

## **Elaboration du Règlement Local de Publicité (RLP)**

### **Note de présentation de l'enquête publique**

#### **1. Introduction :**

La commune de Saint-André-de-Cubzac, compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme, a engagé l'élaboration de son Règlement Local de Publicité, par une délibération du Conseil Municipal du 29 janvier 2024, avec les objectifs suivants :

- L'embellissement général du cadre de vie de la commune,
- La préservation du patrimoine naturel et bâti,
- L'amélioration des paysages en entrées de ville,
- L'amélioration des perspectives sur les commerces, en particulier dans le périmètre protégé de l'Eglise,
- La prise en compte des nouvelles techniques en matière d'affichage

#### **2. Coordonnées du Maître d'ouvrage :**

Maitre d'ouvrage :

Commune de Saint-André-de-Cubzac, représentée par Madame le Maire, Célia MONSEIGNE

Adresse : 8 place Raoul Larche, 33240 Saint-André-de-Cubzac

Responsable de projet : Madame Alexandra PAILLÉ, responsable du service Urbanisme de la ville de Saint-André-de-Cubzac.

#### **3. Objet de l'enquête publique**

L'enquête porte sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité de Saint-André-de-Cubzac.

Il s'agit de recueillir l'avis du public sur le projet arrêté par le Conseil Municipal du 10 mars 2025, auquel sont joints les avis des Personnes Publiques Associées ou Concernées par son élaboration.

#### 4. Caractéristiques les plus importantes du projet de RLP

L'objet d'un RLP est d'adapter les règles nationales du Code de l'environnement au contexte local. Les règles nationales non adaptées dans un RLP continuent de s'appliquer dans leur intégralité. Ce sont donc ces deux réglementations (nationale et locale) qu'il conviendra de prendre en compte pour appliquer le référentiel réglementaire sur la commune. Une synthèse du projet est annexée au présent document.

#### 5. Principales raisons pour lesquelles le projet a été retenu

Le projet présenté répond aux objectifs, tels qu'ils ont été fixés par la délibération du Conseil Municipal du 29 janvier 2024, prescrivant l'élaboration du RLP, et aux orientations débattues par le Conseil Municipal du 8 juillet 2024.

Conformément aux nouvelles dispositions issues du Grenelle II, une concertation a eu lieu, impliquant les professionnels de la publicité et de l'enseigne, le monde économique et les citoyens. Les services de l'état et autres personnes publiques associées à la révision ont été consultés durant la procédure de révision.

Cette concertation, dont les modalités avaient été définies par la délibération 29 janvier 2024, a été composée de différentes réunions et d'échanges. Elle a permis d'itérer sur le dossier et d'aboutir au projet finalement arrêté le 10 mars 2025 par le Conseil Municipal.

#### 6. Enquête publique et insertion dans le processus d'élaboration

Selon l'article L.581-14 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 au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme [...]* ».

Ce même article prévoit que le projet de RLP soit soumis à enquête publique, après avoir été soumis pour avis à la Commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. L'avis de la commission, ainsi que les avis des personnes publiques associées à l'élaboration du RLP, sont des pièces associées au projet présenté en enquête publique.

Les modalités de l'enquête publique sont définies par les articles R.123-2 à R.123-24 du Code de l'environnement.

Le projet peut être amené à évoluer, en fonction des avis collectés, des conclusions du commissaire enquêteur et de la décision du Conseil Municipal.

Une fois approuvé par le Conseil Municipal, le règlement local de publicité sera annexé au Plan Local d'Urbanisme de la ville de Saint-André-de-Cubzac.

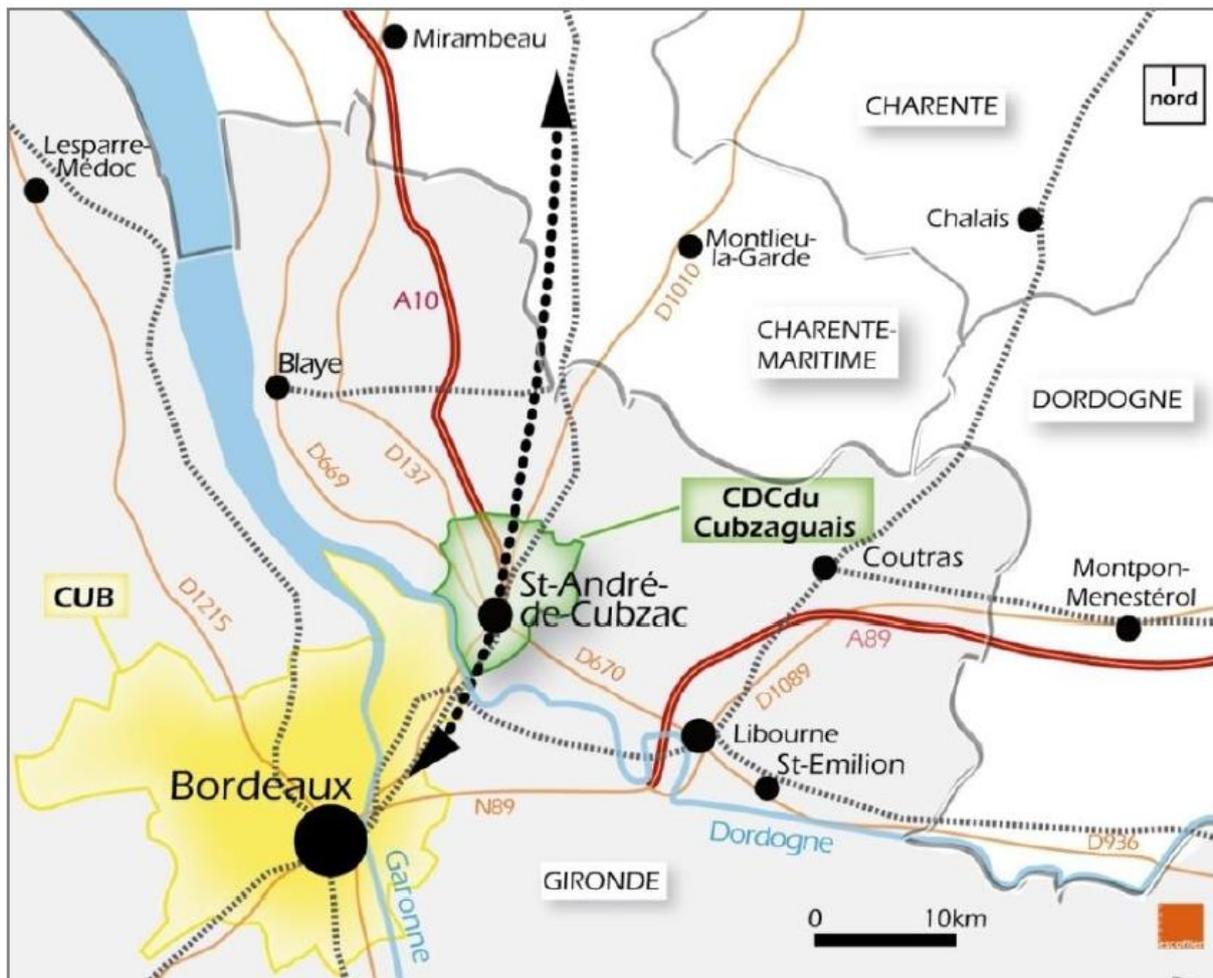
# Synthèse du projet de Règlement Local de Publicité (RLP)

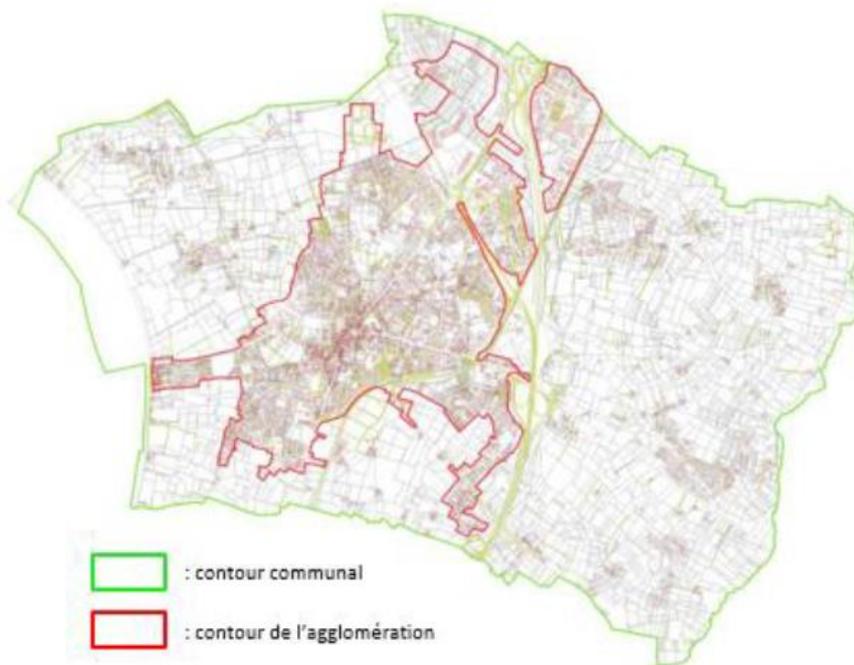
## Commune de Saint-André-de-Cubzac

### 1- Contexte

D'une superficie de 23,15 km<sup>2</sup>, la commune de Saint-André-de-Cubzac se situe en Haute-Gironde, sur la rive droite de l'estuaire, 20 km au Nord de l'agglomération bordelaise. Elle est la ville centre de la Communauté de Communes du Grand Cubzaguais.

Elle compte environ 13 000 habitants.





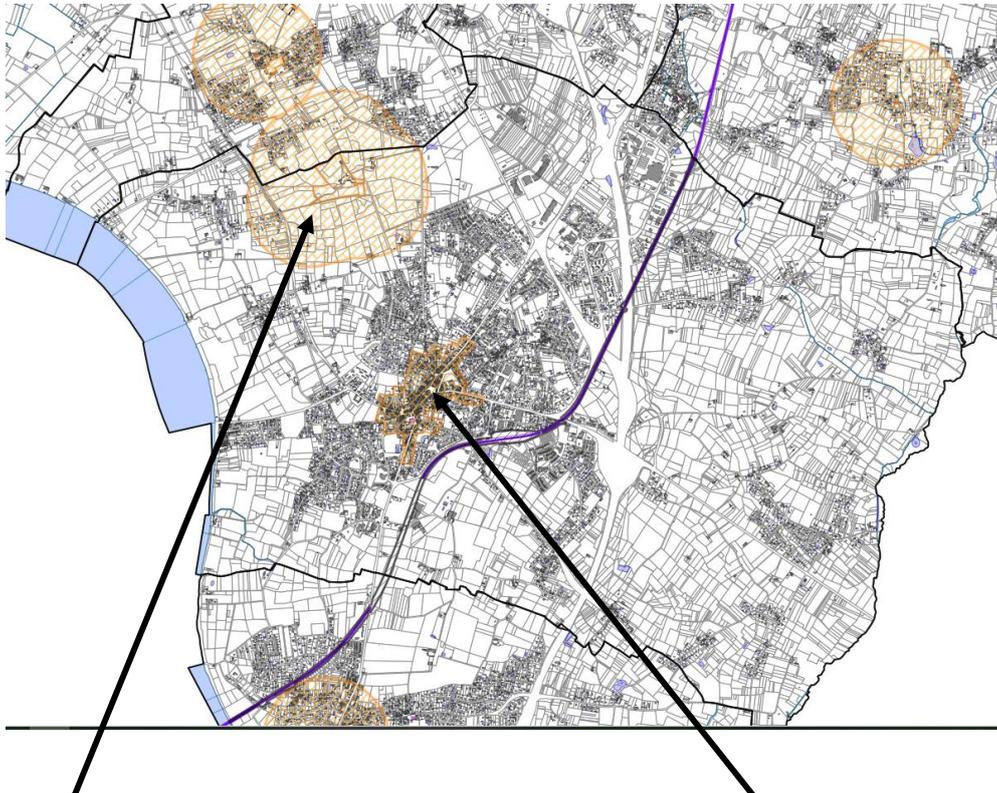
Deux zones d'activités sont présentes au Nord de la commune (à vocation commerciale, et artisanale/industrielle). Le centre-ville possède encore un certain nombre de commerces en activité. On peut noter également la présence de commerces (notamment un supermarché à proximité du centre-ville) et petits secteurs commerciaux sur le reste de la commune, principalement aux entrées de ville



La commune est concernée par deux monuments historiques :

- Le château du Bouilh, avec un périmètre de protection de 500 m (site classé)
- L'église, avec un périmètre délimité des abords (site inscrit)

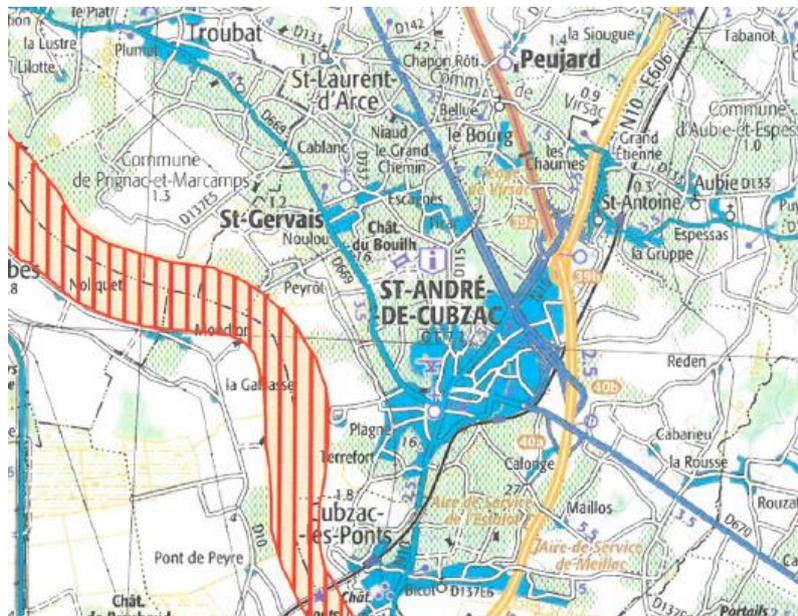
On compte également un autre site classé, le Platane de Robillard.



Périmètre de 500 m autour  
du château du Bouilh

Périmètre délimité des  
abords autour de l'église

Côté environnement, on trouve sur le territoire un site Natura 2000 « La Dordogne » créé par arrêté du 27 octobre 2015 et une ZNIEFF de type 2 « La Dordogne » qui s'inscrivent sur un même périmètre (zone hachurée ci-dessous). Il est situé hors agglomération.



La commune de Saint-André-de-Cubzac est couverte par un Plan Local de l'Urbanisme qui a défini des zones naturelles et des espaces boisés classés en agglomération. La compétence PLU n'a pas été transférée à la Communauté de Communes. C'est pourquoi, c'est la commune

## 2- Enjeux et objectifs

La commune de Saint-André-de-Cubzac disposait d'un RLP, approuvé en 1995, qui était devenu obsolète dans son contenu, puis caduc en janvier 2021, suite aux dispositions de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010.

Aussi, dans un souci d'amélioration du cadre de vie et de prise en compte des évolutions législatives en matière d'affichage publicitaire, le conseil municipal a prescrit, par délibération en date du 29 janvier 2024, l'élaboration de son règlement local de publicité, et a défini les objectifs et modalités de la concertation.

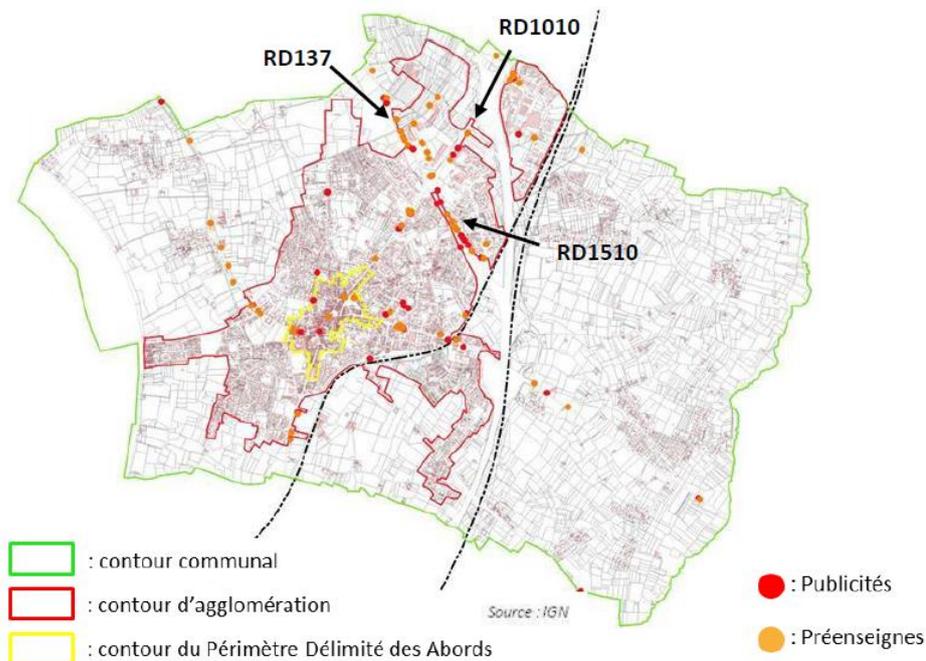
Les objectifs poursuivis par la ville, dans le cadre de l'élaboration de ce règlement sont les suivants :

- L'embellissement général du cadre de vie de la commune,
- La préservation du patrimoine naturel et bâti,
- L'amélioration des paysages en entrées de ville,
- L'amélioration des perspectives sur les commerces, en particulier dans le périmètre protégé de l'Eglise,
- La prise en compte des nouvelles techniques en matière d'affichage.

Un diagnostic a préalablement été réalisé en vue de définir les orientations générales du RLP.

- Concernant les publicités et préenseignes, le diagnostic a mis en évidence une situation de l'affichage en discordance par rapport aux règles nationales du Code de l'environnement.

### ✓ Localisation des publicités et des préenseignes



En effet, de nombreux supports sont non conformes, et en particulier, des publicités dont l'affichage est visible d'une voie située en dehors de l'espace aggloméré, ou encore des publicités installées dans le périmètre de protection de l'Eglise, classée monument historique.

D'un point de vue qualitatif, certains axes sont assez fortement marqués par la publicité, laquelle est présente en nombre, et en formats importants. La publicité est également présente dans des environnements plus naturels, ce qui induit un impact fort sur les paysages.

**Publicité visible d'une voie située hors agglomération - R.581-31 du Code de l'environnement**



**Publicité implantée dans le Périmètre Délimité des Abords de l'Eglise (PDA) - L.581-8 du Code de l'environnement**



Le traitement de ces non conformités permettra d'atteindre un premier objectif, que le RLP complètera, en adoptant un zonage en adéquation avec la protection du patrimoine et de certains axes et entrées de ville, et avec la typologie des différents secteurs.

- Concernant les enseignes, des infractions aux règles nationales ont également été mises en évidence lors du diagnostic. Il s'agit, par exemple, d'enseignes mal positionnées sur les façades, ou qui en occupent une surface trop importante. On peut citer également le cas d'enseignes scellées au sol dépassant les normes de densité et de surface, ou d'enseignes en toiture non conformes.

**Enseignes en façade occupant plus de 15% ou de 25% de la surface de la façade commerciale - R.581-63 du Code de l'environnement (25% pour façade  $\leq 50$  m<sup>2</sup>, 15 % pour façade  $> 50$  m<sup>2</sup>) :**



D'un point de vue qualitatif, les enseignes situées au centre-ville sont de qualité assez inégale : certaines réalisations sont qualitatives, mais l'impression d'ensemble met en évidence un manque de soin dans les installations : disparité de formes, et de nature d'enseignes, peu de recherche de bonne intégration sur les façades. Le nombre et l'hétérogénéité de certaines enseignes ont un impact fort sur la perspective des rues.

Dans les zones d'activités, et mises à part quelques situations de non conformités majeures, les enseignes sont installées avec une certaine organisation et de manière mesurée en terme de gabarit.

Par ailleurs, certaines nouvelles techniques d'enseignes sont de plus en plus présentes : utilisation des baies, des banderoles, de la technique numérique. L'impact visuel de ces nouvelles techniques étant fort, le RLP devra cadrer ces installations.

Les orientations générales du RLP, débattues lors du conseil municipal du 8 juillet 2024, se déclinent autour de 3 axes :

- La protection du patrimoine naturel et bâti, préservation des paysages et amélioration de la qualité des entrées de ville ;
- La réduction de l'impact visuel des publicités, des préenseignes et des enseignes ;
- La limitation de l'impact environnemental des nouveaux modes de communication et des supports lumineux ;

### 3- Projet de RLP

Conformément aux articles R.581-72 à R.581-78 du Code de l'environnement, le RLP se compose des documents suivants :

- Un rapport de présentation, qui présente le diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs,
- Un règlement, qui comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues par le code de l'environnement. Les prescriptions peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie,
- Une annexe, correspondant aux documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et périmètres identifiés par le règlement local de publicité,
- Une autre annexe, correspondant aux limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du Code de la route, représentées sur un document graphique annexé à l'arrêté municipal fixant lesdites limites.

Le RLP prévoit notamment les dispositions suivantes :

➤ Concernant les publicités et préenseignes :

Trois Zones de Publicité Réglementée (ZPR) sont définies. Elles couvrent l'intégralité de l'agglomération de Saint-André-de-Cubzac, agglomération dont le contour a été délimité par un arrêté du Maire, qui figure en annexe du RLP.

- La ZPRO correspond aux périmètres de protection du patrimoine naturel & bâti (monuments historiques, petit patrimoine, zones naturelles du PLU...) ainsi qu'aux périmètres de protection des entrées de ville, de certains axes et de certaines intersections.

La publicité est interdite dans cette zone par le RLP, lequel prend en compte, en les adaptant, des dispositions de protection du Code de l'environnement.

- La ZPR1 correspond essentiellement aux secteurs résidentiels.

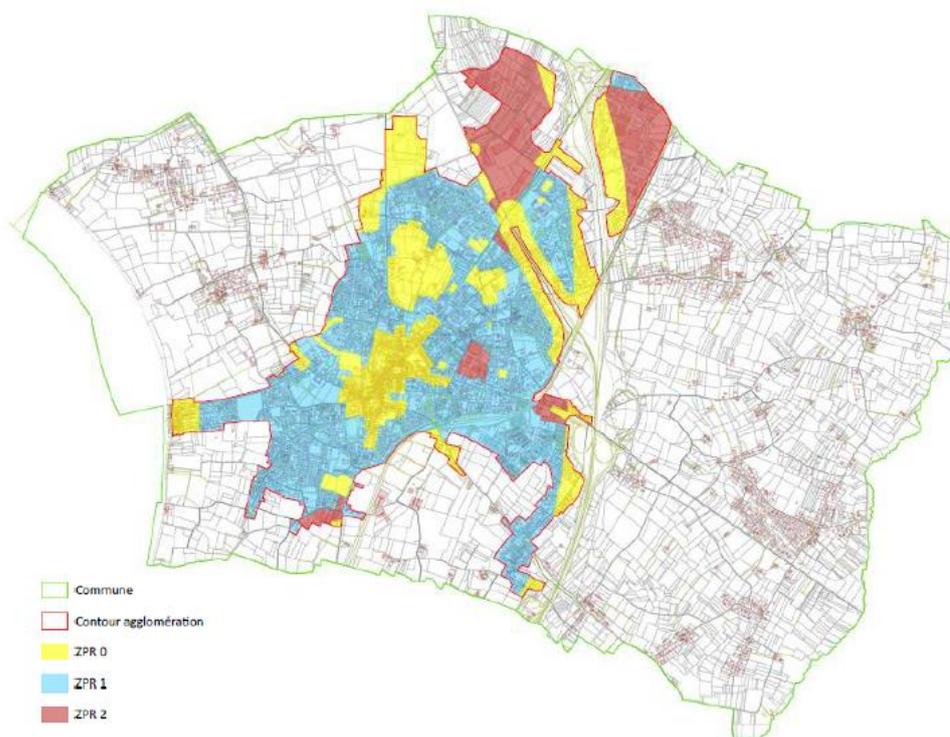
La publicité y est limitée par le RLP au petit format : microaffichage, publicité sur abris voyageurs ou sur la propriété privée, publicité non lumineuse murale ou scellée au sol, moyennant notamment des restrictions de surface et de densité.

- La ZPR2 est la zone dans laquelle la publicité peut le plus largement s'installer. Elle correspond aux zones d'activités commerciales, artisanales ou industrielles.

La publicité y est admise par le RLP, de type microaffichage, sur abris voyageurs, et, qu'elle soit murale ou scellée au sol, sur la propriété privée, moyennant une surface maximale de 4.7 m<sup>2</sup>, et une densité limitée au sein de l'unité foncière, en fonction de son linéaire de façade.

La publicité numérique n'est admise que si elle se situe à l'intérieur des devantures, en ZPR2, et moyennant des restrictions en termes de surface, de densité, et de durée d'allumage.

La publicité lumineuse extérieure (éclairée par projection ou transparence) est éteinte entre 22h00 et 7h00.



➤ Concernant les enseignes :

Trois Zones d'Enseigne Réglementée (ZER) sont également créées. Elles couvrent la totalité du territoire communal.

- La ZERO correspond aux périmètres des abords des monuments historiques, dans lesquels l'installation d'une enseigne est soumise à l'accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Des règles y sont définies pour les enseignes en façade, en termes de positionnement général, et de critères d'installation relatifs à chaque type d'enseigne (à plat, perpendiculaire, sur baie...), prenant en compte les caractéristiques de la façade : hauteur disponible, qualité de la façade....

- La ZER1 correspond à la partie de la commune non couverte par les zones ZERO ou ZER2. On y trouve quelques commerces diffus.

Les règles s'apparentent à celles applicables en ZERO, tout en étant un peu moins restrictives. Les enseignes scellées ou posées au sol de surface réduite y sont notamment possibles.

- La ZER2 correspond aux zones d'activités commerciales, artisanales ou industrielles.

Les règles y sont ciblées sur les enseignes affectant le plus leur environnement, en particulier les enseignes scellées au sol et les banderoles...

Les enseignes numériques extérieures ne sont possibles que très ponctuellement (croix de pharmacie ou porte-menus dans les zones de commande au volant pour des messages non commerciaux).

Les enseignes numériques intérieures aux devantures sont limitées sur toute la commune en termes de densité, de surface et de plage d'allumage.

Quelques règles sont fixées pour les éclairages.

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 22h00 et 7h00, sauf si l'activité fonctionne dans cette plage horaire.



#### 4- Concertation

Ce projet a fait l'objet d'une concertation avec la population, et notamment les commerçants et les professionnels du secteur de l'affichage. Les Personnes Publiques Associées ont également été sollicitées dans le cadre de cette élaboration.

Le bilan de la concertation figure en annexe de la délibération arrêtant le projet.