rapport aux propriétés riveraines.

■ **Auvent :**

Avancée en matériaux durs en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries.

■ **Bâche :**

Au sens de l'article R.581-53 du Code de l'environnement :

- bâche de chantier : se dit d'une bâche comportant de la publicité installée sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.
- bâche publicitaire : se dit d'une bâche comportant de la publicité et qui n'est pas une bâche de chantier.

■ **Baie :**

Toute surface vitrée pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc...).

■ **Balconnet :**

Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.

■ **Bandeau (de façade) :**

Se dit de la bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

■ **Champ de visibilité :**

Situation d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne visible d'un monument historique (classé ou inscrit) ou visible en même temps que lui. Ces deux critères, dits de co-visibilité, sont alternatifs et non cumulatifs et relèvent de l'appréciation de l'ABF.

■ **Chevalet :**

Dispositif posé sur le sol devant un commerce (presse, restaurant, photographe, etc.). Généralement installé sur le domaine public (trottoir), il fait l'objet d'une autorisation de stationnement.



■ **Coffre (enseigne en) :**

Support épais et généralement creux permettant notamment d'y installer les dispositifs (câbles...) servant à éclairer les inscriptions apposées sur le coffre.



■ **Clôture :**

Terme désignant toute construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Clôture aveugle : Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ajourée.

Clôture non aveugle : Se dit d'une clôture constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

■ **Culturelles (activités) :**

Sont qualifiées comme tels les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

■ **Devanture :**

Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

■ **Déroulant (Panneau) :**

Dispositif constitué d'un caisson vitré à l'intérieur duquel tourne, sur un axe horizontal ou vertical, un train de plusieurs affiches visibles successivement et éclairées par transparence.



■ **Drapeau (enseigne en) :**

Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le côté du dispositif parallèle au mur.

■ **Façade :**

La façade d'une construction s'entend de l'ensemble des murs ou parois de pourtour, pignons inclus. Sont ainsi concernés tous les murs extérieurs d'une construction (par exemple, ses 4 côtés lorsqu'elle est rectangulaire ou carrée). La façade commerciale est la façade d'un commerce constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

■ **Garde-corps :**

Élément ou ensemble d'éléments formant une barrière de protection placée sur les côtés d'un escalier ouvert, ou pourtour d'une toiture-terrasse.

■ **Jambes de force :**

Une jambe de force est un élément qui sert à soutenir une construction.

■ **Marquise :**

Terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

■ **Micro-affichage :**

Publicité d'une taille inférieure à 1 m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines des commerces. Le terme micro-affichage désigne les dispositifs annonçant de la publicité apposés sur la façade, ils sont à différencier des éléments propres aux enseignes.

■ **Mobilier urbain :**

Installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers. Le Code de l'environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques. On distingue 5 types de mobilier urbain : abris destinés au public, kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, colonnes porte-affiches, mâts porte-affiches, le mobilier urbain destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

■ **Mur aveugle :**

Se dit d'un mur ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,5m².

■ **Oriflamme/Porte drapeau :**

Dispositif apposé au sol composé d'un tissu mobile au vent.



■ **Palissade :**

Clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité.

■ **Parcelle :**

Unité de base de division du territoire communal, telle que figurée au cadastre.

■ **Potence (enseigne en) :**

Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le haut du dispositif.

■ **Produits du terroir :**

Expression désignant les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit (ex : domaine viticole, IGP, etc...).

■ **Publicité murale :**

La publicité murale est définie comme toute publicité installée sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité (ex : palissade, mûr de clôture, mûr de bâtiment, etc...).

■ **Saillie :**

Terme désignant la distance qui sépare le dispositif débordant et le nu de la façade.

■ **Scellé au sol :**

Se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne ancrée dans le sol au moyen d'un scellement durable (béton par exemple).



■ **SIL (signalisation d'information locale) :**

Relevant du Code de la route, cette micro signalétique a pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie en raison de son format réduit et de sa normalisation en termes d'homogénéité, de lisibilité et de visibilité. Elle répond à des normes précises notamment en termes de couleurs et d'idéogrammes pouvant y figurer (lettrage, dimensions, activités signalées). Selon l'article L.581-19 dernier alinéa, dans sa rédaction applicable au 13 juillet 2015, seule la SIL pourra se substituer aux préenseignes, dites « dérogatoires », qui signalent, hors agglomération, les activités particulièrement nécessaires aux personnes en déplacement, les activités exercées en retrait de la voie publique et les activités liées à des services publics ou d'urgence.



■ **Store banne :**

Il s'agit d'un store d'extérieur, installé dehors pour équiper une entrée de magasin, restaurant, commerce pour la devanture ou la terrasse, et la protéger du soleil ou des intempéries.

■ **Terrasse (ou toiture-terrasse) :**

Terme désignant une toiture dont la pente est inférieure à 15 %.

■ **Tombant d'un store :**

Partie du store situé à l'avant de celui-ci, généralement non soutenu par des structures porteuses



■ **Totem :**

Dispositif apposé ou scellé au sol, généralement de forme verticale, sans mât et dont le bas de l'ensemble plein, où est inscrite l'enseigne ou la préenseigne, touche quasiment le sol.



■ **Unité foncière :**

Terme désignant un ensemble continu de parcelles cadastrales constituant une même propriété.

■ **Unité urbaine :**

Terme statistique définit par l'INSEE désignant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200m entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

■ **Vitrophanie :**

Adhésif ou autocollant qui s'applique sur la face intérieure d'une vitrine tout en étant visible de l'extérieur. Ce mot est employé lorsque le motif est réalisé du côté collant. Les adhésifs peuvent être transparents ou opaques.

■ **Voie ouverte à la circulation publique :**

Au sens de l'article R.581-1 du Code de l'environnement, il s'agit d'une voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

2. LES DISPOSITIONS RÈGLEMENTAIRES DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

1. Définition du zonage

Deux Zones de Publicité sont instituées dans l'ensemble des lieux qualifiés « agglomération ». Ces zones correspondent :

- ⇒ Pour la Zone de Publicité 1 : les agglomérations des bourgs et villages principaux
- ⇒ Pour la Zone de Publicité 2 : les axes des entrées de villes principales

Le règlement se compose de 2 parties distinctes :

- Les règles communes à toutes les zones sont décrites au Titre I ;
- Les règles spécifiques à chacune des zones de publicité sont énoncées au Titre II.

Pour l'application à des parcelles à cheval sur deux ZP, ce sont toujours les prescriptions les plus restrictives qui s'imposent.

Les voies nouvelles, publiques ou privées, créées après la date d'entrée en vigueur du présent règlement seront soumises aux dispositions des ZP dans lesquelles elles se trouvent.

Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLP, les dispositions du règlement national de publicité (RNP) en vigueur demeurent opposables.

Indépendamment du Code de l'environnement, publicités enseignes et préenseignes sont soumises à d'autres réglementations (Code de la route,

Code de la voirie routière, Code du patrimoine, règlement de voirie municipal, règles d'occupation du domaine public...).

Sont annexés au présent règlement :

- Le document graphique faisant apparaître les Zones de Publicité. Ce document a valeur réglementaire ;
- La cartographie faisant apparaître les éléments réglementaires mentionnés dans le présent règlement littéral. Ce document a valeur réglementaire ;
- L'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération. Celles-ci sont également représentées sur un document graphique ;
- L'arrêté d'interdiction de la publicité sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque. Ce document, indépendant du règlement est tout de même annexé pour information.

1.1. ZP1 : Agglomérations des bourgs et villages principaux

Cette zone, représentée en bleu clair sur le plan de zonage, délimite les agglomérations des bourgs du territoire. C'est un secteur à protéger notamment en raison de la qualité architecturale des bâtiments, de la présence de monuments historiques et pour des motifs de valorisation de la qualité esthétique des bourgs et le cadre de vie des habitants. Les rues principales accueillent généralement des petits commerces au rez-de-chaussée et sont fréquentées par les piétons. Afin de maîtriser l'affichage dans les zones résidentielles où les besoins en affichage publicitaire sont

moindres, l'ensemble des agglomérations principales est également couvert par le zonage de la ZP1.

Cette ZP1 concerne les secteurs suivants (hors entrées de ville principales couverts par la ZP2) et hors zones économiques, artisanales et industrielles :

- Le bourg de Bouzillé ;
- Le bourg de Champtoceaux, le village du Quarteron/La Chetinière et le hameau du Vau Brunet ;
- Le bourg de Drain ;
- Le bourg de La Varenne et les villages des Basses Sauzaies et des Grenette ;
- Le bourg de Landemont et le hameau de La Pouquelière ;
- Le bourg de Liré et le village du Fourneau ;
- Le bourg de Saint-Christophe-La-Couperie ;
- Le bourg de Saint-Laurent-des-Autels et le village du Barbotin ;
- Le bourg de Saint-Sauveur-de-Landemont.

Les limites de cette ZP reprennent ainsi les enveloppes des agglomérations, à l'exception des axes des entrées de ville et les zones artisanales et d'activités.

1.2. ZP2 : Les axes d'entrées de ville principales

Cette zone, représentée en bleu foncé sur le plan de zonage, délimite les axes des entrées de ville principales du territoire de l'Orée d'Anjou. Les entrées de ville marquent et influencent fortement la perception de l'ensemble du territoire car elles véhiculent la première image d'une ville et de son accueil.

Cette ZP2 concerne les axes des entrées de ville principales des bourgs et couvre de domaine public et privé sur une distance de 30 mètres de part et d'autre des axes de circulation et à l'intérieur des enveloppes d'agglomération. Cette zone ne concerne toutefois pas les zones artisanales et d'activités.

Les limites de la ZP2 sont réadaptées en fonction du contexte propre à chaque bourg : elle prend en compte les ensembles architecturaux particuliers à couvrir et s'applique sur une séquence à caractère d'entrée de ville, le plus souvent - dans le sens de l'entrée - au départ de l'enveloppe d'agglomération jusqu'à un croisement avec une des rues principales du bourg.

Ainsi le périmètre est défini comme suit pour chaque agglomération :

NB : le terme « entrée d'agglomération » concerne la limite d'agglomération fixée en annexe du RLP, et non la position du panneau d'entrée d'agglomération actuelle.

Bouzillé

- Depuis le Nord-Ouest : D751 (Rue d'Anjou), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Route de la Loire ;

- Depuis le Nord-Est : D751 (Rue d'Anjou), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec le Chemin du Rabotteau ;
- Depuis le Sud : D252 (Rue des Mauges), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue de Guette Lièvre.

■ **Champtoceaux**

- Depuis le Nord : D751 (Haute Rive), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue Marguerite de Clisson ;
- Depuis le Nord-Ouest : D751 (Rue du Docteur Giffard), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue Marguerite de Clisson ;
- Depuis le Sud : D153 (Rue du Pont-Trubert), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au giratoire du croisement avec la Rue Jean V ;
- Depuis le Sud-Est : D17 (Rue de Vendée), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au giratoire du croisement avec la D153 (Rue du Pont Trubert).

■ **Drain**

- Depuis le Nord : D751 puis D154 (Rue du Fief du Château), depuis l'entrée d'agglomération par la D751 jusqu'au croisement entre la Rue du Fief du Château et la Rue Saint-Julien ;
- Depuis l'Ouest : D253 (Rue des Coteaux), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue des Trois Couleurs ;

- Depuis le Sud : D154 (Le Pontreau), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue du Moulin ;
- Depuis l'Est : Rue du Bourgautron, depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au giratoire du croisement avec la Rue des Gâts.

■ **La Varenne**

- Depuis l'Est : D751, depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec le Chemin de l'Aireau Lamy ;
- Depuis l'Ouest : D751, depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue de la Tancrère.

■ **Landemont**

- Depuis le Nord : D153 (Route de Saint-Sauveur), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Route de Nantes ;
- Depuis l'Ouest : D23 (Route de Nantes), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue de la Paix ;
- Depuis le Sud : D153 (Route de Vallet), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue du Soleil Levant ;
- Depuis l'Est : D23 (Rue d'Anjou), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue des Platanes.

■ **Liré**

- Depuis le Nord : Rue du Val de Loire, depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la D751 (Rue de la Pléiade) ;

- Depuis l'Ouest : D751 (Rue de la Pléiade) depuis l'entrée d'agglomération jusqu'à la sortie d'agglomération, avant le passage au-dessus de la D763 ;
- Depuis le Sud : Rue des Mauges, depuis l'entrée d'agglomération jusqu'à l'emplacement actuel du panneau d'entrée d'agglomération de Liré et la première maison après le domaine du Moulin Giron ;
- Depuis l'Est : D751 (Rue d'Anjou), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'à la sortie d'agglomération, avant le passage au-dessus de la D763.

■ Saint-Christophe-la-Couperie

- Depuis Le Nord-Est : D154 (Rue du Calvaire), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue des Lavandières ;
- Depuis l'Ouest : D154 (Route de la Boissière), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue des Pressoirs.

■ Saint-Laurent-des-Autels

- Depuis le Nord : D17 (Rue du Val de Loire), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue du Lavoir ;
- Depuis l'Ouest : D23 (Rue Nantaise), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue Saint-Sauveur ;
- Depuis l'Ouest : D763 (Rue de Vendée), depuis l'emplacement actuel du panneau d'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la D23 ;

- Depuis le Nord-Est : D763 (Rue Joachim du Bellay), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue du Maroni ;
- Depuis l'Est : D17 (Rue des Mauges), après la zone d'activités et depuis l'emplacement actuel du panneau d'entrée d'agglomération, jusqu'au croisement avec la D154 (Rue Saint-Christophe) ;
- Depuis le Sud : D154 (Rue Saint-Christophe), depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec la Rue de la Rabotellerie ;
- Depuis le Sud-Est : D80 (Rue de l'Etang), depuis l'entrée d'agglomération et le panneau d'entrée du Barbotin, jusqu'au panneau de sortie d'agglomération du Barbotin et le giratoire du croisement avec la D17.

■ Saint-Sauveur-de-Landemont

- Depuis le Nord : D153, depuis l'entrée d'agglomération jusqu'au croisement avec le Chemin des Moutons ;
- Depuis le Sud-Est : D153, depuis l'entrée d'agglomération jusqu'à l'angle de l'Eglise et la Mairie.

Code couleur et pictogrammes du document :

- Dispositifs autorisés
- Dispositifs autorisés sous conditions propres au RLP
- Dispositifs interdits (exceptions possibles)

Le présent règlement rappelle certaines dispositions réglementaires issues du Règlement National en matière de Publicité extérieure (RNP). Ces éléments figurent en *italique violet*.

3. TITRE I : REGLES GENERALES, COMMUNES A TOUTES LES ZONES

Les dispositions suivantes s'appliquent à l'ensemble du territoire communal, dans et hors agglomération.

Chapitre A : Généralités sur les matériels

Article A.1. Pérennité et qualité techniques

Les matériels destinés à recevoir des publicités, enseignes et préenseignes sont choisis, installés et entretenus par leurs exploitants afin de garantir la pérennité de leur aspect initial et la conservation, dans le temps, de leurs qualités techniques.

Tous les dispositifs résistent aux phénomènes météorologiques compris dans les limites des règles et normes en vigueur, garantissant la sécurité des personnes et des biens.

Article A.2. Entretien

Les matériels sont inspectés et entretenus dans les règles de l'art.

Chaque intervention sur l'installation donne lieu à une vérification complète, au remplacement des pièces défectueuses, au nettoyage du matériel et de ses abords. Les parties défaillantes des dispositifs lumineux doivent être réparées ou remplacées sans délai.

Les dispositifs dotés d'un moteur électrique doivent être munis de systèmes de rotation parfaitement entretenus dont les valeurs de bruit sont conformes aux dispositions du décret n°2006-1099 du 31 août 2006 relatif à la lutte contre les nuisances sonores.

Tout défaut d'entretien ou de maintenance constaté devient une infraction au présent arrêté si la remise en état n'intervient pas dans les 7 jours suivant le constat adressé par la ville à l'opérateur, sauf cas de force majeure.

Article A.3. Accessoires

Dans un souci d'esthétique et de préservation de l'environnement, les accessoires suivants sont interdits : jambes de forces, haubans, pieds-échelle, fondations (béton) dépassant le niveau du sol, gouttières à colle.

Les dispositifs permanents (passerelles, etc.) facilitant la pose des affiches sont interdits. Ceux-ci devront être obligatoirement amovibles ou escamotables et esthétiques, en harmonie avec le dispositif publicitaire et son environnement immédiat.

Chapitre B : Dispositions communes relatives aux publicités et préenseignes

Dans la mesure où l'article L.581-19 dispose que les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent les publicités, les dispositions suivantes s'appliquent tant à la publicité qu'aux préenseignes.

La publicité et les préenseignes hors agglomération respectent le Règlement National de Publicité. Pour mémoire, la publicité est interdite dans les espaces hors agglomération, à l'exception des préenseignes dérogatoires dans les conditions fixées par l'article L.581-19 du Code de l'Environnement.

Toute publicité sous quelque forme que ce soit est interdite en dehors des Zones de Publicité délimitées par le présent RLP, à l'exception des préenseignes dérogatoires dans les conditions fixées par l'article L.581-19 du Code de l'Environnement.

Toute publicité sous quelque forme que ce soit est interdite au sein du hameau de La Patache délimité au zonage, à l'exception des préenseignes dérogatoires dans les conditions fixées par l'article L.581-19 du Code de l'Environnement.

Toute publicité sous quelque forme que ce soit est interdite au sein des zones agricoles et naturelles en agglomération délimitées au zonage.

Article B.1. Protection des paysages

*Pour rappel de la RNP, toute publicité est interdite :
« [...] 1° Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ; [...] ;
4° Sur les arbres. [...] »
(Art. L.581-4 du Code de l'Environnement)*

Ainsi, les sites classés du territoire et les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques sont concernés par cette interdiction et figurent au zonage en annexe n°5.16.3.1.

Toute publicité sous quelque forme que ce soit est interdite dans les zones naturelles et agricoles telles que définies au zonage en annexe n° 5.16.3.1. du présent RLP.

Toute publicité sous quelque forme que ce soit est interdite sur les parcelles sans construction, installation ou annexe.

La publicité devra s'inscrire dans une forme régulière sans découpage ou rajout qui aurait pour effet d'en augmenter le format initial.

Pour rappel de la RNP, « la publicité est interdite sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électriques, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, (...) » – (Art R.581-22-1).

Article B.2. Publicité sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque

En vertu de l'arrêté portant interdiction de la publicité sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque pris le 13/09/2019, les publicités et préenseignes sous quelque forme que ce soit sont interdites sur les éléments listés et cartographiés à l'annexe n°5.16.3.3 du présent RLP. Cette interdiction s'applique uniquement sur les immeubles identifiés, et non à leurs abords immédiats (100 mètres et champ de visibilité).

Article B.3. Publicité de petit format

Les dispositifs de petit format sont intégrés à la devanture commerciale et non à la seule baie. Ils peuvent donc être apposés sur tous les éléments composant la devanture : vitrine, porte d'entrée, piliers d'encadrement de part et d'autre des ouvertures.

Ils doivent avoir une surface unitaire inférieure à 1m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus de 1/10e de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de 2m². Ils ne doivent pas être apposés à moins de 0.5m du sol.



NB : les dispositifs relatifs à l'activité qui s'y exerce (ex : distributeur de presse), sont à considérer comme des enseignes.

Article B.4. Palissades de chantier

L'affichage publicitaire sur palissades de chantier est autorisé selon les dispositions du RNP.

Article B.5. La publicité sur bâche

La publicité sur bâche (bâches de chantier ou bâches publicitaires) est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Article B.6. Les publicités scellées ou installées directement sur le sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite pour les communes de moins de 10 000 habitants, sauf chevalets et mobilier urbain.

■ Publicité sur mobilier urbain

La publicité ou préenseigne est admise sur le mobilier urbain dans les conditions fixées par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

Le mobilier urbain peut à titre accessoire supporter de la publicité.

Ils sont destinés à recevoir des informations non publicitaires (informations municipales, œuvres artistiques, plans de ville, etc.) et ne peuvent supporter des publicités commerciales dont la surface totale excède celle réservée aux informations à caractère non publicitaire.

Les prescriptions suivantes doivent être respectées :

- Surface limitée à 2m² par face ;
- Hauteur du dispositif (pied compris) par rapport au niveau du sol de 3m maximum.

Lorsque le dispositif est exploité recto-verso, les deux faces ne doivent pas présenter de séparations visibles : la juxtaposition de plateaux à « flancs ouverts » est interdite. Lorsque le dispositif est simple face, son dos est carrossé.

■ Chevalets

Les chevalets, fléchages effigies, porte-menus et autres moyens fixes ou animés, étant une occupation du domaine public sont soumis à autorisation du Maire.

Les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces entrent dans la catégorie des préenseignes. Ils ne sauraient être regardés comme des enseignes, puisqu'ils ne sont pas apposés sur l'immeuble où s'exerce l'activité.

Ainsi, les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces ne faisant pas l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public sont donc interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Ne sont autorisés uniquement les chevalets considérés comme des enseignes, c'est-à-dire faisant l'objet d'une occupation du domaine public.

Il est indispensable que la libre circulation des piétons, des personnes à mobilité réduite et l'accès des équipes techniques de maintenance et de sécurité aux équipements publics fixes soient préservés. Aussi, toute installation doit tenir compte de la configuration de la voirie : un passage libre de tout obstacle d'une largeur minimale de 1,20m doit être maintenu en permanence sur le trottoir devant l'établissement concerné.

L'installation de chevalet sur balcon et balconnet est interdite.

Le dispositif doit être maintenu en parfait état de propreté, il ne peut pas être fixé au sol ni enchaîné au mobilier urbain ou à la signalisation routière, et doit pouvoir être déplacé à tout moment. Il est impérativement rentré le soir, à la fermeture de l'activité à l'intérieur de l'établissement.

Article B.7. Les publicités lumineuses

La publicité lumineuse est autorisée uniquement éclairée par projection ou par transparence. Les publicités numériques sont interdites pour les communes de moins de 10 000 habitants. Pour rappel, les publicités lumineuses sont soumises à l'extinction nocturne entre 1h et 6h du matin.

- les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Article B.8. Publicités installées sur des véhicules spécialement aménagés

Sont concernés les véhicules « utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes ». Outre les véhicules publicitaires roulant, les véhicules stationnant en permanence, dans un rond-point ou dans des lieux de fort trafic par exemple sont aussi à considérer comme tel.

La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12m².

Ces préenseignes sont autorisées. Leur nombre est limité à quatre par opération immobilière. Hors agglomération, elles peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1.5m en largeur.

Article B.9. Préenseignes temporaires

Les préenseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (Art. L.581-20) :

- les préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

Les préenseignes pour les manifestations exceptionnelles sont autorisées suivant les dispositions prévues par le RNP.

Chapitre C : Dispositions communes relatives aux enseignes

Les enseignes sont soumises à autorisation sur la totalité du territoire communal, aggloméré ou non.

Cette autorisation est accordée ou refusée par le maire, après avis de l'Architecte des bâtiments de France lorsque celui-ci est requis, conformément aux articles R.581-9 à R.581-13 du Code de l'environnement.

Article C.1. Ensemble des enseignes en façade

Les enseignes en façade respecteront les dispositions réglementaires du RLP aux articles du présent règlement, dans le cadre des formats maximaux de surfaces cumulées des enseignes en façade fixées par le Code de l'Environnement (Art. R.581-63).

La règle se fonde sur un rapport entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade commerciale (Art. R.581-63). Elles ne peuvent avoir une surface cumulée supérieure à :

15% de la surface de la façade si celle-ci est supérieure ou égale à 50m²;

25% lorsque la façade commerciale est inférieure à 50m².

En principe, les façades latérales ou arrière d'un bâtiment commercial ne sont pas considérées comme des façades commerciales. Mais, si elles sont utilisées pour accueillir des enseignes, elles sont assimilées à des façades commerciales.

Lorsque plusieurs activités occupent un même bâtiment, le cumul de toutes les enseignes, toutes activités confondues, doit respecter les pourcentages qui viennent d'être indiqués.

Les enseignes perpendiculaires entrent dans le calcul de la surface. Le recto et le verso se cumulent.

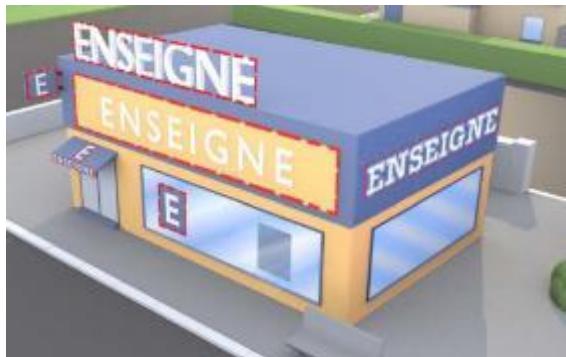
La façade à considérer est celle sur laquelle est apposée l'enseigne. La surface de référence inclut les baies commerciales.

Lorsque les inscriptions, formes ou images sont apposées sur un panneau de fond, c'est la surface du panneau qui doit être prise en compte. A plat, sur un mur ou perpendiculaire à celui-ci, la surface totale du fond est décomptée, quand bien même le logo ou la marque n'occuperait qu'une faible surface dudit fond.

Le calcul est identique si le fond est peint directement sur le mur. En effet, dans le respect de l'esprit de la protection du cadre de vie, il faut considérer la surface utile et non la surface utilisée : c'est bien le panneau qui constitue un élément supplémentaire dans le paysage, altérant perspective ou architecture.

En absence de fond (ni panneau, ni peinture) est prise en compte la surface du rectangle dans lequel s'inscrit l'inscription, forme ou image. Le calcul ne saurait être fait lettre par lettre : le rectangle fictif englobe la totalité de l'inscription. Cette forme de calcul s'appliquera donc exclusivement aux enseignes en toiture et aux enseignes constituées de lettres, signes, formes logos ou images découpés et apposés directement sur le mur support.

Article C.2. Enseigne en façade à plat



La surface des enseignes doit être considérée pour chacune selon le pointillé.



Sur chaque façade, la surface cumulée des enseignes (en vert) est comparée à la surface totale de la façade (hauteur x largeur), baies comprises. Les publicités et le microaffichage (en rouge) n'entrent pas en compte dans le calcul de la surface des enseignes.

Source : Guide pratique - Réglementation de la publicité extérieure (2014, Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie)

Les enseignes en façade sont autorisées.

Il est rappelé que la pose d'enseigne est soumise à autorisation et à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France sur les immeubles classés ou inscrits à l'inventaire des monuments historiques et dans le périmètre de leurs abords.

■ Format

D'une manière générale, une préférence sera accordée aux enseignes figuratives, évocatrices de l'activité traditionnelle ou de la marque représentée par l'établissement.



Une harmonie des couleurs des enseignes avec les menuiseries des façades sera recherchée.

Les lettres seront fixées, peintes ou gravées directement sur la façade ou sur un bandeau support.

L'enseigne doit être plus longue que large. Sa hauteur est adaptée en fonction du volume et de la configuration du bâtiment sans dépasser 30% de la hauteur de l'ouverture principale.

L'écriture doit se faire parallèlement au niveau du sol.

Les enseignes en coffre sont interdites.

■ Densité

N'est autorisée par voie ouverte à la circulation qu'une seule enseigne principale apposée à plat sur le mur (ou parallèlement au mur). Les établissements ayant des façades sur deux voies différentes pourront donc fixer 1 enseigne à plat par voie ouverte à la circulation.

En plus de l'enseigne principale, deux dispositifs maximums peuvent être apposés sur les murs latéraux des ouvertures, groupés uniquement sur une des façades ouvertes à la circulation et dans le cas où ces dispositifs latéraux supportent des informations complémentaires relatives à l'activité en question, autre qu'uniquement le nom de l'activité (menu, horaires d'ouvertures, etc.). Dans ce cas, la limite extérieure du dispositif doit être alignée avec la limite du bandeau de l'enseigne.

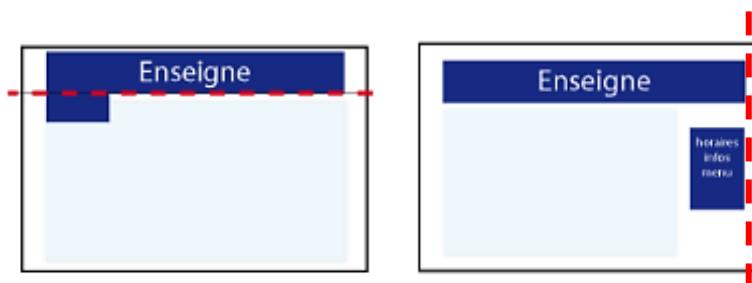
Une même information, forme ou image ne peut être répétée plusieurs fois sur une même façade.

■ Règles d'implantation

L'implantation des enseignes en façade est limitée au niveau du rez-de-chaussée sauf si l'activité est exercée à l'étage. En cas d'impossibilité technique justifiée, les enseignes peuvent être fixées au-dessus du niveau du rez-de-chaussée mais sans dépasser les limites basses des fenêtres du 1er étage. Les enseignes en façade sont interdites sur balcons et balconnets.

Les enseignes en façade ne doivent pas masquer tout ou partie des éléments d'architecture d'une façade (corniche, encadrement d'ouverture, chaîne d'angle, bandeau, etc...).

L'enseigne ne doit pas dépasser sur les vitrines des commerces.



Article C.3. Enseignes sur clôtures, murs de clôture ou d'enceinte, palissades et balcon ☒

Les enseignes sur clôtures, murs de clôture ou d'enceinte et palissades sont interdites. Les enseignes sur balcon ou balconnets sont interdites.

Article C.4. Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ✓

■ Format

La saillie totale du dispositif, scellement compris, ne doit pas dépasser 1m.

Les enseignes perpendiculaires ne doivent pas dépasser une hauteur de 1m.

Les lettres écrites des enseignes perpendiculaires doivent être parallèles au sol.

Des adaptations de la règle du format pourront être appréciées au cas par cas pour les enseignes traditionnelles, à l'ancienne en fer forgé, en formes découpées. L'enseigne perpendiculaire peut-être originale (bois, métal, ...) ainsi que la forme ajourée, plate, en volume ou bas-relief.

■ Densité

Pour les établissements n'exerçant qu'une seule activité, les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation, pour 2 enseignes perpendiculaires maximum par établissement.

Pour les établissements où s'exercent plusieurs activités (ex : tabac-presse), une enseigne perpendiculaire supplémentaire est autorisée, pour un nombre total d'enseignes posées perpendiculairement maximum de 3 par établissement.

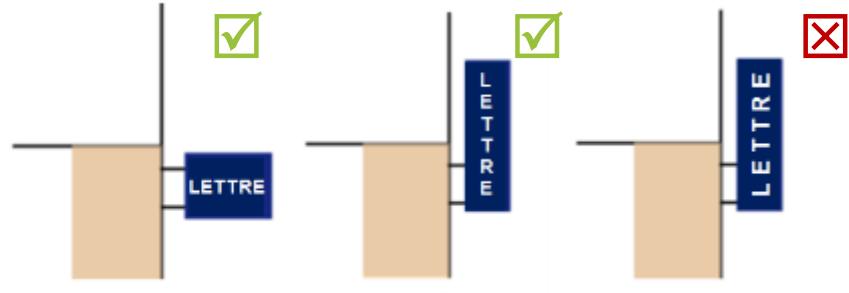
■ Règles d'implantation

L'implantation des enseignes est limitée au rez-de-chaussée, sauf si l'activité est exercée à l'étage. En cas d'impossibilité technique justifiée, les enseignes peuvent être fixées au-dessus du niveau du rez-de-chaussée mais sans dépasser les limites basses des fenêtres du 1er étage.

Les limites supérieures des enseignes (à plat et perpendiculaire) d'une activité doivent être implantées (sauf en cas d'impossibilité technique justifiée) à la même hauteur par rapport au niveau du sol.

L'implantation de l'enseigne ne devra pas gêner la circulation des piétons et des véhicules de grande taille.

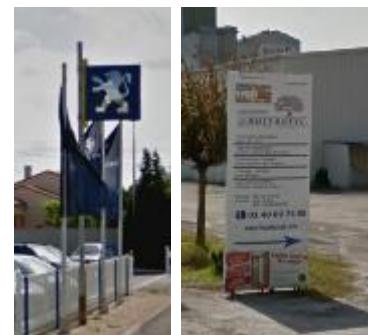
Si plusieurs enseignes perpendiculaires sont autorisées sur une même façade, elles devront être alignées entre elles sur un plan horizontal sur une même façade.



Article C.5. Enseignes scellées ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont installées sur l'unité foncière où s'exerce l'activité.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol peuvent revêtir les formes les plus diverses : panneaux de toutes formes reposant sur un ou plusieurs pieds, drapeaux en tissu ou en matériaux rigides, totems, kakemonos, mâts de toute section.



Toute enseigne au sol est interdite pour les activités dont le bâtiment se trouve en retrait de moins de 5 mètres de la voie publique.

■ Format

La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les enseignes scellées ou installées directement sur le sol s'inscrivent obligatoirement dans un volume rectangulaire présentant les caractéristiques suivantes :

- Hauteur maximum : 4m
- Largeur maximum : 1,5m
- Epaisseur maximum : 0,5m

■ Densité

Le long de chaque voie bordant l'unité foncière où est installée l'activité, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à un dispositif, excepté concernant les chevalets. Ainsi, à l'exception des chevalets, il ne pourra être implanté qu'un seul mât ou un totem ou autre forme d'enseigne au sol par voie riveraine, soit deux pour un établissement ayant des façades sur deux voies différentes.

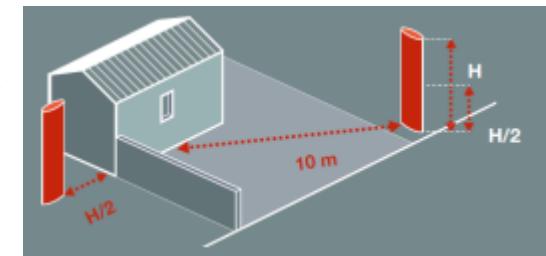
Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière.

En outre, les mâts supportant des drapeaux ou oriflammes peuvent être autorisés pour la réalisation d'enseignes permanentes. Lorsque leur surface excède 1m², ils se substituent à toute autre enseigne scellée ou posée au sol, et sont limités à un le long de chaque voie ouverte à la circulation bordant l'établissement.

■ Règles d'implantation

« Les enseignes de plus d'1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie » (Art. R.581-64).

« Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété » (Art. R.581-64).



La règle du H/2 est la même que pour les publicités (Art. R.581-33), mais elles peuvent être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur des fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Article C.6. Enseignes sur auvent, store-banne et marquise

Les enseignes sur auvent, store-banne et marquise peuvent supporter des inscriptions, formes ou images ayant le caractère d'enseigne.

Seuls les tombants peuvent accueillir l'enseigne.

Seul le nom de l'établissement ou son activité (ex : bar, restaurant, etc.) peut y figurer à l'exclusion de toute publicité commerciale.

Les enseignes sur auvent, store-banne et marquise doivent être constituées sans panneau de fond.

Les inscriptions ne sont autorisées qu'au niveau du rez-de-chaussée sauf si l'activité est exercée à l'étage (ex : hôtel).

Article C.7. Enseigne sur toiture

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites, sauf si impossibilité technique d'un autre mode d'implantation.

Article C.8. Enseignes lumineuses

Les enseignes clignotantes sont interdites sauf pour les pharmacies et services d'urgence.

Article C.9. Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (Art. L.581-20) :

- Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois.
- Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Les deux catégories des enseignes temporaires sont autorisées suivant les dispositions prévues par le RNP.

4. TITRE II : REGLES SPECIFIQUES A CHAQUE ZONE DE PUBLICITE

Chapitre 1 : Dispositions applicables à la Zone de Publicité 1 (ZP1 : agglomérations des bourgs et villages principaux)

Dans la mesure où l'article L.581-19 dispose que les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent les publicités, les dispositions suivantes s'appliquent tant à la publicité qu'aux préenseignes.

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes

Article 1.1. Publicités sur murs, pignons, façades

■ Format

La surface totale d'une publicité murale ne peut excéder 4 m².

Aucun point d'une publicité ne peut s'élever à plus de 6 mètres du sol (mesurés au pied du mur).

Les publicités murales seront de format rectangulaire (Hauteur = 3/4 largeur).

La publicité devra s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière sans découpage ou rajout qui aurait pour effet d'en augmenter le format initial.

■ Densité

Une unité foncière ne peut accueillir qu'une seule publicité.

■ Règles d'implantation

Les publicités ne doivent pas masquer, même partiellement, les éléments de modénature et d'architecture des façades : corniche, bandeau, encadrement des ouvertures, chaîne d'angle, soubassement).

Une publicité est implantée en retrait des chaînages, à 0,50m au moins de toute arête (faîte d'un mur, angle de chaînage).

Sur les façades et les pignons, elle est implantée sous la ligne d'égout de toiture le plus proche ou alignée sur celui-ci.

Si le mur comporte une ouverture (possibilité seulement pour les ouvertures réduites inférieures à 0.5m²), le dispositif est installé à 0,50m au moins de celle-ci.

L'implantation doit respecter une distance minimale de 1m par rapport au sol.

La saillie maximum autorisée par rapport au mur est de 0.25 m (il s'agit de l'épaisseur du dispositif apposé au mur).

Article 1.2. Clôtures, murs de clôture ou d'enceinte, palissades, balcons

Les publicités sont interdites sur les murs de clôture ou d'enceinte et les clôtures, aveugles ou non, ainsi que sur les murs d'appentis ou annexe.

Les publicités sont interdites sur les balcons et balconnets.

Chapitre 2 : Dispositions applicables à la Zone de Publicité 2 (ZP2 : axes des entrées de ville principales)

Article 2.1. Dispositions relatives aux publicités et préenseignes

La publicité est interdite, à l'exception des formes suivantes :

- Sur palissade de chantier, selon les dispositions du RNP ;
- Les préenseignes dérogatoires, selon les dispositions du RNP ;
- Les préenseignes temporaires, selon les dispositions du RNP ;
- Sur véhicules spécialement aménagés ;
- Sur mobilier urbain et chevalets considérés comme des enseignes.

■ Publicité sur mobilier urbain

La publicité ou préenseigne est admise sur le mobilier urbain dans les conditions fixées par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

Le mobilier urbain peut à titre accessoire supporter de la publicité.

Ils sont destinés à recevoir des informations non publicitaires (informations municipales, œuvres artistiques, plans de ville ...) et ne

peuvent supporter des publicités commerciales dont la surface totale excède celle réservée aux informations à caractère non publicitaire.

Les prescriptions suivantes doivent être respectées :

- *Surface limitée à 2m² par face ;*
- *Hauteur du dispositif (pied compris) par rapport au niveau du sol de 3m maximum.*

Lorsque le dispositif est exploité recto-verso, les deux faces ne doivent pas présenter de séparations visibles : la juxtaposition de plateaux à « flancs ouverts » est interdite. Lorsque le dispositif est simple face, son dos est carrossé.

Chevalets

Les chevalets, fléchages effigies, porte-menus et autres moyens fixes ou animés, étant une occupation du domaine public sont soumis à autorisation du Maire.

Les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces entrent dans la catégorie des préenseignes. Ils ne sauraient être regardés comme des enseignes, puisqu'ils ne sont pas apposés sur l'immeuble où s'exerce l'activité. Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les préenseignes qui y sont installées sont considérées comme des enseignes.

Ainsi, les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces ne faisant pas l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public sont donc interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Ne sont autorisés uniquement les chevalets considérés comme des enseignes, c'est-à-dire faisant l'objet d'une occupation du domaine public.

Il est indispensable que la libre circulation des piétons, des personnes à mobilité réduite et l'accès des équipes techniques de maintenance et de sécurité aux équipements publics fixes soient préservés. Aussi, toute installation doit tenir compte de la configuration de la voirie : un passage libre de tout obstacle d'une largeur minimale de 1,20m doit être maintenu en permanence sur le trottoir devant l'établissement concerné.

L'installation de chevalet sur balcon et balconnet est interdite.

Le dispositif doit être maintenu en parfait état de propreté, il ne peut pas être fixé au sol ni enchaîné au mobilier urbain ou à la signalisation routière, et doit pouvoir être déplacé à tout moment. Il est impérativement rentré le soir, à la fermeture de l'activité à l'intérieur de l'établissement.



5.16.4. BILAN DE CONCERTATION



RLP

Règlement Local de Publicité

Un projet pour notre commune

Prescription	Arrêt	Approbation
27/09/2013	29/06/2017	29/10/2019

Sommaire

SOMMAIRE	2
1. CONTEXTE ET MODALITES DE LA CONCERTATION.....	3
1.1. <i>L'obligation de concertation dans le Règlement Local de Publicité (RLP).....</i>	3
1.2. <i>Les modalités de concertation définies dans la délibération d'élaboration du RLP</i>	3
2. PRESENTATION DES ACTIONS DE CONCERTATION	3
2.1. <i>Affichage en mairie de la délibération de prescription d'élaboration du RLP</i>	3
2.2. <i>Page internet dédiée à la procédure du RLP.....</i>	4
2.3. <i>Mise à disposition d'un registre de concertation.....</i>	4
2.4. <i>Organisation d'une réunion publique</i>	4
2.5. <i>Bilan des actions de concertation</i>	5

1. Contexte et modalités de la concertation

1.1. L'obligation de concertation dans le Règlement Local de Publicité (RLP)

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite « Grenelle II », complétée par le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 a réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes. La loi a notamment rendu obligatoire la concertation auprès du public pendant l'élaboration du projet de RLP. Le processus d'élaboration du RLP prend comme référence le processus d'élaboration du Plan Local d'Urbanisme (PLU).

Conformément à l'article L.103-3 du code de l'urbanisme, l'organe délibérant de la collectivité ou de l'établissement public précise les modalités de concertation.

À l'arrêt du PLU, le bilan de la concertation est présenté devant les instances compétentes. Le bilan énonce les moyens de concertation mis en œuvre tout au long de la procédure d'élaboration, et relate d'une part les remarques émises par les personnes ayant participé à la concertation et d'autre part, les analyses au regard du projet global de la commune.

La concertation permet d'associer la population à la procédure d'élaboration du nouveau RLP en mettant en place des outils et des temps d'information réguliers.

1.2. Les modalités de concertation définies dans la délibération d'élaboration du RLP

La délibération en date du 27 décembre 2013 prescrivant l'élaboration du RLP (anciennement RLPI), complétée par délibération du 26 juin 2014 a fixé les objectifs de l'élaboration du RLP en matière de publicité extérieure ainsi que les modalités de concertation suivantes :

- Informations régulières sur le site internet de la commune (anciennement Communauté de Communes) ainsi que dans les bulletins municipaux ;
- Informations régulières par voie de presse ;
- Points sur l'avancée des travaux conjoints aux étapes majeurs du PLU ;
- Registre mis à disposition de la population à la Commune (anciennement Communauté de Communes) et dans les communes déléguées.

2. Présentation des actions de concertation

2.1. Affichage en mairie de la délibération de prescription d'élaboration du RLP

La délibération en date du 27 septembre 2013 prescrivant l'élaboration du RLP a fait l'objet d'un affichage en mairie. Cette délibération énonce

les objectifs poursuivis de l'élaboration du RLP communal en matière de publicité extérieure suivants :

- Protéger le patrimoine bâti de la pollution visuelle ;
- Préserver les entités paysagères remarquables des bords de Loire de l'affichage publicitaire non contrôlé.

Ainsi, cet affichage en mairie a permis d'informer le public des objectifs poursuivis et des outils et temps réservés à la concertation au cours de la procédure l'élaboration du RLP.

Les services de l'Etat ont demandé de compléter la délibération prise le 27 septembre 2013 concernant les modalités de concertation pour l'élaboration de ce RLP. Ces modalités figuraient déjà sur la délibération de l'élaboration du PLU (anciennement PLUi avant la création de la commune nouvelle d'Orée d'Anjou), ainsi reprises pour le RLP dans la délibération du 26 juin 2014 :

- Information régulière sur le site internet de la commune ainsi que dans les bulletins municipaux ;
- Informations régulières par voie de presse ;
- Point sur l'avancée des travaux aux étapes majeures du PLU ;
- Registre mis à disposition de la population.

2.2. Page internet dédiée à la procédure du RLP

La commune a ouvert une page Internet réservée à la procédure du RLP sur le site Internet de la commune d'Orée d'Anjou. La page récapitule les

objectifs du RLP, contextualisés concernant les secteurs à enjeux sur le territoire communal.

De plus, cette page contient un lien vers la page internet du site Service-public.fr consacrée au Règlement Local de Publicité. Cette dernière page précise ainsi la définition du RLP, les objectifs poursuivis par ce type de document, les dispositifs régis par un RLP et les modalités de police dans le cas de l'élaboration d'un tel document.

La page internet permet ainsi de relayer l'information de l'élaboration du RLP, les objectifs poursuivis sur le territoire de l'Orée d'Anjou au-travers de ce document, sa portée et son contenu.

2.3. Mise à disposition d'un registre de concertation

La commune a mis à disposition du public un registre de concertation et ce, tout au long de la procédure d'élaboration du RLP. Toute personne intéressée peut y inscrire ses observations qui sont prises en compte dans l'élaboration du projet de RLP.

2.4. Organisation d'une réunion publique

Le RLP s'est élaboré conjointement avec la procédure d'élaboration du PLU d'Orée d'Anjou. Ainsi, les phases de concertation ont porté sur les deux procédures. Les réunions publiques se sont tenues aux dates suivantes :

- 2 juillet 2014 ;
- 25 février 2015 ;
- 9 novembre 2016 ;
- 14 novembre 2016 ;
- 16 novembre 2016.

La tenue de ces réunions publiques a été l'occasion d'évoquer la procédure du RLP et d'informer les habitants et acteurs locaux sur l'avancée des phases clés du PLU et du RLP.

Aucune remarque portant sur le RLP au cours de ces réunions publiques n'a été exprimée.

2.5. Bilan des actions de concertation

Les réunions publiques conjointes à l'élaboration du PLU, la mise en ligne d'une page internet dédiée à la procédure de RLP ainsi que la mise à disposition d'un registre en mairie et la prise en compte des remarques inscrites ont permis d'intégrer cette démarche de concertation à l'élaboration du RLP.