

Département de la Gironde

COMMUNE DE SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC

Enquête publique
du 8 au 25 septembre 2025
concernant le projet de Règlement Local de Publicité

1^{ère} partie : Rapport du commissaire enquêteur



Le cours Clémenceau renaturé dans le cadre du projet de revitalisation du cœur de ville

Commissaire enquêteur : Virginie Belliard-Sens
désignée par le Tribunal Administratif de Bordeaux
Décision n° E25000069/33 du 13/05/2025

Sommaire

1. Généralités	3
1.1. Objet de l'enquête	3
1.2. Contexte réglementaire	4
1.2.a. Le Règlement National de Publicité	4
1.2.b. Le Règlement Local de Publicité	4
1.2.c. Procédure d'élaboration du RLP	4
1.3. Présentation du projet	5
1.3.a. Contexte communal	5
1.3.b. Objectifs du projet	5
1.3.c. Description du projet	6
1.4. Composition du dossier	15
1.5. Concertation	15
1.5.a. Public	15
1.5.b. Personnes publiques associées	16
2. Organisation et déroulement de l'enquête	17
2.1. Organisation de l'enquête	17
2.2. Information du public	18
2.3. Déroulement de l'enquête	19
2.4. Participation du public	19
2.5. Clôture de l'enquête	19
3. Observations	20
3.1. Bilan des observations	20
3.2. Procès-verbal de synthèse et réponses apportées par la Ville	20
3.3. Analyse des observations du public	20
3.4. Questions complémentaires du commissaire-enquêteur	20

1. GÉNÉRALITÉS

1.1. Objet de l'enquête

Les publicités¹, enseignes² et préenseignes³ sont soumises à une réglementation protectrice de l'environnement et du cadre de vie. Leur installation doit être conforme à des conditions de densité et de format et faire l'objet de déclaration ou d'autorisation préalables en mairie ou en préfecture.

Les communes (ou les établissements publics de coopération intercommunale) peuvent instaurer, dans des zones définies, des règles plus restrictives que la réglementation nationale, dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité (RLP).

Le Règlement Local de Publicité permet d'adapter la réglementation nationale aux particularités paysagères et économiques de la commune. Il se substitue pour partie à la réglementation nationale en la renforçant.

La commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC a disposé d'un RLP approuvé en décembre 1995 sur l'ensemble du territoire communal, obsolète et caduc depuis 2021.

La présence massive de publicité de grand format sur certains axes est devenue source de pollution visuelle et ne cadre plus avec la volonté des élus en matière de préservation du cadre de vie de la commune.

Aussi, le Conseil Municipal de Saint-André-de-Cubzac a délibéré le 29 janvier 2024 pour engager l'élaboration de son RLP.

La commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC est membre de la communauté de communes du Grand Cubzaguais. Cette dernière n'est pas, à ce jour, compétente en matière d'urbanisme. Par conséquent, SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC est compétente pour élaborer son RLP communal.

L'enquête publique porte donc sur le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC.

¹ Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, ... (article L 581-3 du code de l'environnement).

² Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce (article L 581-3 du code de l'environnement).

³ Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée (article L 581-3 du code de l'environnement).

1.2. Contexte réglementaire

1.2.a. Le Règlement National de Publicité

La préservation de la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et les populations, est au cœur de la politique du paysage. La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes s'inscrit dans le prolongement de cet objectif.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (dite Loi ENE) a modifié le régime de la publicité extérieure. Cette modification a nécessité l'adoption de dispositions réglementaires qui constituent le Règlement National de Publicité (RNP).

La loi ENE a parallèlement opéré une nouvelle répartition des compétences en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) et d'exercice du pouvoir de police.

1.2.b. Le Règlement Local de Publicité

Le Règlement Local de Publicité modifie, complète et précise la réglementation nationale qui résulte du Chapitre I^{er} du Titre VIII du Livre V du code de l'Environnement (articles L 581-1 et suivants et R 581-1 et suivants).

Lorsqu'il existe un RLP, la compétence en matière de police appartient au maire agissant au nom de la commune. Si le RLP a institué des zones qui ne couvrent pas la totalité du territoire, le maire demeure l'autorité compétente en matière de police, que l'infraction soit constatée dans les zones instituées par le RLP ou en dehors de celles-ci et où le RNP – qui vaut alors RLP - continue de s'appliquer.

L'article L.581-14 du Code de l'environnement impose que, dans les zones définies par ce RLP, la réglementation est en principe plus restrictive que les prescriptions du règlement national de publicité et adaptée aux caractéristiques du territoire qu'il couvre. Lorsque, sur certains aspects, le RLP ne comporte pas de prescriptions particulières, alors ce sont les règles du règlement national de publicité (RNP) qui s'imposent.

Le RLP approuvé est annexé au PLU.

1.2.c. Procédure d'élaboration du RLP

La procédure d'élaboration d'un RLP est identique à celle d'un Plan Local d'Urbanisme (article L 581-14-1 du code de l'environnement).

Les procédures d'élaboration, de révision ou de modification des documents d'urbanisme des communes sont définies au Titre V du livre 1^{er} du code de l'urbanisme (articles L 153-1 et suivants). Elles font l'objet d'une enquête publique régie par le chapitre III du Titre II du Livre 1^{er} du code de l'Environnement (articles L 123-1 et suivants et R 123-1 et suivants).

1.3. Présentation du projet

1.3.a. Contexte communal

La ville de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC est située à une quinzaine de kilomètres au Nord-Est de l'agglomération bordelaise et 17 km environ au Nord-Ouest de Libourne. Elle s'étend en rive droite de la Dordogne sur 23,2 km² et compte 12 786 habitants (source INSEE 2022). Elle appartient à l'unité urbaine de Bordeaux au sens INSEE (unité urbaine de plus de 100 000 habitants).

SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC est le pôle économique et démographique de la Communauté de Communes du Grand Cubzaguais.

Le territoire communal se situe à l'intersection de deux axes majeurs de circulation : l'autoroute A10 Bordeaux-Paris, la RD1010 qui relie Angoulême à Bordeaux.

Les routes RD137 et RD1510 traversent la commune dans la direction SE-NO.

SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC compte deux zones d'activités à vocation principalement commerciale, au nord de la commune : Eco Parc d'Aquitaine et Parc Industriel et Commercial de la Garosse.

Le commerce est bien présent en **centre-ville** et diversifié.

Des commerces ou secteurs commerciaux sont également présents de manière diffuse aux entrées de ville et autour d'un **supermarché** situé à proximité du centre-ville.

La commune compte sur son territoire :

- **deux monuments historiques** : Le Château du Bouilh (classé), l'Église Saint-André inscrite à l'inventaire et qui a fait l'objet d'un Périmètre Délimité des Abords,
- **un site classé** : le Platane de Robillard, inclus dans le Périmètre Délimité des Abords de l'Église.

La commune est dotée d'un **Plan Local d'Urbanisme** approuvé en 2014 et modifié en 2019. Il détermine notamment :

- Des zones « N » naturelles et des Espaces Boisés Classés (EBC), dans lesquels les dispositifs publicitaires sont réglementés en vertu du code de l'environnement (article R.581-30),
- Une zone Natura 2000 (la rivière Dordogne), dans lesquels les dispositifs publicitaires sont interdits.

Il est à noter que la collectivité s'est engagée depuis 2020 dans une démarche de revitalisation du centre-ville, réaménagement des lieux de vie et développement de la mobilité. La phase 1 des travaux est en cours en septembre 2025. Elle intéresse le cœur emblématique de la ville dont la place de la mairie et 3 rues majeures du centre.

Le projet de RLP va de pair avec ces travaux de transformation qui visent notamment à améliorer le cadre de vie des habitants.

1.3.b. Objectifs du projet

Par délibération en date du 29 janvier 2024, la commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC a prescrit l'élaboration de son RLP. Par délibération en date du 10 mars 2025 et à l'issue d'une phase de concertation, elle a arrêté le projet de RLP.

Ce projet répond aux 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'Église,
- La prise en compte des nouvelles techniques en matière d'affichage

De façon générale, l'objectif du futur RLP est d'instaurer de nouvelles règles, qui assurent un juste équilibre entre la continuité de la politique de protection du cadre de vie et la liberté d'expression des acteurs économiques.

1.3.c. Description du projet

La commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC a confié au cabinet d'études et de conseil Cyprime la réalisation de l'étude préalable à l'élaboration du nouveau RLP. Cette étude se détaille en 2 parties : le diagnostic et la définition des orientations et objectifs.

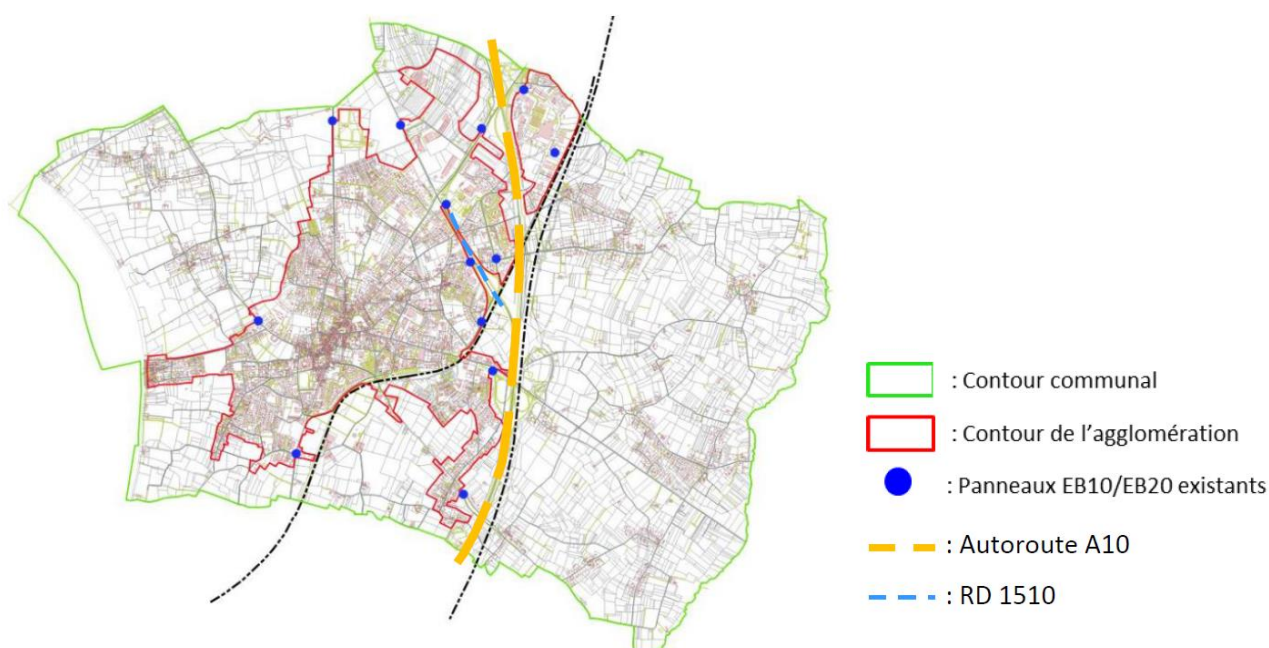
Le diagnostic a été établi à partir d'un inventaire réalisé en novembre 2023.

Détermination des limites d'agglomération

Les limites de l'agglomération déterminent les règles à appliquer, celles-ci étant très différentes entre l'intérieur et l'extérieur de l'agglomération, en particulier pour les publicités et pour les préenseignes (interdiction ou droit à la publicité).

Le rapport indique que le positionnement des panneaux d'entrée / sortie d'agglomération EB10/EB20 existants est cohérent par rapport à la présence du bâti dense rapproché.

Le contour aggloméré sur lequel s'appuie le projet de zonage du RLP est celui fixé par l'arrêté municipal du 20 février 2025, annexé au RLP.



Carte de limites et contour de l'agglomération

Deux tronçons d'axes sont exclus du périmètre aggloméré, du fait de leurs caractéristiques et parce qu'ils créent une rupture de l'espace urbanisé : l'autoroute A10 et la RD1510.

Pour ces tronçons d'axes situés hors agglomération, le Code de l'environnement prévoit que :

- La publicité ne peut pas s'installer le long de ceux-ci,
- L'affichage de publicité scellée au sol ne peut pas être visible depuis ces tronçons.

Règlement National de Publicité hors agglomération

Les publicités et préenseignes sont **interdites hors agglomération**, à l'exception des préenseignes dérogatoires et des préenseignes temporaires.

Règlement National de Publicité en agglomération

Les principales règles du **Règlement National de Publicité** applicables sur le territoire de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC (commune de plus de 10 000 habitants) sont les suivantes :

En matière de **publicité en agglomération**

sur mur		scellée au sol		mobilier urbain	numérique		sur bâche	horaires d'extinction	publicité de petit format
surface	hauteur	surface	hauteur	surface	surface	hauteur	interdite	à définir dans le RLP	unitaire
10,5 m ²	7,5 m	10,5 m ²	6 m	10,5 m ²	8 m ²	6 m	/	1h/6h	< ou = 1 m ²

En matière **d'enseignes permanentes**

murale	scellée au sol			en toiture	
surface	surface	hauteur	densité	surface	hauteur
fonction de la surface de façade (15/25 %)	10,5 m en aggro 6 m hors aggro	6,5 m si >1m de large 8 m si <1m de large	1 par voie	< ou = 60 m ²	fonction de la hauteur de façade 3/6 m

Diagnostic des publicités et des préenseignes

Le nombre de relevés effectués s'élève à 136 dispositifs, hors mobilier urbain.

Le format d'affichage le plus représenté est le 1,5 m² (45 dispositifs) devant le format 12 m² (24 dispositifs). Les publicités présentes sur la ville sont quasiment toutes constituées d'un affichage permanent, à longue conservation. Aucune publicité numérique n'est présente sur la ville.

La densité la plus importante de dispositifs se situe le long de l'axe RD137 / RD1510 (traversée est-ouest de la commune) et en entrée nord de la commune, le long de la RD1010.

Le diagnostic met en évidence les points suivants :

- La publicité impose assez largement sa présence à Saint-André-de-Cubzac, sur des axes stratégiques très fréquentés ou sur certaines entrées de ville.
- L'impact est fort sur le paysage et sur la perception de la ville.
- La publicité altère par une présence soutenue sur certains murs, le secteur de protection de l'Église.
- De nombreuses publicités sont en infraction vis-à-vis des règles nationales du Code de l'environnement, notamment certaines visibles depuis la RD1510 située hors agglomération.
- La ville paraît peu adaptée à l'intégration de publicité de grand format : les axes urbains sont peu larges, le bâti est serré et proche de la chaussée, les parcelles sont étroites.



Exemple de non-conformité relative à la publicité dans le périmètre délimité des abords de l'église Saint-André



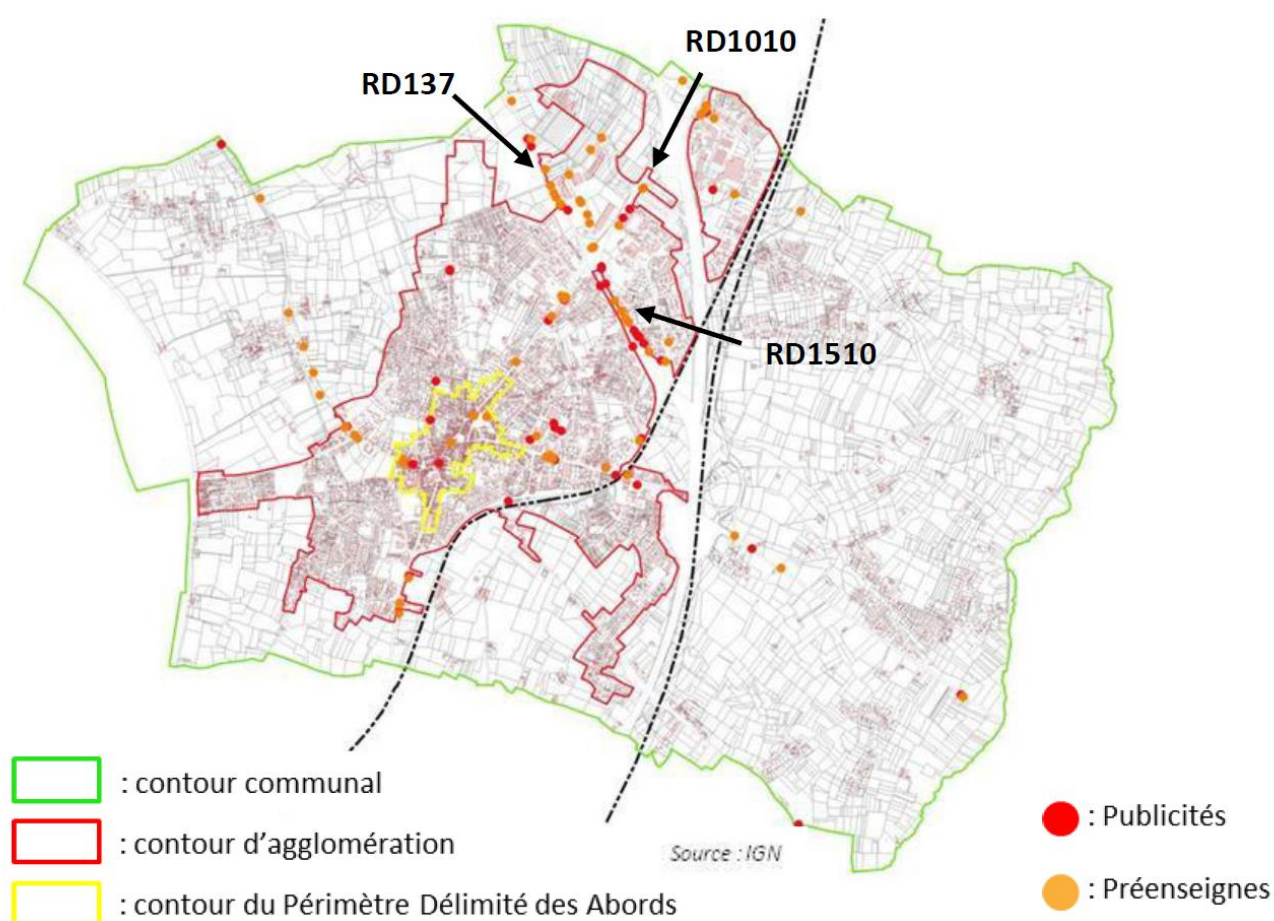
Exemple de publicité non conforme route de Blaye hors agglomération

Diagnostic des enseignes

En synthèse, le diagnostic réglementaire et qualitatif des enseignes indique une qualité très inégale sur le territoire :

- En zones d'activités, sur les bâtiments récents, elles sont peu nombreuses et s'intègrent assez bien dans leur environnement.
- En centre-ville et sur les commerces diffus, les enseignes sont nombreuses et de façon générale mal adaptées à la qualité des façades.

De nombreuses infractions liées à des situations d'encombrements d'enseignes sont relevés.



Localisation des publicités et des préenseignes (extrait du rapport de présentation)



Exemple d'enseigne non conforme rue Dantagnan



Exemple d'enseigne non conforme rue Nationale

*< Exemple d'enseigne non conforme rue Dantagnan
dans le périmètre délimité des abords de l'église Saint André*

*Enseignes dans la zone d'activités
Eco Parc d'Aquitaine >*



Orientations

À partir des objectifs fixés (cf. 1.3.b.) et du diagnostic, les orientations générales qui se dégagent et qui ont été débattues par le Conseil Municipal du 8 juillet 2024 sont les suivantes :

- 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

Zonages du RLP

Trois zones de publicité sont instituées au sein de l'agglomération :

La **Zone de Publicité Réglementée ZPRO** : couvre les abords de monuments historiques, les zones N et les espaces boisés classés du PLU, les bandes de protection par rapport à l'A10 (200 m) et la RD1510 (80 m), une bande le long de la Dordogne, les entrées de ville, certaines intersections ainsi que le petit patrimoine.

La **ZPR2** couvre les zones commerciales, artisanales ou industrielles : parc industriel et commercial de la Garosse, Eco Parc d'Aquitaine, et 3 secteurs commerciaux en centre bourg.

La **ZPR1** correspond aux parties de l'agglomération non couvertes par les ZPRO et ZPR2, soit essentiellement les zones résidentielles.

Trois zones relatives aux enseignes sont instituées sur le territoire communal :

La **Zone d'Enseignes Réglementée (ZER) 0** correspond au PDA de l'église Saint-André (centre-ville) et au rayon de protection du château de Bouilh.

La **ZER2** couvre les zones commerciales, artisanales ou industrielles : parc industriel et commercial de la Garosse, Eco Parc d'Aquitaine, le secteur commercial autour du supermarché ainsi que 3 autres secteurs commerciaux en centre bourg.

La **ZER1** correspond aux parties de l'agglomération non couvertes par les ZER0 et ZER2.

Principales règles relatives aux publicités et pré enseignes

ZPRO Toute publicité interdite y compris microaffichage, sur mobilier urbain et numérique intérieure	
ZPR1	ZPR2
• Publicité de petit format sur les devantures commerciales selon les règles fixées par le CE • Publicité non lumineuse murale ou scellée au sol limitée à 1,8 m² hors tout admis + règles de densité de largeur de pied et de hauteur (3,50 m/sol maximum) sur mur aveugle et hors clôture • Publicité sur mobilier urbain et abris voyageurs • Publicité lumineuse extérieure et intérieure interdite	• Publicité de petit format sur les devantures commerciales selon les règles fixées par le CE • Publicité sur mobilier urbain et abris voyageurs • Publicité non lumineuse ou lumineuse par projection ou transparence, murale ou scellée au sol limitée à 4,70 m² hors tout admis + règles de densité, de largeur de pied et de hauteur (4,50 m/sol maximum) • Extinction des publicités lumineuses entre 22h et 7h • Publicité lumineuse intérieure aux devantures de S < 2 m², une seule par commerce et extinction hors ouverture des commerces • Publicité lumineuse extérieure autre que rétro projection et transparence interdite

Principales règles relatives aux publicités et pré enseignes

ZERO	ZER1
• Qualité et sobriété requises • Enseignes en façade : ○ Ne doivent pas masquer les éléments architecturaux, sous l'appui du 1^{er} étage ○ Sans redondance ○ Pas au-dessus d'une porte d'accès à l'étage • Enseignes à plat sur mur : ○ Symétrie par rapport aux ouvertures ○ Lettres découpées, éventuellement sur panneaux de fond uni neutre ○ 70% de hauteur libre maximum sauf bâtiments de grandes dimensions • Enseignes à plat sur trumeau : ○ Sur mur de pierre : lettres découpées ou support transparent ou matériau naturel ○ Surface limitée à 0,50 m² ○ Ne doivent pas masquer les éléments architecturaux ○ Symétrie par rapport aux ouvertures • Enseigne perpendiculaire au mur : ○ Une par façade commerciale ○ Surface < 0,2 m² ○ Bas à plus de 2,20 m de hauteur/sol • Enseigne sur baie : ○ en substitution des enseignes à plat ○ lettres collées de surface < 20% de la baie ○ adhésifs à effet vitre dépolie de surface < tiers de la baie • Enseigne numérique intérieure : ○ une par commerce ○ Surface < 0,70 m² ○ extinction hors heures d'ouverture du commerce • Enseignes numériques extérieures (sauf pharmacie), scellées au sol, en toiture, sur clôture, sur banderoles (sauf temporaire) et sur balcon interdites	• Doit prendre en compte l'harmonie de la façade • Enseignes en façade : ○ Ne doivent pas masquer les éléments architecturaux, sous l'appui du 1^{er} étage ○ Sans redondance ○ Pas au-dessus d'une porte d'accès à l'étage • Enseignes à plat sur mur : ○ Symétrie par rapport aux ouvertures • Enseigne perpendiculaire au mur : ○ Une par façade commerciale • Enseigne scellée au sol : ○ Totem : $S < 2 \text{ m}^2$ ○ Sur mât : $S < 0,7 \text{ m}^2$ • Enseigne numérique intérieure : ○ une par commerce ○ Surface < 0,70 m² ○ extinction hors heures d'ouverture du commerce • Enseignes numériques extérieures (sauf pharmacie), en toiture et sur banderoles (sauf temporaire) interdites
ZER2	
• Enseignes en façade ou en toiture : selon le RNP • Enseigne scellée au sol de surface > 1 m² : ○ Si $S > 1,5 \text{ m}^2$, forme totem ou banderole ou sur mât imposé ○ Totem : $S \text{ unitaire} < 3 \text{ à } 6 \text{ m}^2$ en fonction de la hauteur du bâtiment	

- Rectangulaire horizontale : S unitaire < 6 m²
- Sur mât : S unitaire < 3 m²
- Enseigne scellée au sol de surface < ou = 1 m² : Une par tranche de 20 m de linéaire de façade de l'unité foncière
- Enseigne sur banderole :
 - Sur structure fixe murale ou scellée au sol
- Enseigne numérique intérieure :
 - une par commerce
 - Surface < 2 m²
 - extinction hors heures d'ouverture du commerce
- **Enseignes numériques extérieures (sauf pharmacie et porte-menu de drive) et banderoles sur support non fixe et clôture interdites**

Principales règles relatives aux éclairages

Communes à toutes les zones
• Caissons lumineux interdits • Enseignes lumineuses extérieures éteintes entre 22 h et 7h sauf si activité commerciale dans cette plage • Enseignes lumineuses intérieures éteintes entre 22 h et 7h sauf si activité commerciale dans cette plage

1.4. Composition du dossier

Le dossier d'enquête comprenait les pièces suivantes :

- Délibérations du conseil municipal en date du 29 janvier 2024 prescrivant l'élaboration du RLP, du 8 juillet 2024 proposant un débat sur les orientations et du 10 mars 2025 arrêtant le projet d'élaboration du RLP,
- Bilan de la concertation,
- Note de présentation et de synthèse du RLP,
- Projet de Règlement Local de Publicité (partie réglementaire), et ses annexes :
 - Plan de zonage relatif à la publicité,
 - Plan de zonage relatif aux enseignes,
 - Arrêté du Maire du 20 février 2025 portant fixation des limites d'agglomération et plan associé,
 - Bilan de la concertation sur l'élaboration du RLP,
- Décision de désignation du commissaire enquêteur du 13 mai 2025,
- Arrêté d'ouverture d'enquête publique daté du 8 juillet 2025,
- Avis d'enquête publique,
- Avis des PPA (dont avis de la préfecture parvenu hors délai) et porter-à-connaissance de la DDTM en date du 8 avril 2024.

1.5. Concertation

1.5.a. Public

Les modalités de la concertation définies par délibération du 29 janvier 2024 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité :

- Mise à disposition à l'accueil du service Urbanisme et sur le site internet de la commune d'un cahier de concertation accompagné d'un dossier technique et juridique décrivant le projet ;
- Publication d'articles, dans la presse locale et le magazine municipal ;
- Organisation d'une réunion publique de concertation le 1^{er} juillet 2024 ;

Aucune observation n'a été recueillie dans le cahier de concertation et aucune observation n'a été formulée par mail ou par courrier.

Une réunion avec les professionnels de la publicité et de l'enseigne a été organisée le 1^{er} juillet 2024 (une vingtaine d'entreprises invitées, 5 présentes).

Le bilan de la concertation figure dans le dossier d'enquête et a été dressé lors de la délibération du 10 mars 2025 arrêtant le projet.

1.5.b. Personnes publiques associées

Une réunion spécifique avec la DDTM et l'UDAP s'est tenue le 17 juin 2024.

Un courrier accompagné du dossier a été envoyé aux Personnes Publiques Associées le 24 mars 2025.

Le conseil communautaire de la **CDC du Grand Cubzaguais** a voté à l'unanimité en faveur du projet (délibération du 28 mai 2025).

La direction générale adjointe du **conseil départemental de la Gironde** en charge de la transition écologique et de l'aménagement (courrier du 22 juin 2025) demande l'intégration dans le RLP de 5 articles du règlement départemental de voirie de mars 2010 relatifs à :

- L'interdiction de principe sur le domaine routier départemental,
- L'obligation de redevance,
- L'encadrement des saillies et intégration des panneaux et enseignes dans le paysage.

La **Chambre de Commerce et de l'Industrie de Bordeaux Gironde** (courrier du 20 juin 2025) est **favorable** au projet.

La **Chambre des Métiers et de l'Artisanat de la Gironde** (courrier du 15 avril 2025) a émis un **avis favorable** au projet.

La **DDTM** (Service Urbanisme, Paysage, Énergies et Mobilités – Unité Publicité Paysage Espaces et Ville durables) délégataire de la **préfecture de la Gironde** a émis un **avis favorable sous réserve** de la prise en compte de plusieurs observations (courrier du 1^{er} juillet 2025). Les principaux points à compléter sont les suivants :

- Encadrer la surface des enseignes à plat sur mur en ZERO et ZER1
- Interdire la publicité et les pré enseignes sur les murs anciens en ZPR1
- Encadrer les enseignes lumineuses en ZERO
- Interdire les enseignes sur toiture en ZER2
- Préciser la notion de bâtiment de grande dimension en ZERO
- Ajouter règle de surface des enseignes perpendiculaires au mur en ZER1 (0,2 m² unitaire en ZERO)

Concernant les **publicités et enseignes lumineuses intérieures**, il est indiqué que les dérogations permises par le CE ne portent pas sur le nombre de dispositifs par commerce. Par conséquent, les indications fournies pour les zones ZPR2, et toutes les ZER seraient à revoir.

Note du CE : Effectivement l'article L581-14-4 n'introduit pas de dérogation en termes de densité. Pour les publicités lumineuses intérieures, le nombre de dispositifs obéit donc à la règle des 80 m. Pour les enseignes, le RNP ne fixe pas de règle de densité sauf pour les installations au sol.

La DDTM invite la collectivité à vérifier sur le terrain que les **limites d'agglomération** matérialisées par les panneaux EB10/EB20 correspondent bien à un bâti rapproché au sens du code de la route.

Note du CE : Le contour aggloméré est fixé par délibération du 10 mars 2025 annexé au projet de RLP. En page 13, le rapport de présentation indique que le positionnement des panneaux EB10/EB20 est cohérent par rapport à la présence de bâti dense même s'il a pu être adapté pour des raisons pratiques (présence de pont, de piste cyclable, etc).

Les avis des PPA peuvent être consultés en annexe 7.

2. ORGANISATION ET DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE

2.1. Organisation de l'enquête

Par décision n° E25000069/33 du 13 mai 2025 (cf. annexe 1), Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Bordeaux m'a désignée en qualité de commissaire enquêteur sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité de la commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC.

Le 23 mai, j'ai contacté par téléphone puis par mail la mairie de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC (Mme Alexandra Paillé, Responsable Service Urbanisme) afin d'obtenir une version numérique du dossier, reçue le jour même. Un exemplaire du dossier m'a été envoyé par courrier, reçu le 4 juin 2025.

Lors de la réunion du 30 juin au service Urbanisme, 6 rue Soucarros, 33240 SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC, le lieu et les dates de l'enquête et des permanences ont été définies en concertation avec Mme Alexandra Paillé et M. Stéphane Pinston, adjoint délégué à l'urbanisme.

Ce même jour, des déplacements sur les différentes zones concernées m'ont permis de prendre la mesure des objectifs recherchés par la Ville.

Mme Célia Monseigne, Maire de la commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC, par l'arrêté N° 27-2025 du 8 juillet 2025, a prescrit l'ouverture de l'enquête publique sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité de la commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC et en a défini les modalités (cf. annexe 2).

Lieu de l'enquête publique : Espace Municipal Soucarros, 6 rue Soucarros

Dates de l'enquête publique : du lundi 8 septembre 8h30 au jeudi 25 septembre 12h, soit 17 jours consécutifs

Dates de permanences :

- Lundi 8 septembre, 16h00-19h00,
- jeudi 25 septembre, 9h00-12h00.

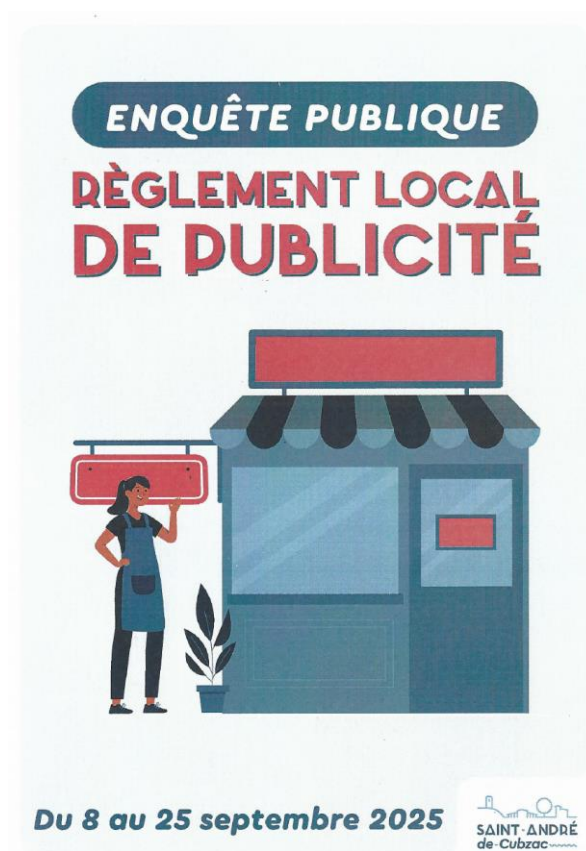
2.2. Information du public

Pour permettre la plus large information du public, la publicité légale de cette enquête publique a été assurée de la manière suivante :

- Par affichage de l'avis d'enquête (cf. annexe 3) :
 - À l'Hôtel de Ville, 8, place Raoul Larche,
 - À l'espace municipal Soucarros, 6 rue Soucarros,
- Par insertion règlementaire dans la presse régionale par les services de la commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC de l'avis d'enquête (cf. annexe 4) :
 - Journal Sud-Ouest : 21 août et 10 septembre 2025,
 - Journal Haute Gironde : 22/28 août et 12/18 septembre 2025.

De plus, les informations sur l'ouverture de l'enquête publique et les modalités de son déroulement ont été mises en ligne en page d'accueil sur le site internet de la mairie de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC (<http://www.mairie-saintandredecubzac.fr/>) à compter du 8 septembre 2025 : avis d'enquête publique et lien vers les éléments du dossier.

L'enquête publique a également fait l'objet d'un "flyer" distribué dans les boîtes aux lettres des principaux commerçants du centre-ville (rue Nationale et rue Dantagnan).



NE PAS JETER SUR LA VOIE PUBLIQUE.

Depuis 2024, la Ville travaille à l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) pour améliorer notre cadre de vie et répondre aux excès de publicité dans l'espace public. Ce règlement fixera des règles pour la publicité, les enseignes et pré-enseignes (nombre, surface, positionnement...). Une réunion d'information s'est tenue le 1^{er} juillet 2024 et un dossier de concertation a été mis à disposition au printemps 2025.

Avant son adoption à la fin de l'année, le projet de règlement prenant en compte les étapes précédentes est désormais soumis à une enquête publique du 8 au 25 septembre.

Durant cette période, le dossier est accessible sur le site internet de la Ville ainsi qu'à l'espace municipal Soucarros (6 rue Soucarros, 33240 Saint-André-de-Cubzac), qui accueillera également deux permanences de la commissaire enquêteuse :

- lundi 8 septembre de 16h à 19h ;
- jeudi 25 septembre de 9h à 12h.

CONTACT
enquete-publique-rlp@saintandredecubzac.fr

 **DEUX PERMANENCES**

LUNDI
8 SEPT
de 16h à 19h

JEUDI
25 SEPT
de 9h à 12h

L'INFO EN +



Retrouvez les informations et le dossier complet sur le site internet de la Ville



2.3. Déroulement de l'enquête

Le dossier complet et le registre d'enquête, à feuillets non mobiles, ouvert, coté et paraphé par moi-même, ont été mis à la disposition du public à l'espace municipal Soucarros, 6 rue Soucarros, pendant 17 jours consécutifs du lundi 8 septembre au jeudi 25 octobre 2025, afin que chacun puisse en prendre connaissance aux jours et heures habituels d'ouverture de la mairie et consigner éventuellement ses observations et/ou contrepropositions sur le registre d'enquête, ou les adresser par courrier postal au commissaire enquêteur à la Mairie de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC, 8 place Raoul Larche.

En outre, les observations, propositions et contre-propositions pouvaient également être déposées par courrier électronique à l'adresse dédiée : enquete-publique-rlp@saintandredecubzac.fr.

Le dossier d'enquête publique était consultable et téléchargeable sur le site internet de la commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC pendant toute la durée de l'enquête.

L'enquête s'est déroulée dans de bonnes conditions avec des dispositions d'accueil du public satisfaisantes et un personnel du service de l'urbanisme de la commune de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC très disponible.

2.4. Participation du public

Le public s'est peu manifesté lors de cette enquête publique.

Lors de ma première permanence, j'ai reçu une personne qui a consigné ses observations dans le registre d'enquête.

Un courrier a été envoyé par voie électronique.

L'enquête n'a généré aucun incident.

2.5. Clôture de l'enquête

Le registre a été clos par moi-même à l'expiration du délai de l'enquête, le 25 septembre 2025 à 12h.

3. OBSERVATIONS

3.1. Bilan des observations

Lors de cette enquête publique, deux personnes se sont exprimées, une habitante que j'ai reçue lors de ma première permanence et une personne morale par courrier électronique.

Une copie des contributions recueillies peut être consulté en annexe 8.

3.2. Procès-verbal de synthèse et réponses apportées par la Ville

Lundi 29 septembre, j'ai remis en main propre, en l'explicitant, le procès-verbal des observations consignées sur le registre d'enquête et reçues par courrier électronique ainsi que mes questions à M. Pinston et Mme Paillé.

Ce document est annexé au présent rapport (annexe 5).

J'ai reçu le mémoire en réponse signé de Madame le Maire de SAINT-ANDRÉ-DE-CUBZAC par courrier électronique le 7 octobre (cf. annexe 6) et par courrier recommandé daté du 3 octobre 2025.

3.3. Analyse des observations du public

L'ensemble des observations émises tendent à souhaiter une plus grande souplesse du projet de RLP.

Le détail des observations, les commentaires qui s'y rapportent et les questions qui en découlent peuvent être consultés dans le tableau ci-dessous.

Sur les douze remarques émises (R1 à R12), onze émanent du syndicat professionnel Union de la Publicité Extérieure (UPE) qui regroupe les principaux opérateurs dans ce domaine.

La moitié d'entre elles concernent la publicité et les enseignes lumineuses, notamment numériques. Celles-ci n'existent pas actuellement sur la commune et la collectivité a choisi de les interdire sur la totalité du territoire.

3.4. Questions complémentaires du commissaire enquêteur

Mes questions sont indiquées en fin de tableau sous les numéros R13 à R15.

Les remarques de la DDTM sont reprises dans la mesure où elles font écho à une des préoccupations du public et/ou aux miennes).

N° obs.	Nom	N° remarque	Remarques	Appréciation Questions/demandes du CE	Réponse de la Collectivité Territoriale	Appréciation de la réponse apportée
E1	Mme Birolet	R1	Conteste l'interdiction de toute forme de publicité en zone ZPRO et l'interdiction de la publicité numérique	Mme Birolet s'est présentée comme bénévole dans une association culturelle. Elle s'inquiète pour la diffusion des informations liées aux événements culturels. L'article 3 du projet de règlement du RLP précise que les dispositifs prévus pour l'affichage d'association sans but lucratif sur les supports aménagés à cet effet par la collectivité sont admis dans toutes les zones. L'interdiction de la publicité hors agglomération (ZPRO) résulte de la réglementation nationale. Le RLP ne peut y déroger. L'interdiction de la publicité numérique extérieure sur tout le territoire répond à l'objectif de limitation de l'impact environnemental des supports lumineux et à la réduction de l'impact visuel des publicités. J'y suis favorable.	La collectivité partage l'avis du CE et rappelle qu'effectivement des supports sont prévus sur la commune pour l'affichage associatif.	La réponse de la collectivité est satisfaisante.
E2	Union de la Publicité Extérieure (Charles-Henri Doumerc, responsable juridique)	R2	Demande la suppression des références aux codes de la route et de la voirie routière dans les articles 1 et 4 du règlement	Cette remarque sur la forme ne paraît pas justifiée dans la mesure où, indépendamment du code de l'environnement, publicités, enseignes et préenseignes peuvent être soumises à d'autres réglementations telles que le code de la route, le code de la voirie routière, le règlement de voirie municipal, etc. Je ne suis pas favorable à cette demande.	La collectivité partage l'avis du CE et maintiendra le rappel à ces textes réglementaires.	Je prends note la décision de la collectivité.
		R3	Rappelle une décision du Conseil d'État en matière de définition de l'agglomération : elle doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché et non par les panneaux d'entrée/sortie d'agglomération Demande de retenir cette définition	En page 13, le rapport de présentation indique que le positionnement des panneaux EB10/EB20 est cohérent par rapport à la présence de bâti dense même s'il a pu être adapté pour des raisons pratiques (présence de pont, de piste cyclable, etc). Ainsi, des écarts peuvent être constatés avec le bâti amis ils sont acceptables en matière de sécurité routière. Je ne suis pas favorable à la remise en question des limites d'agglomération.	La collectivité entend maintenir les limites d'agglomération délimitées dans le dossier arrêté et soumis à enquête publique.	Je prends note la décision de la collectivité.
		R4	Affichage de petit format interdit en ZPRO Se base sur plusieurs jurisprudences pour justifier que le RLP ne soit pas plus restrictif que le RNP s'agissant de l'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales à savoir : - S unitaire < 1 m ² - S cumulée < 1/10 ^{ème} de surface de devanture ou 2 m ²	L'interdiction totale de publicité dont le micro-affichage en zone ZPRO répond à l'orientation de protection du patrimoine naturel et bâti, de préservation des paysages et d'amélioration de la qualité des entrées de ville. Il est à rappeler que le centre-ville est en grande partie couvert par le PDA de l'église et fait partie des zones d'interdiction listées au I de l'article L581-8 du CE. Je ne suis pas favorable à l'assouplissement du RLP sur ce point.	Un complément sera apporté sur le sujet. En effet, l'article L 581-8 (secteurs protégés) du Code de l'Environnement prévoit que le RLP peut Interdire le micro-affichage dans les secteurs couverts par cet article. Or, la ZPRO présente un périmètre plus large que celui des secteurs protégés de L 581-8. Par conséquent, dans cette zone et hors secteurs protégés, il sera rappelé que l'affichage de petit format sera soumis au seul règlement national.	Je prends note de la décision de la collectivité d'apporter des modifications à l'article 9 du projet de RLP pour ce qui concerne le micro-affichage intérieur dans les zones ZPRO non comprises dans le périmètre de protection de l'église.
		R5	Publicités numériques et lumineuses derrière une vitrine commerciale en zones ZPRO et ZPR1 Conteste l'interdiction en s'appuyant sur la jurisprudence et les débats parlementaires. Les prescriptions ne doivent concerner que des adaptations des horaires d'extinction, de surface et de densité.	Il est proposé de substituer à l'interdiction de publicité numérique en ZPRO et lumineuse en ZPR1 des règles de surface, densité et consommation énergétique et prévention des nuisances lumineuses suffisamment strictes pour respecter les orientations générales fixées pour le RLP.	La collectivité modifiera sa proposition en ne fixant que des règles de surface, de densité et de consommation énergétique et prévention des nuisances lumineuses.	La réponse de la collectivité est satisfaisante. Je prends note de son engagement à modifier les articles 9 et 10 du règlement.

N° obs.	Nom	N° remarque	Remarques	Appréciation Questions/demandes du CE	Réponse de la Collectivité Territoriale	Appréciation de la réponse apportée
		R6	Publicités lumineuses et enseignes lumineuses et numériques derrière une vitrine commerciale en zones ZPR2, ZERO et ZER1 Demande le même régime pour les deux types pour une meilleure lisibilité et simplification administrative, la suppression de la limitation à un seul dispositif/établissement, la fixation de la surface cumulée à 2m ² pour les publicités, enseignes et préenseignes en toutes zones	Rappelons que le RLP fixe le format des enseignes numériques intérieures à 0,7 m ² maximum avec 1 dispositif/commerce en ZERO et ZER1 et le format des publicités lumineuses intérieures à 2 m ² maximum avec 1 dispositif/commerce en ZPR2. A noter que le règlement des ZERO et ZER1 ne fait référence qu’aux enseignes numériques et non aux enseignes lumineuses, et mérite en ce sens d’être complété. Dans la mesure où les zones ZPR2 et ZERO/ZER1 ne se recouvrent pas, le souci d’homogénéisation ne paraît pas essentiel. L’argument de la défense des commerces du centre-ville contre le report de consommation sur les plateformes numériques paraît contestable dans la mesure où il existe d’autres moyens que les dispositifs lumineux pour un commerçant de se signaler. La DDTM souligne que le RLP peut prévoir des restrictions en matière de publicité et enseignes lumineuses intérieures seulement en ce qui concerne les horaires d’extinction, la surface et la consommation énergétique et la prévention des nuisances lumineuses. La mention du nombre maximal de dispositifs dans les articles 11, 13, 14 et 15 est donc à revoir.	La réglementation sur les enseignes contenues dans les articles 13 à 15 du RLP concerne indifféremment les enseignes lumineuses et les enseignes non lumineuses (dans les faits, les enseignes sont très fréquemment lumineuses). C'est présenté de la même manière dans le Code de l'Environnement. Les enseignes numériques constituent une forme d'enseigne lumineuse particulière. C'est pourquoi, des règles sont spécifiquement prévues dans ces mêmes articles. Concernant les publicités et enseignes lumineuses intérieures, le règlement sera adapté afin d'enlever le nombre maximal de dispositifs.	La réponse de la collectivité est satisfaisante. En effet, le RNP traite indistinctement les enseignes lumineuses et non lumineuses et ne fixe spécifiquement pour les enseignes lumineuses que des règles d’extinction nocturne. Je prends note de l’engagement de la commune à adapter la rédaction des articles 11, 13, 14 et 15 du règlement.
		R7	Horaires d’extinction des dispositifs lumineux et numériques Préconise une extinction entre 23h et 6h indépendante des horaires d’ouverture du commerce	Pour rappel, les horaires d’extinction des dispositifs lumineux extérieurs et intérieurs sont fixés par le projet de RLP à 22h-7h, sauf si l’activité commerciale fonctionne dans cette tranche horaire. Il paraît pertinent de conditionner le dispositif à l’ouverture du commerce en dehors de cette tranche horaire.	La collectivité entend maintenir sa proposition au niveau des horaires d’éclairage.	La réponse de la collectivité est satisfaisante.
		R8	Publicité murale et scellée au sol en zones ZPR 1 et ZPR2 Conteste la limitation de surface à 1,80 m ² encadrement compris, en ZPR1 et 4,70 m ² en ZPR2, formats non standard par rapport à la norme nationale Sollicite un format de 10,50 m ² (RNP) en ZPR 1 et ZPR2 et la suppression de la limite de largeur de cadre à 5 cm en ZPR1	Le projet limite les publicités murales et scellées au sol - en ZPR1 : à 1,80 m² de surface totale dont 5 cm de largeur d’encadrement maximum - en ZPR2 : à 4,70 m² de surface totale dont 10 cm de largeur d’encadrement maximum Effectivement, la dimension 1,80 m ² ne correspond pas aux standards d’affichage français qui sont 2 m ² (format abribus ou planimètres, 120x176 cm), 4 m ² (160x240 cm), 8 m ² (240x320 cm). Le format de 4,70 m ² (4 m ² d’affiche) correspond au format autorisé par le RNP dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, ce qui n’est pas le cas de Saint-André-de-Cubzac. Cependant, ce choix reflète la volonté de la municipalité de réduire l’impact visuel des publicités sans compromettre la lisibilité des messages. Je ne suis pas favorable à l’augmentation de ce seuil de surface mais souhaite que des précisions soient apportées sur le seuil de 1,80 m² qui ne semble pas être un format standard d’affichage.	Parmi les standards d’affichage, il existe le format d’1,5 m ² . Or, ce format est aujourd’hui le format le plus représenté en nombre sur la commune avec 45 dispositifs (cf rapport de présentation, page 12). Cela s’explique par le fait qu’avant la loi Grenelle II, c’était le format des préenseignes scellées au sol, installées, par dérogation, hors agglomération, ou dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, ne faisant pas partie d’une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Ce format correspond à de l’affichage « longue conservation ». Sur Saint-André-de-Cubzac, la publicité est quasiment exclusivement de type longue conservation, seules deux affiches papier ayant été relevées. Le format maximum de 1,8 m ² correspond à la mise en place d’un encadrement autour de ces panneaux d’environ 6 cm. Le choix de ce format 1,5 m ² /1,8 m ² n’est donc, ni impossible, ni une remise en cause fondamentale de l’existant, ni aberrant compte tenu des caractéristiques de la commune et de la largeur des axes.	Les précisions apportées sont satisfaisantes. Il y a lieu de noter cependant qu’aujourd’hui, la commune compte plus de 10 000 habitants et fait partie de l’unité urbaine de Bordeaux (selon la délimitation INSEE 2020) dont la population est supérieure à 100 000 habitants.
		R9	Hauteur des dispositifs publicitaires muraux ou scellés au sol en zones ZPR1 et ZPR2 Demande l’application du RNP soit	Les hauteurs fixées sont cohérentes avec les seuils de surface définis en ZPR1 et ZPR2. Je ne suis pas favorable à l’augmentation de ces seuils.	La collectivité entend maintenir sa proposition.	Je prends note de la décision de la collectivité.

N° obs.	Nom	N° remarque	Remarques	Appréciation Questions/demandes du CE	Réponse de la Collectivité Territoriale	Appréciation de la réponse apportée
			7,5 m au-dessus du sol pour les publicités murales et 6 m pour les dispositifs scellés au sol (au lieu de 3,50 m en ZPR1 et 4,50 m en ZPR2)			
		R10	Largeur du pied des dispositifs publicitaires scellés au sol en zones ZPR1 et ZPR2 Demande que la largeur du pied soit fixée à un quart de la largeur totale du dispositif	Les largeurs de pied fixées (8 cm en ZPR1 et 10 cm en ZPR2) semblent cohérentes avec les seuils de surface définis en ZPR1 et ZPR2. Je ne suis pas favorable à l’augmentation de ces seuils sauf s’ils devaient remettre en question la stabilité du dispositif et donc la sécurité des usagers des espaces publics, ce qui reste à confirmer par la collectivité.	La collectivité prend en compte la remarque et prévoit d’augmente un peu la largeur autorisée pour le pied des panneaux situés en ZPR2 afin de garantir la stabilité des dispositifs (de l’ordre de 15 cm au lieu des 10 cm prévus)	ZPR2 : Je prends note de l’engagement de la collectivité de modifier l’article 11, alinea 3 en cohérence avec la surface maximale de 4,70 m fixée pour les dispositifs publicitaires scellés au sol. ZPR1 : J’en conclue que la largeur de pied de 8 cm pour les dispositifs de 1,80 m² est jugée suffisante pour assurer leur stabilité.
		R11	Publicité lumineuse en ZPR1 et publicité numérique Demande l’autorisation de la publicité numérique dans les conditions fixées par le CE Rappelle que la publicité éclairée par rétro projection ou transparence est considérée comme de la publicité non lumineuse	Il n’existe pas actuellement de supports lumineux numériques sur la commune. Le choix de leur interdiction sur l’ensemble du territoire répond à un souhait de limiter l’impact environnemental de cet outil de communication. Je note également que ces dispositifs, peu efficaces en journée, agressifs de nuit, peuvent distraire l’attention des conducteurs et constituer un facteur de risque. D’autre part, il est connu que ce type de dispositif induit des nuisances lumineuses néfastes pour la biodiversité. Je ne suis pas favorable à l’assouplissement du projet de RLP dans ce sens. Il y a lieu d’extraire le point 4 de la liste des installations possibles à l’article 11. Je note que les articles 13, 14 et 15 relatifs aux ZER ne font référence qu’aux enseignes numériques. Qu’en est-il des autres enseignes lumineuses par projection ou transparence ? Le règlement mérite d’être précisé sur ce point.	Une modification de l'article 11 sera effectuée pour tenir compte de la remarque du CE. Pour le traitement des enseignes lumineuses, une réponse a été apportée au point R6. Elles suivent le même régime que les enseignes non lumineuses.	Je note que l’article 11 sera modifié. La réponse de la collectivité s’appuie sur le RNP (cf. R6).
		R12	Extinction des publicités lumineuses sur domaine privé Préconise une extinction entre 23h et 6h au lieu de 22h/7h	Les possibilités d’adaptation des horaires d’extinction en fonction de la tranche horaire d’activité commerciale précisées dans l’article 16 me paraissent satisfaisantes. Je ne suis pas favorable à une réduction systématique de la période d’extinction.	La collectivité entend maintenir sa proposition au niveau des horaires d'éclairage.	Je prends note de la décision de la collectivité.
Commissaire enquêteur		R13	La DDTM suggère d’interdire la publicité murale sur les murs anciens (en pierres ou moellons). Ce complément est-il envisageable ?		La collectivité entend intégrer la remarque dans son règlement.	Je prends note de la décision de la collectivité de modifier l’article 10 dans ce sens.
		R14	Le projet de règlement ne mentionne pas de seuil de surface maximale pour les enseignes à plat sur mur en ZERO et ZER1. Il est suggéré à la collectivité d’ajouter cette limitation aux articles 13 et 14.		En ZERO, la surface des enseignes à plat sur mur est limitée par le cumul des règles qui s'appliquent (localisation sur la façade, contenue dans la largeur des ouvertures, espace libre autour de l'enseigne, hauteur définie par un ratio relatif à la hauteur de pose disponible, avec un maximum de 40 cm, et limitation en termes de % d'occupation de façade imposée par le Code de l'environnement). En ZER1, la hauteur n'est pas directement limitée, mais les autres règles s'appliquent. Les règles proposées ont pour intérêt de s'adapter à toutes les configurations de bâtiments : plus que la surface elle-même, c'est bien une mauvaise intégration de l'enseigne sur la façade qui apporte un effet visuel fort. La proportionnalité, en droite ligne de l'esprit du Grenelle, est une notion intéressante.	La réponse de la collectivité est cohérente. Les contraintes fixées limitent d’elles-mêmes la surface des enseignes à plat sur mur en question.

N° obs.	Nom	N° remarque	Remarques	Appréciation Questions/demandes du CE	Réponse de la Collectivité Territoriale	Appréciation de la réponse apportée
					Réglementer une surface de manière absolue est un gage de difficulté d'application d'une réglementation. La collectivité ne souhaite pas aller dans ce sens, étant donné l'accumulation des autres règles, et l'Inadaptation d'une telle règle à tous les cas.	
		R15	Les enseignes sur toiture sont interdites dans toutes les zones sauf en ZER2. Est-ce une volonté de la collectivité ?		Les enseignes en toiture, qui sont en nombre très restreint sur la commune (moins de 5) et toutes situées en zone ZER2 (zones d'activités) ne posent aucun problème d'intégration. Par contre, il paraissait important d'en préserver les zones ZERO et ZER1. L'enseigne en toiture permet un signallement de l'entreprise, lorsque la façade n'est pas assez haute. Il est préférable pour le cadre de vie d'avoir une enseigne en toiture correctement posée, qu'une enseigne fixée sur le mur et dépassant de ses limites. Il ne semblait pas pertinent à la collectivité d'interdire les enseignes en toiture en ZER2.	Pour ce qui concerne les zones commerciales périphériques au bourg, la réponse de collectivité est satisfaisante. Elle l'est moins pour le secteur commercial de la rue de la Fontaine distant d'environ 50 m du centre historique couvert par le PDA. Il paraît souhaitable a minima de réglementer les enseignes en toiture dans ce secteur.

Fait à Bègles, le 22 octobre 2025

Le commissaire enquêteur

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Belliard Sens', written in a cursive style.

Virginie Belliard-Sens