

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

## 2. ORIENTATIONS POLITIQUES

Approuvé par DCM le 23 Octobre 2020

APPROBATION DU RLP		APPROBATION DES MODIFICATIONS DU RLP			APPLICATION DES MISES A JOUR		
Approbation du RLP Révisé	23 / 10 / 2020	1	6	1	7		
		2	7	2	8		
		3	8	3	9		
		4	9	4	10		
		5	10	5	11		
				6	12		



# SOMMAIRE

---

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>3</b>
--------------------------	----------

## **ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLP REVISE**

<b>1. ORGANISATION DU TERRITOIRE .....</b>	<b>7</b>
1.1 Les ensembles définies .....	7
1.2 Les principes des zones .....	7
<b>2. LES OBJECTIFS ET REGLES SOUHAITEES .....</b>	<b>8</b>
2.1 La zone de publicité H .....	8
2.2 La zone de publicité A .....	9
2.3 La zone de publicité E .....	10
2.4 La zone naturelle N .....	10
<b>3. LES DISPOSITIONS EXCLUES OU PARTIELLEMENT PRISES EN COMPTE.....</b>	<b>11</b>
<b>4. SCHEMA GENERAL D'ORIENTATION.....</b>	<b>12</b>



# INTRODUCTION

---

*La commune de SARREBOURG dispose d'un Règlement Local de Publicité (R.L.P.) arrêté par M le Préfet de la Moselle en date du 24 Octobre 2008 et applicable à partir de sa publication au recueil des Actes Administratifs du 16 décembre 2008.*

*Ce RLP remplaçait un règlement municipal de publicité datant du 30 décembre 1983.*

*Ce RLP a été révisé par un groupe de travail sous couvert de la Préfecture, tel que le contexte réglementaire l'exigeait à cette époque.*

*La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite «Grenelle 2», a induit une réforme importante de la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et pré-enseignes, entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Son objectif majeur est d'améliorer le cadre de vie, de lutter contre les nuisances visuelles et de réduire les consommations énergétiques.*

*Par délibération en date du 2 juillet 2018, la commune a décidé de lancer la révision générale de son RLP, pour continuer à appliquer sur le ban communal des règles adaptées au contexte local. Ce nouveau RLP permettra également de faire coïncider les dispositions réglementaires en matière d'affichage, au développement urbain prévu par le Plan Local d'Urbanisme en vigueur.*

*Suite au constat du diagnostic, relatant notamment les difficultés et manques du RLP de 2008, il est nécessaire de nettoyer les règles et de faire évoluer le zonage en accord avec les récentes extensions du tissu urbain.*

*Ce présent document pose les bases des orientations et choix politiques du nouveau RLP révisé, les objectifs à obtenir, le zonage à définir, permettant ensuite d'écrire les dispositions réglementaires du règlement.*



---

# **ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLP REVISE**





# 1. ORGANISATION DU TERRITOIRE

Le règlement local de publicité (RLP) permet d'adapter au contexte local, les règles d'affichages en matière d'enseigne et de publicités. Celles-ci doivent être différentes dans les espaces agglomérés et les espaces non-agglomérés. De plus, les besoins en termes d'affichage ainsi que le respect du paysage urbain, diffèrent selon la typologie du tissu urbain.

Par conséquent, il est nécessaire de diviser le territoire communal en plusieurs zones où les règles seront adaptées.

## 1.1 Les ensembles définis

Le RLP définira principalement deux ensembles :

-les espaces en agglomération.

Les enseignes et publicités, et d'autres formes d'affichage, seront autorisés dans ces espaces.

Les règles devront être adaptées selon que la typologie du tissu urbain soit à dominante résidentielle ou d'activités économiques.

La limite de ces zones coïncidera avec les limites administratives définies par les panneaux routiers normalisés EB10 et EB20.

-les espaces hors-agglomération.

Il s'agit des espaces situés au-delà des limites administratives d'agglomération, marquées par les panneaux routiers EB10/EB20.

D'une manière générale, les règles nationales du code de l'Environnement en matière d'affichage, très restrictives, s'appliqueront dans ces espaces.

Cependant, plusieurs secteurs économiques périphériques existent en dehors des limites administratives de l'agglomération. Aussi, des dispositions réglementaires fixent les règles d'affichage spécifiques pour ces secteurs.

Dans le reste du territoire communal, non urbanisé, les dispositions du Règlement National s'appliqueront.

L'ensemble de ces zones couvriront la totalité du ban communal.

En outre, le RLP révisé proposera de nouveaux périmètres de protection aux abords des Monuments Historiques, en remplacement des périmètres circulaires de 500 m de la loi LCAP de 2016. Les nouveaux périmètres, dénommés Périmètres Délimités aux Abords des Monuments Historiques (PDA) seront inscrits dans le plan de zonage sous forme de secteurs spécifiques.

## 1.2 Les principes des zones

En application des principes décrits dans le paragraphe précédent, le RLP va créer quatre zones :

-la Zone de Publicité H, correspondant au tissu urbain aggloméré à dominante résidentielle, où l'affichage sera possible, mais les règles contraignantes pour préserver l'esthétique du paysage urbain. Une partie de cette zone sera couverte par le périmètre protégé au titre des Monuments Historiques, et sera représenté par un secteur Hp.

-la Zone de Publicité A, correspondant au tissu urbain aggloméré à dominante d'activités économiques, où l'affichage sera possible, avec des règles plus souples que dans la zone H, les besoins en communication étant plus soutenus dans cette zone.

Cependant, une partie de cette zone est couverte par un PDA, et un secteur Ap correspondant sera créé, où les règles d'affichage seront plus contraignantes.

-la Zone de Publicité E, correspondant aux zones d'activités économiques périphériques, situées en dehors des limites administratives de l'agglomération. Les règles définies permettront d'autoriser la pose d'enseigne et de publicités sous conditions, dans ces zones économiques, tout en préservant l'esthétique du paysage rural autour des routes départementales et nationales bordant ces zones.

Les règles édictées s'inspireront de celles de la zone A.

La Zone Naturelle N, concernera le reste du banc communal, couvrant les zones non agglomérées naturelles et rurales, où s'appliqueront les règles nationales du code de l'environnement.

Une partie de cette zone est couverte par un PDA de Monuments Historiques, où un secteur Np correspondant sera créé, avec l'interdiction d'afficher.

## 2. LES OBJECTIFS ET REGLES SOUHAITEES

### 2.1 La Zone de Publicité H

Il s'agit de la zone agglomérée à dominante résidentielle. Elle correspond à la ZPR 1 de l'ancien RLP.

TYPE DE DISPOSITIF	ORIENTATIONS PRINCIPALES
Enseignes au sol	-fixer la surface et la hauteur des dispositifs scellés au sol (cf RLP 2008), avec une hauteur plus réduite en secteur patrimonial (PDA) -réglementer les <b>dispositifs sur pied et leur densité</b> , le règlement national étant trop souple -interdire les kakémonos
Enseignes sur façade	-fixer la surface des enseignes par rapport à la surface totale de la façade d'établissement (cf RLP 2008) -définir les notions utilisées : enseignes découpées, vitrophanie non publicitaire, ... -supprimer la règle existante concernant le <b>nombre d'enseignes</b> sur façade, la règle s'avérant inutile -harmoniser les hauteurs de lettres en secteur patrimonial (PDA), sur proposition de l'ABF -enseignes sur clôtures, même aveugles, interdites
Enseignes-drapeaux	-fixer la surface et la hauteur des dispositifs (cf RLP 2008) -réglementer les <b>drapeaux posés sur mât</b> , pour les seuls établissements en retrait de la voie publique
Enseignes sur toiture	-maintenir l'interdiction actuelle
Affichage temporaire	-les enseignes <b>temporaires sont tolérées</b> pendant 3 mois - <b>autoriser les bâches</b> concernant les manifestations associatives pendant une durée limitée
Dispositifs spéciaux : ballons, structures gonflables	-maintenir l'interdiction existante (cf RLP 2008) -bâches publicitaires uniquement tolérées sur palissades de chantier avec des règles de surface et de nombre (cf RLP 2008), hormis dans les secteurs patrimoniaux (PDA)
Publicités sur pied	-maintenir l'interdiction existante
Publicités en façade	-fixer le nombre et les critères d'installation par rapport aux limites murales (cf RLP 2008) -la surface utile de ces dispositifs sera de <b>8 m<sup>2</sup> max</b> (cf RLP de 2008), avec une largeur max pour les bordures.
Micro affichage insert	-créer une règle limitant à un <b>seul dispositif</b> réduit par façade
Dispositifs numériques et éclairage	-maintenir l'interdiction existante <b>pour les publicités et enseignes digitales</b> , hors croix de pharmacie (cf RLP 2008) -dispositifs d'éclairage interdits pour les publicités -fixer des heures d'extinction de l'éclairage pour les enseignes
Systèmes de projection ou peintures au sol	-interdire ces dispositifs

## 2.2 La Zone de Publicité A

Il s'agit de la zone agglomérée à dominante d'activités économiques, couvrant les Zones d'Activités Economiques à l'intérieur de l'agglomération. Elle correspond à la ZPR 2 de l'ancien RLP.

TYPE DE DISPOSITIF	ORIENTATIONS PRINCIPALES
<b>Enseignes au sol</b>	-fixer la surface et la hauteur des enseignes au sol (cf RLP 2008) - <b>réglementer les dispositifs</b> sur pied et leurs densités -autoriser les supports sur plusieurs pieds, les kakémonos, et fixer leurs dimensions et hauteurs
<b>Enseignes sur façade</b>	-définir les notions utilisées : enseignes découpées, vitrophanie -supprimer la règle existante concernant <b>le nombre d'enseignes</b> sur façade, la règle s'avérant inutile -fixer la surface des enseignes par rapport à la surface totale de la façade d'établissement (cf RLP 2008) -les enseignes sur clôtures, même aveugles sont interdites
<b>Enseignes-drapeaux</b>	-fixer la surface et la hauteur des dispositifs (cf RLP 2008) -réglementer les <b>drapeaux posés sur mât</b> , pour les seuls établissements en retrait de la voie publique
<b>Enseignes sur toiture</b>	-autoriser ces dispositifs en fixant leurs dimensions, leur hauteur et les sites d'implantation -adapter les règles <b>aux supports posés</b> sur pied contre les façades de structures légères et les serres, ne pouvant supporter directement des enseignes sur façade -Interdire ces dispositifs en secteur patrimonial (PDA)
<b>Affichage temporaire</b>	-les <b>enseignes temporaires</b> sont tolérées pendant 3 mois -autoriser les bâches concernant les manifestations associatives pendant une durée limitée
<b>Dispositifs spéciaux : ballons, structures gonflables</b>	-maintenir l'interdiction -bâches publicitaires uniquement tolérées sur palissades de chantier avec des règles de surface et de nombre (cf RLP 2008)
<b>Publicités sur pied</b>	-fixer les hauteurs et le nombre de faces visibles (cf RLP 2008) -la surface utile de ces dispositifs sera <b>de 8 m<sup>2</sup> max</b> (cf RLP de 2008), avec une largeur max pour les bordures. -remplacer les règles relatives à la densité dans le RLP sortant, par les règles de densité du règlement national -réglementer les <b>« sucettes »</b> (petits dispositifs sur pied de moins de 2,50 m <sup>2</sup> ), leurs dimensions et leurs nombres -interdire les dispositifs dont les faces d'affiches sont visibles depuis les routes départementales et nationales hors-agglomération. -Interdire ces dispositifs en secteur patrimonial (PDA)
<b>Publicités en façade</b>	-fixer le nombre et les critères d'installation par rapport aux limites murales (cf RLP 2008) -la surface utile de ces dispositifs sera de <b>8 m<sup>2</sup> max</b> (cf RLP de 2008), avec une largeur max pour les bordures. -interdire les dispositifs dont les faces d'affiches sont visibles depuis les routes départementales et nationales situées hors-agglomération.
<b>Micro affichage insert</b>	-créer une règle limitant à un seul dispositif réduit par façade
<b>Dispositifs numériques et éclairage</b>	-fixer des heures d'extinction de l'éclairage -les <b>publicités digitales de 8 m<sup>2</sup></b> à une seule face sont autorisées uniquement sur pied -les enseignes digitales sont interdites, hors croix de pharmacie -les <b>règles de densité des publicités digitales</b> reprennent la réglementation nationale -Interdire les publicités lumineuses et l'éclairage en secteur patrimonial (PDA)
<b>Systèmes de projection ou peintures au sol</b>	-interdire ces dispositifs

## 2.3 La Zone de Publicité E

Il s'agit des récentes Zones d'Activités Economiques (ZAE) qui se sont développées à l'Extérieur des limites administratives de l'agglomération, marquées par les panneaux routiers EB10/EB20.

Le RLP va introduire la possibilité d'afficher dans ces zones, ou la demande en communication est soutenue.

TYPE DE DISPOSITIF	ORIENTATIONS PRINCIPALES
Enseignes au sol	Les règles concernant les enseignes reprennent celles de la zone de publicité A. Aucun secteur patrimonial (PDA) dans cette zone.
Enseignes sur façade	
Enseignes-drapeaux	
Enseignes sur toiture	
Affichage temporaire	
Dispositifs spéciaux : ballons, structures gonflables	Les règles concernant les publicités reprennent celles de la zone de publicité A, Avec des dispositions supplémentaires : -les publicités temporaires et sur bâches <b>sont interdites</b> , -les <b>dispositifs numériques</b> sont interdits, pour limiter l'impact sur le paysage environnant : ces zones ont des surfaces réduites et sont bordées par de grands axes de circulation en milieu non aggloméré, -les publicités ne devront pas être éclairées, -les <b>surfaces de communication des publicités</b> ne doivent pas être visibles depuis les routes départementales et nationales situées hors agglomération.  Aucun secteur patrimonial (PDA) dans cette zone.
Publicités sur pied	
Publicités en façade	
Micro affichage insert	
Dispositifs numériques et éclairage	
Systèmes de projection ou peintures au sol	

## 2.4 La Zone Naturelle N

Il s'agit du reste du territoire communal, non couvert par l'une des zones de publicité précédentes, dans le secteur non aggloméré. Elle est occupée par les espaces ruraux, naturels et forestiers.

TYPE DE DISPOSITIF	ORIENTATIONS PRINCIPALES
Enseignes	Elles sont interdites, sauf cas particuliers liés aux loisirs. Les activités économiques dans cette zone sont rares. Des règles sont édictées pour les <b>installations liées aux loisirs</b> ou à l'accueil du public : golf, forêt, lieu de patrimoine.
Affichage temporaire	<b>Interdit</b> , même pour les activités <b>immobilières</b>
Publicité	<b>Interdites</b> Application des règles nationales
Pré-enseignes générales	<b>Interdites</b> (panneaux de grande dimension) Application des règles nationales
Pré-enseignes dites « dérogatoires »	Application des <b>règles nationales</b> telles qu'elles existent Interdites dans le secteur patrimonial (PDA) aux abords de la nécropole rue de Verdun, sur demande de l'ABF.
Dispositifs spéciaux : ballons, structures gonflables	Interdit Application des règles nationales

### 3. DISPOSITIONS EXCLUES OU PARTIELLEMENT PRISES EN COMPTE

En sus des dispositifs cités dans les paragraphes précédents, le RLP sortant instaurait des règles supplémentaires concernant d'autres formes d'affichage ou de communication.

Les dernières évolutions législatives ont depuis exclu ces règles des RLP grenellien, ces dispositifs relevant d'autres codes législatifs.

TYPE DE DISPOSITIF	LEGISLATION APPLICATIVE
Affichage sur véhicules, dispositifs mobiles ou vêtements	Article R. 581-48 C. Env. portant sur les véhicules à caractère principalement publicitaires. Les autres véhicules de sociétés avec marquage sur carrosserie, non essentiellement à caractère publicitaire, ne sont pas régis par le Code de l'Environnement.
Affichage administratif et légal	Régi par les dispositions légales administratives, cet affichage étant imposé. Il s'agit des plaques professionnelles des professions réglementées ou ordinaires.
Micro-signalétique locale	Il s'agit de la Signalétique d'Initiative Locale, relevant du Code de la Route, du CGCT et des instructions ministérielles de la sécurité routière. En outre, le Département de la Moselle a instauré une charte instaurant des modèles pour les dispositifs de SIL. Cette charte sera annexée au RLP.
Affichage sur pied mobile sur trottoir	Il s'agit d'une occupation du domaine public (DP). Les règles de la domanialité publique s'appliquent. Une charte d'occupation du DP, avec ou sans redevance, pourrait être mise en place.
Affichage sur mobilier urbain à caractère publicitaire	-Ce mobilier fait l'objet de contrats ou concessions dont les règles sont précisées dans un cahier des charges du concédant. -Dans le cas d'un mobilier urbain privé posé sur le domaine public, il s'agit d'une autorisation d'occupation du DP : contrat ou concession.  Les dispositions des cahiers de charges des contrats et concessions devront être cohérentes avec les dispositions du RLP, et suivre les règles du RLP en matière de publicités lumineuses ou non lorsqu'elles sont précisées dans le règlement.  -pour les affichages temporaires liés à des manifestations de loisirs (cirque), le maire gèrera cette communication au cas par cas.

