



QUELS SONT LES DISPOSITIFS CONCERNÉS PAR LE RLP ?
Publicité sur mobilier urbain



ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL - RLPI

prescrite par la délibération du Conseil Communautaire du 26 juin 2019

Communauté d'Agglomération
de Grand Cognac



Note d'enjeux

préalable à l'élaboration du Règlement Local de Publicité de la
Communauté d'Agglomération de Grand Cognac

Article L.581-14-1 du code de l'environnement
Article L.121-2 du code de l'urbanisme

Sommaire

<u>I - Situation juridique de la communauté de communes à l'égard de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes</u>	5
A - Population	5
B - Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les parties agglomérées	8
C - Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les secteurs non agglomérés	12
D - Protections patrimoniales et naturelles existantes à prendre en compte	12
E - Éléments à prendre en compte pour l'élaboration du RLPi	16
<u>II - Élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal</u>	19
A - Préable à l'élaboration du règlement	19
B - La procédure d'élaboration	20
C - La concertation durant la procédure	21
D - Le contenu du règlement local de publicité	22
E - L'autorité en matière de police	23
F - Le suivi et l'animation du RLPi	24
<u>III - Enjeux sur le territoire selon l'État</u>	25
A - Les caractéristiques du territoire	25
B - Les enjeux paysagers, patrimoniaux et naturels de l'affichage publicitaire	32
C - Les enjeux de portée générale	34
D - Les enjeux par dispositifs	35
E - L'élargissement de la démarche aux autres supports d'information	36
F - La réduction des formats et la définition d'un format « hors tout »	36
G - Circonscrire les lieux pour les dispositifs très impactant	37
H - Éviter que le mobilier urbain ne devienne un nouveau vecteur de pollution visuelle urbaine	37
I - Privilégier la signalétique routière pour l'orientation des automobilistes	38
J - Instituer un suivi qualitatif et quantitatif des enseignes	38
K - Favoriser l'instruction dans un lieu unique	40
L - Privilégier le recrutement d'un bureau d'études aux compétences adaptées	40

IV. Quelques infractions au code de l'environnement à proscrire et aspect qualitatif.....41

Illustrations visuelles

A. Publicités installées sur des équipements publics liés à la circulation ferroviaire.....	41
B. Préenseignes non dérogatoires implantées hors agglomération.....	42
C. Publicités implantées hors agglomération.....	43
D. Implantation sur le domaine public ne respectant pas les normes d'accessibilité.....	44
E. Covisibilité de publicités avec les éléments patrimoniaux.....	45
F. Les entrées de villes.....	46
G. Les boulevards.....	47
H. Les zones d'activité.....	48
I. L'affichage d'opinion.....	49
J. Les enseignes.....	50

V – ANNEXES.....51

V.1	Cartographie des voies de communication principales de la CA de Grand Cognac	52
V.2	Les zones naturelles et secteurs à préserver (enjeux environnemental et cadre de vie).....	53
V.3	Carte des enjeux paysagers de la CA de Grand Cognac	54
V.4	Protections patrimoniales existantes à prendre en compte.....	55
V.5	Précisions relatives à la prise en compte de l'accessibilité.....	61
V.6	Schéma d'élaboration d'un RLPi.....	64
V.7	Cartographie des enjeux relatifs à la publicité du plan d'action de la MISEN.....	65
V.8	Plaquette d'information « Communes de moins de 10.000 hab ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants ».....	66
V.9	Fiche planification Communauté d'agglomération de Grand Cognac	67

I - Situation juridique de la communauté d'agglomération à l'égard de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes

A - Population

Selon le recensement de la population de 2019 (source INSEE), la population des communes composant la communauté d'agglomération de Grand Cognac, est répartie comme suit :

Code INSEE	NOM VILLE	POPULATION
16010	AMBLEVILLE	187
16012	ANGEAC-CHAMPAGNE	518
16013	ANGEAC-CHARENTE	348
16018	ARS	751
16032	BASSAC	539
16204	BELLEVIGNE	1 364
16045	BIRAC	364
16050	BONNEUIL	264
16056	BOURG-CHARENTE	907
16057	BOUTEVILLE	329
16058	BOUTIERS-SAINT-TROJAN	1 500
16060	BREVILLE	497
16077	CHAMPMILLON	520
16088	CHASSORS	1 146
16089	CHATEAUBERNARD	3 754
16090	CHATEAUNEUF-SUR-CHARENT	3 639
16097	CHERVES-RICHEMONT	2 488
16102	COGNAC	19 395
16116	CRITEUIL-LA-MAGDELEINE	428
16139	FLEURAC	247
16145	FOUSSIGNAC	648
16150	GENSAC-LA-PALLUE	1 613
16151	GENTE	920
16152	GIMEUX	732
16297	GRAVES-SAINT-AMANT	352
16163	HIERSAC	1 084
16165	HOULETTE	371
16167	JARNAC	4 638
16169	JAVREZAC	599
16171	JUILLAC-LE-COQ	664
16174	JULIENNE	521
16220	LES METAIRIES	741
16186	LIGNIERES-SONNEVILLE	613
16193	LOUZAC-SAINT-ANDRE	1 029
16153	MAINXE-GONDEVILLE	1 203
16216	MERIGNAC	775
16217	MERPINS	1 155
16218	MESNAC	431
16233	MOSNAC	462
16234	MOULIDARS	729
16243	NERCILLAC	1 117
16277	REPARSAC	626
16304	SAINT-BRICE	1 000
16316	SAINT-FORT-SUR-LE-NE	370
16330	SAINT-LAURENT-DE-COGNAC	859
16340	SAINT-MEME-LES-CARRIERES	1 115
16343	SAINT-PREUIL	299
16351	SAINT-SIMEUX	621
16352	SAINT-SIMON	205
16355	SAINT-SULPICE-DE-COGNAC	1 237
16349	SAINTE-SEVERE	542
16359	SALLES-D'ANGLES	1 063
16366	SEGONZAC	2 173
16369	SIGOGNE	1 019
16387	TRIAAC-LAUTRAIT	515
16399	VERRIERES	358
16402	VIBRAC	298
	TOTAL	71 882

CARTE DES COMMUNES AU SEIN DE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DE GRAND COGNAC



B - Les règles générales applicables -

Quelles que soient les dispositions du RLPI, celles-ci doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les acteurs économiques et le cadre de vie.

La législation relative à la protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et préenseignes est codifiée dans le code de l'environnement pour sa partie législative aux articles L581-1 à L581-45 et pour sa partie réglementaire aux articles R581-1 à R581-88. Il est également nécessaire de se référer et être en conformité avec le décret 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes, ainsi qu'à l'arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes.

Sur l'ensemble du territoire national, ces règles traitent des dispositions applicables pour les enseignes, préenseignes, préenseignes dérogatoires, publicités, mobiliers urbains recevant de la publicité, bâches de chantier, dispositifs de dimensions exceptionnelles et de petits formats.

La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins de servir essentiellement de support à de la publicité est également réglementée (article R581-48 du code de l'environnement). Cependant, les véhicules dont le principal objet est de transporter des personnes et/ou des biens et qui ne supportent qu'accessoirement de la publicité ne sont pas concernés par cette réglementation. La publicité sur les bâtiments navigants dans les eaux intérieures, telle que définie par l'article L4000-1 du code des transports (cours d'eau, estuaires, canaux, lacs et plans d'eau) est réglementée par les articles R581-49 à R581-52 du code de l'environnement.

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° du I de l'article L. 581-8 5CF article L581-14 du code de l'environnement).

Le règlement local de publicité intercommunal complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux et ne peut édicter que des règles plus restrictives que la réglementation nationale.

Vis-à-vis du règlement national de publicité, ce sont donc principalement les dispositions relatives aux communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, qui s'appliquent (cf. articles R. 581-3 et suivants du code de l'environnement). En dehors de la ville de Cognac, dans les communes de la communauté d'agglomération qui comptent moins de 10 000 habitants et n'appartenant donc pas une unité urbaine, les publicités scellées au sol sont interdites par le règlement national tandis que les publicités sont autorisées sur murs ou clôtures aveugles et limitées à 4 m². Les dispositions propres à ces communes sont précisées dans la plaquette jointe à la présente note d'enjeux dans l'annexe V.8.

Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les parties agglomérées

1/ Des communes de plus de 10 000 habitants (celle de Cognac)

- **L'affichage d'opinion** et également celui relatif aux activités des associations sans but lucratif doit faire l'objet d'un ou plusieurs emplacements sur le domaine public, ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal. La surface minimale de ces dispositifs est de 12 mètres carrés plus 5 mètres carrés par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants (cf R581-2 CE).

Les dispositifs recevant de la publicité sont admis apposés sur un mur ou une clôture aveugle, dans le respect des conditions fixées par les articles R581-26 à R581-29 du code de l'environnement. Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont également admis en application de l'article R518-31 du code de l'environnement.

Les dispositifs recevant de la publicité doivent respecter les règles de densité définies à l'article R 581 25 du code de l'environnement. La totalité du dispositif (panneau recevant le message publicitaire + son encadrement) ne peut excéder une surface de **12 m²**.

Les mobiliers urbains pouvant supporter de la publicité : cinq types de dispositifs : abri destiné au public, kiosque à journaux, mâât porte affiches (ce type de mobilier urbain ne peut supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles), colonne porte affiches, mobilier destiné à des informations non publicitaires à caractère local ou à des œuvres artistiques supportant à titre accessoire de la publicité limitée en surface (articles R581-42 à R581-47 du code de l'environnement). Ils peuvent supporter de publicité numérique (article R581-42 du code de l'environnement).

Les publicités lumineuses sont admises (article R581-34 du code de l'environnement). Il est à noter que les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence sont soumis aux règles et procédures des dispositifs publicitaires non lumineux (article R581-34 dernier alinéa).

Les préenseignes sont admises dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, dans les mêmes conditions que la publicité (L581- 19 du code de l'environnement). Elles peuvent être apposées sur un mur aveugle ou scellées au sol.

Les préenseignes dites dérogatoires prévues aux articles R581-66 et R581-67 du code de l'environnement sont réservées aux activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par les entreprises locales, aux monuments historiques ouverts à la visite du public et aux activités culturelles. Elles doivent avoir une dimension de 1,50 m de large et de 1,00 m de hauteur maximum, doivent être scellées au sol. Elles sont limitées en nombre selon leur nature (2 ou 4) et sont installées uniquement hors agglomération.

- **Les préenseignes temporaires** qui concernent les manifestations à caractère culturel ou touristique les travaux publics et opérations immobilières (définies aux articles L581-20 et R581-68 à R581-71 du CE) sont admises.
- **Les enseignes apposées sur façade ou sur mur** doivent se conformer aux dispositions des articles R581-58 à R581-63 du code de l'environnement. Elles doivent, de plus, respecter les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R581-63 du code de

l'environnement (15 % de la surface de la façade lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m² et 25 % quand celle-ci présente une surface inférieure à 50 m²)

- **Les enseignes en toiture** doivent respecter les dispositions de l'article R581-62 du code de l'environnement.
- **Les enseignes scellées au sol** ou installées directement sur le sol dont la surface est supérieure à 1 mètre carré sont limitées en nombre à un (1) dispositif par voie ouverte à la circulation publique (article R581-64 du code de l'environnement) Leur surface ne peut excéder 12 m² dans les communes de + de 10 000 hab et 6 m² dans les communes de – de 10 000 hab. Elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes (Cf articles R581-58 à R581-65 du code de l'environnement).
- **Les enseignes lumineuses** doivent respecter les règles d'extinction des dispositifs lumineux précisées à l'article R581-59 du code de l'environnement : elles sont éteintes entre une heure et six heures du matin, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité;
- **Les enseignes clignotantes** sont interdites à l'exception des enseignes signalant une pharmacie ou tout autre service d'urgence (article R581-59 du code de l'environnement). Elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R581-58 à R581 - 65 du code de l'environnement.
- **Une enseigne est supprimée** par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque. (Cf article R581-58 code de l'environnement).
- **Les enseignes temporaires** concernant les opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières définis aux articles L581-20 et R581-68 à R581-71 du code de l'environnement sont admises;
- **Les bâches de chantier, bâches publicitaires** sont autorisées (article R581-53 du code de l'environnement).
- **Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles** sont autorisées sous réserves des prescriptions listées à l'article R581-56 du code de l'environnement).
- **Les dispositifs de petit format** sont admis sur les devantures commerciales (articles L581-8 III et R581 .57 du code de l'environnement).

- **2/ Dans les communes de moins de 10 000 habitants (toutes sauf celle de Cognac).**
- **L’affichage d’opinion** et également celui relatif aux activités des associations sans but lucratif doit faire l’objet d’un ou plusieurs emplacements sur le domaine public, ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal. La surface minimale de ces dispositifs est de 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants, et 4 m² + 2 m² par tranche de 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants (cf R581-2 CE).

Les dispositifs recevant de la publicité sont uniquement admis apposés sur un mur ou une clôture aveugle, dans le respect des conditions fixées par l’article R581-26 du code de l’environnement. Les dispositifs recevant de la publicité doivent respecter les règles de densité définies à l’article R 581-25 du code de l’environnement. La totalité du dispositif (panneau recevant le message publicitaire + son encadrement) ne peut excéder **4 m²** de surface. Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en application de l’article R518-31 du code de l’environnement.

- **Les publicités doivent respecter les règles de densité** définies à l’article R 581-25 du code de l’environnement.

Les mobiliers urbains pouvant supporter de la publicité ne comprennent que cinq types de dispositifs : abri destiné au public, kiosque à journaux ou à usage commercial, mât porte affiches, colonne porte affiches (ce type de mobilier urbain ne peut supporter que l’annonce de spectacles ou de manifestations culturelles), mobilier destiné à des informations non publicitaires à caractère local ou à des œuvres artistiques supportant à titre accessoire de la publicité limitée en surface (articles R581-42 à R581-47 du code de l’environnement). Ils ne peuvent pas supporter de publicité numérique (article R581-42 du code de l’environnement).

- **Les publicités lumineuses** sont interdites (article R581-34 du code de l’environnement). Il est à noter que les dispositifs de publicité ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence sont soumis aux règles et procédures des dispositifs non lumineux (article R581-34 dernier alinéa). Ils sont donc admis sur support aveugle en agglomération.

Les préenseignes sont admises en agglomération dans les mêmes conditions que la publicité (L581-19 du code de l’environnement), donc uniquement sur support aveugle. Les préenseignes scellées au sol sont proscrites.

Les préenseignes dites dérogatoires prévues aux articles R581-66 et R581-67 du code de l’environnement pour les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par les entreprises locales, les monuments historiques ouverts à la visite du public et les activités culturelles, d’une dimension de 1,50 m de large et de 1,00 m de hauteur maximum, doivent être scellées au sol, en nombre limité selon leur nature et uniquement hors agglomération.

Les préenseignes temporaires concernent les manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières, définies aux articles L581-20 et R581-68 à R581-71 du code de l’environnement sont admises.

Les enseignes apposées sur façade ou sur mur doivent respecter les règles des articles R581-58 à R581-63 du code de l'environnement.

Les enseignes apposées sur une façade commerciale doivent respecter, de plus, les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R581-63 du code de l'environnement, qui limite la surface occupée à 15 % lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m², et à 25 % lorsque la façade a une surface inférieure à 50 m²

Les enseignes en toiture doivent respecter les règles de l'article R581-62 du code de l'environnement.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont la surface est supérieure à un mètre carré sont limitées en nombre à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique (article R581-64 du code de l'environnement) et à 6 m² de surface; elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des dispositions des articles R581-58 à R581-65 du code de l'environnement.

Les enseignes lumineuses doivent respecter les règles d'extinction des dispositifs lumineux précisées à l'article R581-59 du code de l'environnement : elles doivent être éteintes entre une heure et six heures du matin, dès lors que l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes signalant une pharmacie ou tout autre service d'urgence (article R581-59 du code de l'environnement). Elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R581-58 à R581 - 65 du code de l'environnement.

- **Une enseigne est supprimée** par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque. (Cf article R581-58 code de l'environnement).

Les enseignes temporaires concernent les opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières définies aux articles L581-20 et R581-68 à R581-71 du code de l'environnement sont admises;

Les bâches de chantier, bâches publicitaires sont **interdites** (article R581-53 du code de l'environnement).

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont **interdits** (articles L581-9 et R581 - 56 du code de l'environnement).

Les dispositifs de petit format sont admis sur les devantures commerciales (articles L581-8 III et R581-57 du code de l'environnement).

C - Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les secteurs non agglomérés

En dehors des parties agglomérées, définies par l'article R110-2 du code de la route comme « *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* », toute **publicité** est **interdite** (article L581-7 du code de l'environnement). Ainsi, le Conseil d'État fait prévaloir la réalité physique de l'agglomération, peu importe l'existence ou non de panneaux d'entrées (ou de sortie) et leur positionnement par rapport au bâti.

Les **préenseignes**, soumises aux dispositions qui régissent la publicité, peuvent, comme le précisent les articles L581-19, R581-66 et R581-67 du code de l'environnement, sous certaines conditions de dimension, de nombre et distance notamment, déroger à l'interdiction de publicité hors agglomération et être installées au bénéfice de catégories d'activités limitativement définies :

- 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.

Ainsi qu'à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles (mentionnées à l'article L. 581-20 du même code).

D - Protections patrimoniales et naturelles existantes à prendre en compte.

L'article L 581-4 du code de l'environnement dispose que toute publicité est interdite (sans dérogation possible):

- 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.

Comme le stipule l'article L 581-8 du code de l'environnement, la publicité est interdite :

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des Monuments Historiques classés,
Il est à noter que l'article L621-29-8 du code du patrimoine précise : " par dérogation à l'article L. 581-2 du code de l'environnement, dans le cadre de l'instruction des demandes d'autorisation de travaux sur les immeubles classés ou des demandes d'accord de travaux sur les immeubles inscrits, l'autorité administrative chargée des monuments historiques peut autoriser l'installation de bâches d'échafaudage comportant un espace dédié à l'affichage. Les recettes perçues par le propriétaire du monument pour cet affichage sont affectées par le maître d'ouvrage au financement des travaux.
- dans les secteurs sauvegardés,
- dans les parcs naturels régionaux,
- dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci,
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire,
- dans les zones de protection du patrimoine architectural urbain et paysagers et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine,
- dans l'aire d'adhésion des Parcs nationaux,
- dans les sites Natura 2000.

Il ne peut être dérogé aux interdictions issues de l'article L.581-8 du code de l'environnement que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14 du code de l'environnement.

La communauté d'agglomération de Grand Cognac est concernée par les protections des monuments historiques, une liste des monuments est reproduite dans l'annexe V.4 de la présente note.

Les sites inscrits et les sites classés du Grand Cognac

Les sites inscrits et les sites classés sont définis au titre des articles L.341-1 et suivants du Code de l'environnement. Cette législation issue de la loi du 2 mai 1930 s'intéresse aux monuments naturels et aux sites « dont la conservation ou la préservation présente, au point de vue artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque, un intérêt général ». Les sites concernés sont des lieux dont le caractère exceptionnel justifie une protection de niveau national.

En site classé, toute modification de l'état ou l'aspect du site est soumise à autorisation spéciale (art. L. 341-10 du CE), délivrée, en fonction de la nature des travaux, soit par le Ministre chargé des sites après avis de la CDNPS (Commission Départementale de la Nature, des paysages et des Sites) voire de la Commission supérieure, soit par le Préfet du département qui peut saisir la CDNPS mais doit recueillir l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France.

Les sites inscrits

Dénomination	Localisation	Arrêté	Surf. (ha)
Grande Rue et rue du Château	Cognac	11/04/45	0.25
Labyrinthe du château (en cours de désinscription)	Saint-Brice	15/11/34	0.11
Colline dite "la Branderiaie de Gardépée"	Saint-Brice	31/01/45	21.0
Château et ses abords	Bouteville	09/10/69	379
Ponts et bras de la Charente	Angeac-Charente	26/02/82	104
Ponts et bras de la Charente	Vibrac	26/02/82	
Moulins de Saint-Simeux et leurs abords	Saint-Simeux	26/01/45	21.7

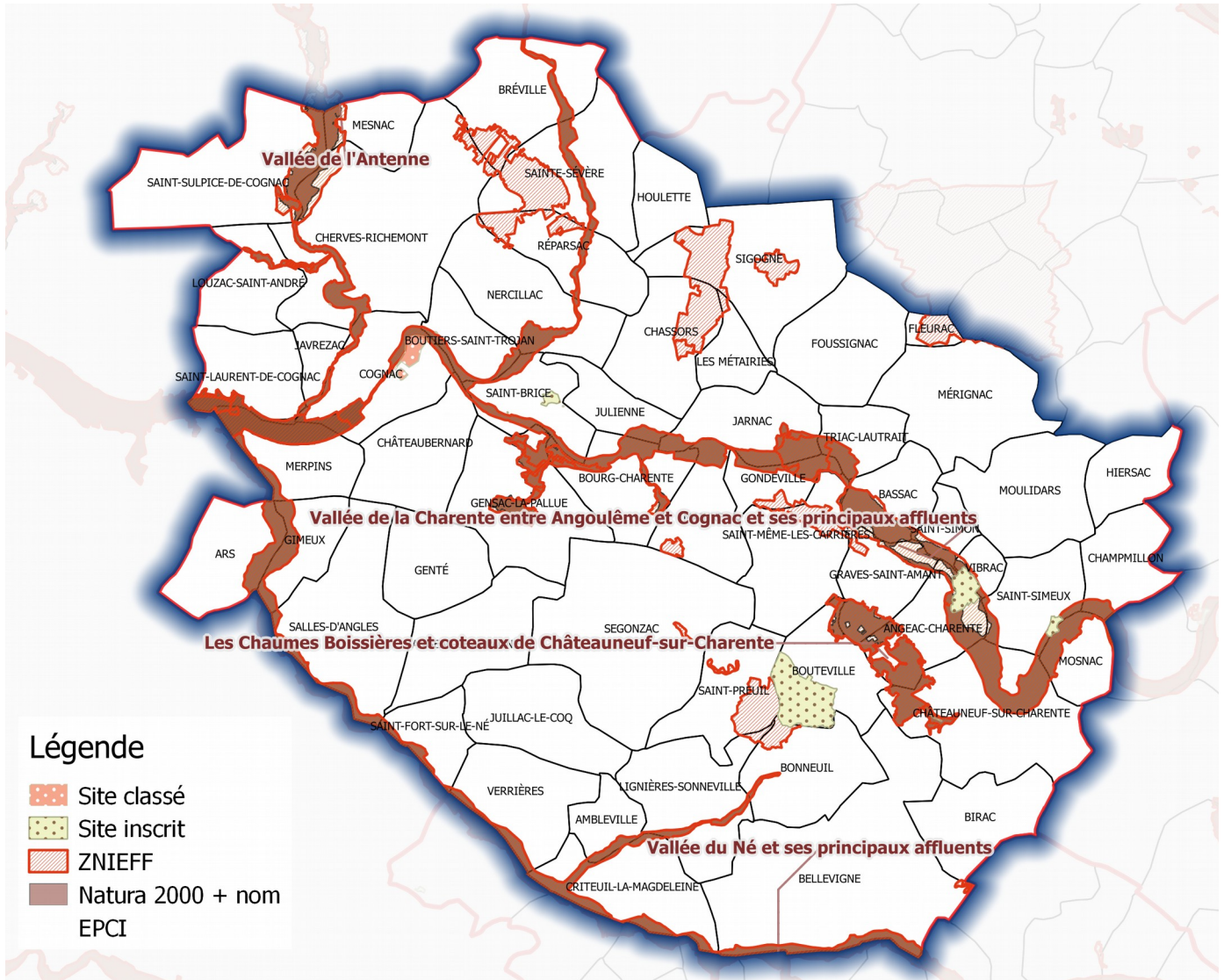
Les sites classés

Dénomination	Localisation	Arrêté	Surf.(ha)
Butte dite de la « Vache »	Saint-Brice	23/10/34	0.190
Eperon rocheux avec l'ancien cimetière et l'église de Richemont	Cherves-Richemont	18/02/37	0.232
Reste de l'église St Marmet et le cimetière voisin avec ses cyprès	Boutiers-Saint-Trojan	05/07/41	0.240
Parc François 1 ^{er} de l'esplanade	Cognac	14/05/43	64,5
Jardin public dit de l'Hôtel de Ville	Cognac	14/05/43	8.71
Rocher avec abris dénommés "la font qui pisse"	Châteauneuf-sur-Charente	11/08/41	1.44
Source de Gensac	Gensac-La-Pallue	02/07/19	1.95

- La communauté d'agglomération de Grand Cognac concentre sur son territoire un très grand nombre d'espaces naturels faisant l'objet d'une protection réglementaire ou d'un inventaire. Six sites Natura 2000 (1 ZPS et 5 ZSC), 29 ZNIEFF (24 de type 1 et 5 de type 2), 2 sites reconnus zone naturelle sensible et un arrêté de biotope concerne les Chaumes Boissières.
- **Liste des sites Natura 2000 de la communauté d'agglomération de Grand Cognac :**
 - Moyenne vallée de la Charente et Seugne, ZPS - site de la directive « Habitat – Faune - Flore », désigné par la référence FR5412005 (site Inventaire National du Patrimoine naturel - INPN) -
 - Les Chaumes Boissières et coteaux de Châteauneuf sur Charente, ZSC - site de la directive « Habitat, faune, Flore », désigné par la référence FR5400410 (site Inventaire National du Patrimoine naturel - INPN) -
 - Vallée du Né et ses principaux affluents, ZSC - site de la directive « Habitat, faune, Flore », désigné par la référence FR5400417 (site Inventaire National du Patrimoine naturel – INPN) –
 - Moyenne vallée de la Charente et Seugne et Coran, ZSC - site de la directive « Habitat – Faune - Flore », désigné par la référence FR5400472 (site Inventaire National du Patrimoine naturel – INPN) -
 - Vallée de l'Antenne, ZSC - site de la directive « Habitat – Faune - Flore », désigné par la référence FR5400473 (site Inventaire National du Patrimoine naturel – INPN) -
 - Vallée de la Charente entre Angoulême et Cognac et ses principaux affluents, ZSC - site de la directive « Habitat – Faune - Flore », désigné par la référence FR5402009 (site Inventaire National du Patrimoine naturel – INPN) -

L'ensemble des fiches descriptives de ces 5 sites ainsi que les arrêtés correspondants et la cartographie précise sont accessibles en ligne sur le site de l'Inventaire National du Patrimoine Naturel (<https://inpn.mnhn.fr/site/natura2000/listeSites>) en saisissant le code référence mentionné dans la liste ci-dessus.

CARTE DES SITES NATURA 2000, ZNIEFF et sites classés, inscrits de la
Communauté d'agglomération de Grand Cognac



E - Éléments à prendre en compte pour l'élaboration du RLPi

1/ Environnement

- La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes est codifiée dans le code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L581-1 à L581- 45 et dans sa partie réglementaire aux articles R581-1 à R581-88.

Les législations dont dépendent les points suivants s'appliquent concurremment au code de l'environnement sur lequel le RLPi fonde ses dispositions, adaptées au contexte local. Le rapport de présentation pourra notamment en faire mention.

2/ Sécurité routière

- L'article L.581-2 détermine le champ d'application géographique de la réglementation. Les publicités, enseignes et pré-enseignes, 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 du code de l'environnement et le RLPi. Aussi, la cartographie des principales voies de communication (routes nationales et routes départementales) est jointe au présent document dans l'annexe V.1.

3/ Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite

- S'agissant de l'accessibilité des personnes handicapées et ou mobilité réduite, il sera nécessaire de se reporter à la loi du 11 février 2005 qui refond la politique du handicap et de l'accessibilité. En effet, son article 45 relatif à la chaîne de déplacement (comprenant le cadre bâti, la voirie, l'aménagement des espaces publics, les systèmes de transport et leur inter-modalité) est organisée afin de permettre l'accessibilité dans sa totalité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite.
- Concernant plus particulièrement l'accessibilité de la voirie et des espaces publics, celle-ci est liée à la notion d'obstacles et d'encombrement des trottoirs. Il en découle des exigences portant notamment sur les caractéristiques dimensionnelles des cheminements piétons ou sur l'implantation du mobilier urbain et des arrêts de transport collectif, exprimées dans le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.

Voir en annexe V.5 les précisions relatives à la prise en compte de l'accessibilité.

4/ Occupation du domaine public

- Concernant l'occupation du domaine public, il est nécessaire de se référer à l'article L2213-6 du code général des collectivités territoriales, ainsi qu'aux articles L113-2 du code de la voirie routière (permission de voirie).

5/ Plan de Prévention des Risques inondations (PPRI)

Communes de la communauté d'agglomération de Grand Cognac concernées par un plan de prévention des risques d'inondation

COMMUNES	PPRI	Approbation (date)	Révision prescrite (date)
ANGEAC CHARENTE	Charente -Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019
BASSAC	Charente -Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019
BOURG CHARENTE	Charente – Agglo de Jarnac	20/11/2000	6 mars 2019- PPRI Charente , secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
BOUTIERS SAINT-TROJAN	Charente – Agglo de Cognac	31/08/2000	6 mars 2019 - PPRI Charente, secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
CHAMPMILLON	Charente – Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019
CHATEAUBERNARD	Charente – Agglo de Cognac	31/08/2000	6 mars 2019 - PPRI Charente, secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
CHATEAUNEUF SUR CHARENTE	Charente -Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019
COGNAC	Charente – Agglo de Cognac	31/08/2000	6 mars 2019 - PPRI Charente, secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
GENSAC LA PALLUE	Charente – Agglo de Jarnac	20/11/2000	6 mars 2019- PPRI Charente , secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
GRAVES SAINT AMANT	Charente -Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019
JARNAC	Charente – Agglo de Jarnac	20/11/2000	6 mars 2019- PPRI Charente , secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
JAVREZAC	Charente – Agglo de Cognac	31/08/2000	6 mars 2019 - PPRI Charente, secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
JULIENNE	Charente – Agglo de Jarnac	20/11/2000	6 mars 2019- PPRI Charente , secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
MAINXE-GONDEVILLE	Charente – Agglo de Jarnac	20/11/2000	6 mars 2019- PPRI Charente , secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
MERPINS	Charente – Agglo de Cognac	31/08/2000	6 mars 2019 - PPRI Charente, secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
MOSNAC	Charente -Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019

SAINT BRICE	Charente – Agglo de Cognac	31/08/2000	6 mars 2019- PPRI Charente , secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
COMMUNES	PPRI	Approbation (date)	Révision prescrite (date)
SAINT LAURENT DE COGNAC	Charente – Agglo de Cognac	31/08/2000	6 mars 2019 - PPRI Charente, secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
SAINT MEME LES CARRIERES	Charente -Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019
SAINT SIMEUX	Charente -Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019
SAINT SIMON	Charente -Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019
TRIAK LAUTRAIT	Charente – Agglo de Jarnac	20/11/2000	6 mars 2019- PPRI Charente , secteur Triac- Lautrait à St Laurent de Cognac
VIBRAC	Charente -Linars à Bassac	07/08/2001	6 mars 2019

- *L'ensemble des objectifs de prévention des risques est consultable dans le porté à connaissance du PLUi de la Communauté d'agglomération de Grand Cognac (p. 74 et suivantes) réalisé par la DDT de la Charente et transmis à l'intercommunalité en 2018.*

6/ Dispositions particulières applicables à certains modes d'exercice de la publicité

- *Pour information* : La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité est réglementée par le code de l'environnement aux articles R581-8 et R581-9. Les bus de ville dont le principal objectif est de transporter des gens et ne supportant "qu'accessoirement" de la publicité ne sont pas concernés par ces articles du CE traitant de l'affichage extérieur.

7/ Dispositions particulières concernant les voies soumises à l'application de l'article L111-1-4 du code de l'urbanisme

- Le RLPi devra prendre en compte toutes les voies visées par le L111-1-4 du Code de l'urbanisme relatif au retrait de l'urbanisation soit 100 mètres pour les autoroutes, routes express et déviations et 75 m pour les autres routes classées à grande circulation. Situés en dehors des espaces urbanisés, les dispositifs publicitaires sont nécessairement en dehors de l'agglomération. Ce retrait équivaut à une non agglomération et donc à un espace d'interdiction de la publicité. Le RLPi ne réglemente que les dispositifs publicitaires situés en agglomération, en cas de contentieux, la réalité physique sera appréciée. Une dérogation à cet article est possible sous la condition suivante. Une étude dite « levée de l'article L111-1-4 » doit être produite et intégrée dans le plan local d'urbanisme justifiant et motivant, la possibilité d'urbaniser dans la « bande des 100 m ou des 75 m », au regard notamment des nuisances, de la sécurité, de la qualité architecturale, ainsi que de la qualité de l'urbanisme et des paysages, notamment de l'affichage publicitaire.

II - Élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal

A - Préalable à l'élaboration du règlement

1/ Limites d'agglomération

Les limites d'agglomération ayant des effets déterminants 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.

Dans tous les cas, les limites sont fixées au plus proche de l'espace bâti et par principe à moins de 50 m du premier bâtiment. Des panneaux doivent être placés sur toutes les voies d'accès (panneaux de type EB10) et sur toutes les voies de sortie de l'agglomération (panneaux de type EB20). Définir objectivement les espaces urbanisés est un sujet majeur, c'est la réalité urbaine du territoire qui s'impose à la définition par localisation du panneau d'entrée ou de sortie d'agglomération, et pas uniquement la localisation actuelle des panneaux indicateurs. Il conviendra d'apporter un soin particulier à ce travail de définition objective.

Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération, également représentées sur un document graphique doivent être annexés au règlement local de publicité (article R 581-78 du code de l'environnement).

2/ État des lieux

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il convient d'établir un diagnostic des dispositifs existants, et en particulier de vérifier si certains de ces dispositifs ne sont pas d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règlements locaux de publicité antérieurs de 1987, valides jusqu'au 13 juillet 2020, et aux règles nationales telles qu'elles résultent notamment de la loi n°79-1150 du 29 décembre 1979, ainsi que du décret n°82-211 du 24 février 1982 d'une part, de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 et du décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 d'autre part.

Bon nombre des dispositifs sont en infraction avec le code de l'environnement : avant de lancer toute procédure de RLP(i), il convient que le bureau d'études fasse un état des lieux précis pour vérifier que les dispositions de la réglementation nationale sur la publicité et les enseignes sont bien respectés, y compris celles relevant du RLP en vigueur. Si tel n'est pas le cas, la mise en conformité est le premier acte à conduire par le maire. Il en va de la crédibilité des élus vis à vis des afficheurs.

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.

B - 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 123-6 et suivants, R 123-15 et suivants du code de l'urbanisme.

La délibération qui prescrit l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal en **fixe les objectifs et précise les modalités de concertation** (L 300-2 du code de l'urbanisme)

La délibération qui prescrit l'élaboration ou la révision du RLPi et définit les modalités de la concertation est affichée pendant un mois au siège de l'EPCI et dans les mairies des communes membres de l'EPCI. 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 d'agglomération conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal. À 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. 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 d'agglomération peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents 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 déplacements.

L'organe délibérant de l'EPCI tire le bilan de la concertation et arrête le projet de RLPi. Cette délibération est affichée pendant un mois au siège de l'EPCI et dans les mairies des communes membres concernées. Le projet de RLPi est alors soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés, à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites réunie dans sa formation dite "publicité". 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, cet avis est réputé favorable.

Le projet de règlement local de publicité intercommunal est soumis à enquête publique. Le dossier soumis à l'enquête comprend, en annexe, les avis des personnes publiques consultées. Après l'enquête publique, le RLPi, éventuellement modifié, est approuvé par délibération de l'organe délibérant de l'EPCI. La délibération qui approuve, modifie, révisé ou abroge un règlement local de publicité intercommunal, est affichée pendant un mois au siège de l'EPCI et dans les mairies des communes membres concernées. 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 RLPi et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Le règlement local de publicité intercommunal, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu des communes de la communauté d'agglomération. Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 123-25 du code de l'urbanisme, le RLPi est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la communauté d'agglomération. (*voir en annexe V.6 le schéma d'élaboration du RLP (i)*)

C - La concertation durant la procédure

1/ la concertation avec les communes membres

Lorsque l'EPCI élabore son RLPi, il doit le faire en concertation avec les communes membres, c'est-à-dire en rendant compte aux différents maires de l'état d'avancement du projet, soit de sa propre initiative, soit à leur demande (article L.123-6 du code l'urbanisme). En comparaison avec la procédure d'élaboration d'un PLUi, celle-ci prévoit qu'un débat sur les orientations générales du PADD soit organisé au plus tard 2 mois avant l'arrêt du projet.

Le RLP ne comprend pas de PADD mais certains de ses éléments se retrouvent dans le rapport de présentation. Aussi, en l'absence d'arrêt du Conseil d'Etat qui écarterait formellement toute exigence de débat, la sécurité juridique de la procédure invite à ce qu'il soit tenu, devant le Conseil communautaire et devant chacun des conseils municipaux.

La délibération d'approbation du RLPi doit être précédée d'une réunion de la Conférence des maires pour examen des avis joints au dossier d'enquête publique, des contributions reçues pendant l'enquête et du rapport du commissaire enquêteur.

2/ la concertation avec la population

La concertation doit associer, pendant la durée d'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées. Dans le domaine de la publicité extérieure, les personnes concernées sont notamment les commerçants, les chambres consulaires, les enseignants et les sociétés d'affichage.

3/ remarque relative aux modalités de concertation

Librement organisées par le président de l'EPCI, les modalités de concertation doivent, pendant une durée suffisante au regard de l'importance du projet, permettre au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui seront enregistrées et conservées par l'EPCI.

Le domaine de la publicité concerne des intérêts majeurs (économie, cadre de vie, sécurité...) mais qui peuvent être soutenus par des groupes qui souhaitent atteindre des objectifs différents et quelques fois contradictoires. La procédure de concertation a notamment pour but de faciliter les échanges, permettre une meilleure compréhension et une acceptation réciproque, elle permet à terme de limiter les procédures contentieuses et doit être menée avec toute le sérieux et la rigueur qui caractérise l'élaboration d'un document de planification territorial.

D - Contenu du règlement local de publicité

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

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite.

Le décret en Conseil d'État n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité.

Le RLPi peut lever l'interdiction de la publicité hors agglomération en autorisant, 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 code de l'environnement).

L'élaboration du règlement local de publicité intercommunal 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.

Dans les secteurs où la publicité est interdite en vertu de l'article L 581-8 (notamment aux abords des monuments historiques - *Depuis la loi CAP du 7 juillet 2016, l'interdiction de publicité dans les abords des monuments s'applique à l'intérieur d'un Périmètre délimité d'abords (PDA) ou, à défaut, dans le champ de visibilité d'un monument historique, jusque 500m -*, dans les sites Natura 2000), s'il est proposé de réintroduire par le RLPi la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires, le document devra clairement justifier ses choix et ne pas venir altérer les valeurs de ces espaces (vues sur les monuments historiques, qualité des espaces naturels...).

Le règlement local de publicité intercommunal comprend au moins :

1/ un rapport de présentation,

Son contenu est libre, mais l'article R.581-73, impose :

- Qu'il s'appuie sur un diagnostic,
- Qu'il définisse des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure,
- Qu'il explique les choix et les règles retenus et les motifs de la délimitation des zones, si elles existent.

Le diagnostic doit permettre d'identifier, à l'appui de cartes, pour localisations dans le territoire concerné :

- Les dispositifs publicitaires en infraction avec le Règlement National de Publicité (RNP),
- Les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu de dispositions législatives,
- Les enjeux architecturaux et paysagers du territoire,
- Les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales, etc.).

2/ une partie réglementaire

Les dispositions du règlement doivent concilier libertés d'expression, du commerce, de l'industrie et protection du cadre de vie.

- Les dispositions peuvent être générales ou spécifiques à certaines zones,
- Un RLP(i) peut lever l'interdiction de la publicité hors agglomération (art. L.581-7), par l'institution d'un zonage spécifique appelé « périmètre » (art. R.581-77). Ce ou ces périmètres ne peuvent être institués qu'à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation,
- Le RLPi ne peut pas prévoir des prescriptions particulières applicables aux préenseignes dérogatoires (art. R.581-74). Il doit reprendre les prescriptions éventuellement établies par le gestionnaire de la voirie ou, à défaut, celles de l'arrêté ministériel du 23 mars 2015.
- Le règlement ne peut pas instituer des mesures ayant pour effet d'interdire, de manière générale et absolue, la publicité,
- Le RLPi doit veiller à ne pas instituer de discriminations entre les sociétés d'affichage.
- Le RLPi ne peut pas soumettre à autorisation préalable d'autres dispositifs que ceux figurant dans le code de l'environnement,
- Le RLPi ne peut pas prévoir de procédures spécifiques d'instruction différentes de celles figurant dans le code de l'environnement,
- Il conviendra d'édicter des règles simples, justifiées au regard du contexte urbain, architectural ou paysager, et pouvant facilement être mises en œuvre ou contrôlées. 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 m²). Les formats de 12 m², 8 m² ou 4 m² sont des formats courants.

3/ des annexes

Ce sont :

- Les documents graphiques : afin de localiser les zones et, le cas échéant, les périmètres dans lesquelles des dispositions particulières ont été instituées (art. R.581-78, AL. 1er).
- Les arrêtés municipaux et les plans fixant les limites des agglomérations des communes membres de l'EPCI.

E - Autorité en matière de police

En présence d'un règlement local de publicité intercommunal, les compétences en matière de police de la publicité (instruction des autorisations, verbalisation, police administrative...) sont **exercées par le maire, au nom de la commune, sur l'ensemble de son territoire communal, y compris quand la commune est membre d'un EPCI.**

F - Le suivi et l'animation du RLPi

Un plan d'action doit être mis en place et prévu sur une période de 6 ans. Il aura pour objectif la mise en conformité, organisée, homogène et partenariale, des dispositifs existant à ce jour avec le RNP et le RLPi, en fonction des échéances et de la mobilisation des acteurs.

Pour cela il est fortement recommandé de mettre en place une instance partenariale de suivi, associant tous les acteurs, collectivités, associations professionnelles et l'État, notamment du fait de leur compétence de police.

Ces deux outils doivent être installés en même temps que le RLPi afin de s'assurer du suivi et de l'animation de celui-ci. Cette mission fait parfois partie de la mission demandée si un bureau d'études est choisi pour élaborer le RLPi.

III - Enjeux sur le territoire selon l'État

A- Les caractéristiques du territoire au regard du projet de RLPI

L'État rappelle dans cette partie la nécessité de respecter la charte paysagère et architecturale du pays Ouest Charente et du Pays du Cognac (elle-même largement reprise à travers le SCOT de la région de Cognac et le PLUi du Grand Cognac), notamment les grands enjeux et grandes orientations qui sont décrits dans ce document de référence, dans l'espace et dans le temps. Les particularités géographiques naturelles que sont l'eau, le relief et la géologie constituent des déterminants majeurs pour l'appréhension de la notion de paysage, elles doivent être considérées comme un fondement de sa diversité. En moyenne, les terres agricoles occupent 89,5 % du territoire, les forêts et milieux semi-naturels 7 % et les terres artificialisées 3,5 %.

La charte paysagère et architecturale met en valeur les caractéristiques remarquables du territoire à travers 6 entités paysagères bien distinctes issues de l'atlas des paysages :

la vallée de la Charente	le plateau d'Angoumois
la Champagne charentaise	le Pays bas
la dépression de la rive gauche	les Borderies

Dans le cadre du RLPI, la thématique du paysage pourra être abordée à travers les enjeux de perception, notamment à partir des routes. La perception des éléments paysagers remarquables pouvant se faire de manière rapprochée ou lointaine.

Si les routes constituent une clef de lecture du paysage pour l'enjeu de la publicité, l'expression du relief en représente également une d'importance majeure. Perspectives visuelles, ouvertures et fermetures sur le paysage, il est nécessaire d'avoir une connaissance fine du territoire afin de ne pas omettre ces vues déterminantes sur les silhouettes, les entrées des diverses unités urbaines, qui s'offrent souvent depuis les routes mais aussi à partir des points d'observation privilégiés du paysage (belvédères, monuments, collines...).

Enfin, rappelons que c'est à travers l'accumulation d'équipements sur des espaces peu qualifiés par leur urbanisation que peut apparaître l'idée de banalisation. Il s'agit donc de bien cerner le rôle des affichages dans les secteurs les plus sensibles à cette question car ne disposant pas d'une identité suffisamment forte pour compenser des impacts visuels.

Paysage perçu à partir des routes et publicité

Enjeux

La multiplication croissante des panneaux publicitaires implantés le long des routes conduit à la dégradation du paysage et des sites protégés en particulier, mais peut également provoquer une gêne à la conduite.

En dehors des entrées de villes (faisant l'objet d'un enjeu particulier développé ci-après), l'enjeu paysager de la publicité le long des axes routiers ne peut se satisfaire d'une approche exclusive aux principaux axes

routiers de la Communauté de Communes. Il s'agit donc d'identifier les axes routiers, quel que soit leur trafic, qui portent un enjeu paysager fort (routes pittoresques et touristiques : carte « tourisme et découverte » 1/100.000 par exemple) ainsi que les chemins de randonnées majeurs (GR4, route des vins du Cognac, chemins de St-Jacques de Compostelle,...)

L'élaboration d'un RLP est également un temps d'échanges avec les élus et les gestionnaires routiers pour réfléchir à une signalétique intercommunale permettant la découverte des richesses patrimoniales. Dans ce cadre, il pourrait être utile de limiter les publicités commerciales autour des ronds-points de sortie de la RN 141 et proposer à la place une information sur les marchés, les événements culturels, les expositions et richesses patrimoniales des pôles que sont Jarnac, Châteauneuf-sur-Charente, Ségonzac voire même Rouillac par exemple. Charge à ces communes d'informer en relais, lors de l'arrivée des visiteurs, des circuits de découvertes des territoires alentours. Cela permettrait au départ des pôles d'inciter les visiteurs à découvrir l'ensemble du territoire de la Communauté d'Agglomération. Une attention particulière doit être portée le long des pistes cyclables empruntées par les locaux et les touristes, notamment dans le projet de flow vélo, les pré-enseignes éventuellement présentes ne doivent pas masquer les paysages ou bien représenter un danger pour les cyclistes.

Repères de territoire

L'annexe 1 de la note d'enjeux présente les principales voies de communication traversant la communauté d'agglomération de Grand Cognac.

La traversée de la CA par la RN 141 dure environ 30 minutes, c'est un temps utile pour présenter aux nombreux automobilistes qui empruntent cet itinéraire les richesses de ce territoire. Les abords de la RN141 doivent donc permettre la découverte visuelle des différents paysages (vigne, cultures et bois) sans interférence publicitaire. Actuellement, cet axe économique et touristique ne suggère que très peu la présence du fleuve Charente et son fond de vallée.

Les RD10 et RD 699 parallèles à la Charente, en situation de balcon la plupart du temps (coteau sud de la vallée) peuvent être affirmée comme itinéraires touristiques.

Les petites routes départementales qui traversent perpendiculairement le fleuve et le fond de vallée, représentent un enjeu fort pour la lecture du territoire et le développement touristique. Empruntées à petite vitesse, elles donnent à parcourir des villages et hameaux d'une grande qualité architecturale.

Rappel réglementaire

La loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes régit l'affichage publicitaire dans le but d'assurer la protection du cadre de vie (art. 2). Dans cet esprit, la publicité est interdite, d'une part, dans les lieux protégés au titre des monuments historiques, leurs abords, les sites classés et inscrits et, d'autre part, hors agglomération délimitée conformément à l'article R. 1 du code de la route. La publicité est autorisée sous certaines conditions à l'intérieur de l'espace bâti compris entre les panneaux d'agglomération.

La loi du 13 août 2004 relative aux libertés et responsabilités locales a introduit dans son article 22 une nouvelle définition des routes à grande circulation. Ces routes ne sont plus définies sur la base d'un critère de fort trafic, mais de délestage du réseau principal et de transport exceptionnel notamment. De cette nouvelle définition il a résulté une réduction significative du nombre de routes classées au titre du réseau des routes à grande circulation.

Ainsi, le décret n° 2009-615 du 3 juin 2009 modifié par le décret n° 2010-578 du 31 mai 2010 a abrogé le décret du 13 décembre 1952 fixant la nomenclature des routes classées à grande circulation et dressé une nouvelle liste.

La loi du 13 août 2004 relative aux libertés et responsabilités locales a introduit dans son article 22 une nouvelle définition des routes à grande circulation. **Ces routes ne sont plus définies sur la base d'un critère de fort trafic, mais de délestage du réseau principal et de transport exceptionnel notamment.** De cette nouvelle définition il a résulté une réduction significative du nombre de routes classées au titre du réseau des routes à grande circulation.

Ainsi, le décret n° 2009-615 du 3 juin 2009 modifié par le décret n° 2010-578 du 31 mai 2010 a abrogé le décret du 13 décembre 1952 fixant la nomenclature des routes classées à grande circulation et dressé une nouvelle liste.

La communauté d'agglomération de Grand Cognac est concernée par :

- ✓ la **RN 141**, sur laquelle la largeur du secteur affecté par l'article L.111-6 est de **100 mètres** de part et d'autre de l'axe de la route (communes de Bourg-Charente, Châteaubernard, Cognac, Foussignac, Gensac la Pallue, Gondeville, Hiersac, Jarnac, Javrezac, Mainxe, Saint Laurent de Cognac et Triac-Lautrait),
- ✓ la **RN 10**, sur laquelle la largeur du secteur affecté par l'article L.111-6 est de **100 mètres** de part et d'autre de l'axe de la route (commune de Bellevigne),
- ✓ la **RD 731**, sur laquelle la largeur du secteur affecté par l'article L.111-6 est de **75 mètres** de part et d'autre de l'axe de la route (commune de Châteaubernard, entre la base aérienne et la RN 141).

Paysage d'entrées de villages, villes... et publicité

Enjeux

Caractériser les entrées de ville (séquences paysagères et recommandations)

La notion d'entrée de ville, au sens paysager, se doit d'englober le linéaire depuis le cœur urbain jusqu'aux limites d'urbanisation de l'entité urbaine, indépendamment des limites communales (dans les cas de conurbations). Ce linéaire de voie, selon son importance, nécessite l'établissement de séquences paysagères qui permettent de bien caractériser les ambiances traversées et bien sûr d'établir une stratégie d'aménagement (les affichages en faisant partie) et de valorisation du patrimoine (allègement progressif des affichages publicitaires pour mieux donner à voir la ville et son patrimoine, perspectives remarquables sur des éléments repères...).

Il convient d'être vigilant au respect des règles de droit, mais également à inclure dans le zonage d'un RLPi des zones de protection dans les entrées de bourg/villes qui répondent à des objectifs esthétiques et sécuritaires.

Ainsi, chaque entrée de ville ou de bourg devrait faire l'objet d'une analyse qualitative et un plan de reconquête de ces espaces devrait être défini. La palette d'outils à disposition va de la délimitation d'une zone sans publicité sur quelques centaines de mètres en entrée de ville, la mise en place d'une règle de densité, la réduction des formats, la proscription des enseignes scellées au sol...

Soigner l'affichage publicitaire en entrées de villes (gabarit et forme des enseignes, alignement, densité...), c'est donner une image qualitative de son terroir et partant, retenir l'attention de nouvelles personnes, nombreuses à traverser nos territoires chaque année, afin de les décider à s'arrêter voire, à s'implanter et participer à la vie de son économie.

Dans ces zones où cohabitent très souvent des enseignes et de la publicité, il convient d'éviter que les enseignes ne ressemblent trop à de la publicité en utilisant un format plus vertical qu'horizontal et en jouant sur la profondeur par rapport à la route. Des formats différents entre enseignes et publicité garantiront une meilleure lisibilité au dispositif. De plus, une enseigne verticale (façon totem) ferme moins les perspectives et « élargit » la voie. Au-delà de règles relatives au format, il y a aussi la possibilité d'agir sur l'implantation des dispositifs (la charte doit être précise sur ces différents items, idéalement réduire les formats et définir le format « hors tout », faire référence à des « gabarits maximum »...).

Lutter contre la banalisation et l'homogénéisation des entrées de ville : ruptures et respirations

Le constat de l'étalement urbain est particulièrement marquant dans le département de la Charente, et constitue une problématique majeure au regard du paysage. Cette dilution urbaine sur le territoire du Grand Cognac se traduit par un mitage des coteaux et une urbanisation linéaire qui suit les axes de communication et gagne en intensité lors de son rapprochement avec l'agglomération-centre.

En effet, l'étalement urbain est intimement lié aux déplacements automobiles. Une dilution urbaine s'établit clairement sur les axes de communication et gagne progressivement en intensité lors de son rapprochement avec l'agglomération centre. La forme « tentaculaire » de l'agglomération décrit ainsi le modèle d'une « ville automobile ». Ce phénomène, atteint uniformément le territoire charentais.

La continuité générale de l'urbanisation sur les entrées de l'agglomération-centre induit une perte de lisibilité du territoire. Se pose ainsi la question des limites de l'espace urbain par rapport à son extérieur : comment sont-elles matérialisées ? Comment mieux les affirmer au profit de la lisibilité des paysages ? La question des entrées de ville et des limites urbaines ?

Cependant, la présence de « coupures » naturelles d'urbanisation, telles que les zones boisées ou les collines, induit des respirations utiles au dégagement de points de vue et le marquage de « repères ». En outre, les entrées de ville sont également accompagnées par la différenciation des tissus urbains opérant une graduation des densités vers le centre : se succèdent ainsi de manière générale des tissus relâchés d'extensions contemporaine, auxquels succèdent des tissus de faubourgs plus resserrés, jusqu'à l'atteinte du centre d'agglomération dense.

Il convient de veiller à l'équilibre des entrées de ville en maintenant la lisibilité des éléments de lecture naturels, tel que les vallées naturelles et les affluents, ou des éléments urbains : tissus anciens vernaculaires, « marqueurs » végétaux et bâtis (alignements d'arbres de haut-jet, demeures anciennes...).

Il convient d'aller vers une typologie de traitement paysager afin de clarifier les séquences suivant le contexte urbain et le statut des voies : zones économiques, secteur d'urbanisation diffuse des communes rurales, centre aggloméré, centralités périphériques, berges des vallées. Il convient ainsi de penser véritablement l'enchaînement des séquences paysagères. »

Extrait de la charte paysagère et architecturale

Repères de territoire

Comme le mentionne la charte paysagère Ouest-Charente, la qualité paysagère des entrées de ville a été affectée, depuis quelques dizaines d'années par plusieurs phénomènes : l'extension de l'urbanisation le long d'axes de transports souvent mal adaptés à la desserte de propriétés privées, l'implantation d'activités économiques et commerciales en périphérie urbaine.

Les principales entités urbaines du territoire sont :

- Cognac, ville principale. La ville présente une grande qualité urbaine (esprit du site, patrimoine bâti, identité forte liée à l'industrie du Cognac, traitement des espaces publics, identité marquée des faubourgs...) qu'il s'agit de conforter à travers des règles d'affichage sélectives.

L'entrée Sud-Ouest se caractérise notamment par la vaste extension de la zone d'activités de Châteaubernard, le long de la 4 voies. Cette zone a un impact très fort dans le paysage puisqu'elle est située en bordure d'une voie très empruntée. Elle est marquée par une profusion de panneaux publicitaires qui brouillent la lecture séquentielle depuis la voie. Par ailleurs, cette zone, aux abords de Cognac, génère un halo lumineux très visible la nuit. Le paysage nocturne de la Dépression de la Rive Gauche s'en trouve très impacté.

Le long des RD notamment qui rejoignent ou partent de Cognac vers les autres pôles urbains de la CA, il convient de limiter la présence de pré-enseignes et publicités qui s'y développent. Pour cela, un zonage spécifique aux entrées et sorties de bourgs peut être envisagé indiquant les restrictions et conditions d'implantation.

- Jarnac et châteauneuf : pôles urbains secondaires

- Bourgs importants : Bourg-Charente, Gondeville, Triac, Bassac, Saint-Amans-de-Graves- Saint-Simon, Vibrac, Angeac-charente, Saint-Simeux, Bignac...

La typologie architecturale des centre-bourg offre des continuités bâties homogènes, notamment autour des rues principales et des places centrales. Les centres bourgs possèdent ainsi une identité marquée et le paysage urbain est souvent intéressant, donc à préserver d'un affichage trop prégnant.

- Hameaux : le territoire du Pays Ouest Charente est parsemé de hameaux d'origine agricole ou viticole. Si le nombre de hameaux évolue peu, certains sont confrontés à des extensions, le long des routes, source d'altération de leur bonne lisibilité paysagère et de risques (multiplications des sorties sur route, sur de grands linéaires). Dans ce contexte d'extension urbaine indésirable, la présence de l'affichage peut renforcer la banalisation de ces espaces.

Rappel réglementaire

La question des entrées de ville est particulièrement forte dans l'appréhension du paysage. Celle-ci fait l'objet de cadres réglementaires propres (article L-111-1-4 du Code de l'Urbanisme), visant à affirmer une véritable qualité paysagère de ces lieux stratégiques pour l'image des villes et des territoires, souvent affectés par une urbanisation diffuse et insuffisamment maîtrisée.

Paysage des lieux remarquables et publicité

Belvédères, perspectives, éléments de patrimoine bâti protégés, sites classés et inscrits...

Enjeux

Le territoire du Grand Cognac possède un bâti remarquable, qu'il s'agisse du bâti vernaculaire des cœurs de village ou des éléments singuliers faisant l'objet de mesures de protections. Les vallées (celle de la Charente notamment) présentent également la spécificité d'éléments patrimoniaux exceptionnels : ponts, écluses, quais, églises, châteaux, moulins, chais...

De ce fait, les points de vue et perspectives paysagères qui donnent à lire le paysage bâti à l'occasion d'un relief marqué, sont des occasions privilégiées de valorisation du territoire. Il importe de les relever à l'occasion du diagnostic de territoire qui sera établi à l'occasion du RLPi afin d'orienter les dispositifs publicitaires en fonction de cet enjeu paysager.

Concernant les sites inscrits et protégés ainsi que les monuments historiques, une attention particulière sera donnée à ces éléments repères et structurants, notamment à leurs abords mais aussi à partir des perspectives plus ou moins lointaines orientées vers ceux-ci.

Les anciennes Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbanistique et Paysager (ZPPAUP) ou Aires de Mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP), actuellement dénommées Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), permettent une meilleure prise en compte des enjeux environnementaux, la conservation, la protection et la valorisation du patrimoine architecturale et paysager, réflexion menée en association avec la population du territoire.

L'élaboration du RLPi doit donc être un outil au service des élus et des habitants, de manière à leur permettre de respecter les objectifs des SPR.

D'une manière générale, il paraît important également de réfléchir lors de l'élaboration du RLPi, à la définition d'un langage de communication et de supports communs qui fondent l'identité d'un territoire, afin de permettre aux activités qui s'implantent ou bien lors de renouvellement d'utiliser une charte graphique et des messages reconnus. Pour cela, le CAUE16 est en mesure d'apporter des conseils et des exemples aux élus, afin de leur permettre de mettre en œuvre si nécessaire, une aide à l'installation, ceci étant également valable pour le mobilier urbain installé par les villes lors des aménagements de bourgs, limitant leur prolifération souvent constatée.

Repères de territoire

Sur le Territoire du RLPi, il existe eux SPR sur les viles de Cognac et de Jarnac.

L'AVAP de Cognac, a été approuvée par la Communauté d'agglomération le 12 juillet 2017. Ses prescriptions sont applicables depuis le 22 août 2017.

La ZPPAUP de Jarnac a été créée le 4 novembre 2002.

Ces SPR permettent notamment « *d'améliorer ou à tout le moins de conserver les éléments caractéristiques de l'environnement naturel ou construit qui ont fait et font notre réputation reconnue par le Ministère de la Culture et ses services par l'attribution du Label « Ville d'Art et d'Histoire ».*

Claude Guindet - Élu en charge de l'urbanisme – Ville de Cognac

Perspectives remarquables identifiées par le SPR de Cognac :

- Châteaux de Chatenay et Le Breuil (périphérie de cognac)
- Nombreux Cônes de vue sur Cognac centre

Perspectives remarquables identifiées par le SPR de Jarnac :

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

Rappel réglementaire

En SPR et concernant les cônes de vues : « Toute construction projetée dans un faisceau de vue aboutissant à la vision sur la Charente, les monuments historiques ou sur un édifice exceptionnel ou sur un ensemble bâti de grande qualité, ne doit pas atteindre une hauteur susceptible de faire obstacle à la perspective existante, depuis l'origine du faisceau de vue mentionné au plan. La composition du volume projeté doit s'inscrire dans le paysage en tenant compte particulièrement du point de vue répertorié ainsi que :

- du gabarit général et de la hauteur en relation avec le tissu urbain.
- de la silhouette, couleur, en relation avec le tissu urbain existant » Extrait Règlement AVAP de Cognac 2017

La réglementation des monuments historiques et des sites (classés et inscrits) ne peut être modifiée par le RLPi et nécessite une bonne intégration en amont de la réflexion.

Paysage emblématique du vignoble et publicité

Largement dominant dans l'occupation du sol, les secteurs où la culture de la vigne est dominante offrent une succession et une multiplicité de points de vue. qui traduisent à la fois les dimensions économique, historique et culturelle de ces paysages qui portent les noms des vins et des spiritueux.

La question des pré-enseignes concernant la valorisation de l'activité viticole peut se poser dans le cadre de la réflexion du RLPi, notamment à travers la SIL (Signalétique d'Information Locale).

B – L'enjeu paysager de l'affichage publicitaire

Le paysage constitue un enjeu majeur dans le département, non seulement du fait de l'importance du tourisme, mais également comme cadre de vie quotidien de chacun de ses habitants.

Le RLPi va permettre d'une part d'adapter la réglementation nationale aux particularités de la Communauté d'Agglomération du Grand Cognac, ainsi qu'à la diversité des paysages qui la composent, et d'autre part de planifier l'implantation et l'aspect des dispositifs publicitaires pour aboutir à une publicité choisie et maîtrisée.

Le RLPi permet en effet de garantir que les dispositifs publicitaires et les enseignes susceptibles de se développer soient en cohérence avec le paysage et l'architecture, aient un sens pour les populations, et répondent à leur attente légitime de pouvoir vivre dans un cadre de vie de qualité. La recherche de la cohérence et de l'équilibre des dispositifs dans le paysage est en outre un gage que l'ensemble des dispositifs restera visible et que les messages des acteurs économiques seront donc lisibles et leurs intérêts par conséquent préservés.

Le RLPi est donc un document stratégique, qui, avec une vision à plus ou moins long terme, concrétise l'équilibre trouvé entre les attentes respectives de chacun, populations et acteurs économiques-

Élaborer le RLPi signifie adapter l'affichage publicitaire aux particularités et singularités d'un territoire et répondre à une vision partagée d'un objectif de qualité des paysages du territoire, qu'ils soient urbains, péri urbains ou ruraux. Il s'agit de se donner les moyens de faire en sorte que l'évolution des paysages ne soit pas pensée et vécue comme une dégradation inexorable mais comme un processus qui peut être explicité et par conséquent choisi collectivement.

A travers une réglementation de la publicité et des enseignes adaptée à un contexte paysager local, élaborer un RLPi revient à :

- se placer dans une approche du paysage en tant qu'élément du cadre de vie et non pas une approche uniquement esthétique
- se donner les moyens de répondre à des objectifs de qualité paysagère : valorisation de l'identité locale et des éléments de patrimoine, lutte contre la banalisation des espaces
- permettre de rendre cohérentes ses décisions dans l'espace et dans le temps
- faire se rejoindre les intérêts des acteurs économiques avec les attentes des populations pour un cadre de vie de qualité.

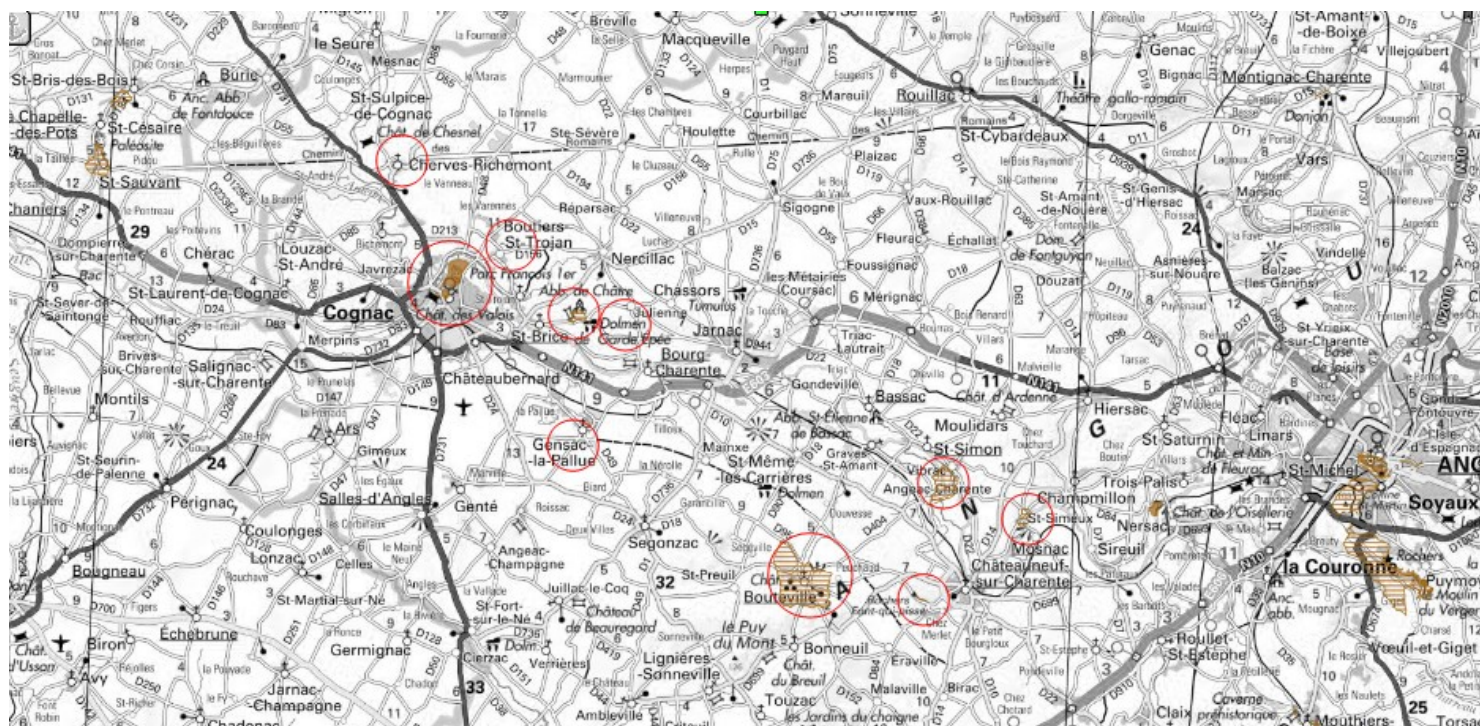
La question du paysage est un enjeu majeur de l'élaboration du RLPi qui pourra utilement s'appuyer sur :

- l'ensemble des éléments de l'inventaire des paysages de Poitou-Charentes,
- Le Plan régional de connaissance et de reconquête des Paysages de Poitou-Charentes
- la charte architecturale et paysagère du Pays Ouest Charente et Pays du Cognac,
- le Schéma de Cohérence Territorial du Grand Cognac
- les SPR de Cognac et Jarnac

Néanmoins, le diagnostic du RLPi devra permettre d'approfondir les enjeux paysagers liés aux vues, perspectives et ambiances urbaines (notamment les entrées, les zones commerciales et secteurs faisant l'objet d'une dégradation ou d'une banalisation de leurs ambiances). Il devra mettre en évidence les séquences paysagères le long des axes routiers présentant des enjeux paysagers.

Il convient enfin également d'identifier les structures abandonnées (structure que la loi continue à classer comme publicité) et pour lesquels il est possible, sous conditions, de mettre en demeure l'afficheur et aussi le propriétaire, de procéder à l'enlèvement du dispositif publicitaire.

CARTE DE LOCALISATION DES SITES INSCRITS ET CLASSÉS DE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DE GRAND COGNAC



C - les enjeux de portée générale

Restreindre voire interdire la publicité aux endroits stratégiques et qualitatifs :

- vues perspectives en réciprocité ;
- paysage naturel ou urbain qualitatif (vallée, patrimoine bâti intéressant ou constitutif..).
- Sites classés et inscrits – Abords de Monuments historiques.

Adapter les dispositifs publicitaires aux paysages urbains :

- différencier les espaces : zones d'artisanat ou commerciale, faubourg, ville par des séquences ;
- gabarit / au bâti et à la morphologie.

Harmoniser à l'échelle communautaire les formats des dispositifs publicitaires

Il s'agit de chercher une cohérence intercommunale faisant fi des limites communales car les communes membres de l'EPCI ont des populations différentes et sont soumises à des règles d'implantation publicitaire différentes.

Par exemple, le RNP autorise la publicité murale avec un format unitaire maximum de douze mètres carrés à Tarbes, et le limite à quatre mètres dans les autres communes (Art. R.581-26). Le RLPi peut prévoir des dispositions conduisant à unifier à quatre mètres sur l'ensemble du territoire de l'EPCI. De la même manière, si une voie publique traverse l'ensemble du territoire de l'EPCI, il peut être intéressant d'harmoniser les règles de formats, de reculement par rapport à la voie ou de densité tout le long de cette voie.

Prévoir des prescriptions esthétiques

Le RNP ne comporte pas à proprement parler de dispositions relatives à l'esthétique des dispositifs publicitaires et des enseignes hormis celles obligeant de les maintenir en bon état d'entretien (Art. R.581-24 pour la publicité et R.581-58 pour les enseignes). Le RLPi peut alors comporter des dispositions spécifiques visant à renforcer leur intégration dans l'environnement. Les exemples sont nombreux, notamment les suivants :

- interdire l'usage des spots et préférer le recours aux rampes ou au rétro-éclairage ;
- imposer que les enseignes en façade soient en lettres découpées pour éviter de masquer les éléments architecturaux des façades ;
- imposer que les pieds des dispositifs scellés au sol soient monobloc, de forme simple et interdire les sections apparentes des profilés en H ou I ;
- imposer que les dispositifs de scellement (socles, boulons, etc.) des pieds soient enterrés dans le sol ;
- imposer que les dispositifs « simple face » reçoivent à l'arrière un bardage afin de masquer la totalité des éléments de fixation ;

- interdire la visibilité depuis la voie ouverte à la circulation publique des accès au panneau (échelle, passerelles) ;
- suggérer que l'ensemble des éléments précités (pieds, cadres, caches) soient peints de teinte unie, soit neutre ou au contraire soutenue, en recherchant une cohérence à l'échelle de la collectivité.

Prévoir une règle de densité spécifique

Bien que le RNP institue une règle de densité, celle-ci peut être jugée insuffisante compte tenu des caractéristiques du territoire ou de la volonté des élus. Dans ce cas, le RLPi peut prévoir une règle de densité plus restrictive que la règle nationale (interdire la publicité si le côté de l'unité foncière bordant la voie publique n'a pas une certaine longueur, limiter à un seul dispositif publicitaire par unité foncière, etc.) voire identifier des secteurs présentant des caractéristiques urbanistiques et un parcellaire différents justifiant des règles de densité différentes.

D - les enjeux par dispositifs

Publicité:

- Pour toutes les communes : préserver les centres-villes.
- Pour Cognac, imposer des règles plus contraignantes que le RNP en matière de densité de dispositifs. Certaines entrées de la ville apparaissent comme particulièrement saturées en la matière (identification des zones « sensibles », diagnostic des publicités interdites, planification des procédures de déposes, etc.). Par ailleurs, définir certains (pas d'interdiction générale et absolue) secteurs où la publicité numérique serait interdite.
- Dans les secteurs où le RNP semble suffisant, figer son application aux règles actuelles afin de ne pas être soumis à une future évolution non souhaitée du RNP.
- Identifier clairement les périmètres à proximité des zones commerciales exclusives de toutes habitations qui pourront bénéficier de possibilités d'affichage élargies.

Enseignes:

- Mieux intégrer les enseignes dans l'architecture des bâtiments (gabarits, formes, graphisme et couleurs notamment dans les zones à caractère architectural).
- Interdire, notamment dans les zones d'activités, les *enseignes en toiture*, au profit des enseignes en façade intégrées à la façade.
- Encadrer la surface maximale d'*enseigne sur clôture* afin d'éviter certaines dérives et car non réglementée par le RNP : limiter à 4 m² la surface maximale d'enseigne sur clôture, et à intégrer à la clôture (pour éviter des dépassements, en hauteur par exemple) ;
- Harmoniser les *enseignes au sol* : encourager le regroupement des enseignes sur un totem commun (d'où la notion de « gabarit ») notamment quand les activités concernées sont dans un même bâtiment ou quand elles ont un accès ou espace commun, limiter le nombre d'enseignes (dont la taille est inférieure à 1m² = non réglementé par RNP) à 4 m² de surface cumulée afin d'éviter la surenchère entre bâtiments commerciaux.

- Réglementer, au-delà de RNP, les *enseignes lumineuses*, en surface et en éclairage (par exemple aux heures d'ouvertures du commerce).

E – Élargissement de la démarche aux autres supports d'information

La mise en œuvre du RLPi est l'occasion de réfléchir, dans une approche plus large, au transfert d'informations aujourd'hui portées par des pré-enseignes ou de la publicité (souvent non conforme à la réglementation) vers d'autres types de supports :

- la signalétique routière directionnelle ou de jalonnement permettant d'annoncer la proximité de services (notamment ceux utiles aux personnes en déplacement tels que hôtels, restaurants, etc.),
- la signalisation d'information locale permettant notamment en zone urbaine d'indiquer la proximité des services et des monuments, à une signalisation d'information locale communautaire,
- des relais d'information service installés à des endroits appropriés pour synthétiser les informations utiles,
- des supports appropriés pour les informations générales ou les équipements municipaux.

La réflexion est à mener par exemple dans l'élaboration de la charte, selon les localisations (ville de Cognac, zones péri-urbaines, villes limitrophes...) pour une cohérence locale.

F – Définir le format « hors tout » et réduire les formats :

Le format autorisé par le RLP(i) devrait mentionner qu'il s'applique à la surface de l'ensemble du dispositif publicitaire, intégrant non seulement l'affichage publicitaire stricto-sensu, mais également son encadrement et ses supports éventuels, puisque c'est bien cette surface totale qui fait écran dans le paysage urbain.

Les formats de 4 m², imposés par le code de l'environnement aux agglomérations de moins de 10.000 habitants, sont parfaitement lisibles à 50 km/h. La diminution des vitesses autorisées devrait être corrélée à celle des formats publicitaires. On peut prendre l'exemple de collectivités qui ont par exemple, réduit la taille de la publicité scellée au sol dans certains secteurs urbains, en bordure d'artères structurantes du centre-ville, afin de réduire l'impact visuel de la publicité accompagnant l'installation de lignes de transports collectifs.



G - Circonscrire les lieux où les dispositifs très impactants :

Les bâches, publicités numériques, dispositifs de dimensions exceptionnelles, pourront être autorisés - localisations à cartographier dans le RLP(i).



H - Eviter que le mobilier urbain ne devienne un nouveau vecteur de pollution visuelle urbaine :

Il serait dommageable que la publicité glisse subrepticement du domaine privé (où elle est limitée et interdite) pour se démultiplier sur le domaine public. L'implantation des mobiliers urbains peut être associée aux localisations des publicités dans le RLPi.

Autant les abris de bus, colonnes Morris et kiosques à journaux rendent service à la population et la publicité peut y être admise, en revanche, le développement effréné des « sucettes » qui prolifèrent sur le domaine public de toutes les villes ces dernières années, pose un nouveau problème de pollution urbaine et du cadre de vis, voire d'énergie électrique gaspillée la nuit.



I - Privilégier la signalétique routière pour l'orientation des automobilistes :

La Signalisation d'Information Locale mérite d'être développée pour devenir le système d'orientation officielle de la commune. Sa promotion auprès des commerçants peut accroître son efficacité et permettre de limiter les préenseignes dans le paysage urbain.



Toutefois, la SIL n'est pas du ressort du RLPi, elle relève du code de la route.

J - Instituer un suivi qualitatif et quantitatif des enseignes :

Les enseignes scellées au sol devraient être limitées aux seuls cas où l'enseigne sur façade n'est pas visible depuis la voie publique.

La question des chevalets, voiles etc. qui tendent à proliférer sur les trottoirs et dans les rues piétonnes, et représentent autant d'obstacles à la circulation doit également être réfléchie, d'autant que le code de l'environnement ne réglemente pas les enseignes scellées au sol de moins de 1 m². Il est à noter qu'un chevalet est considéré comme enseigne uniquement dans le cas où le domaine public a été concédé, sinon il s'agit de publicité installée sur le sol.

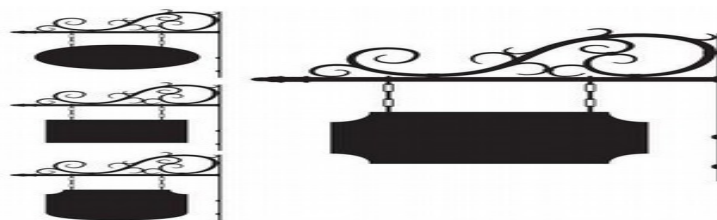


Les enseignes sur clôture ajourée, non réglementé par le code de l'environnement, devraient être strictement encadrées par le RLP(i).



Interdiction sur clôtures non aveugles.

L'insertion des enseignes dans l'architecture des bâtiments supports, l'harmonie des formes et des couleurs doivent faire l'objet d'attention afin d'améliorer leur qualité : les entreprises et commerçant ont besoin d'être conseillés par d'autres acteurs que les marchands d'enseignes. Par exemple, une enseigne en lettre découpées sur façade est à la fois lisible et valorise l'image de l'activité.



K - Favoriser l'instruction dans un lieu unique afin de renforcer la cohérence de l'analyse -

Bien que le code de l'environnement prévoit que dans le cadre d'un RLPi, il revient au maire de la commune d'instruire les déclarations et autorisations préalables, y compris lorsque cette commune est membre d'un EPCI, il paraît intéressant pour l'EPCI d'étudier la possibilité de regrouper cette compétence d'instruction au sein d'un pôle afin de sécuriser cette analyse, de renforcer les compétences, voire de rapprocher ce domaine avec l'instruction déjà réalisée concernant le droit des sols.

L - Privilégier le recrutement d'un Bureau d'Etudes disposant de compétences spécialisées (urbaniste, architecte, paysagiste...) -

De part la technicité de l'élaboration d'un RLPi par un EPCI, les services de l'État préconisent le recrutement d'un bureau d'études spécialisé. En effet, il n'est pas rare que les RLPi soient attaqués juridiquement dès la fin de leur conception, les risques sont politiques (liées aux concertations mal ou peu réalisées mais aussi juridique, le domaine étant très codifié). Pour cela, la DDT de la Charente apporte son aide à l'intercommunalité afin de candidater à un appel à projet annuel permettant d'obtenir, si le projet est retenu par le ministère, la somme de 10.000€.

Des critères définis pour le recrutement du bureau d'études dépend la qualité du document réalisé. Il paraît donc important de prendre en compte en amont du marché public, des critères tenant compte des compétences présentes au sein du BE, ceci afin de disposer tout au long de la démarche de personnes disposant des qualités nécessaires à la bonne appréhension des enjeux décrits ici.

Cette démarche devrait garantir aux habitants de la communauté d'agglomération de Grand Cognac de disposer in fine d'un document qui prenne en compte toutes les dimensions de la protection de leur cadre de vie et non d'une étude type « copier-coller ».

Il semble nécessaire que soit indiqué dans le cahier des charges du bureau d'études recruté, qu'il prenne l'attache de l'architecte des bâtiments de France et de l'inspectrice des sites du département de la Charente (DREAL Nouvelle Aquitaine – 05 49 55 63 11), afin de mener à bien la réalisation d'une étude thématique qui permette la mise en valeur des perspectives et du patrimoine du territoire. L'objectif de cette étude est également d'adapter le gabarit des dispositifs publicitaires à la structure du bâti afin qu'il en soit tenu compte dans le zonage du RLPi et que cela aboutisse à une réglementation spécifiquement adaptée.

IV. Quelques infractions au code de l'environnement à proscrire et aspect qualitatif -

A. Publicités installées près des voies dédiées à la circulation ferroviaire :



Protéger l'attention des automobilistes doit demeurer la première priorité.

B. Préenseignes non dérogatoires implantées hors agglomération :

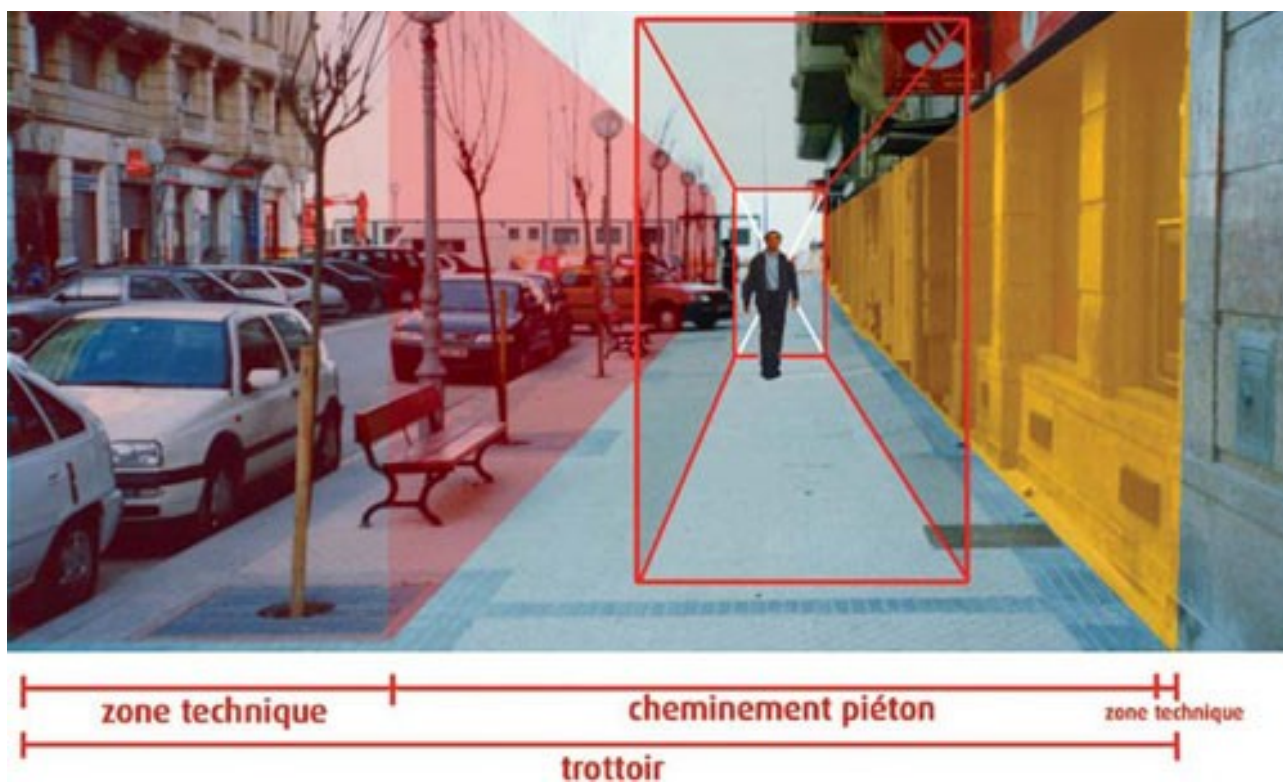


Le respect du cadre de vie est une exigence des habitants et un atout pour un territoire

C. Publicités implantées hors agglomération :



D. Implantation sur le domaine public ne respectant pas les normes d'accessibilité :



(Cf. annexe V.5)

E. Covisibilité de publicités avec les éléments patrimoniaux :

Les règles applicables dans les espaces remarquables

I : Règles concernant la publicité

Sur les immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques, sur les monuments naturels et dans les sites classés, dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles, sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque dont la liste est établie par arrêté municipal, toute publicité est interdite quel que soit son mode d'implantation et qu'elle soit lumineuse ou non (Art. L.581-4).

Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés, dans les parcs naturels régionaux (PNR), dans les secteurs sauvegardés, dans les sites inscrits et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci, à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques, dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux, dans les ZPPAUP ou les AVAP, dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales des sites naturels 2000 toute publicité est également interdite (Art. L.581-8).

Mais

Lorsque la publicité est installée sur des véhicules terrestres, ces interdictions peuvent être levées, à titre exceptionnel, par l'autorité de police à l'occasion de manifestations particulières (Art. R.581-48).

Lorsque la publicité est implantée dans un des lieux figurant à l'article L.581-8, l'interdiction peut être levée dans le cadre d'un RLP. Toutefois, ce dernier ne peut réintroduire la publicité qu'en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération considérée. Ainsi :

- si l'agglomération comporte moins de dix mille habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants demeurent interdites :
 - la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol ;
 - la publicité lumineuse autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
 - la publicité numérique qu'elle soit supportée ou non par du mobilier urbain ;
 - la publicité supportée par du mobilier urbain.
- si l'agglomération comporte moins de dix mille habitants qu'elle fasse ou non partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants demeurent interdits :
 - la publicité numérique supportée par du mobilier urbain ;
 - les bâches publicitaires (bâches de chantier et autres) ;
 - les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles.
- si l'agglomération comporte moins de dix mille habitants et fait partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants ou si elle comporte plus de dix mille habitants peuvent être autorisés :
 - la publicité lumineuse à la condition de ne pas dépasser huit mètres carrés ;
 - les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ainsi que les publicités murales à la condition de ne pas dépasser douze mètres carrés.



Si ces espaces remarquables sont situés hors agglomération, la publicité y est également interdite (Art. L.581-7).



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.

II : Règles concernant les enseignes

Les enseignes installées dans les lieux ou sur les immeubles énumérés aux articles L.581-4 et L.581-8 sont soumises à autorisation préalable du maire lorsque les lieux et immeubles considérés sont couverts par un RLP ou du préfet lorsque tel n'est pas le cas.

Lors de l'instruction du dossier d'autorisation, selon l'article R.581-16-II :

- l'accord de l'ABF est requis lorsque cette installation est envisagée sur un immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques, dans le champ de visibilité de cet immeuble ou dans un secteur sauvegardé ;
- l'accord du préfet de région est requis lorsque cette installation est envisagée sur un monument naturel, dans un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre ;
- l'avis conforme de l'ABF est requis, lorsque cette installation est envisagée dans une ZPPAUP ou une AVAP.



Dans un PNR, l'avis de l'ABF n'est pas requis.

F. Les entrées de villes :



L'entrée de ville est la première impression, la perspective est souvent jugée qualitativement

G. Les boulevards :



Privilégier une entrée de ville qualitative et discrète qui met en valeur les perspectives

H. Les zones d'activité :



Espacements identiques, harmonisation des gabarits des supports, réduction du nombre par panneaux et limitation des enseignes lumineuses.

I. L'affichage d'opinion -

L'article L. 581-13 du code de l'environnement définit la publicité comme « toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention » et il prévoit qu'il appartient « au Maire de déterminer par arrêté » et de faire « 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 ».

En conséquence, le code prévoit qu'en agglomération, en vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichages, dites d'« affichage libre ». Le dispositif d'affichage d'opinion doit rentrer dans le cadre des articles L.581-13 et R.581-2 et 3 du code de l'environnement.

L'affichage d'opinion, quand il n'est pas installé sur les panneaux mis à disposition par la commune, doit répondre aux règles de tout affichage publicitaire. Ainsi, les messages hors dispositif d'affichage conforme et installés hors agglomération est une publicité en infraction, conformément à l'article L.581-7 du code de l'environnement. La règle générale est également d'obtenir l'accord du propriétaire pour implanter un dispositif publicitaire.

Un contrat écrit entre l'afficheur et le propriétaire du terrain doit être rédigé.



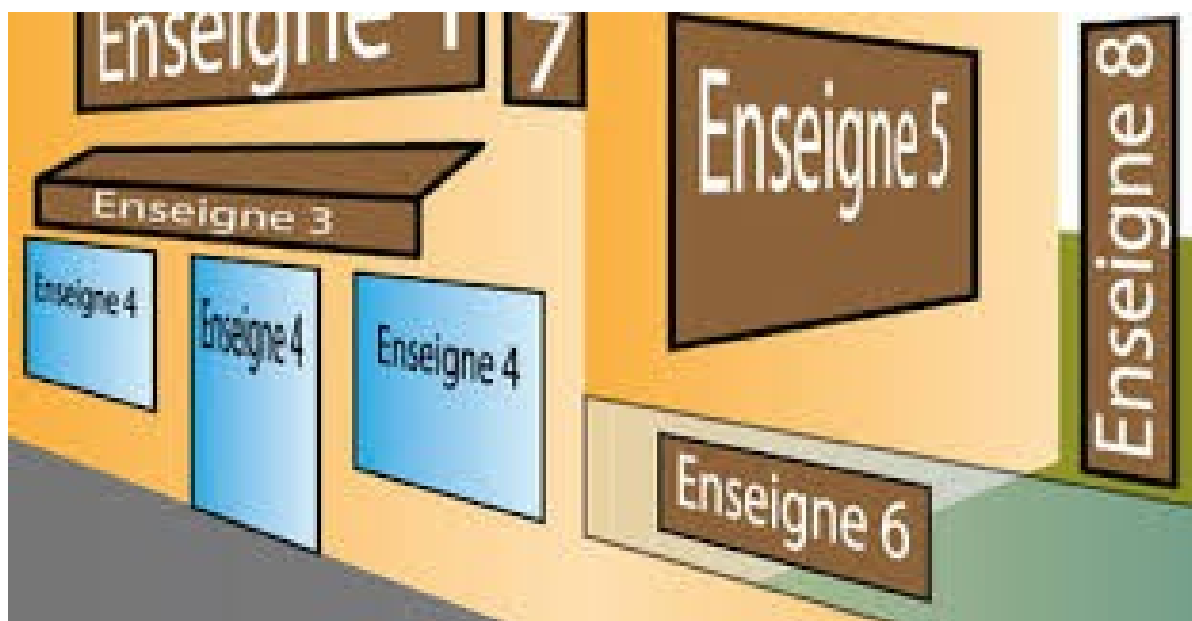
PANNEAUX DE LIBRE EXPRESSION

Comme elle s'y était engagée (lire « Orange Vérités » n° 51), la Ville a procédé à l'installation d'emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à l'affichage associatif dans le cadre du développement de la démocratie communale. Ces panneaux, de différentes dimensions, se trouvent :

- Avenue F. Mistral, au droit de la Maison des Associations.
- Avenue C. Dardun, devant le CES Jean Giono.
- Avenue des Etudiants, au droit des Services techniques.
- Rue Paul Bert, au droit de la Maison des Elus.
- Cours A. Briand, à proximité du lycée, au droit des jeux de boules.
- Rue des Tanneurs, au droit du parc Gasparin, à proximité des feux de circulation.
- Rue Général Leclerc, près de l'Ecole Pourtoulous.
- Avenue Maréchal Foch, au droit du Musée Archéologique.

Ces panneaux sont exclusivement réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations à but non lucratif. Tout autre usage, notamment commercial, est passible de sanctions administratives et pénales prévues par la loi du 29 décembre 1979.

J. Les enseignes :



Enseigne en lettres découpées sur façade, à la fois visible et valorisant l'image de l'activité

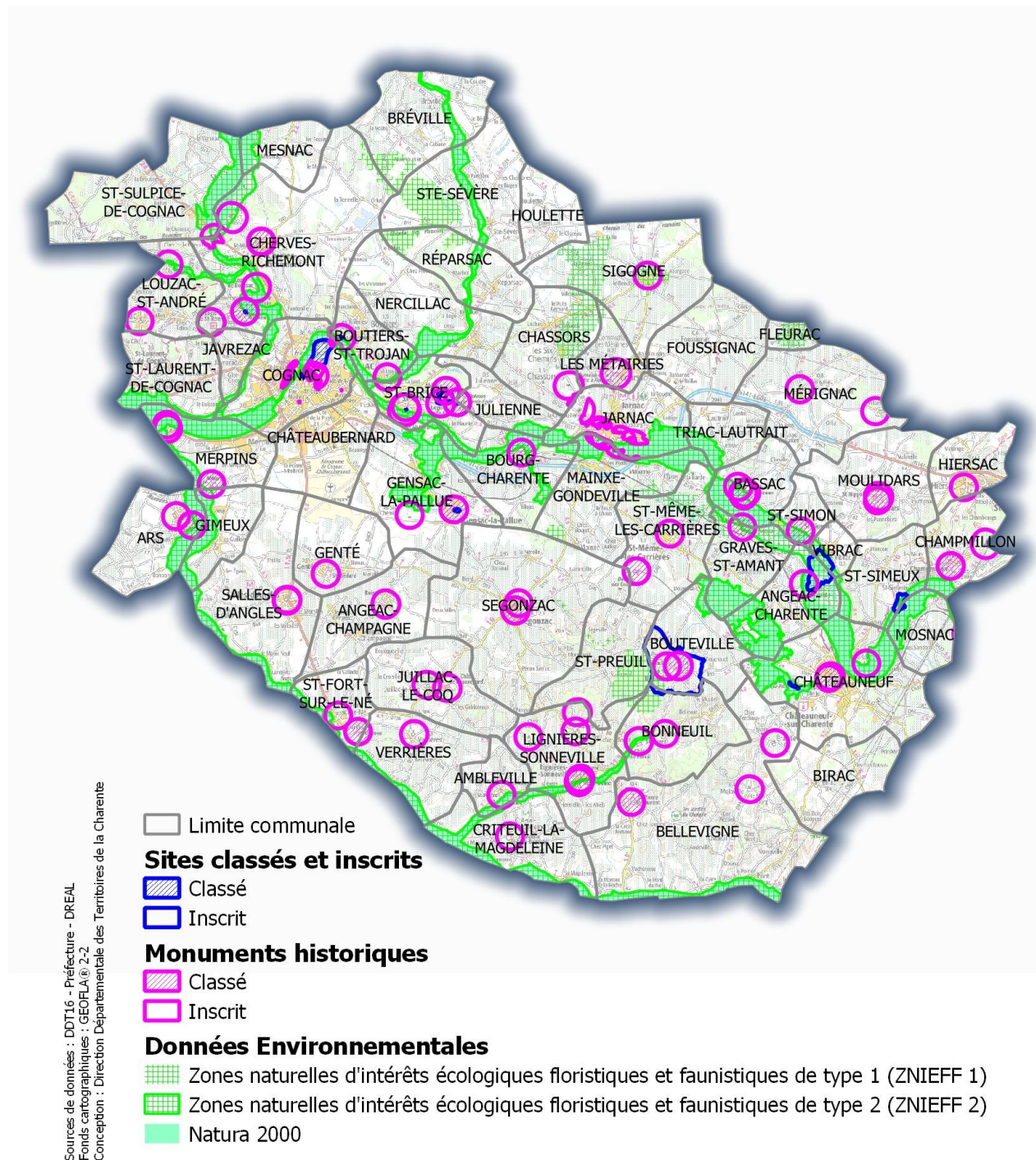
V - Annexes

V.1	Cartographie des voies de circulation structurants de la CA de Grand cognac.....	52
V.2	Les zones naturelles et secteurs à préserver (enjeux environnemental et cadre de vie).....	53
V.3	Carte des enjeux paysagers de la CA de Grand Cognac.....	54
V.4	Protections patrimoniales existantes à prendre en compte.....	55
V.5	Précisions relatives à la prise en compte de l'accessibilité.....	61
V.6	Schéma d'élaboration d'un RLPi.....	64
V.7	Cartographie des enjeux relatifs à la publicité du plan d'action de la MISEN.....	65
V.8	Plaquette d'information « Communes de moins de 10.000 hab ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants ».....	66
V.9	Fiche planification Communauté d'agglomération de Grand Cognac.....	67

1 - Cartographie des voies de communication principales de la CA de Grand Cognac

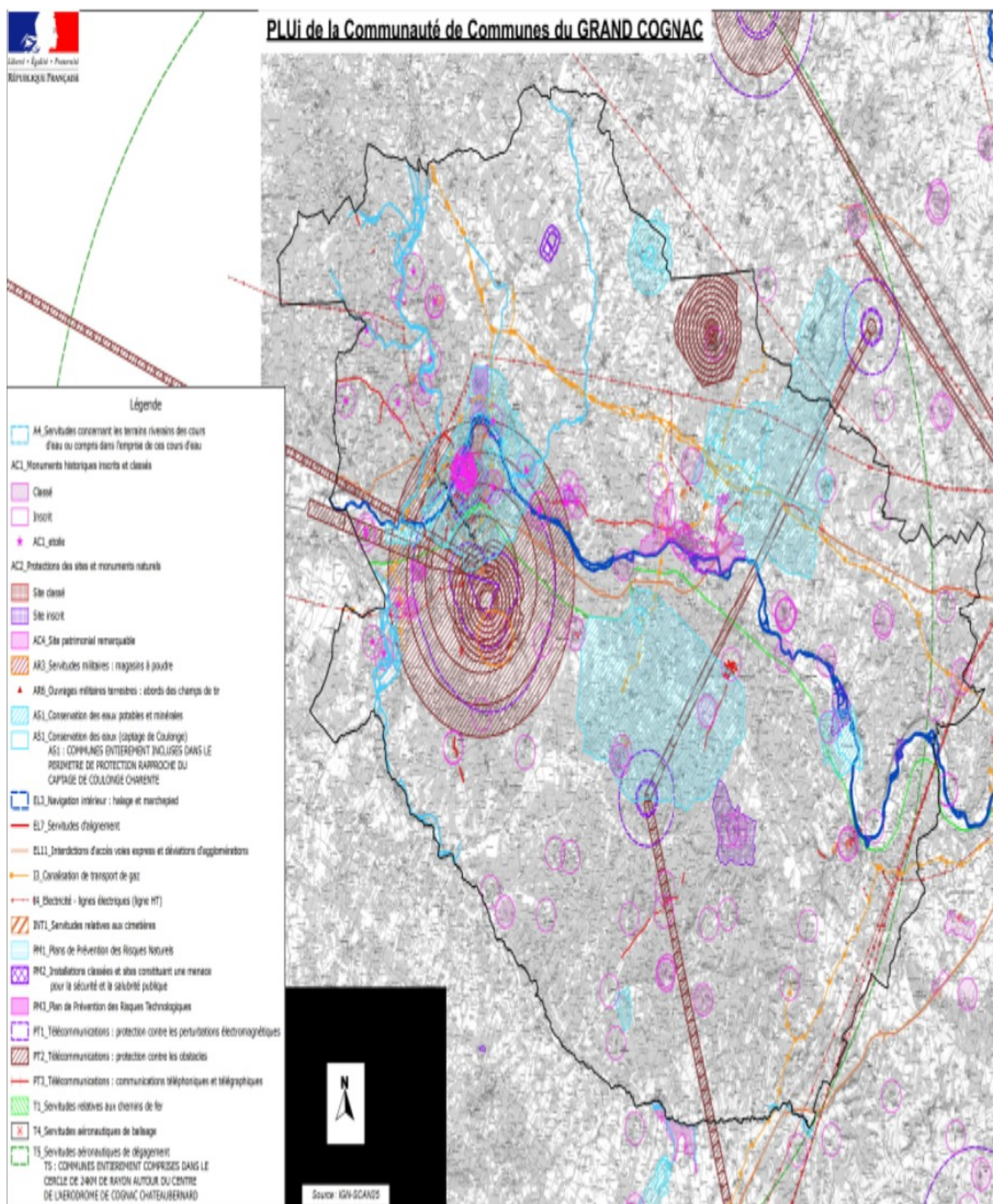


2. Les zones naturelles et secteurs à préserver (enjeux environnemental et cadre de vie)



Attention : Cette cartographie, utilisée dans le domaine de l'urbanisme, fait apparaître les périmètres de 500 mètres autour des monuments historiques.

3 – Carte des enjeux de la Communauté d'Agglomération de Grand Cognac



4 - Les protections patrimoniales existantes à prendre en compte

La communauté d'agglomération de Grand Cognac est concernée par les protections des monuments historiques, la liste ci-dessous présente les monuments concernés sur le territoire :

Commune	Monuments	Date d'arrêté	Niveau de protection	Périmètres de protection des communes voisines impactant la commune
Ambleville	Église Saint Pierre	24 mai 1965	Inscription	
Angeac-Champagne	Château de Roissac	13 avril 1989	Inscription	
Angeac-Charente	Église Saint Pierre	3 mars 1992	Inscription	Saint Simon - Église Saint Sigismond
Ars	Château	21 décembre 1988	Inscription	
	Église Saint Maclou	25 novembre 1981	Classement	
Bassac	Abbaye Saint Étienne - Bâtiments conventuels	27 juin 1983	Classement	Graves Saint Amant - Église Saint Martin
	Abbaye Saint Étienne - Église	10 décembre 1880	Classement	
	Abbaye Saint Étienne - Logis abbatial	4 décembre 1995	Inscription	
	Abbaye Saint Étienne - Logis abbatial	18 mai 2012	Inscription	
	Église Saint Nicolas	3 mars 1992	Inscription	
Bellevigne	Église Saint Pierre (ex Touzac)	28 avril 1964	Classement	
	Église Saint Pierre (ex Éraville)	31 mai 1965	Inscription	
	Église Saint Saturnin (ex Malaville)	15 mai 1925	Inscription	
Bonneuil	Château du Breuilh	23 juin 1952	Inscription	
	Église Saint Pierre	21 juin 1952	Inscription	
Bourg-	Église Saint Jean Baptiste	10 février	Classement	

Commune	Monuments	Date d'arrêté	Niveau de protection	Périmètres de protection des communes voisines impactant la commune
Charente		1913		
Bouteville	Château	28 février 1984	Classement	
	Église Saint Paul	24 mai 1965	Inscription	
Boutiers Saint Trojan	Chapelle Saint Marmet	8 octobre 1986	Inscription	
	Église Saint Trojan	16 octobre 1952	Inscription	
Champmillon	Église Saint Vincent	23 mars 1904	Classement	Hiersac - Église Saint Thomas
	Château de la Chapelle	30 mars 1976		
Chassors	Château de Montjourdain	7 juin 1968	Inscription	Jarnac - Logis de Nanclas
Châteaubernard				Cognac - Dolmen de Séchebec
Châteauneuf Sur Chte	Église Sainte Eulalie	10 février 1913	Classement	
Cherves-Richemont	Château Chesnel	24 mai 1965	Inscription	Saint Sulpice de Cognac - Pyramide du pont de l'Antenne
	Église Saint Vivien	29 mars 1988	Classement	
	Socle de la croix de la place de l'église	9 juillet 1932	Inscription	
	Pyramide du pont de l'Antenne	24 mai 1965	Inscription	
	Logis de Boussac	16 décembre 1987	Inscription	
	Église Saint Georges	21 septembre 1907	Classement	
	Logis de Saint Rémy	25 juin 1979	Inscription	
Cognac	Hôtel Brunet du Boccage	25 juillet 1973	Classement	Boutiers Saint Trojan - Chapelle Saint Marmet
	Hôtel Allenet	19 décembre 1973	Inscription	
	Hôtel de l'Esclopart	13 novembre 1973	Inscription	
	Hôtel Duplessis	30 octobre 1973	Inscription	
	9 place des Anciennes Halles	24 octobre 1973	Inscription	

Commune	Monuments	Date d'arrêté	Niveau de protection	Périmètres de protection des communes voisines impactant la commune
	Maison Prunier	23 octobre 1933	Classement	
	Hôtel Verdelin	31 juillet 2008	Classement	
	Fontaine François 1 ^{er}	27 février 1925	Inscription	
	Château François 1 ^{er}	15 mai 1925	Inscription	
	Vieux Port	15 mai 1925	Inscription	
	Maison de la nourrice de François 1 ^{er}	15 mai 1925	Inscription	
	31 rue de l'Isle d'Or	8 août 1973	Inscription	
	Pavillon gothique	23 octobre 1944	Inscription	
	Ancien couvent des Récollets	4 décembre 1951	Inscription	
	Hôtel Perrin de Boussac	4 octobre 1973	Inscription	
	Maison Martell	27 septembre 1995	Inscription	
	Église Saint Léger	28 mai 1883	Classement	
	Ancien cloître du prieuré Saint Léger	21 mars 1983	Inscription	
	Dolmen de Séchebec	13 mars 1930	Classement	
Criteuil la Magdeleine	Église Saint Jean	1 ^{er} octobre 1952	Inscription	Ambleville - Église Saint Pierre
Gensac la Pallue	Église Saint Martin	1 ^{er} janvier 1862	Classement	
	Logis de L'Éclopart	31 décembre 1986		
Genté	Église Saint Médard	21 décembre 1984	Inscription	
Gimeux				Ars - Église Saint Maclou
				Merpins - Abbaye Notre Dame de la Frenade
Gondeville				Jarnac - Église Saint Pierre
				Jarnac - Château Saint Martial
				Jarnac - Château des Chabannes

Commune	Monuments	Date d'arrêté	Niveau de protection	Périmètres de protection des communes voisines impactant la commune
Graves Saint Amant	Église Saint Martin	14 mars 1986	Classement	Saint Simon - Église Saint Sigismond
Hiersac	Église Saint Thomas	29 décembre 1941	Inscription	
Jarnac	Logis de Nanclas	31 décembre 1985	Inscription	Les Métairies - Tumulus et camp
	Maison François Mitterrand	20 décembre 2006	Inscription	
	Temple	26 octobre 1998	Inscription	
	Église Saint Pierre	3 mars 1992	Inscription	
	Église Saint Pierre	1 ^{er} mars 1945	Classement	
	Château Saint Martial	10 juillet 2014	Inscription	
	Château des Chabannes	6 janvier 2003	Inscription	
Javrezac				Cherves-Richemont - Logis de Saint Rémy
Juillac le Coq	Église Saint Martin	5 décembre 1991	Inscription	
	Château de Beauregard	8 juillet 1988	Inscription	
Julienne				Saint Brice - Église Notre Dame de l'Assomption
				Saint Brice - Dolmen de Gardépée
Les Métairies	Tumulus et camp	17 février 1930	Classement	Chassors - Château de Montjournain
Lignières-Sonneville	Église Notre Dame	20 décembre 1973	Classement	Bellevigne (ex Touzac) - Église Saint Pierre
	Château de Lignières (façades et toitures)	19 juillet 1977	Classement	
	Château de Lignières (façades, toitures, cheminées)	7 novembre 1973	Inscription	
	Église de la Sainte Trinité	30 octobre 1973	Inscription	
	Maison de Chez Ballet	7 novembre 1973	Inscription	
	Église Saint Palais des	30 octobre	Inscription	

Commune	Monuments	Date d'arrêté	Niveau de protection	Périmètres de protection des communes voisines impactant la commune
	Combes	1973		
Louzac Saint André	Église Saint André	14 juin 2012	Inscription	Cherves-Richemont - Logis de Saint Rémy
	Église Saint Martin	14 juin 2012	Inscription	
Mainxe				Jarnac - Maison François Mitterrand
				Jarnac - Temple
				Jarnac - Église Saint Pierre
				Jarnac - Église Saint Pierre
				Jarnac - Château Saint Martial
Mérignac	Église Saint Pierre	14 mai 1925	Inscription	
	Château de Villars Marange	7 mars 2007	Inscription	
Merpins	Pont du Cocuron	18 avril 2003	Inscription	
	Château	12 octobre 1973	Inscription	
	Abbaye de Notre Dame de la Frenade	10 février 1987	Classement	
Mosnac				Sireuil - Église Saint Orient
				Sireuil - Logis de Sireuil
Moulidars	Église Saint Hippolyte	14 septembre 1912	Classement	
	Château d'Ardenne	29 décembre 1978	Inscription	
Saint Brice	Dolmen de Gardépée	22 décembre 1926	Classement	Boutiers Saint Trojan - Église Saint Trojan
	Église Notre Dame de l'Assomption de Châtre	24 août 1948	Classement	
	Logis de Gardépée	30 octobre 1973	Inscription	
	Église Saint Brice	30 juillet 1964	Inscription	
	Château	25 janvier 1971	Inscription	
Saint Fort sur le Né	Dolmen de la Pierre Levée	16 août 1983	Classement	
	Église Saint Fortunat	5 décembre 1991	Inscription	
St Laurent de Cognac				Louzac Saint André - Église Saint Martin

Commune	Monuments	Date d'arrêté	Niveau de protection	Périmètres de protection des communes voisines impactant la commune
St Même les Carrières	Dolmen de la Pierre Levée	22 décembre 1926	Classement	
	Église Saint Maxime	5 décembre 1991	Inscription	
Saint Preuil				Lignières-Sonneville - Maison de Chez Ballet
Saint Simon	Église Saint Sigismond	15 mai 1974	Classement	
St Sulpice de Cognac	Pyramide du pont de l'Antenne	24 mai 1965	Inscription	Cherves-Richemont - Château Chesnel
Salles d'Angles	Église Saint Maurice	5 décembre 1991	Inscription	
	Presbytère	5 décembre 1991	Inscription	
Segonzac	Église Saint Pierre	25 janvier 1932	Classement	Saint Même les Carrières - Dolmen de la Pierre Levée
	Temple	21 septembre 1998	Inscription	
Sigogne	Église Saint Martin	10 décembre 1957	Inscription	
Verrières	Église Saint Palais et croix hosannière	26 mai 1986	Inscription	Saint Fort sur le Né - Dolmen de la Pierre Levée

5/ Précisions relatives à la prise en compte de l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite

- Concernant plus particulièrement l'accessibilité de la voirie et des espaces publics, celle-ci est liée à la notion d'obstacles et d'encombrement des trottoirs. Il en découle des exigences portant notamment sur les caractéristiques dimensionnelles des cheminements piétons ou sur l'implantation du mobilier urbain et des arrêts de transport collectif, exprimées dans le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.

x Art. 1er.- I. 1° Cheminements

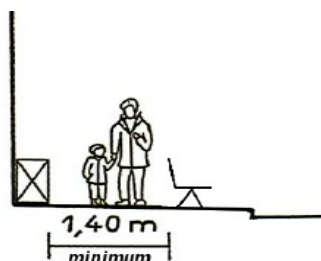
" Les aménagements destinés à assurer aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, et aux personnes à mobilité réduite l'accessibilité des voies publiques ou privées ouvertes à la circulation publique et des autres espaces publics doivent satisfaire aux caractéristiques techniques suivantes " :

[...] Le profil en travers a une largeur suffisante et dégagée de tout obstacle pour permettre le cheminement des piétons en sécurité. Le mobilier urbain, en particulier les bornes et poteaux, y compris lorsqu'ils sont implantés en porte-à-faux, est aisément détectable par les personnes aveugles ou malvoyantes.

- Cette notion d'accessibilité est également reprise dans l'arrêté du 15 janvier 2007 portant application du décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.

x Art. 1^{er} - 3° largeur minimale du cheminement

[...] la largeur minimale du cheminement est de 1,40 m libre de mobilier ou de tout autre obstacle éventuel. Cette largeur peut toutefois être réduite à 1,20 m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.

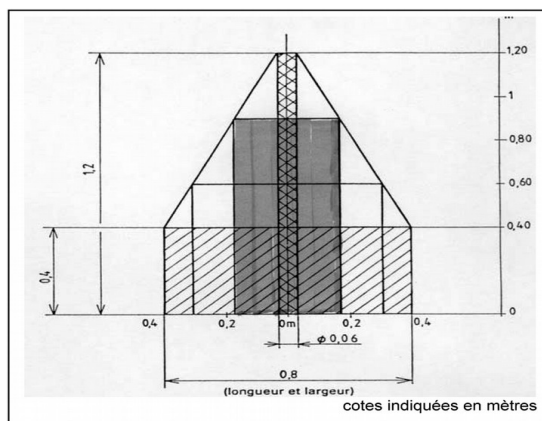


Équipements et mobiliers sur cheminement

[...] afin de faciliter leur détection par les personnes malvoyantes, les bornes et poteaux et autres mobiliers urbains situés sur les cheminements comportent une partie contrastée soit avec son support, soit avec son arrière-plan selon les modalités définies en annexe 1 du présent arrêté. La partie de couleur contrastée est constituée d'une bande d'au moins 10 centimètres de hauteur apposée sur le pourtour du support ou sur chacune de ses faces, sur une longueur au moins égale au tiers de sa largeur, et à une hauteur comprise entre 1,20 mètre et 1,40 mètre.

Ce contraste est réalisé dans la partie haute des bornes et poteaux d'une hauteur inférieure ou égale à 1,30 mètre. La hauteur de la partie contrastée peut alors être adaptée si elle permet d'atteindre un résultat équivalent.

La largeur et la hauteur des bornes et poteaux doivent respecter l'abaque de détection d'obstacles (annexe 3 de l'arrêté).

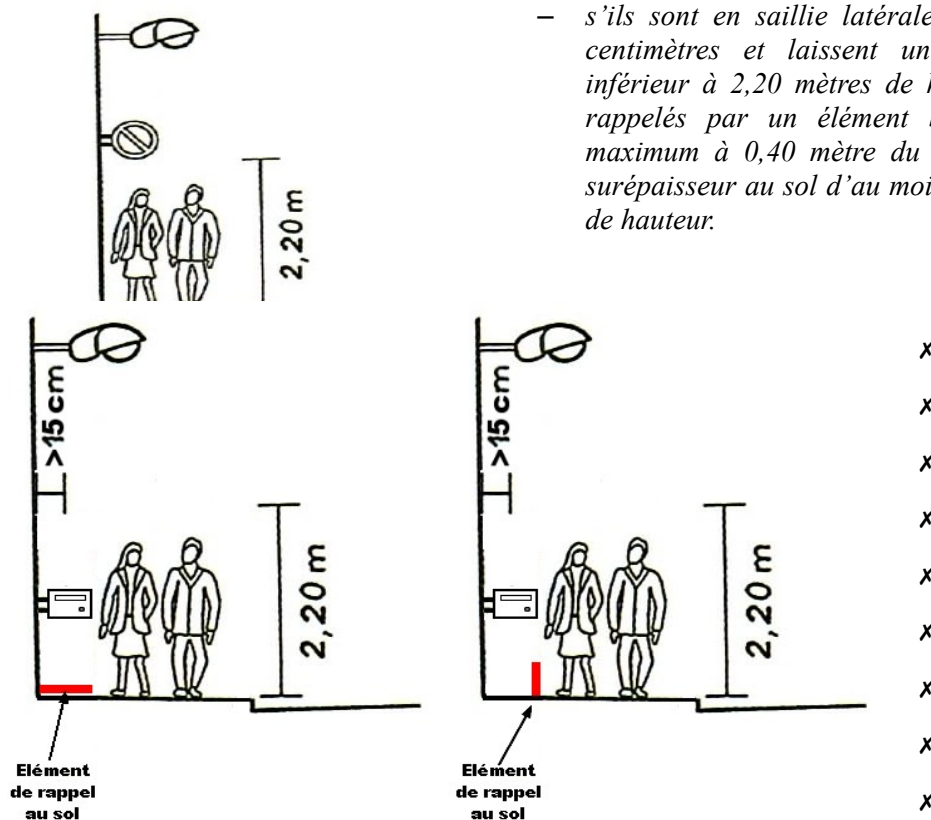


Tout mobilier urbain sur poteaux ou sur pieds comporte un élément bas situé à l'aplomb des parties surélevées lorsque celles-ci ne ménagent pas un passage libre d'au moins 2,20 mètres de hauteur. Cet

élément est installé au maximum à 0,40 mètre du sol.

S'ils ne peuvent être évités sur le cheminement, les obstacles répondent aux exigences suivantes :

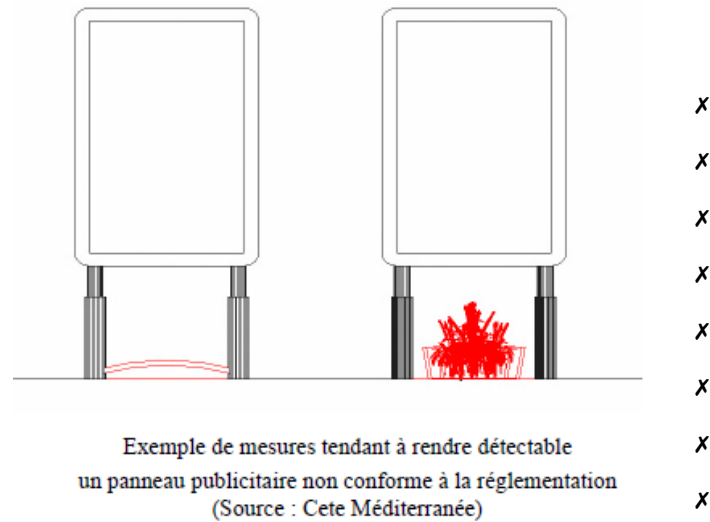
- s'ils sont en porte-à-faux, ils laissent un passage libre d'au moins 2,20 mètres de hauteur ;
- s'ils sont en saillie latérale de plus de 15 centimètres et laissent un passage libre inférieur à 2,20 mètres de hauteur, ils sont rappelés par un élément bas installé au maximum à 0,40 mètre du sol ou par une surépaisseur au sol d'au moins 3 centimètres de hauteur.



Les éléments permettant une bonne détection à la canne ne suffisent pas toujours à rendre «visibles » le mobilier par les mal-voyants qui ont d'autres besoins que les non-voyants. Leurs difficultés sont aggravées par la complexité de l'environnement visuel en milieu urbain («fond» non uniforme, signalisation, usagers statiques et en mouvements, publicités, vitrines...), ainsi que lorsque les

conditions de visibilité ne sont plus optimales (temps couvert, nuit ou soirée...). Il est ainsi indispensable d'améliorer cette «détectabilité visuelle» en ayant recours notamment aux contrastes de luminance et de couleurs.

L'utilisation de certains matériaux ou de certaines couleurs «trop vives» peuvent susciter certaines réticences, liées à des contraintes de protection du patrimoine ou à des exigences d'ordre esthétique (charte mobilier existante).



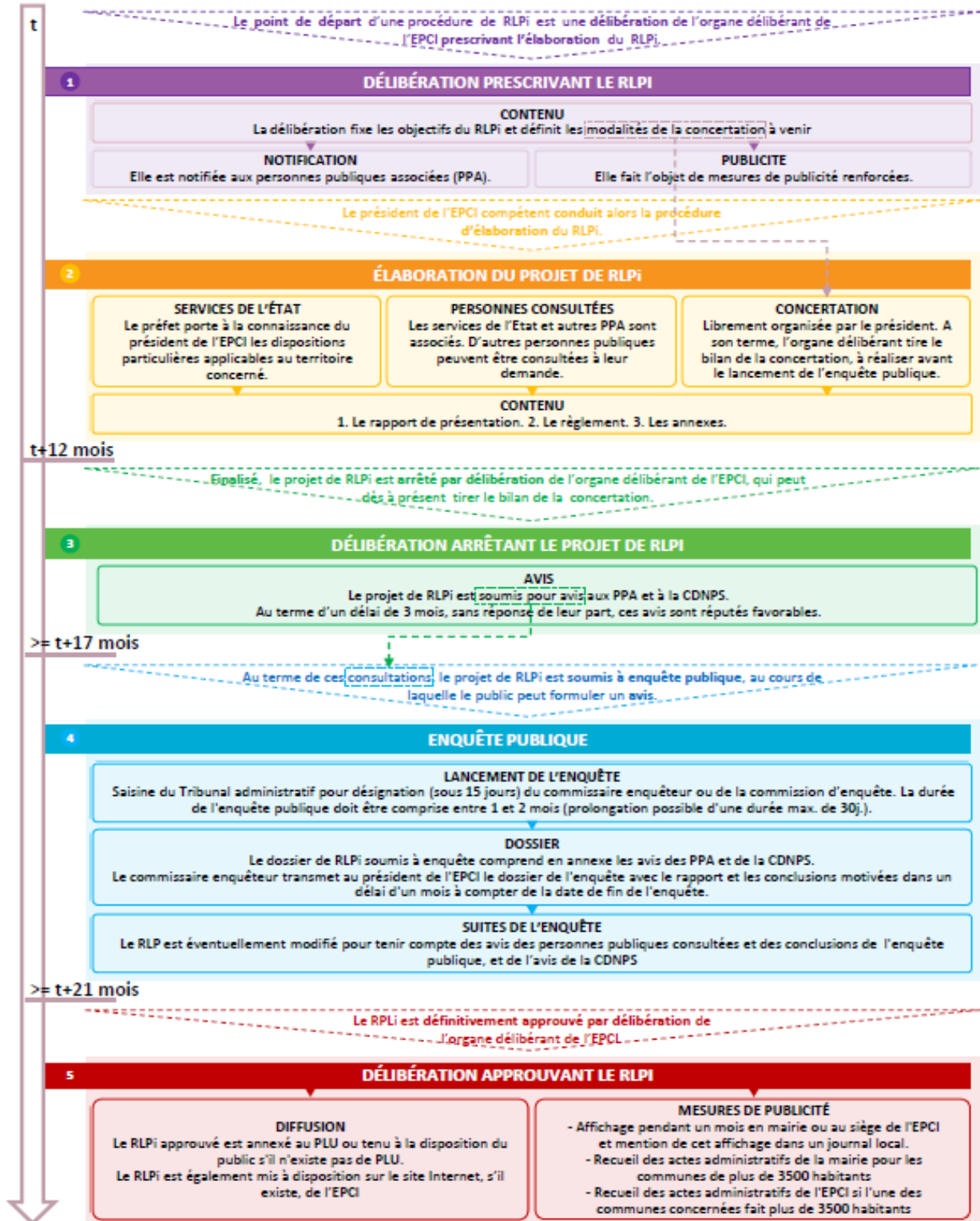
X

- X Le règlement doit donc travailler sur le contraste d'une partie seulement de l'objet par rapport à une autre (à son support par exemple), plutôt que de rechercher un contraste de l'objet complet par rapport au " *fond visuel* " qui l'entoure.

Outre les questions de détection des obstacles, le règlement peut donner des recommandations, en matière de lisibilité de la signalétique...

6/ Schéma d'élaboration du RLP(i)

Délais indicatifs



(Identification des villes disposant d'un RLP jusqu'au 13 juillet 2020)



8 - Plaquette d'information « Communes de moins de 10.000 hab ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants »

LES OBLIGATIONS LIÉES À L'INSTALLATION DE DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Toute personne désirant installer un dispositif publicitaire doit s'assurer de :

- l'autorisation du propriétaire de l'immeuble (bâti ou non bâti) et du gestionnaire de la voirie au titre de l'occupation du domaine public,
- la conformité de son projet avec la réglementation en vigueur.

Toute personne désirant installer un dispositif publicitaire doit déposer : **une déclaration préalable ou une demande d'autorisation préalable.**



Toute pose d'enseignes doit être réalisée dans le respect des dispositions ci-contre. Tout dispositif d'enseigne lumineuse ou inscrite dans un périmètre de protection d'un Monument Historique est soumis au dépôt d'une autorisation préalable. La demande sera faite sur la base du Cerfa 14768*01 (à déposer en mairie ou en DDT).

Le dispositif ne pourra être installé qu'après le respect de ces procédures, le dépôt d'une déclaration ou l'obtention d'une autorisation.

LES SANCTIONS

administratives

Imposées par l'administration :

- amende administrative de 1500 euros (pour défaut d'autorisation),
- astreinte administrative de 202,85 euros par jour et par dispositifs au-delà du délai de 15 jours, imputés pour le retrait du dispositif jusqu'à l'enlèvement total de ce dernier,
- remboursement des frais d'enlèvement engagés par l'administration dans le cadre d'un enlèvement d'office.

pénales

Devant le tribunal correctionnel :

- amende pénale de 7500 euros (pour défaut d'autorisation ou maintien d'un dispositif sur un lieu non autorisé),
- astreinte pénale de 15 euros à 1500 euros en fonction de la qualité du contrevenant.

Le non respect de la réglementation donne lieu à la mise en œuvre des procédures administratives et pénales. Les amendes sont appliquées autant de fois qu'il y a de publicité, d'enseignes ou de pré-enseignes en infraction.

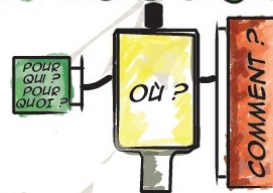
Liens et références textuelles : <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Prescriptions-relatives-aux.html>.



DDT 31 / ST / PATU / UAT - Juillet 2016.

LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE...

INFORMATIONS À L'USAGE DES ÉLUS ET ACTEURS ÉCONOMIQUES DE LA HAUTE-GARONNE



... SUR LES COMMUNES OU AGGLOMÉRATIONS DE MOINS DE 10 000 HABITANTS NE FAISANT PAS PARTIE D'UNE UNITÉ URBAINE DE PLUS DE 100 000 HABITANTS.

La réglementation de la publicité extérieure, issue de la loi 2010-788 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement ou loi Grenelle, s'applique aux dispositifs :

- de publicité installés en extérieur,
- visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique à l'exception des autoroutes, des bretelles d'autoroutes et des voies express.

Les dispositifs publicitaires entrants dans le champ d'application de cette réglementation sont :

- des dispositifs de publicité,
- des pré-enseignes et des enseignes.



LA PUBLICITÉ

Obligations

En agglomération

Sont interdits :

- scellés au sol,
- sur les immeubles classés ou inscrits à l'inventaire des monuments historiques,
- sur les monuments naturels, les arbres et autres plantations,
- sur les poteaux de transport et de distribution d'énergie électriques, de télécommunication, et sur les installations d'éclairage public,
- sur les équipements relatifs à la sécurité routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne,
- sur les murs des bâtiments dont les baies ont une surface > 0,50 m²,
- sur les clôtures non aveugles,
- sur les murs des cimetières.



« inscription, forme ou image, destinée à informer le public, ou à attirer son attention à titre de publicité ou de pré-enseigne. »

Des matériaux durables et régulièrement entretenus. Les bâches publicitaires, les publicités lumineuses ou numériques sont interdites. Les mobiliers urbains peuvent supporter accessoirement de la publicité.

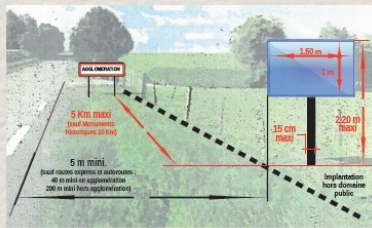
Hors agglomération

La publicité est interdite en dehors des agglomérations telles que définies au titre du code de la route.

à l'exception :

- des pré-enseignes « dérogatoires » limitées depuis le 13 juillet 2015 :
 - aux activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir,
 - aux activités culturelles,
 - aux monuments historiques ouverts à la visite,
- des emprises des gares, des aéroports (+ de 3 millions de passagers/an), des installations sportives de 15 000 places assises,
- des pré-enseignes temporaires.

Les dispositifs de pré-enseignes se présenteront comme indiqué sur le schéma ci-dessous :



Dispositifs.	Agglo <10 000 hab.	Agglo <10 000 hab. appartenant à une unité urbaine de 4 de 100 000 hab.	Hors agglo.	Secteurs protégés, sites inscrits, abords monuments parcs et réserves naturelles.
Publicité murale non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence.	4 m2 maxi.	12 m2 maxi	Interdite	Interdite

Un régime spécial encadre les pré-enseignes et enseignes temporaires.

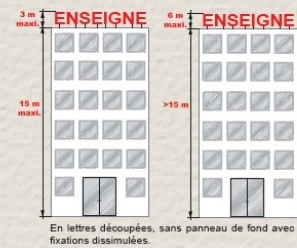
LES ENSEIGNES

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

Placées en agglo ou en dehors, il en existe 4 types :

L'enseigne sur auvent, toiture et terrasse

sur les auvents ou terrasses, le dispositif est réalisé sur une hauteur maximale de 1 m et une saillie de 0,25 m².



L'enseigne bandeau ou enseigne parallèle

L'enseigne ne peut être installée que sur le niveau où est exercée l'activité.



L'enseigne drapeau ou enseigne perpendiculaire



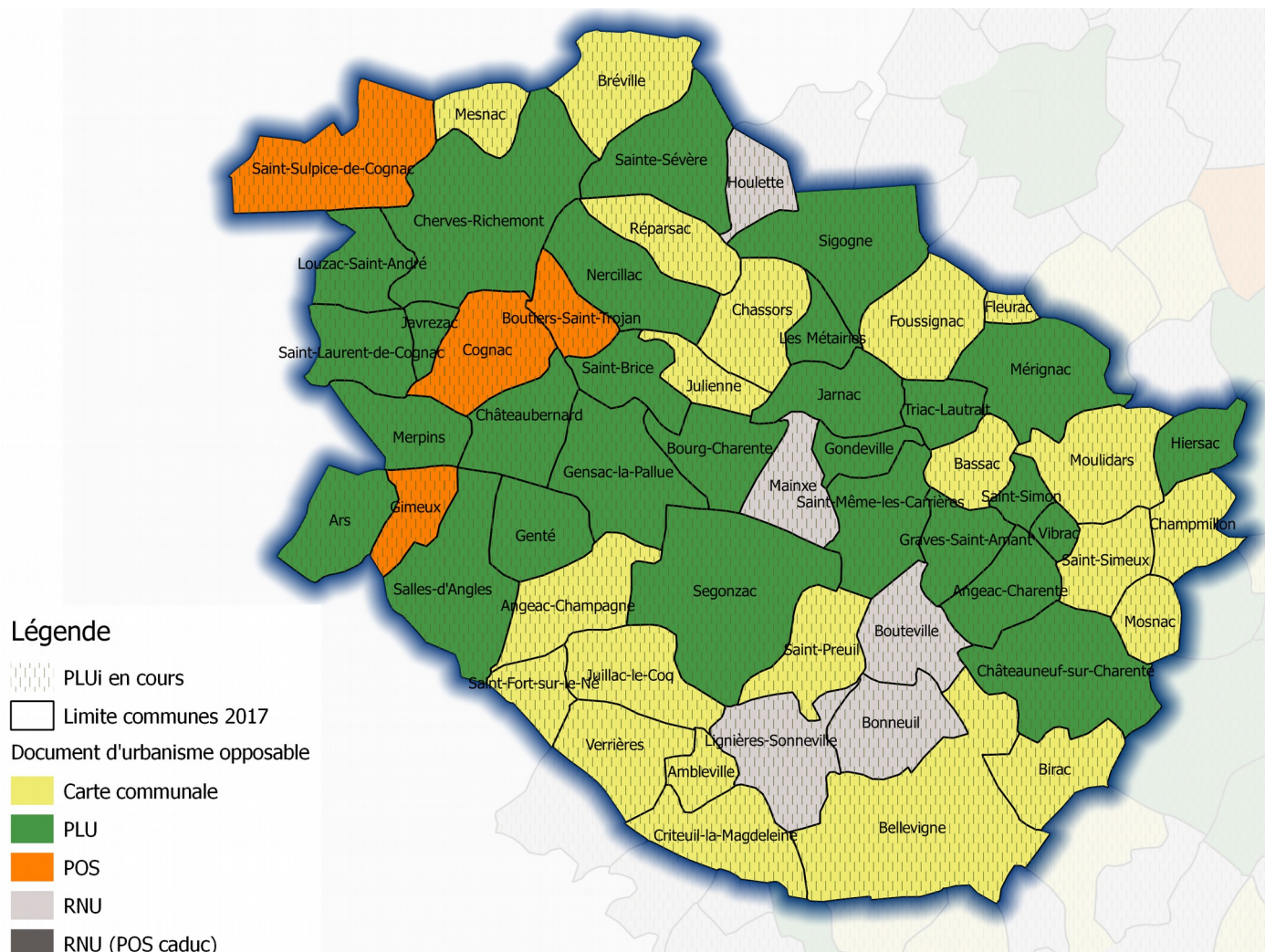
Installée sur la façade commerciale du lieu sans dépassement du niveau où est exercée l'activité.

L'enseigne scellée au sol



Dispositifs.	Agglo <10 000 hab.	Agglo <10 000 hab. appartenant à une unité urbaine de 4 de 100 000 hab.	Hors agglo.	Secteurs protégés, sites inscrits, abords monuments parcs et réserves naturelles.
Enseigne sur façade.	15 % maxi. de la surface de la façade commerciale lorsque celle-ci est > 50m2. 25 % maxi. de la surface commerciale lorsque celle-ci est < 50m2.			
Enseigne scellée au sol.	6 m2	10 m2	10 m2	10 m2
Enseigne sur toiture.	La surface cumulée des enseignes en toiture ne peut dépasser les 60 m2			

9. Fiche planification Communauté d'agglomération de Grand Cognac (maj 2017)



Documents opposables	
SCOT	0
PLUi	0
PLU	28
POS	4
CC	21
RNU	5

	Population 2014	Taux variation annuelle population 2009-2014	dont solde naturel	dont solde migratoire	Nombre de logements	Taux de vacance	Densité de population (hab/km ²)	Taux de pauvreté	Indice de jeunesse	Consommation d'espace 1999-2010 (ha)	dont habitat	Surface médiane/MI (m ²)
Ex-Grand Cognac	34 414	-0,1	0	-0,1	18 946	9,3	188,3	13,5	0,72	160,2	129,3	1 150
Ex-Grande Champagne	9 080	-0,3	-0,2	-0,1	4 413	9,8	48,9	9,7	0,73	70,6	57,2	1 500
Ex-Jarnac	16 185	0,4	-0,2	0,6	8 217	9,7	79,2	11	0,73	155	139,3	1 450
Ex-Région de Châteauneuf	10 373	0,1	-0,3	0,3	5 292	10,9	57,2	10,8	0,78	104,1	94	1 650
Grand Cognac	70 052	0	-0,1	0,1	36 868	9,7	92,9	12,1	0,73	489,9	419,8	1 400

Carte des servitudes et contraintes

