

Département de la Loire-Atlantique

Commune de Châteaubriant

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

Arrêté au Conseil Municipal du 9 juin 2023

Approuvé au Conseil Municipal du 20 décembre 2023



Sommaire

Introduction.....	3
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure.....	6
1. Définitions	8
a) Le règlement local de publicité.....	8
b) La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement.....	9
c) La notion d'agglomération	11
d) La notion d'unité urbaine	13
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	14
a) Les interdictions absolues.....	14
b) Les interdictions relatives.....	18
3. Les règles applicables au territoire	20
a) La réglementation locale	20
b) Les règles du Code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes	28
c) Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	42
d) Les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes.....	43
e) Les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires.....	51
II. Régime des autorisations et déclarations préalables	52
III. Les compétences en matière de publicité extérieure	53
IV. Les délais de mise en conformité	54
V. L'instruction.....	55
VI. Diagnostic du parc d'affichage	56
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes	56
2. Les caractéristiques des enseignes	74
VII. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	88
1. Les objectifs.....	88
2. Les orientations.....	89

VIII.	Justification des choix retenus	92
1.	Le zonage	92
1.	Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	94
2.	Les choix retenus en matière d'enseignes	98

Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression¹, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif, et les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE », ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1979, afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP), de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et les préenseignes. Véritable outil de mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP permet d'adapter les règles nationales régissant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie aux conditions et caractéristiques locales d'un territoire.

Parmi les évolutions réglementaires de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment, sans que cela soit exhaustif :

- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- la réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- la précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de tailles et de fonctionnement ;

¹ L'article L581-1 du Code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

- l'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le Code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 14 janvier 2021².

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des RLP. Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1^{er} du Code de l'environnement. C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour la révision du RLP³.

En outre, l'article L 581-14 du Code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré en priorité à l'échelon intercommunal par rapport aux communes. La commune de Châteaubriant disposant de la compétence en matière de PLU, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du Code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé au règlement local de publicité, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

Le présent document constitue le rapport de présentation, en élaborant en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

² Article L 581-14-3 du Code de l'environnement modifié par l'article 29 de la loi du 17 juin 2020 relative à diverses dispositions liées à la crise sanitaire, à d'autres mesures urgentes ainsi qu'au retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne.

³ Article L 581-14 du Code de l'environnement.

I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

Le Code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte⁴ à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement, sauf si l'utilisation de ce local est principalement celle d'un support de publicité ou lorsque ces messages sont éclairés⁵. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité.

En application du Code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation, mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc.

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires tel le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, etc.).

Le Code de l'environnement admet la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux maires des communes concernées par le RLP. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP. C'est donc le maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU⁶.

⁴ Article L.581-2 du Code de l'environnement.

⁵ En effet, la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets a modifié le code de l'environnement et le nouvel article L581-14-4, indique désormais que « *Par dérogation à l'article L581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.* » Un décret d'application viendra prochainement éclaircir les modalités de mise œuvre.

⁶ Article L 621-30 du Code du patrimoine

Enfin, le Code de l'environnement renvoie également aux dispositions du Code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'impératifs de sécurité routière. En effet, les articles R 418-1 à R 418-9 du Code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou, qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité. Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et, de sa situation dans une agglomération.

1. Définitions

a) Le règlement local de publicité

Le RLP ou RLPi est un acte réglementaire, opposable à tous, qui édicte des règles locales permettant d'adapter le règlement national de publicité et de le suppléer ou de le compléter, le cas échéant, en fonction des spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain : ce sont les zones de publicités (ZP).

Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le Code de l'environnement et constituant la réglementation nationale (RNP).

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduit la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLP approuvé est annexé au PLU.

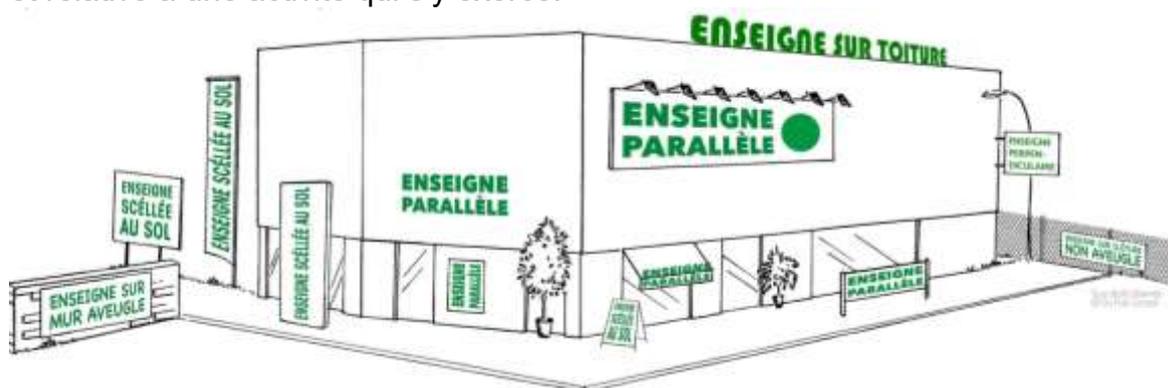
b) La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

Constitue **une publicité**⁷, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.



En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images, qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du Code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

Constitue **une enseigne**⁸ toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

⁷ Article L581-3-1° du Code de l'environnement

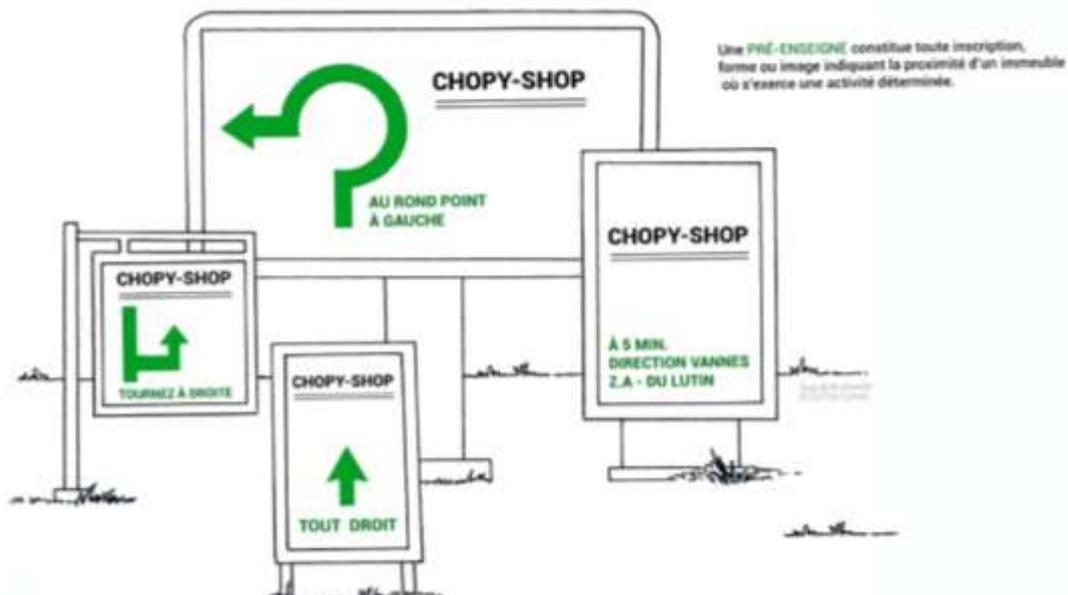
⁸ Article L581-3-2° du Code de l'environnement

L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « *relatif à une activité* » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public.

Il est précisé que le RLP régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue **une préenseigne**⁹ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message de signalétique correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

La notion de surface unitaire mentionnée dans les articles du Code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹⁰ ou non¹¹ apposée sur le

⁹ Article L581-3-3° du Code de l'environnement

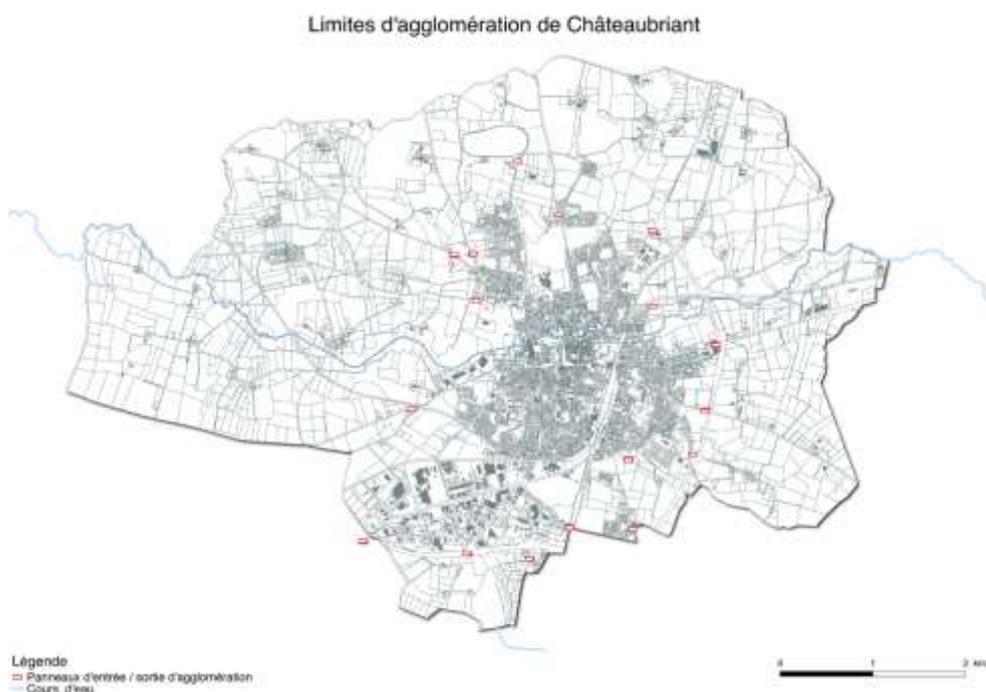
¹⁰ CE, 20 octobre 2016, cne de dijon, n°395494

¹¹ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

c) La notion d'agglomération

Aux termes de l'article L 581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière¹², toute publicité est interdite, à l'exception des emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières et, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places¹³. Les publicités peuvent aussi être autorisées par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont aussi interdites en dehors des agglomérations dans les mêmes conditions.



Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, etc.),
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

¹² Article R 110-2 du Code de la route : Agglomération : espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde

¹³ Article L581-3-3° du Code de l'environnement

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'information locale (SIL) relevant du Code de la route.

d) La notion d'unité urbaine

La notion **d'unité urbaine** repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

L'unité urbaine, telle que définie par l'INSEE, est indépendante du regroupement des communes en établissements publics de coopération intercommunale.

La commune de Châteaubriant appartient à l'unité urbaine éponyme, qui ne compte que la commune de Châteaubriant de 12 067 habitants¹⁴. Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes¹⁵ entre 1h et 6h, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

¹⁴ Démographie PAC de l'Etat.

¹⁵ Il peut être dérogé à cette extinction lors d'évènements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

a) Les interdictions absolues¹⁶

Aux termes du I de l'article L 581-4 du Code de l'environnement :

- I. - *Toute publicité est interdite :*
 - 1° *Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*
 - 2° *Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
 - 3° *Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
 - 4° *Sur les arbres.*

Ces interdictions absolues ne permettent aucune dérogation.

En l'espèce, la commune de Châteaubriant est concernée par l'interdiction absolue de publicité sur les monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques. Cette interdiction s'applique aux monuments suivants :

Nom	Type de protection	Date de la protection
Château fort	Classé	11 juillet 1921
L'Église Saint Jean-Baptiste de Béré	Classée	26 décembre 1926
Maison de l'Ange	Inscrite	1 ^{er} juillet 1926
L'hôtel de la Houssais	Inscrit	11 septembre 1984
Le monument commémoratif édifié en 1950 sur la carrière des Fusillés	Inscrit	17 octobre 2016
TOTAL	5 monuments historiques classés ou inscrits	



Château de Châteaubriant et église Saint Jean-Baptiste de Béré. Source : Monumentum.fr.

¹⁶ Article L581-4 du Code de l'environnement



Maison de l'Ange et Hôtel de la Houssais. Source : Monument.fr

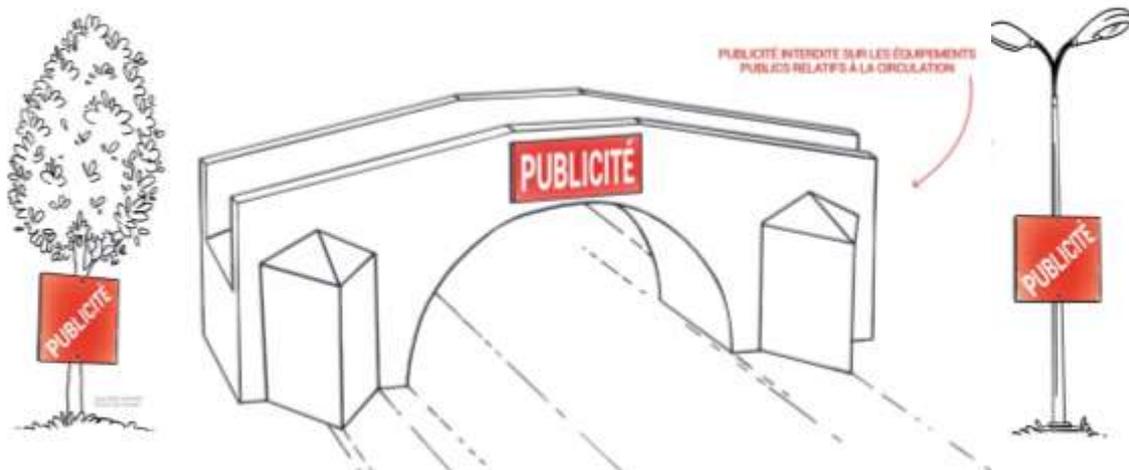


Monument commémoratif des Fusillés. Source : Monumentum.fr.

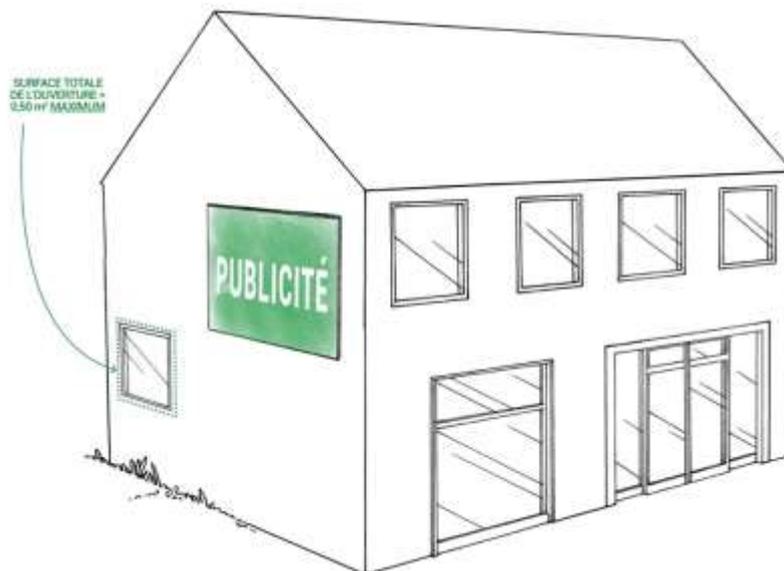
La publicité est également interdite sur les arbres et dans le site classé de la « *Carrière des Fusillés* », classé depuis le 7 mai 1993.

La partie réglementaire du Code de l'environnement prévoit d'autres interdictions¹⁷. Ainsi, la publicité est également interdite :

1° sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



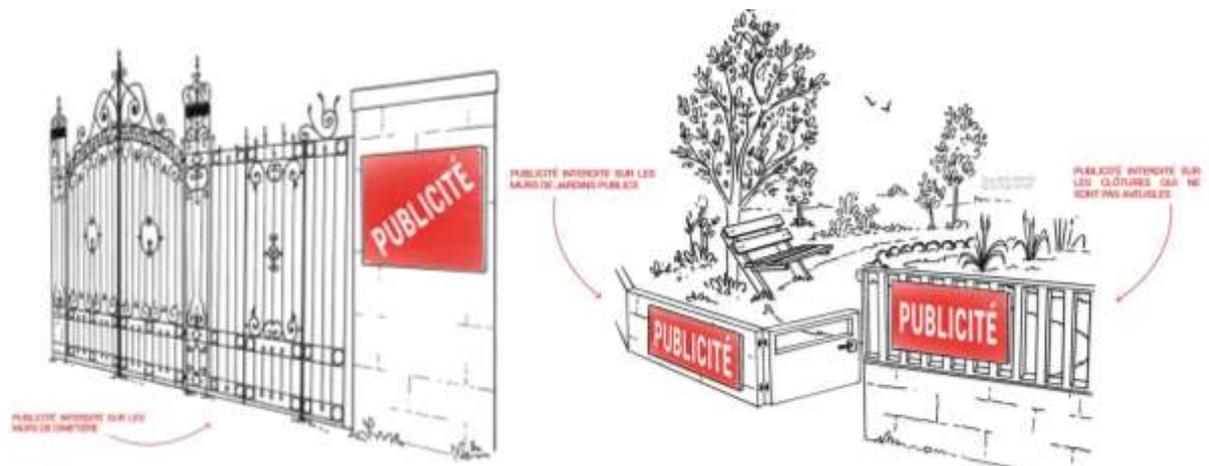
2° sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



¹⁷ Article R581-22 du Code de l'environnement

3° sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

4° sur les murs de cimetière et de jardin public.



b) Les interdictions relatives¹⁸

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP.

Ces interdictions relatives concernent :

- 1° *Les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L 621-30 du Code du patrimoine ;*
- 2° *Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L 631-1 du même Code ;*
- 3° *Les parcs naturels régionaux ;*
- 4° *Les sites inscrits ;*
- 5° *Les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 du Code de l'environnement ;*
- 6° *(abrogé)*
- 7° *L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
- 8° *Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du Code de l'environnement.*

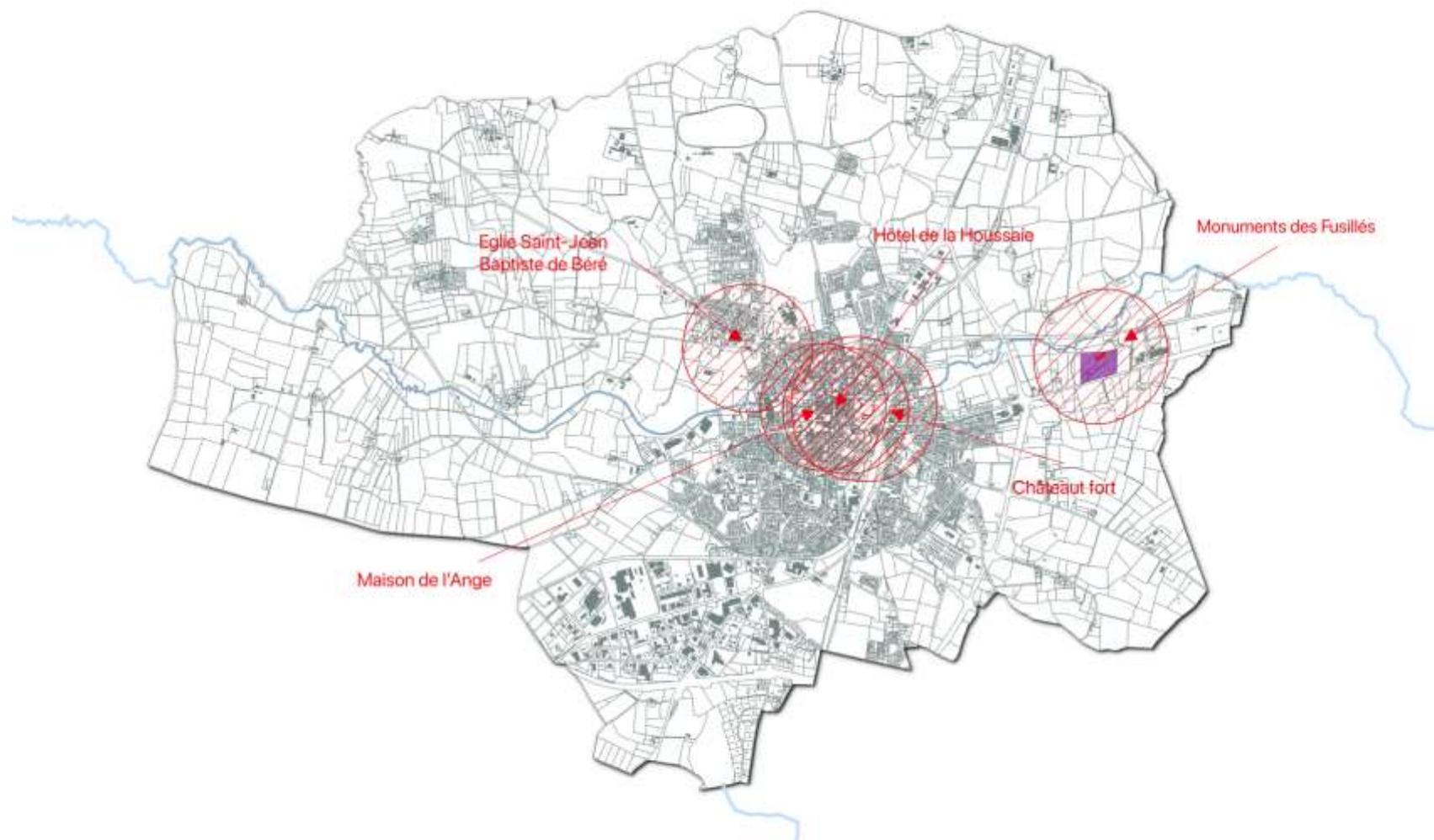
La commune de Châteaubriant est concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016 il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci¹⁹* ». En l'espèce, cette protection s'applique aux monuments historiques énumérés à la page précédente.

La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de la commune de Châteaubriant.

¹⁸ Article L581-8 du Code de l'environnement

¹⁹ Article L621-30 du Code du patrimoine

Interdiction absolues et relatives de publicités sur la commune de Châteaubriant



Légende

- Monuments historiques classés ou inscrits
- ▨ Périmètre de protection de 500m aux abords des monuments historiques classés ou inscrits
- Site classé de la Carrière des Fusillés



3. Les règles applicables au territoire

Les règles applicables sur le territoire communal varient d'une commune à l'autre. En effet, les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur un territoire peuvent varier en fonction du nombre d'habitants des différentes agglomérations et de l'appartenance, ou non, à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. En l'espèce, la commune de Châteaubriant compte 12 067 habitants²⁰ et forme à elle seule l'unité urbaine éponyme, qui compte le même nombre habitants²¹.

Lorsqu'aucun RLP ne pose pas de règle spécifique, c'est le régime national des agglomérations de plus de 10 000 habitants qui s'applique sur la totalité du territoire communal.

Nous verrons, dans un premier temps, le cadre réglementaire local posé par l'ancien RLP en vigueur et nous aborderons ensuite les règles nationales issues du Code de l'environnement.

a) La réglementation locale

La commune de Châteaubriant disposait d'un règlement local de publicité, datant du 26 décembre 1996. Ce RLP a été adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation régit par la loi de 1979 sur la publicité extérieure, en l'absence de révision de ce règlement celui-ci est devenu caduc en janvier 2021.

La réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application, ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le Code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national²² ».

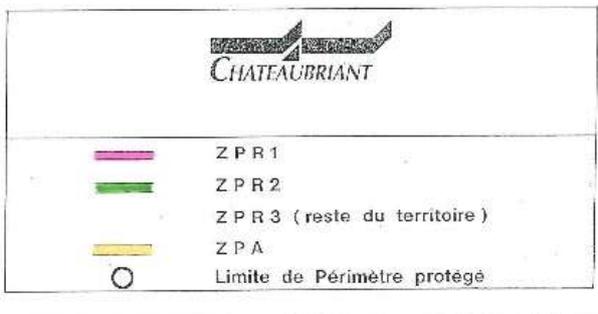
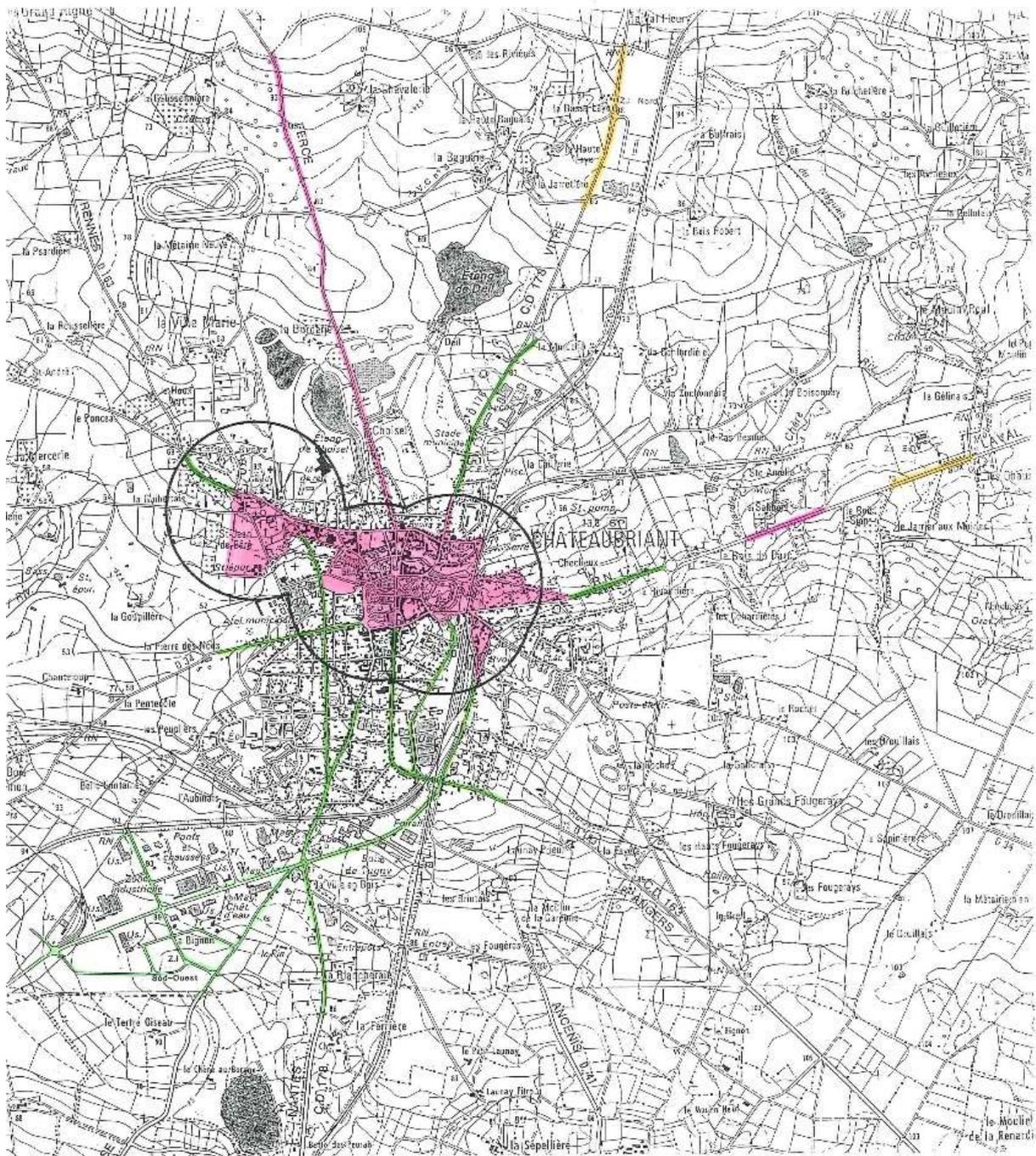
Le RLP de 1996 a défini 3 Zones de publicités restreintes (ZPR) et une Zone de publicité autorisée (ZPA) :

- La ZPR1 concerne le centre-ville à l'intérieur du périmètre de protection des monuments historiques classés ou inscrits ;
- La ZPR2 concerne les grands axes de circulation en agglomération ;
- La ZPR3 concerne le reste du territoire aggloméré ;
- La ZPA concerne deux portions de route, hors agglomération, et qui longent la zone industrielle Nord « du Val Fleury » et la zone industrielle Est « du Val de Chère ».

²⁰ Démographie PAC de l'État.

²¹ Idem

²² Article L.581-14 du Code de l'environnement



Dans un premier temps, le RLP de Châteaubriant s'attachait à définir et préciser les termes qui seront utilisés dans la suite du document (enseigne, préenseigne, publicité, etc.). Le règlement du RLP ayant une valeur juridique, ces éléments devraient plutôt faire l'objet d'un lexique dans les annexes du document afin d'alléger le RLP.

Le RLP précisait également les lieux d'interdiction « *de publicité, enseignes et/ou préenseignes* » et fixe la liste de ces lieux :

1. sur les monuments historiques classés ;
2. à moins de 100m et/ou dans le champ de visibilité des monuments historiques classés ou inscrit ;
3. sur les arbres ;
4. sur les monuments naturels, plantations, poteaux de transport et de distribution électrique, portaux de télécommunication, installation d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière, fluviale, ferroviaire, maritime ou aérienne ;
5. sur les murs des cimetières et jardins publics ;
6. sur les clôtures qui ne sont pas aveugles
7. sur les murs des bâtiments d'habitat, sauf quand ces murs sont aveugles.

Ces éléments sont ceux fixés par l'actuel article R.581-22 du Code de l'environnement. Cependant, la confusion dans la rédaction de l'ancien RLP indique que les enseignes sont également interdites dans ces lieux. Cela posait particulièrement problème au point n°2 et 7 qui induit l'interdiction des enseignes dans les périmètres de protection des monuments historiques classés et inscrits mais également sur les murs non-aveugles. Cette lecture pouvait donc avoir un impact préjudiciable notamment en cœur de ville. L'application stricte de cet article aurait pu avoir pour conséquence de priver les commerçants d'enseignes. Or, le droit à l'enseigne est un droit inhérent au fonds de commerce. Le futur RLP devra veiller à la bonne rédaction du document réglementaire en vue de son application par la ville et les assujettis ;

En ZPR1 (centre-ville couvert par les périmètres de protection des monuments historiques classés / inscrits), seule la publicité apposée sur mobilier urbain était autorisée dans la limite de 2m². Cette dérogation à l'interdiction relative de publicité et la réduction de ce type de publicité pourront être préservées dans le futur RLP. Les préenseignes étaient quant à elles interdites en ZPR1. Cette rédaction devra être modifiée dans le futur RLP afin de tenir compte du Code de l'environnement qui précise que « *Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.*²³ »

En ZPR2 (axes de circulation), la publicité apposée sur mur ou clôture était limitée à 6m de hauteur et 6m². La limitation à 6m de hauteur pour ces dispositifs pourra être préservée dans le futur RLP afin d'assurer la cohérence entre les hauteurs au sol des publicités apposées sur mur ou clôture et des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol. La publicité lumineuse était autorisée en ZP2 mais la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu y était interdite. Cet élément pourra également être repris dans le futur RLP. La publicité scellée au sol ou installée directement sur

²³ Article L.581-19 du Code de l'environnement

le sol était également autorisée en ZPR2, dans la limite de 12m² et 6m de hauteur avec interdiction d'implanter ces dispositifs en trièdre, en V ou multiface.

Le RLP fixait la règle de densité suivante :

Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

- Si le linéaire de façade est inférieur ou égal à 15m : 1 seule publicité autorisée ;
- Si le linéaire de façade est compris entre 15 et 75m : 1 ou 2 publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol espacées d'au moins 20m ;
- Si le linéaire de façade est supérieur à 75m : plusieurs publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 5, espacées d'au moins 20m chacun.

Publicité apposée sur mur ou clôture :

- Si le linéaire de façade est inférieur ou égal à 15m : 1 seule publicité autorisée ;
- Si le linéaire de façade est supérieur à 15m : 2 publicités autorisées.

Enfin, le RLP limitait la publicité apposée sur mobilier urbain à 2m². Quant aux préenseignes, elles étaient autorisées dans la limite de 2m². Comme pour la ZPR1, cette rédaction devra être modifiée dans le futur RLP pour tenir compte du Code de l'environnement qui précise que « *Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.*²⁴ »

En ZPR3 (le reste du territoire aggloméré), la publicité apposée sur mur ou clôture était limitée à 6m de hauteur et 6m². Des dérogations pouvaient permettre des dispositifs de 12m² notamment sur la route de Juigné et la rue des Déportés Résistants. La publicité lumineuse était autorisée en ZP3 mais la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu y était interdite. La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol était quant à elle interdite mais des dérogations subsistaient route de Juigné et rue des Déportés Résistants ou cette dernière était limitée à 12m². En ZPR3, aucune règle de densité n'était fixée par le RLP, c'est donc le Code de l'environnement qui s'appliquait. Le futur RLP pourra proposer une règle de densité locale sur l'ensemble du territoire.

Enfin, comme en ZPR2, le RLP limite la publicité apposée sur mobilier urbain à 2m² et les préenseignes à 2m².

En ZPA (zones industrielles ou artisanales), le RLP autorisait la publicité apposée sur mur ou clôture à 12m² et 7,5m de hauteur et la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol à 12m² et 6m de hauteur. La publicité lumineuse était autorisée en ZPA mais la publicité apposée sur mur ou terrasse en tenant lieu restait interdite, comme sur l'ensemble du territoire. Le RLP interdisait d'implanter les dispositifs publicitaires en trièdre, en V ou multiface et fixait la même règle de densité qu'en ZPR2. Enfin, comme en ZPR2 et ZPR3, le RLP limitait la publicité apposée sur mobilier urbain à 2m² et les préenseignes à 2m².

²⁴ Article L.581-19 du Code de l'environnement

Le RLP imposait enfin des matériaux et coloris spécifiques dans le cadre des dispositifs publicitaires implantés sur son territoire.

Synthèse des règles applicables (publicité et préenseignes) dans le RLP de 1996

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPA
Interdictions générales	Publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu			
Interdictions spécifiques	Toute publicité sauf celle apposée sur mobilier urbain et palissade de chantier (2m ²)			
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol		12m ² et 6m de haut	Interdite sauf route de Juigné et la rue des Déportés Résistants dans la limite de 12m ² et 6m de haut	12m ² et 6m de haut
Publicité apposée sur mur ou clôture		6m ² et 6m de haut	6m ² et 6m de haut sauf route de Juigné et la rue des Déportés Résistants dans la limite de 12m ² et 6m de haut	12m ² et 7,5m de haut
Densité		<p><u>Pub scellée au sol</u> :</p> <p>Si linéaire de façade ≤ à 15m : 1 pub Si linéaire de façade est compris 15 < L < 75m : 1 ou 2 pub espacées d'au moins 20m ; Si linéaire de façade ≥ 75m : 5 pub maxi, espacées d'au moins 20m.</p> <p><u>Publicité apposée sur mur</u> :</p> <p>Si le linéaire ≤ à 15m : 1 seule pub ; Si linéaire de façade ≥ 15m : 2 pub max.</p>	Règles nationales	Idem ZPR2
Publicité apposée sur mobilier urbain	Limitée à 2m ²			
Préenseignes	Interdites	Limitées à 2m ²		

Le RLP de Châteaubriant encadrait également les enseignes de la manière suivante :

En ZPR1 (centre-ville couvert par les périmètres de protection des monuments historiques classés / inscrits), les enseignes parallèles au mur étaient autorisées dans la limite d'une seule par activité ou par façade d'activité. Ces enseignes devaient être installées dans l'emprise des baies et ne peuvent dépasser ni des limites du mur ni des limites de l'égout du toit. Leur saillie ne pouvait excéder 0,50 mètre. Sur ce dernier point, le Code de l'environnement est désormais plus strict car la saillie de ces enseignes ne peut excéder 0,25 mètre.

Il était également autorisé 1 ou 2 enseignes perpendiculaires au mur d'un format maximum de 0,34m². La hauteur au sol ne devait pas être inférieure à 2,5 mètres et la saillie est comprise entre 1m et 0,50m.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu étaient interdites au même titre que les dispositifs publicitaires de même type.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol étaient limitées à 2m² et leur hauteur devait être inférieure à celle des immeubles voisins.

Les enseignes lumineuses étaient autorisées en ZPR1.

En ZPR2 (axes de circulation), ZPR3 (le reste du territoire aggloméré) et ZPA, les enseignes parallèles au mur étaient autorisées dans les mêmes conditions qu'en ZPR1, à l'exception qu'elles n'étaient pas limitées en nombre.

Il était également autorisé 1 ou 2 enseignes perpendiculaires au mur d'un format maximum de 0,50m². La hauteur au sol et la saillie de ces enseignes étaient identiques à celles de la ZPR1.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol étaient limitées à 12m² et leur hauteur devait être inférieure à celle des immeubles voisins. En ZPR3, la surface de ces enseignes est limitée à 6m².

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu étaient autorisées ainsi que les enseignes lumineuses.

Pour conclure, le RLP de Châteaubriant mettait en place une réduction des surfaces publicitaires à 6 et 12m² contre 16m² pour la réglementation nationale en vigueur à l'époque (réglementation de 1979), ainsi que l'instauration d'une règle de densité. En matière d'enseigne, le RLP de Châteaubriant posait des règles intéressantes que le futur RLP pourra reprendre comme l'interdiction des enseignes sur toiture en centre-ville ou encore la limitation des enseignes scellées au sol sur le territoire. Au travers de ces dispositions, la commune de Châteaubriant a montré une forte volonté de limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le territoire afin d'améliorer la préservation des paysages et le cadre de vie.

Synthèse des règles applicables (enseignes) dans le RLP de 1996

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPA
Enseigne sur toiture	Interdite	Autorisée – Règles nationales		
Enseigne lumineuse	Autorisée			
Enseigne parallèle au mur	Limitée à 1 par activité ou par façade Implantation dans l'emprise des baies Ne dépasse pas des limites du mur ou de l'égout du toit Saillie limitée à 0,50m	Implantation dans l'emprise des baies Ne dépasse pas des limites du mur ou de l'égout du toit Saillie limitée à 0,50m		
Enseigne perpendiculaire au mur	1 ou 2 enseignes perpendiculaires autorisées. Surface : 0,34m ² . La hauteur au sol ne doit pas être inférieure à 2,5 mètres et la saillie est comprise entre 1m et 0,50m.	1 ou 2 enseignes perpendiculaires autorisées. Surface : 0,50m ² . La hauteur au sol ne doit pas être inférieure à 2,5 mètres et la saillie est comprise entre 1m et 0,50m.		
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Limitée à 2m ² et hauteur inférieure à celle des immeubles voisins	Limitée à 12m ² et hauteur inférieure à celle des immeubles voisins	Limitée à 6m ² et hauteur inférieure à celle des immeubles voisins	Limitée à 12m ² et hauteur inférieure à celle des immeubles voisins

b) Les règles du Code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes

En l'absence de dispositions locales, mêmes moins restrictives, c'est la réglementation nationale présentée ci-après, qui s'applique.

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent²⁵.

Le règlement national de publicité a établi un régime propre à la publicité murale d'une part, à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol d'autre part, à la publicité numérique de troisième part et, enfin, à la publicité sur bâche.

Ont également été instaurées une règle nationale de densité applicable à tous les types de publicité et, pour la publicité lumineuse en particulier, une obligation d'extinction nocturne.

Densité

Le Code de l'environnement pose la règle de densité suivante²⁶ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

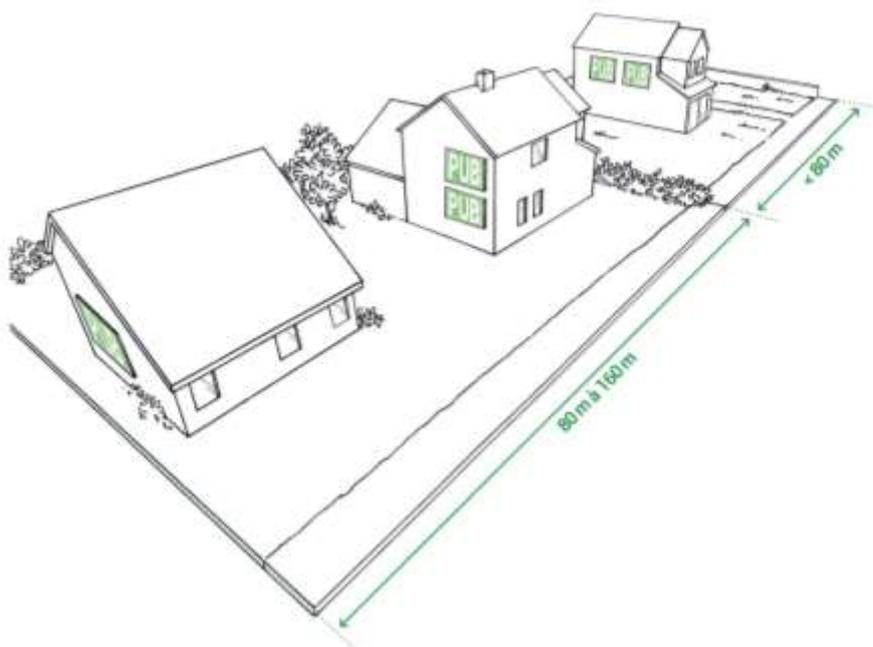
- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

²⁵ Article R581-24 du Code de l'environnement

²⁶ Article R581-25 du Code de l'environnement



II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

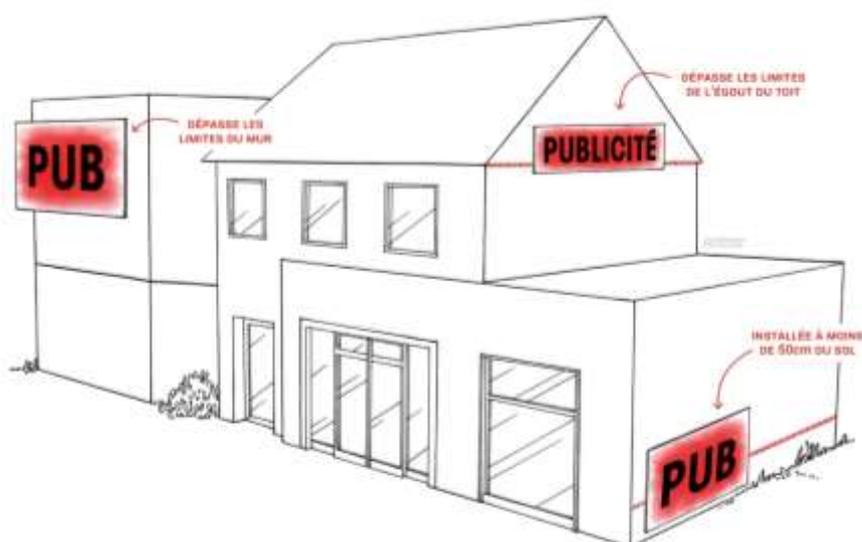
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5 \text{ m}$

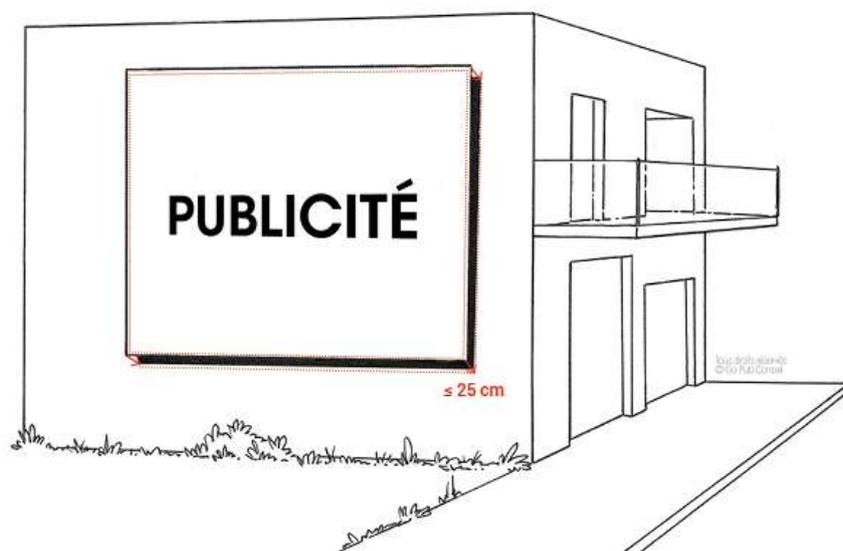
Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- dépasser les limites du mur qui la supporte,
- dépasser les limites de l'égout du toit,
- être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.



Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés²⁷,

2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

Interdictions de publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sur la commune de Châteaubriant

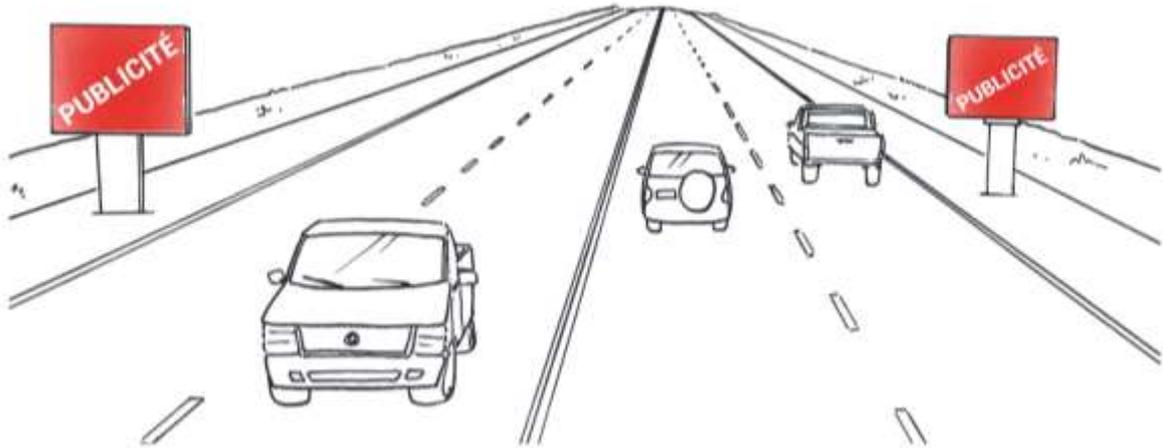


Légende
■ Zones naturelles du PLU (Zones N)
■ Espaces boisés classés (EBC)
— Cours d'eau

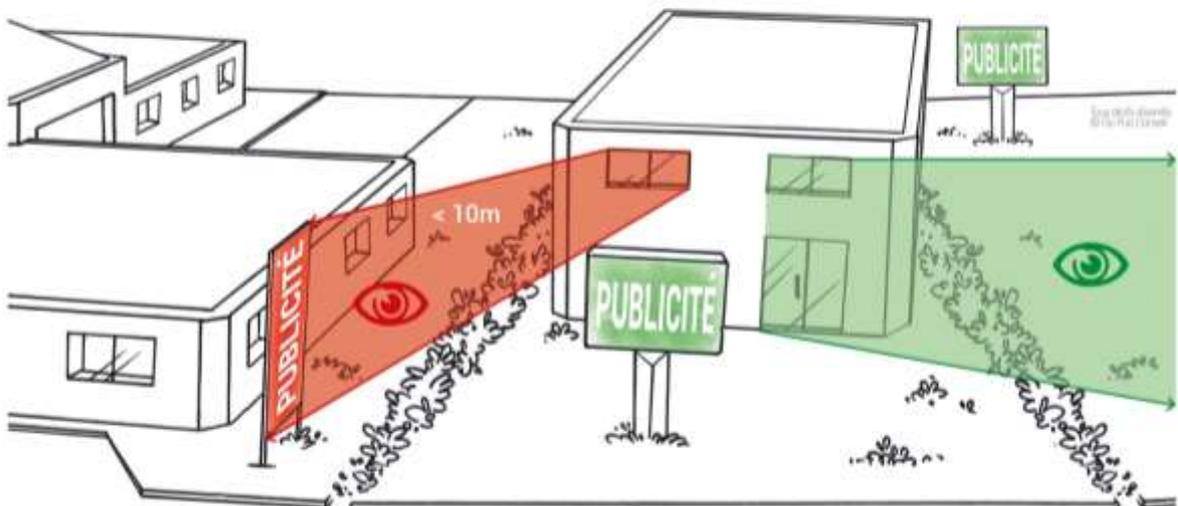
0 1 2 km

²⁷ Article L113-1 du Code de l'urbanisme

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel²⁸.

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

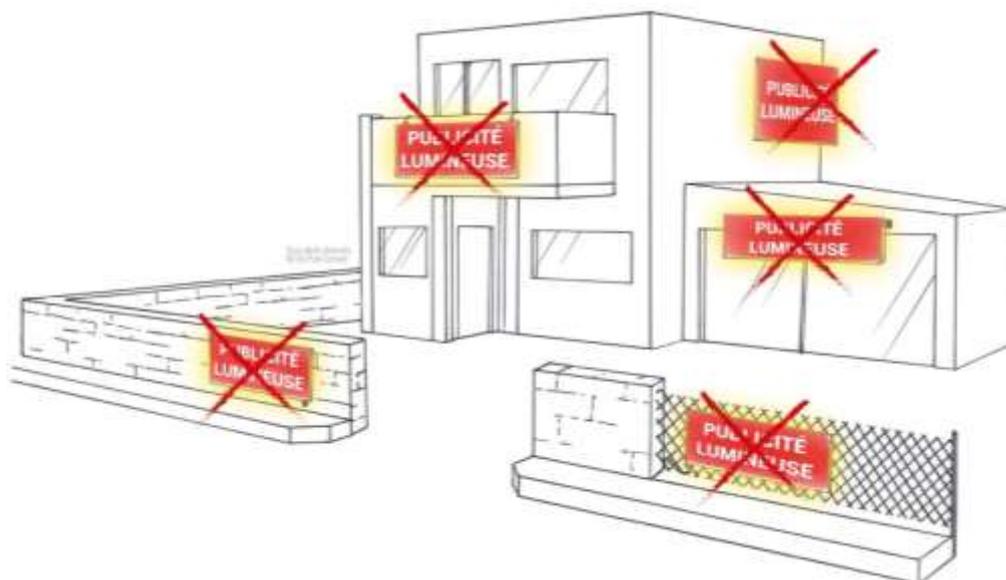
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

²⁸ arrêté ministériel non publié à ce jour

La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

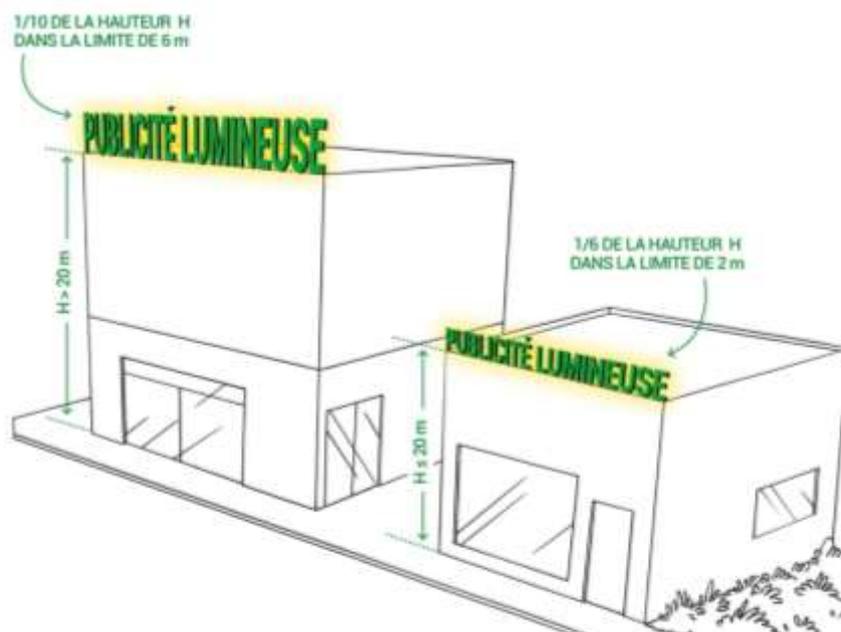
La publicité lumineuse ne peut :

- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade \leq 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade $>$ 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel²⁹, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

²⁹ arrêté ministériel non publié à ce jour

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

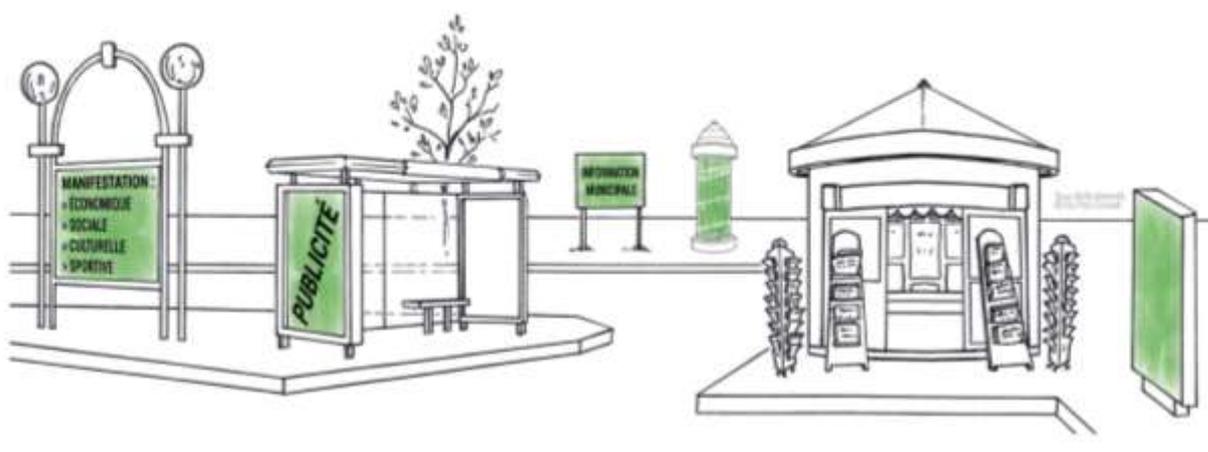
- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du Code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00.

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifîés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles

	<p>ou sportives ; ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$.</p>
<p>Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</p>	<p>ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 m^2 si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.</p>

La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;

2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la route.

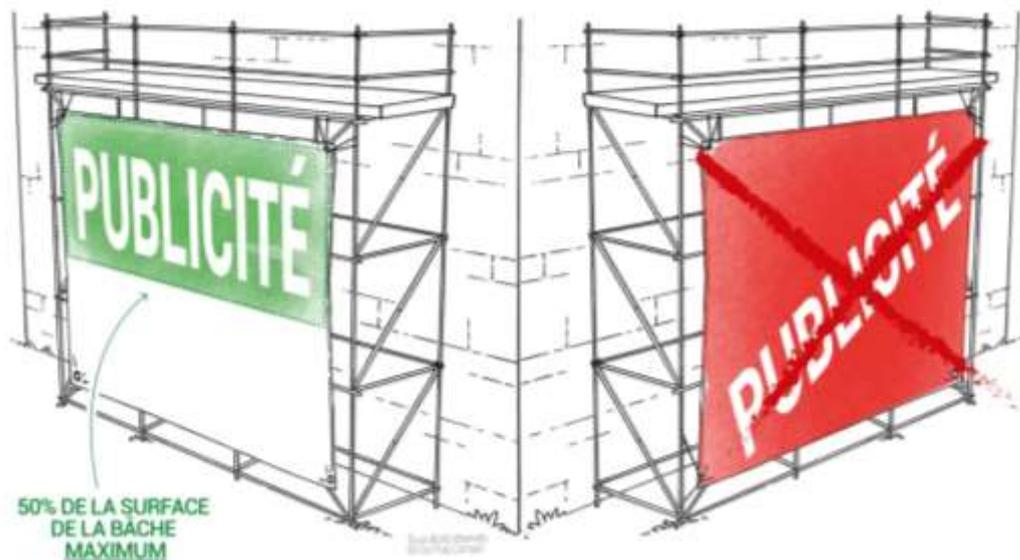
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq 50% de la surface de la bâche³⁰

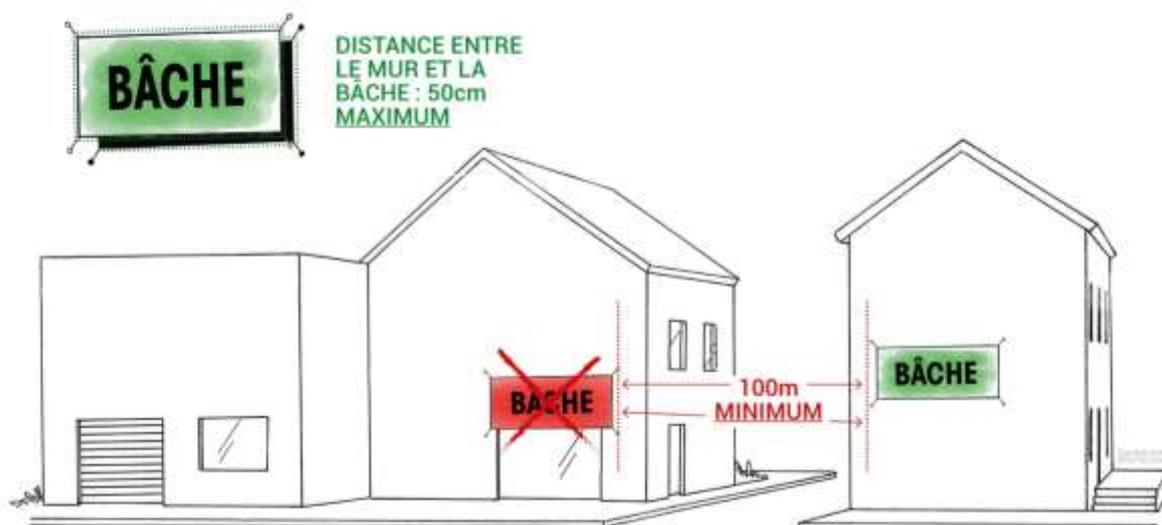


³⁰ l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait que ces publicités doivent être installées à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la route.

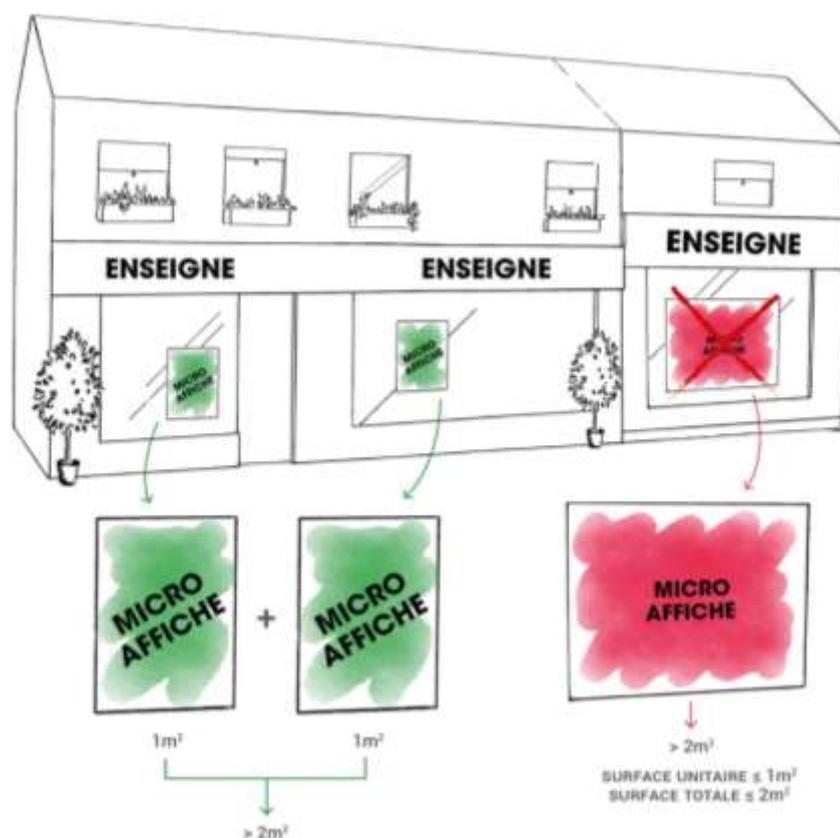
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

c) Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	Préenseignes temporaires
Type de dispositif	Scellé au sol ou installé directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

d) Les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

- constituée par des matériaux durables,
- maintenue en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

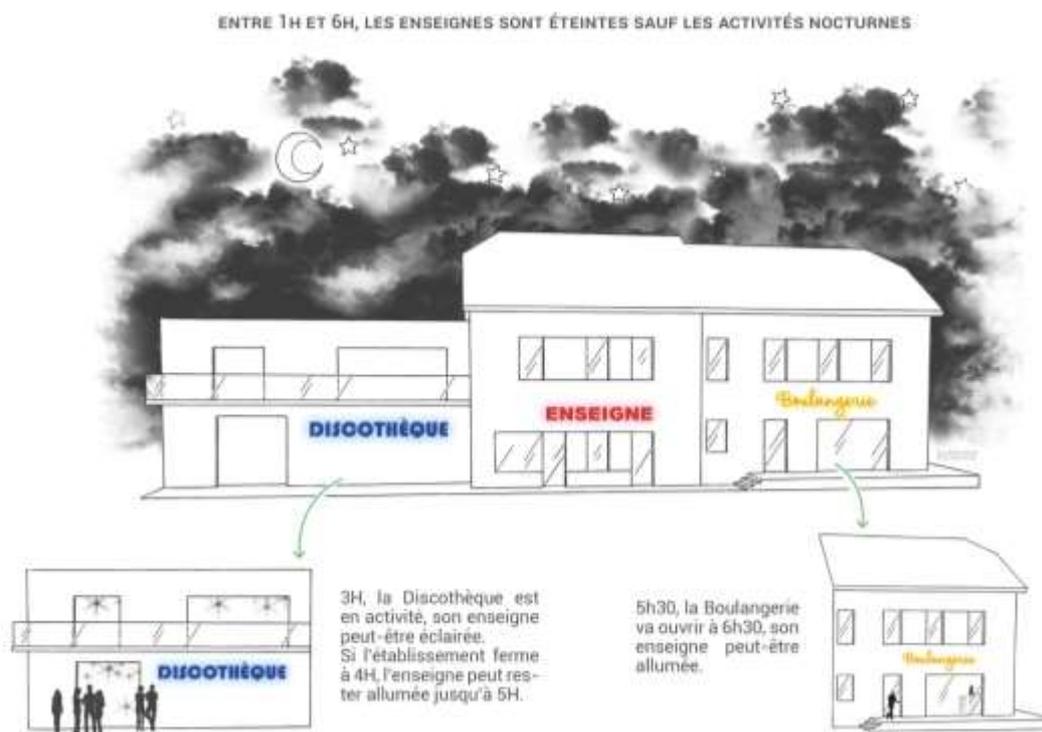
Les enseignes lumineuses

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel³¹.

Elles sont éteintes³² entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



³¹ arrêté non publié à ce jour

³² l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

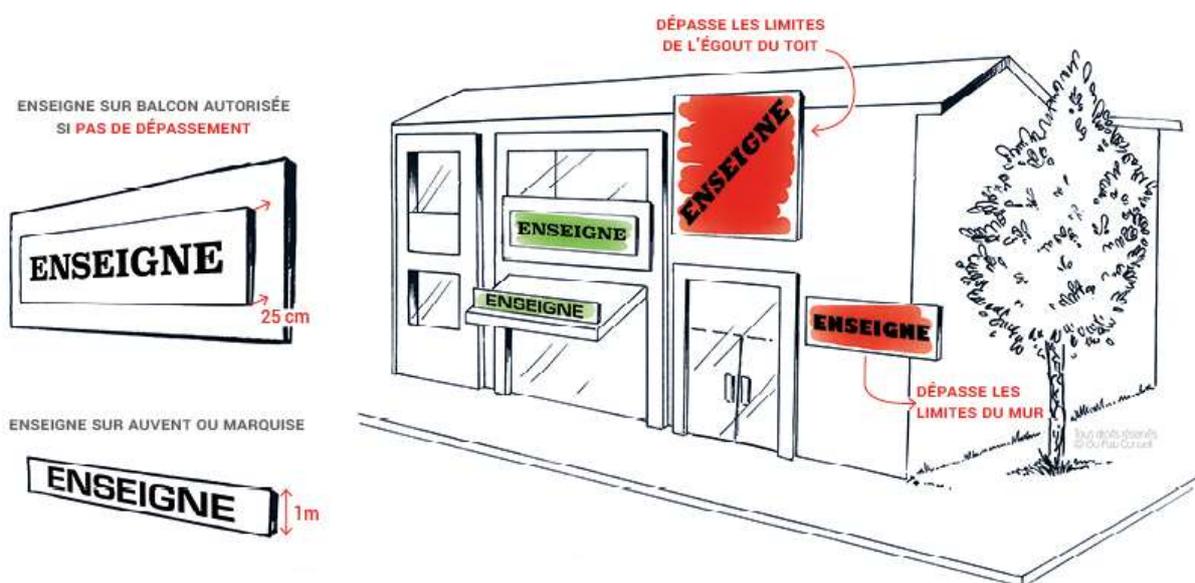
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

- dépasser les limites de ce mur,
- constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm,
- dépasser les limites de l'égout du toit.

Des enseignes peuvent être installées :

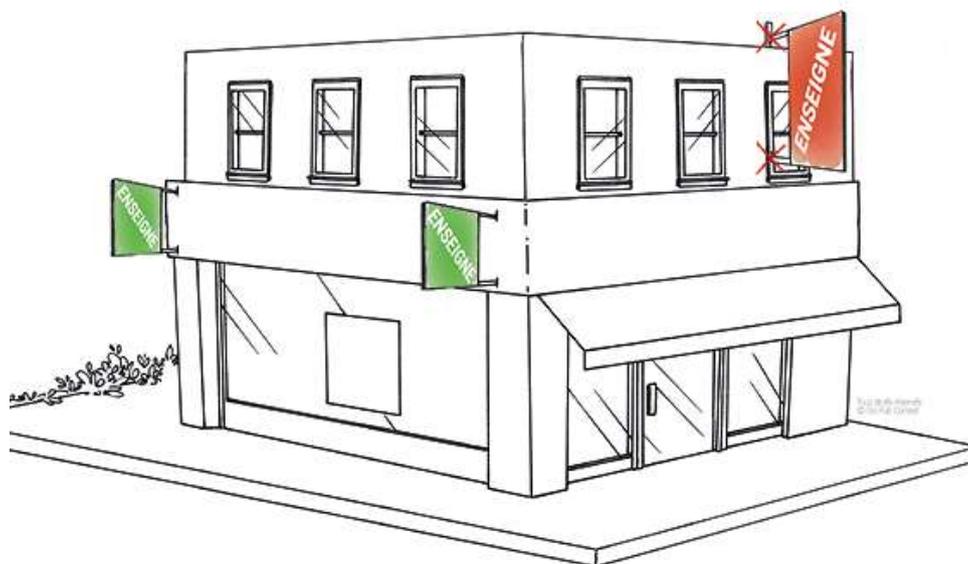
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- dépasser la limite supérieure de ce mur,
- être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

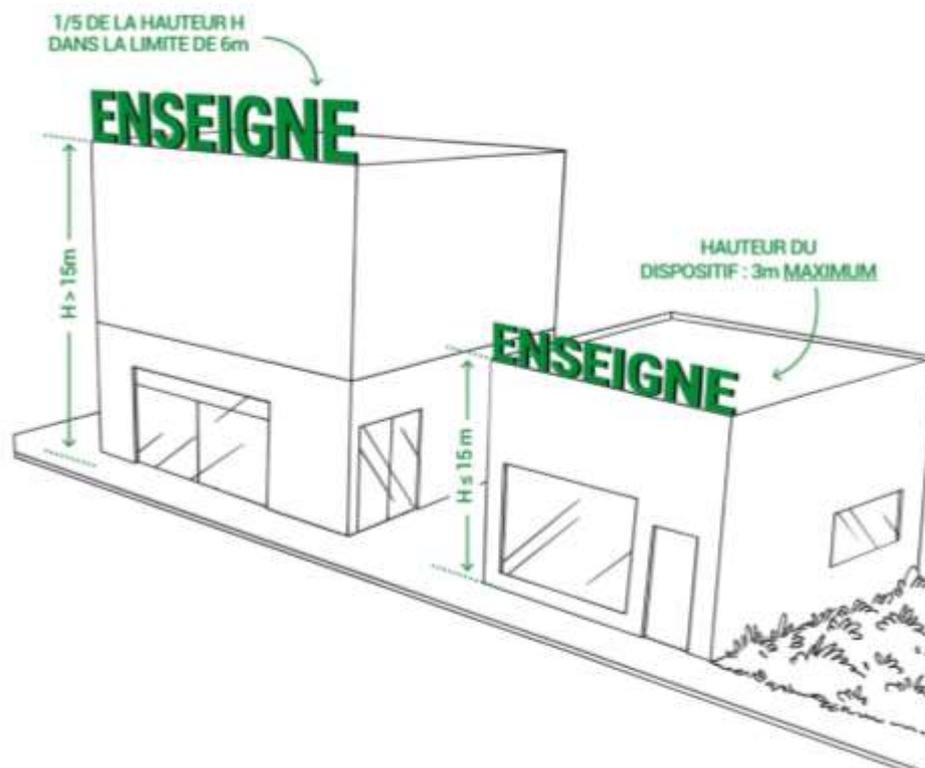


Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

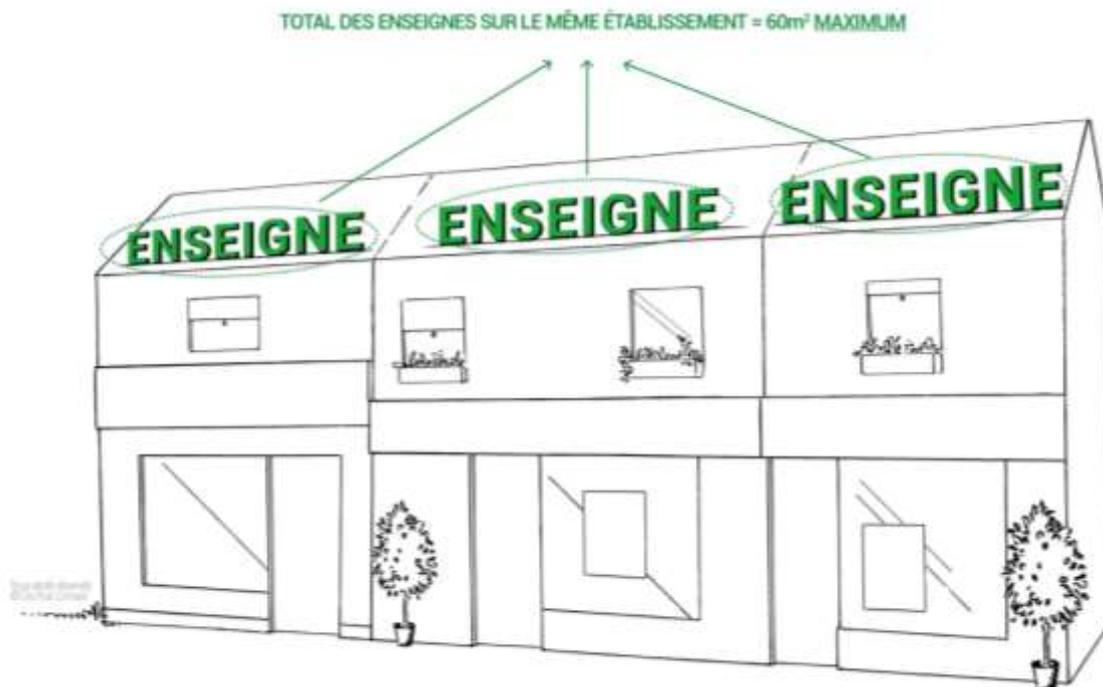
Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



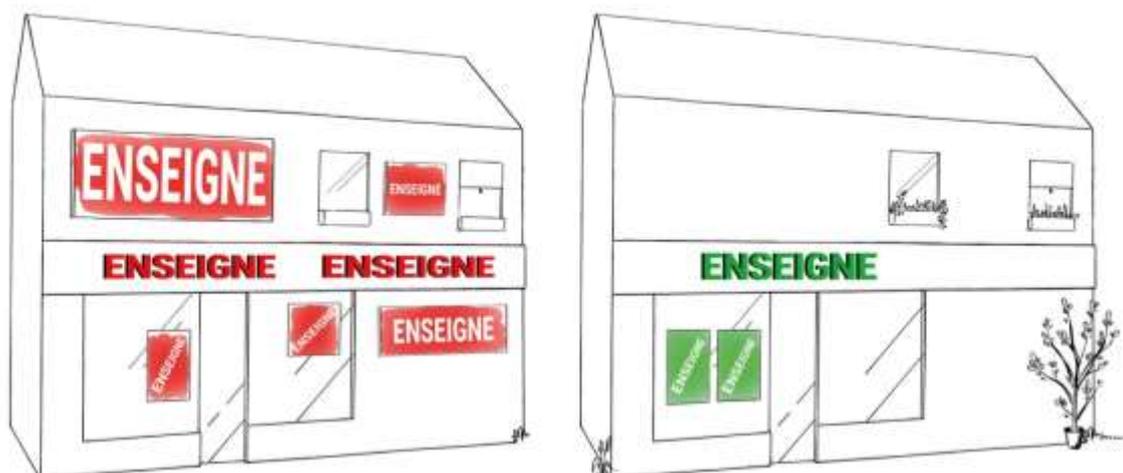
Surface cumulée³³ des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²

³³ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



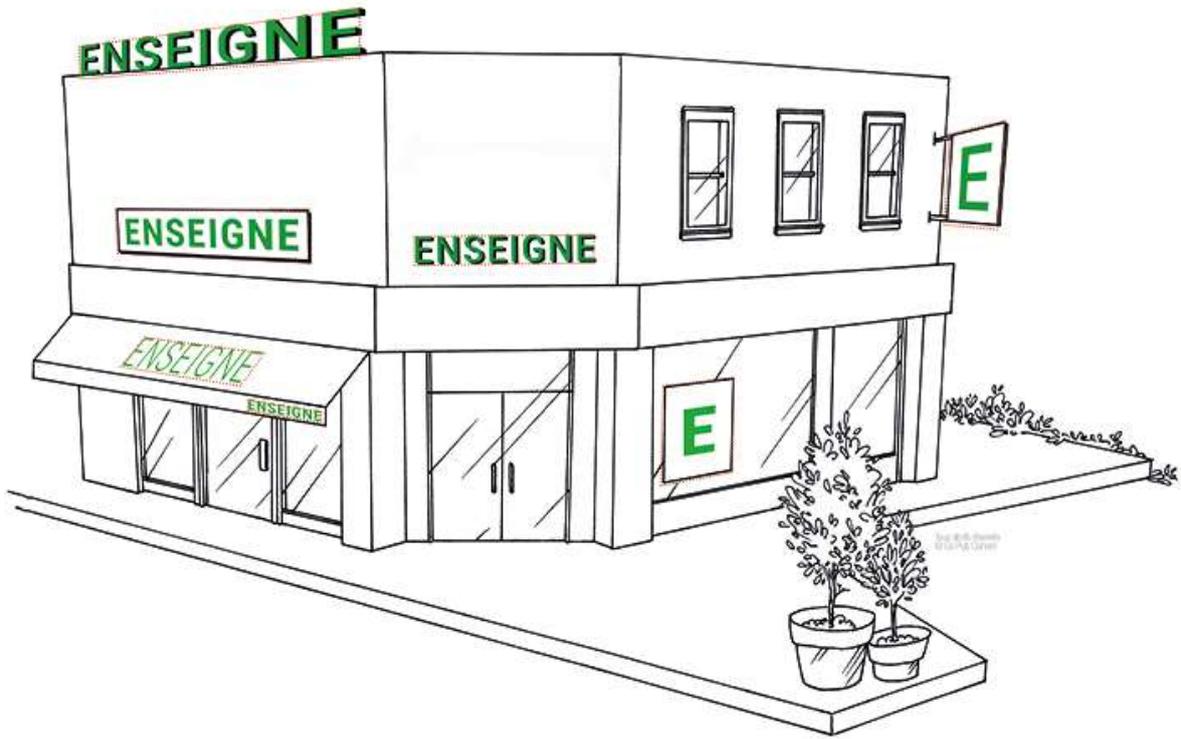
Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée³⁴ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².



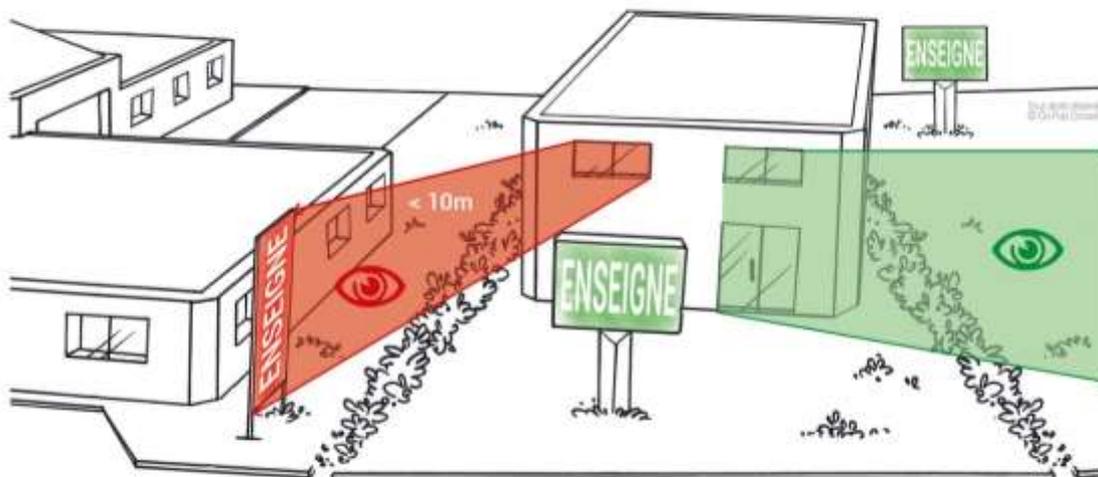
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.

³⁴ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

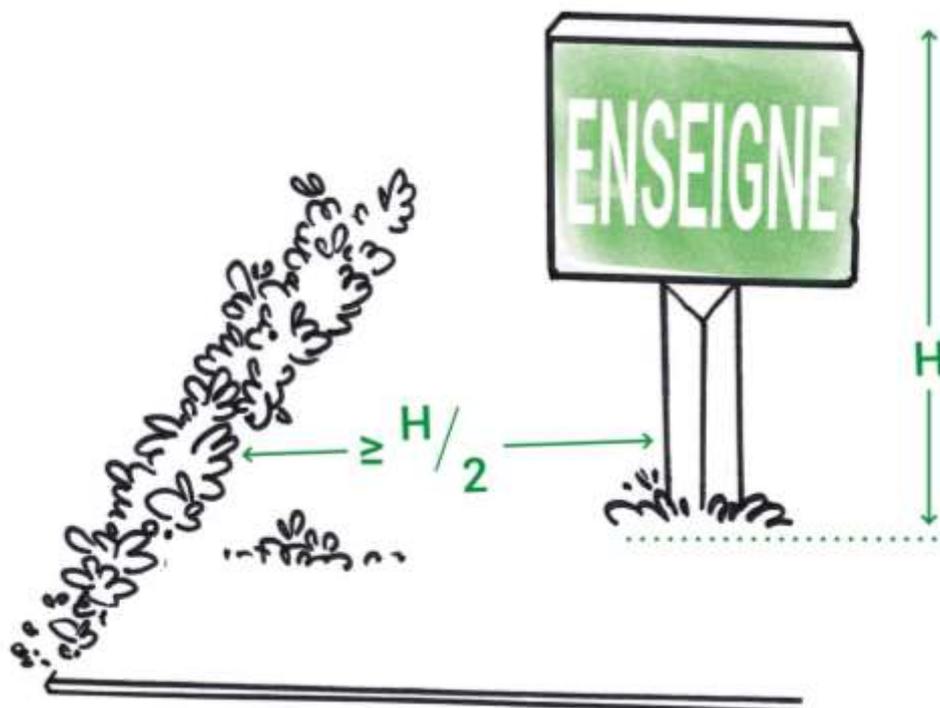


Les enseignes, de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

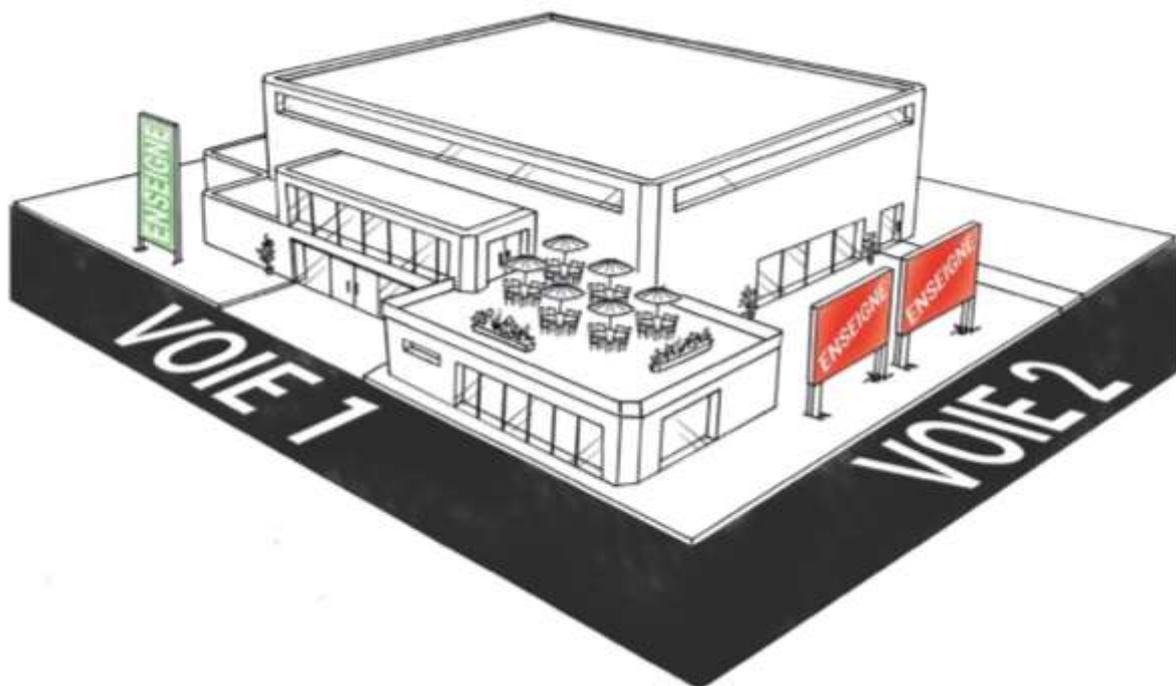
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



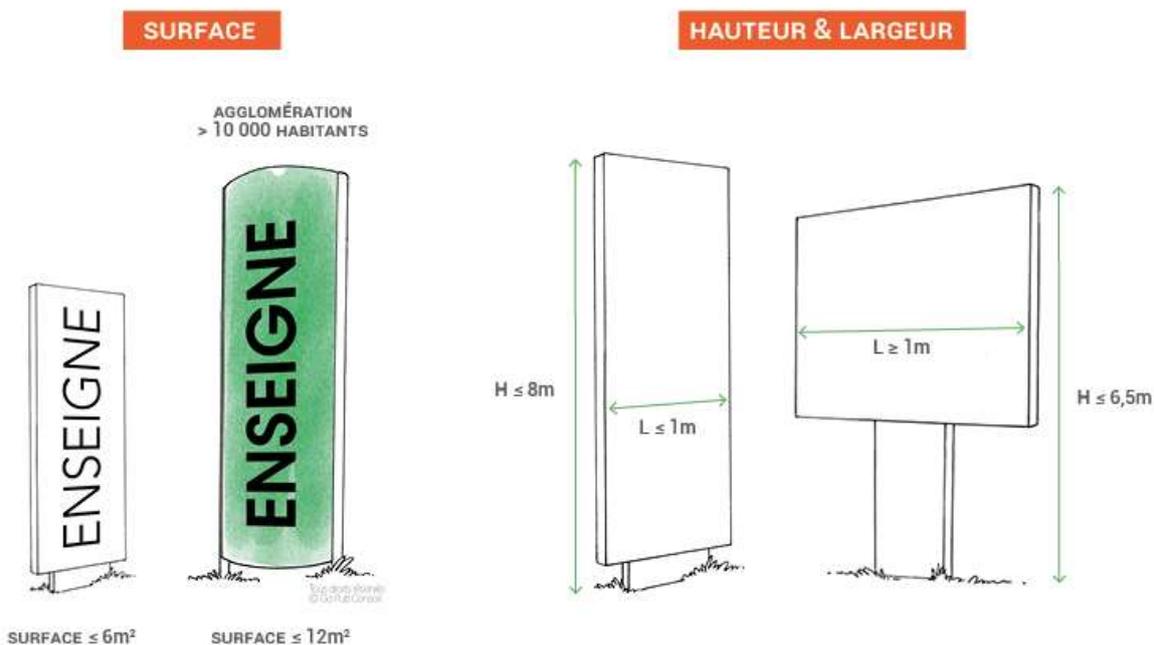
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 12m².

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,5 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



e) Les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes 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 les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes³⁵ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel³⁶.

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- saillie ≤ 25 cm
- ne doivent pas dépasser les limites du mur support
- ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur support
- saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- surface totale ≤ 60 m²

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- surface ≤ 12 m² (si 2° alinéa)

³⁵ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

³⁶ arrêté non publié à ce jour

II. Régime des autorisations et déclarations préalables

1) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

2) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

III. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Depuis la loi Climat, y compris en l'absence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes. Néanmoins, la loi Climat a prévu des possibilités de transfert des compétences d'instruction et de police à l'EPCI lorsque celui-ci est compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i). Cette possibilité de transfert de compétence est également possible lorsque l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i) mais que la commune en question compte moins de 3 500 habitants. La loi Climat a prévu une entrée en vigueur de ces dispositions le 1^{er} janvier 2024, sous réserve de l'adoption en loi de finance de disposition compensant les charges résultats, pour les collectivités concernées, des compétences transférées par la loi Climat.

IV. Les délais de mise en conformité

Le Code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositifs en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous :

	Infractions au Code de l'environnement	Infractions au RLP
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai	Délai de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai	Délai de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

En l'absence de mise en conformité dans les délais impartis plusieurs sanctions sont possibles :

- **Sanction administrative** : via la mise en place d'une amende administrative prononcée par le préfet (uniquement pour certaines infractions³⁷) ;
- **Sanctions pénales** : via une astreinte pénale (entre 15 et 150€ par jour et par support en infraction) ou encore par une amende délictuelle ou contraventionnelle en fonction de l'infraction. Ces sanctions sont prononcées par le procureur de la République.
- **Mesures de police** : via la suppression d'office du support par l'autorité de police avec refacturation des frais à la charge du contrevenant ou mise en demeure pouvant conduire à une astreinte (env. 230€ par jour et par support en infraction. Le montant de l'astreinte est réévalué tous les ans) ou à une exécution d'office.

³⁷ Cette amende peut être prononcée uniquement dans les cas suivants : publicité soumise à déclaration préalable implantée sans déclaration préalable ou dans des conditions qui ne respectent pas les termes de la déclaration (**art. L.581-26 du C. env.**) / publicité installée dans des lieux d'interdiction absolue de publicité (**art. L.581-4 du C. env.**) / publicité installée sur un immeuble (unité foncière sans l'accord du propriétaire (**art. L.581-24 du C. env.**) / Publicité ne mentionnant pas le nom et l'adresse ou la dénomination ou raison sociale de la personne qui l'a apposée ou fait apposer (**art. L.581-5 du C. env.**).

V. L'instruction

La demande d'autorisation ou de déclaration préalable doit être déposée en cas de :

- Nouvelle installation d'un support ;
- De remplacement d'un support ;
- De modification d'un support.

La déclaration préalable s'applique :

- aux publicités ;
- aux préenseignes supérieure à 1m de hauteur OU 1,5m de largeur ;
- aux bâches publicitaires uniquement s'il s'agit d'un remplacement.

L'autorisation préalable s'applique :

- aux enseignes:
 - « *Sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles [L. 581-4](#) et [L. 581-8](#), ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation.* » ;
 - **dans le cas d'un RLP.**
 - aux enseignes temporaires :
 - scellées au sol dans un lieu d'interdiction relative de publicité ;
 - installées sur un immeuble ou dans un lieu d'interdiction absolue de publicité.
 - aux dispositifs publicitaires spécifiques comme :
 -
 - les bâches publicitaires (pour les installations uniquement) ;
 - les dispositifs de dimensions exceptionnelles.

L'autorité compétente dispose d'un délai de 2 mois (si le dossier est complet) pour transmettre sa réponse au déclarant.

Elle doit également solliciter l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) pour :

- Les enseignes permanentes sur monuments historiques (**art. R.581-16-II-1° du C. env.**) ;
- Les enseignes permanentes (en agglomération) aux abords des monuments historiques et dans les Sites Patrimoniaux Remarquable (**art. R.581-16-II-1° du C. env.**) ;
- Les enseignes temporaires installées pour plus de 3 mois (travaux publics ou opérations immobilières) installées sur les immeubles ou dans les lieux d'interdictions absolues de publicité (**art. R.581-17 du C. env.**) ;
- Les publicités ou préenseignes installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu (**art. R.581-11 du C. env.**).

ou encore le préfet de région pour :

- Les enseignes permanentes installées en site classés ou sur un monument naturel, dans le cœur de parc national, dans les réserves naturelles ou sur les arbres (**art. R.581-16-II-2° du C. env.**).

VI. Diagnostic du parc d'affichage

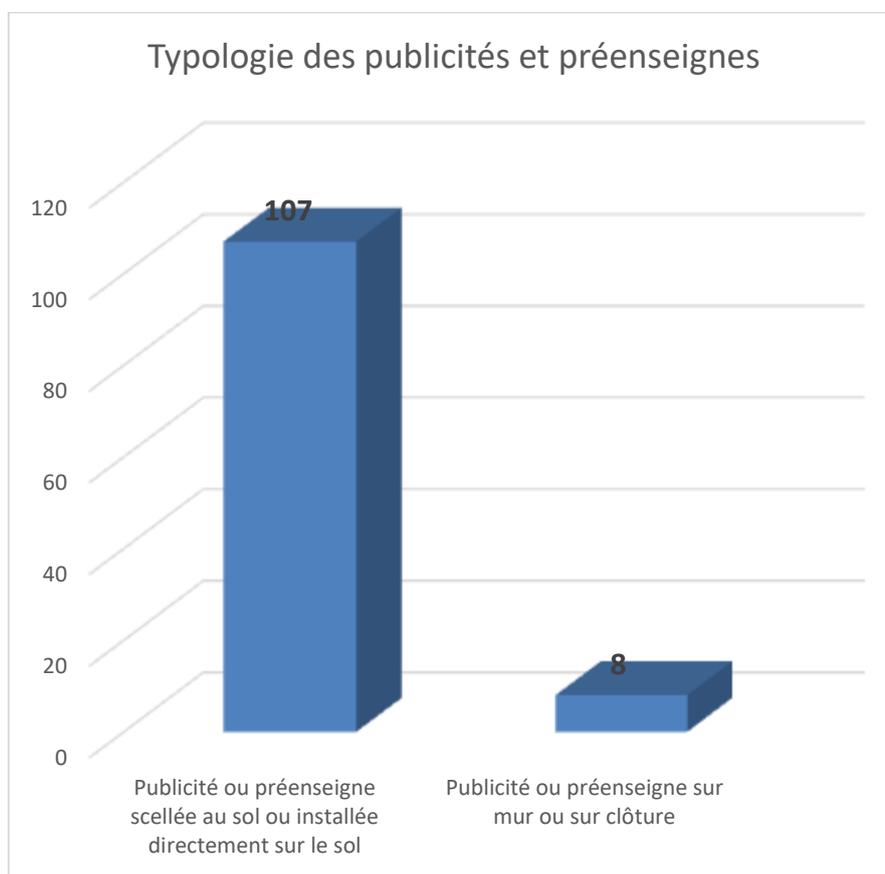
Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs supportant des publicités, enseignes et préenseignes. A ce titre, un recensement exhaustif des publicités et préenseignes situées à Châteaubriant a été effectué en juillet 2019. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse de ce relevé a permis d'identifier les éventuels dispositifs en infraction, de localiser les lieux d'implantation des dispositifs, de prendre en compte leurs dimensions, leurs caractéristiques afin de repérer les situations qui porteraient atteintes au cadre de vie des Castelbriannais et à l'environnement. Ce relevé permet donc d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

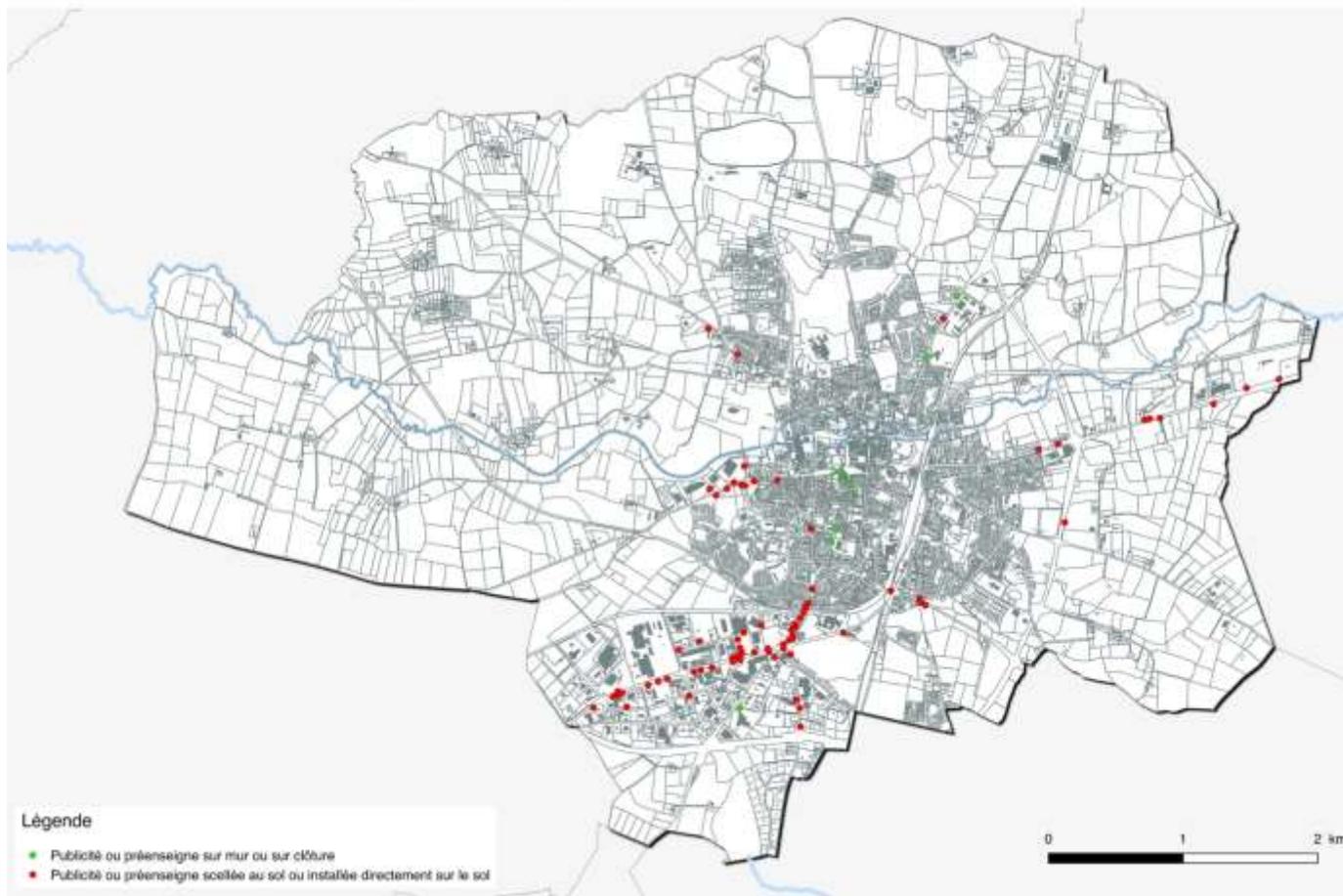
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Sur le territoire communal, les publicités et préenseignes sont présentes sous 2 formes distinctes (hors publicité apposée sur mobilier urbain) :



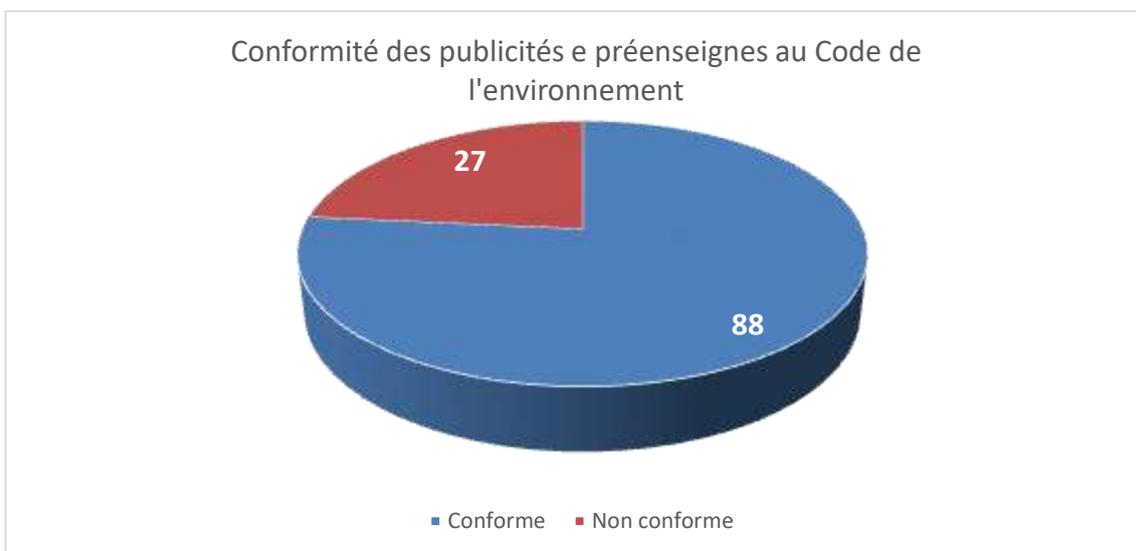
Au total, 115 publicités et préenseignes (hors mobilier urbain) ont été recensées sur le territoire communal, soit environ 970m² de surface d'affichage.

Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de Chateaubriant

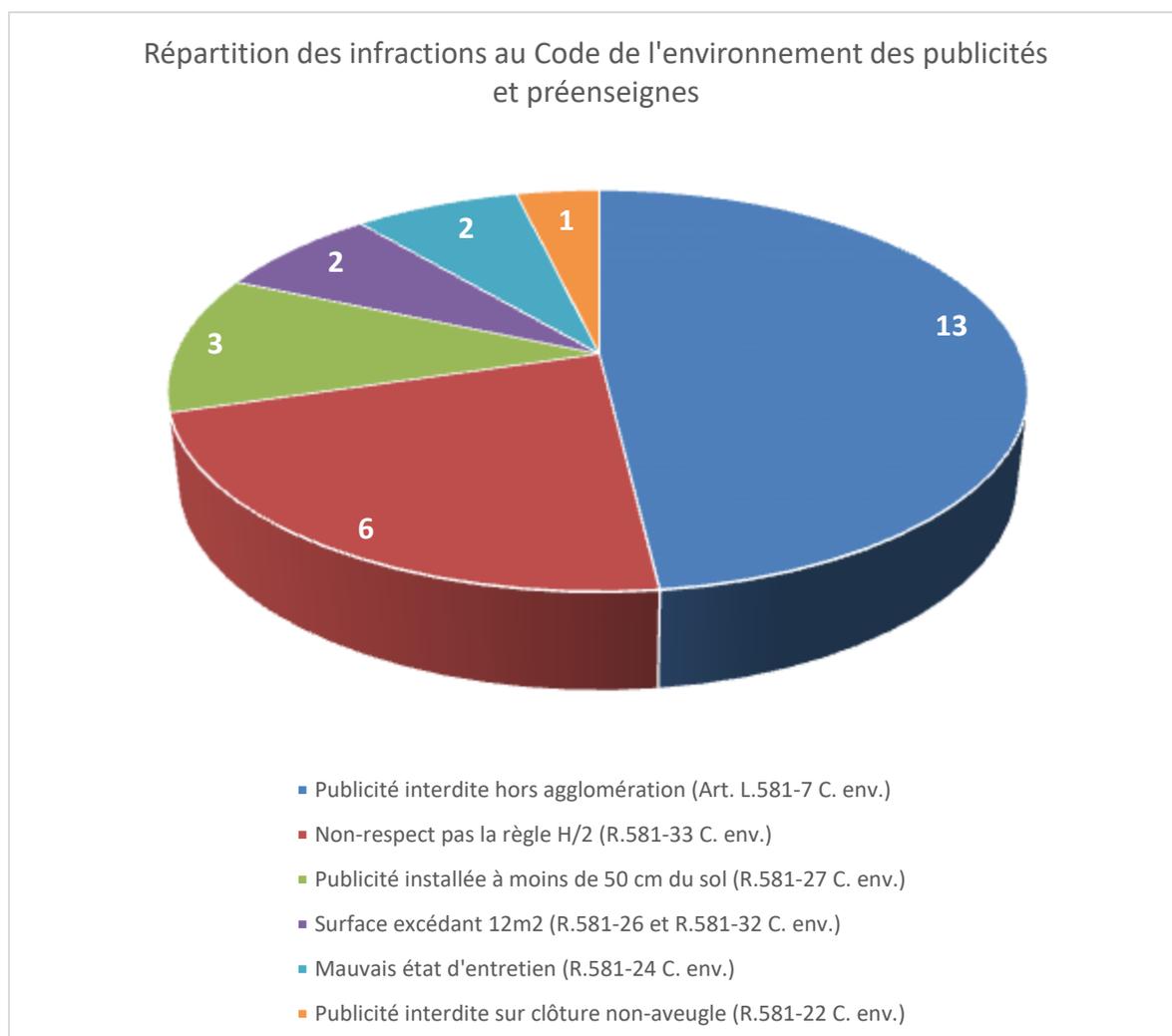


Les dispositifs publicitaires sont principalement implantés sur les axes structurants du territoire comme la D771 (rue des 27 otages), la D163 (la voie de la Liberté), la D34 (Avenue Jean Moulin) et sur le périmètre de la zone d'activités Horizon (notamment sur les axes : rue du Général Patton, rue du Président Kennedy et rue Winston Churchill).

Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 27 dispositifs sont non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 23% des publicités et préenseignes de Châteaubriant. Ces infractions sont réparties de la manière suivante :

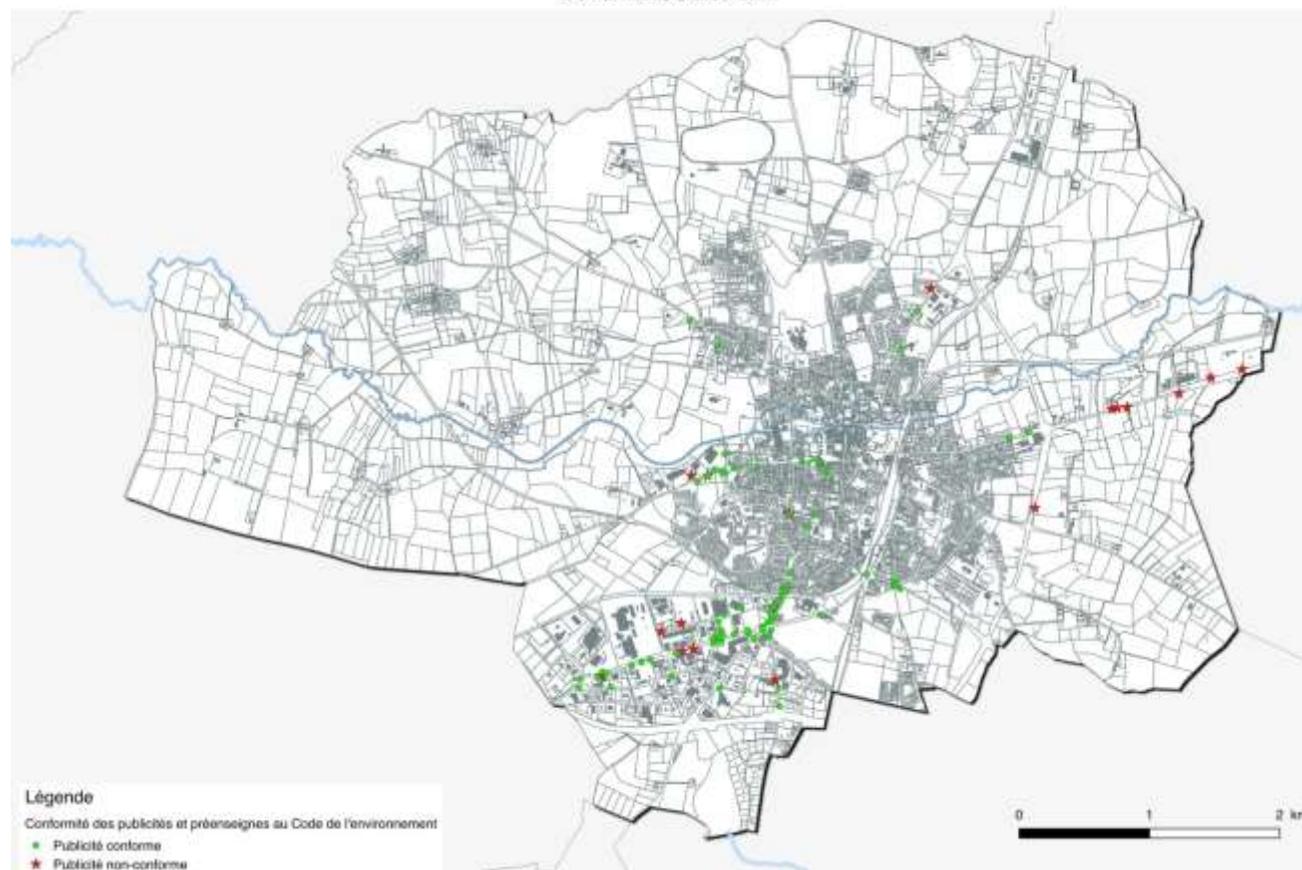


Les 2 principales causes d'infractions sont :

- Des publicités installées hors agglomération (13 dispositifs) ;
- Des publicités ne respectant pas la règle dite H/2 (6 dispositifs) ;

Ces 2 infractions représentent 70% des infractions relevées à Châteaubriant. On relève également plusieurs publicités apposées à moins de 50 cm du sol (3), des publicités dont la surface excède 12m² (2), des publicités en mauvais état d'entretien (2) et enfin un dispositif installé sur clôture non-aveugle.

Localisation des publicités et préenseignes en infraction au Code de l'environnement sur la commune de Chateaubriant

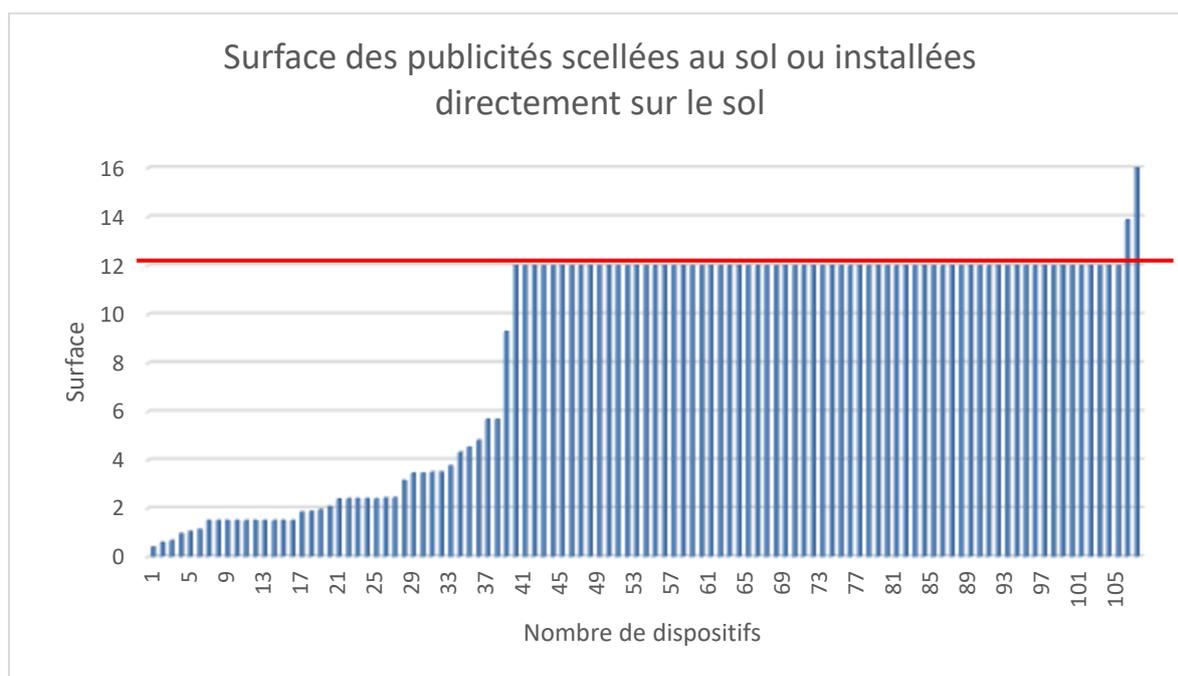


La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des publicités recensées sur le territoire de Châteaubriant (93% des dispositifs de la commune).



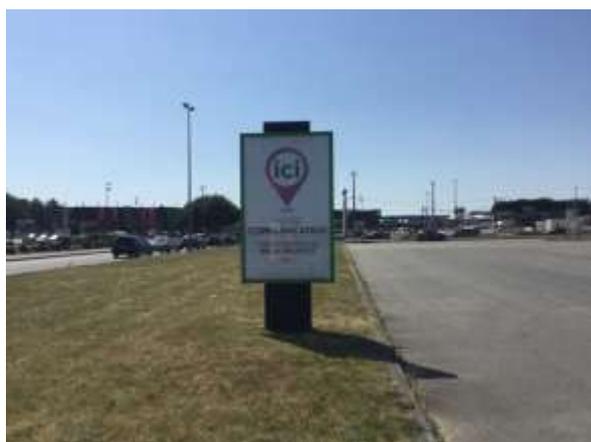
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, Châteaubriant, juillet 2019.



Répartition des dispositifs par tranche

TOTAL	Dispositifs de plus de 12m ²	Dispositifs de 12m ²	Dispositifs entre 2 et 12 m ²	Dispositifs de moins de 2m ²
107	2	66	20	19

On remarque que 2 dispositifs ont une surface excédant 12m², format maximum qui était autorisé par le RLP de 1996 de Châteaubriant mais aussi le maximum autorisé par le Code de l'environnement avant le décret du 30 octobre 2023. La majorité des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol a une surface comprise de 12m² (62% des publicités de ce type). Enfin, les dispositifs restants ont une surface comprise entre 0,5 et 9m².



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol de faible format (2m²) et de grand format (12m²), Châteaubriant, juillet 2019.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol avec 2 pieds et mono-pieds, Châteaubriant, juillet 2019.

Malgré une réglementation globalement respectée, plusieurs publicités sont installées hors agglomération (13), d'autres ne respectent pas la règle dite H/2 (6), 2 publicités excèdent la surface maximale fixée par le Code de l'environnement et le précédent RLP en vigueur et enfin 2 dispositifs sont en mauvais état d'entretien.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol en mauvais état d'entretien, Châteaubriant, juillet 2019.



Publicités apposées à moins de 50 cm du sol, Châteaubriant, juillet 2019.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle H/2, Châteaubriant, juillet 2019.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées hors agglomération, Châteaubriant, juillet 2019.

Les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol relèvent principalement de leur format et de leur densité. Les règles de densité issues du précédent RLP ne sont plus adaptées à la réglementation nationale ni aux nouveaux enjeux du territoire émergés durant la dernière décennie. En effet, il est impératif de mettre en place une règle de densité qui permette d'éviter la surenchère de dispositif publicitaire.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol impactantes par leur format et leur densité, Châteaubriant, juillet 2019.

Il existe beaucoup de dispositifs publicitaires de très grand format (12m² ou plus) sur le territoire. Le RLP pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants. Beaucoup de collectivités instaurent une limitation de surface à 8m². En l'espèce, la surface de 6m² pourra éventuellement être maintenue afin de pérenniser le RLP précédemment en vigueur.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol impactantes par leur format sur les perspectives paysagères, Châteaubriant, juillet 2019.

Le futur RLP pourra donc préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme dans les quartiers et zones pavillonnaires, l'ancienne ZPR1 etc. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.



Belle perspective paysagère vers la ville, Châteaubriant, juillet 2019.

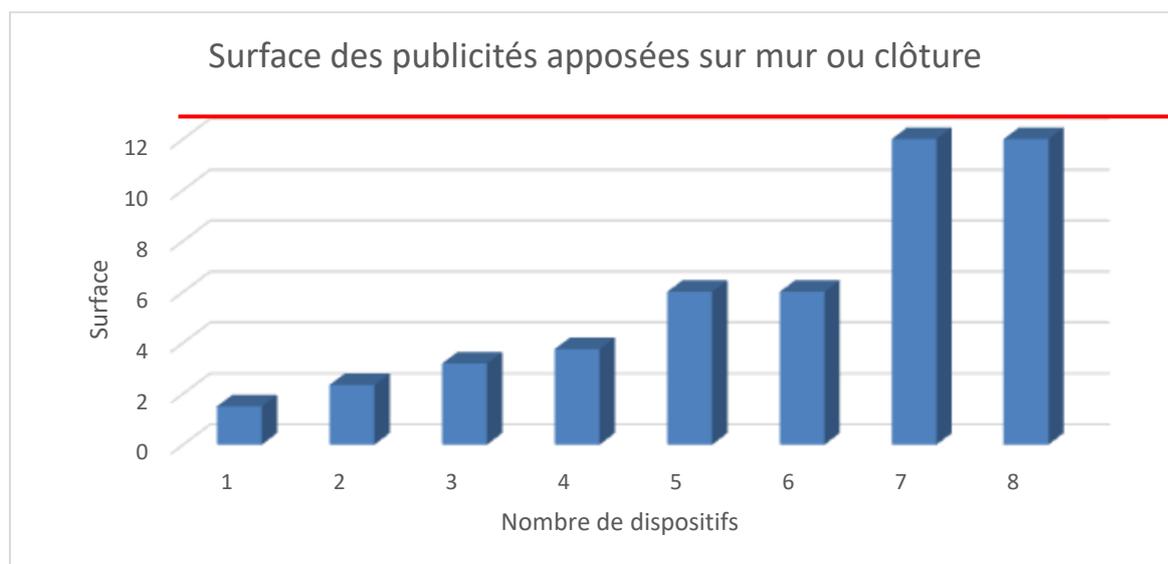
La publicité apposée sur un mur ou une clôture :

Les publicités apposées sur mur ou clôture ne représentent que 7% des dispositifs publicitaires relevés sur Châteaubriant.



Publicité apposée sur mur, Châteaubriant, juillet 2019.

On remarque que 50% des dispositifs ont une surface comprise entre 6 et 12m². Ces formats correspondent au maximum qui était autorisé par le RLP de 1996 de Châteaubriant en fonction des ZPR. La surface de 12m² est également le maximum autorisé par le Code de l'environnement avant le décret du 30 octobre 2023.





Publicités apposées sur mur de 6m² et 12m², Châteaubriant, juillet 2019

La seule infraction relevée pour ce type de publicité est la présence d'une publicité sur clôture non-aveugle³⁸. Ce type d'installation relève généralement de publicités « sauvages » posées sans autorisation, parfois temporairement, souvent oubliées, et servant principalement de préenseignes pour guider les usagers vers une activité déterminée.



Publicité apposée sur clôture non-aveugle, Châteaubriant, juillet 2019.

³⁸ Article R.581-22 du Code de l'environnement.

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture concernent principalement leur format parfois important. Cependant, le RLP de 1996 a créé des zones où ces dispositifs sont largement limités en surface (6m²). Le futur règlement local de publicité pourra pérenniser cette règle voire l'étendre à l'ensemble du territoire communal afin d'atténuer l'impact visuel de ces dispositifs publicitaires.



Publicité apposée sur mur, 12m², Châteaubriant, juillet 2019.

Par ailleurs, comme pour les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, les règles de densité du précédent RLP ne sont plus adaptées aux nouveaux enjeux du territoire émergés durant la dernière décennie. Il est possible d'instituer une règle de densité applicable indifféremment aux publicités scellées au sol et apposées sur mur pour simplifier et harmoniser le traitement de ces 2 catégories de dispositifs. Enfin, le futur RLP pourra éventuellement interdire les publicités apposées sur clôture et ainsi entériner un état de fait sur le territoire de Châteaubriant.



Publicité apposée sur mur, 6m², Châteaubriant, juillet 2019.

La publicité apposée sur mobilier urbain :

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories mais seulement deux sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain sont présentes sur Châteaubriant à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2m².
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés communément « *sucette* ».



Publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques recto et verso, Châteaubriant, juillet 2019.



Publicité apposée sur abris destiné au public (dit abris-bus), Châteaubriant, juillet 2019.

Les publicités supportées par les mobiliers sont de petit format (2m²). En effet, le RLP précédemment en vigueur sur Châteaubriant limitait la publicité apposée sur mobilier urbain à 2m². Le futur RLP pourra pérenniser cette règle particulièrement satisfaisante pour la préservation du cadre de vie. Il convient de noter qu'en l'absence de règles locales, la publicité apposée sur mobilier de type « *sucette* » peut atteindre un format maximum de 12m².

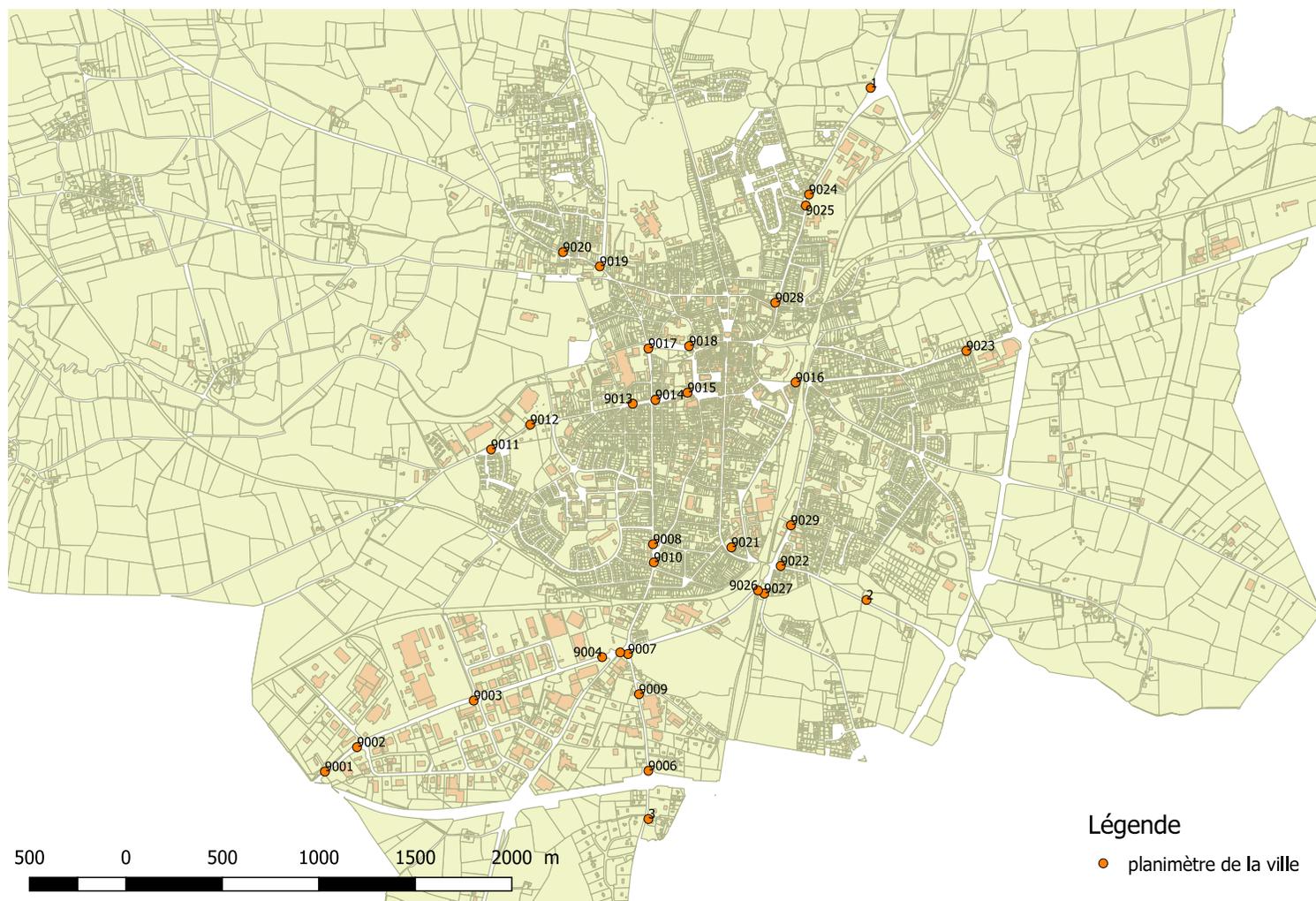


Exemple de publicité apposée sur mobilier urbain de grand format.

On relève une trentaine de dispositifs de type « *sucette* » disséminés sur l'ensemble du territoire communal. Environ 1/3 de ces publicités apposées sur mobilier urbain sont implantées dans les périmètres de protection aux abords des monuments historiques classés ou inscrits. Le futur RLP devra tenir compte de leur présence et éventuellement déroger à l'interdiction de publicité au sein de ces périmètres si la ville souhaite maintenir les dispositifs actuellement en place.

Bien que le format de ces publicités soit généralement moins impactant pour les paysages, ce type de dispositifs occupe une place majeure dans le paysage urbain. Ainsi, la place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal devra être traitée de manière spécifique dans la future réglementation locale.

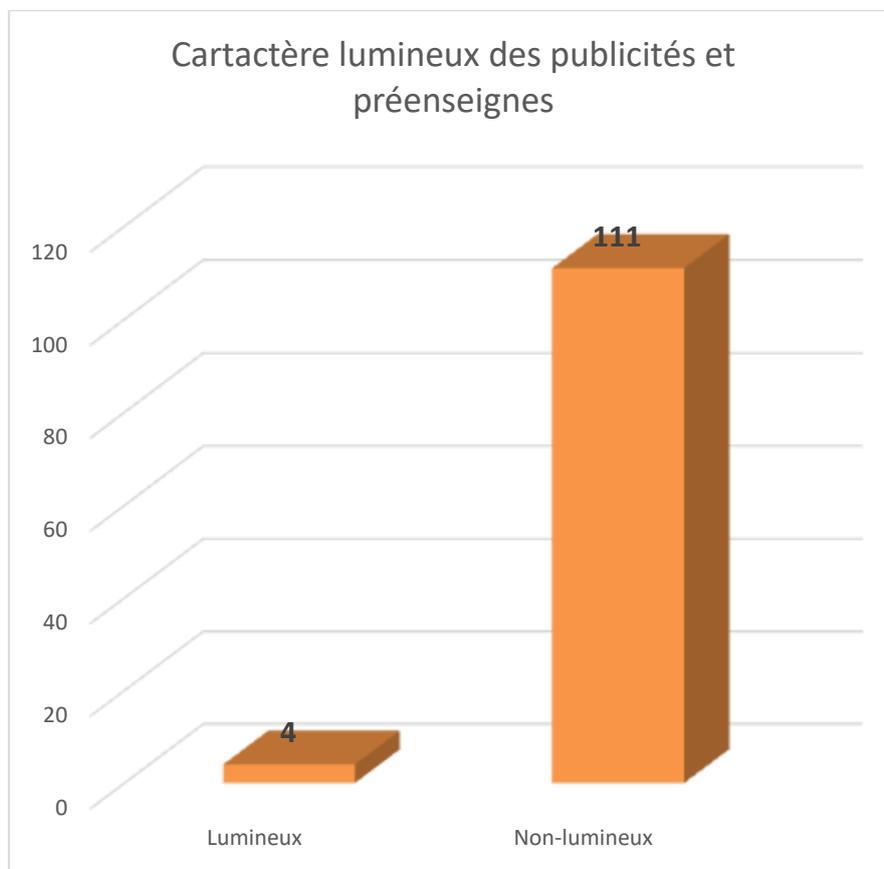
La localisation des publicités apposées sur mobilier urbain (type « sucette ») sur la commune de Châteaubriant en 2022



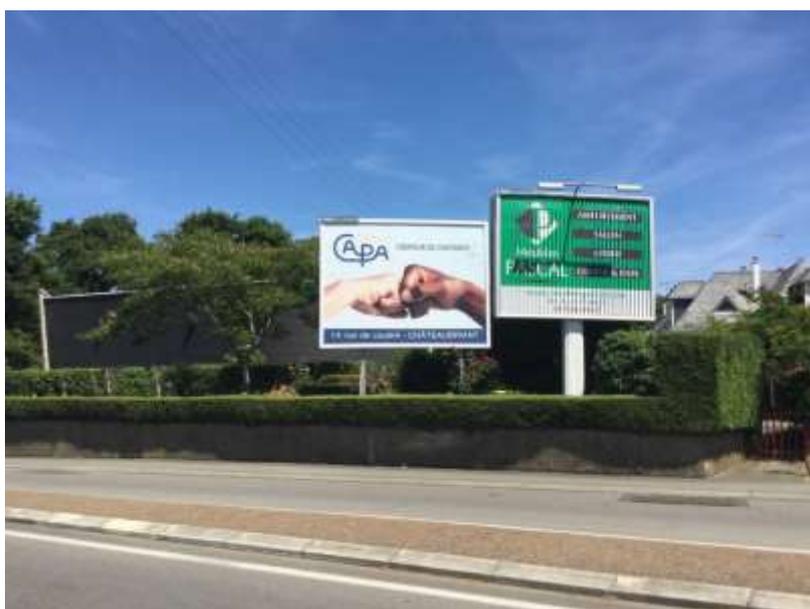
Les dispositifs numéro 9013, 9014, 9015, 9016, 9017, 9018, 9019, 9020 et 9028 se situent dans les périmètres de protection des monuments historiques classés ou inscrits.

La publicité lumineuse :

La publicité lumineuse représente à peine 3% des dispositifs publicitaires sur la commune de Châteaubriant.



La publicité lumineuse n'est présente que sous la forme de dispositifs lumineux éclairés par projection. Ces publicités sont soumises aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.



Publicité lumineuse éclairée par projection, Châteaubriant, juillet 2019.



Publicité lumineuse éclairée par projection, Châteaubriant, juillet 2019.

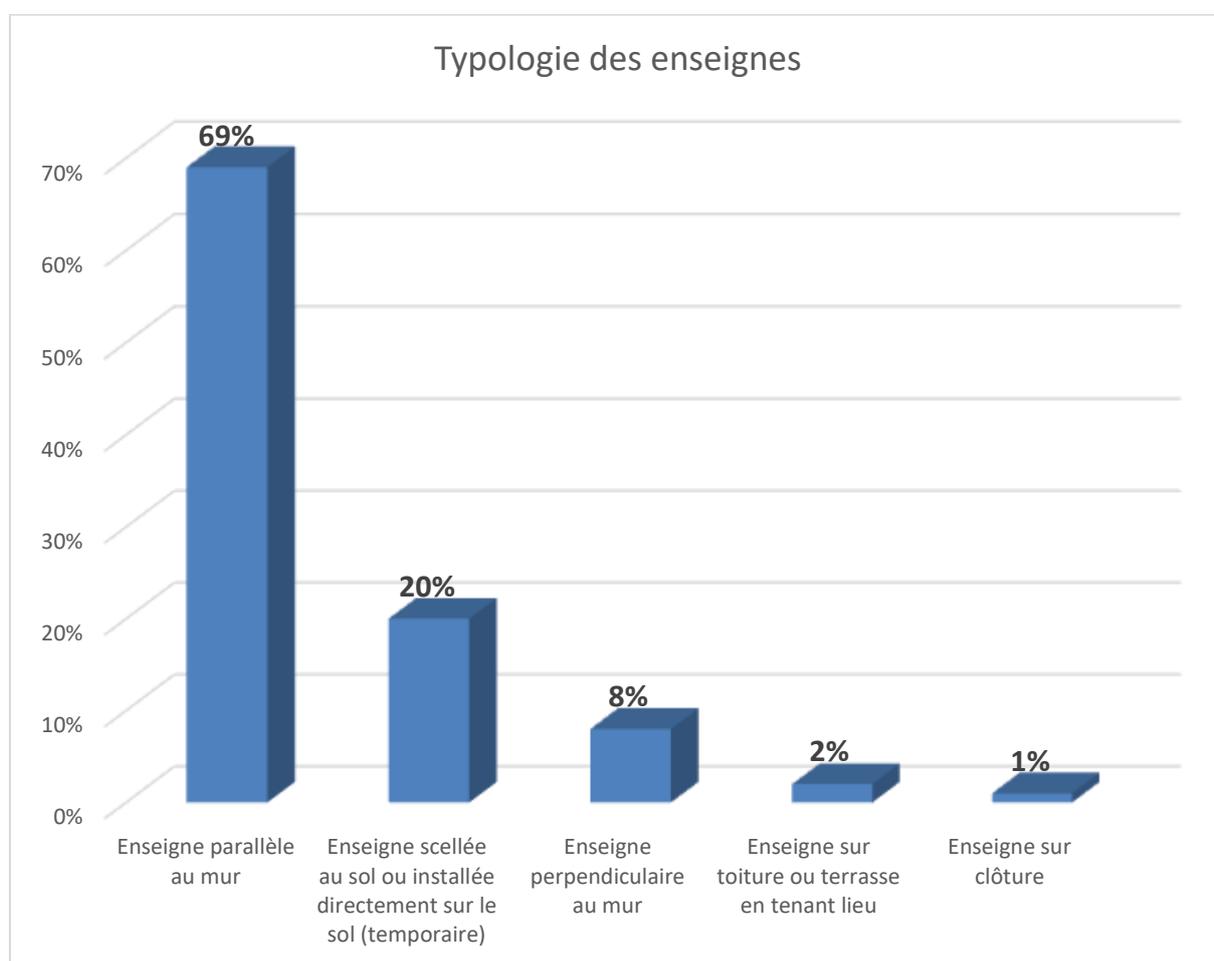
Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques (format 8m² – maximum prévu par la réglementation nationale). Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Le RLP de Châteaubriant, même s'il autorisait les publicités lumineuses sur son territoire, ne posait actuellement aucune règle concernant la publicité numérique. Ces dispositifs étaient donc encadrés dans les conditions fixées par le Code de l'environnement.

2. Les caractéristiques des enseignes

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou en secteur où il y a peu d'enseignes.

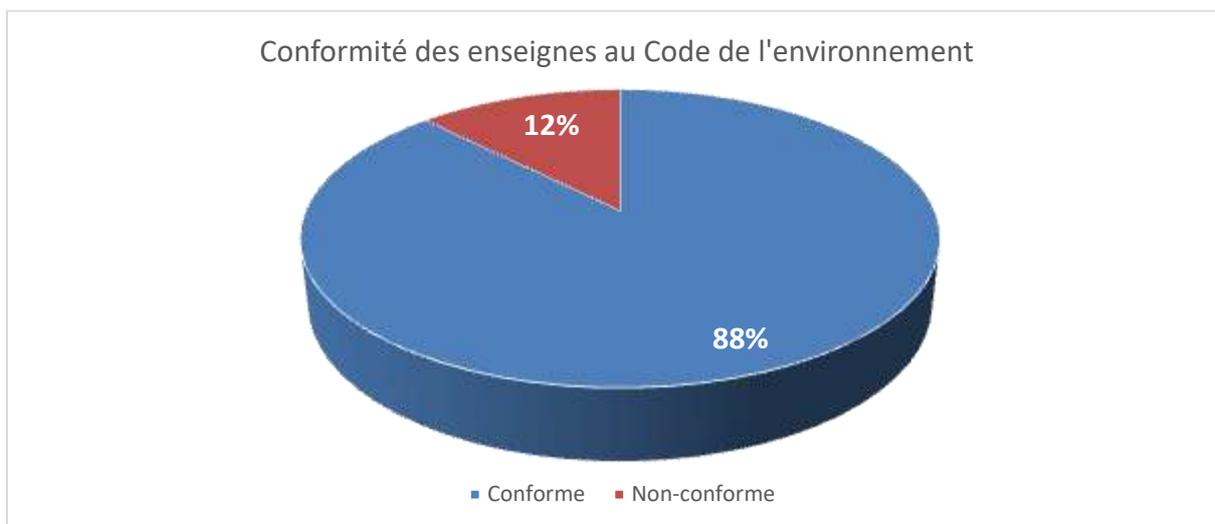
Dans un premier temps nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présente sur le territoire communal de Châteaubriant. Puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

Quatre grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal (les enseignes parallèles et sur clôture seront traitées conjointement). Elles sont réparties de la manière suivante :

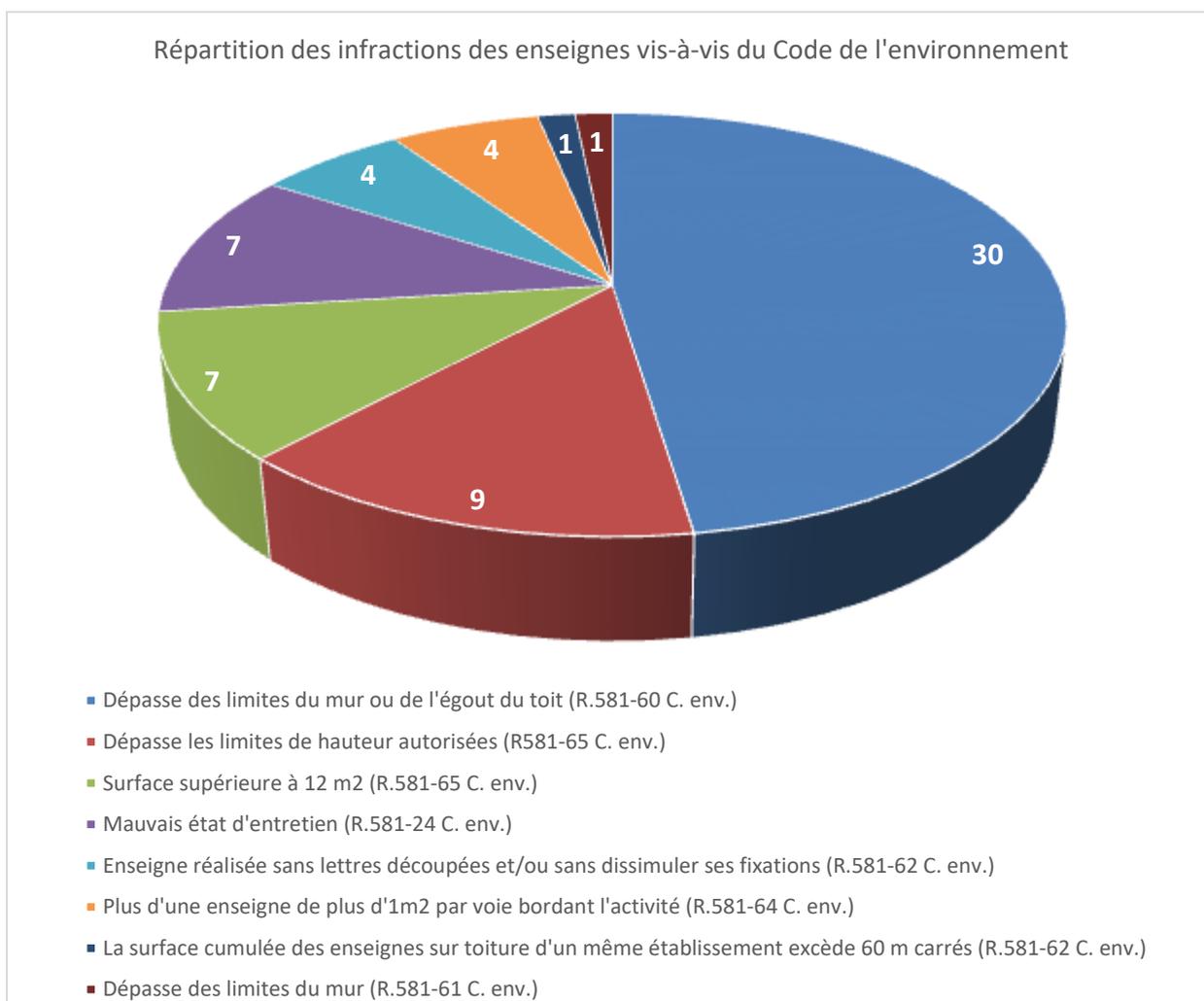


Environ 485 enseignes ont été relevées sur le territoire communal. Ce relevé non-exhaustif a permis de réaliser l'état des lieux des enseignes sur le territoire de Châteaubriant.

Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 60 dispositifs sont non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 12% des enseignes de Châteaubriant. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On relève donc 60 dispositifs non-conformes pour 63 infractions. Ces infractions sont réparties de la manière suivante :



L'enseigne parallèle au mur :

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ce type d'enseigne représente 69% des enseignes relevées à Châteaubriant et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store- banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Enseigne parallèle de type « *bandeau* » et enseigne réalisée en lettres découpées, Châteaubriant, juillet 2019.



Enseignes réalisées en lettres découpées, Châteaubriant, juillet 2019.

Les règles locales en matière d'enseignes parallèles instituées dans le RLP de 1996 et l'action de l'ABF, principalement sur le cœur de ville, se font ressentir sur plusieurs devantures ou les enseignes parallèles au mur sont particulièrement soignées.



Enseignes bien intégrées à la devanture commerciale, réalisées en lettres découpées, Châteaubriant, juillet 2019.



Enseignes bien intégrées à la devanture commerciale, installées dans les limites du rez-de-chaussée, Châteaubriant, juillet 2019.



Enseigne atypique, réalisée en bois, Châteaubriant, juillet 2019.

Sont traitées dans le même temps que les enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Le recensement n'a pas permis de relever ce type de dispositifs sur le territoire. Généralement de petite taille, ces enseignes viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.



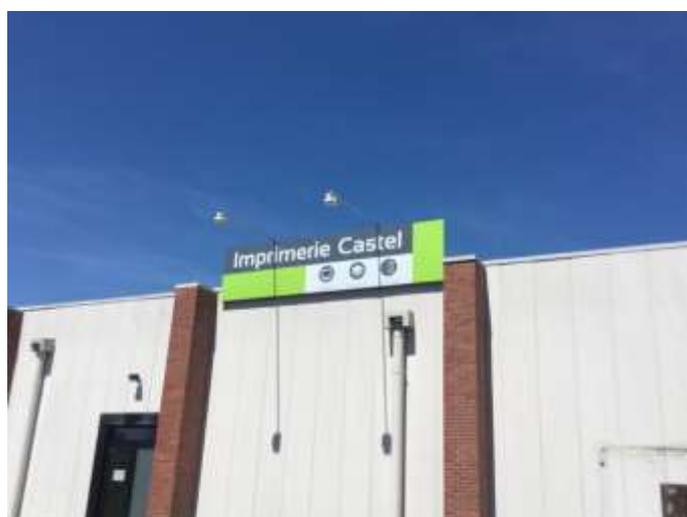
Exemple d'enseigne sur auvent ou marquise et d'enseigne sur garde-corps de balcon ou balconnet.

Le futur RLP pourra entériner l'absence de ces enseignes sur le territoire en interdisant ce type d'enseigne pour favoriser l'implantation d'enseigne de meilleure insertion paysagère (enseigne parallèle au mur, etc.).

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation (ne pas dépasser les limites du mur ou de l'égout du toit) et sa surface (respect de la proportion par rapport à la surface de la façade).

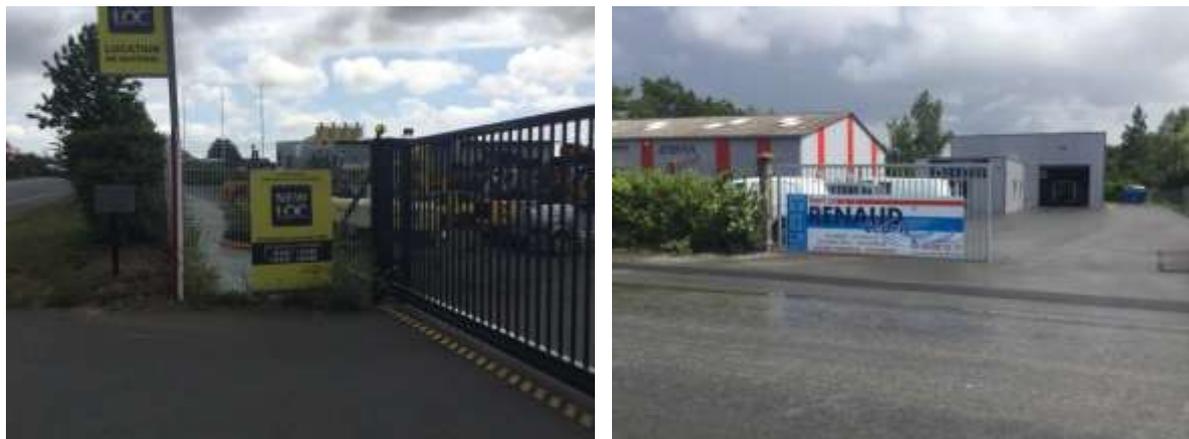


Façade saturée d'enseigne et enseigne dépassant des limites de l'égout du toit, Châteaubriant, juillet 2019.



Enseigne dépassant des limites du mur, Châteaubriant, juillet 2019.

Les enseignes sur clôture représentent à peine 1% des enseignes de Châteaubriant. Ce type d'enseigne est plus présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non.



Exemple d'enseignes sur clôtures non-aveugles, Châteaubriant, juillet 2019.

Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau nationale. A ce titre, elles sont traitées dans la partie dédiée aux enseignes parallèles au mur. Pour autant leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface, peut être particulièrement important. La faible présence de ce type d'enseigne sur le territoire pourra être entériné par la future réglementation locale en interdisant sur tout ou partie du territoire ce type d'enseigne.



Exemple d'enseigne apposée sur clôture aveugle, Châteaubriant, juillet 2019.

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue (20%). Elles sont particulièrement présentes sur les zones d'activités économiques de la commune et participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important du fait de leur implantation, de leur nombre et de leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que celui des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « drapeaux », et de type « totem », Châteaubriant, juillet 2019.



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « chevalet », et de type « panneau », Châteaubriant, juillet 2019.

On relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule. Enfin, plusieurs enseignes de ce type ont une hauteur excédant les maximums fixés par le Code de l'environnement (entre 6 et 8,5 m de hauteur en fonction de la largeur de l'enseigne).



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en surnombre par voie bordant l'activité, Châteaubriant, juillet 2019.



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol dont la hauteur excède 6,5m et dispositif en mauvais état d'entretien, Châteaubriant, juillet 2019.

Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifique en vue de réduire leur impact. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre. Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.



Enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, Châteaubriant, juillet 2019. ATTENTION : Pour être qualifiées d'enseignes ces dispositifs doivent être installés sur l'unité foncière de l'activité, sinon, il s'agit de publicité ou préenseigne. Cette règle ne s'applique pas lorsque l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public, dans ce cas, on considère le dispositif comme étant une enseigne (ex : porte-menu sur une terrasse de restaurant).



Exemple d'enseigne inférieure ou égale à 1 mètre carré scellée au sol ou installée directement sur le sol

L'enseigne perpendiculaire au mur :

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 8% des enseignes du territoire et disposent de surfaces assez faibles comparé aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.



Enseignes perpendiculaires au mur « carrées », Châteaubriant, juillet 2019.



Enseignes perpendiculaires au mur « allongées », Châteaubriant, juillet 2019.

On remarque plusieurs enseignes perpendiculaires au mur très travaillées dans le centre-ancien et bien intégrées aux devantures commerciales. Le futur RLP pourra donc entériner les pratiques en cours sur le territoire.



Enseignes perpendiculaires au mur très travaillées, avec potence en fer forgé, Châteaubriant, juillet 2019.



Enseignes perpendiculaires au mur installées dans les limites du rez-de-chaussée et respectueuses de l'architecture des bâtiments sur lesquels elles sont installées, Châteaubriant, juillet 2019.

Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent le dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues plus étroites du centre-ville. On relève également plusieurs

devantures accueillant plusieurs enseignes perpendiculaires au mur. Cependant, cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité / lisibilité de l'activité.



Plusieurs enseignes perpendiculaires au mur sur une même activité, Châteaubriant, juillet 2019.



Deux enseignes perpendiculaires au mur installées au 1^{er} niveau du bâtiment, Châteaubriant, juillet 2019.

L'enseigne lumineuse :

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 du Code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « *toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet* ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.



Enseigne lumineuse éclairée par transparence (en haut) et par projection (en bas), Châteaubriant, juillet 2019.

Aucune enseigne numérique a été relevée sur le territoire communal excepté les enseignes numériques des services d'urgences et pharmacie comme les croix de pharmacie. Il s'agit donc d'enseigne avec un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

VII. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Par une délibération en date du 3 avril 2019, la commune de Châteaubriant a fixé les objectifs suivants :

- Adapter le règlement local de publicité en tenant compte du nouveau cadre juridique et réglementaire fixé notamment par la loi Grenelle II (Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010), et précisée par décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes, valant réglementation nationale depuis le 1er juillet 2012.
- Avoir une démarche de protection des paysages et du cadre de vie :
 - a) en adaptant la réglementation au territoire communal, et aux enjeux du paysage naturel et bâti notamment patrimonial,
 - b) en anticipant et en planifiant de manière équilibrée, l'évolution des paysages du fait du développement de l'affichage publicitaire,
 - c) en limitant la pollution visuelle des dispositifs d'information par une réglementation adaptée.
- Améliorer les conditions de circulation et la sécurité routière en dégagant les intersections importantes.
- Créer un nouveau règlement graphique adapté à l'évolution du tissu urbain.
- Traiter les formes de publicité légalisées par la Loi Grenelle II, comme le micro- affichage publicitaire sur devantures, les dispositifs numériques, les bâches publicitaires, inexistantes dans le règlement actuel.
- Encourager la réalisation d'économie d'énergie et réduire la pollution lumineuse en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux.
- Réduire les possibilités de publicité scellée au sol, par des restrictions en nombre ou en superficie.
- Qualifier les paysages d'entrée de ville.

2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la commune a retenu les orientations suivantes :

Orientation 1 : Déroger à l'interdiction de publicité de manière limitative en autorisant uniquement la publicité apposée sur mobilier urbain dans les périmètres de protection de monuments historiques classés et inscrits ;

Le territoire communal bénéficie d'une qualité de cadre de vie importante due notamment à la présence de nombreux périmètres de protections :

- Le site classé « Carrière des Fusillés » ;
- Les périmètres de protection des 6 monuments historiques classés ou inscrits du territoire.

Ces protections impliquent une interdiction de publicité et de préenseigne à laquelle un RLP peut déroger de manière limitative, conformément au Code de l'environnement. En l'espèce, la ville de Châteaubriant a souhaité que cette dérogation soit particulièrement restreinte en autorisant uniquement la publicité apposée sur le mobilier urbain sur ces espaces. Par ailleurs, cette autorisation est assortie d'une limitation de format et de hauteur compte tenu du caractère patrimonial de ces zones.

Le RLP de 1996 avait déjà fait cette dérogation. Cette orientation permet donc de maintenir les acquis du RLP de 1996 en s'adaptant à la réalité du territoire de la ville (présence de mobilier urbain supportant de la publicité dans ces périmètres de protection de type abris-bus ou sucette).

Orientation 2 : Préserver les secteurs peu touchés par la pression publicitaire, comme le centre-ville, les quartiers résidentiels et pavillonnaires ;

Le travail de diagnostic a permis de mettre en évidence que seuls certains axes accueillent des supports publicitaires ou des préenseignes. Ainsi, une grande partie du territoire communal est actuellement préservé de toutes publicités ou préenseignes.

Par les règles mises en place dans son RLP, la ville de Châteaubriant souhaite préserver cet état et même aller plus loin en mettant en place des règles permettant de restreindre le format des supports publicitaires qui resteraient autorisés.

Orientation 3 : Encadrer les dispositifs publicitaires en maîtrisant leur format et/ou en mettant en place une règle de densité plus adaptée au territoire de Châteaubriant et notamment sur les axes en entrées de ville : D771 (Rue du Général Patton et Bois du Parc), D163 (Voie de la Liberté) ou encore la D34 (Route de Saint-Aubin-des-Châteaux) ;

Les publicités et préenseignes étant particulièrement présentes sur les axes majeurs du territoire (générant du passage, ces axes sont des secteurs privilégiés pour les annonceurs qui souhaitent être vus), la ville a décidé de faire un fort travail de réglementation en limitant le format de ces supports et leur densité.

Orientation 4 : Maintenir l'état actuel du territoire communal en matière de publicité apposée sur mobilier urbain notamment en proposant des formats d'affichage plus restreints que la réglementation nationale ;

Le RLP de 1996 avait limité à 2m² la publicité apposée sur mobilier urbain, et cette limitation est parfaitement respectée. Il s'agit donc ici de préserver cet acquis du RLP de 1996 en prenant bien en compte l'absence de support de plus de 2m².

Orientation 5 : Réglementer les dispositifs lumineux et notamment numériques en instituant une plage d'extinction nocturne et une réduction des formats pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le paysage urbain ;

Le RLP de 1996 ne permettait pas d'encadrer les publicités, enseignes et préenseignes lumineuses ou numériques. En effet, aucune plage d'extinction nocturne n'y était fixée et aucune règle spécifique ne s'appliquait à ces supports.

Le Code de l'environnement permet aujourd'hui à toutes collectivités de fixer une plage d'extinction nocturne. La ville souhaite aller plus loin en proposant un seuil de luminosité en cohérence avec les préconisations faites pour l'éclairage public.

Par ailleurs, la ville souhaite également mettre en place une réglementation spécifique dédiée aux supports numériques en développement sur le territoire national et pour le moment quasiment absent du paysage communal (exception des croix de pharmacie et services d'urgence). Cette orientation permettra de répondre aux besoins de la ville concernant les supports lumineux.

Orientation 6 : Interdire ou encadrer certaines implantations d'enseignes peu qualitatives en matière d'intégration paysagère comme les enseignes sur toiture, les enseignes sur les arbres ou encore les enseignes sur balcon ;

Le RLP de 1996 et le Code de l'environnement ne prévoient pas d'interdictions spécifiques liées aux enseignes. Pour autant, la ville de Châteaubriant est confrontée à des problématiques récurrentes d'enseignes installées notamment sur des candélabres ou sur des arbres et participant à la dégradation de certaines zones, notamment de la zone d'activités Horizon.

La ville a donc souhaité interdire certains dispositifs d'enseignes peu ou pas présents sur son territoire comme les enseignes sur balcon mais aussi certaines enseignes très présentes et générant une véritable nuisance visuelle pour le territoire.

Orientation 7 : Encadrer l'implantation des enseignes installées en façade d'activités pour privilégier une bonne lisibilité des activités et assurer une meilleure intégration de ces enseignes dans l'environnement ;

Le RLP de 1996 contenait quelques règles relatives à l'implantation des enseignes en façade pour permettre une bonne intégration de ces supports. La présence de périmètres de protection aux abords des monuments historiques, implique que

l'autorisation préalable pour l'installation d'enseignes doit faire l'objet d'un avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). A ce titre, la ville a souhaité :

- Préserver la qualité de ces enseignes, notamment en cœur de ville ;
- Tenir compte des prescriptions de l'ABF dans le cadre des autorisations préalables déjà instruites ;
- Créer une identité forte au cœur de ville dans le cadre de son Opération de Revitalisation du Territoire (ORT) par le biais d'une réglementation locale adaptée.

Orientation 8 : Réduire le format et la densité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol impactant fortement le paysage, notamment celles de plus d'1m² ;

Aussi impactantes que les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, la ville souhaite les encadrer de manière spécifique en fonction des secteurs. En effet, les besoins et les caractéristiques du territoire ne permettent pas l'installation de ces enseignes sur l'ensemble du territoire communal.

La ville tient donc compte de ces particularités pour mettre en place une réglementation permettant aux entreprises et commerces de Châteaubriant d'utiliser ce type de support sans toutefois dégrader la qualité du cadre de vie de la commune.

La réglementation locale pourra reprendre en tout ou partie les règles instituées en matière de publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol afin de garantir une harmonisation et une cohérence de règles entre ces différents supports.

Orientation 9 : Encadrer l'installation des enseignes sur clôture pour privilégier une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs.

Absente de la réglementation locale et nationale (au sens d'une réglementation dédiée), ces enseignes feront l'objet d'une réglementation spécifique dans le futur RLP. En effet, la réglementation locale permettra d'en maîtriser le nombre, les formats et la qualité. L'objectif étant de privilégier l'installation d'enseignes qualitatives sur le territoire.

VIII. Justification des choix retenus

1. Le zonage

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Châteaubriant. Ainsi, **3 zones de publicités** sont instituées sur le territoire communal :

- La zone d'enseigne n°1 (ZP1) couvre le périmètre de l'Opération de Revitalisation du Territoire (ORT). Cette zone est divisée en deux :
 - o Les rues commerçantes à valeur patrimoniale situées dans le périmètre de l'ORT (ZP1a) ;
 - o Le périmètre ORT en dehors des rues commerçantes à valeur patrimoniale (ZP1b) :

Dans cet espace des règles plus qualitatives en matière d'enseignes seront recherchées afin de mettre en valeur le patrimoine bâti. En matière de publicité et préenseigne, les règles envisagées permettront de préserver les perspectives paysagères, le cadre de vie et la grande qualité patrimoniale du cœur de ville.

- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les espaces agglomérés à vocation principale d'habitat ou d'équipements en dehors de la ZP1 et ZP3 ;

Bien que les enjeux soient modérés dans ces espaces en matière de publicité extérieure, il convient de traiter cette zone afin de mettre en valeur le cadre de vie des castelbriantais. C'est l'objectif des règles fixées dans cette zone : la conciliation entre la qualité du cadre de vie et des possibilités de signalisation suffisantes pour les entreprises, commerçants et autoentrepreneurs installés dans ces secteurs à dominante d'habitat.

- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les zones d'activités. Cette zone est divisée en trois :
 - o La zone d'activités Horizon et la zone d'activités située le long de l'Avenue Jean Moulin (ZP3a) ;
 - o Les zones d'activités situées hors agglomération (ZP3b) ;
 - o Les zones d'activités en dehors de celles visées en ZP3a et ZP3b (ZP3c).

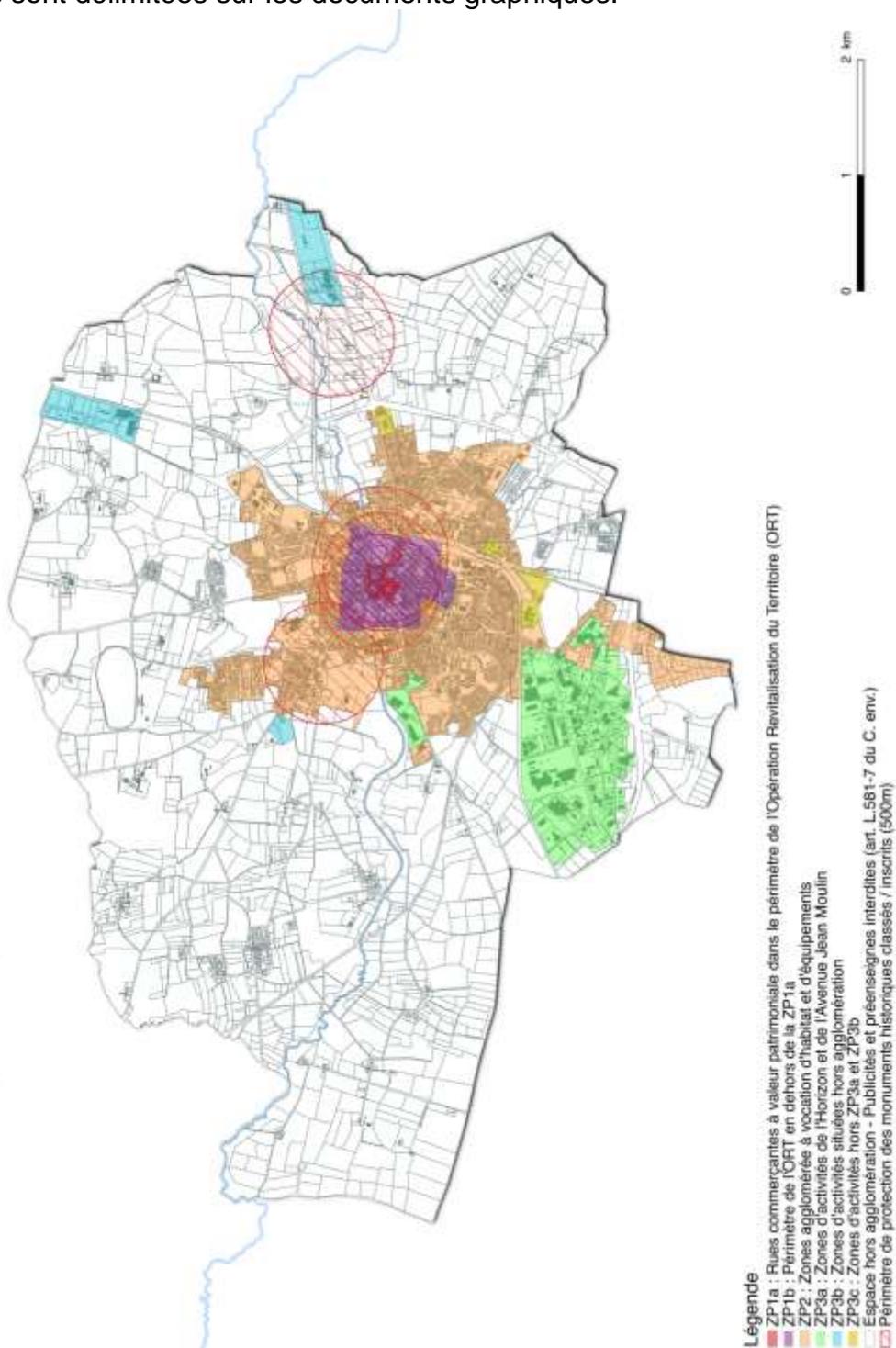
Les entrées de ville sont marquées par la présence récurrente de zones d'activités. Les règles proposées en matière de publicité extérieure doivent permettre de mettre en avant les zones d'activités comme image qualitative du territoire. En effet, la ville de Châteaubriant, en pleine mutation, souhaite que les zones d'activités soient des espaces de centralité à part entière mais également complémentaires de l'offre économique du cœur de ville sans dégrader l'image de la ville.

Le RLP et les règles proposées dans ce cadre doivent donc être un levier permettant la requalification de ces espaces et leur valorisation en réduisant sensiblement la pollution visuelle de ces espaces.

Les secteurs situés en dehors des 3 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception³⁹.

Ces zones sont délimitées sur les documents graphiques.

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) sur la commune de Châteaubriant



³⁹ [c\) La notion d'agglomération](#)

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

Dans la zone de publicité n°1 (ZP1 – périmètre de l'ORT), la ville a choisi de déroger à l'interdiction relative de publicité de manière limitative en autorisant uniquement :

- La publicité apposée sur mobilier urbain dans les conditions suivantes :
 - o La publicité apposée à titre accessoire sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est limitée à 2m² et 3m de hauteur au sol.

Le mobilier urbain ne peut supporter de la publicité numérique afin d'éviter toute atteinte excessive au patrimoine bâti et architectural environnant de ce secteur protégé.

L'objectif de cette réglementation locale est de tenir compte du patrimoine architectural particulièrement riche, présent sur Châteaubriant (plusieurs monuments historiques classés ou inscrits couvrant tout ou partie du périmètre de l'ORT). Le mobilier urbain étant « *un ensemble des équipements publics mis au service des usagers de la voie publiques répondant à un besoin des habitants de la commune*⁴⁰ » supportant, à titre accessoire, de la publicité, la collectivité a pris en compte la mission remplie par ces supports. Elle a également tenu compte de la répartition actuelle de son mobilier urbain sur son territoire. En s'inspirant de son RLP de 1996 qui autorisait déjà le mobilier urbain dans le centre-ville, la commune a souhaité conserver cette réglementation afin de maintenir les supports déjà présents (environ 8 supports). Cette réglementation locale tient donc compte des besoins générés par le mobilier urbain et du patrimoine environnant en limitant l'impact des dispositifs publicitaires autorisés. Par ailleurs, l'objectif de la ville n'est pas d'augmenter le nombre de support supportant à titre accessoire de la publicité mais bien de préserver l'existant ayant une mission de service public à l'égard des usagers.

Par ailleurs, les publicités sur palissade de chantier et les supports d'affichage d'opinion sont également autorisés. Cette réintroduction a un impact limité sur le secteur patrimonial de la ZP1 car il s'agit pour la publicité sur palissade de chantier de support avec une durée d'installation limitée (à celle du chantier) et pour les supports d'affichage d'opinion, ces supports ont un format peu important (inférieure à 4 m²). Par ailleurs, la réintroduction l'affichage d'opinion et de la publicité relative aux activités des associations répond également aux obligations réglementaires du Code de l'environnement à savoir « *Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.* » (art. R.581-3 C. env.). Ces supports ont un impact limité sur leur environnement et permettent de répondre à un besoin des administrés mais également une obligation réglementaire.

L'ensemble de ces dispositions et justifications s'appliquent également aux lieux visés par l'article L.581-8 du Code de l'environnement couverts par la ZP2 – Espaces agglomérés à vocation principale d'habitat et d'équipements).

⁴⁰ Réponse parlementaire du 20/03/2012 à la question parlementaire n°94211 de Mme Zimmermann du 23/11/2010.

Dans la zone de publicité n°2 (ZP2 – Espaces agglomérés à vocation principale d’habitat et d’équipements) et ZP3c (zones d’activités hors ZP3a et ZP3b), la collectivité a décidé de mettre en place une réglementation adaptée à des espaces où subsiste peu de pression publicitaire. Ainsi, le RLP interdit :

- la publicité apposée sur clôture ;
- la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol ;
- les bâches publicitaires (y compris sur les bâches de chantier) ;
- la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- la publicité numérique (sauf sur mobilier urbain).

Ces règles permettront de garantir l’installation de dispositifs publicitaires mieux intégrés à leur environnement. Les publicités apposées sur mur et les publicités apposées sur mobilier urbain demeurent donc autorisées. La ville a souhaité préserver les espaces peu touchés par la pression publicitaire, comme les secteurs résidentiels et d’habitat.

A ce titre, la publicité apposée sur mur est autorisée mais limitée à 4,7 mètres carrés « *hors tout* » (affiche + encadrement) et 6 mètres de hauteur. Ces publicités sont interdites sur les murs de pierres apparentes et/ou sur les immeubles patrimoniaux listés au PLU. La règle de densité est également renforcée et simplifiée pour n’autoriser qu’une seule publicité par unité foncière.

Concernant la publicité apposée sur mobilier urbain, celle-ci est régie par la réglementation nationale⁴¹ excepté lorsqu’elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou locale, ou des œuvres artistiques. Dans ce cas, la publicité apposée à titre accessoire sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 2 mètres carrés, et 3 mètres de hauteur. La publicité numérique apposée sur mobilier urbain est autorisée dans les limites fixées ci-avant mais demeure interdite dans les lieux visés à l’article L.581-8 du code de l’environnement.

L’ensemble de ces règles doivent permettre à la ville de Châteaubriant de préserver la qualité de son territoire. Elles permettent également d’embellir ou de préserver les entrées de ville et d’éviter la présence de support de grand format (12m²) en ZP2. Les entrées de ville participent à la perception et l’image de la ville et dans cette optique le maintien de publicités ou préenseignes de grand format sur les espaces d’habitat n’a pas été souhaité par la commune.

En ZP3a (zones d’activités Horizon et Avenue Jean Moulin), la collectivité a souhaité instituer une réglementation qui participe à l’amélioration, la mutation des espaces d’activités et de leur perception dans le cadre de la phase 2 de l’action cœur de ville.

Ainsi, la commune a souhaité interdire en ZP3a :

- la publicité apposée sur clôture ;
- les bâches publicitaires (y compris sur les bâches de chantier) ;
- la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

⁴¹ Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l’environnement

Compte tenu de la faible présence des publicités sur mur et des formats observés sur le territoire, les publicités sur mur sont autorisées dans les mêmes conditions de format qu'en ZP2 (4,7m² maximum). La règle de densité est cependant renforcée (1 seule publicité par mur et unité foncière si celle-ci dispose d'un linéaire supérieur à 20m). Cette proposition permet d'éviter la surenchère et l'accumulation de supports sur ou aux abords des petites unités foncières tout en préservant les entrées de villes.

Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol font l'objet d'une réduction de leur format à 10,5m² (hors tout) et 6m de hauteur au sol. La règle de densité a été renforcée pour n'autoriser qu'une seule publicité par unité foncière dès lors que l'unité foncière dispose d'un linéaire sur rue ou espace public d'au moins 125m. Cette règle de densité permet l'installation de publicités/préenseignes uniquement sur les très grandes unités foncières des zones d'activités. Elle permet donc de maintenir certains supports tout en limitant leur impact et en dégagant visuellement les entrées de ville de la publicité.

La publicité numérique est autorisée uniquement en ZP3 dans la limite de 2m² et uniquement lorsqu'elle est installée sur mur ou sur mobilier urbain. Ces propositions visent à limiter l'impact de ces supports notamment sur les entrées de ville. Par ailleurs, leur visibilité sera garantie par la structure de l'entrée de ville notamment sur la zone horizon (ligne droite dégagée, large chaussée, vitesse limitée etc.).

En ZP3b (zones d'activités hors agglomération), la réglementation nationale continue de s'appliquer. Ainsi, les publicités et préenseignes demeurent interdites sauf les préenseignes dérogatoires et cela dans les conditions fixées par le Code de l'environnement.

L'ensemble des publicités et préenseignes est soumis à la plage d'extinction nocturne. Les publicités lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 6 heures, excepté celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services. Cette règle doit permettre de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs. Cet horaire d'extinction permet de tenir compte de la faible activité commerciale, touristique et routière sur Châteaubriant à partir de 22 heures. Elle participe également à la préservation et à la protection de l'activité nocturne de la biodiversité.

Par ailleurs, aucune publicité lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement. Les publicités lumineuses ne doivent pas être éblouissantes. L'objectif de ces règles est de préserver le paysage nocturne et diurne de la pollution lumineuse générées par les dispositifs lumineux.

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la réglementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement.

Par ailleurs, toute installation de publicité/préenseigne doit disposer d'une autorisation du gestionnaire de voirie dès lors qu'elle est installée sur le domaine public (communal, départemental, etc.).

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Sur l'ensemble du territoire, la commune a fait le choix d'interdire les enseignes sur :

- les arbres et les plantations ;
- les équipements publics concernant la circulation routière ou ferroviaire ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique ou téléphonique ;
- les installations d'éclairage public ;
- les auvents ou marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu (excepté en ZP3 – Zones d'activités).

Il a également décidé d'interdire les enseignes numériques sur l'ensemble du territoire sauf lorsqu'elles signalent un service d'urgence, une pharmacie ou une station-essence. L'objectif de ces règles est d'interdire l'implantation de dispositifs peu qualitatifs qui impacteraient les points de vue paysagers, fragilisés par l'installation d'enseignes de ce type. Cette interdiction doit permettre la mise en valeur et la mise en scène du paysage et du patrimoine naturel et historique du territoire et la lutte contre la pollution visuelle.

Des dispositions générales relatives à l'intégration des enseignes et aux soins apportés à leur installation sont également prévues par le RLP afin que les enseignes participent à la mise en valeur du territoire.

En ZP1 (Périmètre ORT), la collectivité a souhaité préserver les caractéristiques du centre-historique de Châteaubriant, déjà protégé en partie grâce aux périmètres de protection des monuments historiques. A ce titre, l'insertion des enseignes parallèles et perpendiculaires au bâtiment sur lequel elles sont installées a été une question primordiale permettant d'aboutir à une réglementation locale en accord avec les besoins des acteurs économiques locaux.

Ainsi, les enseignes parallèles au mur doivent respecter les règles suivantes :

- être implantées en-dessous des limites du 1^{er} étage, pour les activités exercées en rez-de-chaussée ;
- ne pas excéder une hauteur de 0,40 mètre de lettrage et 0,80m de bandeau ;
- se limiter à signaler le logo, la nature du commerce, le nom, la raison sociale du commerçant ; les horaires d'ouverture et les informations réglementées des professions réglementées.

Par ailleurs, la transparence des enseignes installées sur baies (vitrophanies, autocollants, etc.) ou encore la réalisation des enseignes en lettres prédécoupées sera également privilégiée afin de correspondre parfaitement aux prescriptions de l'architecte des bâtiments de France (ABF) dans ce secteur.

Par ailleurs, dans la ZP1a (rues commerçantes à valeur patrimoniale), la collectivité a également choisi d'encadrer les enseignes parallèles installées sur baies (vitrophanie extérieure, autocollant, etc.). La ville prévoit donc que ces enseignes soient limitées à une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré et que leurs surfaces cumulées ne puissent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.

Poursuivant le même objectif d'avoir des enseignes de qualité en ZP1, les enseignes perpendiculaires doivent respecter les règles suivantes :

- Ne pas excéder une enseigne par façade d'activité pour éviter toute saturation des façades ;
- Ne pas excéder 0,60m de saillie ni 0,80m de hauteur ;
- Être implantées au même niveau que l'enseigne parallèle au mur principal (sauf impossibilité architecturale ou technique) ;
- Être réalisées avec des matériaux conformes à ceux visés dans la Charte qualitative du cœur de ville.

L'ensemble de ces règles locales doivent permettre de créer une identité à ce secteur dans le cadre de l'Opération de revitalisation du territoire (ORT) et de prendre en compte les prescriptions de l'ABF. Elles permettront également une bonne insertion paysagère des enseignes sur le bâti et de respecter les lignes architecturales compte tenu du caractère patrimonial de la ZP1.

Toujours dans le but de préserver ce secteur, les enseignes sur clôture et les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, ont été interdites en ZP1. L'objectif étant de favoriser l'utilisation des enseignes en façade (parallèles et perpendiculaires) en priorité.

Bien qu'autorisées, les enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à une seule par voie bordant l'activité et 1,2 mètre de hauteur maximum. Le RLP pose donc un encadrement précis pour ce type d'enseigne ne bénéficiant, aujourd'hui, d'aucune réglementation propre au sein du Code de l'environnement. Ces règles permettent de tenir compte de l'existant et de leur utilisation par certains commerces du centre-ville. Il convient de préciser que ces enseignes doivent bénéficier d'une autorisation d'occupation du domaine public dès lors qu'elles sont installées sur le domaine public.

En ZP2 et ZP3, les enseignes parallèles au mur doivent être implantées en-dessous des limites du 1^{er} étage, pour les activités exercées en rez-de-chaussée.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une seule par façade d'activité et leur saillie ne peut excéder 0,80 mètre. L'objectif est de garantir une meilleure insertion des enseignes au bâtiment sur lequel elles sont installées. Les mesures proposées demeurent moins strictes car elles répondent aux enjeux observés à l'heure actuelle sur la commune. En effet, les supports en façade posent peu de problème paysager dans ces 2 secteurs.

En ZP2, (Espaces agglomérés à vocation principale d'habitat et d'équipements), les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 2 mètres carrés et 3 mètres de hauteur. Leur surface est portée à 6m² et 6m de hauteur en ZP3 (zones d'activités). En effet, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont un impact similaire aux publicités et préenseignes du même type. L'objectif de la réglementation est donc de tendre vers une limitation importante des formats des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol pour en limiter l'impact. Cette réduction de format est faite en cohérence vis-à-vis des règles proposées en matière de publicité et préenseignes. Ces dispositions ne sont pas applicables aux stations-services

compte tenu des obligations de signalisation de ces activités (prix des carburants etc.) et de leurs caractéristiques.

Les enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter les règles locales fixées en ZP1, à savoir une seule enseigne par voie bordant l'activité et 1,2 mètre de hauteur maximum. Le nombre de ces enseignes est porté à 2 par voie bordant l'activité en ZP3 (zones d'activités). Cette règle locale tient compte des caractéristiques des activités présentes dans ces zones (signalisation de l'entrée, la sortie de l'activité, du lieu de livraison, éventuellement du drive etc.).

En ZP2 et ZP3, les enseignes sur clôture sont limitées en nombre à une seule enseigne par voie bordant l'activité, 2m² de surface maximum. Les enseignes sur clôture doivent être installées parallèlement à la clôture.

En ZP2, des dispositions supplémentaires sont également prévues lorsque ces enseignes sont installées dans les périmètres de protection des monuments historiques. Ces dispositions visent également à garantir un impact minimum de ces enseignes sur le cadre de vie tout en permettant aux entreprises et commerçants d'user de ces supports. Pour renforcer la qualité de ces enseignes, ces dernières devront également être intégrées harmonieusement à leur support.

L'objectif est de limiter ce type d'enseigne parfois peu qualitative et dont les messages sont redondants avec les informations des enseignes en façade.

En ZP2 (Espaces agglomérés à vocation principale d'habitat et d'équipements), les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, les enseignes sur clôture et les enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent être cumulées entre elles. L'objectif est de maintenir différentes possibilités de signalisation pour les activités sans saturer ces espaces à vocation principale d'habitat et d'équipement pour la pression de la publicité extérieure est actuellement peu présente.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité et aux préenseignes, entre 22h00 et 06h00 pour harmoniser et préserver le paysage nocturne. Par ailleurs, le RLP précise qu'aucune enseigne lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement. Il interdit les enseignes lumineuses éblouissantes. Ces règles locales ont pour but de réaliser des économies d'énergie, de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs et leur impact sur le paysage diurne et nocturne.

La commune a également réglementé les enseignes hors agglomération. En effet, les enseignes implantées hors agglomération sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes installées en ZP2 (zone à vocation principale d'habitat et d'équipements).

Enfin, pour faciliter et harmoniser les règles applicables aux enseignes temporaires, la ville a également choisi de réglementer les enseignes temporaires de la même manière que les enseignes permanentes excepté pour les enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol signalant des opérations immobilières ou des travaux publics pour plus de 3 mois. Cette distinction permet de

prendre en compte les caractéristiques de ces enseignes qui nécessitent parfois d'avoir un format plus important, en l'occurrence 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur au sol maximum.

L'ensemble de ces règles a été établi de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.