



Département de la Gironde

Commune de Saint-André-de-Cubzac

Règlement Local de Publicité (RLP)

Approuvé le 24 novembre 2025

Rapport de présentation

Vu pour être annexé à la délibération du
Conseil Municipal approuvant le RLP

En date du 24 novembre 2025

Le Maire

TABLE DES MATIERES

AVANT-PROPOS	3
PRESENTATION DU TERRITOIRE	4
DIAGNOSTIC	7
Principales règles du Code de l'environnement (RNP)	7
1/ Publicités et préenseignes hors agglomération	7
2/ Publicités et préenseignes en agglomération	7
3/ Publicités sur mobilier urbain	9
4/ Enseignes permanentes	9
5/ Enseignes temporaires	11
Diagnostic des publicités et des préenseignes	12
1/ Etat des lieux	12
2/ Diagnostic réglementaire	15
3/ Diagnostic qualitatif	21
4/ Synthèse	23
Diagnostic des enseignes	24
1/ Diagnostic réglementaire	24
2/ Diagnostic qualitatif	32
3/ Synthèse	34
ORIENTATIONS	35
CONTENU DU REGLEMENT – JUSTIFICATION DES CHOIX	36
Justification du zonage et des règles relatives aux publicités et aux préenseignes	36
Justification du zonage et des règles relatives aux enseignes	42
APPLICABILITE DES NOUVELLES DISPOSITIONS	46
SANCTIONS ENCOURUES	47

Avant-propos

L'affichage publicitaire est un moyen d'expression et de communication qui compose un élément marquant du cadre de vie, qui impacte le paysage et peut devenir source de pollution visuelle, en l'absence de dispositions pour en assurer la maîtrise.

Un Règlement Local de Publicité avait été adopté par la ville de Saint-André-de-Cubzac en 1995. Ce règlement était devenu obsolète dans son contenu, puis caduc en janvier 2021, suite aux dispositions de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010.

D'autre part, la présence massive de publicité de grand format sur certains axes était devenue source de pollution visuelle, et ne cadrait plus avec la volonté des élus en matière de préservation du cadre de vie de la commune.

Ainsi, le Conseil Municipal de Saint-André-de-Cubzac a délibéré le 29 janvier 2024 pour engager l'élaboration de son RLP et d'en définir 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

Conformément à l'article R.581-73 du Code de l'environnement, ce présent rapport de présentation est l'une des composantes du règlement local de publicité. Il s'appuie sur 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.

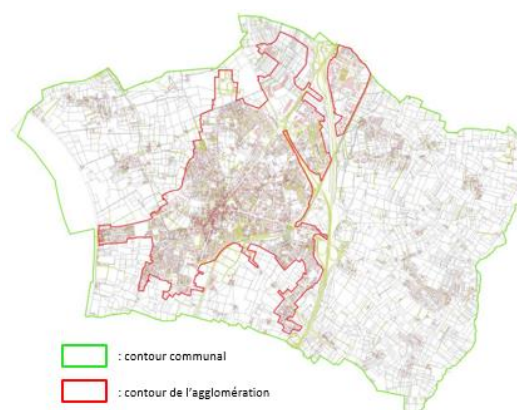
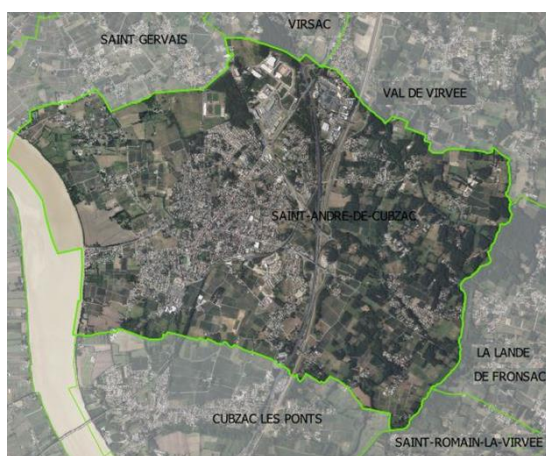
Présentation du territoire

✓ Situation et population :

Saint-André-de-Cubzac est une commune de 12 854 habitants (source Insee 2021).

D'une superficie d'environ 23.2 km², la commune est constituée d'une agglomération principale et de hameaux.

Ainsi, les règles qui s'appliquent à Saint-André-de-Cubzac sont celles d'une agglomération de plus de 10 000 habitants.



✓ Patrimoine bâti et naturel :

La commune compte sur son territoire :

- **2 monuments historiques :**

- Le Château du Bouilh : classé
- L'Eglise : inscrite à l'inventaire

L'église a fait l'objet de la détermination d'un Périmètre Délimité des Abords (PDA), qui permet d'adapter le périmètre de 500 m, en prenant en compte la notion de covisibilité pour la protection du monument.

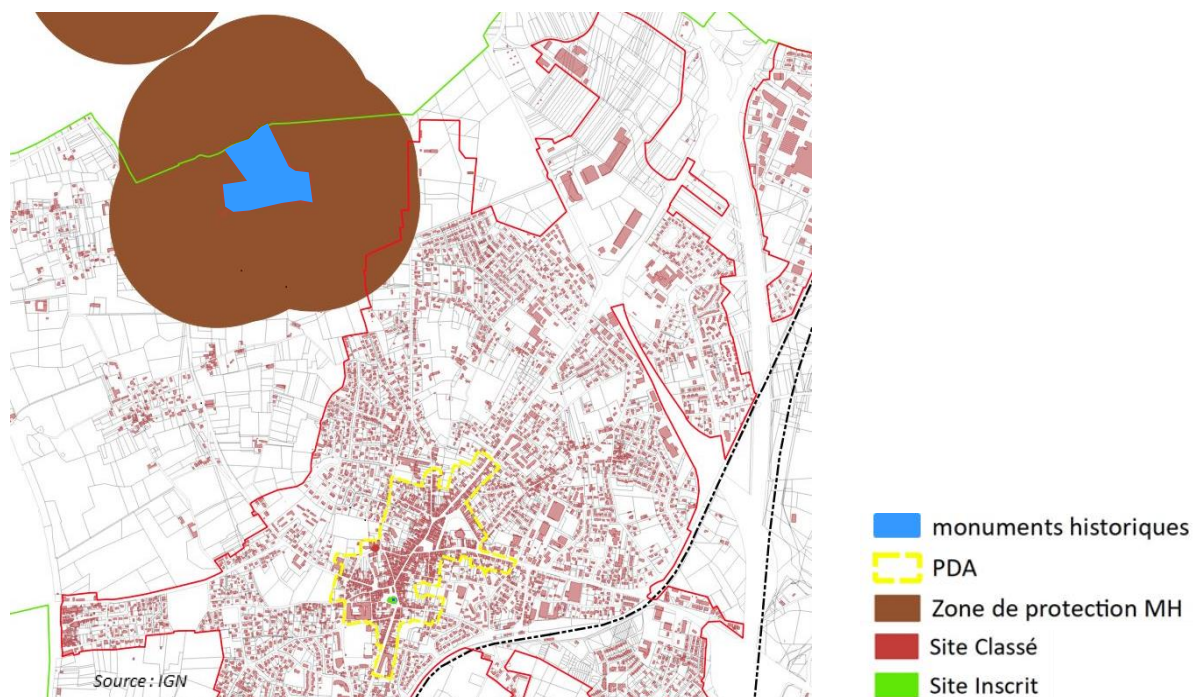
Le Château du Bouilh est concerné par un périmètre de protection de 500 m.

- **1 site classé :**

- Le Platane de Robillard ; ce dernier est inclus dans le Périmètre Délimité des Abords de l'Eglise

- **1 site inscrit : L'Eglise,** inclus dans le Périmètre Délimité des Abords de l'Eglise

La position des Monuments Historiques, du site classé, du site inscrit, et le tracé des périmètres de protection autour des monuments est présenté sur la carte ci-après :



Le Code de l'environnement prévoit les protections suivantes, vis-à-vis de ce patrimoine :

- Une interdiction absolue de publicité sur l'Eglise et le Château de Bouilh, ainsi qu'au niveau du site classé du Platane de Robillard, en vertu de l'article L.581-4 du Code de l'environnement.
- Une interdiction relative de publicité, en agglomération, aux abords de l'Eglise (dans le PDA) et du Château de Bouilh (périmètre de 500 m autour du monument ; seule une petite partie de ce périmètre se situe en agglomération) et dans le site inscrit, en vertu de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

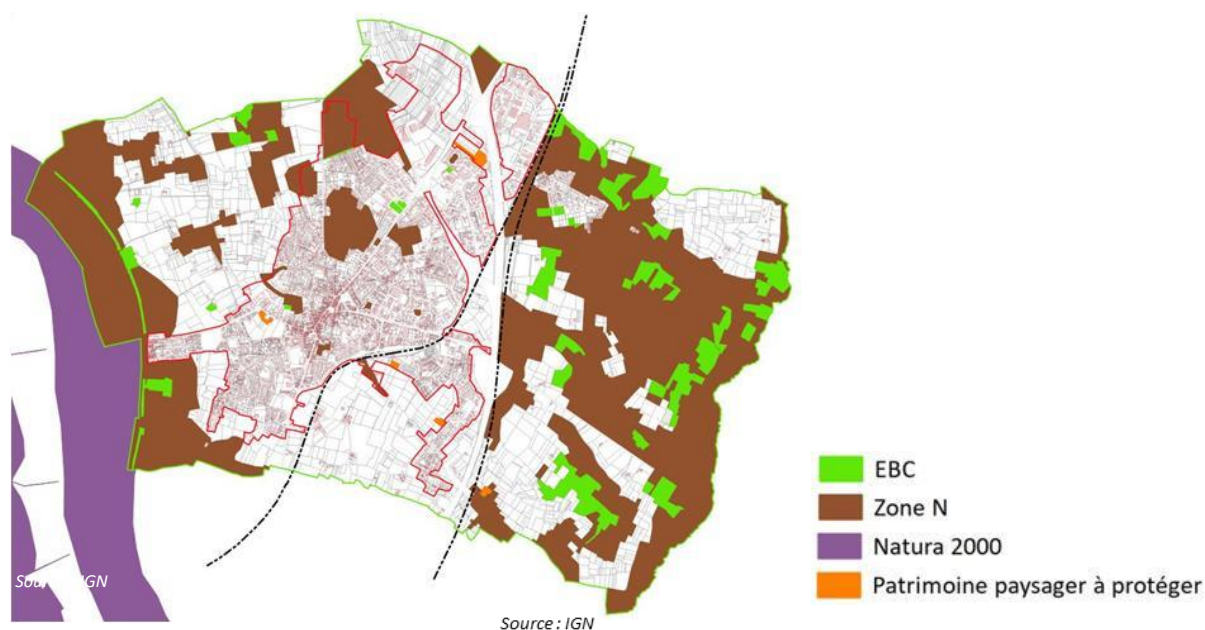
L'interdiction est dite relative, dans la mesure où le RLP peut déroger à cette interdiction, conformément aux dispositions de l'article L.581-8 du code de l'environnement.

Dans ces périmètres, l'installation d'enseigne est soumise à l'accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF)

Par ailleurs, le PLU en vigueur a déterminé :

- Des zones « N »
- Des Espaces Boisés Classés (EBC)
- Une zone Natura 2000 (la rivière Dordogne)
- Du patrimoine paysager à protéger : Le Code de Code de l'environnement ne prévoit pas de limitation à la publicité dans ces secteurs ; toutefois, le RLP peut traduire cette protection, par un zonage et des prescriptions adaptés au patrimoine en présence.

Ces secteurs naturels protégés sont présentés sur la carte ci-après.



En zone N et dans les Espaces Boisés Classés du PLU, en agglomération, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en vertu de l'article R.581-30 du Code de l'environnement ; cette interdiction s'applique également à la publicité sur mobilier urbain.

En zone Natura 2000, la publicité est interdite, de manière relative, en agglomération. Cette interdiction est toutefois sans effet ici, la zone Natura 2000 se situant hors agglomération.

✓ Activité économique :

La ville de Saint-André-de-Cubzac est marquée par la présence de **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 présent en **centre-ville** est développé en nombre, et diversifié.

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

Carte de localisation des activités sur la commune :



Diagnostic

Les règles en vigueur sur lesquelles s'appuie le diagnostic sont celles du Code de l'environnement (RNP : Règlement National de la Publicité), avec sa partie législative (L.581-1 à L.581-45), et sa partie réglementaire (R.581-1 à R.581-88), la ville n'étant plus couverte par un règlement local de publicité.

L'objectif de ces règles est de protéger le cadre de vie.

Principales règles du Code de l'environnement (RNP)

Les règles nationales les plus significatives sont précisées ci-après.

1/ Publicités et préenseignes hors agglomération

Les publicités et préenseignes sont interdites hors agglomération, à l'exception des préenseignes dérogatoires et des préenseignes temporaires, telles que définies, respectivement, par les articles L.581-19, alinéas 3 et suivants, et L.581-20 du Code de l'environnement.

Les dérogations à l'interdiction de publicité hors agglomération concernent :

- ✓ Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales. Il n'a pas été identifié d'activité locale pouvant se prévaloir de cette dérogation ;
- ✓ Les activités culturelles ;
- ✓ Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Le Règlement Local de Publicité ne dispose pas de la possibilité de réglementer ces deux types de préenseignes, qui ne sont donc soumises qu'aux dispositions nationales.

2/ Publicités et préenseignes en agglomération

Principales règles applicables, à Saint-André-de-Cubzac, aux publicités et aux préenseignes situées en agglomération, en dehors des interdictions absolues ou relatives résultant des articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement.

Dans le périmètre de protection des monuments historiques, il ne peut être dérogé à l'interdiction de publicité que dans le cadre des règles édictées par un Règlement Local de Publicité.

Supports interdits	• Les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation ; • Les murs de bâtiments sauf s'ils sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.5 m² ; • Les clôtures non aveugles, • Les murs de cimetière, • Les murs de jardin public.
---------------------------	--

Densité (propriété privée)	Lorsque la longueur du linéaire de façade de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est : • Inférieure ou égale à 80 m : 1 seul dispositif, mural ou scellé au sol. Par exception : soit 2 dispositifs alignés verticalement ou verticalement sur un mur support, soit 2 dispositifs scellés ou posés au sol, si le linéaire de façade est supérieur à 40 m. • Supérieure à 80 m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première. <i>La règle de densité s'applique pour tout format de dispositif, pour tout type d'installation et pour tout type de publicité (non lumineuse ou lumineuse)</i>
Apposition sur un mur	<u>Publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence :</u> • Apposition à plus de 0.5 m du niveau du sol, • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Installation sur le mur ou parallèlement au mur, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m, • Suppression préalable des publicités préexistantes, • Surface maximale intégrant l'encadrement : 10.5 m² <i>Cette surface maximale est imposée à toute installation réalisée depuis le 01/11/2023. La surface maximale précédente s'élevait à 12 m².</i> <i>Les dispositifs installés avant le 01/11/2023, et conformes aux autres règles, disposent d'un délai de 4 ans pour se mettre en conformité.</i> • Hauteur maximale par rapport au sol : 7.50 m. <u>Publicités lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence :</u> • Installation dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte, • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte, • Interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie, • Interdiction d'installation sur un garde-corps de balcon ou de balconnet, • Interdiction d'installation sur une clôture, • Surface maximale intégrant l'encadrement : 8 m², • Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m.
Installation scellée ou posée au sol	• Interdiction d'installation dans les Espaces Boisés Classés (EBC) et dans les zones protégées du PLU, • Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une voie publique située hors agglomération, • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin, lorsque le dispositif se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, • Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m.

Installation scellée ou posée au sol (Suite)	<u>Publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence :</u> • Surface maximale intégrant l'encadrement : 10.5 m² <i>Cette surface maximale est imposée à toute installation réalisée depuis le 01/11/2023. La surface maximale précédente s'élevait à 12 m².</i> <i>Les dispositifs installés avant le 01/11/2023, et conformes aux autres règles, disposent d'un délai de 4 ans pour se mettre en conformité.</i> <u>Publicités lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence :</u> • Surface maximale intégrant l'encadrement : 8 m².
---	---

3/ Publicités sur mobilier urbain

Le mobilier urbain ne peut supporter de publicité :

- hors agglomération,
- dans un Espace Boisé Classé du PLU,
- dans une zone protégée par le PLU,

Le RLP ne peut déroger à ces interdictions.

Pour les autres cas, en dehors des interdictions relatives dans le périmètre des monuments historiques, fixées par l'article L.581-8 du Code de l'environnement, les principales règles sont les suivantes :

Tous mobiliers	L'affichage ne doit pas être visible à partir d'une voie publique située hors agglomération
Abris voyageurs	• Surface unitaire maximale de la publicité : 2 m² ; • 2 m² peuvent être rajoutés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol
Mobiliers accessoirement publicitaires	La surface de la publicité n'excède pas la surface non publicitaire (information à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques). - Surface maximale d'affichage : 10.5 m² (8 m² pour un mobilier numérique), - Hauteur maximale : 6 m

4/ Enseignes permanentes

Règles générales	• Matériaux durables, • Bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement, • Suppression de l'enseigne et remise en état des lieux dans les 3 mois suivant la suppression de l'activité, • Extinction des enseignes entre 1h et 6h (sauf si l'activité fonctionne dans cette période), • Interdiction des enseignes clignotantes (sauf pour les pharmacies et services d'urgence).
-------------------------	---

Apposition à plat ou parallèle au mur	• Pas de dépassement des limites du mur qui supporte l'enseigne, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m, • Sur un auvent, une marquise, la hauteur de l'enseigne est limitée à 1 m, • Devant un balcon ou une baie : la hauteur de l'enseigne est limitée à celle du garde-corps.
Apposition perpendiculaire au mur	• Pas de dépassement de la limite supérieure du mur, • Saillie inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m, • Interdiction d'installation devant une fenêtre ou un balcon.
Surface maximale des enseignes sur façade	La surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (à plat sur mur et perpendiculaires au mur) ne doit pas excéder : • 25 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est inférieure à 50 m², • 15 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est supérieure à 50 m².
Installation en toiture	Pour le cas le plus courant de l'activité exercée dans plus de la moitié d'un bâtiment de moins de 15 m de haut : • Enseigne réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant sa fixation, et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base, • Hauteur maximale de l'enseigne : 3 m, • Surface cumulée maximale des enseignes sur toiture d'un même établissement : 60 m².
Installation scellée ou posée au sol (> 1 m²)	• Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin, lorsque l'enseigne se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, sauf enseignes dos à dos de mêmes dimensions en limite séparative signalant les activités s'exerçant sur deux fonds voisins, • Densité limitée à une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée, • Surface maximale, intégrant l'encadrement : ✓ En agglomération : 10.5 m², <i>Cette surface maximale est imposée à toute installation réalisée depuis le 01/11/2023. La surface maximale précédente s'élevait à 12 m².</i> <i>Les dispositifs installés avant le 01/11/2023, et conformes aux autres règles, disposent d'un délai de 4 ans pour se mettre en conformité.</i> ✓ Hors agglomération : 6 m². • Hauteur maximale par rapport au sol : ✓ 6.50 m, si la largeur est supérieure ou égale à 1 m, ✓ 8 m, si la largeur est inférieure à 1 m.

5/ Enseignes temporaires

Sont considérées comme des enseignes temporaires, au sens de l'article R.581-68 du Code de l'environnement :

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

Durée d'installation	• Installation 3 semaines au plus tôt avant le début de la manifestation ou de l'opération • Retrait 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.
Règle générale	• Bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement.
Apposition à plat ou parallèle au mur	• Pas de dépassement des limites du mur, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m.
Apposition perpendiculaire au mur	• Pas de dépassement de la limite supérieure du mur, • Saillie inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m.
Installation scellée ou posée au sol (> 1 m²)	• Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin, lorsque l'enseigne se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, sauf enseignes dos à dos de mêmes dimensions en limite séparative signalant les activités s'exerçant sur deux fonds voisins, • Densité limitée à une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée, • Cas des enseignes installées pour plus de 3 mois (travaux publics, opérations immobilières, location ou vente de fonds de commerce) : surface unitaire maximale, encadrement inclus, de 10.5 m².
Extinction	Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. En cas d'activité entre 1 heure et 6 heures, 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 règles du Règlement Local de Publicité ne peuvent être que plus restrictives que les règles nationales du Code de l'environnement, exception faite de la possibilité de dérogation dans les secteurs protégés définis par l'article L.581-8 du Code de l'environnement, dérogation rendue possible par ce même article.

Diagnostic des publicités et des préenseignes

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

1/ Etat des lieux

- **136 publicités et préenseignes sont installées** sur le territoire communal, représentant une surface totale d'environ 745 m² (hors publicité sur mobilier urbain),

La publicité est présente sur mobilier urbain, par le biais des abris voyageurs exploités par la Région Nouvelle-Aquitaine, recevant ponctuellement de la publicité.

→ **Formats d'affichage les plus représentés (hors publicité sur mobilier urbain) :**

- ✓ Le format « standard » le plus représenté est le 1.5 m² (format « préenseigne »), à hauteur de 45 dispositifs,
- ✓ 24 dispositifs ont une surface de 12 m²,
- ✓ 17 dispositifs ont une surface de 8 m²,
- ✓ Une dizaine de dispositifs a une surface de 4 m².



→ **Exploitants les plus présents sur la commune :**

Les principaux afficheurs exploitant des publicités sur la commune sont, par ordre décroissant du nombre de dispositifs exploités : Publi Aquitaine, Resa Pub, Aloes Red, Cityz Média, Vision et Ideograph Publicité.

Le reste des dispositifs est exploité par les bénéficiaires eux-mêmes.

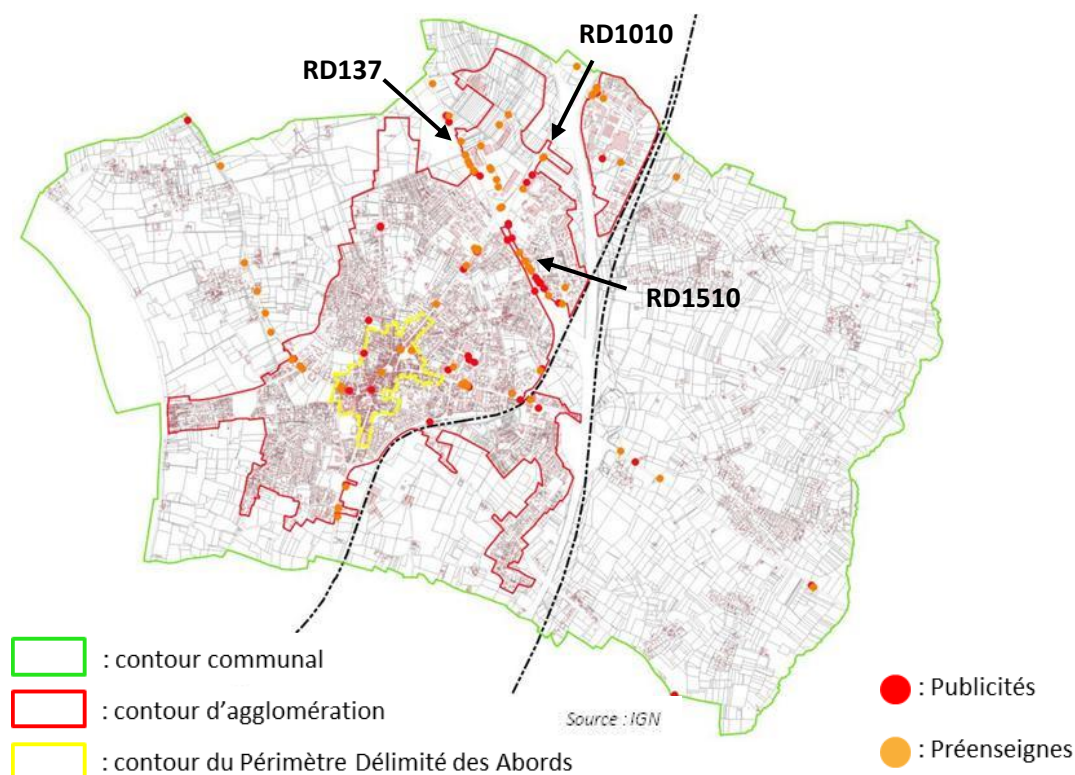
→ **Type d'affichage :**

Les publicités présentes sur la ville sont quasiment toutes constituées d'un affichage permanent, à longue conservation ; seules deux affiches « papier » sont présentes, dans un format de 4 m², publicités au bénéfice du supermarché local.

On note la présence d'un dispositif trivision, à lamelles pivotantes, avenue de l'Europe, permettant de présenter successivement 3 annonces.

Aucune publicité numérique n'est présente sur la ville.

✓ Localisation des publicités et des préenseignes



La densité la plus importante de dispositifs se situe le long de l'axe RD137 / RD1510 (traversée est-ouest de la commune)

On observe également un alignement de publicités de grand format en entrée nord de la commune, le long de la RD1010

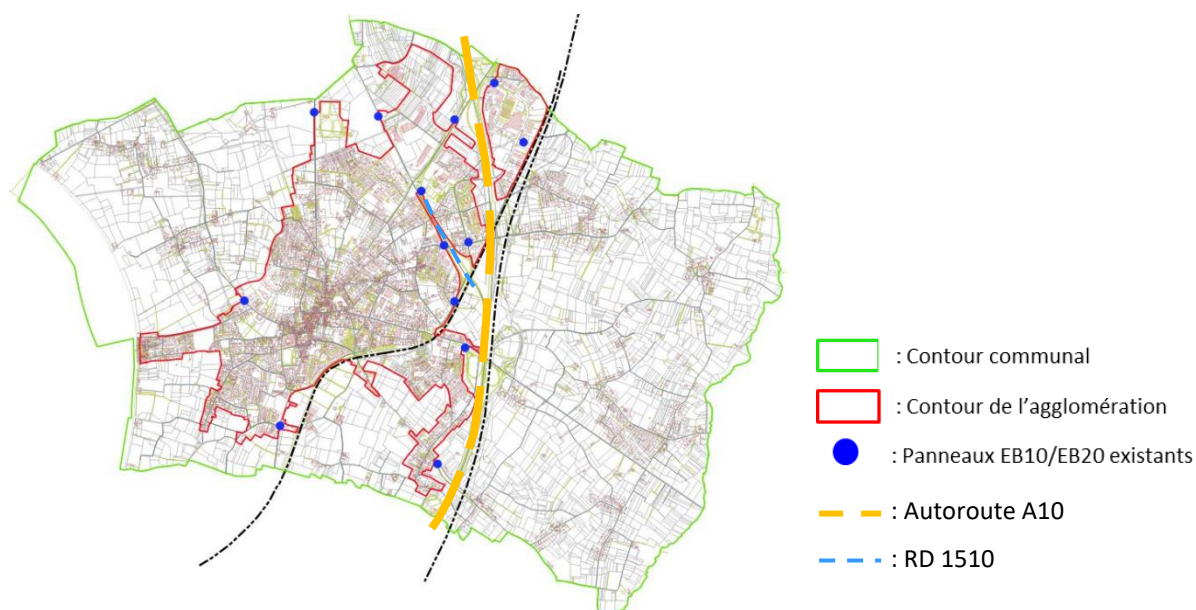
Enfin, quelques publicités sont installées dans le Périmètre Délimité des Abords, ainsi qu'en dehors de l'agglomération, route de Bourg, route de Blaye et route de Libourne.

✓ Détermination des limites d'agglomération

L'un des critères fondamentaux permettant d'asseoir le diagnostic est la fixation des limites de l'agglomération. En effet, ces limites 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).

- L'agglomération à prendre en compte est celle définie par le Code de la route : elle représente le bâti dense rapproché, plus important en nombre de logements qu'un hameau ou qu'un lieu-dit ;
- Les panneaux d'entrée / sortie d'agglomération EB10/EB20 existants ont été géoréférencés. Leur positionnement est le reflet des arrêtés précédemment pris au titre des limites d'agglomération. D'autre part, leur positionnement est cohérent par rapport à la présence du bâti dense rapproché même si certains panneaux ne coïncident pas tout à fait avec la réalité du bâti, ceci pour des raisons pratiques (présence d'un pont, d'une piste cyclable...). Les écarts restent toutefois acceptables en matière de sécurité routière. Il n'y a donc pas lieu de remettre en cause la position des panneaux d'entrée / sortie d'agglomération.

Le **contour aggloméré** sur lequel va s'appuyer le zonage du RLP a été tracé, il est représenté ci-après, et annexé à la délibération fixant les limites de l'agglomération, le tout faisant l'objet de l'annexe 3 du présent RLP



Deux tronçons d'axes sont exclus du périmètre aggloméré, de par leurs caractéristiques (largeur de la chaussée et de ses abords, et distance entre la chaussée et le bâti) et parce qu'ils créent une rupture de l'espace urbanisé il s'agit :

- ✓ De l'autoroute A10, laquelle traverse la partie nord, agglomérée, de la commune,
- ✓ De la RD 1510, du rond-point de la Garosse en allant vers sud-est.

En entrée nord de la commune, par la RD 1010, l'agglomération débute un peu en amont du rond-point, au croisement avec l'avenue Eiffel.

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, ce qui condamne également l'installation de publicité scellée au sol en arrière-plan ou en entrée de ville, dès lors que l'affichage est visible des tronçons non agglomérés, et y compris si les installations sont réalisées en agglomération.

On note par ailleurs un décalage de zone agglomérée de part et d'autre de l'axe, notamment en entrée de ville :

- Route de Blaye,
- Route de Libourne,
- Route de Bordeaux,
- Route de Bourg.

Du côté dont le bâti est rencontré en premier, et si le zonage du RLP le permet, seules les affiches murales peuvent en conséquence être visibles en entrée de ville.

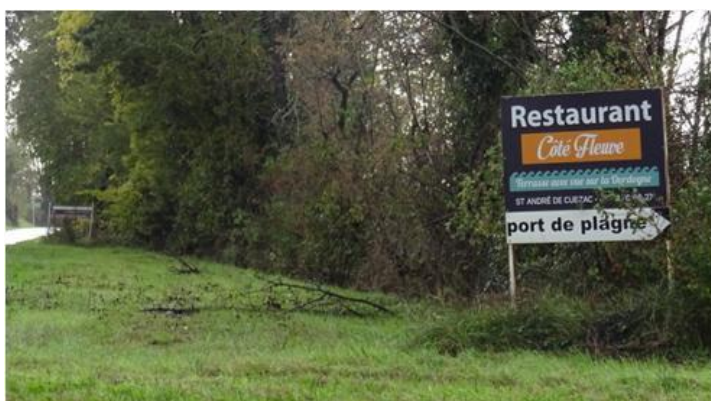
2/ Diagnostic réglementaire

Les cas d'infractions listés ci-après correspondent à ceux les plus fréquemment rencontrés lors de l'inventaire.

Des photographies, non exhaustives, sont incluses pour illustrer les cas.

Certains dispositifs sont concernés par plusieurs infractions.

Publicité installée hors agglomération - L.581-7 du Code de l'environnement



Les 2/3 des dispositifs en infraction sont installés sur la route de Blaye et sur la route de Bourg

Publicité scellée au sol dont l'affichage est Publicité visible d'une voie située hors agglomération - R.581-31 du Code de l'environnement



RD 1510



RD 1010



Avenue de l'Europe

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



Covisibilité avec l'Eglise

Publicité installée sur un support interdit - R.581-22 du Code de l'environnement

- ✓ Sur mur de bâtiment non aveugle



- ✓ Sur clôture non aveugle



- ✓ Sur poteau électrique, éclairage, télécom ou équipement concernant la circulation routière



Cette préenseigne se situe également en EBC, ce qui constitue une autre infraction.

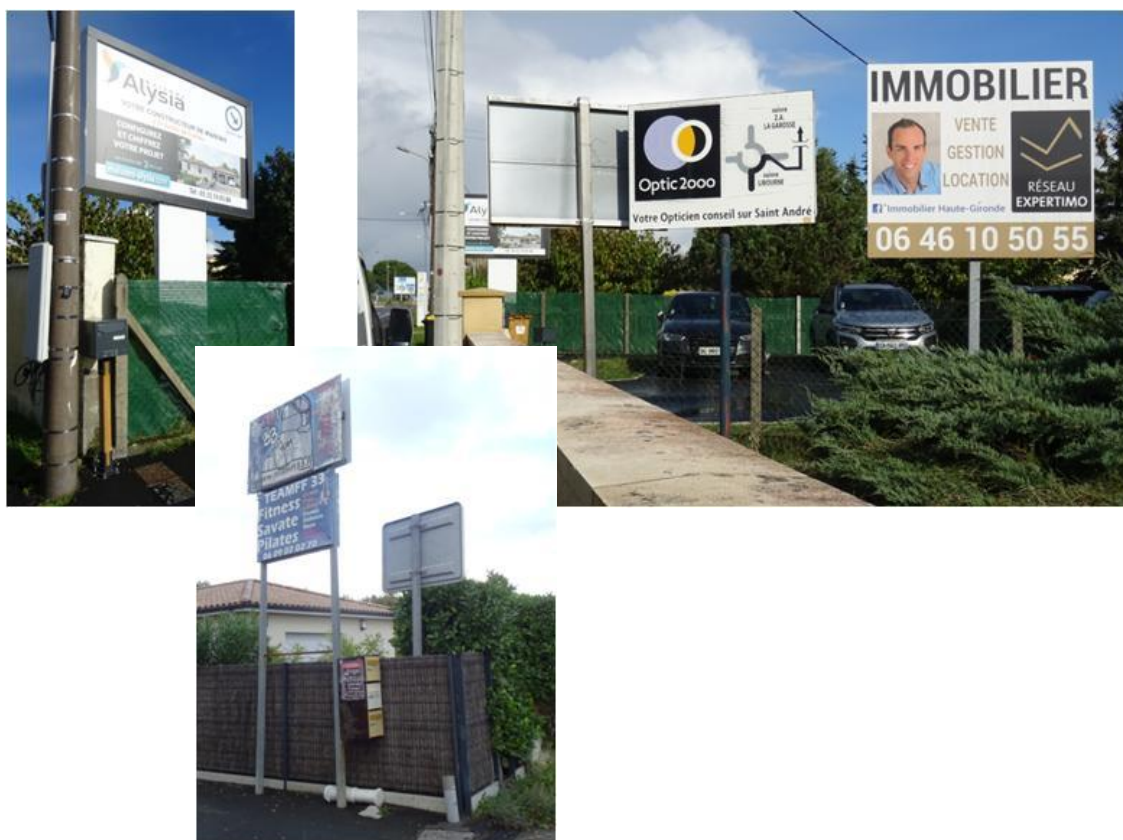


Publicité murale non conforme - R.581-27 du Code de l'environnement

- ✓ Installée au-dessus du niveau de l'égout du toit



Publicité scellée au sol installée sans respect des distances aux limites séparatives de propriété (H/2 et/ou 10 m par rapport aux baies des habitations voisines) - R.581-33 du Code de l'environnement



Publicité murale ou scellée au sol ne respectant pas le critère de densité et d'alignement, au sein de l'unité foncière - R.581-25 du Code de l'environnement

Les publicités sont limitées en nombre sur une unité foncière ; ce nombre est fonction de la longueur du linéaire de façade de l'unité foncière ; les publicités murales doivent être alignées sur le mur.

Nombre maximal possible pour l'installation de publicités :

- ✓ Linéaire de façade de 0 m à 40 m : 2 publicités murales, ou une publicité scellée au sol,
- ✓ Linéaire de façade de 40 m à 80 m : 2 publicités, murales et/ou scellées au sol,
- ✓ A delà de 80 m : une publicité supplémentaire, par tranche ouverte de 80 m de linéaire de façade.

Illustration de cas non conformes :



Problème de surnombre et de H/2



Problème de surnombre et d'alignement

Autres infractions :

- ✓ Absence de mention de l'exploitant sur le dispositif - L.581-5 du Code de l'environnement
- ✓ Absence d'autorisation du propriétaire - L.581-24 du Code de l'environnement ; ces cas concernant des installations sur le domaine public.

3/ Diagnostic qualitatif

Certains axes de la ville sont marqués par la présence en nombre de publicités de grand format, lesquelles impactent le paysage, mais doivent disparaître, dans la mesure où elles sont non conformes au Code de l'environnement :



*RD 137
Publicités hors agglomération*



*RD 1050
Affichages de publicités scellées
au sol visibles d'une voie située
hors agglomération*

Par ailleurs, la publicité a un impact fort, lorsqu'elle se situe dans un environnement naturel verdoyant :



Certains secteurs résidentiels sont concernés par une présence publicitaire dense, laquelle, bien que de format réduit, impose sa présence répétitive :



4/ Synthèse

La publicité impose assez largement sa présence à Saint-André-de-Cubzac, sur des axes stratégiques très fréquentés ou sur certaines entrées de ville, où l'on observe une succession de panneaux, au détriment de l'impact des messages, qui deviennent peu lisibles en raison de la masse d'information portée.

Ces panneaux sont souvent de grand format, installés de manière désordonnée, et dans des environnements parfois verdoyants.

L'impact est fort sur le paysage et sur la perception de la ville.

La publicité vient également altérer, par une présence soutenue sur certains murs, le secteur de protection de l'Eglise.

Certains axes résidentiels ne sont pas épargnés, on y trouve généralement des panneaux de petit format, mais de manière concentrée ou récurrente, ce qui procure également une altération de la perspective sur ces axes.

Bon nombre de ces publicités est en infraction vis-à-vis des règles nationales du Code de l'environnement, et le traitement des non-conformités apportera une amélioration nette sur certaines situations.

On peut noter que la publicité de grand format, d'une manière générale, cadre mal avec la typologie de la commune. En dehors des zones commerciales, où la publicité se mêle aux enseignes de manière attendue, il apparaît que la ville est 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.

La publicité installée sur un fond verdoyant choque par sa présence.

Le règlement local de publicité, par le zonage et les règles qui seront établis, permettra, d'une part, de fiabiliser l'application des règles du Code de l'environnement, et, d'autre part, de traduire les volontés de la ville en matière de préservation et de mise en valeur de son cadre de vie.

Diagnostic des enseignes

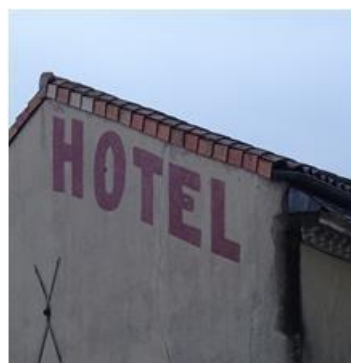
1/ Diagnostic réglementaire

Les cas d'infractions listés ci-après correspondent à ceux les plus fréquemment rencontrés lors de l'inventaire.

Des photographies, non exhaustives, sont incluses pour illustrer les cas.

Certaines enseignes sont concernées par plusieurs infractions.

Enseignes maintenues au-delà des 3 mois après cessation de l'activité - R.581-58 du Code de l'environnement



Le non-respect de cette règle nuit également aux commerces environnants et contribue à faire perdurer les illégalités.

Enseignes à plat ou perpendiculaires au mur, situées hors du lieu de l'activité - L.581-3 du Code de l'environnement

Par définition, l'enseigne se situe sur l'emprise du commerce dont elle permet d'identifier la localisation.

Située à l'étage, ou au-dessus de la porte d'accès à l'étage, alors que l'activité signalée ne s'y étend pas, sa présence brouille la communication, perturbe la lecture de la façade, et peut contribuer à nuire aux habitants de l'étage.

Cette infraction peut conduire à une dégradation de l'aspect des façades des immeubles, et peut également gêner les occupants du 1er étage.

Une enseigne située hors du lieu où s'exerce l'activité peut être qualifiée de publicité.



Enseignes murales qui dépassent des limites du mur - R.581-60 du Code de l'environnement



Enseignes à plat sur mur, autres infractions - R.581-60 du Code de l'environnement :

- ✓ Dépassement du niveau de l'égout du toit



Cette infraction est assez fréquente sur les bâtiments artisanaux ou industriels, de type hangar.

- ✓ Saillie supérieure à 25 cm par rapport à la façade



Autre infraction pour cette enseigne : elle n'est pas installée parallèlement au mur

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 $\leq 50 \text{ m}^2$, 15 % pour façade $> 50 \text{ m}^2$) :



Les enseignes sur baies contribuent fréquemment à ces infractions.

Autres infractions pour les enseignes sur bâtiments :

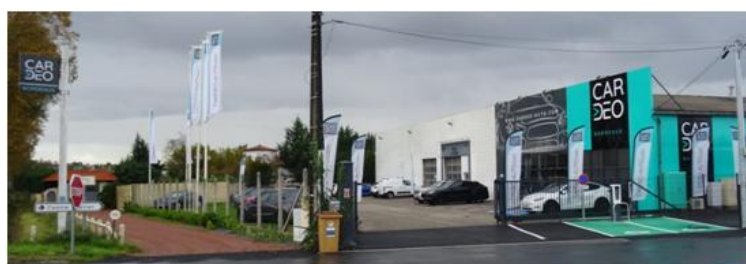
- ✓ Enseigne sur auvent de plus d'un mètre de haut - R.581-60 du Code de l'environnement



- ✓ Enseigne en toiture non constituées de lettres découpées - R.581-62 du Code de l'environnement



Enseignes scellées ou posées au sol en nombre excessif (celles-ci sont limitées à une le long de chaque voie bordant l'immeuble) - R.581-64 du Code de l'environnement :



Les drapeaux contribuent souvent à cette infraction.



Enseignes scellées ou posées au sol ne respectant pas les distances minimales d'installation aux limites séparatives de propriété ($> H/2$ et > 10 m par rapport aux baies d'un immeuble voisin) - R.581-64 du Code de l'environnement



Enseignes scellées ou posées au sol trop hautes (> 6.5 m haut pour une largeur > 1 m) ou trop grandes (> 10.5 m² en agglo ou > 6 m² hors agglo) - R.581-65 du Code de l'environnement



Hauteur non conforme



Surface et hauteur non conformes



Autres cas diffus :

- ✓ Enseignes en mauvais état - R.581-58 du Code de l'environnement

Une enseigne en bon état communique une image positive du commerce



- ✓ Enseignes clignotantes - Elles sont interdites : le clignotement n'est possible que pour les pharmacies ou service d'urgence - R.581-59 du Code de l'environnement



2/ Diagnostic qualitatif

En centre-ville, les enseignes sont de qualité assez inégale : certaines réalisations sont qualitatives, mais l'impression d'ensemble met en évidence des problèmes. On note :

Le manque de soin dans certaines installations : disparité de formes, et de nature d'enseignes, peu de recherche de bonne intégration sur les façades, certaines installations d'enseignes ne prennent pas en compte les notions élémentaires de placement et de symétrie par rapport aux éléments de la devanture (lignes verticales et horizontales, ouvertures...)



Le nombre et l'hétérogénéité des enseignes perpendiculaires ont un impact fort sur la perspective de la rue



L'usage des enseignes sur baies (autocollants, vitrophanies) surcharge les devantures et l'aspect des façades



Dans les zones d'activités, et mises à part quelques situations de non conformités majeures, les enseignes sont installées dans la mesure, et avec une certaine organisation.



Parc de la Garosse



Eco Parc d'Aquitaine

3/ Synthèse

On peut dire que les enseignes sont de qualité inégale à Saint-André-de-Cubzac.

En zones d'activités, sur les bâtiments récents, elles sont installées dans la mesure et s'intègrent assez bien dans leur environnement. Elles sont, de plus, assez peu nombreuses : les secteurs de La Garosse et de l'Eco Parc d'Aquitaine sont, par exemple, quasiment dénués d'enseignes scellées au sol.

En centre-ville et sur les commerces diffus, la situation est plus mitigée ; on observe des réalisations harmonieuses, mais le sentiment général va plutôt dans le sens d'enseignes de qualités moyennes, et d'intégrations mal adaptées sur les façades. Les enseignes peuvent être nombreuses et nuire à la qualité des façades, et aux perspectives sur les rues. Les abords de l'Eglise pourraient être mieux valorisés par la présence d'enseignes de qualité.

Mise à part le cas d'une enseigne scellée au sol de hauteur « hors norme », le reste des non-conformités est classique, et le traitement des infractions permettra d'améliorer des situations d'« encombrement d'enseignes », notamment scellées au sol ou encore occupant une partie trop importante des façades.

Le RLP constituera une opportunité d'apport de règles qualitatives d'intégration sur les façades, et d'apport de règles cadrant les nouvelles techniques ou les nouveaux supports d'affichage : numérique, vitrophonie, banderole...

Orientations

Les objectifs poursuivis par la ville ont été fixés lors du Conseil Municipal du 29 janvier 2024 :

Ces objectifs 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.

A partir de ces objectifs, du diagnostic, et de l'analyse précédemment présentée, les orientations générales qui se dégagent, et qui ont été débattues par le Conseil Municipal du 8 juillet 2024 sont les suivantes :

- 1. La protection du patrimoine naturel et bâti, préservation des paysages et amélioration de la qualité des entrées de ville**
 - En élaborant un zonage préservant de la publicité les secteurs patrimoniaux, les axes bordés d'espaces naturels et les entrées de ville, par une interdiction ou une limitation forte de la publicité dans ces secteurs.
 - En mettant en place des règles qualitatives sur les enseignes en secteurs patrimoniaux.
- 2. La réduction de l'impact visuel des publicités, des préenseignes et des enseignes**
 - En limitant les surfaces et les densités au-delà des règles nationales
 - En introduisant des contraintes pour l'installation des publicités, préenseignes et enseignes
 - En améliorant la qualité des différents supports, en imposant des formes, des techniques...
- 3. La limitation de l'impact environnemental des nouveaux modes de communication et des supports lumineux**
 - En mettant en place des contraintes d'installation pour les nouveaux modes de communication : banderoles, affichages sur les baies, ...
 - En limitant l'usage des publicités et enseignes numériques, y compris lorsqu'elles sont intérieures aux devantures
 - En mettant en place des règles sur les éclairages et extinctions

Contenu du règlement – Justification des choix

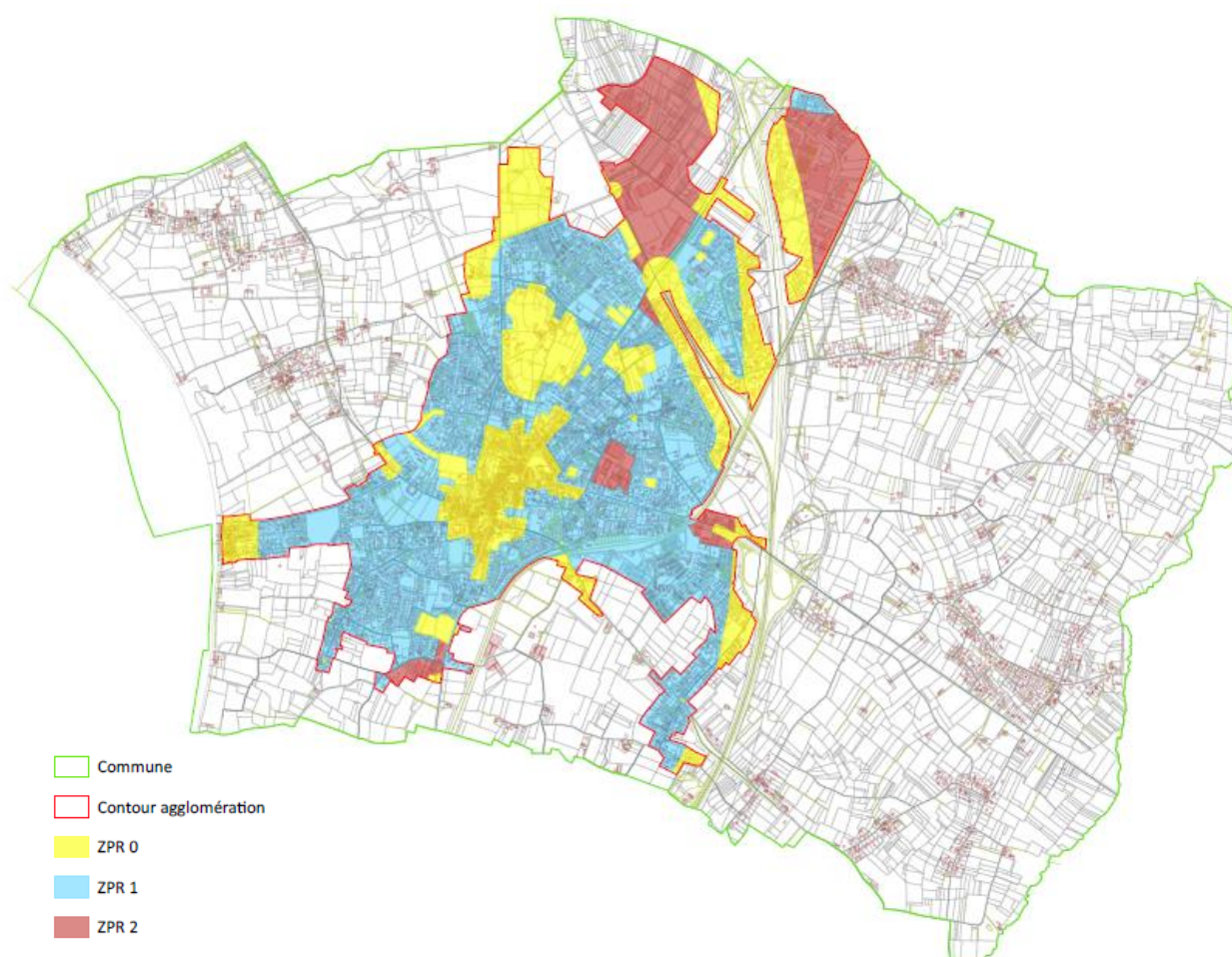
Justification du zonage et des règles relatives aux publicités et aux préenseignes

Trois zones de publicité sont instituées dans les limites de l'agglomération.

Elles se nomment ZPR, pour « Zone de Publicité Réglementée ».

Le plan de zonage est présenté en annexe 1 et rappelé ci-après. Les zones concernées par la réglementation se nomment ZPR0 à ZPR2, de la plus restrictive à la moins restrictive.

Plan de zonage, sur l'ensemble de la commune :



Le zonage concerne des parcelles entières ou s'appuie sur un axe ou sur un retrait défini par rapport à un axe.

Le zonage de la ZPR1 se déduit des zonages de la ZPR0 et de la ZPR2.

La ZPRO correspond à des secteurs à protéger particulièrement ; elle correspond :

- ✓ Aux abords des monuments historiques :

Périmètre Délimité des Abords de l'Eglise et partie agglomérée du rayon de 500 m autour du Château de Bouilh, secteurs dans lesquels la publicité est interdite, de manière relative, par l'article L.581-8 du Code de l'environnement,

- ✓ Aux zones N et EBC du PLU,

Dans ces secteurs, la publicité scellée au sol est interdite par l'article R.581-30 du Code de l'environnement.

- ✓ A une bande de protection de 200 mètres de part et d'autre de l'Autoroute A10,

La distance de 200 m est prise par rapport à la limite extérieure de la chaussée.

Cette réserve traduit l'interdiction de publicité prévue par le Code de la route, et permet d'intégrer la notion d'interdiction de visibilité d'un affichage de publicité scellée au sol à partir de l'autoroute, voie située hors agglomération, telle que fixée par l'article R.581-31 du Code de l'environnement.

- ✓ A une bande de protection de 80 mètres de part et d'autre de la Route Départementale RD 1510,

La distance de 80 m est prise par rapport à la limite extérieure de la chaussée.

Cette réserve traduit également l'interdiction de publicité prévue par le Code de la route, et permet d'intégrer la notion d'interdiction de visibilité d'un affichage de publicité scellée au sol à partir de la RD1510, voie située hors agglomération, telle que fixée par l'article R.581-31 du Code de l'environnement.

- ✓ A une bande de protection le long de la rivière Dordogne, s'étendant jusqu'au droit du chemin de La Cale du Sud,

Cette protection permet de préserver les vues sur la Dordogne ou à partir de celle-ci d'une présence de publicité ou de préenseigne ; elle permet d'assurer la continuité avec la protection Natura 2000.

- ✓ A une protection aux entrées de ville : route de Bordeaux, route de Bourg, route de Blaye, route de Paris et route de Libourne,

Cette protection, dont la profondeur diffère en fonction de l'entrée de ville concernée, vise à contribuer à améliorer l'aspect des entrées de ville, qui constituent la première impression communiquée sur la ville. Cette protection traduit la règle de l'article R.581-31 du Code de l'environnement interdisant la visibilité de l'affichage d'une publicité scellée au sol à partir d'une route située hors agglomération, et permet, en supplément, d'éviter l'installation de publicités murales.

- ✓ A une protection de certaines intersections :

- Route de Blaye / avenue Boucicaut,
- Rond-point de la Garosse,
- Route de Paris / avenue Eiffel,

Ces giratoires ont été identifiés « à protéger », afin d'assurer une logique de requalification des entrées de ville, dans la continuité des autres protections : entrées de ville et RD 1510.

Il s'agit également de garantir le désencombrement de ces intersections, afin de ne pas perturber les cheminements routiers, cyclistes ou piétons, de préserver les ambiances et la visibilité sur les commerces environnants.

- ✓ A une protection du petit patrimoine :

- Cabane de Vigne située route de Bordeaux (parcelle concernée par cette implantation),
- Croix de carrefours (sur une distance de 10 m autour du monument) :
 - Place du Général de Gaulle,

- Angle chemin de La Moulière / chemin de Terrefort,
- Angle rue de la Gare / rue Mondenard,
- Angle chemin de Bois Milon / route de Saint-Romain,
- Puits situé chemin de La Cale du Centre (sur une distance de 10 m autour du monument),
- Lavoir situé rue de la Fontaine (sur une distance de 10 m autour du monument).

Le petit patrimoine n'est pas protégé de la publicité par le Code de l'environnement, aucune interdiction ne s'impose à l'installation de publicité, ni sur l'édifice lui-même, ni en ses abords.

Afin de valoriser ces éléments caractéristiques et pittoresques de la commune, qu'il convient de préserver, il est décidé de protéger ces éléments eux-mêmes, ainsi que leurs abords, sur une distance de 10 mètres autour de ceux-ci.

✓ A quelques extensions logiques autour des secteurs énumérés ci-dessus

Les extensions logiques correspondent, par exemple, au rattachement de parcelles isolées encadrées par des parcelles entrant en ZPRO pour les raisons évoquées ci-dessus. Ces rattachements rendent le zonage plus cohérent.

Dans cette zone ZPRO, la publicité est interdite.

L'interdiction ne s'applique à la publicité de petit format (microaffichage) que dans le périmètre des abords des monuments historiques. Dans les autres secteurs, cette forme de publicité est soumise aux règles du Code de l'environnement, comme le prévoit la réglementation.

La publicité sur mobilier urbain n'est pas admise ; il est rappelé que seuls quelques abris voyageurs exploités par la Région Nouvelle Aquitaine comportent, de manière ponctuelle, des campagnes d'affichage publicitaire. Un nombre très limité de ceux-ci se situe en ZPRO. D'autre part, la ville a décidé depuis plusieurs années de ne plus disposer de planimètres accessoirement publicitaires, et d'assurer sa communication sur les supports dont elle a la propriété. Le nombre de mobiliers sur lesquels il faudra interdire la publicité est donc très faible.

Ce zonage et cette règle confirment l'interdiction relative de publicité fixée par l'article L.581-8 du Code de l'environnement aux abords des monuments historiques. Aucune dérogation à cette interdiction n'y est envisagée dans le cadre de ce règlement local de publicité.

Dans les autres secteurs de la ZPRO, seule la publicité de petit format peut s'installer ; de par ses caractéristiques, elle n'a pas un impact visuel majeur sur les secteurs à préserver.

Ce zonage et cette disposition d'interdiction répondent à l'orientation de protection du patrimoine naturel et bâti, de préservation des paysages et d'amélioration de la qualité des entrées de ville, ainsi que des zones non investies par la publicité.

Dans une moindre mesure, puisque la ZPRO n'est que très peu concernée par la présence de publicité « conforme » au RNP, il s'agit également de répondre à l'orientation de réduction de l'impact visuel des publicités et des préenseignes.

La ZPR1 correspond aux parties de l'agglomération non couvertes par les deux autres zones. Elle intègre notamment les secteurs résidentiels. La publicité n'y est présente que sur certains axes aujourd'hui.

Dans cette zone, les possibilités de publicité se limitent :

- Au microaffichage publicitaire,
Le microaffichage publicitaire représente de la publicité de petit format, installée sur les devantures commerciales, suivant des règles de surface et de densité définies par le Code de l'environnement. Le

choix de ce type de publicité est cohérent avec la nature de la ZPR1, et avec l'objectif de forte réduction de l'emprise de la publicité dans cette zone.

- A la publicité sur les abris voyageurs, et sur les autres formes de mobiliers urbains, supportant des affiches non commerciales : kiosques à journaux, colonnes et mâts porte-affiches.

Pour rappel, les campagnes publicitaires organisées par la Région Nouvelle Aquitaine, ne sont que ponctuelles sur les abris voyageurs. La plupart du temps, les affiches en place concernent les spectacles ou les informations non commerciales portées par la Région.

- A la publicité non lumineuse, murale ou scellée au sol, sur la propriété privée, moyennant des règles strictes d'installation :
 - ✓ À la fois quantitatives : surface, densité, hauteur, dimension des éléments de structure,
 - ✓ Et qualitatives : interdiction sur mur de clôture, pied de fixation unique, présence obligatoire d'un encadrement...

Le format d'affichage de 1.5 m² correspond au format le plus présent aujourd'hui sur ce secteur, auquel vient se rajouter un encadrement, rendu obligatoire par le RLP ; des dispositifs de ce format en sont déjà pourvus à Saint-André-de-Cubzac, ce qui permet à la fois d'apprécier le meilleur rendu de cette finition, et d'être en mesure de l'imposer.

Un seuil de linéaire de façade, en dessous duquel l'installation est impossible, est déterminé, ce qui permet de réduire le nombre d'unités foncières en mesure de recevoir une publicité, pour, en final, assurer la dé-densification souhaitée sur les axes déjà chargés dans cette zone. Ce seuil est de 20 mètres pour une parcelle ne longeant qu'une seule voie, et de 30 mètres pour une parcelle en angle de rue. Au-delà du seuil, une seule publicité est possible sur l'unité foncière, ce qui est plus restrictif que le Code de l'environnement, qui prévoit, par exemple, que deux publicités murales puissent être installées dès l'ouverture de la première tranche de 80 mètres de linéaire de façade.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations :

- **De protection des zones non investies par la publicité,**
- **De réduction de l'impact visuel des publicités et des préenseignes, par le choix de règles qualitatives et quantitatives adaptées.**

La ZPR2 correspond aux zones commerciales, artisanales ou industrielles :

- ✓ Parc Industriel et Commercial de la Garosse, à l'exception de la bande située en ZPR0, correspondant au recul par rapport à l'autoroute,
- ✓ Eco Parc d'Aquitaine, incluant le prolongement sur les emprises de commerces avoisinants : les îlots commerciaux situés de part et d'autre du rond-point de la Garosse, au nord de la rue Nationale. Ce zonage exclut toutefois les protections de la ZPR0 (giratoires et entrées de ville).
- ✓ Secteur commercial rue de La Fontaine,
- ✓ Secteur commercial route de Libourne,
- ✓ Secteur commercial route de Bordeaux.

Dans cette zone, la publicité peut s'installer sous forme de :

- Microaffichage publicitaire,

Le microaffichage publicitaire représente de la publicité de petit format, installée sur les devantures commerciales, suivant des règles de surface et de densité définies par le Code de l'environnement.

- Publicité sur les abris voyageurs, et sur les autres formes de mobiliers urbains, supportant des affiches non commerciales : kiosques à journaux, colonnes et mâts porte-affiches.

Pour rappel, les campagnes publicitaires organisées par la Région Nouvelle Aquitaine, ne sont que ponctuelles sur les abris voyageurs. La plupart du temps, les affiches en place concernent les spectacles ou les informations non commerciales portées par la Région.

- A la publicité non lumineuse, murale ou scellée au sol, sur la propriété privée, moyennant les règles suivantes :

- ✓ Une surface maximale de 4.7 m² hors tout (encadrement, obligatoire, inclus).

Le choix de ce format réduit par rapport au format maximum prévu par le Code de l'environnement s'appuie sur les considérations suivantes :

- Il s'agit d'un format standard, correspondant à la surface maximale prévue par le Code de l'environnement pour une agglomération de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. La ville de Saint-André-de-Cubzac présente une population supérieure à 10 000 habitants, toutefois, la population contenue dans l'agglomération est certainement très proche de ce seuil, après soustraction de la population des écarts. D'autre part, l'appartenance à l'unité urbaine de Bordeaux n'est pas perceptible à Saint-André-de-Cubzac, où l'on ne se situe pas dans une continuité de bâti par rapport à Bordeaux, qui rendrait plus évidente le traitement publicitaire de la ville comme celle d'une ville de la tranche la plus élevée de population (largeur des axes, hauteur du bâti, dimension des parcelles...).
 - Ce format est déjà présent sur la ville : les deux seules publicités « papier » présentes sur la ville sont déjà dans ce format d'affichage de 4 m².
 - La publicité sur la ville est quasiment entièrement constituée de messages permanents, qui peuvent s'adapter en termes de format, tout en restant parfaitement lisibles, compte tenu de la largeur des axes.
 - La forte volonté de réduire l'emprise et l'impact visuel de la publicité sur la ville.
- ✓ Une limitation de la densité par rapport au Code de l'environnement : l'exception de la deuxième publicité possible pour la première tranche ouverte de 80 mètres de linéaire de façade n'est pas retenue. Au sein de l'unité foncière de plus de 80 mètres de linéaire de façade, des critères d'éloignement de deux publicités sont fixés.
- ✓ Des critères esthétiques sont fixés pour les supports et pour les installations.

Ce zonage et ces dispositions répondent à l'orientation de réduction de l'impact visuel des publicités et des préenseignes, par le choix de règles qualitatives et quantitatives adaptées.

Publicité lumineuse :

➤ Publicité lumineuse extérieure

La publicité est interdite en **ZPR0**, ce qui inclut la publicité lumineuse extérieure.

La publicité lumineuse extérieure n'est pas admise non plus en **ZPR1**, qu'il s'agisse de publicité éclairée par projection ou transparence, ou de publicité numérique. Compte tenu du caractère résidentiel de ce

secteur, et de la volonté de la ville de préserver les riverains des sources de pollution lumineuse, l'installation de publicité lumineuse n'y est pas adaptée.

La publicité lumineuse extérieure éclairée par projection ou transparence n'est possible qu'en **ZPR2**, et selon les règles appliquées à la publicité non lumineuse. Le RLP demande son extinction entre 22h00 et 7h00, ce qui permet de limiter les consommations énergétiques, et les nuisances de toutes natures apportées par les sources d'éclairage nocturne, y compris sur la biodiversité. Cette plage d'extinction est cohérente avec celle de l'éclairage urbain.

La publicité numérique extérieure est interdite par le Code de l'environnement dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

La ville de Saint-André-de-Cubzac présente, certes, une population supérieure à 10 000 habitants ; toutefois, la population contenue dans l'agglomération est très certainement très proche de ce seuil, après soustraction de la population des écarts. D'autre part, l'appartenance à l'unité urbaine de Bordeaux n'est pas perceptible à Saint-André-de-Cubzac, où l'on ne se situe pas dans une continuité de bâti par rapport à une métropole, qui rendrait plus évidente le traitement publicitaire de la ville comme celle d'une ville de tranche supérieure de population (largeur des axes, hauteur du bâti, dimension des parcelles...).

La publicité numérique extérieure n'est pas admise par le RLP sur la ville. Elle n'y est pas installée aujourd'hui, il s'agit donc du maintien de la situation actuelle. L'impact d'une telle publicité est fort, et cadre mal avec le caractère de la ville et avec les volontés des élus en matière de préservation du cadre de vie, et de limitation des consommations énergétiques. Une telle décision est en parfaite cohérence avec l'ensemble des démarches mises en œuvre par la ville, depuis la crise énergétique, tant dans l'espace public, que dans les sollicitations auprès des commerces, pour ce qui concerne leurs propres éclairages.

➤ **Publicité lumineuse intérieure**

Depuis la loi Climat et Résilience du 22/08/2021, il est désormais possible pour un RLP de fixer des règles en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses, pour les publicités et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des devantures.

Le RLP permet les publicités lumineuses intérieures aux devantures, numériques ou non, dans toutes les zones, et sous réserve d'une surface cumulée limitée à 0,15 m² par commerce en ZPR0 et en ZPR1, et à 2 m² par commerce en ZPR2. Le RLP impose une extinction de ces publicités lumineuses intérieures, lorsque le commerce est fermé.

Ces mesures visent à protéger l'automobiliste, le passant ou le riverain des sollicitations lumineuses permanentes et dynamiques induites par les écrans. Comme précédemment expliqué, ces mesures sont en totale cohérence avec l'ensemble des démarches engagées par la ville en faveur de la limitation des consommations énergétiques, et de la préservation de la biodiversité.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations :

- **De protection des zones non investies par la publicité,**
- **De limitation de l'impact visuel des publicités et des préenseignes,**
- **De limitation de l'impact environnemental des nouveaux modes de communication et des supports lumineux**

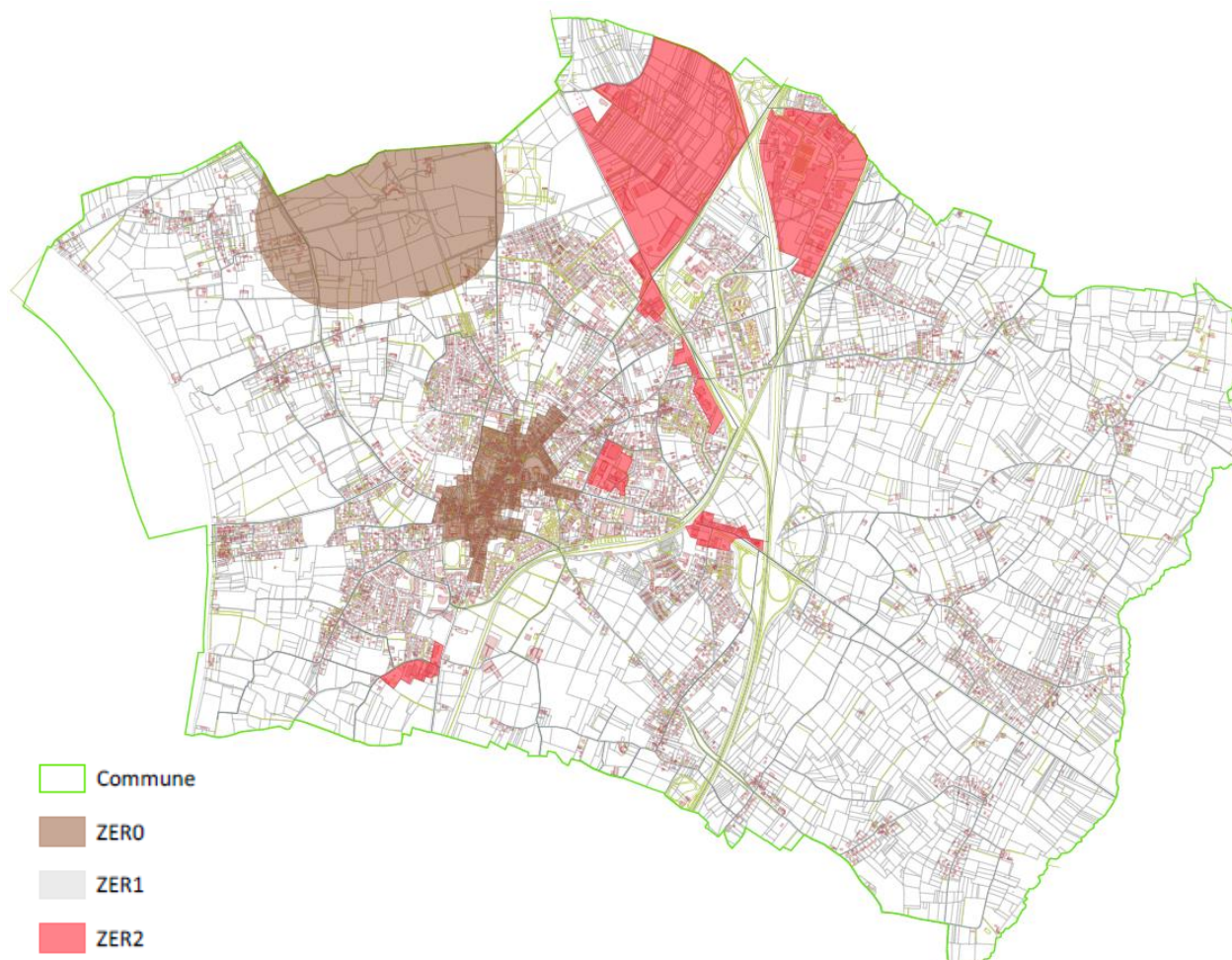
Justification du zonage et des règles relatives aux enseignes

Trois zones relatives aux enseignes sont instituées sur la commune.

Elles se nomment ZER, pour « Zone d'Enseigne Réglementée ».

Le plan de zonage est présenté en annexe 2 et rappelé ci-après. Les zones concernées par la réglementation se nomment ZERO à ZER2, de la plus restrictive à la moins restrictive.

Plan de zonage, sur l'ensemble de la commune :



Le zonage concerne des parcelles entières ou s'appuie sur des axes ou sur des limites définies.

Le zonage de la ZER1 se déduit des zonages de la ZERO et de la ZER2.

La ZERO correspond aux périmètres des abords des monuments :

- Périmètre Délimité des Abords (PDA) de l'Eglise,
- Rayon de 500 m autour du Château de Bouilh.

Dans ces secteurs, la pose d'une enseigne est soumise à l'accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

La ZERO intègre notamment les commerces centre-ville, lesquels sont, en général, de petite emprise : commerces de détail.

Il est demandé, en ZERO, une grande qualité dans la définition et la pose d'une enseigne.

La sobriété et la mise en valeur des façades ont été les éléments directeurs de la fixation des règles, en collaboration avec l'Architecte des Bâtiments de France, et doivent être recherchés dans le cadre des projets.

Des principes généraux d'installation des enseignes sur les façades sont précisés par le RLP. Il s'agit, en grande partie, de rappels de ce que sont les « règles de l'art » du métier de concepteur et de poseur d'enseigne. Il est important notamment que l'enseigne se situe sur la stricte façade commerciale de l'établissement, et qu'elle ne s'étende pas au niveau des étages ou des bâtiments adjacents, par exemple.

Les enseignes ne doivent pas être redondantes dans les messages portés.

Des règles sont mises en place, définissant la manière dont les enseignes parallèles et perpendiculaires doivent être intégrées aux façades, sur la devanture commerciale, en respectant des règles « de bon sens » de calage et de symétrie, puis en précisant les règles propres à chaque type d'installation (à plat, perpendiculaire, sur baie,...).

L'enseigne à plat sur mur est obligatoirement constituée de lettres découpées, ou d'une plaque de verre ou de plexiglas transparent et incolore, dans certains cas : façade de qualité et/ou en pierre, présence d'ouvertures cintrées, et/ou d'un balcon, ces deux derniers cas étant caractéristiques du bâti ancien du centre-ville. La mise en place de l'enseigne ne doit pas entraver la qualité ou la lecture de la façade.

Les enseignes sur baies sont limitées dans leur installation.

Les enseignes numériques ne sont possibles que dans le cas des pharmacies, pour des messages non commerciaux, ou alors si elles se situent à l'intérieur des devantures, moyennant une limitation en surface cumulée par commerce (0,7 m²) et si elles sont éteintes dans les plages horaires de fermeture du commerce au public. Ces mesures sont de nature à réduire l'impact de telles enseignes dans ces secteurs protégés.

Certains types d'enseignes sont interdits (en toiture, en clôture...).

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations :

- **De protection du patrimoine,**
- **De limitation de l'impact visuel des enseignes,**
- **De limitation de l'impact environnemental des nouveaux modes de communication et des supports lumineux**

La ZER1 correspond aux secteurs de la commune non intégrés dans la ZERO ou dans le ZER2.

Il s'agit essentiellement de secteurs résidentiels. On peut toutefois y trouver des commerces installés de manière diffuse, rue Nationale par exemple. Il s'agit essentiellement de commerces de petite emprise : commerces de détail.

Dans cette zone, et afin d'observer une continuité de traitement sur la ville, les règles d'installation générales des enseignes sur les façades s'inspirent largement de celles édictées en ZERO. S'agissant de « règles de l'art », elles s'appliquent dans tous les cas.

Pour chaque type d'enseigne (à plat sur mur, perpendiculaire, sur baie...), quelques règles sont définies ; d'une manière générale, elles sont moins nombreuses et moins restrictives qu'en ZERO.

Les enseignes scellées au sol sont admises, si elles sont de petit format.

Les enseignes numériques, intérieures ou extérieures aux locaux sont réglementées de la même manière qu'en ZERO. Il s'agit de protéger les riverains des sollicitations permanentes induites par les écrans et les images dynamiques.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations :

- **De limitation de l'impact visuel des enseignes,**
- **De limitation de l'impact environnemental des nouveaux modes de communication et des supports lumineux**

La ZER2 correspond aux zones commerciales, artisanales ou industrielles :

- Parc Industriel et Commercial de la Garosse,
- Eco Parc d'Aquitaine, incluant le prolongement sur les emprises de commerces avoisinants, situés autour du rond-point de la Garosse et de part et d'autre de la rue Nationale,
- Secteur commercial autour du supermarché situé rue de La Fontaine,
- Secteur avenue Michel Montaigne,
- Secteur route de Libourne,
- Secteur route de Bordeaux.

Les règles de ce secteur sont adaptées aux problématiques rencontrées lors de l'inventaire, ou à celles sous-jacentes. Elles prennent également en compte la typologie des bâtiments, généralement de type « hangar ».

Les « grandes » enseignes scellées ou posées au sol sont réglementées, en formes, en surfaces, et en hauteur.

Compte tenu des règles fixées, la forme « portatif », ressemblant à une publicité, n'est plus possible.

La surface maximale du totem est corrélée avec la hauteur du bâtiment exerçant l'activité qu'il signale ; cette règle permet d'assurer une proportion sur l'emprise d'activité. Dans tous les cas, la surface maximale de l'enseigne scellée au sol est limitée à 6 m², ce qui est cohérent avec la surface maximale imposée aux publicités sur cette même zone. Dans les deux cas, il s'agit de la norme applicable dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les « petites » enseignes scellées ou posées au sol ne sont pas réglementées par le Code de l'environnement, le RLP prévoit leur limitation en nombre, fonction du linéaire de façade de l'unité foncière.

Des règles sont fixées pour l'installation des banderoles, l'objectif étant d'obtenir un rendu qualitatif.

Les enseignes en toiture ne peuvent être installées que dans certains secteurs de la ZPR2, ceux pour lesquels l'impact visuel va être le moins sensible, par rapport à la proximité de secteurs patrimoniaux, ou d'entrées de ville.

Elles sont limitées en hauteur, de manière proportionnelle par rapport à la hauteur de la façade. Elles sont très peu nombreuses aujourd'hui sur la ville, mais il semble souhaitable d'être en mesure d'éviter des installations qui, calées sur les dispositions nationales, auraient un impact trop fort sur les paysages et perspectives à partir des axes.

Les enseignes numériques sont également réglementées. Celles qui sont extérieures sont possibles dans des cas très limités : croix de pharmacie et porte-menus des zones de commande au volant. Pour ce dernier cas, celles actuellement installées sont à peine perceptibles, du fait de leur orientation, et de leur réglage en intensité.

Les enseignes numériques ne sont présentes aujourd'hui sur la ville que de manière très ponctuelle ; au-delà des croix de pharmacies ou des porte menus, seuls deux écrans sont installés, à l'Eco Parc d'Aquitaine.

Les enseignes numériques intérieures sont également possibles, comme en ZERO et en ZER1, avec une surface cumulée par commerce un peu supérieure, de 2 m², proportionnelle avec les dimensions des façades. Dans cette zone, le format des publicités et des enseignes numériques intérieures sont identiques, ce qui peut permettre à un même dispositif d'afficher, tantôt des publicités tantôt des enseignes.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations :

- **De limitation de l'impact visuel des enseignes,**
- **De limitation de l'impact environnemental des nouveaux modes de communication et des supports lumineux**

Enfin, des règles sont mises en place pour les éclairages d'enseignes, visant à en atténuer les effets : les caissons lumineux éclairés par transparence sur toute leur surface sont interdits.

Il est demandé que les enseignes lumineuses soient éteintes entre 22h00 et 7h00 (sauf en cas d'activité se déroulant dans cette plage horaire), ce qui est cohérent avec l'exigence d'extinction des publicités, et vise à limiter les consommations énergétiques, et les nuisances de toutes natures apportées par les sources d'éclairage nocturne, y compris sur la biodiversité. Cette plage d'extinction est cohérente avec celle de l'éclairage urbain.

Les règles d'éclairage et d'extinction instituées pour les enseignes lumineuses répondent aux orientations de :

- **Réduction de l'impact visuel des enseignes,**
- **Limitation de l'impact environnemental des supports lumineux.**

Applicabilité des nouvelles dispositions

Les publicités, préenseignes ou enseignes installées après l'approbation du règlement local de publicité et l'accomplissement des mesures de publicité doivent être conformes à ses dispositions.

Les publicités, préenseignes ou enseignes installées avant l'approbation du règlement local de publicité disposent d'un délai pour se mettre en conformité, ce délai est de :

- 2 ans pour les publicités et les préenseignes,
- 6 ans pour les enseignes,

Toutefois, **ce délai ne s'applique que si les supports sont conformes aux dispositions en vigueur lors de l'approbation du règlement local de publicité, c'est-à-dire au Code de l'environnement**. Si ce n'est pas le cas, la mise en conformité par rapport aux nouvelles dispositions du règlement local de publicité est requise sans délai.

Pour les publicités et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des devantures, un délai de 2 ans s'applique pour leur mise en conformité par rapport aux nouvelles dispositions.

Sanctions encourues

Toute infraction au Code de l'environnement et au présent règlement local de publicité est sanctionnée suivant les dispositions prévues par les articles L.581-26 à L.581-42 et R.581-82 à R.581-87 du Code de l'environnement.

Notamment, la procédure administrative prévoit, dès la constatation d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne irrégulière au regard des dispositions du Code de l'environnement et du règlement local de publicité, que le Maire prenne un arrêté ordonnant, dans les cinq jours, soit la suppression, soit la mise en conformité des publicités, enseignes ou préenseignes en cause, ainsi que, le cas échéant, la remise en état des lieux.

A l'expiration du délai de cinq jours, si la situation n'est pas entrée en conformité, la personne à qui a été notifié l'arrêté de mise en demeure est redevable d'une astreinte, dont le montant est réévalué chaque année.

Pour information, ce montant est de 239.90 € par jour et par dispositif en infraction depuis le 18 février 2024.

Le Maire peut également procéder à des travaux de remise en conformité d'office, aux frais du contrevenant.

Des sanctions pénales peuvent également être mises en œuvre. Le montant des amendes dépend de l'infraction commise.

Par exemple, l'amende s'élève à 7 500 € par dispositif, lorsque celui-ci a été installé sans avoir obtenu les autorisations préalables requises, ou sans avoir procédé à la déclaration préalable prévue. Cette même amende peut s'appliquer si le dispositif ne respecte pas les dispositions particulières prévues par le règlement local de publicité, ou encore s'il est maintenu au-delà du délai prévu par l'arrêté de mise en demeure évoqué ci-dessus.