



**ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ  
INTERCOMMUNAL**  
Prescrite par délibération du 08 décembre 2017

---

**PORTER A CONNAISSANCE de l'ETAT**

**Articles L.101-2, L.132-2 et R.132-1 du code de l'urbanisme**



*Liberté • Égalité • Fraternité*

**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
PRÉFET DU CHER**

**direction départementale  
des Territoires**

# SOMMAIRE

<b>1 – Préambule.....</b>	<b>1</b>
<b>2 – Cadre réglementaire de la démarche Règlement Local de Publicité (RLP).....</b>	<b>1</b>
2.1 Objet des RLP.....	1
2.2 Les documents constitutifs du RLP.....	1
Diagnostic.....	2
Le rapport de présentation.....	2
Le règlement et le document graphique.....	2
<b>3 - Procédure d'élaboration ou de révision.....</b>	<b>2</b>
3.1 Procédure d'élaboration.....	3
3.2 Concertation et association.....	5
- La concertation.....	5
- L'association et la consultation.....	5
3.3 Le rôle du Porter à Connaissance.....	6
<b>4 - La législation applicable en matière de publicité.....</b>	<b>6</b>
4.1 Rappels.....	6
Code de l'environnement : articles L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88.....	6
Code de la route : articles R.418-1 à R.418-9, R.110-2 complété par :.....	6
arrêté ministériel du 17/01/1983 (conditions d'implantation hors agglomération des enseignes et pré-enseignes).....	6
arrêté ministériel du 30/08/1977 (conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro-réfléchissants).....	6
Arrêté du 11/02/2008 (Signalisation d'Information Locale : SIL) modifiant l'arrêté du 24/11/1967 relatif à la signalisation.....	6
Code général des collectivités territoriales : article L.2213-6 (occupation domaine public).....	6
Code de la voirie routière : article L.113-2 (permission de voirie et permis de stationnement).....	6
Code des transports : article L.2242-4.....	6
Code de l'urbanisme : article L.111-6 à L.111-11.....	7
Règlement de voirie départementale du 07 juin 1993.....	7
Règlement départemental de Signalisation d'Information Locale de janvier 2018.....	7
Décrets n°2006-1657 et n°2006-1658 du 21/12/2006 et arrêté du 15/01/2007.....	7
Code du patrimoine titre II du livre VI du code du patrimoine (partie législative et partie réglementaire).....	7
4.2 Adaptation des règles nationales aux centres commerciaux.....	7
4.3 Établissement de règles plus restrictives que les règles nationales.....	7
4.4 Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLP.....	8
Sur les palissades de chantier.....	8
Publicité effectuée en exécution d'une décision particulière.....	8
4.5 Dispositions applicables à la publicité lumineuse.....	8
4.6 L'affichage d'opinion et la publicité relative aux besoins des associations.....	8
<b>5 - Situation de la Communauté de communes « Cœur de France » à l'égard de la publicité et des enseignes.....</b>	<b>8</b>

5.1 En fonction de la population.....	8
Communes de plus de 10 000 habitants.....	10
Communes de moins de 10 000 habitants.....	10
5.2 Notion d'agglomération.....	10
5.3 Protections particulières.....	11
Les sites sensibles décrits à l'article L.581-4 du code de l'environnement .....	11
Les sites sensibles décrits à l'article L.581-8 du code de l'environnement .....	11
Monuments historiques classés.....	11
Monuments historiques inscrits à l'inventaire.....	11
Site classé.....	12
Sites inscrits.....	12
Abords de monuments historiques.....	12
Site patrimonial remarquable.....	12
5.4 Protection de l'environnement.....	12
5.5 Recommandations eu égard aux plans de prévention.....	12
5.6 Servitudes d'utilité publique (SUP) à prendre en compte dans le RLPi.....	13
5.7 Voies à grande circulation.....	13
Le risque routier .....	14
5.8 Adéquation avec les documents d'urbanisme sur le territoire de la Communauté de communes « Cœur de France ».....	16
Le Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT).....	16
Le Plan Local d'Urbanisme intercommunal Habitat à valeur de programme local de l'Habitat(PLUiH).....	16
Adéquation avec les objectifs du PLUiH à l'étude.....	16
Espaces boisés classés et zones à protéger des PLUiH.....	16
5.9 Continuité avec le RLP en vigueur.....	17

## **6 - La mise en œuvre du règlement local de publicité.....17**

6.1 Date d'application du règlement local de publicité.....	17
6.2 Évolution du règlement local de publicité.....	17

## **1 – PRÉAMBULE**

La commune de Saint-Amand-Montrond est dotée d'un règlement local de publicité datant de 1989 révisé en 1990 et valide jusqu'à la caducité des RLP dits « de première génération » en juillet 2020.

Afin de prendre en considération les évolutions de la Communauté de communes « Cœur de France », tant sur le plan urbanistique que commercial ou démographique, le conseil de la Communauté de communes « Cœur de France » a prescrit par délibération en date du 08 décembre 2017, l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) sur l'ensemble de son territoire.

La loi dite « Grenelle 2 » n° 2010-788 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement autorise l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme à élaborer un règlement local de publicité adaptant les dispositions prévues par le code de l'environnement.

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification des règlements locaux de publicité, dans un souci de simplification et d'intégration de la publicité dans l'approche plus globale de l'aménagement de la ville, est calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme.

Un Porter à Connaissance, comportant l'essentiel des informations juridiques et techniques nécessaires à l'élaboration du règlement, doit donc être réalisé par les services de l'État, afin d'informer la Communauté de communes des réglementations existantes.

Les dispositions réglementaires suivantes sont à prendre en compte lors de la rédaction du règlement local de publicité qui adaptera, de façon plus restrictive aux circonstances locales, les règles du code de l'environnement en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes ; les autres dispositions réglementaires en vigueur s'appliquant complémentaires à celles du RLPi.

Le décret en conseil d'État n° 2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n° 2010 – 788 du 12 juillet 2010 en matière de publicité. Les dispositions de ce décret sont entrées en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2012, excepté les nouvelles règles des pré-enseignes dérogatoires entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

## **2 – CADRE RÉGLEMENTAIRE DE LA DÉMARCHE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP)**

### **2.1 Objet des RLP**

Le règlement local de publicité est un document stratégique et opérationnel qui permet l'adaptation des règles du Code de l'Environnement (CE) en matière de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes de manière plus restrictive. C'est un document public, faisant l'objet d'une concertation avec la population locale, et opposable aux tiers après enquête publique.

Le RLP permet l'adaptation des dispositions prévues à l'article L.581-9 du CE ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées à l'article R.581-66 et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8.

Il soumet la pose de toutes les enseignes à autorisation sur l'ensemble du territoire intercommunal.

Il ne peut interdire la publicité supportée sur les palissades de chantier, sauf lorsque celle-ci est installée dans les lieux visés aux 1° et 2° de l'article L.581-8 du CE.

## **2.2 Les documents constitutifs du RLP**

Le règlement local de publicité intercommunal, élaboré sur l'ensemble du territoire de la Communauté de communes, définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le décret en conseil d'État n° 2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité. Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R.581-72 du CE).

### ***Diagnostic***

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il convient d'établir un diagnostic des dispositifs existants, et en particulier de vérifier sur l'ensemble du territoire de la Communauté de communes si certains de ces dispositifs ne sont pas irréguliers par rapport aux règles nationales. En complément, il convient également de vérifier la conformité par rapport au seul RLP actuel pour le territoire de la ville de Saint-Amand-Montrond.

Ce diagnostic devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et pré-enseignes) et déterminer pour chacun d'eux si le dispositif devrait être maintenu, supprimé ou régularisé, et sous quel délai.

### ***Le rapport de présentation***

Le rapport de présentation s'appuie sur le diagnostic. Il définit les orientations et objectifs de la Communauté de communes en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (article R.581-73 du CE).

Le rapport de présentation doit permettre d'évaluer précisément la portée du règlement, en référence à l'état des lieux inclus dans le diagnostic et en comparaison des possibilités permises par les règles nationales en l'absence de RLP.

### ***Le règlement et le document graphique***

Ces documents fixent les règles générales applicables aux publicités, aux pré-enseignes et aux enseignes sur tout le territoire communautaire.

Ceux-ci :

- délimitent les zones en fonction de leur intérêt paysager et/ou architectural ;
- délimitent, le cas échéant les lieux dans lesquels la publicité pourrait être réintroduite (possibilité accordée par l'article L.581-8 du CE) ;
- fixent les règles applicables aux publicités, aux pré-enseignes et aux enseignes à l'intérieur de chacune des zones.

## **Préalable à l'élaboration du règlement**

### **Limites d'agglomération**

Les limites d'agglomération ayant des effets déterminant en matière de publicité, il est impératif de procéder à l'analyse du positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, et à la rectification de celui-ci le cas échéant. Les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire, en application de l'article R.411-2 du code de la route.

L'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui la traverse ou qui la borde (article R.110-2 du code de la route).

En pratique, c'est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, situés de part et d'autre d'une voie.

**Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération doivent être annexés au règlement local de publicité (article R.581-78 du CE).**

## **3 - PROCÉDURE D'ÉLABORATION OU DE RÉVISION**

La procédure d'élaboration ou de révision d'un RLPi est conduite à l'initiative et sous la responsabilité de l'Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme et document d'urbanisme en tenant lieu et Carte Communale.

Les étapes de la procédure sont précisées aux articles L.153-1, L.153-2 et L.153-11 et suivants du code de l'urbanisme.

### **3.1 Procédure d'élaboration**

En application de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies aux articles L.153-1 et suivants, R.153-1 et suivants du code de l'urbanisme (CU). Il n'existe pas de procédure de modification simplifiée pour les RLP.

Le conseil de la Communauté de communes arrête les modalités de collaboration intercommunale après avoir réuni une conférence intercommunale rassemblant à l'initiative de son président, l'ensemble des maires des communes membres (article L.153-8 du CU).

La délibération qui prescrit l'élaboration du règlement local de publicité en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation. Cette délibération est notifiée :

- au préfet,
- au président du conseil départemental,
- au président de l'établissement public compétent en matière de SCoT,
- au président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- au président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat,
- à la chambre de commerce et d'industrie,
- à la chambre des métiers,
- à la chambre d'agriculture.

La délibération qui prescrit l'élaboration ou la révision du règlement local de publicité et définit les modalités de la concertation est affichée pendant un mois au siège de la Communauté de communes et dans toutes les mairies de la Communauté de communes « Cœur de France ». Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

Le président de la Communauté de communes conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal. A son initiative, ou à la demande du préfet, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité intercommunal. Les personnes publiques associées, les présidents des établissements publics voisins, les maires des communes voisines, le président de l'établissement public compétent en matière de SCoT sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité.

Le président de la Communauté de communes peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacement.

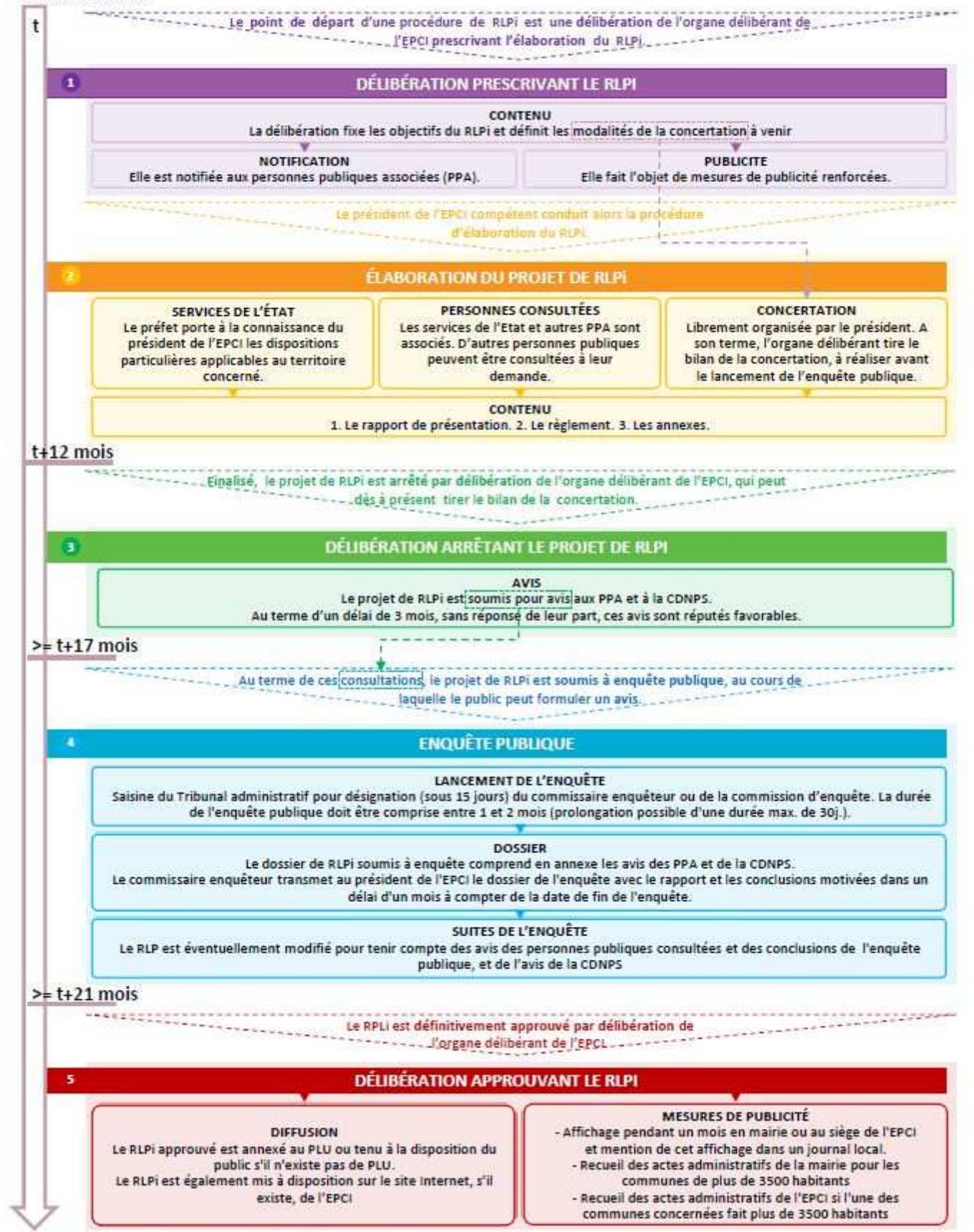
Le conseil de la Communauté de communes tire le bilan de la concertation et arrête le projet de règlement local de publicité intercommunal. Celui-ci est alors soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration, à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) réunie dans sa formation dite « de la publicité » ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés.

Ces personnes et cette commission donnent un avis dans les limites de leurs compétences propres, au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement ; à défaut, ces avis sont réputés favorables.



# Schéma de la procédure d'élaboration d'un RLPi

Délais indicatifs



Le projet de règlement local de publicité est soumis à enquête publique comprenant en annexe, les avis des personnes publiques consultées.

Après enquête publique, le règlement local de publicité intercommunal, éventuellement modifié, est approuvé par délibération du conseil de la Communauté de communes. La délibération qui approuve, modifie, révisé ou abroge un règlement local de publicité, est affichée pendant un mois à la Communauté de communes et dans les mairies de la Communauté de communes « Cœur de France ». Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité intercommunal et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme intercommunal peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.

### **3.2 Concertation et association**

#### **- La concertation**

La concertation a pour vocation de favoriser le débat public en informant et en recueillant l'avis de tous au stade des études. Elle doit permettre aux décideurs de fixer à terme et à bon escient les principales orientations du RLP.

Conformément aux articles L.103-2 et L.300-2 du Code de l'Urbanisme, le conseil de la Communauté de communes est tenu d'organiser la concertation en continu tout au long de la phase d'élaboration du projet RLPi. Cette concertation doit associer obligatoirement les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées.

Si le conseil de la Communauté de communes « Cœur de France » est libre de choisir les modalités de la concertation selon le code de l'urbanisme, il doit cependant les proportionner à l'importance du projet et à la population concernée. Les modalités peuvent prendre la forme d'une ou plusieurs réunions publiques, d'informations dans des bulletins ou journaux municipaux, dans la presse, en mairie, sur des sites internet.

On notera que la concertation se démarque de l'enquête publique, qui n'offre une possibilité d'expression qu'après l'arrêt du projet.

La concertation est encadrée par deux délibérations : l'une fixant les modalités de la concertation, l'autre en tirant le bilan. Conformément à l'article L.300-2 du code de l'urbanisme, les modalités définies dans la première délibération devront être respectées au cours de l'élaboration, sous peine de fragiliser l'ensemble de la procédure.

#### **- L'association et la consultation**

L'association et les consultations prévues par le code de l'urbanisme durant la phase d'élaboration du projet visent à faciliter le dialogue et la concertation entre la Communauté de communes, les « personnes publiques » et certains acteurs.

*- Les « personnes publiques associées »*

Ces acteurs ont un statut particulier au cours de l'association. Les Personnes Publiques Associées (PPA) reçoivent la notification de la première délibération prescrivant l'élaboration du RLPi et le projet arrêté pour avis. Leur avis est annexé au dossier soumis à enquête publique.

Les PPA sont l'État (le Préfet associe et relaie l'ensemble des services déconcentrés de l'État), le Conseil régional, le Conseil départemental, les autorités organisatrices des transports urbains dans les périmètres des transports urbains (article L.1231-1 du code des transports), l'EPCI compétent en matière de programme local de l'habitat, l'établissement public chargé de l'élaboration, de la gestion et de l'approbation du Schéma de Cohérence Territoriale (ScoT), les Chambres consulaires, les EPCI concernés et limitrophes.



*- Les « consultations et le recueil des avis à leur demande »*

Au cours de l'élaboration du projet de RLPi ou lorsque le projet est arrêté, la Communauté de communes est tenue de consulter et de recueillir l'avis d'autres « personnes publiques » ou associations si elles en font la demande. Il s'agit des EPCI voisins, des associations locales d'usagers agréées et autres associations agréées de protection de l'environnement (L.141-1 du code de l'environnement), des communes voisines, des EPCI directement intéressés et des communes limitrophes.

Le président de la Communauté de communes peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

### **3.3 Le rôle du Porter à Connaissance**

Selon les termes de la loi (article L.132-2 du code de l'urbanisme), le Porter à Connaissance (PàC) constitue l'acte par lequel le Préfet porte à la connaissance de la collectivité les informations nécessaires à l'exercice de ses compétences en matière d'urbanisme et par extension en matière de préservation du cadre de vie par la réglementation sur la publicité.

Conformément à l'article R.132-1 du code de l'urbanisme (CU), le PàC rassemble et met en évidence les informations techniques et juridiques connues des services de l'État intéressant le territoire concerné. Il s'agit d'une opération d'information à caractère continu qui peut être enrichie à tout moment par de nouveaux éléments.

Le PàC n'a pas pour objet de rappeler l'exhaustivité de la législation.

Le PàC doit être tenu à la disposition du public et peut être en tout ou partie annexé au dossier d'enquête publique.

## **4 - LA LÉGISLATION APPLICABLE EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ**

### **4.1 Rappels**

*Code de l'environnement : articles L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88*

*Code de la route : articles R.418-1 à R.418-9, R.110-2 complété par :*

arrêté ministériel du 17/01/1983 (conditions d'implantation hors agglomération des enseignes et préenseignes)

arrêté ministériel du 30/08/1977 (conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro-réfléchissants)

*Arrêté du 11/02/2008 (Signalisation d'Information Locale : SIL) modifiant l'arrêté du 24/11/1967 relatif à la signalisation.*

*Code général des collectivités territoriales : article L.2213-6 (occupation domaine public)*

*Code de la voirie routière : article L.113-2 (permission de voirie et permis de stationnement)*

*Code des transports : article L.2242-4*

Les dispositifs de publicité ne doivent constituer aucun danger pour la circulation des trains.

*Code de l'urbanisme : article L.111-6 à L.111-11*

Les publicités, enseignes et autres pré-enseignes entrent potentiellement dans le champ des autorisations d'urbanisme dès lors qu'elles ne relèvent pas d'une autorisation au titre du code de l'environnement (art. R.425-29 - CU.)

### ***Règlement de voirie départementale du 07 juin 1993***

### ***Règlement départemental de Signalisation d'Information Locale de janvier 2018***

### ***Décrets n°2006-1657 et n°2006-1658 du 21/12/2006 et arrêté du 15/01/2007***

(accessibilité de la voirie aux Personnes à Mobilité Réduite)

### ***Code du patrimoine titre II du livre VI du code du patrimoine (partie législative et partie réglementaire)***

Classement et inscription des monuments historiques.

Articles L.621-29-8 et R.621-86 à R.621-91 autorisant la publicité sur bache d'échafaudage sur monument historique.

## **4.2 Adaptation des règles nationales aux centres commerciaux**

Le règlement local de publicité peut autoriser, sur le fondement de l'article L.581-7, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération. Il délimite alors le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Ils sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération (article R.581-77 du CE).

## **4.3 Établissement de règles plus restrictives que les règles nationales**

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles distinctes de densité et d'harmonisation pour les publicités, en fonction du contexte urbain local et de la localisation des dispositifs publicitaires envisagés.

Un document graphique des zones ainsi instituées sera réalisé et devra être joint au règlement local de publicité (article R.581-78 du code de l'environnement).

Il conviendra d'édicter des règles simples et pouvant facilement être mises en œuvre. En particulier, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex. : 5 m<sup>2</sup>). Les formats de 12 m<sup>2</sup>, 8 m<sup>2</sup> ou 4 m<sup>2</sup> sont des formats courants.

La règle de densité (article R.581-25 du CE) peut être adaptée afin de limiter l'impact visuel des publicités, notamment au niveau des entrées de ville.

Le règlement local de publicité devra également édicter des règles concernant les nuisances lumineuses et la limitation des consommations d'énergie, en particulier définir les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses selon les zones qu'il identifie (article R.581-75 du code de l'environnement).

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (article L.581-18 du code de l'environnement). Dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation.

## **4.4 Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLP**

### **Sur les palissades de chantier**

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° de l'article L.581-8 du code de l'environnement.

### **Publicité effectuée en exécution d'une décision particulière**

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'exécède pas une surface unitaire de 1,50 m<sup>2</sup>.

### **4.5 Dispositions applicables à la publicité lumineuse**

La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique est interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

### **4.6 L'affichage d'opinion et la publicité relative aux besoins des associations**

En application de l'article L.581-13 du code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

## **5 - SITUATION DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES « CŒUR DE FRANCE » À L'ÉGARD DE LA PUBLICITÉ ET DES ENSEIGNES**

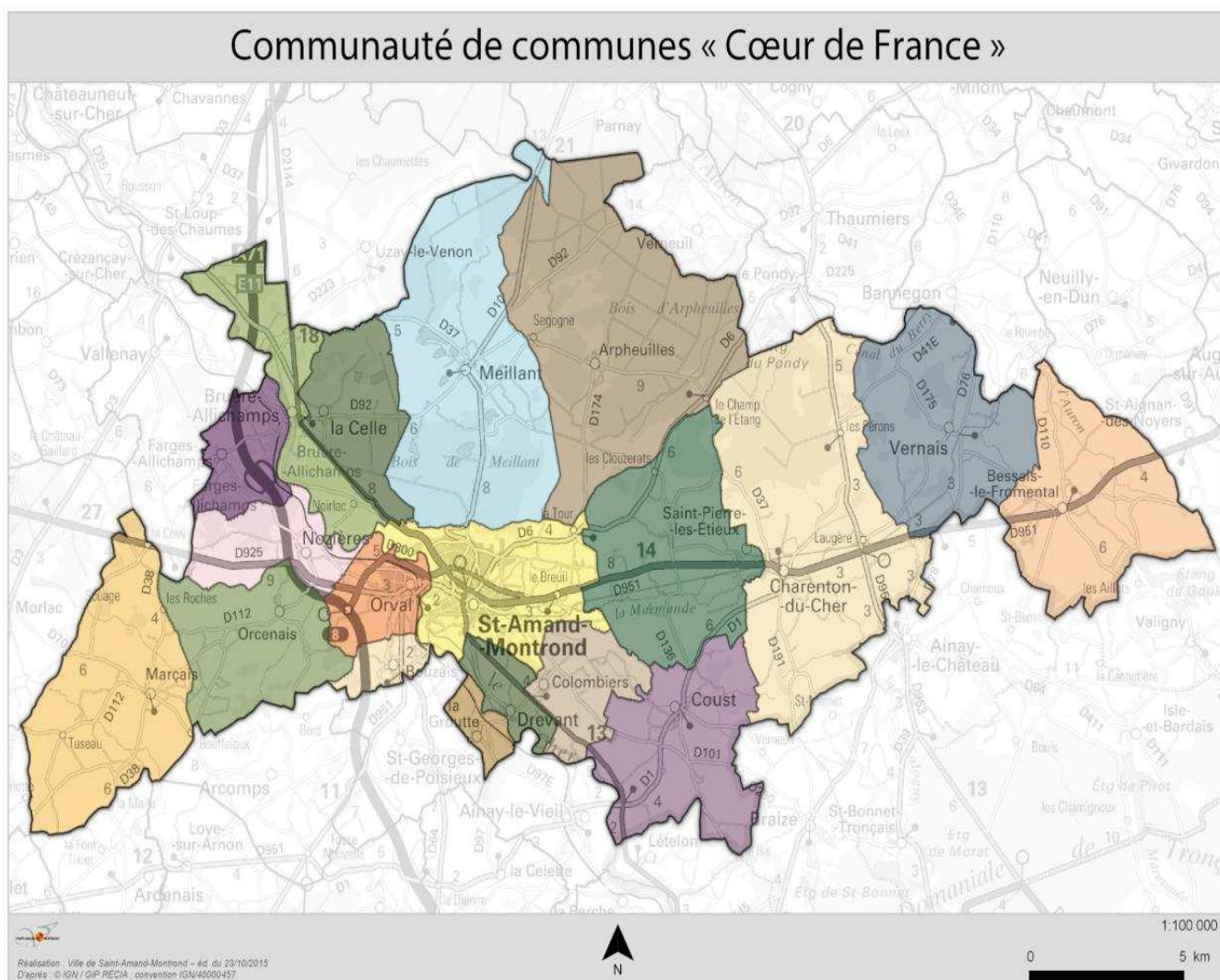
### **5.1 En fonction de la population**

Située au sud du département du Cher à une distance d'environ 45 km de Bourges et de 36 km de Sancoins, la Communauté de communes « Cœur de France » comprend 19 communes.

N° INSEE	Commune	Population totale 2015
18013	Arpheuilles	312
18029	Bessais-le-Fromental	337
18034	Bouzais	330
18038	Bruère-Allichamps	578
18042	La Celle	349
18052	Charenton-du-Cher	1105
18069	Colombiers	424
18210	Coust	461
18200	Drevant	573
18091	Farges-Allichamps	247
18107	La Groutte	136
18136	Marçais	294

N° INSEE	Commune	Population totale 2015
18142	Meillant	693
18169	Nozières	225
18171	Orcenais	255
18172	Orval	1888
18197	Saint-Amand-Montrond	10310
18231	Saint-Pierre-les-Etieux	722
18276	Vernais	203

Source : INSEE – Populations légales des communes en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2018 – recensement 2015



Elle constitue le premier groupement du pays Berry Saint-Amandois avec **19 442 habitants** pour une superficie d'environ 379 km<sup>2</sup>.

Saint-Amand-Montrond, Orval et Drevant forment l'unité urbaine de Saint-Amand-Montrond. :**12 771 habitants**

Au 1<sup>er</sup> janvier 2018, seule la commune de Saint-Amand-Montrond, **10310 habitants** compte une population totale supérieure à 10 000 habitants.

## **Communes de plus de 10 000 habitants**

Les dispositions relatives aux communes de plus de 10 000 habitants s'appliquent à la seule ville de Saint-Amand-Montrond.

Dans les parties agglomérées du territoire de cette commune :

• Les **publicités** admises sont des dispositifs d'une **surface maximale de 12 m<sup>2</sup>** (8 m<sup>2</sup> pour les publicités lumineuses), soit installés **sur des bâtiments, murs ou clôture**, soit **scellés au sol ou installés directement sur le sol**, dans le respect des conditions fixées par les articles :

- R.581-22 à 33 (publicité non lumineuse),
- R.581-34 à 41 (publicité lumineuse),
- R.581-30 à 33 (dispositifs publicitaires scellés au sol)
- R.581-42 à 47 (mobilier urbain)

De plus, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des **règles de densité maximale** définies à l'article R.581-25 du code de l'environnement.

- Les **pré-enseignes** admises sont apposées sur des murs ou clôtures, dans les **mêmes conditions que la publicité**.
- Les **enseignes** sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, définies par les articles R.581-58 à 65 du code de l'environnement. Les **enseignes scellées au sol** sont **limitées à 12 m<sup>2</sup> de surface unitaire**.

## **Communes de moins de 10 000 habitants**

Dans les parties agglomérées du territoire des autres communes de la Communauté de communes « Cœur de France » :

• Les **publicités** admises sont des dispositifs non lumineux d'une **surface maximale de 4 m<sup>2</sup>** installés **sur des murs ou clôtures**, dans le respect des conditions fixées par les articles :

- R.581-22 à 33 (publicité non lumineuse),
- R.581-42 à 47 (mobilier urbain).

De plus, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des **règles de densité maximale** définies à l'article R.581-25 du code de l'environnement.

- Les **pré-enseignes** admises sont soit apposées sur des bâtiments, murs ou clôture, soit scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les **mêmes conditions que la publicité**.
- Les **enseignes** sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, définies par les articles R.581-58 à 65 du code de l'environnement. Les **enseignes scellées au sol** sont **limitées à 6 m<sup>2</sup> de surface unitaire**.

## **5.2 Notion d'agglomération**

La définition d'agglomération retenue par l'application de la législation sur la publicité est celle du code de la route.

Les parties agglomérées sont définies par l'article R.110-2 comme étant « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » .

En dehors de celles-ci,

- Toute **publicité** est **interdite** (article L.581-7 du CE).
- Des **pré-enseignes** peuvent, sous certaines conditions (de dimensions, de nombre et distance notamment), être installées au bénéfice de deux catégories d'activités limitativement définies :est interdite :

- 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, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- a titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du CE (articles L.581-19, R.581-66 et 67 du CE).

• Les **enseignes** sont soumises au règlement national des enseignes (articles R.581-58 à 65 du CE).

### **5.3 Protections particulières**

#### **Les sites sensibles décrits à l'article L.581-4 du code de l'environnement**

Le règlement local de publicité ne peut pas déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-4-I et II du code de l'environnement qui stipule que toute publicité est interdite :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- sur les arbres ;
- sur les immeubles qui, avant la prescription du RLP, auraient été identifiés comme présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque par arrêté du maire après avis de la commission départementale compétente en matière de sites.

#### **Les sites sensibles décrits à l'article L.581-8 du code de l'environnement**

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-8-I du code de l'urbanisme, laquelle interdiction s'applique aux dispositifs situés dans les agglomérations et notamment pour ce qui concerne la Communauté de communes « Cœur de France » :

- dans les sites inscrits à l'inventaire ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire.

#### **Monuments historiques classés**

Sur le monument, la publicité est interdite (article L.581-4 1° du CE) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

À moins de 100 mètres et en covisibilité de cet édifice, la publicité est interdite. Il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale.

L'installation ou la modification des **enseignes** sont soumises à **autorisation** (articles L.581-18, al. 3) après accord de l'Architecte des Bâtiments de France lorsqu'elles sont envisagées sur l'immeuble ou dans son champ de visibilité (article R.581-16 II 1° du CE).

#### **Monuments historiques inscrits à l'inventaire**

Sur le monument, la publicité est interdite (article L.581-4 1° du CE) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

A moins de 100 mètres et en covisibilité de cet édifice, la publicité est interdite. Il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale. L'installation ou la modification des **enseignes** est soumise à **autorisation** (article L.581-18, al. 3).

#### **Site classé**

Dans le site classé, la publicité est interdite (article L.581-4 2° du CE). Il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

L'installation ou la modification des **enseignes** est soumise à **autorisation** (article L.581-18, al. 3) après accord du Préfet de Région (article R.581-16 II 2° du CE).



### **Sites inscrits**

Dans les sites inscrits, la publicité est interdite (article L.581-8 4° du CE), mais il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale.

L'installation ou la modification des **enseignes** sont soumises à **autorisation** (articles L.581-18, al. 3).

### **Abords de monuments historiques**

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite (article L.581-8 du CE) :

Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine. Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L.581-14.

### **Site patrimonial remarquable**

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite (article L.581-8 du CE) :

Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du code du patrimoine. Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L.581-14.

## **5.4 Protection de l'environnement**

Le code de l'environnement définit des zones d'interdictions de la publicité en lien avec la protection de l'environnement, en l'occurrence les sites classés et les réserves naturelles nationales (article L.584-4), les zones de protection spéciale et les zones spéciales de conservation désignées sous l'appellation commune de sites Natura 2000 (article L.581-8).

Il peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité en instituant une zone où s'appliquera une réglementation qui devra toutefois rester plus restrictive que les dispositions de droit commun du règlement national.

Ces zonages établis en matière de protection de l'environnement sont présentés sur un tableau et des cartes (**en annexe**) pour le territoire de la Communauté de communes « Cœur de France ».

La commune de La Groutte, par le site botanique du Camp de César, est également concernée par un arrêté préfectoral de protection de biotope (**APPB en annexe**). Cette procédure réglementaire permet d'assurer la conservation des habitats ou biotopes qui abritent des espèces animales ou végétales dont la présence effective est attestée et qui sont protégées par des arrêtés ministériels pris au titre du code de l'environnement (L.441-1).

Le secteur géographique classé au titre de cet APPB constitue une spécificité locale qui justifie une adaptation de la réglementation nationale dans le cadre de l'élaboration du règlement local de publicité de la Communauté de communes « Cœur de France ».

## **5.5 Recommandations eu égard aux plans de prévention**

Le territoire de la Communauté de communes « Cœur de France ». est concerné par les plans et documents dont la liste est donnée ci-dessous :

**Plans de prévention des risques naturels (PPRn) et technologiques (PPRt) suivants** pour lesquels l'ensemble des éléments disponibles sont ceux du PPR tel qu'il a été approuvé et mis à disposition du public sur le site internet de l'État (IDE).

- PPRi du Cher rural, approuvé le 03/11/2005 et modifié les 08/09/2014 et 19/10/2015,
- PPRi du Cher, de la Marmande et de la Loubière à Saint-Amand-Montrond et Orval approuvé le 13/11/2009.

Il n'existe pas de Plan de prévention des risques technologiques sur le territoire de la Communauté de communes « Cœur de France ».

**Plan de gestion des risques d'inondation (PGRI) du bassin Loire-Bretagne approuvé le 23/11/2015 :**

Le PGRI Loire-Bretagne est applicable sur l'ensemble du district hydrographique Loire-Bretagne. Il a une portée directe sur les documents d'urbanisme, lesquels doivent prendre en compte, en particulier mais pas nécessairement exclusivement, les dispositions suivantes :

- Disposition 1-1 : préservation des zones inondables non urbanisées : cette disposition est relative à la préservation des zones d'expansion des crues non urbanisées de toute urbanisation nouvelle ;
- Disposition 1-2 : préservation des zones d'expansion des crues : cette disposition précise que les nouveaux documents d'urbanisme doivent réglementer la réalisation des digues et remblais dans les zones inondables ;
- Disposition 2-1 : zones potentiellement dangereuses : cette disposition concerne les limitations pour l'aménagement des zones inondables submergées par une hauteur d'eau de plus de 1 m, selon qu'elles sont déjà urbanisées ou non ;
- Disposition 2-2 : indicateurs sur la prise en compte du risque d'inondation : cette disposition précise que les nouveaux documents d'urbanisme doivent présenter des indicateurs témoignant de la prise en compte du risque d'inondation dans le développement projeté du territoire ;
- Disposition 2-4 : prise en compte du risque de défaillance des digues : cette disposition impose la prise en compte de la zone de dissipation d'énergie en arrière des digues, et précise que cette zone est sur le principe inconstructible, sauf exceptions (limitées) ;
- Disposition 3-7 : délocalisation hors zone inondable des enjeux générant un risque important : cette disposition recommande aux porteurs de documents d'urbanisme d'étudier la relocalisation en dehors de la zone inondable des enjeux générant des risques importants.

Ces dispositions, pour l'essentiel nouvelles en ce qui concerne leur prise en compte dans les documents d'urbanisme, peuvent se révéler contraignantes, et une attention toute particulière devra leur être apportée.

Le Plan de Gestion des Risques Inondation est disponible dans son intégralité sur le site internet de la DREAL Centre-Val de Loire.

**La publicité quelle qu'elle soit devra être installée de manière à ne pas faire obstacle au bon écoulement des eaux en cas d'inondations.**

## **5.6 Servitudes d'utilité publique (SUP) à prendre en compte dans le RLPi**

La liste des Servitudes d'utilité publique de la Communauté de communes « Cœur de France » à prendre en compte dans le RLPi est jointe en annexe.

## **5.7 Voies à grande circulation**

Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol, interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, sont interdits également dans les autres communes si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (article R.581-31 du CE).

Selon les dispositions de l'article R.418-4 du code de la route, sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'intérieur.

Selon les dispositions de l'article R.418-7 du code de la route, en ce qui concerne l'autoroute A71, la publicité et les enseignes publicitaires et les pré-enseignes visibles de l'autoroute sont interdites de part et d'autre de celle-ci en agglomération, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée et hors agglomération, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

En référence au code de l'urbanisme et de l'environnement, au code de la route et au règlement de la voirie départementale du Cher, d'autres règles doivent être appliquées comme la distance de recul aux abords du domaine routier départemental dans son ensemble.

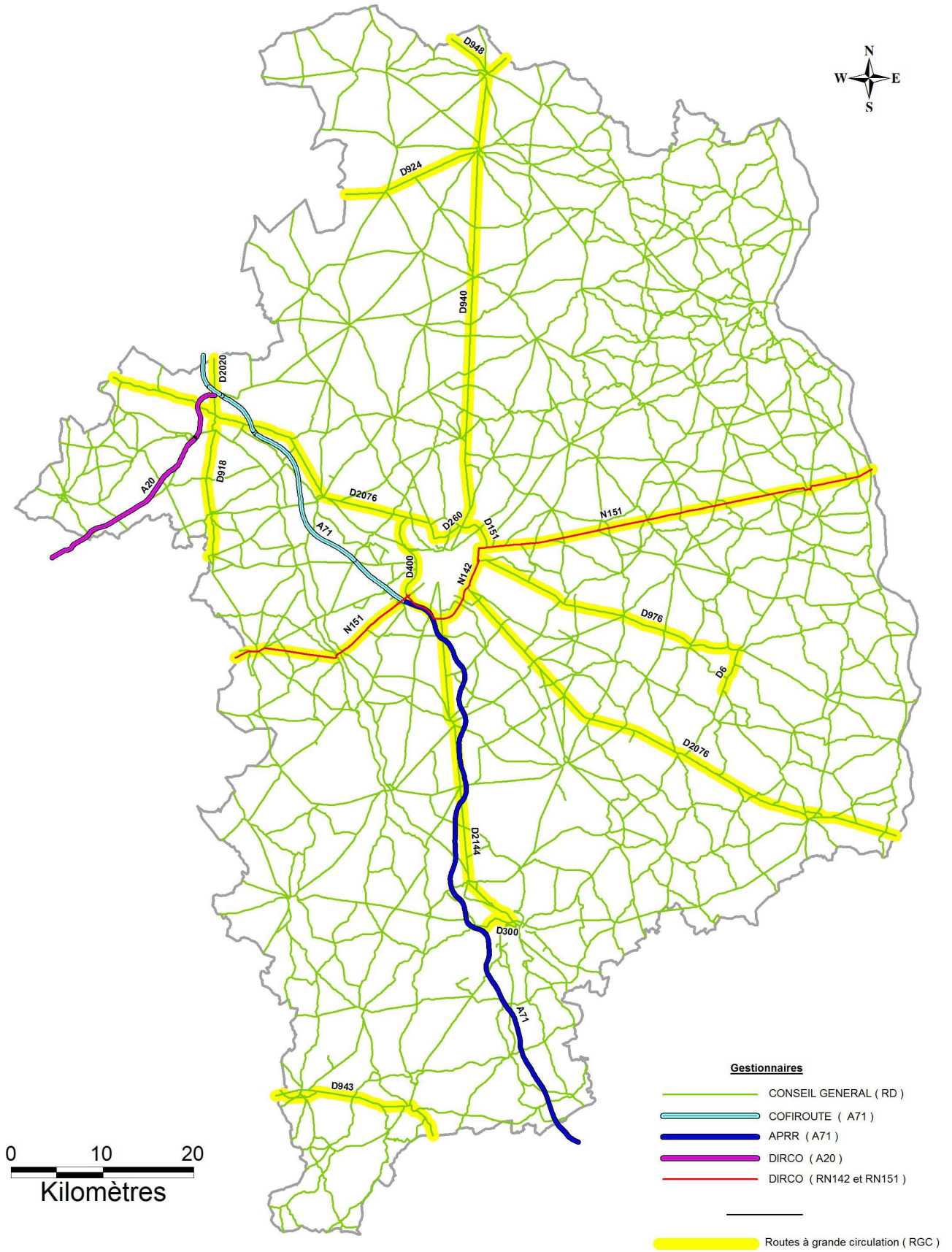
D'après le décret n° 2009-615 du 03/06/2009 modifié, fixant la liste des routes classées à grande circulation, les routes départementales n° 2144 et n° 300 sont classées (voir carte ci-après).

### **Le risque routier**

Les zones à risque routier liées à un fort trafic sur la Communauté de communes (hors A71 et voirie communale) sont :

- la RD2144, la RD951, la RD925 et la RD300.

La carte du trafic routier 2017 éditée par le Conseil départemental montre une progression générale du trafic tous véhicules sur ces axes entre 2013 et 2017 hormis pour la RD951.



DDT du Cher - SRI - BATGC - juillet 2014 - ©IGN - BD CARTO - RIU 2008 MAJ® - RGC\_juin 2010®

Extrait de la carte des Routes à Grande Circulation dans le Cher

### **Enjeux du RLPi en matière de servitudes**

Le domaine de l’affichage publicitaire a évolué, on constate une progression générale de la pression publicitaire dans l’agglomération et notamment aux entrées de ville.

Une attention particulière y sera apportée pour permettre d’assurer l’amélioration de la qualité paysagère..

L’objectif est que le futur règlement assure à l’échelle intercommunale, un équilibre entre le droit à la diffusion par les acteurs économiques et la protection du cadre de vie et des paysages.

## **5.8 Adéquation avec les documents d'urbanisme sur le territoire de la Communauté de communes « Cœur de France »**

Le RLPi sera élaboré en adéquation avec l’ensemble des documents et enjeux stratégiques du territoire :

### ***Le Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT)***

Le SCOT du Pays Berry Saint-Amandois a été approuvé en date du 06 avril 2016.

Les réflexions menées dans le cadre de l’élaboration du SCOT pourront opportunément inspirer le projet de RLPi, notamment dans la prise en considération de l’impact des activités humaines sur l’environnement afin de les réduire au mieux.

### ***Le Plan Local d’Urbanisme intercommunal Habitat à valeur de programme local de l’Habitat(PLUiH)***

Adéquation avec les objectifs du PLUiH à l’étude

Le diagnostic du RLPi devra comporter des éléments faisant écho aux enjeux d’aménagement et d’urbanisme sur le territoire de la Communauté de communes « Cœur de France » en matière de paysage et de patrimoine.

À cet égard, l’élaboration simultanée du RLPi et du PLUiH constitue une opportunité pour répondre de manière cohérente aux objectifs retenus par le Conseil Communautaire de la Communauté de communes « Cœur de France » pour le RLPi.

Les deux procédures étant menées de façon convergentes, le RLPi intégrera les orientations définies dans le PLUiH. Le RLPi devra être compatible avec les zonages projetés pour le PLUiH, afin d’identifier les secteurs ainsi que les paysages à préserver et / ou à valoriser.

Espaces boisés classés et zones à protéger des PLUiH

Sans préjudice de l’application des dispositions de l’article L.581-4 du CE (lieux d’interdiction absolue de la publicité), les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- dans les espaces boisés classés en application de l’article L.113-1 et suivants du code de l’urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique et figurant sur un plan local d’urbanisme ou sur un plan d’occupation des sols.

Le cas échéant, les éléments recensés dans le cadre du PLUiH au titre de l’article L.151-19 du code de l’urbanisme (éléments de paysage, quartiers, îlots, immeubles, espaces publics, monuments, sites et secteurs à protéger...) devront être préservés de toute publicité.

## **5.9 Continuité avec le RLP en vigueur**

La commune de Saint-Amand-Montrond est actuellement dotée d'un règlement local de publicité dont l'application cessera lors de l'entrée en vigueur du RLPi de la Communauté de communes « Cœur de France ».

Afin d'assurer une continuité de la réglementation sur l'ensemble de la Communauté de communes, il apparaît opportun que le RLPi de la Communauté de communes « Cœur de France » soit généralement plus strict que la réglementation nationale mais tienne compte également des règles actuelles en vigueur sur le territoire de la commune de Saint-Amand-Montrond.

## **6 - LA MISE EN ŒUVRE DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ**

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Il est tenu en mairie à la disposition du public.

Outre les formalités de publication prévues aux articles R.153-20 et R.153-21 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale (article R.581-79 du code de l'environnement).

### **6.1 Date d'application du règlement local de publicité**

Dès les formalités de publication accomplies, les dispositions du règlement local de publicité sont applicables aux nouveaux dispositifs à mettre en place.

Les enseignes qui ont été mises en place avant l'entrée en vigueur du règlement local de publicité et qui ne sont pas conformes à ses prescriptions peuvent, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, être maintenues pendant un délai maximal de **six ans** à compter de l'entrée en vigueur des actes précités.

Pour les publicités et les pré-enseignes, ce délai a été ramené à **deux ans** (article R.581-88 du code de l'environnement).

### **6.2 Évolution du règlement local de publicité**

Tout comme le plan local d'urbanisme, le règlement local de publicité peut évoluer par diverses procédures, de la simple mise à jour quand il convient de modifier les annexes du document, à la modification qui est la procédure de droit commun d'adaptation du règlement, voire la révision dans le cadre d'une refonte complète du document.