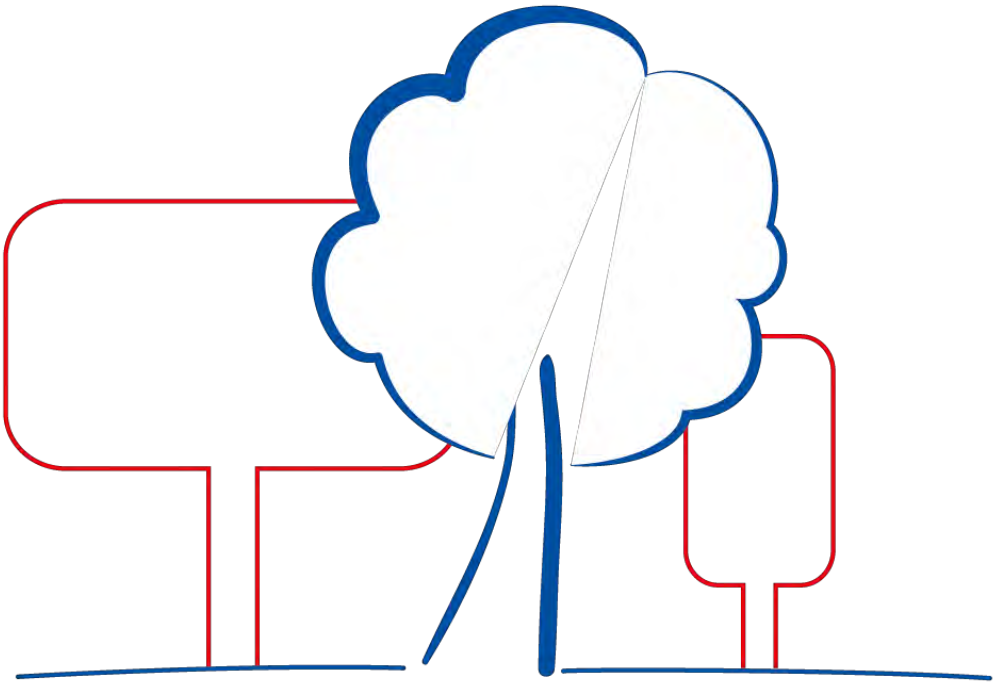
Règlement Local de Publicité

Dossier approuvé par le Conseil Communautaire
de Limoges Métropole en date du

18 décembre 2020



LIMOGES

Règlement Local de Publicité

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

LIMOGES
ARTS DU FEU ET INNOVATION
DESIGNEE VILLE CREATIVE DE L'UNESCO DEPUIS 2017

Contenu du dossier

1 Délibérations

2 Rapport de Présentation

3 Règlement

4 Annexes

- Annexe 1 : Arrêté fixant les limites d'agglomération
- Annexe 2 : Carte du territoire aggloméré
- Annexe 3 : Carte du zonage publicité
- Annexe 4 : Carte du zonage enseignes
- Annexe 5 : Carte des emplacements désignés à l'article P.1.3 du règlement
- Annexe 6 : Tableaux de synthèse du règlement

Règlement Local de Publicité

1 DÉLIBÉRATIONS

LIMOGES

Règlement Local de Publicité

Dossier approuvé par le Conseil Communautaire de Limoges Métropole en date du 18 décembre 2020

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

LIMOGES ARTS DU FEU ET INNOVATION DÉSIGNÉE VILLE CRÉATIVE DE L'UNESCO DEPUIS 2017

LIMOGES METROPOLE - COMMUNAUTE URBAINE

EXTRAIT DES PROCES VERBAUX DES DELIBERATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE SEANCE DU 18 DECEMBRE 2020

L'an deux mille vingt le vendredi dix-huit décembre à dix-huit heures, le conseil communautaire de Limoges Métropole - Communauté urbaine, légalement convoqué le 11 décembre 2020, par le Président, s'est réuni en séance publique à la Maison de la Région Nouvelle Aquitaine à Limoges, salle Gérard Vandenbroucke, sous la présidence de Guillaume GUERIN, Président.
Sébastien LARCHER, Conseiller Communautaire, désigné au scrutin de l'ouverture de la séance, remplit les fonctions de secrétaire.

Etaient présents :
M. Guillaume GUERIN, M. Bernard THALAMY, M. Emile-Roger LOMBERTIE, M. Gilles BEGOUT, M. Fabien DOUCET, M. Gilles TOULZA, Mme Catherine MAUGUIEN-SICARD, M. Jean-Luc BONNET, M. Gaston CHASSAIN, Mme Emilie RABETEAU, M. Jean-Marie LAGEDAMONT, M. Pascal ROBERT, M. Philippe JANICOT, Mme Sylvie ROZETTE, M. Vincent LEONIE, Mme Julie LENFANT, Mme Marie-Eve TAYOT, M. François POIRSON, M. Jacques ROUX, M. Marc BIENVENU, Mme Samia RIFFAUD, M. Pascal THEILLET, M. Vincent JALBY, M. Joël GARESTIER, M. Rémy VIROULAUD, M. Ludovic GERAUDIE, M. Serge ROUX, M. Franck DAMAY, Mme Martine BOUCHER, Mme Monique DELPI, M. Sébastien LARCHER, Mme Marie-Claude BODEN, M. Laurent LAFAYE, Mme Hélène CUEILLE, Mme Marie LAPLACE, Mme Corinne JUST, M. Denis LIMOUSIN, M. Gilbert BERNARD, M. Michel CUBERTAFOND, Mme Isabelle DEBOURG, M. Ibrahima DIA, M. Olivier DUCOURTIEUX, M. Jérémy ELDID, M. Jamal FATIMI, Mme Amandine JULIEN, Mme Geneviève LEBLANC, Mme Isabelle MAURY, M. Thierry MIGUEL, M. Laurent OXOBY, M. Matthieu PARNEIX, M. Philippe PAULIAT-DEFAYE, Mme Nadine RIVET, Mme Corinne ROBERT, Mme Sarah TERQUEUX, Mme Patricia VILLARD, Mme Gülsen YILDIRIM, Mme Shérazade ZAITER, Mme Rhabira ZIANI BEY, Mme Pascale ETIENNE, Mme Jocelyne LAVERDURE DELHOUME, Mme Martine TABOURET, Mme Anne-Marie COIGNOUX

Absents excusés représentés par un suppléant :
M. Claude BRUNAUD est représenté par Mme Nadège SENAMAUD
M. Claude COMPAIN est représenté par Mme Nathalie FONTAINE

Absents excusés avec délégation de pouvoirs :
M. Vincent BROUSSE donne pouvoirs à M. Guillaume GUERIN
M. Vincent REY donne pouvoirs à M. Emile-Roger LOMBERTIE
Mme Sarah GENTIL donne pouvoirs à M. Emile-Roger LOMBERTIE
M. Alexandre PORTHEAULT donne pouvoirs à Mme Emilie RABETEAU
M. Jean-Yves RIGOUT donne pouvoirs à M. Pascal ROBERT
Mme Sylvie BILLAT donne pouvoirs à M. Gilles BEGOUT
Mme Nathalie MEZILLE donne pouvoirs à M. Guillaume GUERIN
Mme Nezha NAJIM donne pouvoirs à Mme Marie-Eve TAYOT
M. Alain BOURION donne pouvoirs à Mme Pascale ETIENNE
Mme Nadine BURGAUD donne pouvoirs à M. Gaston CHASSAIN

L'ORDRE DU JOUR EST

Approbation de la révision générale du Règlement Local de Publicité (RLP) du Plan Local d'Urbanisme (PLU) de la commune de Limoges

N° 18.1

M. LEONIE Vincent, rapporteur, s'exprime en ces termes :

Mes chers collègues,

REÇU EN PREFECTURE
le 23/12/2020
Application agréée E-legalite.com
99_DE-087-248719312-20201218-DL2020387H1

Le conseil municipal de la commune de Limoges a prescrit la révision générale du Règlement Local de Publicité (RLP) le 13 décembre 2016**.**

La commune a exprimé de manière formelle sa volonté que la procédure entamée par la commune soit poursuivie jusqu'à son terme par Limoges Métropole après le transfert de compétence relative à l'élaboration des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) en date du 27 mars 2017.

Projet :

Un RLP édicte des prescriptions applicables aux publicités, enseignes et pré enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national de publicité peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale et, dans une certaine mesure, la sécurité routière constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.
Concernant le RLP, au vu du diagnostic réalisé sur le territoire et en fonction de ses spécificités, des orientations en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement ont été définies. Elles constituent le fondement sur lequel a été élaboré le projet.

La tenue du débat sur les orientations générales a été formalisée par une délibération du conseil communautaire en date du 21 décembre 2018.
Le projet de révision générale du RLP de la commune de Limoges a ensuite été arrêté en conseil communautaire le 26 septembre 2019 en application de l'article L153-14 du Code de l'urbanisme.

Conformément aux articles L103-3 à L103-6 du Code de l'urbanisme, le bilan de la concertation a été dressé à cette occasion.

Procédure :

Conformément à l'article L581-14-1 du Code de l'environnement, le projet de révision générale a été soumis pour avis aux Personnes Publiques Associées (PPA), le mercredi 9 octobre 2019. Les PPA ont rendu des avis favorables assortis de recommandations. La Commission Départementale compétente en matière de Nature, de Paysages et de Sites (CDNPS) a été saisie le 9 octobre 2019. Le projet de révision générale est passé en commission le mardi 10 décembre 2019 et a fait l'objet d'un avis favorable avec des recommandations.

Par arrêté en date du 30 janvier 2020, le Président de Limoges Métropole a prescrit l'ouverture de l'enquête publique. Elle a été ouverte le lundi 24 février 2020, puis suspendue le jeudi 12 mars 2020 pour cause de COVID, puis réouverte le lundi 21 septembre 2020 jusqu'au vendredi 2 octobre 2020 soit une durée effective de 30 jours, conformément aux articles L153-11 et suivants, ainsi qu'aux articles L 153-31 et suivants du Code de l'urbanisme, et aux articles L123-1 et suivants, ainsi qu'aux articles R123-1 et suivants, et L581-14 et suivants du Code de l'environnement.

REÇU EN PREFECTURE
le 23/12/2020
Application agréée E-legalite.com
99_DE-087-248719312-20201218-DL2020387H1

Déroulement de l'enquête publique et suites données :

La mise en place de l'enquête publique s'est faite conjointement entre les représentants de Limoges Métropole, de la commune de Limoges et le commissaire enquêteur.

Le dossier était intégralement consultable sur les sites internet de la commune et de Limoges Métropole et aussi disponible en version papier à l'hôtel de Ville et aux mairies annexes de la commune de Limoges ainsi qu'au siège de la communauté urbaine.

Le procès-verbal de synthèse a été établi par le commissaire enquêteur en date du lundi 5 octobre 2020 et a été réceptionné le même jour par Limoges Métropole.

Un mémoire en réponse a été transmis de façon dématérialisée au commissaire enquêteur le jeudi 15 octobre 2020 par Limoges Métropole.

Le rapport et les conclusions ont été transmis par le commissaire enquêteur en date du vendredi 30 octobre 2020. Le commissaire enquêteur a rendu un avis favorable sans recommandation.

Les remarques faites lors de l'enquête publique et les avis rendus par les personnes publiques et organismes associés justifient quelques évolutions mineures du projet de RLP arrêté, exposées dans les annexes jointes à la présente délibération.
Ces ajustements et évolutions mineurs sont issus des résultats de la consultation des PPA, des autres organismes et de l'enquête publique.

L'annexe de la délibération reprend toutes les observations émises durant l'enquête et les réponses apportées par Limoges Métropole conjointement avec la commune de Limoges.

Les modifications apportées suite à l'enquête ne modifient pas la philosophie du RLP. Les adaptations mineures résultant de l'enquête ne sauraient remettre en cause l'intérêt général de la démarche au service de la qualité de vie des habitants, et notamment de la mise en valeur des paysages, de la lutte contre la pollution visuelle, de la réduction de la facture énergétique nationale, et, dans une certaine mesure, de la sécurité routière.

En conclusion, les évolutions apportées ont permis d'affiner le projet notamment du point de vue de son règlement écrit**.**
La délibération d'approbation du RLP fera l'objet d'un affichage en mairie pendant le délai d'un mois et d'une diffusion en caractères apparents dans un journal d'annonces légales, diffusé dans le département, conformément aux dispositions de l'article R123-25 du Code de l'urbanisme.

La délibération d'approbation du RLP sera transmise au Préfet du département dans le cadre du contrôle de légalité.

Elle sera exécutoire à compter de sa réception en Préfecture et de l'accomplissement des mesures de publicité.
Le dossier de RLP approuvé sera consultable en format papier à la mairie de Limoges et au siège de Limoges Métropole, aux jours et horaires d'ouverture ainsi que sur le site internet de la commune de Limoges.

REÇU EN PREFECTURE
le 23/12/2020
Application agréée E-legalite.com
99_DE-087-248719312-20201218-DL2020387H1

Considérant que les modifications apportées sont ponctuelles et mineures, et ne remettent pas en cause la philosophie du RLP, il peut donc être approuvé.

Considérant que le dossier de révision générale du RLP de la commune de Limoges tel qu'il est présenté au conseil communautaire est prêt à être approuvé conformément aux dispositions de l'article L153-21 du Code de l'urbanisme,

le conseil communautaire décide :

- d'approuver le RLP de la commune de Limoges tel qu'il est annexé,

- d'autoriser le Président à signer tout document afférant à cette révision générale du RLP de la commune de Limoges.

ADOPTE A L'UNANIMITE

POUR EXTRAIT CONFORME
Guillaume GUERIN
Président Limoges Métropole
Communauté urbaine

Conformément au Code général des Collectivités Territoriales
Formalités de publicité effectuées le mercredi 23 décembre 2020

REÇU EN PREFECTURE
le 23/12/2020
Application agréée E-legalite.com
99_DE-087-248719312-20201218-DL2020387H1

RÉPUBLIQUE FRANCAISE - DÉPARTEMENT DE LA HAUTE-VIENNE

COMMUNE DE LIMOGES

EXTRAIT DES PROCÈS-VERBAUX
DES DÉLIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

SÉANCE du 13 DÉCEMBRE 2016

L'an deux mille seize, le treize décembre à dix-neuf heures, le Conseil Municipal de la Commune de Limoges, légalement convoqué le 7 décembre 2016 en séance publique par M. le Maire, s'est réuni en l'Hôtel de Ville dans la salle ordinaire de ses séances, sous la présidence de M. LOMBERTIE, Maire.

M. BERNARD, désigné au scrutin de l'ouverture de la séance, remplit les fonctions de secrétaire.

Sont présents :

M. LOMBERTIE, Maire, M. GUERIN, Mmes GLANDUS, DEBOURG, M. LEONIE, Mme GENTIL, M. VIROULAUD, Mme RIVET, M. PAULIAT-DEFAYE, Mme VERCOUSTRE, MM. HANUS, LAGEDAMONT, Mmes MAUGUIEN-SICARD, ROZETTE, M. JALBY, Mme SCHWAEDERLE, Adjoints, Mmes STIEVENARD, DUPRE, MM. BIENVENU, BRUTUS, CUBERTAFOND, Mme CHAMPION-GAUTHIER, M. ADAMSKI, Mmes MINEL, ROBERT, MM. TOURE, AMROUCHE, Mmes TREHET, ARAUJO DA COSTA, MM. REY, MERCIER, Mme BARRUCHE, MM. VAREILLE, BERNARD, Mmes SOURY, MANIGAUD, MM. REILHAC, DESTRUHAUT, Mmes ROTZLER, MARTY, M. GERARD, Conseillers municipaux

Absents excusés avec délégation de pouvoirs :

M. UHLEN, M. LAFOND, M. COINAUD, Mme PIQUET-LAVAIRE, Mme MAURY, M. GALATEAU, Mme GRESPIER, Mme JULIEN, M. RODET, Mme BEAUBATIE, Mme ROBERT-KERBRAT, M. CHALANGEAS qui ont donné respectivement pouvoir à M. GUERIN, M. GERARD, Mme DEBOURG, Mme STIEVENARD, M. ADAMSKI, M. LEONIE, M. LAGEDAMONT, M. MERCIER, Mme BARRUCHE, Mme MANIGAUD, Mme ROTZLER, M. BERNARD

Absents :

Mme RAHMAOUI, M. STOICHITA-PAPILIAN

L'ORDRE DU JOUR EST

Prescription de la révision du Règlement Local de Publicité

N° 14.2

Mme Sarah GENTIL, rapporteur, s'exprime en ces termes :

Mes chers collègues,

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document de planification de la publicité extérieure sur la commune qui permet de règlementer l'affichage publicitaire et les enseignes afin de protéger le cadre de vie.

Au regard des nouvelles dispositions législatives, ce Règlement Local de Publicité reste valable jusqu'au 13 juillet 2020. Au-delà de cette date, s'il n'est pas révisé, il deviendra caduc et les compétences d'instruction et de police de la publicité dépendront du Préfet.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (Grenelle II) a modifié les dispositions législatives et réglementaires du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes. A ce titre, l'élaboration, la révision ou la modification d'un Règlement Local de Publicité doit être conforme aux procédures administratives qui s'imposent aux Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) par le code de l'urbanisme.

Cette nouvelle génération de Règlements Locaux de Publicité ne pouvant être que plus restrictifs que la règlementation nationale, elle doit répondre à des enjeux tels que la protection du cadre de vie, des paysages et la prévention des nuisances visuelles.

La Ville de Limoges possède un Règlement Local de Publicité (RLP), dont la première version a été publiée le 28 juillet 1999. Il a fait l'objet d'une révision approuvée le 30 janvier 2007 et en vigueur depuis le 1er mars 2007.

La Ville mène, depuis 2012, la révision de son Plan Local d'Urbanisme. Les travaux sur le Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD) et le Projet de Ville ont amené un éclairage nouveau pour le projet urbain de Limoges. En effet, les orientations générales définies et qui seront déclinées dans les documents du PLU ont l'ambition d'une réelle amélioration de la qualité du cadre de vie et la valorisation de l'identité forte de la ville à travers ses trois composantes (ville-campagne, ville-route, ville-centre). Au regard des enjeux majeurs que constituent la valorisation des espaces publics du centre-ville, la restructuration des entrées de ville et l'amélioration des transitions sur les secteurs stratégiques que sont notamment la Vienne et l'Aurence, il est nécessaire d'assurer une cohérence de l'ensemble de l'appareil réglementaire ayant vocation à l'organisation et la maîtrise du développement urbain.

Dans ce contexte, il apparaît indispensable de réviser le Règlement Local de Publicité de Limoges afin de promouvoir une politique environnementale en matière de publicité extérieure. Aussi, il est proposé de fixer les objectifs suivants :

1. adapter le RLP aux nouvelles dispositions légales et réglementaires ;
2. maîtriser la densité d'affichage publicitaire en particulier le long des axes routiers structurants ;
3. assurer un équilibre entre les enjeux économiques forts du territoire et le développement des enseignes publicitaires ;
4. veiller à la préservation du patrimoine bâti et paysager en édictant une règlementation adaptée aux spécificités du centre-ville et des secteurs de sensibilité paysagère (entrées de villes notamment…) ;
5. limiter la présence de dispositifs à fort impact tels que les affichages lumineux, notamment numériques.

En application de l'article L. 103-2 et suivants du code de l'urbanisme, le conseil municipal doit également délibérer sur les modalités de concertation associant, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales, les personnes publiques associées et les autres personnes concernées. Les modalités de la concertation sont proposées comme suit :

- informations sur le site internet de la Ville ;
- information dans le bulletin municipal ;
- ouverture d'un registre disponible en mairie (et mairies annexes de Landouge et Beaune les Mines) en vue de recueillir les observations du public pendant toute la durée de la procédure avec la mise à disposition du dossier de révision du règlement local de publicité comprenant les pièces communicables, pièces pouvant évoluer au fur et à mesure de l'avancée du projet ;

- organisation de réunions publiques ;
- réunions avec les professionnels ainsi qu'avec les personnes publiques associées.

À l'issue de cette concertation, le Maire présentera en conseil municipal le bilan de la concertation et arrêtera le projet de règlement local de publicité. Ce dernier sera soumis pour avis à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites puis à enquête publique afin d'être approuvé par délibération du conseil municipal.

VU le code général des collectivités territoriales ;

VU le code de l'environnement, notamment les articles L. 581-14 et suivants ;

VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-8 et suivants, L. 103-2 et suivants, et R.153-20 et suivants ;

Je vous demande :

1) de prescrire la révision du Règlement Local de Publicité ;
2) d'approuver les objectifs proposés et les modalités de la concertation.

Conformément aux articles R.153-20 et suivants du code de l'urbanisme, la présente délibération fera l'objet d'un affichage en mairie durant un mois, d'une publication au recueil des actes administratifs de la commune et d'une mention insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département.

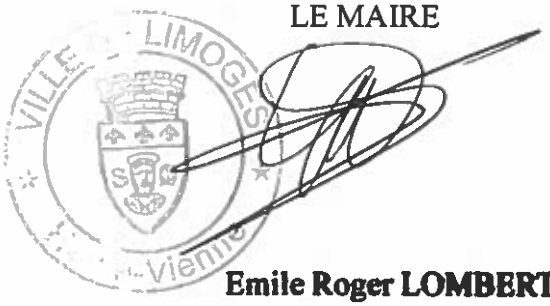
Elle sera également notifiée au Préfet, conformément à l'article L.153-11 du code de l'urbanisme, ainsi qu'aux autres personnes publiques associées mentionnées aux articles L132-7 et L132-9 du code de l'urbanisme.

La présente délibération sera exécutoire à compter de sa réception en Préfecture et de l'accomplissement de l'ensemble des mesures de publicité.

ADOPTÉ À L'UNANIMITÉ

POUR EXTRAIT CONFORME

LE MAIRE



Emile Roger LOMBERTIE

Conformément au Code général des
Collectivités Territoriales
Formalités de publicité effectuées
le 20/12/2016

COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION LIMOGES METROPOLE

EXTRAIT DES PROCES VERBAUX
DES DELIBERATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE
SEANCE DU 21 DECEMBRE 2018

L'an deux mille dix-huit le vendredi vingt-et-un décembre à seize heures trente, le conseil communautaire de la Communauté d'Agglomération Limoges Métropole, légalement convoqué le 14 décembre 2018 en séance publique par le Président, s'est réuni au Zénith de Limoges, sous la présidence de Gérard VANDENBROUCKE, Président.

Vincent LEONIE, Vice-Président, désigné au scrutin de l'ouverture de la séance, remplit les fonctions de secrétaire.

Etaient présents :
M. Gérard VANDENBROUCKE, M. Bruno GENEST, Mme Isabelle BRIQUET, M. Jean-Paul DURET, M. Pierre COINAUD, M. Alain DELHOUME, M. Emile-Roger LOMBERTIE, M. Gaston CHASSAIN, M. Jacques MIGOZZI, M. Guillaume GUERIN, M. Pascal ROBERT, M. Vincent LEONIE, Mme Yvette AUBISSE, M. Claude COMPAIN, M. Jacques ROUX, M. Bernard THALAMY, M. Jean-Louis NOUHAUD, M. Jean-Noël JOUBERT, M. Michel DAVID, M. Jean-Claude CHANCONIE, Mme Marie-Anne ROBERT-KERBRAT, Mme Sarah GENTIL, M. Jean-Marie LAGEDAMONT, Mme Marie-Christine CANDELA, M. Philippe PECHER, Mme Marie-Claude BODEN, Mme Marie LAPLACE, Mme Hélène CUEILLE, M. Pascal THEILLET, M. Ludovic GERAUDIE, M. Christophe BARBE, Mme Isabelle DEBOURG, Mme Catherine MAUGUIEN-SICARD, M. Rémy VIROULAUD, Mme Corinne PIQUET LAVAIRE, Mme Nathalie VERCOUSTRE, M. Christian UHLEN, Mme Annie SCHWAEDERLE, M. René ADAMSKI, Mme Chantal STIEVENARD, Mme Régine CHAMPION-GAUTHIER, M. Michel CUBERTAFOND, Mme Patricia MINEL, M. Marc BIENVENU, Mme Corinne ROBERT, M. Christian HANUS, Mme Geneviève MANIGAUD, Mme Sandrine ROTZLER, M. Fabien DOUCET, M. Francis BOLUDA, Mme Isabelle BELLEZANE, M. Christian DESMOULIN, Mme Annick CHADOIN, Mme Anne-Marie COIGNOUX

Absents excusés représentés par un suppléant :
M. Claude BRUNAUD est représenté par M. Jean-Jacques LAMY

Absents excusés avec délégation de pouvoirs :
M. Gilles BEGOUT donne pouvoirs à M. Pascal THEILLET
M. Philippe REILHAC donne pouvoirs à M. Gérard VANDENBROUCKE
Mme Julie LENFANT donne pouvoirs à M. Ludovic GERAUDIE
Mme Béatrice RAMADIER donne pouvoirs à M. Bruno GENEST
Mme Sylvie BILLAT donne pouvoirs à M. Michel DAVID
M. Jean-Marie MIGNOT donne pouvoirs à Mme Marie-Claude BODEN
Mme Nicole GLANDUS donne pouvoirs à Mme Catherine MAUGUIEN-SICARD
Mme Nadine RIVET donne pouvoirs à M. Rémy VIROULAUD
M. Philippe PAULIAT-DEFAYE donne pouvoirs à Mme Isabelle DEBOURG
Mme Sylvie ROZETTE donne pouvoirs à Mme Sarah GENTIL
Monsieur Béramdane AMROUCHE donne pouvoirs à M. Vincent LEONIE
M. Vincent JALBY donne pouvoirs à Mme Régine CHAMPION-GAUTHIER
M. Alain RODET donne pouvoirs à Mme Geneviève MANIGAUD
M. Bernard VAREILLE donne pouvoirs à Mme Marie-Anne ROBERT-KERBRAT
M. Stéphane DESTRUHAUT donne pouvoirs à Mme Isabelle BRIQUET
Mme Catherine BEAUBATIE donne pouvoirs à Mme Sandrine ROTZLER
Mme Sandrine PICAT donne pouvoirs à M. Jean-Paul DURET

Absents :
Mme Isabelle MAURY, M. Vincent GERARD

L'ORDRE DU JOUR EST

Débat sur les Orientations du Règlement Local de Publicité (RLP) du PLU de la commune de Limoges

N° 12.1

M. ROUX Jacques, rapporteur, s'exprime en ces termes :

Mes chers collègues,

Le conseil municipal de la commune de Limoges a prescrit la révision générale du Règlement Local de Publicité (RLP) le 13 décembre 2016.

La commune a exprimé de manière formelle sa volonté que la procédure entamée par la commune soit poursuivie jusqu'à son terme par la Communauté d'Agglomération Limoges Métropole après le transfert de compétence relative à l'élaboration des PLU en date du 27 mars 2017.

L'article L 581-41 du Code de l'environnement prévoit que la procédure d'élaboration, de révision ou de modification est identique à celle du PLU. De ce fait et conformément à l'article L 153-2 du Code de l'urbanisme les orientations générales du RLP doivent être soumises au débat en conseil communautaire.

Un RLP édicte des prescriptions applicables aux publicités, enseignes et pré enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national de publicité peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale et, dans une certaine mesure, la sécurité routière constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.
Concernant le RLP, au vu du diagnostic réalisé sur le territoire et en fonction de ses spécificités, des orientations en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement ont été définies. Elles constituent le fondement sur lequel sera élaboré le projet de règlement.

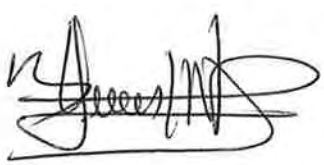
La tenue de ce débat est formalisée par la présente délibération à laquelle est annexé un document qui détaille et explicite les différentes orientations proposées.

La délibération sera transmise au Préfet de la Haute-Vienne et fera l'objet d'un affichage conjoint en mairie de Limoges et au siège de la Communauté d'Agglomération Limoges Métropole durant un mois.

Le conseil communautaire :

- prend acte de la tenue du débat d'orientations sur le Règlement Local de Publicité de la commune de Limoges conformément à l'article L.153-2 du Code de l'urbanisme, et à l'article L 581-14-1 du Code de l'environnement.

POUR EXTRAIT CONFORME
Bruno GENEST
Vice-Président Communauté
d'Agglomération Limoges Métropole



Conformément au Code général des
Collectivités Territoriales
Formalités de publicité effectuées le
mardi 08 janvier 2019

Limoges Métropole
Communauté d'agglomération

Révision du règlement local de publicité

Débat sur les orientations – Note de présentation

Ce rapport sert de support au débat qui doit se tenir au sein du conseil communautaire sur les orientations du règlement local de publicité (RLP) de la ville de Limoges.

Toute installation de publicité, préenseigne ou enseigne est réglementée par le code de l'environnement dès lors qu'elles sont visibles d'une voie publique. L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale, et dans une certaine mesure, la sécurité routière constituent les objectifs principaux de cette réglementation, appelée règlement national de publicité (RNP), tout en garantissant la liberté d'expression, ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

Les communes ou leurs groupements peuvent décider de l'adapter dans le cadre d'un règlement local de publicité (RLP). Ce dernier édicte des règles, plus restrictives que le RNP, peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation en vigueur. Plus particulièrement, la loi rend caducs les RLP en vigueur le 14 juillet 2020. Faute de révision du RLP, le règlement national redevient applicable.

La procédure de révision du RLP est identique à celle du PLU qui comprend un débat sur le plan d'aménagement et de développement durable (PADD). Par sécurité juridique, cela conduit à la tenue d'un débat sur les orientations du règlement en conseil communautaire.

La première phase portant sur le diagnostic et l'inventaire des dispositifs publicitaires est réalisée.

Le conseil municipal ayant décidé de réviser le RLP du 1er mars 2007 par délibération du 13 décembre 2016, il est proposé aujourd'hui au conseil communautaire de débattre sur les orientations générales du projet de RLP. Il s'agit d'un débat sans vote.

Objectifs du RLP

La délibération du 13 décembre 2016 a fixé au RLP les objectifs suivants :

- Adapter le RLP aux nouvelles dispositions légales et réglementaires ;
- Maîtriser la densité d'affichage publicitaire en particulier le long des axes routiers structurants ;
- Assurer un équilibre entre les enjeux économiques forts du territoire et le développement des enseignes publicitaires ;
- Veiller à la préservation du patrimoine bâti et paysager en édictant une réglementation adaptée aux spécificités du centre-ville et des secteurs de sensibilité paysagère (entrées de ville notamment...) ;
- Limiter la présence de dispositifs à fort impact tels que les affichages lumineux, notamment numériques.

Le contexte réglementaire :
La population de la commune est supérieure à 10 000 habitants. S'appliquent donc les règles les plus larges du code de l'environnement en matière de publicité et d'enseignes.

Publicité :

Sur mur	Surface	12 m²
	Hauteur	7,5 m
Scellées au sol ou mobilier urbain	Surface	12 m²
	Hauteur	6 m
Numérique	Surface	8 m²
	Hauteur	6 m
Petit format sur vitrine	Surface unitaire 1 m²	Surface totale 2 m²
Sur bâche publicitaire ou de chantier	Autorisées	
Horaires d'extinction	1 h à 6 h	

Enseignes :

Sur mur	Surface	% de la surface de la façade commerciale
Scellées au sol	Surface	12 m²
	Hauteur	6,5 m si largeur > à 1 m
	Densité	1 par voie bordant l'établissement
En toiture	Surface cumulée	< à 60 m²
	Hauteur	Fonction de la hauteur de la façade commerciale
Horaires d'extinction	de 1h à 6h	

Les zones d'enjeux :

L'analyse du territoire communal met en évidence quatre types de lieux que le futur RLP devra prendre en compte :

- les zones naturelles ou architecturales protégées ou non par le code de l'environnement ;
- les axes principaux et les entrées de ville ;
- les zones à « ambiance urbaine » qui recouvre les secteurs résidentiels ;
- les zones d'activités ou commerciales.

Les limites d'agglomération :
La publicité est admise en agglomération et interdite hors agglomération. Il conviendra de vérifier et actualiser si besoin l'arrêté municipal fixant ces limites. Cet arrêté ainsi que le plan matérialisant les limites constituent des annexes du RLP.

Le diagnostic :
L'analyse terrain, réalisée au cours du troisième semestre 2018, distingue les publicités et les enseignes dans les différentes composantes du territoire.

L'étude de la publicité montre que le territoire est maillé de grands axes souvent arborés et supportant de la publicité, parfois en grand nombre. Certaines entrées de ville (avenue Baudin, rue François Perrin ou route de Bellac) sont dénaturées par la présence de panneaux ne s'intégrant pas à l'environnement proche. Si la route du Palais est actuellement autorisée à la publicité, elle ne le sera plus à l'issue de l'approbation du futur RLP, étant située hors agglomération.

De nombreux panneaux sont constitués de matériel ancien et de faible qualité. Des dos de panneaux non habillés laissent apparaître les structures métalliques inesthétiques.

La publicité supportée par du mobilier urbain est très présente dans le centre-ville. Quelques dispositifs sont implantés sur le quai Louis Goujaud avec les bords de la Vienne en perspective.

La technologie numérique apparue depuis quelques années est assez répandue sur le territoire. Présents principalement dans les zones d'activités ou commerciales, certains panneaux sont

situés dans des perspectives (route de Feytiat) ou le long d'axes arborés (boulevard de la Borie ou du Mas Bouyol).

Quelques dispositifs sont situés hors agglomération, en toute illégalité (RD 941 à proximité du Breuil).

L'étude portant sur les enseignes du centre-ville met en avant leur qualité d'ensemble et le respect de l'architecture dans la ZPPAUP. Il convient de poursuivre la politique qualitative actuelle.

L'observation montre des illégalités pour les enseignes installées en toiture ou scellées au sol. Une multiplication de drapeaux est constatée pour certaines activités (concession automobile, par exemple). L'occultation des vitrines par des vitrophanies est également remarquée.

Les enseignes perpendiculaires sont de formes très disparates, leur implantation anarchique et ne respectant pas le bâti donnent une lecture désordonnée des rues.

Les dispositifs numériques ont également fait leur apparition, tant sur façades que scellés au sol.

Les orientations générales :

Ce diagnostic a permis de définir les orientations suivantes regroupées par thématique :

1. La protection des lieux

Exclure la publicité des secteurs naturels et paysagers :
Certains lieux (espaces boisés classés, zones N ou A du PLU) sont protégés au titre du code de l'environnement. De nombreux espaces verts et des perspectives remarquables ne sont pas pris en compte. Il est nécessaire d'y restreindre fortement voire d'y interdire la publicité.

Fixer des normes qualitatives simples s'inspirant du RLP actuel pour les enseignes de centre-ville :
Un travail important a été mené pour une meilleure intégration des enseignes par leur nombre restreint, leurs dimensions limitées, leurs qualités esthétiques et leur insertion dans les façades. Des règles plus encadrantes et la poursuite de cette tâche contribueront à la mise en valeur de la qualité architecturale du centre ancien.

2. Les adaptations d'ordre réglementaire

Réduire la densité des publicités :
Les règles actuelles (RNP et RLP) n'empêchent pas totalement la multiplication de panneaux sur un même emplacement. Elles doivent être renforcées par des règles de densité adaptées.

Adapter la surface des publicités aux typologies des lieux y compris pour le mobilier urbain dans le SPR :
Les typologies du territoire sont diverses : quartiers résidentiels, zones commerciales, grands axes, faubourgs, centre-ville. La publicité peut y trouver sa place à condition qu'elle ne soit pas envahissante et de dimensions disproportionnées à l'urbanisme proche. Le mobilier urbain publicitaire rend un service aux usagers des voies publiques. Pour autant ces mobiliers ne doivent pas porter atteinte aux secteurs protégés au titre du code de l'environnement.

Adapter la surface maximale des enseignes scellées au sol en fonction de leurs lieux d'implantation :
À la différence des enseignes sur façade, ces dispositifs ont un fort impact sur l'environnement, n'étant pas supportées par un obstacle visuel existant (mur, façade...). Le code de l'environnement limite à une seule les enseignes de ce type par voie bordant l'établissement (drapeaux compris). Au-delà du nombre, des règles concernant les surfaces et la forme peuvent être définies pour minimiser cet impact.

3. Les dispositifs lumineux

Définir les lieux où la publicité numérique peut être autorisée :
Ce nouveau procédé d'exposition des messages n'est pas pris en compte par le RLP actuel. Les implantations, soumises à autorisation, se font dans les lieux où la publicité classique existe. La luminosité et l'encombrement visuel généré par cette technologie nécessite de définir précisément les sites à même de recevoir des dispositifs de cette nature.

Encadrer les enseignes numériques :
Le règlement national ne prévoit pas d'autres règles pour les enseignes numériques que celles applicables à toutes les autres enseignes. L'agression visuelle est identique à celle de la publicité, puisqu'il s'agit du même procédé. Le règlement local de publicité doit limiter les catégories (sur façade ou scellée au sol), les lieux et les dimensions de ces enseignes.

Adapter les horaires d'extinction nocturne de manière identique pour la publicité et les enseignes :
Pour réduire la facture énergétique et lutter contre la pollution lumineuse nocturne, la plage d'extinction nocturne est fixée de 1h à 6h par le règlement national de publicité. Les établissements ouverts dans cette plage horaire peuvent garder leurs enseignes allumées. Le RLP peut étendre cette plage d'extinction.

Enfin, le RLP comprendra des prescriptions relatives à la publicité sur les devantures, aux autocollants sur les vitrines, aux bâches de grand format, aux chevalets et aux enseignes temporaires.

Bruno GENEST
Vice-Président
Communauté d'agglomération
Limoges Métropole

VU ET APPROUVE LE 21 DECEMBRE 2018

LIMOGES METROPOLE - COMMUNAUTE URBAINE

EXTRAIT DES PROCES VERBAUX DES DELIBERATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE SEANCE DU 26 SEPTEMBRE 2019

L'an deux mille dix-neuf le jeudi vingt-six septembre à seize heures trente, le conseil communautaire de Limoges Métropole - Communauté urbaine, légalement convoqué le 20 septembre 2019, en séance publique par le Président, s'est réuni au Centre Culturel Municipal à Couzeix, sous la présidence de Jean-Paul DURET, Président.
Michel DAVID, Secrétaire, désigné au scrutin de l'ouverture de la séance, remplit les fonctions de secrétaire.

Etaient présents :
M. Jean-Paul DURET, M. Guillaume GUERIN, M. Gilles BEGOUT, Mme Isabelle BRIQUET, M. Bruno GENEST, M. Pierre COINAUD, M. Claude BRUNAUD, M. Alain DELHOUME, M. Emile-Roger LOMBERTIE, M. Jacques MIGOZZI, M. Pascal ROBERT, M. Vincent LEONIE, M. Rémy VIROULAUD, M. Michel DAVID, M. Claude COMPAIN, M. Jacques ROUX, M. Bernard THALAMY, M. Jean-Noël JOUBERT, M. Jean-Claude CHANCONIE, M. Philippe REILHAC, M. Jean-Marie LAGEDAMONT, Mme Sarah GENTIL, Mme Julie LENFANT, M. Joël GARESTIER, Mme Béatrice RAMADIER, Mme Sylvie BILLAT, Mme Marie-Christine CANDELA, Mme Marie-Claude BODEN, M. Jean-Marie MIGNOT, Mme Hélène CUEILLE, M. Pascal THEILLET, M. Ludovic GERAUDIE, Mme Sylvie ROZETTE, Mme Corinne PIQUET LAVAIRE, M. Christian UHLEN, Mme Annie SCHWAEDERLE, M. René ADAMSKI, Mme Chantal STIEVENARD, Mme Régine CHAMPION-GAUTHIER, Mme Isabelle MAURY, Mme Patricia MINEL, M. Marc BIENVENU, Mme Corinne ROBERT, M. Christian HANUS, Mme Geneviève MANIGAUD, M. Stéphane DESTRUHAUT, M. Vincent GERARD, Mme Sandrine PICAT, M. Fabien DOUCET, Mme Isabelle BELLEZANE, M. Christian DESMOULIN, Mme Annick CHADOIN, Mme Anne-Marie COIGNOUX

Absents excusés représentés par un suppléant :
Mme Yvette AUBISSE est représentée par Mme Marie-Claude NAUDON
M. Jean-Louis NOUHAUD est représenté par M. Bernard ZBORALA

Absents excusés avec délégation de pouvoirs :
M. Gaston CHASSAIN donne pouvoirs à M. Jean-Marie MIGNOT
Mme Catherine MAUGUIEN-SICARD donne pouvoirs à M. Emile-Roger LOMBERTIE
Mme Marie-Anne ROBERT-KERBRAT donne pouvoirs à M. Jean-Noël JOUBERT
M. Philippe PECHER donne pouvoirs à Mme Sylvie BILLAT
Mme Marie LAPLACE donne pouvoirs à Mme Hélène CUEILLE
M. Christophe BARBE donne pouvoirs à M. Ludovic GERAUDIE
Mme Nicole GLANDUS donne pouvoirs à Mme Sylvie ROZETTE
Mme Isabelle DEBOURG donne pouvoirs à Mme Corinne ROBERT
M. Béramdane AMROUCHE donne pouvoirs à Mme Corinne PIQUET LAVAIRE
Mme Nathalie VERCOUSTRE donne pouvoirs à Mme Sarah GENTIL
M. Michel CUBERTAFOND donne pouvoirs à M. Guillaume GUERIN
M. Alain RODET donne pouvoirs à Mme Geneviève MANIGAUD
M. Bernard VAREILLE donne pouvoirs à M. Stéphane DESTRUHAUT
Mme Sandrine ROTZLER donne pouvoirs à M. Philippe REILHAC
Mme Catherine BEAUBATIE donne pouvoirs à Mme Julie LENFANT
M. Francis BOLUDA donne pouvoirs à M. Jean-Paul DURET

Absents :
Mme Nadine RIVET, M. Philippe PAULIAT-DEFAYE, M. Vincent JALBY

L'ORDRE DU JOUR EST

Arrêt du projet de révision du Règlement Local de Publicité du Plan Local d'Urbanisme de la commune de Limoges

N° 16.1

M. LEONIE Vincent, rapporteur, s'exprime en ces termes :

Mes chers collègues,
Le conseil municipal de la commune de Limoges a prescrit la révision générale du Règlement Local de Publicité (RLP) le 13 décembre 2016.

La commune a exprimé de manière formelle sa volonté que la procédure entamée par la commune soit poursuivie jusqu'à son terme par Limoges Métropole après le transfert de compétence relative à l'élaboration des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) en date du 27 mars 2017.

I. Projet

Un RLP édicte des prescriptions applicables aux publicités, enseignes et pré enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national de publicité peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale et, dans une certaine mesure, la sécurité routière constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.
Concernant le RLP, au vu du diagnostic réalisé sur le territoire et en fonction de ses spécificités, des orientations en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement ont été définies. Elles constituent le fondement sur lequel a été élaboré le projet.

La tenue du débat sur les orientations générales a été formalisée par délibération du conseil communautaire en date du 21 décembre 2018.

II. Procédure

- Concertation et bilan : la phase de concertation est terminée. Les modalités de la concertation définies par la délibération de mise en révision du RLP étaient:
  - informations sur le site internet de la Ville,
  - information dans le bulletin municipal,
  - ouverture d'un registre disponible en mairie (et mairies annexes de Landouge et Beaune les Mines) en vue de recueillir les observations du public pendant toute la durée de la procédure avec mise à disposition du dossier de révision du règlement local de publicité comprenant les pièces communicables, pièces pouvant évoluer au fur et à mesure de l'avancée du projet,
  - organisation de réunion publique,
  - réunions avec les professionnels ainsi qu'avec les Personnes Publiques Associées (PPA).

La population, les commerçants ainsi que les professionnels de la publicité ont été invités à s'exprimer, et les PPA, dont l'Architecte des Bâtiments de France, ont été également consultés.
La séquence de concertation montre une faible implication du public et des acteurs économiques locaux, comme en témoigne l'absence de remarques portées sur le registre mis à disposition à l'accueil de la mairie ou sur l'adresse mail. Seules les personnes directement impliquées au titre de leur compétence (PPA) ou de leur activité (professionnels) se sont manifestées.

Le bilan de la concertation, joint en annexe à la présente délibération, est favorable au projet de RLP révisé. L'ensemble des modalités de la concertation définies par la commune a été respecté.

- Arrêt du projet : le projet de RLP tenant compte des enseignements de la concertation, désormais finalisée, est suffisamment avancé pour être arrêté. Le projet de RLP révisé comprend :
  - un rapport de présentation avec réalisation d'un diagnostic du territoire en matière de publicité, la définition d'orientations, l'explication des choix et de zones d'autorisation ou d'interdiction de la publicité/enseignes/pré-enseignes,
  - un règlement au regard de ces zones,
  - des annexes qui intègrent les zonages d'application du règlement, ainsi que la définition précise des limites d'agglomération.

Le RLP révisé poursuit et consolide les acquis du RLP en vigueur visant à préserver le territoire communal de la pollution en matière de publicité extérieure. Le règlement révisé apporte des améliorations en matière notamment d'enseignes et les nouvelles formes publicitaires notamment le numérique ont été règlementées.

Le dossier du projet de RLP, tel qu'arrêté par le conseil communautaire, sera tenu à la disposition du public au siège de Limoges Métropole, à la mairie de Limoges aux horaires d'ouverture au public.

Une enquête publique sera organisée et fera l'objet de toutes les mesures de publicité requises après retour des avis précités.

A la suite de l'enquête publique, la commission d'enquête remettra son avis et un rapport faisant la synthèse des avis des PPA et de la population. L'analyse de ce rapport permettra éventuellement de modifier le RLP arrêté sous réserve de justifier les modifications apportées et de ne pas remettre en cause l'économie générale du document. Le RLP sera ensuite soumis à l'approbation du conseil communautaire.

La présente délibération fera l'objet d'un affichage au siège de Limoges Métropole et à la mairie de Limoges, durant un mois, conformément à l'article R 153-3 du Code de l'urbanisme.

En conséquence, et conformément aux articles L581-14 et suivants du Code de l'environnement ainsi qu'aux articles L.103-2 et suivants et L 153-14 et suivants du Code de l'urbanisme,

le conseil communautaire décide :

- d'approuver le bilan de la concertation préalable tel qu'annexé à la présente délibération,
- d'arrêter le projet de RLP de la commune de Limoges tel qu'il est annexé à la présente délibération,
- de soumettre pour avis, avant enquête publique, ce projet de RLP :
  - aux PPA mentionnées à l'article L.153-16 du Code de l'urbanisme,
  - aux personnes publiques consultées qui ont souhaité l'être, à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites, conformément à l'article L 581-14-1 du Code de l'environnement,
- d'autoriser le Président à signer tout document devant intervenir dans ce cadre.

ADOPTE A L'UNANIMITE

POUR EXTRAIT CONFORME
Jean-Paul DURET
Président Limoges Métropole
Communauté urbaine

Le Président,

Jean Paul DURET

Conformément au Code général des Collectivités Territoriales
Formalités de publicité effectuées le vendredi 04 octobre 2019

REÇU A LA PREFECTURE DE LA HAUTE-VIENNE le 04 OCT. 2019

LIMOGES

Règlement Local de Publicité

BILAN de la CONCERTATION

menée sur l'élaboration du projet de RLP
entre le lancement de la révision (décembre 2016) et l'arrêt (septembre 2019)

A) Introduction

Par délibération du conseil municipal en date du 13 décembre 2016, la Ville de Limoges a prescrit la révision de son Règlement Local de Publicité approuvé le 30 janvier 2007, pour sa mise en conformité avec les évolutions techniques mais également pour répondre aux objectifs de la loi Grenelle II et renforcer la politique locale de lutte contre la pollution visuelle, de qualité des espaces publics et de favorisation de la trame noire.
Une copie des éléments de concertation (articles, comptes rendus de réunion, registres et publications) évoqués ci-après sont disponibles à la mairie de Limoges ainsi qu'au siège de la Communauté Urbaine Limoges Métropole.

1) La genèse du projet de RLP

Les principaux objectifs de cette révision sont :

- Adapter le RLP aux nouvelles dispositions légales et réglementaires ;
- Maîtriser la densité d'affichage publicitaire en particulier le long des axes routiers structurants ;
- Assurer un équilibre entre les enjeux économiques forts du territoire et le développement des enseignes publicitaires ;
- Veiller à la préservation du patrimoine bâti et paysager en édictant une règlementation adaptée aux spécificités du centre-ville et des secteurs de sensibilité paysagères (entrées de villes notamment...) ;
- Limiter la présence de dispositifs à fort impact tels que les affichages lumineux, notamment numériques.

VU ET APPROUVE LE 26 SEPTEMBRE 2019

Le Président,

Jean Paul DURET

REÇU A LA PREFECTURE
DE LA HAUTE-VIENNE
le 04 OCT. 2019

2) Les modalités de la concertation

Conformément aux articles L.103-3 à L. 103-6 du Code de l'urbanisme, le conseil municipal a, lors de la délibération du 13 décembre 2016, défini les modalités de concertation publique permettant d'associer à la définition du projet tout au long de la procédure, les habitants de la ville, les associations locales, les communes voisines, les Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) voisins, les PPA ainsi que toute personne intéressée.

Le Conseil municipal, lors du lancement de la révision, avait retenu les modalités de concertation suivantes :

- Informations sur le site internet de la Ville ;
- Information dans le bulletin municipal ;
- Ouverture d'un registre disponible en mairie (et mairies annexes de Landouge et Beaune les Mines) en vue de recueillir les observations du public pendant toute la durée de la procédure avec mise à la disposition du dossier de révision du règlement local de publicité comprenant les pièces communicables, pièces pouvant évoluer au fur et à mesure de l'avancée du projet ;
- Organisation de réunion publique ;
- Réunions avec les professionnels ainsi qu'avec les personnes publiques associées ;

B) La concertation

1. Le contexte

Le projet de révision du RLP a été mené dans une démarche de concertation et de co-construction notamment avec les professionnels du secteur. S'agissant d'une procédure pour laquelle la compétence a fait l'objet d'un transfert à la communauté urbaine Limoges Métropole, il a fait l'objet d'une forte collaboration entre les services de la ville de Limoges et ceux de la communauté urbaine.

Demeurée en charge du suivi technique des études, la Ville de Limoges a bénéficié du concours d'une Maîtrise d'Œuvre extérieure (bureau d'études spécialisé) dans le cadre de l'élaboration de ce document. Composés d'un panel de professionnels reconnus, les regards d'expert apportés ont contribué, par leur expérience et leur information au groupe de travail, et ont ainsi contribué à orienter les intentions et les choix.

2. Le déroulement de la concertation

En réponse aux modalités retenues par le Conseil Municipal concernant :

- Informations sur le site internet de la Ville : une rubrique relative au RLP a été créée et fait l'objet de mises à jour lors des avancées du projet. La délibération de prescription, le débat sur les orientations générales et le diagnostic ont été mis à disposition en téléchargement



Extrait du site Limoges.fr

- Information dans le bulletin municipal : un article présentant la révision du RLP et annonçant la tenue de la réunion publique a été publié en page 22 du Vivre à Limoges n°139 de juin 2019



Règlement local de publicité on révise

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Le code de l'environnement encadre l'affichage publicitaire, tout comme celui des enseignes commerciales.
La révision du règlement local de publicité doit intervenir avant juillet 2020, pour le mettre en phase avec la réglementation qui a évolué et les nouveaux outils d'affichage publicitaires qui se développent à Limoges.

Pour ce faire, la Ville a d'ores et déjà lancé la procédure de révision, en lien avec le bureau d'études.

Une réunion publique d'information sera organisée avant l'automne.

Retrouvez les documents et les modalités de la concertation sur limoges.fr

La Ville de Limoges bon élève

ISO 9001 QUALITÉ

Certifié ISO 9001 depuis 2013, le service de la commande publique a su adapter, en 2017, son système management suivant la version 2015 et a obtenu le renouvellement de son certificat par AFNOR Certification pour sécuriser juridiquement les procédures de passation des marchés et leur exécution, assurer la transparence des rapports avec les fournisseurs et optimiser la gestion des achats.
Le 26 février 2019, la réussite de cette évolution s'est concrétisée lors de l'audit de suivi n° 2.

- Ouverture d'un registre disponible en mairie : trois registres ont ainsi été tenus à disposition du public à la mairie de Limoges et aux mairies annexes de Beaune Les Mines et de Landouge. Un registre supplémentaire a été mis à disposition au siège de la communauté urbaine

- Organisation de réunion publique : elle s'est déroulée le 8 juillet 2019 en la salle du temps libre Léo Lagrange de 18h30 à 19h40, en présence de M. Léonie et de M. le Maire. Quatre personnes se sont déplacées dont 2 professionnels du secteur.

Ville de Limoges
5 h ·

Révision du règlement local de publicité - Réunion publique organisée par la Ville de Limoges lundi 8 juillet
http://ow.ly/ljrZ30p42kQ



Ville de Limoges @Ville... · 5h
Révision du règlement local de publicité - Réunion publique organisée par la Ville de #Limoges lundi 8 juillet ow.ly/ljrZ30p42kQ



-

- *Extraits Facebook et Tweeter Ville de Limoges - 4 juillet 2019*

L'ECHO

N° 22933
mardi 2 juillet 2019
Édition(s) : Haute-Vienne
Page 6
574 mots



Une réunion publique lundi prochain

A l'occasion de la révision du règlement local de publicité, la ville de Limoges organise une réunion publique lundi 8 juillet à 18h30 salle du temps libre Léo-Lagrange.

Le RLP est le document de planification qui a vocation à imposer des règles concernant les publicités, enseignes et pré-enseignes, sur le territoire communal. Il permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Depuis le 27 mars 2017, le «bloc planification» relève de la compétence de la communauté urbaine Limoges Métropole qui a souhaité que la procédure de révision, engagée par délibération du 13 décembre 2016 par le conseil municipal, soit poursuivie.

La révision a pour objet notamment d'adapter le document aux nouvelles dispositions légales et réglementaires, d'encadrer les nouveaux types de dispositifs et de veiller à la qualité du patrimoine bâti et paysager. Aussi, un diagnostic a été réalisé et a permis de définir les grandes orientations qui ont été débattues en conseil communautaire le 21 décembre 2018.

Les grandes orientations sont les suivantes : 1. La protection des lieux

- exclure la publicité des secteurs naturels et paysagers, - fixer des normes qualitatives simples s'inspirant du RLP actuel pour les enseignes de centre-ville, 2. Les adaptations d'ordre réglementaire - réduire la densité des publicités, - adapter la surface des publicités aux typologies des lieux y compris pour le mobilier urbain dans le SPR, - adapter la surface maximale des enseignes scellées au sol en fonction de leurs lieux d'implantation, 3. Les dispositifs lumineux - définir les lieux où la publicité numérique peut être autorisée, - encadrer les enseignes numériques, - adapter les horaires d'extinction nocturne de manière identique pour la publicité et les enseignes.

Le règlement, en cours d'élaboration, fait l'objet d'un travail collaboratif entre les services compétents, les services de l'Etat et les professionnels du secteur intéressés. Par ailleurs, des registres sont mis à disposition depuis le début de la procédure à la mairie de Limoges, aux mairies annexes de Beaune-les-Mines et de Landouge, ainsi qu'au siège de la Communauté urbaine Limoges Métro-pole. Il est également possible de s'exprimer par courrier ou e-mail à l'adresse suivante lemaire@ville-limoges.fr À l'issue de cette phase de travail, le projet de RLP sera arrêté en conseil communautaire. Il sera ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées et à la commission départementale de la nature des sites et des paysages (CDNPS) puis présenté en enquête publique.

La réunion publique du 8 juillet se situe en amont de la phase dite d'arrêt du projet qui aura lieu à l'automne 2019. Elle est l'occasion de présenter à la population le diagnostic, les orientations et les principales dispositions réglementaires qui constitueront le nouveau RLP.

Après la présentation, un temps d'échange sera proposé afin que les personnes intéressées puissent exprimer leur point de vue et obtenir des réponses techniques et/ou stratégiques.

Après l'arrêt, le projet sera soumis à enquête publique, ce qui permettra à la population de pouvoir donner, une nouvelle fois, son avis, sur le projet de RLP. ■



ECONOMIE, EMPLOI

RÉVISION DU RÉGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Réunion publique organisée par la Ville de Limoges

Public : Tout public

08
JUL

AJOUTER AU CALENDRIER

18H30
SALLE DU TEMPS LIBRE LEO LAGRANGE

Le RLP est le document de planification qui a vocation à imposer des règles concernant les publicités, enseignes et pré-enseignes, sur le territoire communal. Il permet d'adapter la règlementation nationale aux spécificités locales.

Depuis le 27 mars 2017, le « bloc planification » relève de la compétence de la Communauté urbaine Limoges Métropole qui a souhaité que la procédure de révision, engagée par délibération du 13 décembre 2016 par le conseil municipal, soit poursuivie.

La révision a pour objet notamment d'adapter le document aux nouvelles dispositions légales et réglementaires, d'encadrer les nouveaux types de dispositifs et de veiller à la qualité du patrimoine bâti et paysager. Aussi, un diagnostic a été réalisé et a permis de définir les grandes orientations qui ont été débattues en conseil communautaire le 21 décembre 2018.

Extrait Limoges.fr / Actualités – Agenda 2 juillet 2019

- Réunions avec les professionnels ainsi qu'avec les personnes publiques associées (PPA) : une présentation du diagnostic et des orientations débattues en conseil communautaire a été faite à l'ensemble des PPA le 22 février 2019 ainsi qu'aux professionnels intéressés le 8 mars 2019. Par la suite, le travail sur le règlement a fait l'objet de plusieurs réunions avec l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine les 3 et 17 mai 2019 et de deux réunions relatives aux enseignes et aux publicités le 18 juin 2019 afin de recueillir les avis des professionnels du secteur.

C) Synthèse des expressions

1) Les chiffres de la concertation

A ce jour, les registres de concertation mis à disposition, en mairie et dans les deux mairies annexes de Beaune les Mines et Landouge depuis début 2017, ne contiennent pas d'observation.

Diverses publications ont été faites dans :

- le journal Le Populaire du Centre le 24 décembre 2016 ;
- le magazine municipal d'information Vivre à Limoges de juillet 2016, janvier 2017 et de juin 2019 ;
- l'Echo du centre, annonçant la tenue de la réunion publique le 2 juillet 2019

De nouvelles publications seront faites après l'arrêt, en amont de l'organisation de l'enquête publique.

Les réunions avec les PPA et les professionnels ont permis de recueillir les avis tant du point de vue de la préservation des paysages urbaines et naturels que du point de vue de l'équilibre économique du secteur de l'affichage et des enseignes.

2) Les observations exprimées

- Remarques des professionnels :

  Les professionnels ont pu s'exprimer et échanger sur les problématiques posées par le RLP de 2007 et sur les inquiétudes concernant le règlement à venir, nécessairement plus restrictif. Les contraintes liées à la rentabilité des activités et à la fabrication des dispositifs ont notamment été relevées.

Les professionnels et l'UPE ont porté des remarques sur les points suivants du projet de règlement par courrier en date du 26 juin 2019 :

1. La similitude d'aspect entre certaines enseignes et publicités scellées au sol produit une confusion entre les deux types de dispositifs. Cette situation conduit à une perception faussée du nombre de dispositifs publicitaires présents. Ils demandent une différenciation de forme des mobiliers.
2. Article P.B, le projet impose une unicité de présentation des panneaux surface et mobilier) implantés sur une même unit é foncière.
3. Article P.C, le projet de règlement interdit les dispositifs sur mur de clôture et clôture. Les professionnels souhaitent voire lever cette interdiction sur les murs de clôture maçonnés dont le régime s'apparente par assimilation aux murs des bâtiments.
4. Article P.D, la protection sur 100 m des entrées de villes pose un certain nombre de questions. Notamment la justesse de la délimitation de l'agglomération à prendre en compte pour la définition du zonage, cette délimitation étant appelée à évoluer dans le temps. Lorsqu'il y a continuité de bâti entre deux communes limitrophes, il n'y a pas de justification à interdire sur une seule des communes.
5. Article P.D, ils demandent à ce que soit précisée la définition des composantes patrimoniales, qui selon eux, ne sont pas identifiées au PLU.
6. Article P.E, pour les dispositifs scellés au sol, la contrainte de hauteur de 6 mètres par rapport à la voie la plus proche ouverte à la circulation publique la plus proche pourrait être protée à 7 mètres.
7. Article P.H, la règle de densité interdisant le cumul des linéaires des voies bordant une unité foncière, soit retirée au motif qu'elle est très contraignante.

8. Article P.J, ils préconisent l'application du RNP pour les bâches publicitaires et des dispositifs de dimensions exceptionnelles, alors que le projet de règlement les interdit.
9. Article P.K, ils demandent la suppression de la mention interdisant toute autre forme de publicité.
10. La limitation de la surface des dispositifs à 8 mètres carrés conduit à une suppression de la totalité du média sur la ville de Limoges. Ils préconisent de préciser que cette surfacer s'applique à l'affiche et de limiter la surface totale du dispositif à 10,50 mètres carrés. Ces dispositions amèneraient à la réduction de la surface de nombreux panneaux en place.
11. Article P.1.3, l'interdiction de la publicité murale dans le SPR a pour effet de supprimer une part d'emplacements qualitatifs délivrant une audience importante dans les produits commercialisés par les professionnels. Ils rappellent qu'un certain nombre d'emplacements sur lesquels la publicité pouvait être maintenue avait été inscrits dans le RLP actuel. Ils préconisent de reconduire cette disposition pour 19 emplacements.
12. Article P.2.2, ils préconisent de ne pas créer d'interdistance pour des dispositifs implantés sur deux unités foncières distinctes.
13. Article P.2.4, la prescription exigeant une implantation des dispositifs perpendiculaire à la voie n'apporte pas d'amélioration dans l'insertion des dispositifs dans leur environnement.
14. Les entrées de ville et les grands axes situés en bordure ou à l'intérieur d'une zone d'activité pourraient être intégrées à la zone 2 pour simplifier et homogénéiser le zonage.
15. Article P.3.2, ne pas fixer de linéaire minimum pour installer un dispositif mural, et réduire les règles de linéaire prévues dans le projet pour les scellés au sol.
16. La liaison Sud est traitée de manière spécifique dans le RLP actuel. Les professionnels préconisent le maintien de cette exception en créant une zone annexe à la zone 3 permettant l'implantation d'un seul dispositif unité foncière.
17. Sur le plan de zonage, certaines portions d'axes à l'intersection avec l'autoroute sont situées hors agglomération. Il faudra modifier le zonage.
18. Article P.4.4, l'interdiction des dispositifs scellés au sol pénaliserait la communication directionnelle des établissments commerciaux installés dans cette zone.
19. 10 axes situés en zone 4 (quartiers résidentiels) pourraient être intégrés en zone 3, car stratégiques pour les annonceurs.
20. Sur l'ensemble du domaine ferroviaire, ils proposent une règle de densité spécifique : 1 seul dispositif sur son emplacement et interdistance de 80 mètres entre deux panneaux. Pour les dispositifs sur les quais de gare, une règle particulière est proposée.

La société JCDecaux a fait part de sa contribution au projet par courrier en date du 1er juillet 2019 :

1. Demande de traiter le mobilier urbain de manière distincte du reste de la publicité et de le soumettre aux seules règles du RNP.
2. La surface de 8 m^2 devra être précisée dans le lexique comme étant la surface utile. La commune peut éventuellement préciser une surface hors-tout qui serait de 10,5 m^2. Un modèle de rédaction est proposé.
3. Pour les colonnes culturelles, le RNP ne limite pas leur surface. Il sera nécessaire de modifier l'article P.1.5.
4. Les contraintes d'implantation pour la hauteur des dispositifs scellés au sol (art. P.E), l'évocation d'une future règle portant sur le recul de 10 m des baies d'habitation des immeubles riverains (art. P.E), l'interdiction de la publicité sur une distance de 100 m à compter des entrées d'agglomération (art. P .D), la règle d'interdistance de 200 m entre deux dispositifs numériques (art.P.2.6) ne sont pas applicables au mobilier urbain, car le mobilier urbain publicitaire ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire dit »classique ».
5. Concernant le recul de 10 m des baies d'habitation des immeubles riverains, cette disposition n'est pas opposable au mobilier urbain (art. R.581-33 du Code de l'environnement).
6. Sur la présence et le format de la publicité numérique, il est préconisé de supprimer toute contrainte pour le mobilier urbain.
7. Du fait de la contribution de l'éclairage nocturne à la sécurité des usagers, il est fortement recommandé de ne pas soumettre le mobilier urbain aux règles d'exctinction prévues.
8. La définition des espaces verts d'intérêt paysager devra être explicitée.

- Remarques des PPA :

  Lors de la réunion de présentation du diagnostic, les points suivants ont été abordés :
  - la possibilité de réglementer les vitrophanies ;
  - l'intérêt de la création d'une charte de recommandation des couleurs pour les enseignes ;
  - la demande des associations de protection de l'environnement de concourir au projet ;
  - les temps d'association des professionnels de la publicité extérieure
  - L'UDAP a particulièrement demandé :

    a. la limitation voire l'interdiction de la publicité en Site Patrimonial Remarquable (SPR)
    b. plusieurs aménagements relatifs à la qualité des enseignes en SPR

- Remarques laissées sur les registres à dispositions / courrier ou courriel : aucune remarque n'a été formulée par ces biais

- Remarques formulées pendant la réunion publique du 8 juillet 2019 :

  - Une question a été posée sur la qualification d'enseigne lorsqu'il s'agit d'un slogan de type « achetez moins cher » : il s'agit bien d'une enseigne à comptabiliser dans la surface autorisable ou non
  - Il a été demandé pourquoi accorder 2 ou 6 ans supplémentaires aux dispositifs illégaux pour la mise aux normes. Il est précisé que ces délais sont des délais légaux et que la grande majorité des infractions constatées au RLP en vigueur sont le fait d'enseignes qui relèvent, le plus souvent, de commerçants qui n'ont pas une connaissance avancée des obligations légales en la matière.
  - Enfin, il est relevé qu'il est dommage que l'information sur la tenue de la réunion publique ait été dans la rubrique « Agenda » du site internet de la ville et qu'elle n'apparaissait pas dans les « Actualités ».

D) Les enseignements de la concertation

Le bilan de la concertation démontre une implication essentiellement des professionnels du secteur publicités/enseignes.

Le dialogue a permis d'alimenter les réflexions sur le volet règlementaire. La conciliation de l'intérêt général et des intérêts des entreprises intéressées par le RLP a permis d'aboutir à un compromis favorable à la qualité du projet.

Règlement Local

de Publicité

2 RAPPORT DE PRÉSENTATION

LIMOGES

Règlement Local de Publicité

Dossier approuvé par le Conseil Communautaire de Limoges Métropole en date du 18 décembre 2020

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

LIMOGES ARTS DU FEU ET INNOVATION DÉSIGNÉE VILLE CRÉATIVE DE L'UNESCO DEPUIS 2017

TABLE DES MATIÈRES

Chapitre I : INTRODUCTION 4

1.1 | Les pièces constitutives du dossier de RLP 5
1.2 | Les objectifs du règlement local de publicité de Limoges 6
1.3 | Le champ d'application matériel 6
1.3.1 | La publicité 6
1.3.2 | Les enseignes 10
1.3.3 | Les préenseignes 14
1.3.4 | Les préenseignes dérogatoires 15
1.3.5 | L'affichage d'opinion 16
1.3.6 | Les bâches 16
1.3.7 | La publicité de petit format 17
1.3.8 | La publicité sur les véhicules terrestres 18
1.3.9 | Les dispositifs exclus du champ d'application du code de l'environnement 18

Chapitre II : ANALYSE TERRITORIALE 20

2.1 | Données générales 21
2.1.1 | Histoire de Limoges 21
2.1.2 | Localisation et caractéristiques 22
2.1.3 | Les axes structurants 24
2.1.4 | Poids et évolution économique 26

2.2 | Caractéristiques territoriales au regard de la publicité extérieure 27
2.2.1 | Le patrimoine naturel et le réseau hydrographique 27
2.2.2 | Le patrimoine bâti 29
2.2.3 | Les quartiers résidentiels et les pôles commerciaux de quartier 31
2.2.4 | Les axes structurants et les entrées de ville 33
2.2.5 | Les zones d'activités économiques et commerciales 34

2.3 | Synthèse des enjeux 36

Chapitre III : ANALYSE DES DISPOSITIONS RÈGLEMENTAIRES 37

3.1 | Le champ d'application géographique 37
3.1.1 | La population de référence 37
3.1.2 | La nécessité de fixer les limites d'agglomération 38
3.1.3 | La question de la visibilité d'une voie ouverte à la circulation publique 40

3.2 | Les dispositions du RNP applicables sur le territoire de Limoges 40
3.2.1 | Publicité (densité, formats, extinction nocturne) 40
3.2.2 | Enseignes (densité, format, extinction nocturne) 43
3.2.3 | L'exercice du pouvoir de police 45

3.3 | Analyse du RLP actuel 46
3.3.1 | Typologies de zones 46
3.3.2 | L'analyse 46
3.3.3 | La synthèse 50

Chapitre IV : DIAGNOSTIC 51

4.1 | Méthode de recensement 51
4.1.1 | Publicité 51
4.1.2 | Enseignes 52

4.2 | Les chiffres clefs de la publicité 52

Chapitre V : CONSTATS 58

5.1 | publicité 58
5.1.1 | Hors agglomération 58
5.1.2 | Le patrimoine naturel et le réseau hydrographique 60
5.1.3 | Le patrimoine bâti 62
5.1.4 | Les quartiers résidentiels et les pôles commerciaux de quartier 66
5.1.5 | Les axes structurants et les entrées de ville 67
5.1.6 | Les zones d'activités économiques et commerciales 78
5.1.7 | Autres constats en matière de publicité 81

5.2 | La situation des enseignes 84
5.2.1 | Hors agglomération 84
5.2.2 | Le patrimoine naturel et le réseau hydrographique 84
5.2.3 | Le patrimoine bâti 84
5.2.4 | Les quartiers résidentiels et les pôles commerciaux de quartier 88
5.2.5 | Les axes structurants et les entrées de ville 89
5.2.6 | Les zones d'activités économiques et commerciales 92

Chapitre VI : SYNTHESE DES CONSTATS 98

Chapitre VII : ORIENTATIONS 99

Chapitre VIII : EXPLICATION DES CHOIX 100

8.1 | Zonage 100
8.1.1 | Publicité 100
8.1.2 | Enseignes 101

8.2 | Partie règlementaire 102
8.2.1 | Publicité 102
8.2.2 | Enseignes 106

LIMOGES

Règlement Local de Publicité

Chapitre I
INTRODUCTION

Depuis la réforme de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite Loi ENE), les règlements locaux de publicité (RLP) sont devenus de véritables instruments de planification locale. Ils offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicités, enseignes et préenseignes.

La ville de Limoges a prescrit la révision de son RLP par une délibération en date du 13 décembre 2016. La communauté urbaine de Limoges Métropole a pris la compétence PLU le 27 mars 2017. L'élaboration ou la révision du règlement local de publicité lui revient, en application de l'article L. 581-14 du code de l'environnement. Cependant, conformément à l'article L.153-9-I du code de l'urbanisme, la communauté urbaine laisse à la ville le soin de conduire les éléments techniques du règlement, les délibérations étant prises au sein du conseil communautaire.

Les RLP s'inscrivent dans une vision stratégique du territoire. Élaborés selon une procédure identique à celle des plans locaux d'urbanisme (PLU), ils visent à préserver les paysages et à améliorer le cadre de vie ; ils renforcent l'identité du territoire.

1.1 | LES PIÈCES CONSTITUTIVES DU DOSSIER DE RLP

Un RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie règlementaire et des annexes, conformément à l'article R.581-72 du code de l'environnement. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, glossaire, etc.

Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état de l'affichage publicitaire et des enseignes sur le territoire. Il procède à une analyse des dispositifs en mesurant leur impact sur le cadre de vie et à une évaluation de leur conformité aux dispositions du règlement national de publicité (RNP) et, le cas échéant, du RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux. Pour cela, il relève les secteurs nécessitants, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport de présentation précise les objectifs et définit les orientations en matière de publicité et d'enseignes liées aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il explique enfin les choix des règles instituées par le règlement.

Le règlement

Le règlement comprend les prescriptions règlementaires applicables sur le territoire couvert par le RLP à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont en principe plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

Les annexes

Les annexes sont constituées :

- des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres[1] identifiés dans le rapport de présentation et le règlement ;
- de l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré de la commune ;
- du document graphique les matérialisant.

1. Les périmètres sont des secteurs identifiés hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du code de l'environnement).

1.2 | LES OBJECTIFS DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ DE LIMOGES

Dans sa délibération du 13 décembre 2016, la ville de Limoges a fixé au RLP les objectifs suivants :

- Adapter le RLP aux nouvelles dispositions légales et règlementaires;
- Maîtriser la densité d'affichage publicitaire en particulier le long des axes routiers structurants ;
- Assurer un équilibre entre les enjeux économiques forts du territoire et le développement des dispositifs publicitaires ;
- Veiller à la préservation du patrimoine bâti et paysager en édictant une réglementation adaptée aux spécificités du centre-ville et des secteurs de sensibilité paysagère (entrées de ville notamment...) ;
- Limiter la présence de dispositifs à fort impact tel que les affichages lumineux, notamment numériques.

1.3 | LE CHAMP D'APPLICATION MATÉRIEL

Les dispositifs soumis à la réglementation du code de l'environnement appartiennent à trois catégories définies par l'article L.581-3 du code de l'environnement : la publicité, les enseignes et les préenseignes.

Les préenseignes dérogatoires, sous-catégorie des préenseignes, font l'objet d'un paragraphe particulier.

1.3.1 | La publicité

La publicité se définit comme étant toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention (article L.581-3-1°).

Les dispositifs et matériels principalement destinés à recevoir les publicités sont également considérés comme de la publicité. Ils sont donc à considérer comme de la publicité même s'ils ne comportent aucune affiche publicitaire.



Les dispositions règlementaires nationales fixent les règles d'implantation des publicités en fonction des procédés, des dispositifs utilisés, des caractéristiques des supports et de l'importance des agglomérations concernées. Sont ainsi régies :

La publicité murale



La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol



La publicité éclairée par projection ou transparence





La publicité numérique



La publicité sur mobilier urbain







1.3.2 | Les enseignes

L'enseigne se définit comme étant toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce (article L.581-3-2°).



Des dispositions règlementaires nationales déterminent les prescriptions applicables à son installation et à son entretien en fonction des procédés utilisés, de la nature des activités, des caractéristiques des immeubles où ces activités s'exercent, du caractère des lieux, ainsi que des conditions d'éclairage lorsqu'elle est lumineuse. Sont ainsi régies :

Les enseignes murales parallèles au mur qui les supporte, aussi appelées enseignes "à plat"





Les enseignes murales perpendiculaires au mur, aussi appelées enseignes "drapeau"



Les enseignes lumineuses, y compris numériques





Les enseignes sur toiture



Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol





Les enseignes temporaires





1.3.3 | Les préenseignes

La préenseigne se définit comme étant toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée (article L.581-3-3°).

Hormis les préenseignes dites dérogatoires, les préenseignes sont soumises au même régime que la publicité (Art. L.581-19 du code de l'environnement). Sont ainsi régies :

Les préenseignes murales



Les préenseignes scellées au sol



Les préenseignes sur mobilier urbain



Comme les publicités, les préenseignes peuvent être éclairées par projection, par transparence, ou numériques.

1.3.4 | Les préenseignes dérogatoires

Catégorie particulière de préenseigne, la préenseigne dérogatoire a son régime propre. Toujours scellée au sol, elle est implantée hors agglomération où toute forme de publicité est interdite.

Depuis le 13 juillet 2015, ne sont admises que les préenseignes signalant la fabrication ou la vente de produits du terroir, la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, ainsi que les activités culturelles (spectacles cinématographiques, spectacles vivants, expositions d'arts plastiques, ...).

Elles sont soumises à des conditions maximum de format (1 m en hauteur et 1,5 m en largeur), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km), de nombre (2 ou 4).

Activité signalée	Format	Nombre	Distance
Fabrication ou vente de produits du terroir	1 m x 1,50 m	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments Historiques ouverts à la visite		4	10 km

La préenseigne ci-dessous est illégale depuis le 13 juillet 2015.



1.3.5 | L'affichage d'opinion

Conformément à l'article L.581-13 du code de l'environnement, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites communément « d'affichage libre ». L'article R.581-2 fixe la surface minimum attribuée dans chaque commune. En l'occurrence, la population de Limoges étant de 132 000 habitants, le nombre de mètres carrés que la ville doit mettre à disposition est : 12 m^2 + 5 m2 par tranche de 10 000 habitants supplémentaire, soit 77 m^2.



1.3.6 | Les bâches

Les bâches publicitaires (sur échafaudage ou autres) peuvent également être autorisées par le maire, tout comme les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles après avis de la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS).



Bâche de chantier

1.3.7 | La publicité de petit format

L'article L581-8 du code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petits format intégrés à la devanture commerciale dès lors qu'ils ne recouvrent que partiellement la baie.

Selon l'article R581-57, il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1 m^2. La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2 m^2.



1.3.8 | La publicité sur les véhicules terrestres

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de supports de publicité, ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et à proximité des monuments historiques. Ils ne peuvent circuler en convoi, ni rouler à une vitesse anormalement réduite. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m² (article R. 581-48).



Véhicule publicitaire

1.3.9 | Les dispositifs exclus du champ d'application du code de l'environnement

Malgré leur aspect apparenté aux publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du code de l'environnement.

Tel est le cas des dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.



Sont également exclus de la réglementation les mobiliers urbains ne comportant aucune publicité, ainsi que les œuvres artistiques ou les décorations.



Enfin, la signalisation routière et la signalisation d'information locale sont régies par le code de la route.





Chapitre II
ANALYSE TERRITORIALE

Afin de définir des stratégies visant à rendre les dispositifs de publicité extérieure harmonieux et intégrés au cadre de vie, il est nécessaire de définir des espaces en fonction de leurs caractéristiques urbaines et au regard des enjeux paysagers, architecturaux et patrimoniaux. Pour ce faire, la méthodologie mise en œuvre s'est appuyée sur :

- la lecture analytique des documents mis à disposition (PLU approuvé par le conseil communautaire le 26 juin 2019) : volet paysager du PLU, état initial de l'environnement, chiffres clés du territoire ;
- le repérage sur le terrain des entités territoriales et urbaines ayant des enjeux singuliers ;
- l'analyse et un reportage photo de l'impact de la publicité et des enseignes dans ces entités territoriales et urbaines ;
- la cartographie et le traitement SIG des enjeux par entités ;
- la détermination de la zone agglomérée sur la base de la zone urbaine du PLU.

2.1 | DONNÉES GÉNÉRALES

2.1.1 | Histoire de Limoges

Limoges est fondée par les Romains vers l'an 10 avant notre ère, sous Auguste, dans le cadre de la réorganisation des cités et provinces gauloises de l'Empire romain. Son nom était alors Augustoritum.

Elle disposait d'arènes plus vastes que celles d'Arles ou Nîmes et de thermes parmi les plus somptueux de la Gaule.



Elle était construite selon un quadrillage presque parfait. En effet un réseau de rues parallèles orientées sud-est/nord-ouest croisait perpendiculairement un autre réseau de rues parallèles orientées nord-est/sud-ouest.

Peu de vestiges gallo-romains subsistent aujourd'hui, la plupart ayant été détruits ou enfouis.

Au début du VIe siècle, Augustorium devient Limoges et le second pôle urbain, le futur Château émerge au nord-ouest, autour de la nécropole située à proximité. La ville ainsi que le Limousin font partie du duché d'Aquitaine.

Lors des dures campagnes de Pépin le Bref vers 760 pour mettre l'Aquitaine au pas, Limoges est frappée à plusieurs reprises.

Bien que pillée par les Vikings en 862, la ville se développe toujours et est partagée entre la Cité et le Château.

À la fin du XIe siècle, et durant la première moitié du XIIe siècle, la notoriété de Limoges est à son plus haut niveau. Elle est portée par le rayonnement de l'abbaye Saint-Martial, qui est alors le plus important centre de production intellectuelle, littéraire, poétique, artistique et musicale du monde médio-latin. Les chants grégoriens y connaissent leur premier apogée, avec les productions de l'École de Saint-Martial. La ville bénéficie également du

rayonnement des troubadours limousins, qui font de la langue limousine la langue de la culture du monde roman. Limoges est également renommée pour la qualité de sa production d'émaux ou de sa production textile de limogiatures.

La ville subit de nouveaux pillages pendant la guerre de cent ans.

Au XVIe siècle, Limoges tourne, avec la fin du Moyen Âge, l'une des plus riches pages de son histoire et intègre définitivement le royaume de France sous Henri IV.

Au XVIIe siècle, de nombreux couvents sont fondés, d'autres réformés.

Au XVIIIe siècle, l'intendant Turgot améliore considérablement le réseau routier limousin, relance l'économie limougeaude, favorise la création et le développement d'industries, dont celles du textile et du cuir. Mais le véritable tournant est celui de 1765 : un gisement de kaolin est découvert à Saint-Yrieix-la-Perche, à 40 km au sud de Limoges. L'industrie de la porcelaine est lancée.

Au XIXe siècle, avec la révolution industrielle et l'essor des ateliers et des manufactures de textile, cuir, chapeau, chaussures ou porcelaine, Limoges se peuple, au préjudice de sa campagne, d'une population ouvrière, jeune, féminisée, et qui embrasse massivement la cause syndicale.

Le secteur industriel est à son apogée entre 1850 et les années 1930 et est le moteur de l'expansion urbaine de la ville. Au milieu du siècle, elle dépasse à peine ses limites de l'Ancien régime, mais passe de 30 000 habitants en 1841 à 98 000 en 1926 et s'étend en faubourgs résidentiels. Cette croissance se fait de façon plutôt anarchique, sans réelle réflexion urbanistique globale.

Limoges est aujourd'hui reconnue comme « ville d'art et d'histoire » depuis 2008, mais également « capitale des arts du feu » en raison de l'implantation toujours présente des grandes maisons de porcelaine, de ses ateliers d'art travaillant l'émail ou les vitraux, mais aussi en raison du développement de son pôle de compétitivité spécialisé dans la céramique technique et industrielle. Cette spécificité lui a valu d'intégrer en 2017 le Réseau des villes créatives UNESCO dans la catégorie thématique « Artisanat et Arts populaires ».

2.1.2 | Localisation et caractéristiques

Placé entre le Massif central à l'est et l'Arc atlantique à l'ouest, le Limousin est situé dans la région Nouvelle Aquitaine.

Limoges est positionnée sur les premiers contreforts ouest du Massif central, à 142 km à l'ouest de Clermont-Ferrand, 180 km à l'est de l'océan Atlantique, 346 km au sud de Paris, et à 248 km au nord de Toulouse.

Limoges, préfecture de la Haute-Vienne, occupe une position prédominante dans sa région tant sur le plan démographique qu'économique.

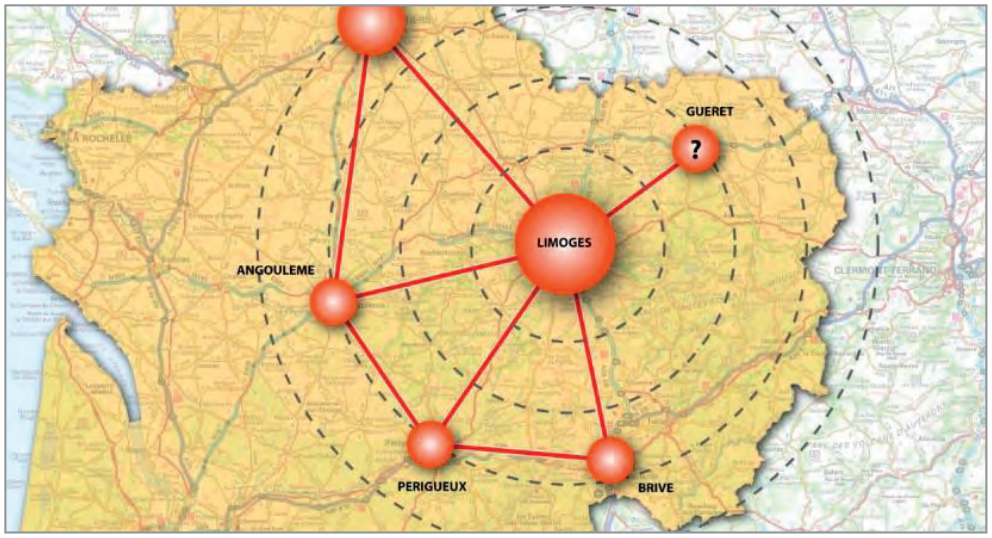
Située au cœur du Limousin, elle compte aujourd'hui 132 660 habitants (Insee 2018) et sa superficie est d'environ 78 km^2. Son altitude moyenne est de 306 mètres. Elle est construite à l'instar de Rome ou Paris sur 7 collines. Sa population a légèrement diminué entre 2006 et 2016 d'environ 3%.

Elle est membre de la communauté urbaine Limoges Métropole qui regroupe vingt communes et rassemble 208 705 habitants, ce qui en fait le 3eme pôle urbain du Grand Sud-Ouest.

Cette communauté urbaine est extrêmement variée en matière de typologie (urbaines, périurbaines ou rurales) ou de démographie (de 999 habitants pour Aureil, à 132.660 habitants pour Limoges, source INSEE), qui en fait toute sa richesse.

Sa stratégie est la mise en place d'une complémentarité avec Bordeaux et Poitiers, et également de créer un réseau cohérent avec les villes moyennes de proximité.

.



Réseau des villes de proximité (source PADD)

Le pays de Limoges se tient en amorce des premières hauteurs du Massif central, entre les Monts d'Ambazac au nord et la vallée de la Briance au sud. Trois ensembles topographiques se distinguent :

- Un plateau en pente occupé par Limoges entre Vienne et Aurence ;
- Un bocage omniprésent et de grands dégagements paysagers à à l'Ouest de l'Aurence que constitue le territoire de Landouge ;
- Un contre flanc verdoyant chahuté par des vallées, rive gauche de la Vienne, au sud du territoire communal.

Le paysage très vallonné est sillonné par de nombreux affluents de la Vienne, la rivière principale. On trouve rive droite la Mazelle et l'Aurence et rive gauche l'Auzette et la Valoine.

Les sols sont principalement constitués de gneiss et de roches magmatiques et les sols peu profonds associés au socle métamorphique imperméable ne retiennent pas les précipitations lors de fortes pluies.

On note également l'absence de grandes nappes phréatiques qui nécessite l'alimentation de la ville par des retenues de surface et non des réserves souterraines.

On trouve à proximité deux parcs naturels régionaux créés en 1998 et 2004 : le parc naturel régional Périgord Limousin et le parc naturel régional de Millevaches en Limousin.

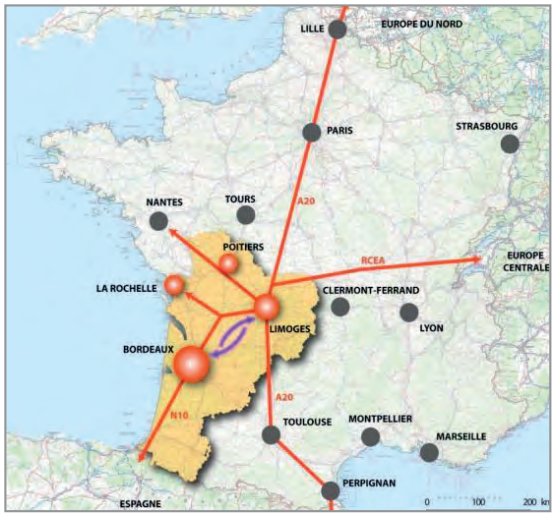
La majorité de l'agriculture régionale est réalisée par l'élevage, principalement grâce aux races limousines pour la production de viande.

Les cultures céréalières sont présentes au nord de la région. Depuis plusieurs décennies, elles ont fortement diminué pour laisser place à l'élevage.

2.1.3 | Les axes structurants

Limoges possède de nombreuses infrastructures routières qui sont bien réparties et permettent de desservir un grand nombre de destination dans toutes les directions.

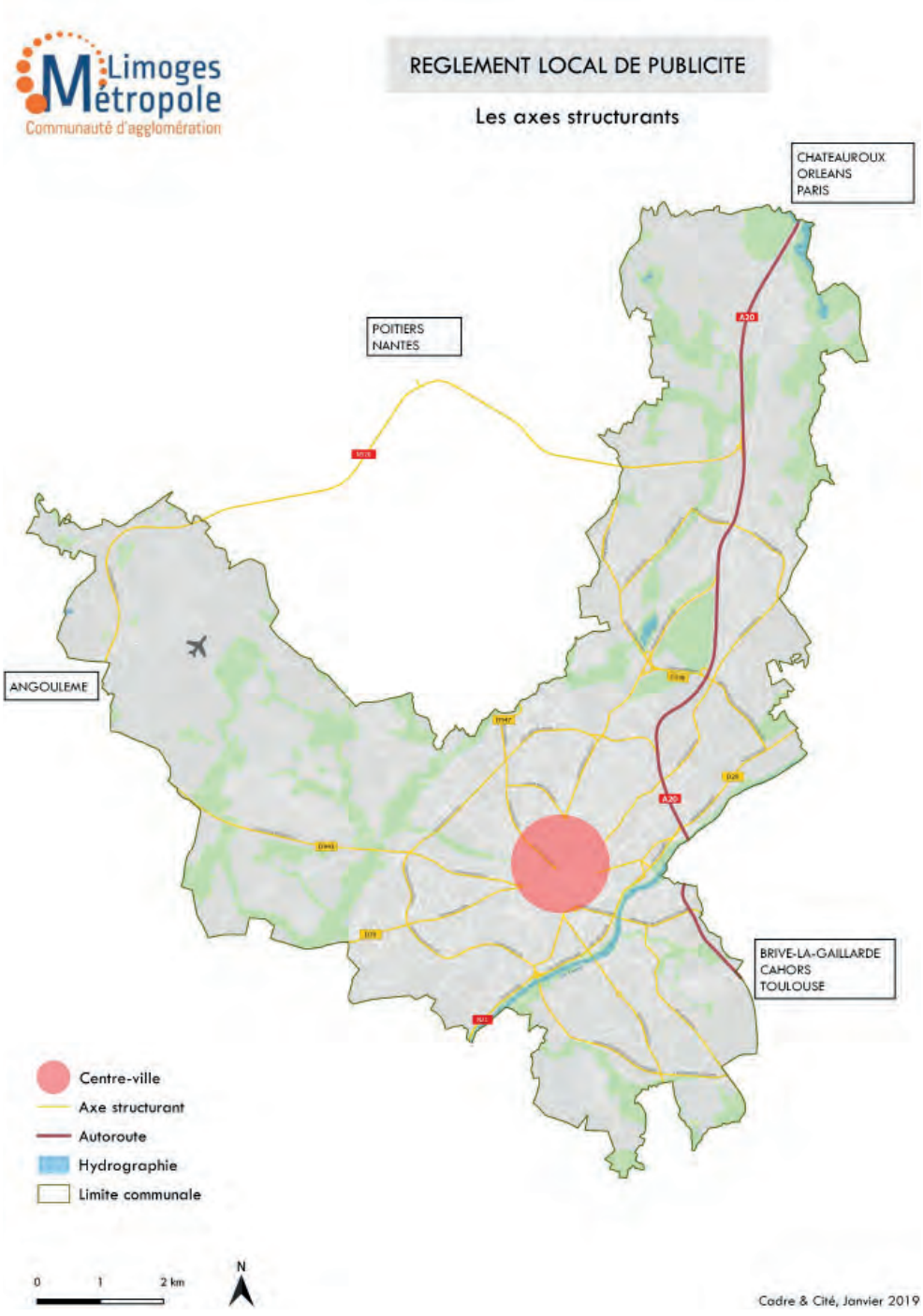
Elle est traversée par l'Autoroute A20 sur un axe nord-sud, l'Occitane, qui la relie à Paris vers le nord via Orléans et Toulouse vers le sud, via Cahors.



Positionnement de Limoges (source PADD)

Elle est également desservie par plusieurs routes nationales et départementales. Ainsi la N141/D941 permet l'accès à la façade Atlantique à l'Ouest et Clermont Ferrand à l'est (D941). La N147 au nord-ouest rejoint Poitiers et Nantes. La N21 tout comme la D704, Périgueux et enfin, la D979 dessert le parc naturel des Millevaches en Limousin.

Plusieurs voies pénétrantes prolongent les routes menant à Limoges jusqu'au cœur de la ville. C'est notamment le cas de l'avenue Baudin et des quais qui longent la Vienne vers Périgueux et qui rejoint l'A20 au nord. Celle-ci coupe la ville en deux.



Enfin, des boulevards périphériques complètent le tour de la ville : Schuman/ Vigenal / Borie / Mas Bouyol / Vanteaux / Valoine.

En ce qui concerne le réseau ferroviaire, il y a deux gares, la principale étant Limoges-Bénédictins, la seconde Limoges-Montjovis. Les voies ferrées traversent la ville en surface par l'arrivée nord-est. En direction du sud-ouest, dans le centre-ville, elles passent par un réseau sous terrain ou en tranchée.

Enfin, l'agglomération dispose d'une plateforme aéroportuaire internationale performante située sur le territoire communal : Limoges-Bellegarde, à 15 minutes du centre-ville.

2.1.4 | Poids et évolution économique

La communauté urbaine Limoges Métropole regroupe 20 communes et rassemble 208 705 habitants, soit près de la moitié de la population de la Haute-Vienne. Cela en fait le 3ème pôle urbain du Grand Sud-Ouest (après Bordeaux et Toulouse).

L'économie limougeaude s'est fortement renouvelée au cours des trente dernières années et de nouvelles dynamiques ont émergé pour alimenter la croissance économique. Les principaux acteurs de cette dynamique sont le secteur des services aux particuliers et aux entreprises, les grandes entreprises implantées de longue date, le BTP et enfin les petites et moyennes entreprises qui ont su se renouveler.

Les activités émanant de l'ESTER technopôle (créée en 1992) participent activement au développement des activités innovantes.

Limoges doit aujourd'hui continuer d'accompagner de façon efficace le renouvellement des dynamiques économiques.

Les parcs d'activités (source site communauté urbaine limoges)

La communauté urbaine de Limoges Métropole propose aujourd'hui 1 350 hectares de foncier consacré à l'accueil des entreprises. L'offre assure une large diversité au niveau de la localisation mais aussi des types d'activités proposées afin de répondre au mieux aux besoins de toutes les entreprises.

- Le parc d'activités de la Technopole ESTER : ce parc s'étend sur 195 hectares et accueille 172 raisons sociales, essentiellement des entreprises de hautes technologies, pour plus de 1 900 emplois.
- Les parcs d'activités Nord :

Nord 1, Nord 2 et Nord 3 regroupent plus de 480 entreprises sur près de 400 hectares (Haviland, Weston, Schneider...). Plus de 8000 salariés y travaillent.

- Les parcs d'activités Sud :

Magré-Romanet, le Ponteix et la Ribière couvrent plus de 350 hectares. Des secteurs variés y sont représentés comme l'agro-alimentaire (Plainemaison, Covial..), des activités industrielles et de services, de grands groupes (Madrange, Legrand) ou encore des activités liées au commerce de l'automobile.

- Le parc de Maison rouge de 4,2 hectares sur la commune de Bonnac-la Côte,
- Le Petit Bonnefont de 8 hectares sur la commune de Saint-Just-le-Martel,
- Le parc de l'Aqueduc sur la commune de Peyrilhac couvrant 4,1 hectares,
- Le parc de la Grande Pièce sur 70 hectares.

Les zones commerciales

Les centres commerciaux de Limoges Métropole sont bien répartis autour de la ville. Les plus fréquentés se trouvent :

- au nord avec le centre commercial de la Coupole à Beaubreuil et le Limoges Family Village à la périphérie au bord de l'autoroute A20.
- à l'ouest le centre commercial de Corgnac
- au sud la zone commerciale des Quatre-Vents à Boisseuil et zone commerciale du Ponteix à Feytiat

2.2 | CARACTÉRISTIQUES TERRITORIALES AU REGARD DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Le territoire dispose d'une richesse paysagère exceptionnelle. Il se compose de 5 entités caractérisées par une ambiance paysagère propre.

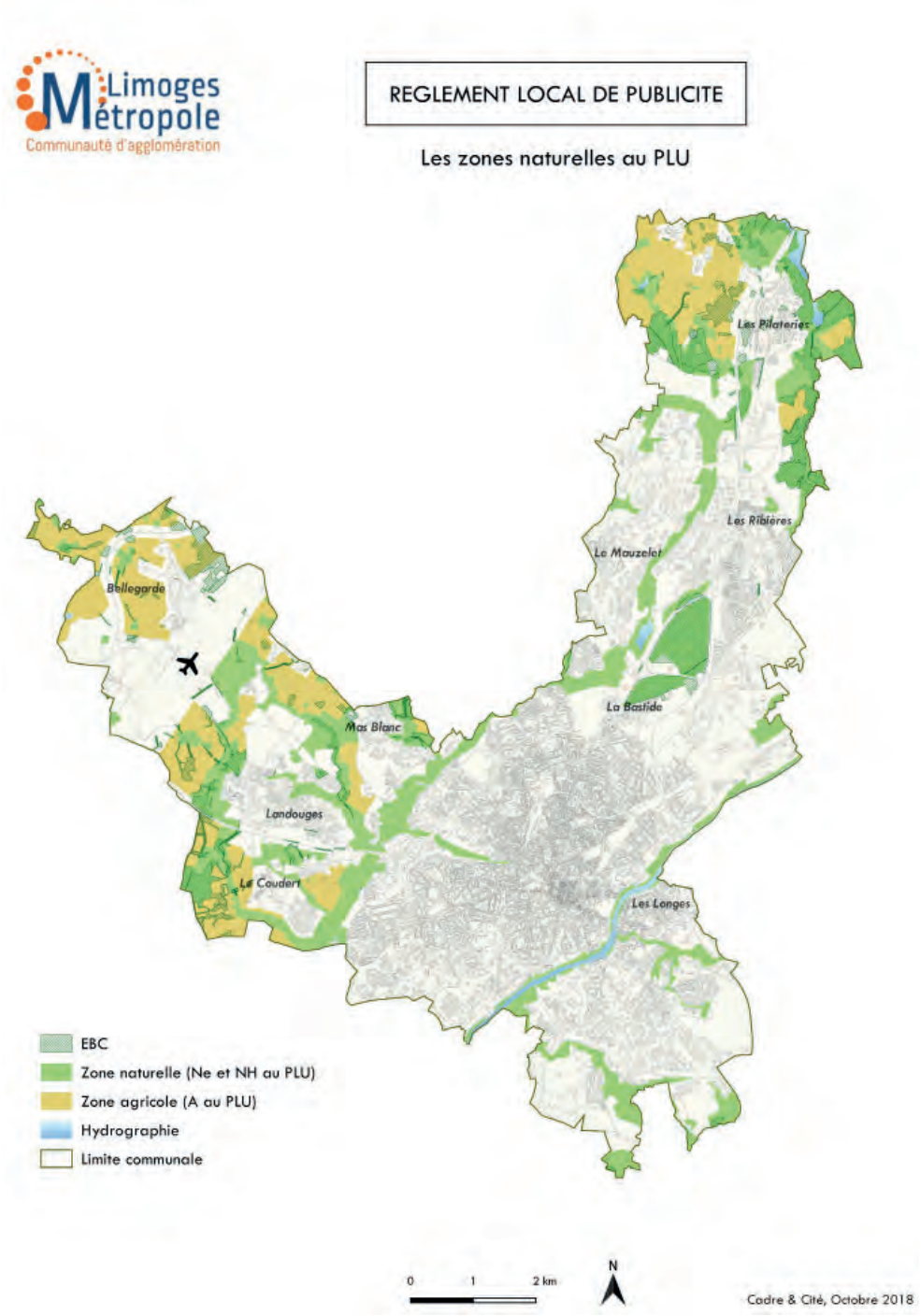
- le patrimoine naturel et le réseau hydrographique ;
- le patrimoine bâti ;
- les quartiers résidentiels et les pôles commerciaux de quartier ;
- les axes routiers structurants et les entrées de ville ;
- les zones d'activités économiques et commerciales.

2.2.1 | Le patrimoine naturel et le réseau hydrographique

Les zones naturelles, les espaces boisés classés et les zones agricoles sont présents principalement en périphérie du secteur aggloméré de la ville.

La vallée de la Vienne au sud-est coupe la ville en deux secteurs.

La vallée de l'Aurence, site inscrit, traverse du Nord au Sud coté l'ouest une partie non urbanisée du territoire.



Enjeux pour le RLP

La majorité des espaces présents dans ce type de secteurs est en milieu non aggloméré. La publicité y est interdite par le code de l'environnement.

Ces espaces de nature, plus ou moins aménagés, sont appréhendés au regard de leur valeur écologique, mais également pour leur rôle d'éléments du cadre de vie. L'enjeu est de préserver ces espaces des implantations publicitaires lorsqu'ils se trouvent dans les secteurs agglomérés, notamment le long des berges des rivières.

2.2.2 | Le patrimoine bâti

Les sites inscrits ou classés et le bâti d'intérêt patrimonial participent à la qualité du cadre de vie par leurs valeurs historiques, architecturales, urbaines et paysagères. L'enjeu est de recenser ces sites et ce bâti afin de les préserver des risques de pollution visuelle liée à la publicité ou aux enseignes.

A noter que la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de création, à l'architecture et au patrimoine a créé les sites patrimoniaux remarquables (SPR) qui remplacent les secteurs sauvegardés, les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) ainsi que les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP).

Le SPR de Limoges sera également pris en compte dans le RLP. Il s'étend sur le centre-ville, les deux rives de la Vienne sur toute la traversée du territoire, ainsi que quelques secteurs situés hors agglomération.

Un seul monument historique est recensé hors SPR, le château de Laugerie situé au sud-est de la ville.

Le périmètre de protection de 500 m du château du Mas de l'Age, situé sur Couzeix, déborde pour partie sur le territoire limougeaud.

La ville de Limoges compte 4 sites inscrits :

- La Bastide ;
- Le centre-ville ;
- Les Jardins de l'Évêché ;
- La Maison Jouxtens.

En complément, dans le cadre de ses documents d'urbanisme local, la commune a identifié des éléments non concernés par ces périmètres de protection. Le patrimoine d'intérêt local repéré au PLU sera intégré à la démarche de protection.

De même, les principales perspectives remarquables dont la préservation est nécessaire seront à prendre en compte dans la réflexion.

214 immeubles ont été repérés au PLU.

Enjeux pour le RLP

La mise en valeur du patrimoine doit conduire à une implantation harmonieuse de la publicité et des enseignes en milieu aggloméré.

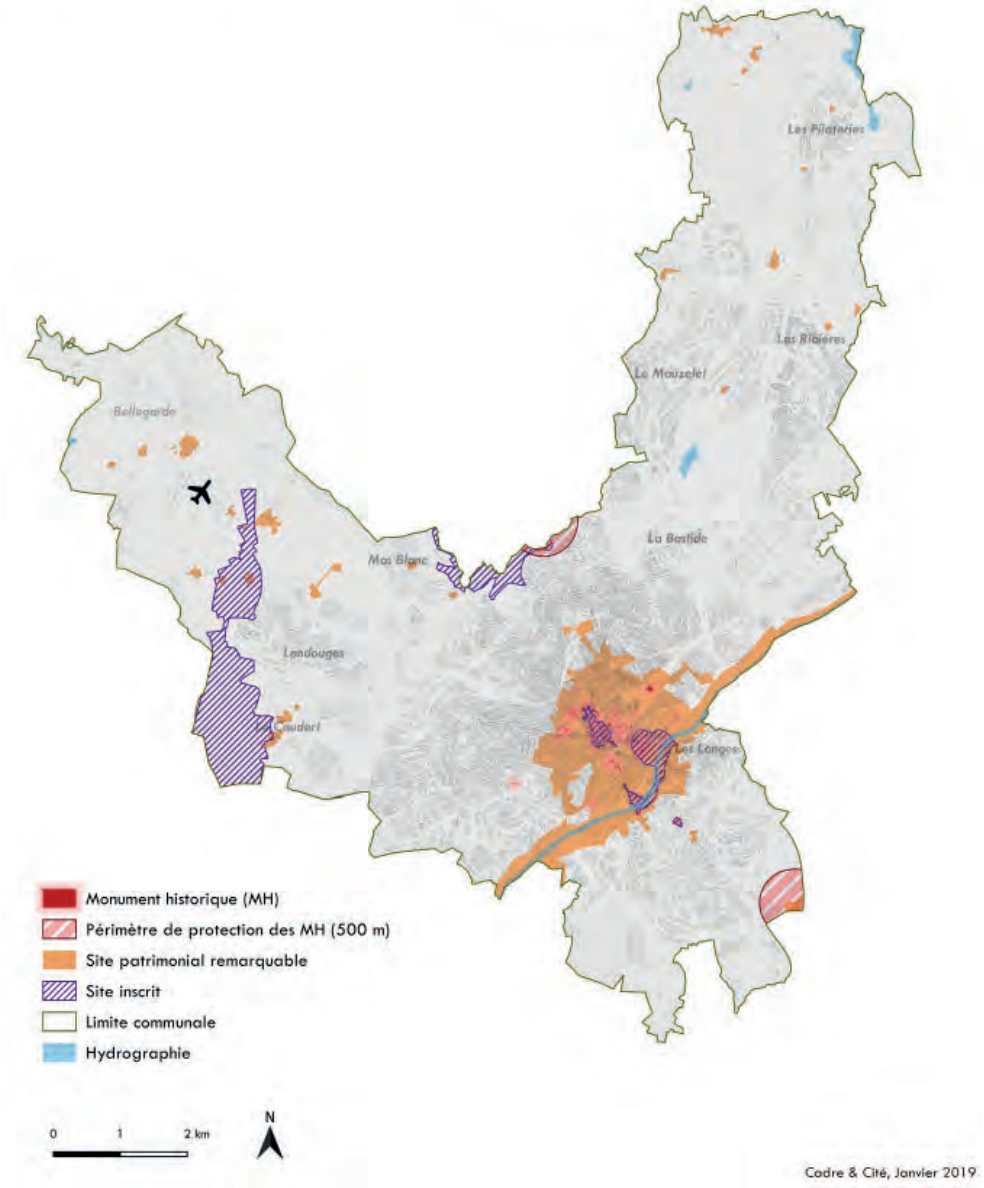
Ces différents secteurs englobent un patrimoine architectural et urbain de qualité dont la préservation et la mise en valeur exigent une réglementation spécifiquement adaptée.

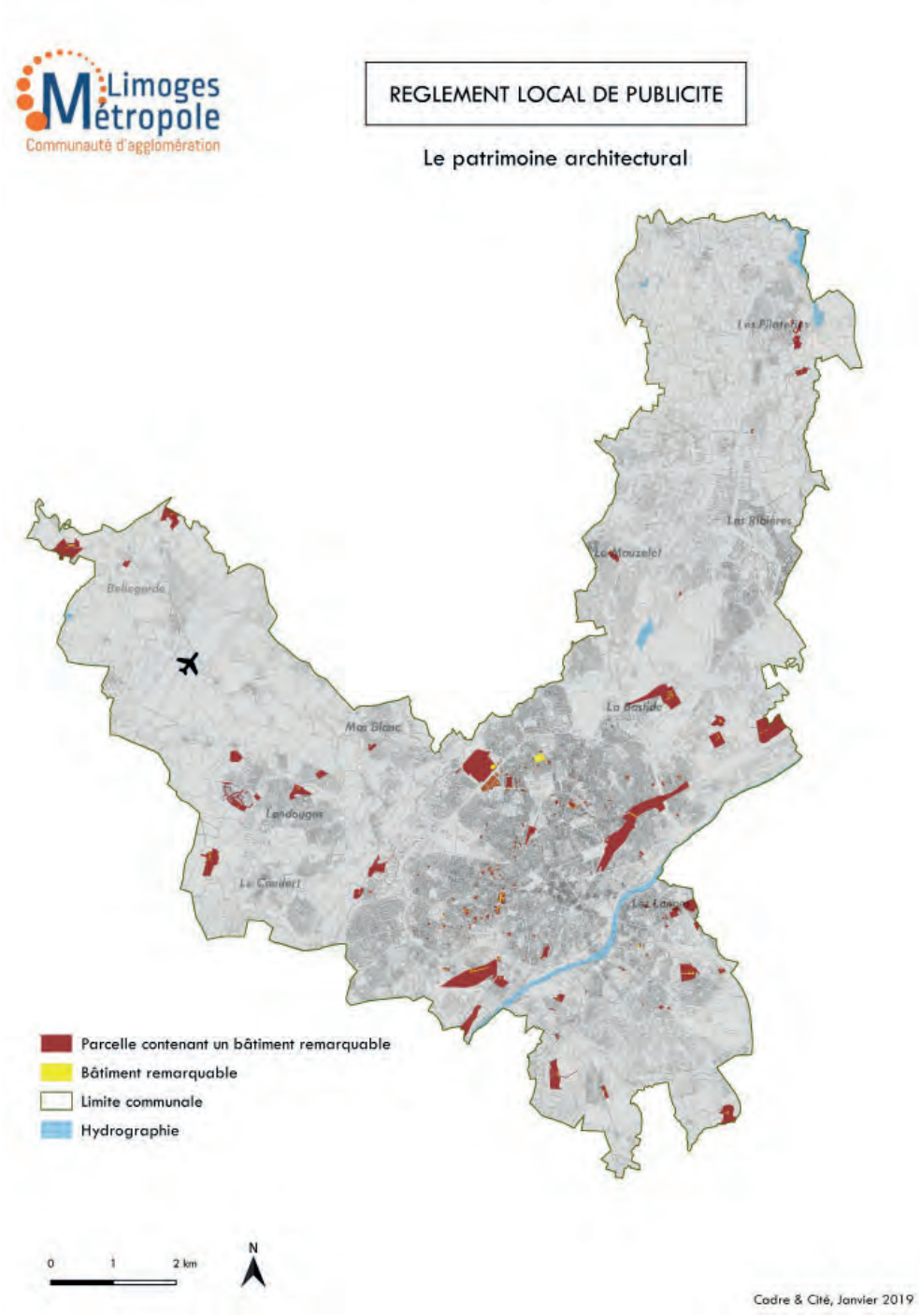
La possibilité de réintroduire la publicité dans certains de ces secteurs doit être mesurée.

La préservation du patrimoine doit conduire à une réglementation répondant à une bonne insertion des enseignes dans le bâti.

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le patrimoine architectural





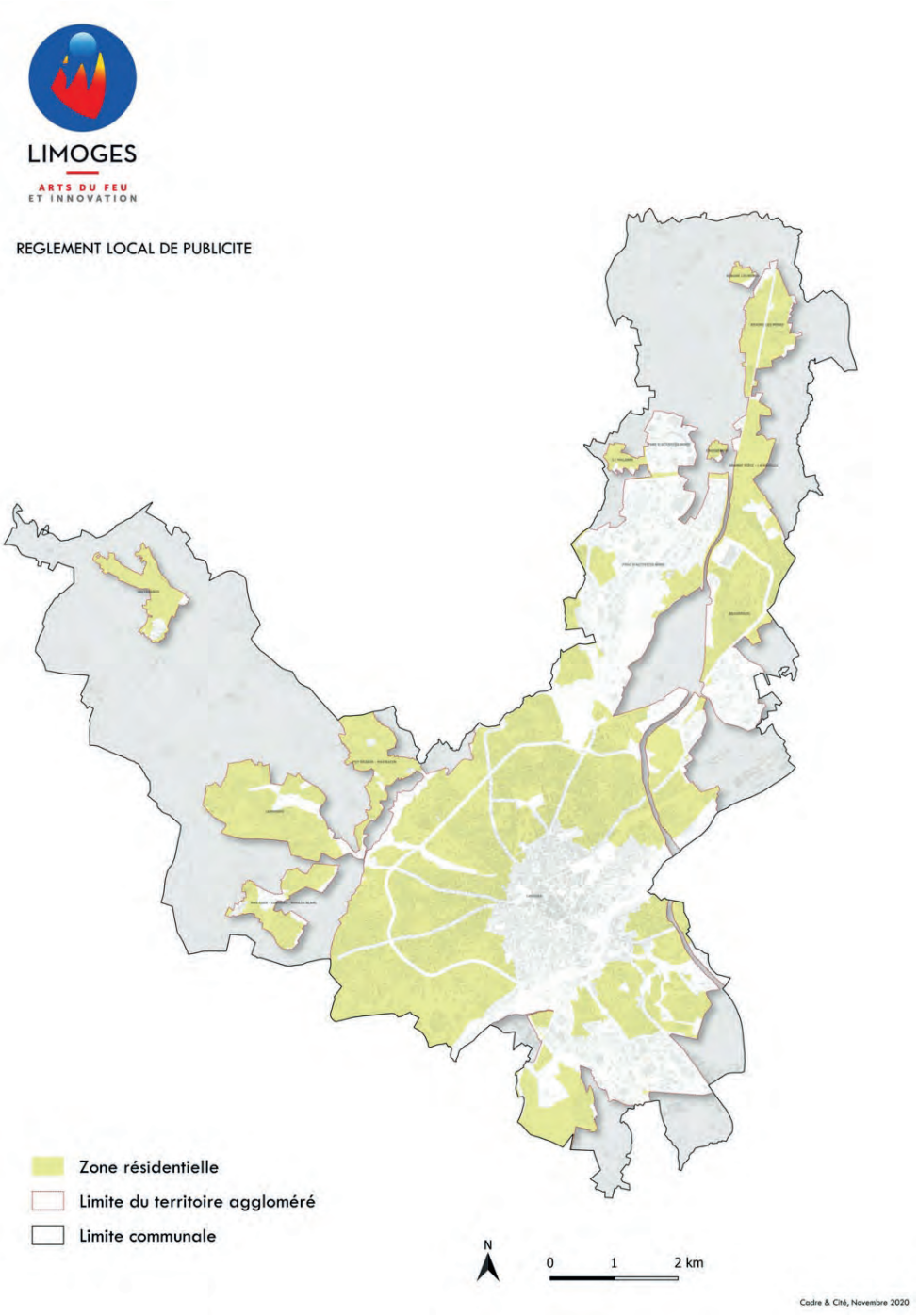
2.2.3 | Les quartiers résidentiels et les pôles commerciaux de quartier

Lieux de vie et de mixité urbaine, supports d'échanges commerciaux et sociaux, ils représentent un véritable enjeu, couvrant une bonne partie du territoire. Ils ne présentent que peu d'intérêt pour la publicité.

Il convient de préserver ou d'accentuer le caractère apaisé qui y existe actuellement.

Enjeux pour le RLP

Les caractéristiques spécifiques de ces espaces ayant une vocation commerciale locale devront être respectées pour l'installation des enseignes. Une évaluation sur la place potentielle de la publicité sera étudiée.



2.2.4 | Les axes structurants et les entrées de ville

Sur l'agglomération, l'offre viaire est classée en différentes catégories.

Le trafic le plus important est enregistré sur les autoroutes et les voies routières de desserte. La publicité est interdite aux abords des autoroutes, qu'elles soient situées hors ou en agglomération.

Du fait de cette interdiction, les voies privilégiées pour l'implantation des publicités sont les voies structurantes de l'agglomération, plus particulièrement les avenues et les boulevards.

Le RLP permet de préserver de la publicité ces espaces de flux de circulation par l'instauration de règles d'implantation.

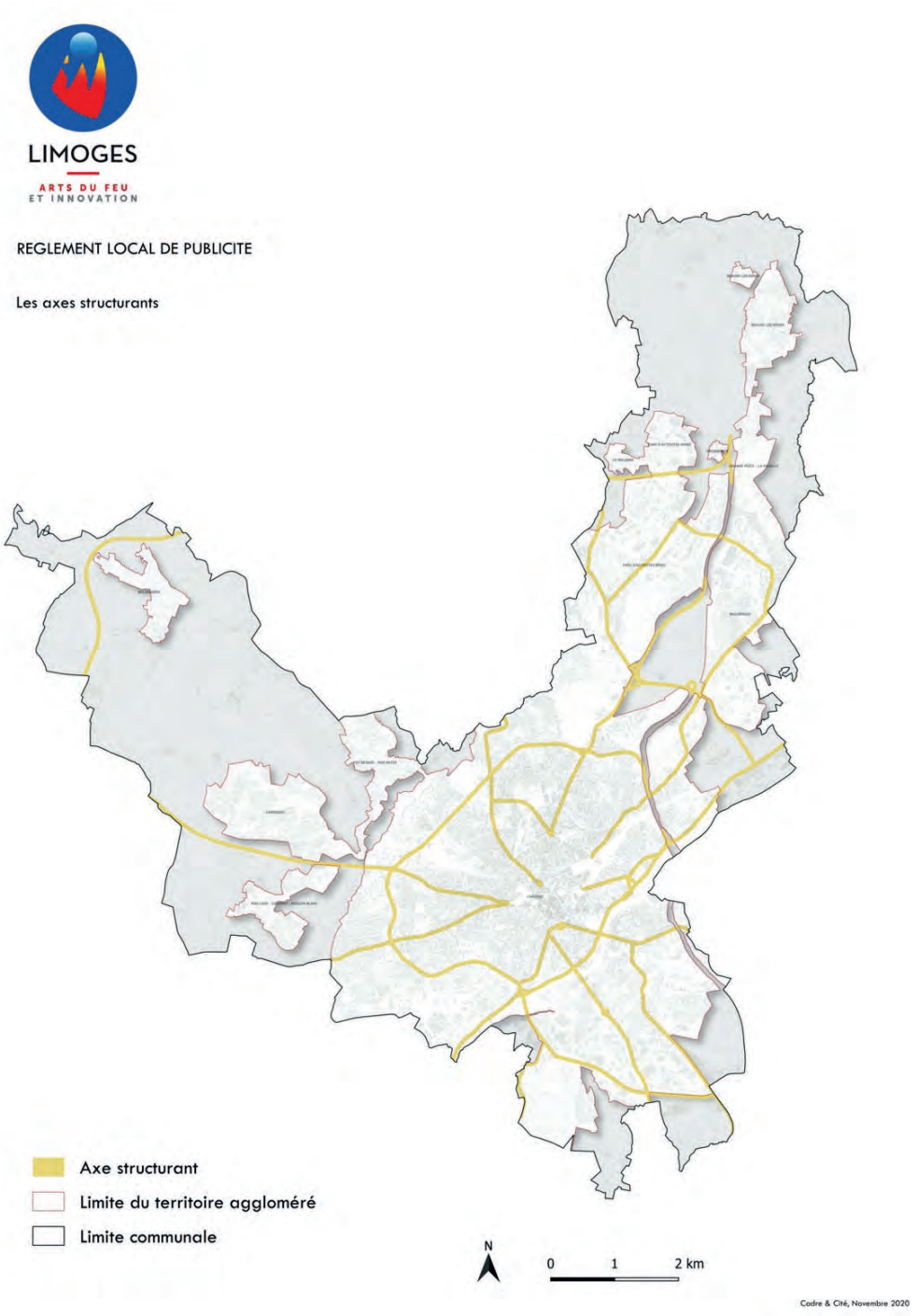
Constituées sans véritable cohérence d'aménagement, les entrées d'agglomération sont soit des faubourgs, soit le territoire d'implantation d'activités économiques, industrielles, artisanales ou commerciales.

Comme dans de nombreuses agglomérations, l'affichage publicitaire est omniprésent sur les boulevards et sur les principaux axes menant au centre de la ville. Il contribue à la dégradation des entrées de ville, première vision donnée aux visiteurs.

La gare SNCF est également une entrée de ville et elle doit être prise en compte dans la réglementation.

Enjeux pour le RLP

Traiter, à l'intérieur du territoire aggloméré, les séquences de voies en fonction des enjeux traversés (centre-ville, axes arborés, espaces patrimoniaux ou naturels, zones commerciales) afin de permettre une implantation cohérente de la publicité et des enseignes.



2.2.5 | Les zones d'activités économiques et commerciales

Les zones d'activités économiques et commerciales sont les lieux favoris pour les annonceurs, et plus particulièrement les zones commerciales, pour y mettre en avant leurs messages.

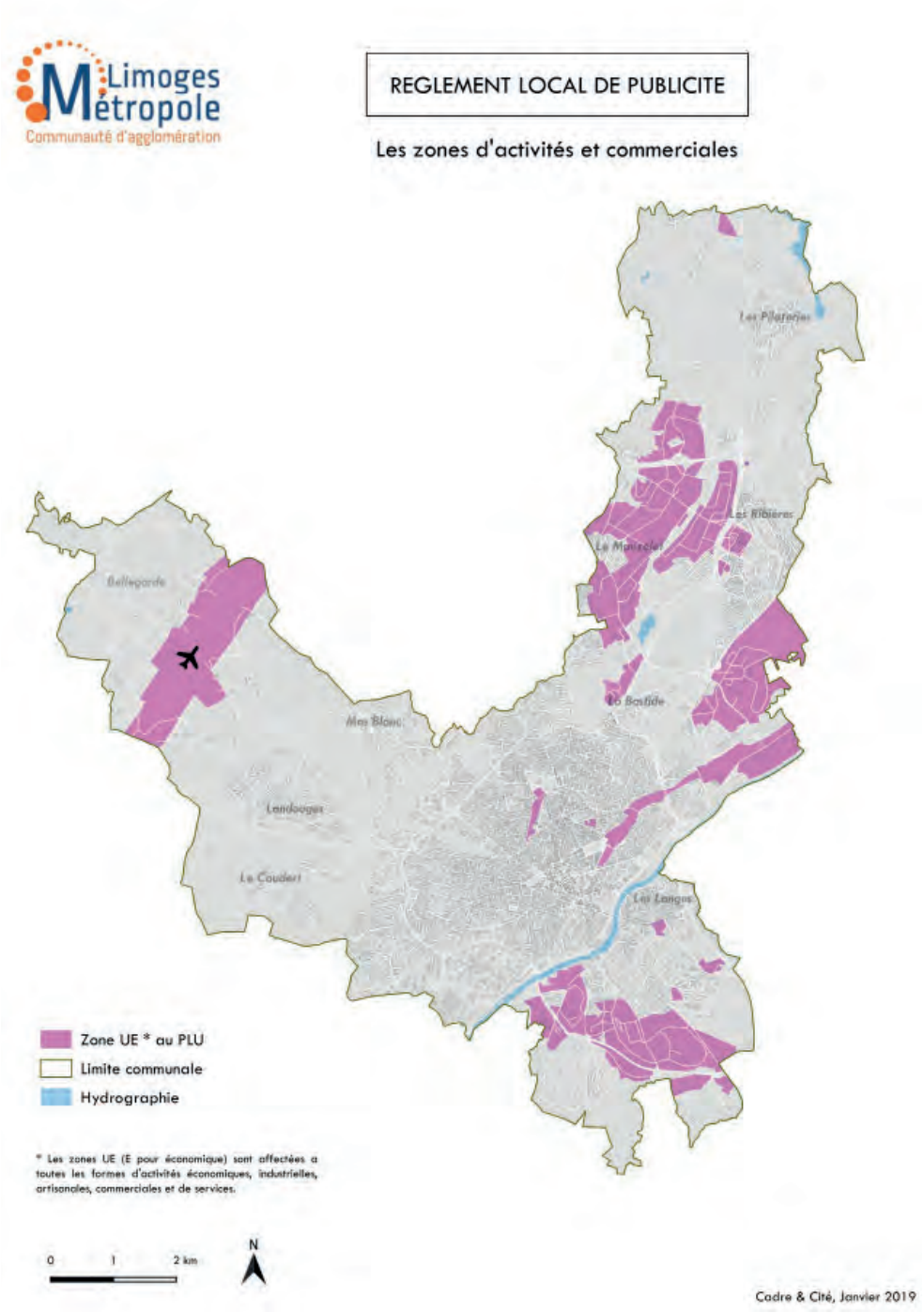
Ces zones, dédiées à l'exercice du commerce de grandes enseignes principalement, suscitent un grand intérêt pour les annonceurs publicitaires. Elles sont souvent confrontées à une surenchère d'implantation

de dispositifs et à des enseignes nombreuses, souvent de grand format. Cette situation, doublée d'une architecture peu valorisante pour les plus anciennes, les rend par là-même peu qualitatives ou attractives.

Il est important d'y concilier la possibilité de se signaler et de communiquer pour les activités présentent tout en préservant la protection paysagère.

Enjeux pour le RLP

Maîtriser la prolifération de la publicité et des enseignes de manière à limiter leur impact et permettre une meilleure lisibilité.



2.3 | SYNTHÈSE DES ENJEUX

Le RLP doit être un outil permettant la préservation du paysage urbain et rural, et des sites à forte valeur patrimoniale. Cette préservation est définie et modulée en fonction du contexte et de l'intérêt des lieux. Le RLP doit ainsi permettre de trouver le bon équilibre entre la volonté de favoriser l'essor économique local, en permettant aux entreprises de se signaler, et le souci de valoriser le cadre de vie pour les personnes qui y résident ou les visiteurs qui le fréquentent.

Ainsi, au regard des caractéristiques du territoire et des espaces spécifiques identifiés, un ensemble d'enjeux a été défini pour Limoges :

Le patrimoine naturel, agricole et le réseau hydrographique

- Proposer un règlement adapté à la protection de ces espaces situés en territoire aggloméré;
- Traiter les enseignes pour un bon respect de leur environnement;
- Assurer la protection des berges de la Vienne, de la Valoine et de l'Aurence en agglomération.

Le patrimoine bâti

- Adapter le règlement pour tenir compte des enjeux de mise en valeur du patrimoine par l'intégration des enseignes;
- Déterminer dans quelles conditions les implantations de publicité peuvent se réaliser.

Les quartiers résidentiels et les pôles commerciaux de quartier

- Maintenir la publicité de manière limitée;
- Permettre aux commerces de disposer d'enseignes proportionnées à leur environnement proche.

Les axes structurants et les entrées de ville

- Traiter, à l'intérieur du territoire aggloméré, les séquences de voies en fonction des enjeux traversés (centre-ville, espaces patrimoniaux ou naturels, zones commerciales) afin de permettre une implantation cohérente de la publicité et des enseignes.

Les zones d'activités économiques et commerciales

- Maîtriser l'implantation (densité) de la publicité;
- Traiter les enseignes pour une meilleure intégration.

Chapitre III
ANALYSE DES DISPOSITIONS RèglementaireS

3.1 | LE CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE

Population, agglomération et unité urbaine sont trois notions fondamentales pour comprendre, appliquer et adapter le code de l'environnement en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes.

- La publicité est interdite hors agglomération. Il importe donc de connaitre précisément les lieux situés en agglomération ou hors agglomération.
- Le code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants.

Toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10 000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants s'y applique, à l'exception de quelques règles.

3.1.1 | La population de référence

C'est l'INSEE qui définit la population de référence. La population communale est la population sans double compte. Pour les communes comportant des parties agglomérées séparées, c'est la population de chaque partie agglomérée qui fait référence.

Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes dépendent du nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont installées.

Définition de l'agglomération

L'agglomération au sens du code de la route à l'alinéa 1 de l'article R. 110-2 désigne « un 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 ». Ce même code prévoit que les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire.

3.1.2 | La nécessité de fixer les limites d'agglomération

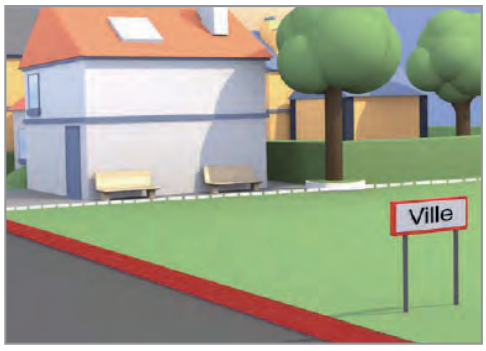
Par principe, la publicité est interdite hors agglomération (Art. L. 581-7 du code de l'environnement). La délimitation de l'agglomération s'avère donc déterminante..





Les panneaux délimitant l'agglomération font l'objet d'une implantation conformément à un arrêté municipal (Art. R.411-2 du code de la route). Les panneaux d'entrée et de sortie sont quelquefois mal implantés : ils se trouvent parfois trop en amont ou en aval des zones bâties, d'autres fois la zone bâtie s'est progressivement étendue sans que les panneaux n'aient été déplacés ; il peut également arriver qu'ils n'existent pas.

S'il n'existe pas une exacte concordance entre l'élément matériel (c'est à dire : le secteur où sont situés des immeubles bâtis rapprochés) et l'élément fonctionnel (à savoir : les panneaux EB 10 et EB 20), en cas de contentieux, le juge administratif fait prévaloir la matérialité de l'agglomération. La réalité du bâti prime donc sur les panneaux.

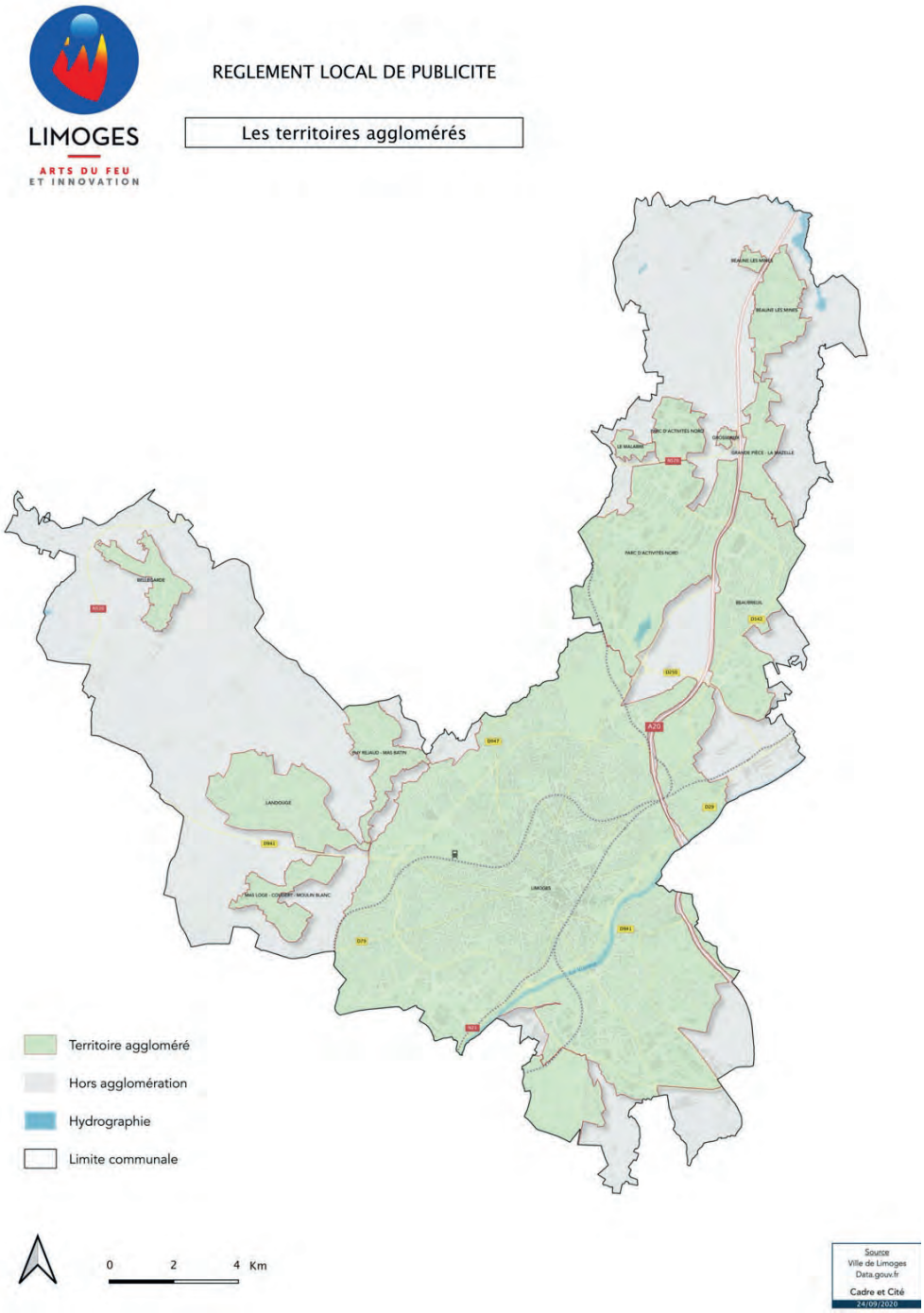




A gauche ci-dessus, le panneau est situé trop loin des espaces bâtis, à droite trop en aval de l'agglomération.

La ville de Limoges doit veiller à définir les limites de son enveloppe urbaine actuelle conformément aux principes exposés ci-dessus.

L'arrêté municipal et le document graphique où apparaissent les limites d'agglomération, constituent des annexes obligatoires du RLP (Art. R581-78 du code de l'environnement).



Cartographie basée sur les données du PLU (zones U)

3.1.3 | La question de la visibilité d'une voie ouverte à la circulation publique

Selon l'article L. 581-2 du code de l'environnement, les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique sont soumises à la réglementation, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une unité foncière (publique ou privée).

A l'inverse, lorsqu'elles sont installées dans un local dont l'utilisation n'est pas principalement celle d'un support de publicité, elles n'entrent pas dans le champ d'application de la réglementation.

Certaines pratiques conduisent toutefois à détourner l'esprit de la réglementation lorsque le dispositif est apposé juste derrière une vitrine.

3.2 | LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE LIMOGES

Le décret du 30 janvier 2012 est applicable depuis le 1er juillet 2012 aux publicités et aux enseignes nouvellement implantées. Dans les communes non dotées de RLP, les publicités installées avant cette date ont dû s'y conformer au plus tard le 13 juillet 2015. Les enseignes disposaient d'un délai supplémentaire puisqu'elles doivent s'y conformer depuis le 1er juillet 2018. Dans les communes dotées d'un RLP, ce sont les règles du RLP modifiant le code de l'environnement qui s'appliquent jusqu'à l'approbation du nouveau RLP. Les règles non modifiées par le RLP s'appliquent dans les mêmes conditions que pour les communes non dotées d'un RLP.

3.2.1 | Publicité (densité, formats, extinction nocturne)

Le RNP a fixé un régime propre à la publicité murale, à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, à la publicité numérique, à la publicité sur toiture, et à la publicité sur bâche. Ont également été instituées une règle nationale de densité et une obligation d'extinction nocturne pour la publicité lumineuse.

A. Les principales règles de format et de hauteur applicables à la publicité murale

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi que dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m^2, ni s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol (Art. R. 581-26 du code de l'environnement).

B. Les règles de format et de hauteur applicables à la publicité scellée au sol

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération, elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m^2 (Art. R. 581-32 du code de l'environnement).

C. Le régime applicable à la publicité lumineuse numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. Sa surface unitaire ne peut dépasser 8 m^2 et elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (Art. R. 581-34 du code de l'environnement). Elle est toujours soumise à autorisation.

D. Le régime applicable au mobilier urbain

Le mobilier urbain fait l'objet d'articles spécifiques définissant les mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité. Les surfaces publicitaires propres à chaque type de dispositif (colonne culturelle, abri voyageur...) sont spécifiées. Des règles fixant les horaires d'extinction ou désignant les lieux où peut être accueillie la publicité numérique sont édictées.

E. La publicité sur véhicules terrestres

La publicité sur les véhicules terrestres est réglementée par le code de l'environnement. Il est à souligner que tous les véhicules terrestres sont concernés dès lors que leur utilisation est essentiellement publicitaire, quel que soit le nombre de roues, que le véhicule soit motorisé ou non etc.

F. La publicité sur bâches

Les bâches comportant de la publicité sont classées en deux catégories :

- les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

G. La règle nationale de densité

Indistinctement applicable à la publicité murale ou scellée au sol, la règle nationale de densité limite le nombre de dispositifs publicitaires sur un territoire donné. Elle se calcule en fonction de la longueur de la façade d'une unité foncière bordant une voie publique. Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 m, en l'absence de toute publicité scellée au sol, il ne peut y avoir qu'une publicité murale voire deux si elles sont juxtaposées ou superposées.

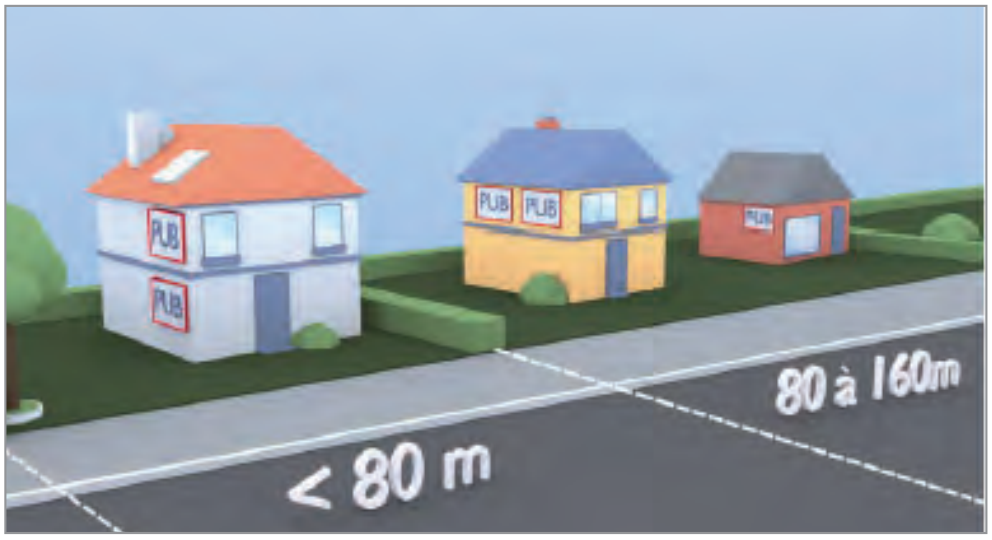


Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire.

En l'absence de toute publicité murale, il ne peut y avoir qu'une publicité scellée au sol si la longueur de la façade est inférieure à 40 m et deux publicités si la longueur est comprise entre 40 m et 80 m. Au-delà de 80 m, il ne peut y avoir qu'un seul dispositif publicitaire (mural ou scellé au sol) par tranche de 80 m entamée..

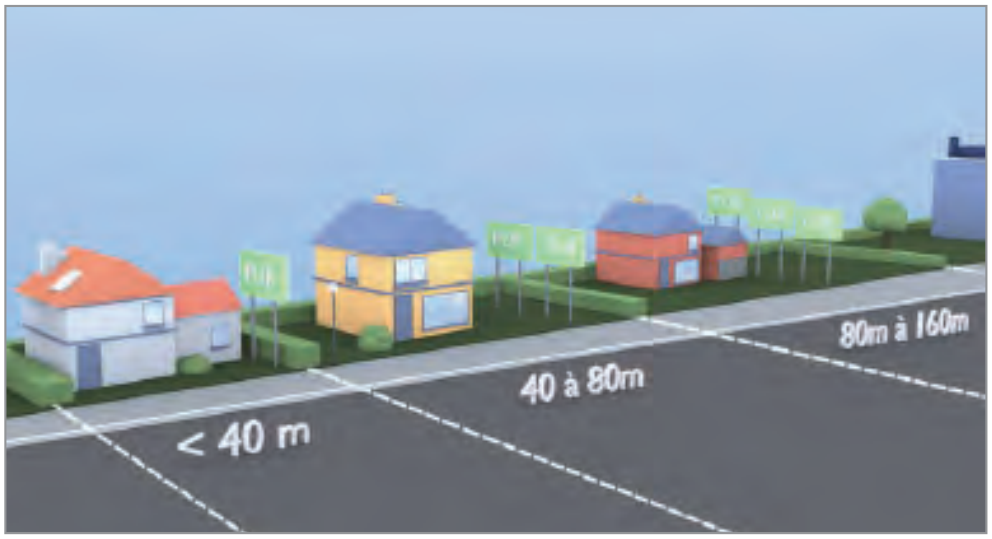


Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire.

H. L'obligation d'extinction nocturne

La publicité lumineuse sous toutes ses formes, y compris la publicité éclairée par projection ou transparence, est soumise à une obligation d'extinction nocturne : la publicité lumineuse doit être éteinte entre 1h et 6h du matin. Seule la publicité sur mobilier urbain bénéficie d'une dérogation, ainsi que les publicités situées dans l'emprise des aéroports.

Actuellement, la ville de Limoges est soumise aux règles d'extinction nocturnes du RNP. Elles peuvent être rendues plus restrictives par le RLP

Publicité (soumise à déclaration sauf numérique soumise à autorisation)	
murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures de surface < à 0,50 m²)	< à 12 m²
	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25m
	hauteur < à 7,5 m
	bas du dispositif à plus de 0,5 m du sol
scellée au sol	< à 12 m²
	hauteur < à 6 m
numérique	surface < à 8 m²
	hauteur < à 6 m
en toiture	non lumineuse interdite
	lettres découpées dissimulant leurs fixations hauteur < à 1/6e de la hauteur du bâtiment limitée à 2 m si hauteur bâtiment < à 20 m hauteur < à 1/10e de la hauteur du bâtiment limitée à 6 m si hauteur bâtiment > à 20 m
bâches publicitaires	bâche chantier surface < 50 % de la surface échafaudage bâche publicitaire sur mur aveugle et distance entre 2 bâches publicitaires > à 100 m
petit format	surface unitaire < à 1 m² surface cumulée < à 1/10e de la devanture commerciale dans la limite de 2 m²
mobilier urbain	< à 12 m²
Horaires d'extinction	de 1h à 6 h (exception faite pour le mobilier urbain)

3.2.2 | Enseignes (densité, format, extinction nocturne)

Le RNP s'applique aux enseignes. Leur régime diffère selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculairement à un mur, scellées au sol ou installées directement sur le sol, installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

A. Les règles applicables à l'enseigne murale

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent dépasser 1 m de haut.

Les enseignes installées devant un balconnet, une baie ou sur un balcon ne doivent pas dépasser les limites du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet, du balcon ou de la baie. Elles ne peuvent constituer une saillie de plus de 0,25 m par rapport au balcon.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.

La surface cumulée des enseignes murales ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m², la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.

B. Les règles applicables à l'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Deux enseignes 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.

Lorsqu'elle fait plus de 1 m², l'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsqu'elle fait 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la surface maximale est de 12 m².

C. Les règles applicables à l'enseigne sur toiture

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fonds autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m²

D. Les règles d'extinction nocturne

Comme pour la publicité lumineuse, l'enseigne lumineuse, c'est-à-dire l'enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse est soumise à une obligation d'extinction nocturne. Elle est également fixée de 1h à 6h du matin 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.

Enseigne (soumise à autorisation)	
sur façade (à plat + perpendiculaire)	25 % de la façade si < à 50 m² ou 15 % de la façade si > à 50 m²
à plat	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
perpendiculaire	saillie < à 1/10ème de la distance séparant les deux alignements de la voie publique sans excéder 2 m
scellée au sol	1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble si surface > à 1 m² hauteur < à 6,5 m si largeur > à 1 m ou hauteur < à 8 m si largeur < à 1 m < à 12 m²
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
clignotantes	interdites à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence
sur toiture	lettres découpées dissimulant leurs fixations surface cumulée < à 60 m² hauteur < à 3 m si hauteur bâtiment < à 15 m ou hauteur < à 6 m si hauteur bâtiment > à 15 m

3.2.3 | L'exercice du pouvoir de police

Le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s'il existe un règlement local de publicité. Dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones au sein desquelles le RLP ne prévoit pas de règles spécifiques, ou si le RLP ne prévoit aucune règle spécifique pour l'ensemble de la commune.

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF) ou du préfet de région. L'accord de l'ABF est nécessaire notamment pour les autorisations d'enseignes dans un site patrimonial remarque ou dans un périmètre de 500 m par rapport au monument lorsqu'il existe un RLP, 100 mètres en absence de RLP.

3.3 | ANALYSE DU RLP ACTUEL

L'arrêté municipal en vigueur a été approuvé le 1er mars 2007.

3.3.1 | Typologies de zones

On constate la création de différentes zones permettant ainsi de mieux maîtriser les implantations publicitaires ou les insertions d'enseignes.

Pour rappel, il existait avant 2010 la possibilité de créer trois types de zones : zone de publicité restreinte (ZPR), zone de publicité autorisée (ZPA) ou zone de publicité élargie (ZPE).

- une ZPR était plus restrictive que le code de l'environnement ;
- une ZPA autorisait la publicité hors agglomération ;
- une ZPE permettait de prendre des prescriptions moins restrictives que le code de l'environnement.

Depuis 2010, il n'est plus possible de créer des ZPA, sauf si elles peuvent être transformées en « périmètre ». Les ZPE ont disparu.

3.3.2 | L'analyse

Dispositions générales

Publicité

- la face arrière des panneaux sera de couleur neutre.

Enseignes à plat

- la face arrière des panneaux sera de couleur neutre.
- Enseignes à plat
- le respect dans la mesure du possible de l'architecture ;
- la discrétion des fixations ;
- les caissons à plat, lumineux ou non, ne peuvent dépasser une saillie de plus de 0,15 m ; si c'est un bandeau, sa hauteur est limitée à 0,80 m ;
- installées au-dessus de la vitrine, elles ne peuvent dépasser le niveau de l'allège des fenêtres du premier étage ; elles ne se prolongent pas au-dessus d'une porte d'accès aux étages contigüe ;
- elles sont interdites sur les clôtures non aveugles ;
- les enseignes en lettres découpées sont vivement recommandées ;

Enseignes en drapeau

- elles sont situées à plus de 2,80 m au-dessus du niveau du sol ;
- elles sont interdites devant une fenêtre ou un balcon ;
- leur hauteur est limitée à 1,5 m ; des exceptions sont prévues ;
- des enseignes provisoires en matériau souple de plus grandes dimensions signalant un événement peuvent être installées. La saillie totale ne dépasse pas 0,60 m ;

Néons et éclairage

- la mise en lumière doit demeurer compatible avec l'éventuelle valorisation d'une façade par la lumière.

Zonage

La ville a divisé son territoire en 3 zones de publicité restreinte et 2 zones de publicité autorisées.

La ZPR 1 couvre la ZPPAUP, les quartiers Locarno, Beauvais et Laugerie. Les parcelles situées des 2 côtés des voies limitrophes sont soumises aux règles de cette zone.

Publicité

- admise sur mobilier urbain dans les conditions du RNP ;
- admise sur les palissades de chantier ; surface unitaire limitée à 12 m² et hauteur inférieure à 3,5 m ;
- toute autre forme de publicité est interdite sauf sur 58 sites désignés, surface inférieure à 12 m², hauteur limitée à 6 m pour les portatifs et 6,5 m pour les muraux ;

Enseignes

- soumises aux dispositions générales.

La ZPR 2 comprend toutes les parties agglomérées hors ZPR 1 et ZPR 3. En sont exclues les ZI Nord, Magré-Romanet-La Ribière, à l'exception de certaines voies.

Publicité

- admise sur mobilier urbain dans les conditions du RNP ;
- admise sur les palissades de chantier dans les conditions du RNP ;
- non lumineuse surface inférieure à 12 m², hauteur limitée à 6 m pour les portatifs et 6,5 m pour les muraux ;
- les dispositifs placés à flanc de pente en surplomb d'une pente sont placés de manière à limiter la hauteur des portatifs ;

Enseignes

- soumises aux dispositions générales.

La ZPR 3 intègre les zones industrielles Nord, Magré-Romanet-La Ribière, hors voies structurantes.

Publicité

- Le code de l'environnement s'applique

Enseignes

- Le code de l'environnement s'applique

La ZPA 1 englobe la route du Palais entre la limite d'agglomération et la limite communale ainsi que le périmètre de l'aéroport.

Publicité

- Le code de l'environnement s'applique

Enseignes

- Le code de l'environnement s'applique

La ZPA 2 couvre les secteurs hors agglomération de la liaison sud.

Publicité

- 1 seul panneau est admis côté nord du carrefour de la route de Nexon ;
- Les préenseignes dérogatoires sont interdites.

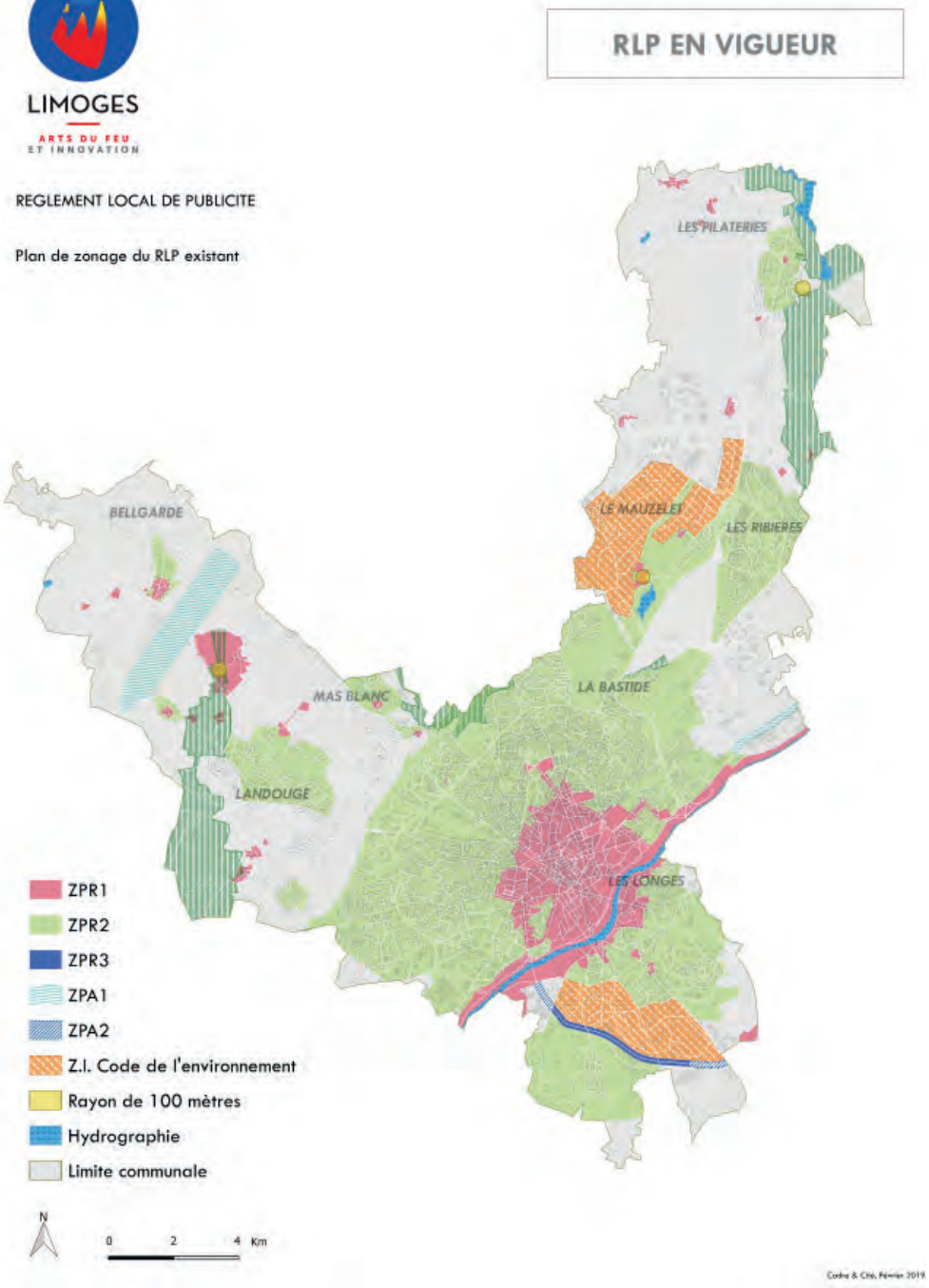
Enseignes

- soumises aux dispositions générales.
- seules les enseignes scellées au sol sont autorisées

LIMOGES
ARTS DU FEU ET INNOVATION

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Plan de zonage du RLP existant



3.3.3 | La synthèse

Le règlement se structure de manière très distincte pour les publicités et les enseignes.

Peu de dispositions générales et beaucoup de règles par zone pour la publicité, de nombreuses dispositions générales pour les enseignes et peu de règles spécifiques par zone.

Ceci traduit la volonté d'harmoniser le traitement des enseignes sur l'ensemble du territoire et celle de réglementer précisément la publicité en fonction des différents lieux. Les ZPA sont créées essentiellement dans le but de réintroduire la publicité, le traitement des enseignes respectant les dispositions générales.

Règlement bien adapté au territoire, avec des lacunes aujourd'hui liées à l'extension de l'urbanisme et à l'apparition des nouvelles technologies. La présence de publicité dans des conditions sensiblement identiques à celles du RNP sur propriété privée sur 58 sites et dans celles du RNP pour le mobilier urbain dans la ZPPAUP favorisent peu la protection du site.

Chapitre IV
DIAGNOSTIC

4.1 | MÉTHODE DE RECENSEMENT

Le diagnostic a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobiliers urbains accueillant de la publicité, micro-signalétique, affichages d'opinion, affichages événementiels, enseignes et préenseignes temporaires.

Il permet d'établir un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les orientations de la commune telles qu'elles ont été fixées par la délibération de prescription :

- la publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec le bâti et les plantations, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique ;
- la qualité de vie des riverains et des usagers de l'espace public : nuisances visuelles, intrusions, pollutions diverses ;
- l'impact des dispositifs lumineux et numériques s'il y a lieu.

Au-delà de l'analyse qualitative, l'analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP et du RLP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

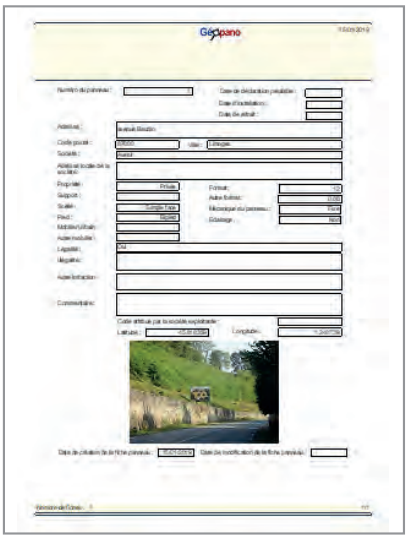
4.1.1 | Publicité

Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée à son territoire, la ville de Limoges a souhaité que la totalité de sa surface agglomérée soit analysée.

Plus particulièrement, un recensement exhaustif de la publicité sur propriété privée de surface supérieure à 1,5 m² a été réalisé sur les principaux axes de l'agglomération, en septembre 2018. Une base de données SIG a été constituée sur la base des relevés terrain, permettant d'établir une cartographie de répartition des dispositifs recensés.

Pour chaque dispositif, les données sont présentées sous forme d'une fiour détaillée reprenant tous les éléments nécessaires à son suivi :

- nature du dispositif ;
- adresse du dispositif et adresse de facturation ;
- photo(s) ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- situation légale (ou non) au regard du RLP et/ou du RNP.



4.1.2 | Enseignes

Un repérage détaillé qualitatif sur l'agglomération en matière d'enseignes est réalisé, permettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans l'environnement.

4.2 | LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITÉ

Le recensement des publicités et préenseignes de plus de 1,5 m^2 a concerné les dispositifs sur les propriétés privées.

Le nombre de dispositifs relevés sur les propriétés privées s'élève à 387.

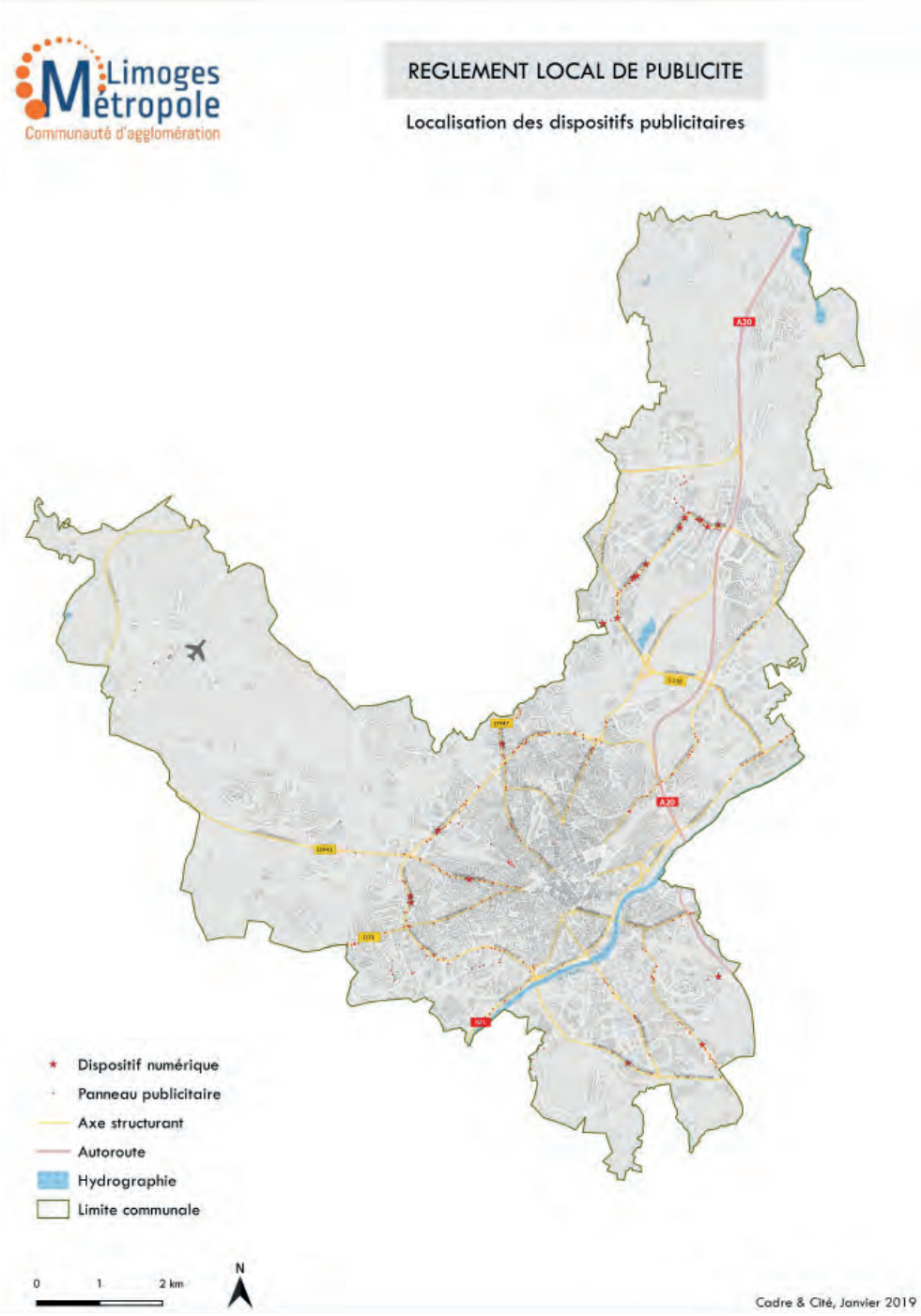
Le nombre de dispositifs de mobiliers urbains (source titulaire du marché) est de 374.

Les différentes caractéristiques de chaque dispositif sur propriété privée sont regroupées sous forme de fiche individuelle (cf. modèle ci-dessus).

Ce recensement donne une connaissance parfaite de la structure de la publicité sous les aspects suivants :

- typologie ;
- légalité ;
- qualité ;
- lieux d'implantation ;
- impacts.

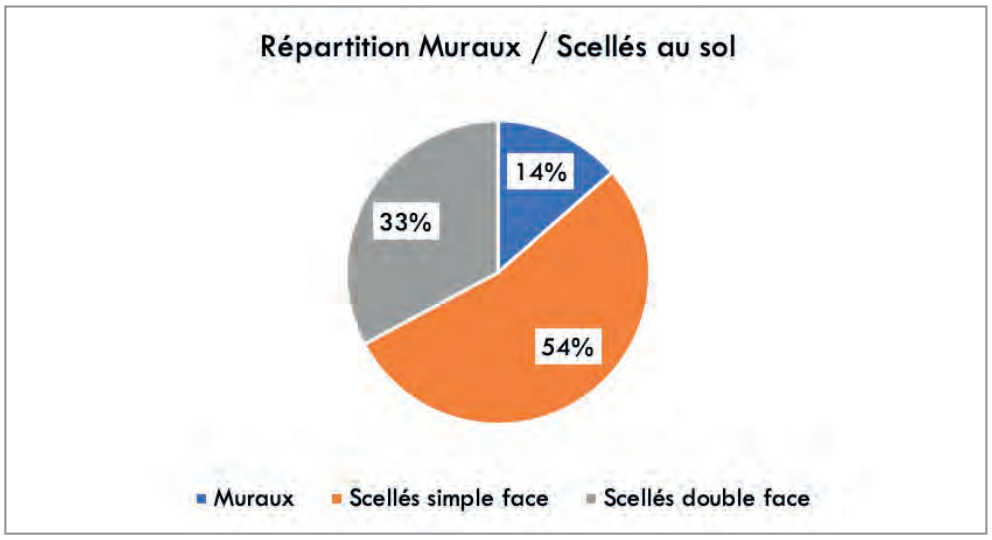
Les dispositifs sur propriété privée sont géographiquement répartis ainsi :



L'analyse porte sur différents critères pour évaluer l'impact de la publicité sur le territoire.

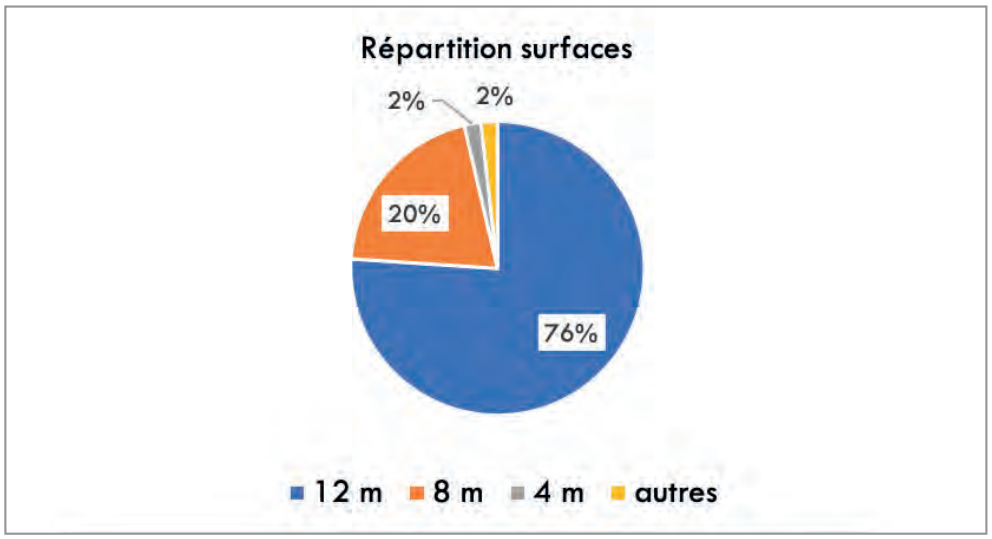
La grande différence entre le nombre de dispositifs muraux (14 %) et scellés au sol (86 %) est liée à la topographie de la ville. Les muraux sont principalement situés dans le cœur de ville à l'intérieur des boulevards où le bâti offre de nombreux pignons.

Les scellés au sol sont majoritairement implantés sur les boulevards et les axes d'entrées de ville où la structure du bâti est essentiellement composé d'habitat individuel ou de grands ensembles immobiliers.



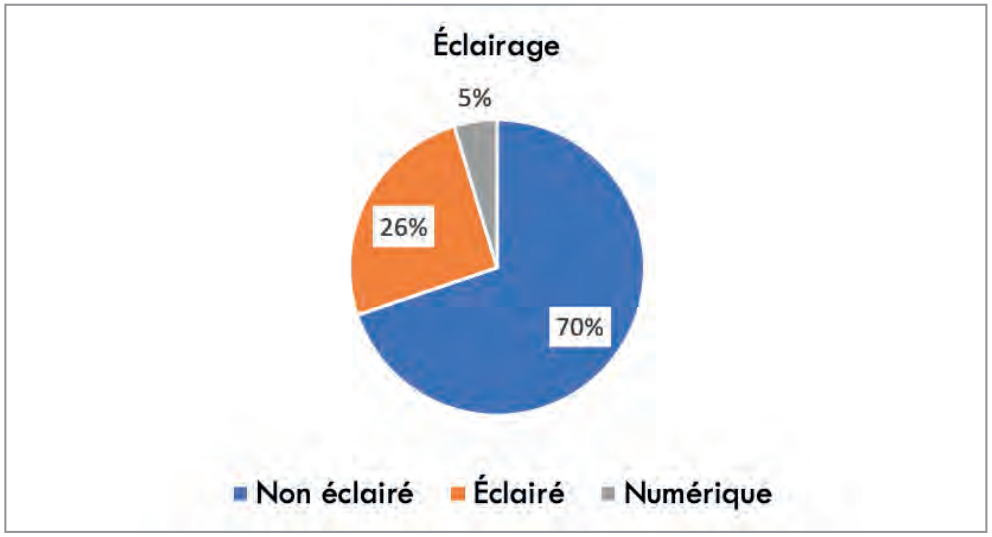
La majorité (76 %) des dispositifs exploités correspond à la surface la plus classique utilisée en affichage : 12 m^2.

La plupart des dispositifs 8 m^2 sont équipés avec des caissons éclairés de meilleure qualité que les panneaux traditionnels.



L'éclairage est un facteur de meilleure perception des publicités. C'est pour cette raison que le procédé se développe.

Ainsi, 30 % des dispositifs sont éclairés. Dans ces 30 %, les numériques, au nombre de 18 sur 116 éclairés, représentent 5 % des panneaux en place.



La légalité des dispositifs s'analyse dans un premier temps au regard des règles nationales.

Pour les muraux, il y a 10 panneaux en infraction sur les 52 pour les motifs suivants :

- présence d'ouvertures > à 0,50 m^2 : 4
- dépassement de la ligne d'égout du toit : 5
- dispositif à moins de 0,5 m du sol : 1

Pour les scellés au sol, il y a environ 16 panneaux en infraction sur les 332. L'incertitude porte sur la non-connaissance de la composition des unités foncières, d'où l'impossibilité de vérifier les règles de densité.

Les autres motifs sont les suivants :

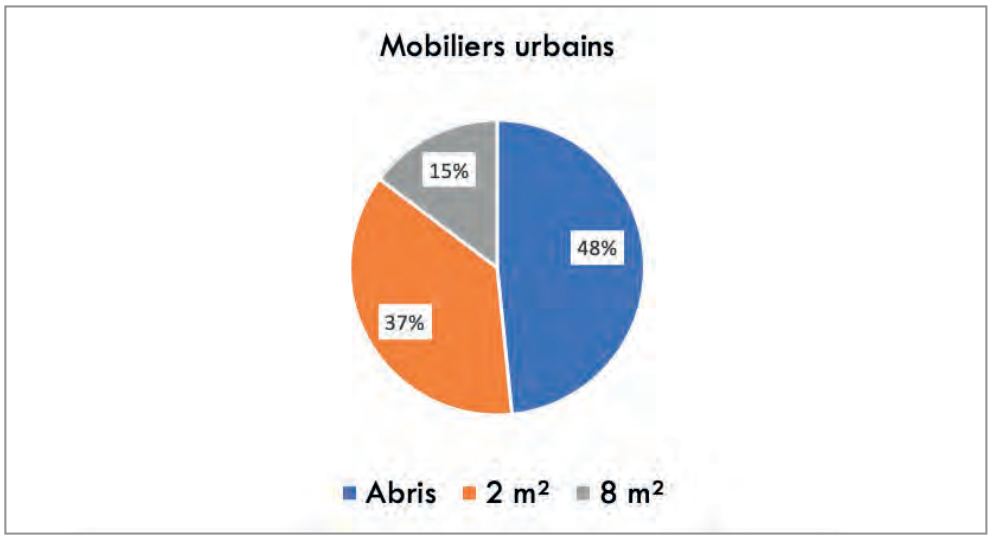
- non-respect du H/2 : 10
- hauteur supérieure à 6 m : 2
- surface de numérique > à 8 m^2 : 1
- hors agglomération (hors ZPA) : 3

Le nombre d'infractions constatées porte sur 6 % du parc (26 panneaux), ce qui est assez faible pour une ville de l'envergure de Limoges.

L'analyse au regard du RLP ne laisse pas paraître d'infractions au regard des implantations.

Par contre, nombre de scellés au sol ne comportent pas de dos habillé.

Les différents types de mobilier urbain sont répartis de la façon suivante :

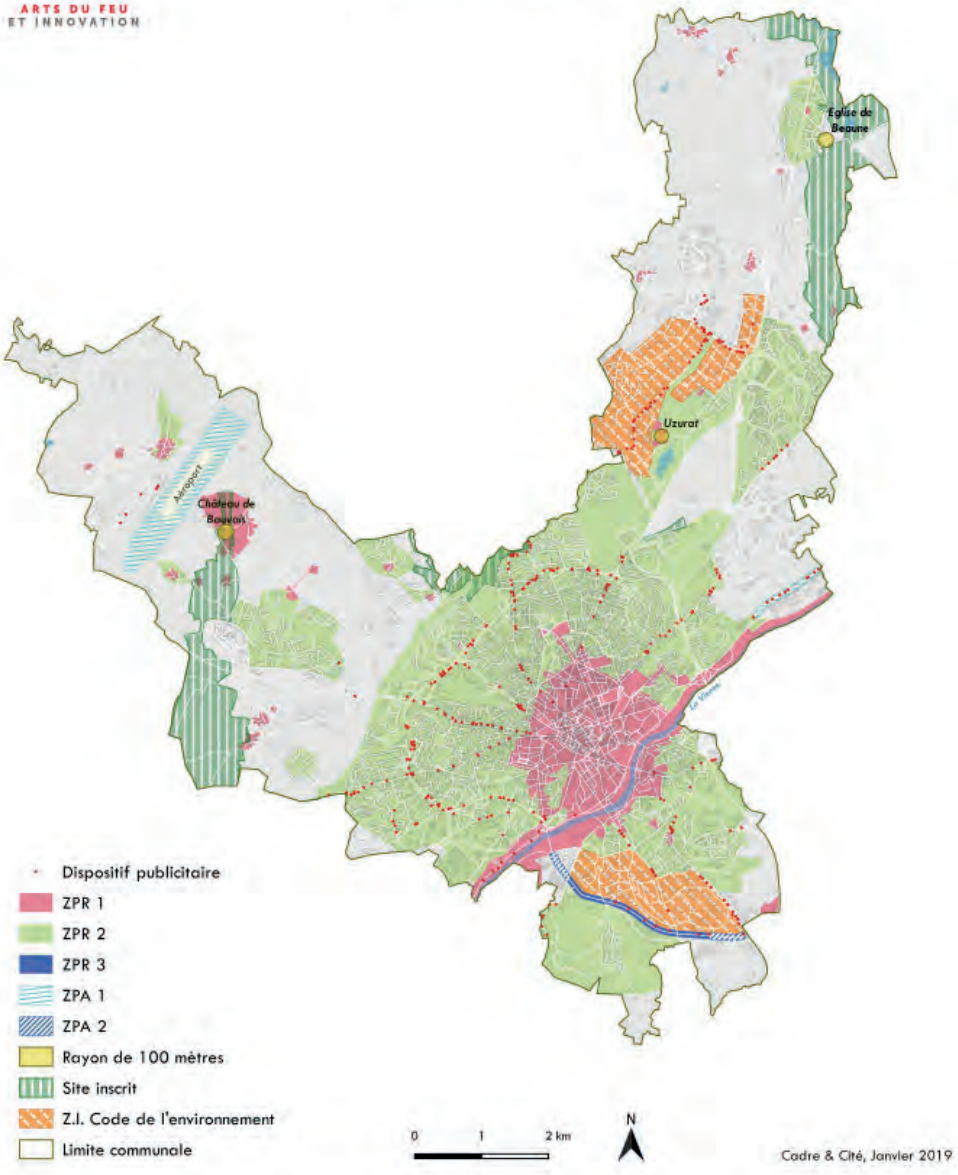


(Source titulaire du contrat)

LIMOGES
ARTS DU FEU ET INNOVATION

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Situation de la publicité au regard du RLP actuel



Chapitre V
CONSTATS

La présente partie a pour objet d'examiner la situation respective de la publicité, des préenseignes et des enseignes sur le territoire de Limoges, notamment au sein des espaces à enjeux identifiés.

5.1 | PUBLICITÉ

5.1.1 | Hors agglomération

À l'exception des panneaux situés dans les 2 ZPA, très peu de dispositifs sont implantés hors agglomération.



ZPA 1 hors agglomération - Route du Palais

A proximité de la ZPA 2, se trouvent deux panneaux.





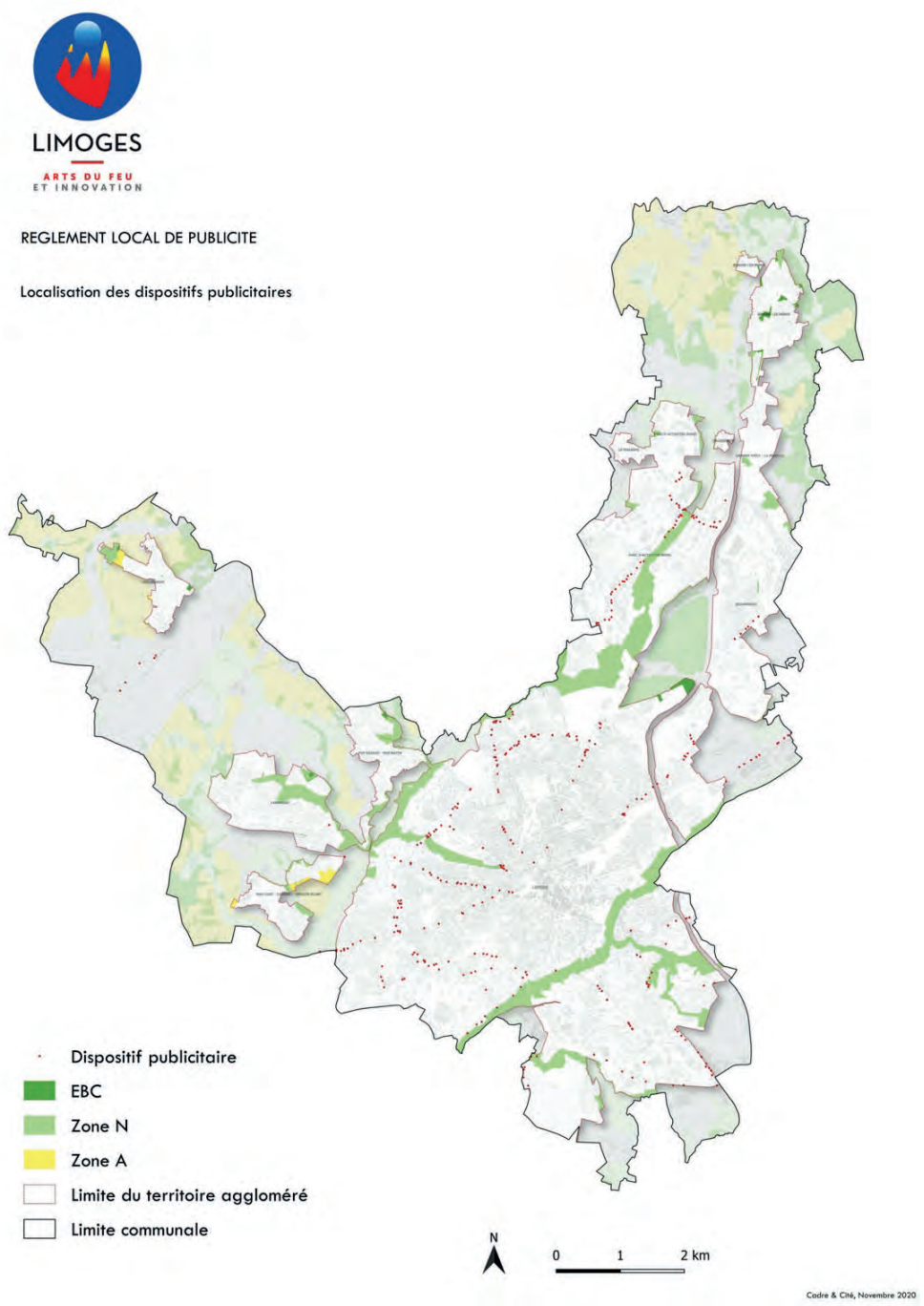
Hors agglomération - Rue François Perrin

Quelques préenseignes dérogatoires illégales n'ont pas été supprimées depuis juillet 2015.

De manière générale, une très faible présence de dispositifs publicitaires au sein de ces secteurs est constatée. L'application de la réglementation nationale en vigueur (publicité interdite) conduira à la suppression de ces panneaux illégaux, entrainant l'amélioration de la qualité paysagère de ces espaces.

5.1.2 | Le patrimoine naturel et le réseau hydrographique

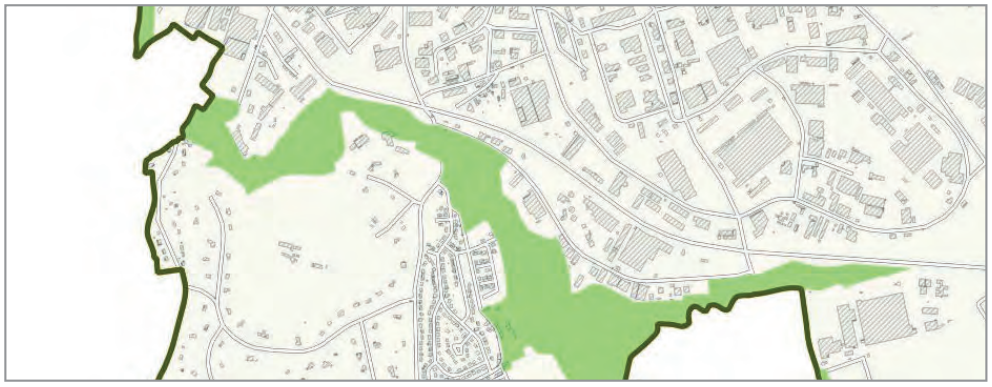
En agglomération, peu de lieux sont concernés.



L'entrée ouest sur la RD 941 et le talweg en coupure du boulevard de la Borie sont exempts de publicité.



Au sud, la vallée de la Valoine à son intersection avec la route de Nexon où sont implantés 2 panneaux et le côté sud du boulevard de la Valoine exempt de publicité.



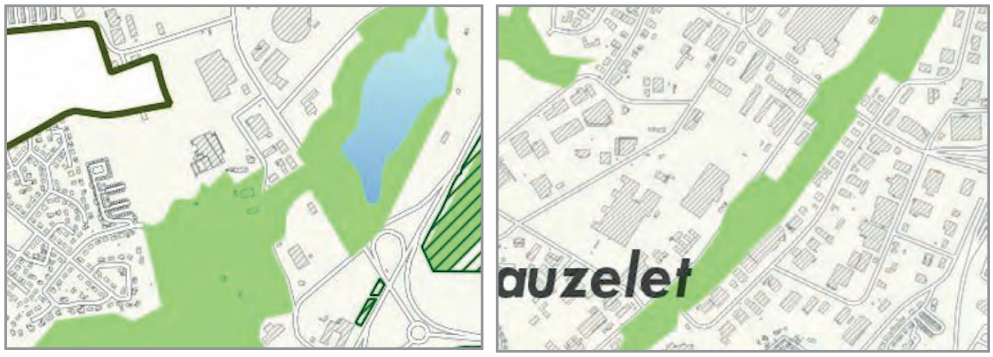
Le cours de l'Auzette coupe la route de Feytiat puis la route de Toulouse, ces deux intersections ne comportent pas de publicité.

Le même secteur de protection borde la route de Toulouse plus au sud sur le côté est ; on y relève 3 publicités



Au nord, le cours de l'Aurence coupe le boulevard Louis Armand (pas de publicité) puis borde le côté sud de la rue Philippe Lebon, également sans publicité.

De même, un peu plus au nord, cette zone coupe l'avenue Louis de Broglie et la publicité est absente sur cette portion de l'axe.

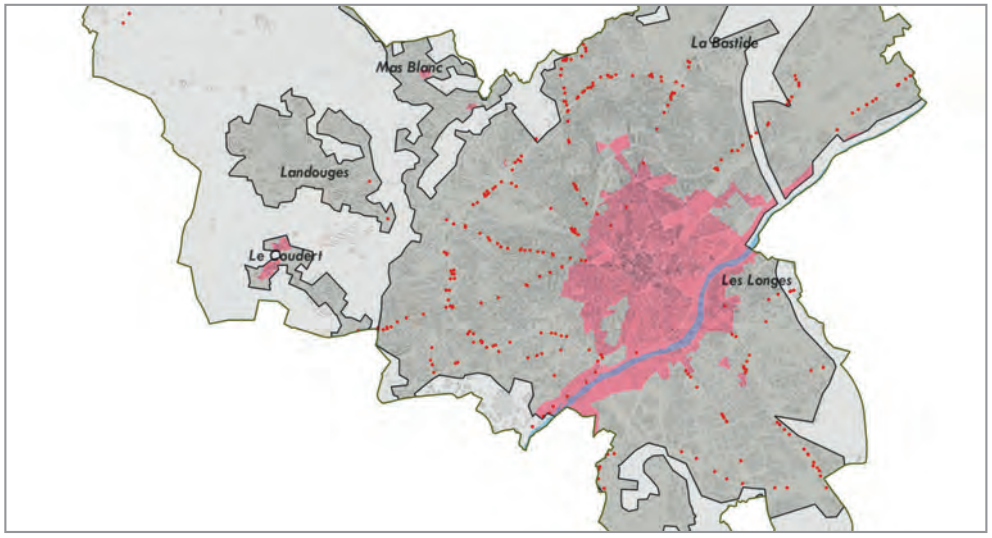


5.1.3 | Le patrimoine bâti

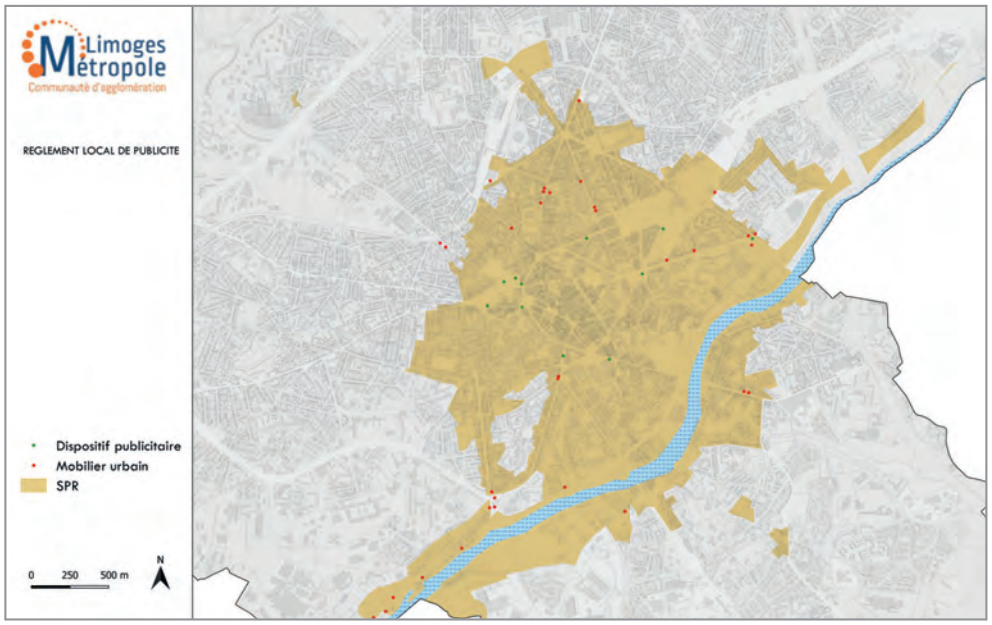
Pour rappel, ce secteur regroupe principalement les espaces protégés au titre du code de l'environnement (Site patrimonial remarquable, site inscrit, périmètres de protection des monuments historiques) ainsi que le patrimoine identifié au PLU en agglomération.

La préservation du patrimoine bâti et des sites naturels est assez bien respectée.

Le périmètre de protection autour des monuments historiques a été porté de 100 m à 500 m par la loi LCAP du 7 juillet 2016, avec application en juillet 2020. Les publicités qui se trouvent dans ces périmètres sont amenées à disparaitre, sauf si le RLP les admet.



Le SPR abrite 11 dispositifs dans les propriétés privées sur murs pignons ou scellés au sol, et 34 mobiliers urbains, publicitaires ou non.





Avenue Baudin



Quai Allende



Place des Bancs



Rue Haute Vienne



Avenue Georges Dumas



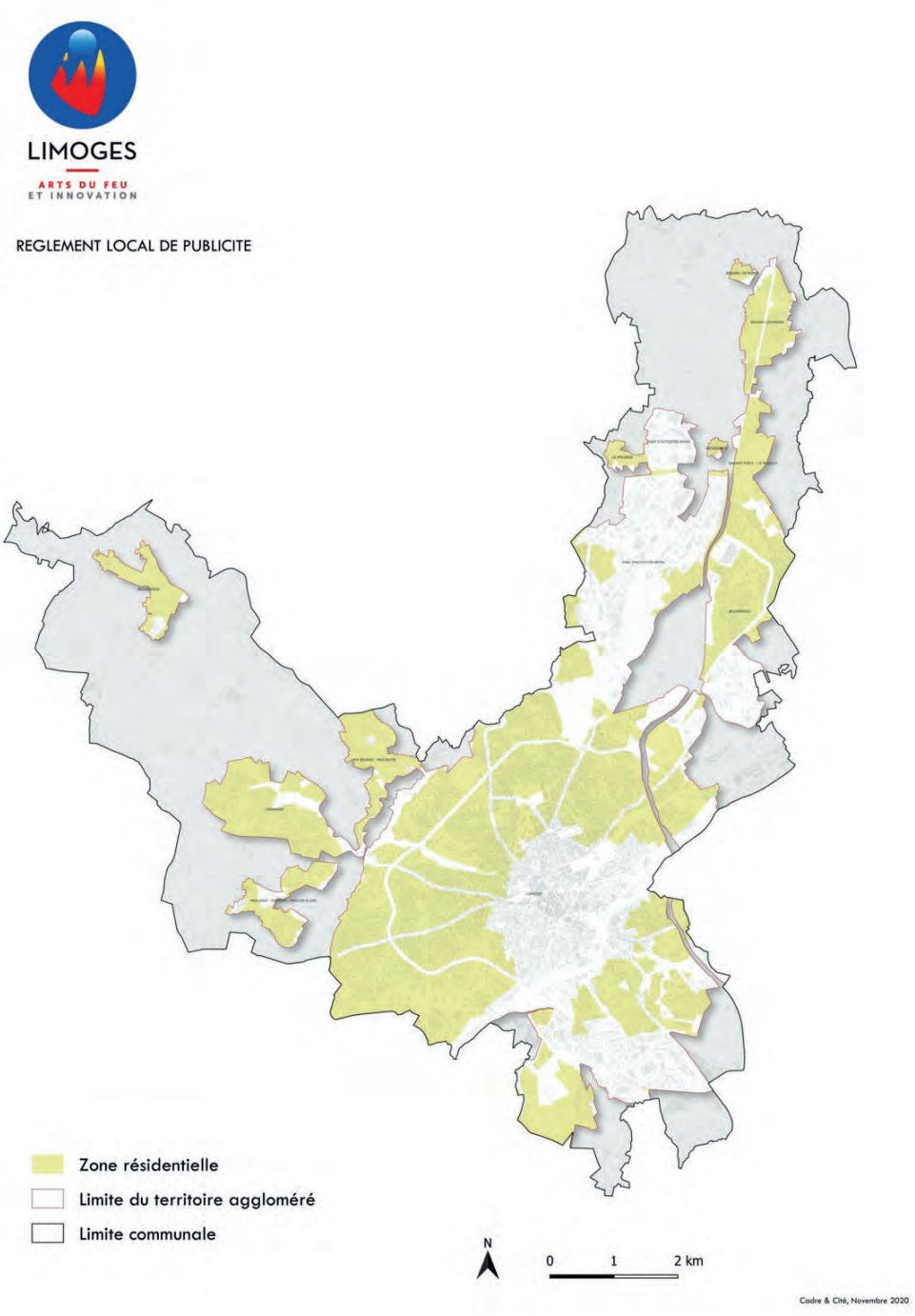
Place Stalingrad



Boulevard Gambetta

5.1.4 | Les quartiers résidentiels et les pôles commerciaux de quartier

La publicité est quasiment absente de ces lieux qui ne présentent que peu d'attrait pour elle.



Au sud-ouest, quelques dispositifs sont en place sur la rue de Bourneville ou sur l'avenue du Roussillon. Au nord-est, la rue de Fougeras est dans la même situation.



Rue de Bourneville

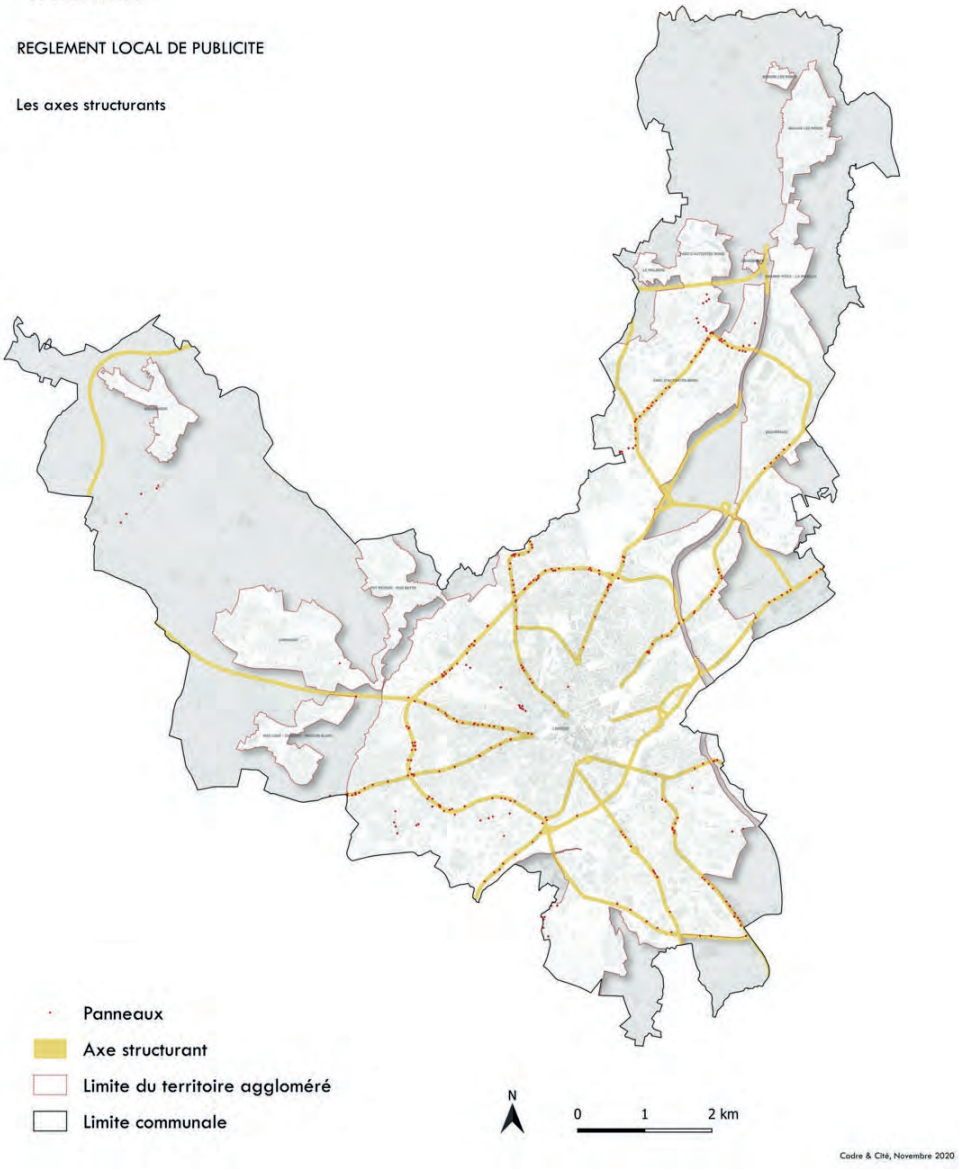


Rue de Fougeras

5.1.5 | Les axes structurants et les entrées de ville

Les voies structurantes du territoire correspondent aux axes ayant une fonction interurbaine. Accueillant un flux important de voitures, elles représentent des espaces recherchés pour l'implantation de la publicité.

Le reste du réseau viaire de la communauté urbaine a plutôt une fonction de maillage au sein des quartiers. Ces voies sont moins concernées par la publicité.



Les entrées d'agglomération constituent les liaisons entre un espace plutôt naturel et un espace plus densément urbanisé. C'est le point de contact entre le « dedans » et le « dehors ».

Ces secteurs sont privilégiés par les annonceurs car ils permettent d'informer très en amont le chaland de la présence d'établissements commerciaux ou de services.

A. Les entrées de ville

Les entrées de ville présentent des structures très différentes.

Certaines sont peu urbanisées (avenue Baudin) d'autres le sont davantage (rue François Perrin, rue de Bellac, avenue de Lattre de Tassigny), d'autres sont occupées par des zones d'activités (rue de Toulouse, avenue du général Valin, route de Feytiat ou le secteur nord de la ville. Ces dernières sont traitées dans le chapitre 5.1.6).



Avenue Baudin

Les dispositifs sur un fond d'espaces verts et installés très en surplomb de la voie ne contribuent pas à une bonne insertion et créent un effet d'écrasement



Rue François Perrin

La succession de dispositifs scellés au sol de part et d'autre de cette séquence d'axe très courte (9 panneaux recensés) dégrade totalement cette arrivée en ville..



Rue de Bellac

Le dispositif sur mur ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel naturel. Par contre, les panneaux scellés au sol se détachent dans l'espace et altèrent la lisibilité de l'entrée de ville.

Un panneau numérique vient de faire son apparition sur cette rue.



Rue de Bellac - Numérique



Avenue de Lattre de Tassigny

La perspective est dégradée par la présence du dispositif devant un espace arboré dans l'axe de cette entrée de ville.

B. Les axes structurants (boulevards)

Les très larges axes structurants bordés d'arbres créent une ambiance paysagère apaisée et qualifient le paysage urbain. On observe néanmoins un certain nombre de panneaux publicitaires, numériques pour certains, implantés derrière les alignements arborés.



Boulevard de la Borie



Boulevard de la Borie - Numérique



Boulevard du Mas Bouyol



Boulevard du Mas Bouyol – Numérique

Certains dispositifs sont positionnés en contre-sens de la voie de circulation, rendant leur visibilité très aléatoire.



Boulevard du Mas Bouyol

Certaines sections d'axes sont surchargées de dispositifs.



Boulevard de Vanteaux

Ces positionnements dévalorisent les perspectives arborées bordant un tissu résidentiel, et entrent en conflit avec l'ambiance créée par les aménagements urbains et paysagers.

Sur d'autres boulevards, les implantations sont assez maîtrisées.



Boulevard Bel-Air



Boulevard Vigenal

C. Les axes structurants (intérieur des boulevards)

Les principaux axes concernés sont la rue François Perrin, la rue Armand Dutreix, l'avenue Albert Thomas, l'avenue du général Leclerc, la rue Aristide Briand, l'avenue de Lattre de Tassigny, la route de Toulouse, l'avenue général Valin.

La structure du bâti est très variée, allant de maisons mitoyennes ou individuelles aux immeubles.

La publicité y est présente sur mur ou scellée au sol.



Avenue de Lattre de Tassigny



Rue Armand Dutreix

Les différentes installations de part et d'autre de la voie créent une barrière visuelle.

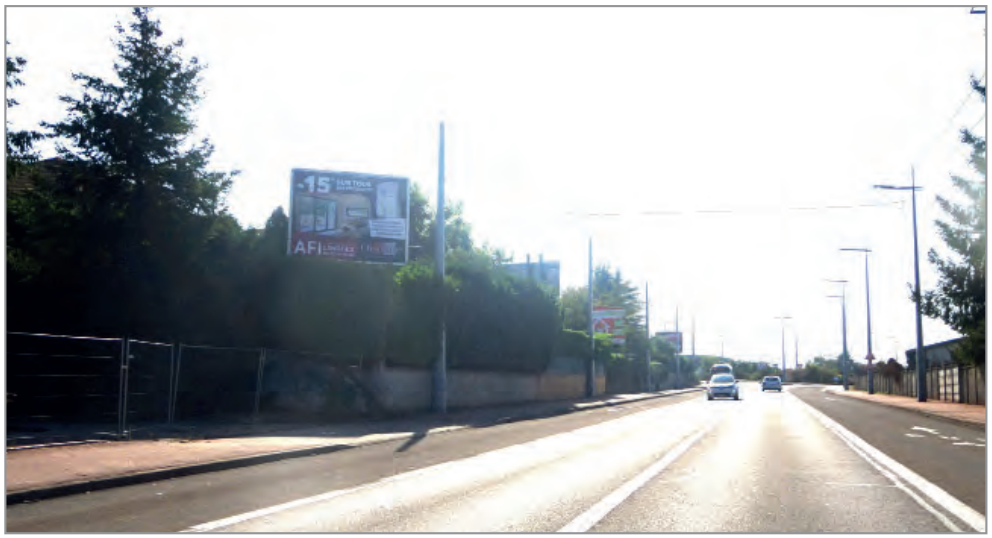


Rue Aristide Briand



Rue du général Leclerc

Avenue général Valin, dans sa portion entre la rue Santos-Dumont et la rue Lafarge les publicités sont installées d'un seul côté et en surplomb de l'axe. On y note également la présence d'un panneau numérique.

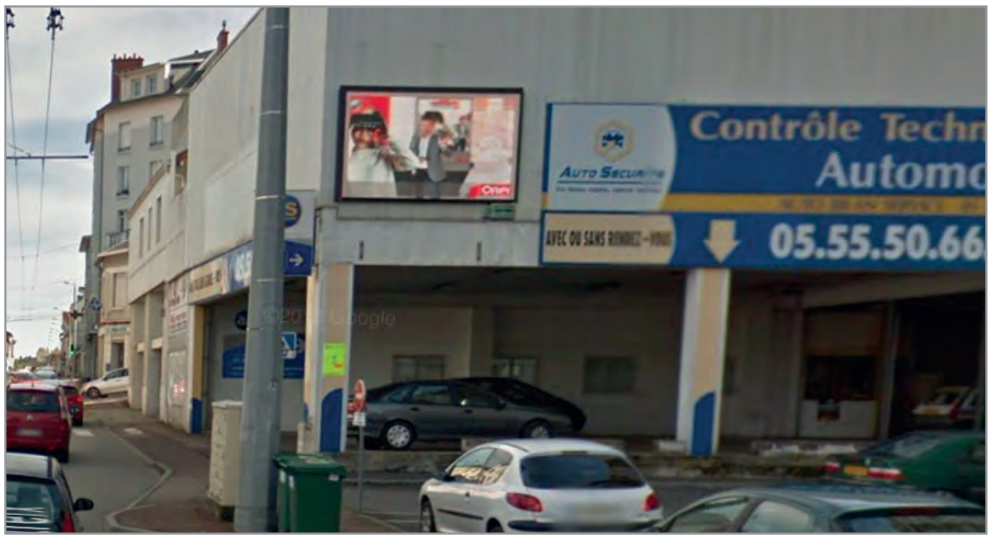


Avenue du général Valin - Surplombs



Avenue du général Valin - Numérique

Un dispositif mural numérique est installé rue Armand Dutreix.

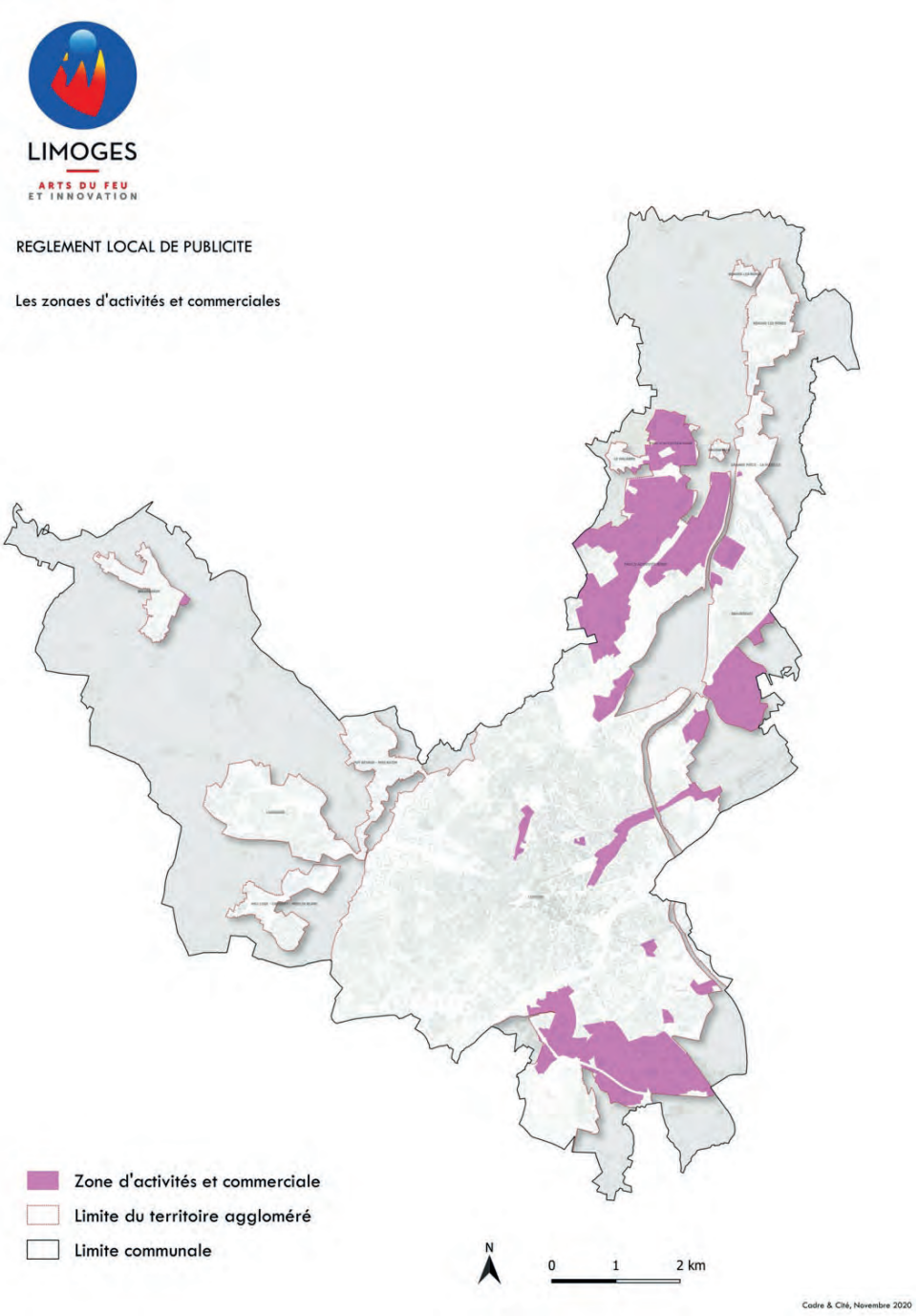


De petites dimensions, sa pertinence dans un quartier d'habitat est à étudier.

L'impact paysager des dispositifs numériques est plus fort que celui des autres panneaux publicitaires de format équivalent, du fait notamment de leur luminosité et de l'animation des images diffusées. Le code de l'environnement ne permet pas à ce jour au RLP d'intervenir sur la luminosité.

5.1.6 | Les zones d'activités économiques et commerciales

Les publicités y sont nombreuses du fait de la réglementation qui s'y applique et de leur attractivité commerciale pour les annonceurs.





Rue de Toulouse

Les voies sillonnant les zones commerciales ou d'activités sont également fortement chargées en publicité.



Avenue Louis de Broglie

La publicité numérique se développe également sur ces axes offrant de multiples possibilités de mise en avant de messages commerciaux.

Sur la zone d'activité nord, se concentre la majorité des numériques (10 sur les 18 présents sur le territoire).



Positionnement des numériques sur la zone (étoiles)

La zone d'activité route de Feytiat. Un dispositif numérique en entrée d'agglomération nuit grandement à la perspective.



Route de Feytiat – Numérique

5.1.7 | Autres constats en matière de publicité

Sur la quasi-totalité des espaces analysés, les matériels utilisés ont des surfaces de 12m² ou 8m².

Les panneaux de 12m² sont des mobiliers de 4m x 3m, exploités avec des techniques traditionnelles. Leur éclairage est principalement réalisé par projection à l'aide de rampes lumineuses et dans quelques cas par des spots.



Éclairage par rampe



Éclairage par spots

Les panneaux de 8m², nombreux sur le territoire, sont pour leur majorité des mobiliers avec affiche sous caisson et éclairage par rétroprojection.



Caissons éclairés

La juxtaposition des deux types de matériels sur une même unité foncière ne permet pas une bonne insertion dans l'environnement.



Le dos de certains dispositifs simple face est habillé, d'autres ne le sont pas. L'habillage, exigé par le RLP en vigueur, offre une présentation plus esthétique du dispositif, en occultant tous les éléments de structure.



Des éléments rapportés sur la structure de type passerelles pour en permettre l'exploitation surchargent le dispositif et ne contribuent pas à sa qualité esthétique. Cela décuple l'impact visuel du dispositif.

Les passerelles, peu valorisantes pour leur environnement, sont installées pour permettre aux intervenants de travailler en sécurité ou faciliter leurs interventions. Il faut s'interroger sur la pertinence de panneaux qui ne seraient pas accessibles naturellement.



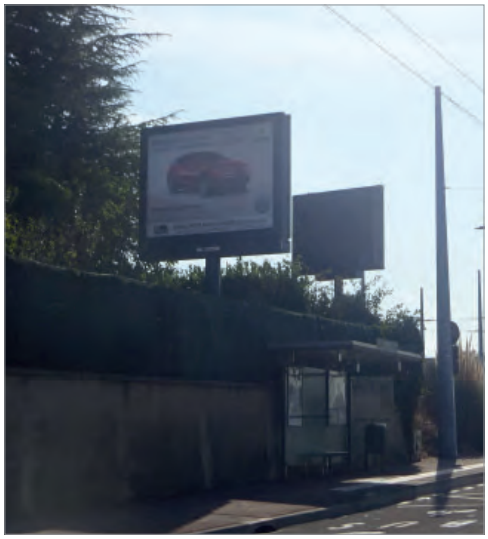


Il faudra veiller à la qualité des dispositifs pour améliorer leur intégration paysagère et interdire ces différents types d'appendices.

L'implantation de dispositifs sur des terrains en surplomb de la voie perturbe fortement le paysage.



Avenue Baudin



Avenue du général Martial Valin

5.2 | LA SITUATION DES ENSEIGNES

5.2.1 | Hors agglomération

Certains établissements commerciaux sont installés hors territoire aggloméré.

Contrairement à la publicité, les enseignes sont autorisées avec le même régime sur tout le territoire communal, aggloméré ou non.

5.2.2 | Le patrimoine naturel et le réseau hydrographique

Très peu d'établissements sont installés sur ces zones par définition naturelles. Seules quelques activités isolées possédant des enseignes y sont implantées.

Il sera opportun de trouver la réglementation la plus en adéquation avec ces lieux privilégiés en termes d'environnement pour le maintien de leur qualité.

5.2.3 | Le patrimoine bâti

Le centre-ville de Limoges est situé dans le site patrimonial remarquable et les périmètres de protection des monuments historiques.

La qualité des enseignes et leur bonne intégration aux façades et dans leur environnement sont essentielles pour maintenir le dynamisme commercial de ce pôle et préserver la qualité du patrimoine bâti.

De belles installations mais également des installations de moindre qualité ou ne permettant pas une intégration acceptable dans leur environnement sont relevées.



Rue Delescluze



Rue Gondinet

Un pourcentage de surface trop important

Des établissements ne se conforment pas au pourcentage maximal règlementaire d'occupation de la façade, les éléments apposés à l'extérieur des vitrines étant pris en compte dans le calcul.



Boulevard Louis Blanc

Des enseignes perpendiculaires mal positionnées et trop nombreuses

Bien que des efforts soient faits, et que de nombreuses belles réalisations puissent être appréciées pour leur qualité d'intégration, leur implantation n'est pas toujours en harmonie avec le bâti.



Avenue du général de Gaulle

Les enseignes perpendiculaires présentent une forte disparité d'implantation et de dimension sur les bâtiments ce qui ne contribue pas à donner une belle image de cet axe qui mène de la gare (entrée de ville) vers le centre et vient perturber la lecture et la perception des façades bâties.

Certaines enseignes perpendiculaires sont lumineuses, notamment pour les pharmacies.

Leur positionnement et leur nombre sont variables et peuvent affecter fortement le paysage urbain.



Rue Othon Péconnet



Rue Élie Berthet

Enseignes en toiture

Ce type de dispositif est présent de manière discrète.



Cours Vergniaud

Des vitrophanies et des enseignes numériques

Ces dispositifs à fort impact couvrent dans certains cas la totalité des vitrines. Apposés à l'extérieur, ils entrent dans le pourcentage de surface de façade à respecter.



Place de la Motte (apposition extérieure)

Des dispositifs numériques et des vitrophanies sont placés à l'intérieur des vitrines. Ils ne sont pas réglementés par le code de l'environnement bien que leur impact soit identique à celui provoqué par un positionnement à l'extérieur. En effet, le code de l'environnement ne s'applique pas aux dispositifs situés à l'intérieur d'un local, disposition confirmée par le Conseil d'Etat (arrêt n° 322758 en date du 28 octobre 2009).



Boulevard Gambetta (installation intérieure)

5.2.4 | Les quartiers résidentiels et les pôles commerciaux de quartier

Ces secteurs ne comptent que des commerces de proximité.

Il n'y a pas de remarques particulières à porter sur les enseignes.



Avenue du Roussillon – Bonne insertion

On relève quelques enseignes numériques.



Avenue Émile Labussière

5.2.5 | Les axes structurants et les entrées de ville

Quelques établissements commerciaux ou activités commerciales sont implantées le long des axes structurants.



Boulevard Bel-Air -Belle réalisation



Boulevard des Vanteaux – Enseigne en toiture légale



Boulevard des Vanteaux Enseignes lumineuses



Boulevard de la Borie - Respect du bâti



Totem scellée au sol regroupant les différents établissements

Cette implantation est très intéressante par la forme de l'objet et par le fait qu'elle évite la multiplicité d'enseignes scellées au sol.

Le centre commercial Corgnac est le plus grand installé sur les axes structurants.



Rue Georges Briquet

L'enseigne scellée au sol en triangle ne respecte ni la hauteur, ni la surface maximale fixées par le code de l'environnement.



L'enseigne en toiture est légale

Deux enseignes, dont une numérique, sont scellées au sol. Le code de l'environnement n'en autorise qu'une.



Boulevard du Vigenal

Les entrées de ville situées en zone d'activités et traitées au 5.2.5, comportent peu ou pas d'activité commerciale.

5.2.6 | Les zones d'activités économiques et commerciales

Tous les types d'enseignes peuvent être observés dans ces zones : en façade, en toiture, scellés au sol.

La qualité des implantations est variable selon les zones et les établissements. Elle dépend notamment de la date de création de la zone, et des efforts de modernisation qui ont été réalisés.

Enseignes en façade

Le principal critère règlementaire à respecter, issu du RNP, est le pourcentage fixant la surface maximale des enseignes pouvant être installées sur une façade, en fonction de la surface de cette façade commerciale.

Peu de débordements ont été remarqués sur ce point, et de bons et mauvais exemples ont pu être observés pour ce type d'enseignes en façade.



Rue Philippe Lebon



Rue de Toulouse



Rue Léonard Samie

Quelques infractions sont relevées.



Rue Philipe Lebon

Enseignes scellées au sol

Le principal constat porte sur le dépassement du nombre maximal d'une enseigne scellée au sol par voie bordant l'établissement. Les conséquences visuelles sont déplorables pour le paysage.



Route de Feytiat – Nombre d'enseignes scellées au sol de plus de 1 m² supérieur à 1 d'où illégalité

Plusieurs enseignes ne sont pas légales au regard de la hauteur autorisée, qui est de 6,5 m lorsqu'elles font plus d'1 mètre de large.



Rue Frédéric Bastiat – Hauteur supérieure à 6,5 m



Centre commercial Beaubreuil – Surface et hauteur illégales

Certaines situations, bien que légales pour les totems, ne sont pas satisfaisantes. Lorsque plusieurs établissements sont sur une même unité foncière, chacun peut installer une enseigne scellée au sol. Le rendu n'est pas toujours pertinent.



Moulin de la Garde – Enseignes scellées au sol légales

Les enseignes sur toiture

Si de nombreux établissements respectent la règlementation, d'autres sont en infraction, notamment en ne respectant pas l'obligation de lettres découpées et de dissimulation des structures.



Moulin de la Garde -Enseigne en toiture légale



Avenue de Broglie - Enseigne en toiture illégale
(structures apparentes et panneau de fond)

La hauteur de ces enseignes est également encadrée par le RNP.

Les enseignes en toiture sont souvent visibles à grande distance, de format important, et la plupart du temps constituées de lettres-caisson lumineuses très perceptibles dans leur environnement. Elles peuvent concerner des zones commerciales ou d'activités directement jouxtées de zones plus naturelles ou pavillonnaires.

Il apparait donc nécessaire qu'un soin particulier soit porté au traitement de ces installations et au respect des dispositions règlementaires.

Chapitre VI
SYNTHESE DES CONSTATS

A l'issue de cette analyse des différents types de secteurs et d'implantations de dispositifs, ressortent les éléments-clefs qui doivent orienter la future réglementation.

Pour la publicité, les caractéristiques suivantes ont été repérées :

- certaines implantations sont inadaptées à leur environnement ou situées dans des espaces sensibles ;
- une forte présence est constatée essentiellement sur les boulevards, y compris arborés ;
- la publicité numérique est très développée ;
- les mobiliers urbains publicitaires sont nombreux ;
- peu de dispositifs sont apposés sur mur ;
- certains matériels sont de faible qualité ;
- peu d'infractions au code de l'environnement sont relevées.

Pour les enseignes, les points suivants émergent :

- des enseignes en façades qui ne respectent pas toujours l'architecture du bâti ;
- des enseignes perpendiculaires en surnombre ou mal intégrées aux façades ;
- des enseignes en toiture non règlementaires ;
- des enseignes scellées au sol en surnombre ;
- apparition des enseignes numériques ayant un fort impact paysager.

Chapitre VII
ORIENTATIONS

Les orientations proposées ont été regroupées par thématique :

1. La protection des lieux

- Exclure la publicité des secteurs naturels et paysagers ;
- Fixer des normes qualitatives simples s'inspirant du RLP actuel pour les enseignes de centre-ville.

2. Les adaptations d'ordre règlementaire

- Réduire la densité des publicités;
- Adapter la surface des publicités aux typologies des lieux y compris pour le mobilier urbain dans le SPR;
- Adapter la surface maximale des enseignes scellées au sol en fonction de leurs lieux d'implantation.

3. Les dispositifs lumineux

- Définir les lieux où la publicité numérique peut être autorisée;
- Encadrer les enseignes numériques;
- Adapter les horaires d'extinction nocturne de manière identique pour la publicité et les enseignes.

Chapitre VIII
EXPLICATION DES CHOIX

Le texte du règlement local de publicité et ses zonages sont établis sur la base :

- des objectifs définis par le conseil municipal ;
- des typologies de lieux déterminées dans le diagnostic et des enjeux s'y rapportant ;
- des orientations issues du diagnostic.

Conformément à l'article L. 581-19 du Code de l'environnement, en agglomération, les préenseignes sont soumises au même régime que les publicités. En conséquence, les dispositions du règlement qui régissent les publicités en agglomération s'appliquent également aux préenseignes.

8.1 | ZONAGE

Les attentes de traitement en matière de publicité et d'enseignes sont distinctes, notamment au regard des protections des zones naturelle pour la publicité (ville à la campagne) et de la présence d'établissements commerciaux et d'enseignes hors agglomération. Deux zonages sont créés, l'un pour la publicité et l'autre pour les enseignes. Une règlementation adaptée est proposée pour chaque type de secteur.

8.1.1 | Publicité

Zone 1 : Site patrimonial remarquable

Du fait de ses caractéristiques urbaines spécifiques et de la nature de son architecture, ce secteur sensible doit faire l'objet d'une très forte protection. Dans un but de rationalisation et de cohérence, la zone reprend le périmètre du site patrimonial remarquable.

Zone 2 : Zones commerciales et d'activités

Dans un souci d'équité et d'harmonisation visuelle, les règles sont donc identiques dans l'ensemble des zones commerciales et d'activités, qui constituent la zone 2.

Zone 3 : Entrées de ville et grands axes

Regroupant ces deux types de voies et leurs abords sur une largeur de 20 m de large de part et d'autre de l'alignement pour en garantir l'effet dans les propriétés privées, cette zone permet une large expression publicitaire. Pour protéger les entrées de ville, une zone de 100 mètres à compter des plaques d'agglomération est interdite. Toutefois, compte-tenu de leur grande attractivité pour les annonceurs, il est nécessaire de prévenir le gigantisme ou la profusion pour protéger le bien-être des résidents car ces axes sont urbanisés.

Zone 4 : Quartiers résidentiels

Cette zone est constituée des secteurs du territoire aggloméré non compris dans les autres zones.

Les caractéristiques de son tissu urbain justifient une large protection contre les excès de la publicité, notamment du lumineux pour protéger le cadre de vie des riverains.

Zone 5 : Espaces naturels

L'interdiction totale de la publicité est prévue dans ces secteurs à haute valeur patrimoniale : espaces naturels, les espaces boisés classés, le site classé et certains espaces verts d'intérêt paysagers.

8.1.2 | Enseignes

Zone 1 : Site patrimonial remarquable

Regroupant plusieurs sites épars sur le territoire communal, ces lieux bénéficient de règles strictes respectant l'architecture et leur environnement proche. Les prescriptions fixées reprennent celles déterminées dans le règlement du SPR pour un traitement cohérent des enseignes.

Zone 2 : Zones commerciales et d'activités

L'harmonisation des enseignes sur ces sites consacrés aux activités économiques conduit à la création de cette zone spécifique tout en laissant la possibilité aux commerçants de communiquer sur leurs activités grâce à la corrélation entre les surfaces des enseignes autorisées et la dimension du bâti et des espaces publics.

Zone 3 : Entrées de ville et grands axes

Au même titre que pour la publicité, les acteurs économiques doivent pouvoir s'exprimer tout en respectant le cadre de vie. La réduction du nombre de supports possibles permet de faciliter la lecture rapide des commerces présents par les usagers des voies.

Zone 4 : Reste du territoire

La zone recouvre le reste du territoire, qu'il soit situé en agglomération et hors agglomération. Les enseignes ayant le plus fort impact sur le cadre de vie sont soit interdites soit réduites.

8.2 | PARTIE RÈGLEMENTAIRE

8.2.1 | Publicité

Dispositions générales

L'ensemble des règles édictées vise à harmoniser les dispositifs publicitaires et la façon dont ils sont installés.

P.A : Dérogation à l'interdiction de la publicité

La publicité peut être admise dans les lieux d'interdiction relative. Il est donc posé en principe général la dérogation aux interdictions fixées par l'article L.581-8 du code de l'environnement et la soumission des publicités au régime défini dans chaque zone. Cette dérogation répond aux enjeux économiques propres à ces zones tout en veillant au maintien de la protection de l'environnement architectural et urbain.

P.B : Surface et types de dispositifs

Afin d'éviter une disparité de présentation des matériels installés sur une même unité foncière, les mobiliers sont de même aspect et de même surface.

P.D : Dispositifs publicitaires sur murs de clôture ou clôtures

Les murs de clôture ou les clôtures, éléments structurants du paysage urbain, doivent demeurer visibles et la publicité ne peut y être apposée. Une exception est faite pour les murs maçonnés dont la structure peut supporter un ou plusieurs dispositifs.

P.E : Entrées de ville

Le diagnostic a montré que les entrées de villes identifiées constituent un secteur sensible et que la présence de publicités les dégradait. Le RLP prévoit une interdiction de toute publicité, hors mobilier urbain, sur une distance de 100 mètres comptée à partir de l'entrée de ville (à vol d'oiseaux). Cette règle ne s'applique pas pour les continuités bâties avec les communes limitrophes (liste définie).

P.F : Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol

I - Pour éviter des surplombs de voie trop importants générant un effet d'écrasement visuel, un dispositif scellé au sol, dont la hauteur au sol est limitée à 6 mètres, ne peut s'élever à plus de 7 mètres par rapport la voie ouverte à la circulation publique.

II - Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol lorsqu'ils sont admis, doivent présenter un aspect qualitatif. Toute structure doit être dissimulée, y compris sur les flancs, ne laissant voir que la publicité ou l'habillage du matériel s'il est simple face.

III - La règle nationale d'interdiction des 10 mètres en avant du plan d'une ouverture sur une unité foncière voisine est complétée par une interdiction

à moins de 5 mètres de tout immeuble situé sur la même unité foncière. Cette disposition vise à éviter qu'un dispositif masque une ouverture.

P.G : Accessoires

Les éléments rapportés sur un dispositif au titre de la sécurité des intervenants sur le panneau sont disgracieux et doivent être les plus discrets possibles. Ainsi, seules les passerelles amovibles ou escamotables peuvent être admises.

P.H : Disposition sur un mur

Le respect de l'architecture est une préoccupation qui s'inscrit dans le RLP. Pour protéger les façades, la règle d'interdiction de la publicité à moins de 0,50 m du sol s'applique également à toute arrête verticale du mur qui la supporte.

P.I : Règles de densité sur les unités foncières à l'angle de deux voies ouvertes à la circulation publique

Une règle de densité pour les unités foncières situées à l'angle de deux voies ouvertes à la circulation publique est fixée. Seul le côté le plus long est pris en compte pour le calcul de la densité publicitaire. En outre, l'implantation sur l'unité foncière n'est pas libre. Une installation sur le plus long côté est imposée, même s'il n'est pas celui qui borde la voie publique ayant le plus important trafic routier.

Le domaine ferroviaire présentant une spécificité (une seule unité foncière), des règles particulières y sont prescrites, dans l'emprise de la gare de Limoges Bénédictins et le long des axes.

Le mobilier urbain d'une surface supérieure à 2 mètres carrés fait également l'objet d'une règle de densité, pour ne pas surcharger l'espace public.

P.J : Préenseignes temporaires

En agglomération, identiques visuellement aux publicités, elles suivent le même régime.

P.K : Palissades de chantier

Elles sont quasiment inexistantes, en raison de leur très courte durée. Afin de laisser la maîtrise de l'implantation publicitaire à l'autorité de gestion domaniale, c'est le RNP qui s'applique.

P.L : Publicité lumineuse

Pour lutter contre la pollution lumineuse nocturne et limiter la facture énergétique, la plage horaire d'extinction fixée par le RNP de 1 h à 6 h est étendue de 22 h à 7 h. Par souci l'égalité de traitement, cette règle s'applique également à la publicité sur mobilier urbain, à l'exception des abris voyageurs pour des raisons de service et de sécurité.

P.M : Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles

Les bâches publicitaires et de chantiers, absentes actuellement sur le territoire, n'ont pas vocation à y trouver une place du fait de leur fort impact sur l'environnement. Elles sont donc interdites.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles peuvent être autorisées parce qu'en relation à de grandes manifestations d'une durée limitée.

P.N : Dispositifs situés à l'intérieur d'une baie

L'apparition de dispositifs installés directement derrière une baie vitrée génère une gêne par leur luminosité (écrans vidéo) et contribue à altérer la lecture de l'architecture. En complément de l'article L.581-2, l'interdiction porte sur les dispositifs dont la vocation est de n'être vus que depuis l'extérieur et s'étend à tout type de local.

P.O : Autres dispositifs publicitaires

Le règlement prend en compte les modes de publicité actuels. Devant l'inconnu de futurs développements de supports, il est prévu d'interdire toute autre forme de publicité pour se garantir d'éventuelles apparitions non-contrôlées. Le RLP peut être révisé si besoin est.

Zone 1 :

Un nombre limité de catégorie de supports est admis dans cette zone qui couvre une très large partie du territoire et au-delà du centre-ville.

L'actuel règlement de publicité, par dérogation à l'interdiction dans les anciennes ZPPAUP, admet la publicité murale ou scellée au sol sur 67 emplacements. Le principe d'exception est maintenu afin de garantir le dynamisme économique du centre-ville, mais le nombre est réduit à 7 muraux et 3 scellés au sol. La surface totale des dispositifs est limitée à 10,60 mètres carrés pour en minorer l'impact visuel.

Majoritairement installés sur le sol par les commerçants, les chevalets sont admis. Pour limiter l'encombrement du domaine public, un seul est admis par établissement. Il doit être positionné au droit de cet établissement.

Dispositifs particulièrement intrusifs dans l'espace, les drapeaux sont interdits.

La publicité est admise sur le mobilier urbain, en raison de ses fonctions d'intérêt général. L'implantation de chaque mobilier est soumise à l'accord de la collectivité, préservant ainsi le domaine public d'implantations intempestives. La surface des dispositifs visés à l'article R.581-47 est limitée à 10,60 mètres carrés, surface identique à celle des dispositifs publicitaires installés sur propriété privée.

Évolution technologique aidant, seuls ces mobiliers peuvent recevoir de la publicité numérique dont la surface est limitée à 2 mètres carrés compte tenu de leur impact sur le cadre de vie.

La publicité de petit format, est admise en réduisant sa surface cumulée par devanture de 2 mètres carrés à 1 mètre carré.

La publicité sur bâche de chantier est autorisée, du fait de son caractère éphémère, dans le respect des conditions nationales (installation sur les échafaudages nécessaires à la réalisation des travaux pendant la durée d'utilisation effective).

Zone 2 :

Du fait de sa destination à caractère économique, cette zone est celle où la réglementation, bien que plus restrictive que le RNP, est la moins contraignante.

En complément des dispositions du RNP, une règle de densité sur une même unité foncière est fixée pour interdire le regroupement de plusieurs dispositifs.

La publicité sur mur ou scellée au sol est admise, mais avec une réduction de la surface totale à 10,60 mètres carrés.

Les chevalets et drapeaux sur le domaine public, quasiment inexistants dans cette zone sont interdits.

La surface de la publicité sur mobilier urbain est également réduite à 10,60 mètres carrés pour être en corrélation avec la surface des dispositifs publics installés sur propriété privée.

La publicité numérique se conforme au RNP avec une surface limitée à 8 m^2. La distance entre 2 dispositifs numériques en covisibilité ne peut être inférieure à 200 mètres pour éviter la prolifération dans cette zone très attractive.

Sans véritable gêne pour l'environnement du fait de leur présence concomitante avec des travaux, la publicité est autorisée sur les bâches de chantier.

Zone 3 :

Les entrées de ville et les grands axes, très attractifs pour les publicitaires, doivent cependant adopter des règles en corrélation avec l'esprit du projet: l'allègement de l'impact de la publicité.

Une règle de densité restrictive est instaurée par le cumul de trois prescriptions :

- interdiction si le linéaire de façade d'une unité foncière est inférieur à 10 mètres ;
- 1 seul dispositif lorsque le linéaire est compris entre 10 et 100 mètres et 1 dispositif supplémentaire par tranche de 100 mètres supplémentaires ;
- interdistance de 80 mètres entre deux dispositifs sur une même unité foncière.

Cette combinaison de règles rythme et organise la présence de la publicité sans générer de surcharge.

La surface des dispositifs est comme en zone 1, 2 ou 4 limitée à 10,60 mètres carrés, toujours dans une logique de cohérence sur le territoire.

Pour en maîtriser l'implantation, la publicité numérique n'est autorisée que sur le mobilier urbain, sa surface restant celle fixée par le RNP.

La publicité de petit format, ainsi que les bâches de chantier, adoptent les règles des zones 1, 2 et 4, pour une harmonie de traitement.

Zone 4 :

La publicité est admise sur mur, avec une surface limitée à 10,60 mètres carrés.

La publicité scellée au sol, avec des dimensions réduites et exclusivement sur des parcelles construites à usage commercial ou industriel, trouve sa place dans un contexte essentiellement pavillonnaire.

Les chevalets, utiles aux commerces, sont admis à raison de 1 par établissement.

La publicité sur mobilier urbain est admise, avec la même surface que pour les dispositifs muraux.

Pour respecter le caractère apaisé des lieux composant cette zone, la publicité numérique n'est autorisée que sur le mobilier urbain avec une surface réduite à 2 m^2.

Zone 5 :

Dans cette zone au caractère environnemental très marqué, la protection est totale puisque toute forme de publicité y est interdite.

8.2.2 | Enseignes

Dispositions générales

Le principe qui guide le projet de réglementation repose sur le respect de l'architecture. En effet, l'apposition d'une enseigne ne doit pas dénaturer la façade support, mais y être intégrée au mieux. Elle doit accompagner la devanture et ne pas venir en contradiction avec ses lignes de composition.

Le RLP interdit la pose d'enseignes sur les arbres et sur les haies, comme le fait le RNP pour la publicité. En effet, l'objet, quelle que soit sa destination, dégrade la nature.

Les enseignes sur clôtures aveugles ou non aveugles sont interdites, à l'exception des murs de clôture maçonnés. L'aspect de ces clôtures aveugles ou non n'étant pas toujours esthétique, il est préférable de ne pas ajouter au désordre en les surchargeant.

Dans certains cas, les enseignes perpendiculaires sur façade sont trop nombreuses et défigurent le bâtiment. Dans le respect du principe général, le regroupement sur un seul support pour un même établissement est exigé.

Les enseignes scellées au sol créent des obstacles visuels de fort impact. Pour en diminuer la portée, il est demandé un regroupement sur un seul dispositif lorsque plusieurs établissements sont implantés sur une même unité foncière. Des exceptions sont prévues en cas d'impossibilité (technique ou nombre d'établissements).

Des exigences de qualité de présentation sont également prescrites.

Leur surface est limitée à 6 mètres carrés, contre 12 mètres carrés dans le RNP.

Pour limiter la facture énergétique, la plage horaire d'extinction des enseignes est prévue entre 0 h et 7 h. Ces horaires sont différents de ceux pour la publicité car cela correspond à la vie nocturne de la cité : cinéma, restaurants, bar...

De plus, pour réduire la pollution lumineuse nocturne, l'éclairage doit être dirigé vers le bas.

L'impact des enseignes situées à l'intérieur d'un local et dont la vocation est de n'être vues que de l'extérieur est identique sur l'aspect de la devanture à celles apposées à l'extérieur. Une règle particulière est prise pour en limiter la surface à 30 % de la surface des enseignes autorisées sur façade.

Les enseignes à faisceau de rayonnement laser sont interdites, apportant trop de nuisances en contrevenant à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne.

Les enseignes temporaires voient leur durée d'apposition réduite à 14 jours avant et 1 jour après l'évènement annoncé. Au vu de leur prolifération et de leurs positionnements disparates, les enseignes immobilières sur façade sont réglementées.

Zone 1 :

Dans cette zone très sensible en matière de protection du patrimoine, les règles fixées reprennent celles fixées par le règlement du SPR pour ne pas créer de contradictions entre les deux règlements.

Elles traitent principalement du positionnement, des dimensions et des modes d'éclairage.

Pour garantir une bonne lisibilité des perspectives dans les rues, il ne peut y avoir de cumul pour un même établissement entre enseigne perpendiculaire et scellée au sol. Cette dernière ne peut être autorisée que si la façade commerciale est en retrait du bord de la voie.

Trop marquantes agressives dans leur environnement, les enseignes numériques sont interdites.

Les enseignes sur toiture créent des obstacles dans les perspectives. Elles sont donc interdites.

Zone 2 :

Les règles du RNP qui encadrent depuis 2012 l'implantation des enseignes étant beaucoup plus restrictives que celles des textes précédents, les prescriptions applicables dans ces secteurs sont donc celles du RNP, exception faite pour les enseignes de moins de 1 mètre carré qui, sans limitation de nombre dans le RNP, se voient limitées à 1 par voie bordant l'établissement.

La surface des enseignes numériques est alignée sur celle des publicités et est limitée à 8 mètres carrés.

Zone 3 :

Ces lieux, très fréquentés mais traversant différents types d'urbanisation, se voient interdire les enseignes numériques et les enseignes en toiture.

Les enseignes de surface inférieure à 1 mètre carré sont limitées à 1 dispositif par voie bordant l'établissement pour ne pas créer l'effet de masse souvent généré par leur grand nombre.

Zone 4 :

Pour les mêmes motifs qu'en zone 3, les enseignes numériques et les enseignes sur toiture sont interdites.

Il en va de même pour les enseignes de surface inférieure à 1 mètre carré qui sont limitées à 1 dispositif par voie bordant l'établissement pour ne pas créer l'effet de masse souvent généré par leur grand nombre.

Règlement Local de Publicité

3 RÈGLEMENT

LIMOGES

Règlement Local de Publicité

Dossier approuvé par le Conseil Communautaire de Limoges Métropole en date du 18 décembre 2020

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

LIMOGES ARTS DU FEU ET INNOVATION DÉSIGNÉE VILLE CRÉATIVE DE L'UNESCO DEPUIS 2017

Sommaire

Chapitre 1 : Publicité

PRESCRIPTIONS COMMUNES A L'ENSEMBLE DES ZONES 4

Zone publicité 1 Site Patrimonial Remarquable 9

Zone publicité 2 Zones commerciales et d'activités 11

Zone publicité 3 Entrées de ville et grands axes 13

Zone publicité 4 Quartiers résidentiels 15

Zone publicité 5 Espaces naturels 17

Chapitre 2 : Enseignes

PRESCRIPTIONS COMMUNES A L'ENSEMBLE DES ZONES 18

Zone enseignes 1 Site patrimonial remarquable 21

Zone enseignes 2 Zones commerciales ou d'activités 23

Zone enseignes 3 Entrées de ville et grands axes 24

Zone enseignes 4 Reste du territoire non compris dans les zones E1, E2 ou E3 25

Préambule

Le règlement local de publicité établit 5 zones pour la publicité (P1 à P5) et 4 zones pour les enseignes (E1 à E4).

Le présent règlement adapte le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités du territoire de Limoges. Les dispositions du RNP non expressément modifiées par le présent règlement demeurent applicables.

Conformément à l'article L.581-19 du Code de l'environnement, les préenseignes sont soumises au même régime que la publicité. Par conséquent, les dispositions du présent règlement régissant la publicité s'appliquent également aux préenseignes, à l'exclusion toutefois des préenseignes dérogatoires au sens du 3ème alinéa de l'article L.581-19 du Code de l'environnement.

Les publicités lumineuses dont les affiches sont éclairées par projection ou transparence sont régies par les dispositions relatives à la publicité non lumineuse à l'exception des règles d'extinction nocturne.

Sont annexés au présent règlement :

- le plan général et le plan faisant apparaître les zones, qui ont valeur réglementaire ;
- l'arrêté municipal fixant les limites d'agglomération. Celles-ci sont également représentées sur un document graphique.

Chapitre 1 : Publicité

PRESCRIPTIONS COMMUNES A L'ENSEMBLE DES ZONES

P.A : Dérogation à l'interdiction de la publicité

La publicité est admise dans l'ensemble des lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement et ce, y compris aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine. Elle est soumise aux dispositions des zones du présent règlement dans lesquelles elle se situe.

P.B : Surface et types de dispositifs sur une même unité foncière

Lorsque plusieurs dispositifs sont implantés sur la même unité foncière, leur surface ainsi que le mobilier sont de même aspect et de même surface.

P.C : Surface des dispositifs

La surface des dispositifs publicitaires définie dans le présent règlement s'applique pour chaque face des dispositifs.
Hors mobilier urbain, la surface unitaire maximale des dispositifs s'entend comme englobant la totalité du dispositif encadrement compris, hors pied.
S'agissant du mobilier urbain, la surface unitaire maximale s'entend hors encadrement.

P.D : Dispositifs sur murs de clôture ou clôtures

Les dispositifs publicitaires sont interdits sur les clôtures, qu'elles soient aveugles ou non.
Ils sont admis sur les murs maçonnés.

P.E: Entrées de ville

La publicité est interdite sur une distance de 100 mètres à compter des panneaux matérialisant l'entrée en agglomération désignés sur le plan, à l'exception des entrées d'agglomération situées sur les axes suivants qui constituent une continuité urbaine :

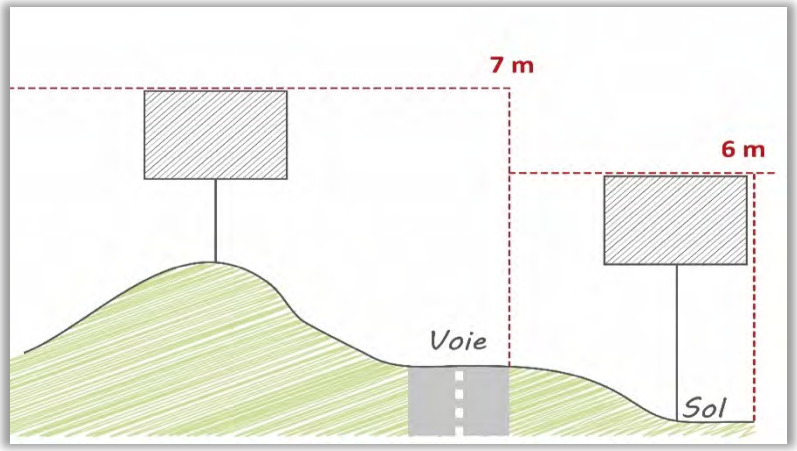
- Avenue maréchal de Lattre de Tassigny
- Route de Toulouse

Elle est toutefois autorisée sur le mobilier urbain dans les conditions définies de la zone où se trouvent ces espaces.

P.F: Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol

I – Hauteur des dispositifs

Aucun point des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peut s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Leur hauteur est également limitée à 7 mètres par rapport à la voie ouverte à la circulation publique. Elle se calcule par rapport au point le plus haut de la voie la plus proche, au droit du dispositif.



II – Habillages des dispositifs

Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol peuvent être simple ou double face. Lorsqu'ils sont simple face, le dos doit être habillé et ne pas laisser apparaître les structures du dispositif.
Lorsqu'ils sont double face, les dispositifs ne doivent pas présenter de séparation visible.

III – Protection des baies

Un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol ne peut être implanté à moins de 5 mètres d'une baie d'un bâtiment situé sur la même unité foncière.

P.G : Accessoires

Les accessoires de sécurité (échelles, passerelles) ne sont admis que s'ils sont amovibles, escamotables ou non visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ils peuvent être mis en place ou déployés uniquement pendant les interventions d'affichage, d'entretien ou de maintenance.

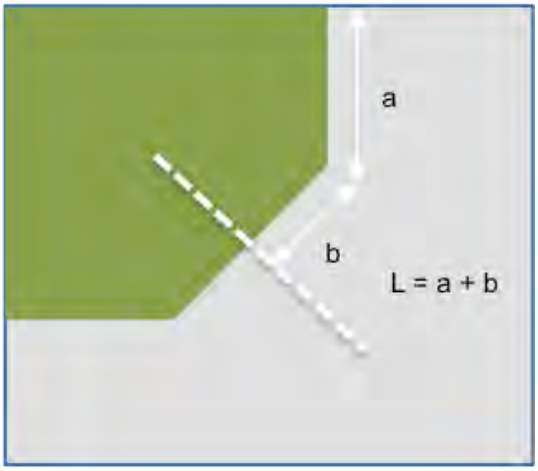
P.H : Disposition sur mur

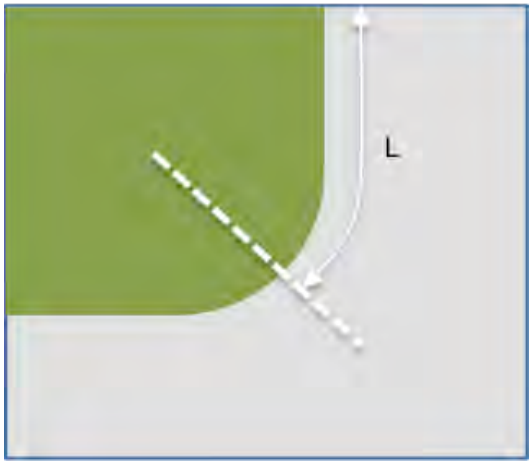
Un dispositif publicitaire ne peut être apposé à moins de 0,50 mètre de toute arête verticale du mur qui le supporte.

P.I : Règles de densité

I - Sur propriété privée

Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie est pris en compte. Le (ou les) dispositif(s) est (sont) installé(s) le long de ce côté. Les pans-coupés des unités foncières situées à l'intersection de 2 voies sont additionnés pour moitié à l'une des voies, et pour moitié à l'autre.





II - Sur mobilier urbain

Une interdistance de 100 mètres en covisibilité entre 2 dispositifs d'une surface supérieure à 2 mètres carrés est à respecter. Cette interdistance ne s'applique pas aux abris voyageurs, aux colonnes culturelles et aux kiosques.

P.J : Préenseignes temporaires

En agglomération, elles sont soumises aux dispositions fixées par le présent règlement pour la publicité.

P.K : Palissades de chantier

La publicité sur palissades de chantier est admise. Elle se conforme aux prescriptions fixées par le règlement national de publicité.

P.L : Publicité lumineuse

I - Horaires d'extinction

La publicité lumineuse, y compris celle supportée par le mobilier urbain, est éteinte entre 22 heures et 7 heures du matin, à l'exception de celle supportée par les abris-voyageurs qui doit être éteinte entre 0 heure 30 et 7 heures du matin.

Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

II - Luminosité des dispositifs lumineux, dont numériques

Aucune publicité lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter de danger, causer un trouble excessif, ou porter atteinte à l'environnement. La publicité lumineuse ne doit pas être éblouissante.

Les dispositifs à affichage numérique ou à message électronique devront respecter les dispositions suivantes :

la luminance est d'au plus 6 000 cd/m² entre le lever du soleil et son coucher et d'au plus 600 cd/m² entre le coucher du soleil et son lever.

Ces plafonds doivent être respectés quelle que soit la température des couleurs affichées.

III – Modalités d'éclairage

Lorsqu'un dispositif lumineux est éclairé par une rampe lumineuse ou des spots, l'éclairage est orienté vers le bas.

P.M : Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles

La publicité sur bâches publicitaires et bâches de chantier est interdite.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles peuvent être autorisés.

P.N : Dispositifs situés à l'intérieur d'une baie

Les dispositifs situés à l'intérieur d'un local et dont la vocation est de n'être vus que de l'extérieur, entrent dans le champ d'application du présent règlement.

P.O : Autres dispositifs publicitaires

Toute autre forme de publicité non régie par le présent règlement est interdite.

Zone publicité 1

Site Patrimonial Remarquable

Article P.1.1 : Définition

La zone 1 est constituée par le périmètre extérieur du site patrimonial remarquable (SPR) de Limoges.

Elle est repérée en bleu sur la cartographie.

Article P.1.2 : Densité publicitaire

Sans objet.

Article P.1.3 : Publicité murale

La publicité sur mur est interdite à l'exception des emplacements définis en annexe du présent règlement.

La surface du dispositif est limitée à 10,60 mètres carrés.

Article P.1.4 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Un seul dispositif de type chevalet posé sur le sol peut être autorisé par établissement et par voie bordant l'unité foncière où s'exerce l'activité. Il doit être placé au droit de l'établissement. Utilisable au recto et au verso, sa surface est limitée à 1 mètre carré par face. L'implantation doit respecter les normes d'accessibilité en vigueur et ne doit pas remettre en cause la sécurité.

La publicité sur les quais de la gare de Limoges-Bénédictins est admise. Sa surface est limitée à 3 mètres carrés.

Les dispositifs peuvent être regroupés 2 par 2, avec une interdistance de 30 mètres entre chaque dispositif, simple ou double. Cette interdistance ne s'applique pas entre les dispositifs séparés par une voie ferrée.

Les drapeaux sont interdits.

Les autres dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits à l'exception des emplacements définis en annexe du présent règlement. Leur surface est limitée à 10,60 mètres carrés.

Article P.1.5 : Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée par le mobilier urbain est admise.

Sa surface est limitée à 8 mètres carrés, à l'exception de celle apposée sur les colonnes culturelles et des kiosques commerciaux.

Article P.1.6 : Publicité numérique

La publicité numérique est interdite, à l'exception de celle supportée par le mobilier urbain dont la surface est limitée à 2 mètres carrés.

Article P.1.7 : Publicité de petit format

La publicité de petit format est admise. Sa surface cumulée est limitée à 1 mètre carré par devanture.

Zone publicité 2

Zones commerciales et d'activités

Article P.2.1 : Définition

La zone 2 est constituée des zones commerciales ou d'activités.

Elle est repérée en mauve sur la cartographie.

Article P.2.2 : Densité

La règle de densité nationale s'applique.

En outre, sur une même unité foncière, une distance de 30 mètres minimum doit être respectée entre deux dispositifs.

Sur le domaine public ferroviaire, il est admis un dispositif tous les 30 mètres. Cette règle ne s'applique pas entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée.

Article P.2.3 : Publicité murale

La publicité sur mur maçonné est admise.

La surface du dispositif est limitée à 10,60 mètres carrés.

Article P.2.4 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est admise.

La surface du dispositif est limitée à 10,60 mètres carrés.

Les dispositifs sont installés perpendiculairement à la voie sauf dans le cas d'un pan coupé où le dispositif pourra être installé parallèlement à celui-ci.

Les drapeaux et chevalets sont interdits.

Article P.2.5 : Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée par le mobilier urbain est admise.

Sa surface est limitée à 8 mètres carrés, à l'exception de celle apposée sur les colonnes culturelles et des kiosques commerciaux.

Article P.2.6 : Publicité numérique

La publicité numérique est limitée à 8 mètres carrés.

Une interdistance de 200 mètres doit être respectée entre les faces publicitaires de deux dispositifs numériques orientés dans le même sens de circulation, quel que soit le coté d'installation.

Article P.2.7 : Publicité de petit format

La publicité de petit format est admise.

Sa surface cumulée est limitée à 1 mètre carré par établissement.

Zone publicité 3

Entrées de ville et grands axes

Article P.3.1 : Définition

La zone 3 est constituée par les entrées de ville et les grands axes augmentés d'une largeur de 20 mètres de part et d'autre des voies à partir de l'alignement.

Elle est matérialisée en rouge sur la cartographie.

Article P.3.2 : Densité publicitaire

Lorsque le linéaire d'une unité foncière est inférieur à 10 mètres, la publicité est interdite.

Lorsque le linéaire d'une unité foncière est compris entre 10 mètres et 100 mètres, un seul dispositif peut être installé.

Lorsque le linéaire est supérieur à 100 mètres, un dispositif supplémentaire peut être installé par tranche de 100 mètres entamée.

Sur une même unité foncière, une distance de 80 mètres minimum doit être respectée entre deux dispositifs.

Sur le domaine public ferroviaire, il est admis un dispositif tous les 50 mètres. Cette règle ne s'applique pas entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée.

Article P.3.3 : Publicité sur mur

La publicité sur mur maçonné est admise.

La surface du dispositif est limitée à 10,60 mètres carrés.

Article P.3.4 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est admise.

La surface du dispositif est limitée à 10,60 mètres carrés.

Les dispositifs sont installés perpendiculairement à la voie sauf dans le cas d'un pan coupé où le dispositif pourra être installé parallèlement à celui-ci.

Un seul dispositif de type chevalet posé sur le sol peut être autorisé par établissement et par voie bordant l'unité foncière où s'exerce l'activité. Il doit être placé au droit de l'établissement. Utilisable au recto et au verso, sa surface est limitée à 1 mètre carré par face. L'implantation doit respecter les normes d'accessibilité en vigueur et ne doit pas remettre en cause la sécurité.

Les drapeaux sont interdits.

Article P.3.5 : Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée par le mobilier urbain est admise.

Sa surface est limitée à 8 mètres carrés, à l'exception de celle apposée sur les colonnes culturelles et des kiosques commerciaux.

Article P.3.6 : Publicité numérique

La publicité numérique est interdite, à l'exception de celle supportée par le mobilier urbain dont la surface est limitée à 8 mètres carrés.

Article P.3.7 : Publicité de petit format

La publicité de petit format est admise.

Sa surface cumulée est limitée à 1 mètre carré par établissement.

Zone publicité 4

Quartiers résidentiels

Article P.4.1 : Définition

La zone 4 est constituée par les quartiers résidentiels.

Elle est matérialisée en jaune sur la cartographie.

Article P.4.2 : Densité publicitaire

Un seul dispositif, mural, est admis par unité foncière.

Article P.4.3 : Publicité sur mur

La surface du dispositif est limitée à 10,60 mètres carrés.

Article P.4.4 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Un seul dispositif de type chevalet posé sur le sol peut être autorisé par établissement et par voie bordant l'unité foncière où s'exerce l'activité. Il doit être placé au droit de l'établissement. Utilisable au recto et au verso, sa surface est limitée à 1 mètre carré par face. L'implantation doit respecter les normes d'accessibilité en vigueur et ne doit pas remettre en cause la sécurité.

Les drapeaux sont interdits.

Un seul dispositif d'une surface inférieure à 3 mètres carrés peut être admis sur les parcelles construites et à usage exclusivement commercial ou industriel.

Les autres dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits.

Article P.4.5 : Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée par le mobilier urbain est admise.

Sa surface est limitée à 8 mètres carrés, à l'exception de celle apposée sur les colonnes culturelles et des kiosques commerciaux.

Article P.4.6 : Publicité numérique

La publicité numérique est interdite, à l'exception de celle supportée par le mobilier urbain dont la surface est limitée à 2 mètres carrés.

Article P.4.7 : Publicité de petit format

La publicité de petit format est admise.

Sa surface cumulée est limitée à 1 mètre carré.

Zone publicité 5

Espaces naturels

Article P.5.1 : Définition

La zone 5 est constituée par les espaces naturels, les espaces boisés classés (EBC), le site classé et des espaces verts d'intérêt paysager (EVIP) repérés sur le plan.

Elle est matérialisée en vert sur la cartographie.

Article P.5.2 : Règle

Toute forme de publicité est interdite.

Chapitre 2 : Enseignes

PRESCRIPTIONS COMMUNES A L'ENSEMBLE DES ZONES

Article E.A : Autorisation des enseignes

Les enseignes sont soumises à autorisation sur la totalité du territoire, aggloméré ou non.
Cette autorisation est accordée ou refusée par le maire, après avis conforme de l'architecte des Bâtiments de France lorsque celui-ci est requis.
Les enseignes doivent respecter l'architecture du bâtiment où s'exerce l'activité signalée. Elles doivent s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade et tenir compte de ses différents éléments : emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades, ainsi que tous motifs décoratifs.
Cette autorisation peut être refusée si l'enseigne, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation porte atteinte à la qualité de la façade, aux lieux avoisinants, aux perspectives, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique. Le respect des chartes et autres documents édictés par la commune est également pris en compte lors de l'instruction.

Article E.B : Suppression des enseignes

Tout occupant d'un local commercial visible depuis la voie ouverte à la circulation publique, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local et de ses enseignes ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants. Il doit notamment s'assurer, lorsque l'activité signalée a cessé, que toutes les enseignes soient supprimées et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

Article E.C : Enseignes sur les arbres

Les enseignes sont interdites sur les arbres et les haies.

Article E.D : Enseignes sur murs de clôture et clôtures, aveugles ou non aveugles

Les enseignes ne sont autorisées que sur les murs de clôture maçonnés. Elles sont limitées à 1 par établissement le long de chacune des voies bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.
Elles sont interdites sur les clôtures aveugles ou non aveugles.

Article E.E : Enseignes sur façades

Les enseignes perpendiculaires pour un même établissement sont regroupées sur un seul support.
Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par voie bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

Article E.F : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Lorsqu'elles sont simple face, le dos des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doit être habillé afin de ne pas laisser apparaître les structures du dispositif.
Lorsqu'elles sont double face, les enseignes ne doivent pas présenter de séparation visible.
Lorsque plusieurs établissements sont implantés sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière.
En cas d'impossibilité technique ou d'un nombre trop important d'établissements, une exception au regroupement sur un seul support peut être admise.

Article E.G : Enseignes lumineuses

L'éclairage des enseignes est éteint entre minuit et 7 heures du matin, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre 23 heures et 8 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.
Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.
Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou d'autres services d'urgence.
Aucune enseigne lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif ou porter atteinte à l'environnement. L'enseigne lumineuse doit notamment ne pas être éblouissante.
Les dispositifs à affichage numérique ou à message électronique devront respecter les dispositions suivantes :

- la luminance est d'au plus 6 000 cd/m² entre le lever du soleil et son coucher et d'au plus 600 cd/m² entre le coucher du soleil et son lever.
- ces plafonds doivent être respectés quelle que soit la température des couleurs affichées.

L'éclairage des enseignes doit être dirigé vers le bas.

Les enseignes lumineuses sur les lambrequins de stores ne doivent pas dépasser 3/4 de la hauteur du lambrequin dans la limite de 0,25 mètre.
Leur longueur cumulée est inférieure à 1/4 de la longueur du lambrequin.

Article E.H : Surface des enseignes

La surface maximale des enseignes sur une même façade commerciale est fixée par les dispositions du Code de l'environnement.
Les enseignes situées à l'intérieur d'un local et dont la vocation est de n'être vues que de l'extérieur, entrent dans le champ d'application du présent règlement. Leur surface cumulée autorisable ne peut être supérieure à 30 % de la surface totale des enseignes.

Article E.I : Enseignes à faisceau de rayonnement laser

Les enseignes à faisceau de rayonnement laser sont interdites.

Article E.J : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont soumises aux mêmes dispositions d'implantation que les autres enseignes.
Elles peuvent être apposées au maximum 14 jours avant et retirées au maximum 1 jour après l'événement qu'elles annoncent.
Les enseignes temporaires relatives à la mise en location ou en vente d'un bien immobilier sont limitées à une par bien et par mandat de vente. Elles sont apposées parallèlement au mur ou au balcon.
Les enseignes temporaires signalant des opérations immobilières sont admises pour la durée de l'opération à raison d'un dispositif scellé au sol ou mural, de surface maximum de 8 mètres carrés par voie ouverte à la circulation publique bordant l'unité foncière où se situe l'opération.

Zone enseignes 1

Site patrimonial remarquable

Article E.1.1 : Délimitation de la zone

La zone 1 est constituée par le périmètre extérieur du site patrimonial remarquable (SPR) de Limoges.

Elle est matérialisée en bleu sur la cartographie.

Article E.1.2 : Enseignes apposées à plat sur un mur, parallèlement à un mur ou perpendiculairement à un mur

I - Enseigne à plat sur un mur

Les enseignes sont intégrées dans l'ouverture de la devanture.

Le bandeau support de l'enseigne peut être prolongé au-dessus de la porte d'accès d'un immeuble. Cette possibilité ne vaut pas pour l'enseigne en tant que telle (inscription, forme ou image).

La hauteur de l'enseigne ne peut excéder 0,50 mètre.

Le bandeau supportant l'enseigne doit être positionné en-dessous du linteau du premier étage.

La saillie pour les caissons éclairés ou non est limitée à 0,10 mètre.

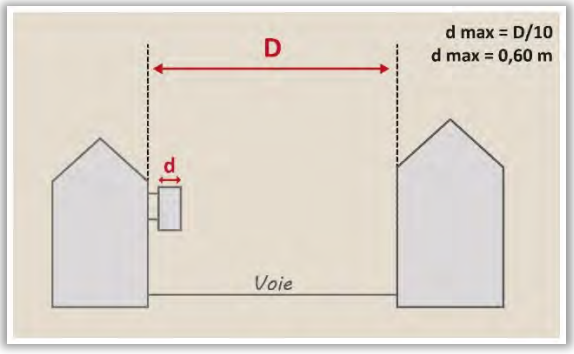
II - Enseigne perpendiculaire

Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par voie bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

La hauteur maximale de l'enseigne est limitée à 0,60 mètre, avec des dérogations possibles pour les établissements situés le long des voies de grande largeur sans dépasser 1.50 mètre.

L'épaisseur de l'enseigne est limitée à 0,10 mètre.

La saillie, hors pattes d'accroches limitées à 0,10 mètre, est inférieure ou égale à 0,60 mètre, à compter du nu du mur de façade de l'immeuble, sans être supérieure au 1/10ème de la largeur de voie comprise entre les deux alignements de la voie.



Dès que la configuration le permet, elle doit être installée dans l'alignement de l'enseigne à plat.

La hauteur libre sous l'enseigne ne peut être inférieure à 2,80 mètres.

L'enseigne doit être positionnée en-dessous du linteau du premier étage.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée, l'enseigne perpendiculaire ne peut dépasser le niveau bas du premier étage.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'en étage, il ne peut y avoir d'enseigne perpendiculaire.

Article E.1.3 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

I - Surface supérieure à 1 mètre carré

Les enseignes sont limitées à 1 dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

L'enseigne ne peut s'élever à plus de 3 mètres par rapport à la voie ouverte à la circulation publique et sa largeur ne doit pas excéder un mètre.

Elle ne peut se cumuler avec une enseigne perpendiculaire.

Elle ne peut être installée que si la façade commerciale de l'établissement est située en retrait du bord de voie.

II - Surface inférieure ou égale à 1 mètre carré

Les enseignes sont limitées à 1 dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

Article E.1.4 : Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites.

Article E.1.5 : Enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu

Les enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu sont interdites.

Zone enseignes 2

Zones commerciales ou d'activités

Article E.2.1 : Délimitation de la zone

La zone 2 couvre les zones commerciales ou d'activités.

Elle est matérialisée en mauve sur la cartographie.

Article E.2.2 : Enseignes apposées à plat sur un mur, parallèlement à un mur ou perpendiculairement à un mur

Les enseignes se conforment aux prescriptions fixées par le Code de l'environnement.

Article E.2.3 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

I - Surface supérieure à 1 mètre carré

La surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 12 mètres carrés support inclus.

II - Surface inférieure ou égale à 1 mètre carré

Les enseignes sont limitées à 1 dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

Article E.2.5 : Enseignes numériques

La surface totale des enseignes numériques est limitée à 8 mètres carrés.

Article E.2.6 : Enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu

Les enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu sont autorisées.

Leur hauteur est limitée à 3 mètres, quelle que soit la hauteur de la façade.

Leur surface cumulée est limitée à 30 mètres carrés.

Zone enseignes 3

Entrées de ville et grands axes

Article E.3.1 : Délimitation de la zone

La zone 3 est constituée des entrées de ville et des grands axes.

Elle est matérialisée en rouge sur la cartographie.

Article E.3.2 : Enseignes apposées à plat sur un mur, parallèlement à un mur ou perpendiculairement à un mur

Les enseignes se conforment aux prescriptions fixées par le Code de l'environnement.

Pour les enseignes perpendiculaires, la saillie, pattes d'accroches comprises, est inférieure ou égale à 0, 80 mètre, à compter du nu du mur de façade de l'immeuble et en retrait de 0,50 mètre minimum du fil d'eau de la voirie.

Article E.3.3 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

I - Surface supérieure à 1 mètre carré

La surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 mètres carrés.

II - Surface inférieure ou égale à 1 mètre carré

Les enseignes sont limitées à 1 dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

Article E.3.4 : Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites.

Article E.3.5 : Enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu

Les enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu sont interdites.

Zone enseignes 4

Reste du territoire non compris dans les zones E1, E2 ou E3

Article E.4.1 : Délimitation de la zone

La zone 4 est constituée par le reste du territoire, aggloméré ou non, non compris dans les zones E1, E2 ou E3.

Elle est matérialisée en jaune sur la cartographie.

Article E.4.2 : Enseignes apposées à plat sur un mur, parallèlement à un mur ou perpendiculairement à un mur

Les enseignes se conforment aux prescriptions fixées par le Code de l'environnement.

Article E.4.3 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

I - Surface supérieure à 1 mètre carré

La surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 mètres carrés.

II - Surface inférieure ou égale à 1 mètre carré

Les enseignes sont limitées à 1 dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

Article E.4.4 : Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites.

Article E.4.5 : Enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu

Les enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu sont interdites.

Règlement Local de Publicité

4 ANNEXES

LIMOGES

Règlement Local de Publicité

Dossier approuvé par le Conseil Communautaire de Limoges Métropole en date du 18 décembre 2020

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

LIMOGES ARTS DU FEU ET INNOVATION DÉSIGNÉE VILLE CRÉATIVE DE L'UNESCO DEPUIS 2017

Sommaire

Annexe 1 : Arrêté fixant les limites d‘agglomération

Annexe 2 : Carte du territoire aggloméré

Annexe 3 : Carte du zonage publicité

Annexe 4 : Carte du zonage enseignes

Annexe 5 : Carte des emplacements désignés à l’article P.1.3 du règlement

Annexe 6 : Tableaux de synthèse du règlement

Annexe 1

COMMUNE de LIMOGES (Haute-Vienne)

-=-

ARRÊTÉ

du

20/01/2020

Définissant les limites d'agglomération de la commune de Limoges

n° 202000449

Le Maire de la commune de Limoges

Vu le code général des collectivités territoriales et notamment l'article L 2213-1,

Vu la loi n°82-213 du 2 mars 1982 modifiée relative aux droits et libertés des collectivités locales,

Vu la loi n°83-8 du 7 janvier 1983 modifiée relative à la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'Etat,

Vu le code de la route et notamment les articles R110-1, R110-2, R411-2, R411-8 et R411-25 à 28,

Vu l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes,

Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière – livre I. 5ème partie – signalisation d'indication et de services – approuvée par arrêté interministériel du 31 juillet 2002 modifié,

Vu les arrêtés suivants définissant les limites d'agglomération de la ville de Limoges :

- du 23 mars 1882 fixant les nouvelles limites d'agglomération de la commune de Limoges
- n°213 du 6 septembre 1983 instituant les nouvelles limites d'agglomération de Beaubreuil
- n°38 du 7 février 1985 modifiant la limite d'agglomération du Mas Gigou
- n°16 du 2 février 1987 intégrant dans les limites d'agglomération les voies du lotissement du Mas Gigou
- n°362 du 15 décembre 1987 instituant de nouvelles limites d'agglomération de Bellegarde
- n°325 du 11 juin 1993 instituant de nouvelles limites d'agglomération de la zone industrielle nord
- n°942755 du 9 août 1994 modifiant la limite d'agglomération au niveau de la RN 141
- n°943485 du 19 octobre 1994 modifiant les limites d'agglomération du Goupilloux
- n°943564 du 21 octobre 1994 modifiant les limites d'agglomération du Mas Blanc/Puy Réjaud.

Vu l'arrêté municipal n°2019-05441 définissant les limites d'agglomération de la commune de Limoges,

Vu l'avis favorable de Monsieur le Président de la Communauté Urbaine Limoges Métropole en date du 22 août 2019,

Vu l'avis favorable de Monsieur le Secrétaire Général de la Préfecture de la Haute-Vienne en date du 19 novembre 2019,

Vu l'avis favorable assorti d'observations de Monsieur le Président du Conseil Départemental de la Haute-Vienne en date du 16 septembre 2019

CONSIDERANT que les secteurs urbanisés de la commune de Limoges se sont largement étendus depuis 1994, date du dernier arrêté de modification de la limite d'agglomération, il y a lieu de définir de nouvelles limites d'agglomération pour l'ensemble du territoire

ARRÊTE

ARTICLE 1er - Abrogation des arrêtés antérieurs

Les arrêtés municipaux suivants sont abrogés :

- du 23 mars 1882 fixant les nouvelles limites d'agglomération de la commune de Limoges
- n°213 du 6 septembre 1983 instituant les nouvelles limites d'agglomération de Beaubreuil
- n°38 du 7 février 1985 modifiant la limite d'agglomération du Mas Gigou
- n°16 du 2 février 1987 intégrant dans les limites d'agglomération les voies du lotissement du Mas Gigou
- n°362 du 15 décembre 1987 instituant de nouvelles limites d'agglomération de Bellegarde
- n°325 du 11 juin 1993 instituant de nouvelles limites d'agglomération de la zone industrielle nord
- n°942755 du 9 août 1994 modifiant la limite d'agglomération au niveau de la RN 141
- n°943485 du 19 octobre 1994 modifiant les limites d'agglomération du Goupilloux
- n°943564 du 21 octobre 1994 modifiant les limites d'agglomération du Mas Blanc/Puy Réjaud.
- n°2019-05441 définissant les limites d'agglomération de la commune de Limoges.

ARTICLE 2 – Définition des limites d'agglomération de Limoges

1- **Limoges centre** :

La limite d'agglomération de Limoges centre, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Avenue Baudin (RN 21) à 40 m de l'intersection avec la rue Jean Chassagne,
- Avenue Professeur Joseph de Léobardy en limite de commune avec Isle,
- Avenue du Buisson en limite de commune avec Isle,
- Rue de Bourneville en limite de commune avec Isle,
- Allée de la Cornue en limite de commune avec Isle,
- Rue Victor Schoelcher en limite de commune avec Isle,
- Rue du Gué Verthamont (RD 74) en limite de commune avec Isle,
- Rue François Perrin (RD 79) au pont SCNF (non compris),
- Route départementale 941 au pont de l'Aurence,
- Avenue de Landouge à l'intersection avec la rue Jules Ladoumègue (intersection comprise),
- Rue de Saint Gence (RD 218) à l'intersection avec l'allée du Moulin Rabaud (intersection non comprise),
- Rue de Bellac (RD 947) en limite de commune avec Couzeix,
- Rue du Moulin du Gué en limite de commune avec Couzeix,
- Rue du Mas Gigou en limite de commune avec Couzeix,
- Boulevard Robert Schuman à la fin de la bretelle d'accès issue de la rue Arthur Groussier,
- Rue Aristide Briand à son intersection avec l'avenue Benoît Frachon (RD 250) (intersection non comprise),
- Allée de Faugeras à son intersection avec l'avenue Benoît Frachon (RD 250) (intersection non comprise),
- Allée de Faugeras à son intersection avec la rue Buck Clayton (intersection comprise),
- Avenue des Casseaux (RD 29) au point kilométrique 3,500,
- Rue de Panazol en limite de commune avec Panazol,
- Rue Henri de Bournazel en limite de commune avec Panazol,
- Avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny (RD 941) en limite de commune avec Panazol,
- Rue du Bas Fargeas en limite de commune avec Panazol,
- Rue de Feytiat (RD 979) à l'intersection avec la rue Amédée Bollée (intersection comprise),
- Avenue du Ponteix à 350 m de la rue de Toulouse,
- Rue de Toulouse à l'intersection avec le boulevard de la Valoine (intersection non comprise),
- Boulevard de la Valoine à l'intersection avec la Route du Vigen (intersection comprise),
- Route du Vigen à l'intersection avec la rue Marcel Deprez (intersection comprise),
- Rue de Solignac à son intersection avec la rue Léonard Samie (intersection comprise),
- Rue de Nexon (RD 11) au niveau de l'accès du moulin des Cendrilles (accès compris),
- Boulevard Robert Maloubier au pont surplombant la route de Condat (RD 11a) (pont non compris),
- Route de Condat (RD 11a) à l'intersection avec la route de Nexon (intersection comprise),
- Boulevard Robert Maloubier au pont surplombant la route de Condat (RD 11a) côté Vienne (pont non compris),

2- **Bellegarde** :

La limite d'agglomération de Bellegarde, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Rue des Landes à 75 m du pont surplombant la RN 520 (joint de dilatation),
- Avenue Général Chambe (RD 20) à 60 m du pont surplombant la RN 520 (joint de dilatation),
- Rue du Petit Bellegarde (RD 218) à l'intersection avec la rue de Magenta (intersection comprise),
- Chemin de Bellevue à l'intersection avec la rue Théodore Botrel (intersection comprise),
- Allée de Bellegarde à 50 m de l'intersection avec le chemin de Bellegarde,
- Avenue de l'Aéroport (RD 20) à l'intersection avec la rue Camille Fondanèche (intersection comprise),
- Chemin des Fonds Saladas à 30 m de l'intersection avec la rue Camille Fondanèche.

3- **Mas Batin / Puy Rejaud** :

La limite d'agglomération du Mas Batin / Puy Réjaud, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Rue du Mas Batin à l'intersection avec la rue Pierre Abélard (intersection comprise),
- Rue Pierre Abélard à 275 m de l'intersection avec la rue du Mas Batin,
- Rue de la Chabeaudie à 90 m de l'intersection avec la rue du Puy Rejaud,
- Rue Jean Varin à 80 m de l'intersection avec la rue de la Chabeaudie,
- Rue de la Chabeaudie à l'intersection avec la rue du Landou (intersection non comprise),
- Rue du Fraud à l'intersection avec la rue du Landou (intersection non comprise),
- Rue de Saint Gence (RD 218) à l'intersection avec la rue Martin Fréminet (intersection comprise),
- Rue du Moulin à 150 m de l'intersection avec la rue Coysevox,
- Rue de Saint Gence (RD 218) à l'intersection avec l'allée du Moulin Rabaud (intersection comprise).

4- **Landouge** :

La limite d'agglomération de Landouge, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Avenue de Landouge au niveau du pont de l'Aurence,
- Rue du Coudert à l'intersection avec la rue Jean de Vienne (intersection comprise),
- Rue du Mas Loge à l'intersection avec la rue Jean de Vienne (intersection comprise),
- Allée de Montevert à 200 m de la rue du Mas Loge,
- Avenue de Landouge à 50 m de l'intersection avec la rue Abbé Pierre,
- Rue de la Baconie à 120 m de l'intersection avec la rue du Cavou,
- Rue du Cavou à 130 m de la rue Michel Boutaud,
- Rue du Mas Bilier à l'intersection avec la rue Eric Tabarly (intersection comprise),
- Rue de Veyrac à son intersection avec la rue des Lucioles (intersection comprise),
- Rue du Moulin Roux à son intersection avec l'avenue de Landouge (intersection comprise).

5- **Mas Loge / Coudert** :

La limite d'agglomération du Mas Loge / Coudert, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Rue du Mas Loge à l'intersection avec la rue de Chez Fournier (intersection non comprise),
- Rue de Chez Fournier à 50 m de l'intersection avec la rue du Mas de Chambon,
- Rue Haute de la Vergne, à la fin de la rue,
- Rue du Coudert à son intersection avec la rue de la Roseraie (intersection non comprise),
- Rue de la Roseraie jusqu'à l'entrée des serres municipales,
- Rue du Mas Loge à son intersection avec la rue Claude Lévi-Strauss (intersection comprise),
- Chemin rural n°97 à 80 m de la rue du Coudert,
- Rue du Coudert à 500 m de la rue du Mas Loge,
- Allée du Martiguet à 120 m de la rue du Mas Loge.

6- **Beaune les Mines** :

La limite d'agglomération de Beaune les Mines, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Rue Georges Guingouin (RD 220) à l'intersection avec la Route des Essarts (RD 914) (intersection non comprise),
- Rue Georges Constanty (RD 39) à 220 m de l'intersection avec l'avenue de Beaune (en amont du premier portail),
- Rue du Lac à 120 m de la rue Léonard Jeanton,

- Rue Georges Guingouin (RD 220) à 180 m de l'intersection avec la rue des Pilateries,
- Rue Salvador Dali à 60 m de l'allée des Filamis,
- Rue Joan Miro à 100 m de la rue Salvador Dali,
- Rue Marguerite Yourcenar (RD 39) à 130 m de l'intersection avec les rues Gaston Hyllaire et Fonvielle Alquier,
- Voie Communale n°11 à l'intersection avec la rue Gaston Hyllaire (intersection comprise).

7- **Le Malabre** :

La limite d'agglomération de Le Malabre, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Rue Daniel Gélin à 75 m du pont surplombant la RN 520 (joint de dilatation),
- Rue René Char à 200 m de l'intersection avec la rue Bernard Blier,
- Rue François Périer à 330 m de l'intersection avec la rue Romy Schneider,
- Rue Romy Schneider jusqu'à la raquette de retournement (raquette comprise).

8- **Grossereix** :

La limite d'agglomération de Grossereix, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Route de Grossereix à 100 m de son origine,
- Rue René Rigaudie à 110 m de son origine,
- Route de Grossereix au pont de l'Aurence (pont non compris).

9- **Parc d'activités Nord** :

La limite d'agglomération de Parc d'activités Nord, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Rue Arthur Groussier à l'intersection avec le boulevard Robert Schuman (intersection non comprise),
- Rue de Buxerolles en limite de commune avec Couzeix,
- Rue Henri Giffard à 80 m de la rue Gilles Roberval (Coté Cambuses).

Entre ces deux derniers points, la limite d'agglomération est identique à la limite de commune.

- Avenue des Grinjolles à l'intersection avec l'avenue des Cambuses (intersection comprise),
- Rue Romy Schneider à 70 m de la rue Ettore Bugatti,
- Rue Amédée Gordini jusqu'à sa fin,
- Avenue Louis de Broglie à son départ coté Beaubreuil,
- Avenue de Brachaud à son intersection avec le boulevard Robert Schuman (intersection non comprise),
- Rue Louis Armand jusqu'au pont supportant le boulevard Robert Schuman.

10- **Beaubreuil** :

La limite d'agglomération de Beaubreuil, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Rue des Essarts (RD 914) à 50 m de l'intersection avec l'avenue de la Grande Pièce (coté Rilhac-Rancon),
- Rue d'Anguernaud (RD 142) en limite de commune avec le Palais sur Vienne,
- Rue Théophile Gramme à son intersection avec l'avenue Benoît Frachon (RD 250) (intersection non comprise),
- Rue d'Ariane à son intersection avec l'avenue Benoît Frachon (RD 250) (intersection non comprise),
- Rue de Fougeras à son intersection avec l'avenue Benoît Frachon (RD 250) (intersection non comprise),
- Rue des Sagnes à son départ coté boulevard Robert Schuman,
- Avenue de Beaubreuil à son départ coté autoroute A 20,
- Rue des Essarts (RD 914) au départ de l'échangeur 28 de l'autoroute A20,
- Rue de la Mazelle dans sa totalité.

11- **Fontgeaudrant** :

La limite d'agglomération de Fontgeaudrant, au sens de l'article R110-2 du code de la Route, est fixée ainsi qu'il suit sur :

- Rue de Solignac à son intersection avec la rue Léonard Samie (intersection non comprise),
- Chemin rural n°22 à son intersection avec le chemin rural n°118 (intersection comprise),
- Rue de Solignac à son intersection avec la route du Pré Saint Yrieix (intersection comprise),
- Route du Pré Saint Yrieix à son intersection avec la route de Nexon (RD 11) (intersection comprise),
- Rue de Nexon (RD 11) au niveau de l'accès du moulin des Cendrilles (accès non compris).

ARTICLE 3 – Le plan des périmètres d'agglomération de la commune de Limoges est annexé au présent arrêté et est consultable à la direction du domaine public.

ARTICLE 4 - La signalisation réglementaire sera apposée par la Communauté Urbaine Limoges Métropole.

ARTICLE 5 - Les dispositions définies par le présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 4 ci-dessus.

ARTICLE 6 - Le présent arrêté est susceptible d'un recours pour excès de pouvoir dans les deux mois à compter de sa publication devant le Tribunal Administratif de Limoges, 1 cours Vergniaud, 87000 LIMOGES.

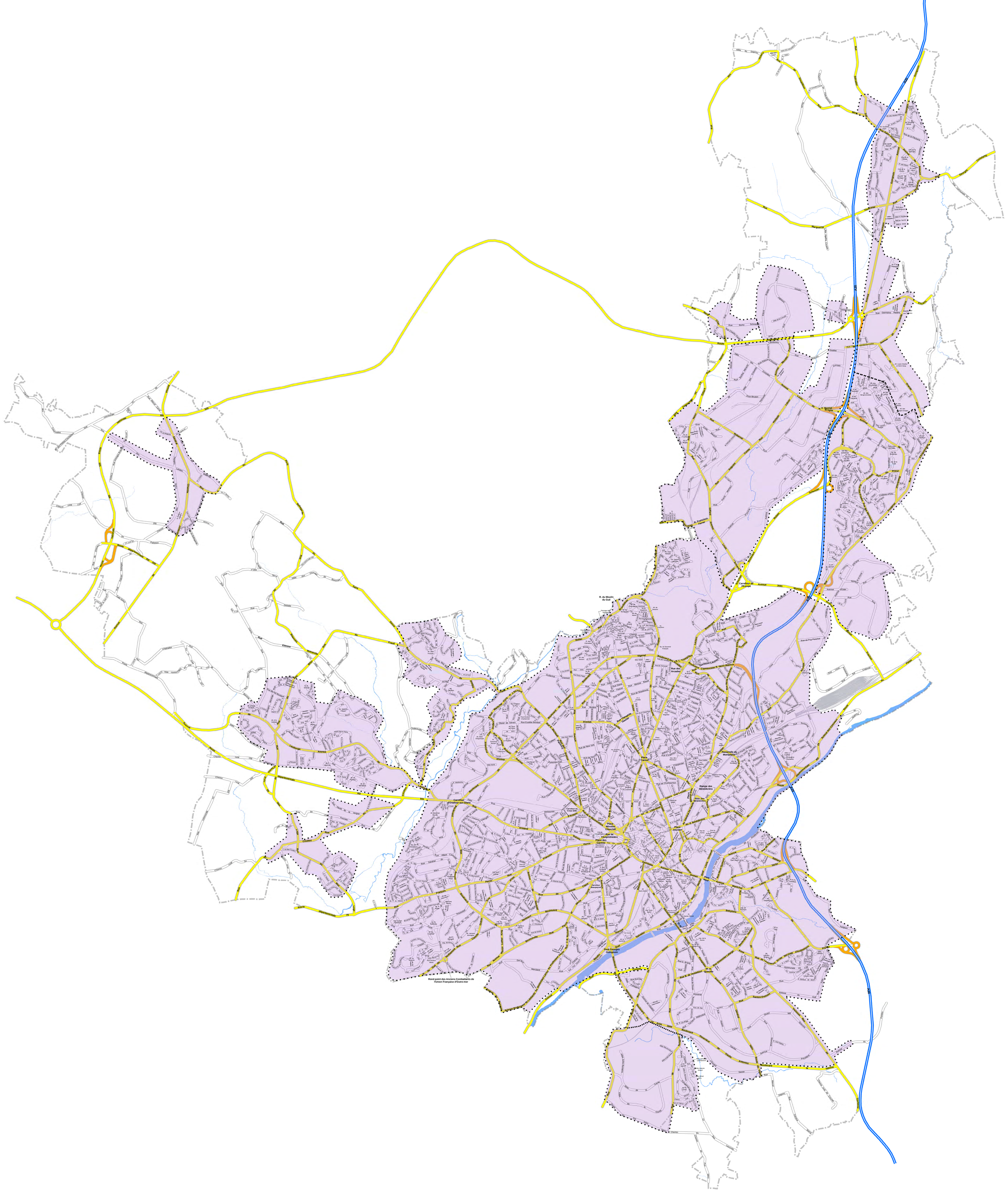
ARTICLE 7 - Monsieur le Directeur Général des Services de la Ville de Limoges, Monsieur le Commissaire Central de Police et Monsieur le Directeur de la Police Municipale sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à Limoges, le 20/01/2020
Le Maire,

Publié en Mairie le

VILLE DE LIMOGES
Haute-Vienne

Commune de LIMOGES
Limites d'Agglomération



source : Ville de Limoges - Janvier 2020

Réalisation : Yannick MOURNETAS
Pôle Espace Public et Qualité de la Ville
Direction du Domaine Public
Service Circulation - Stationnement

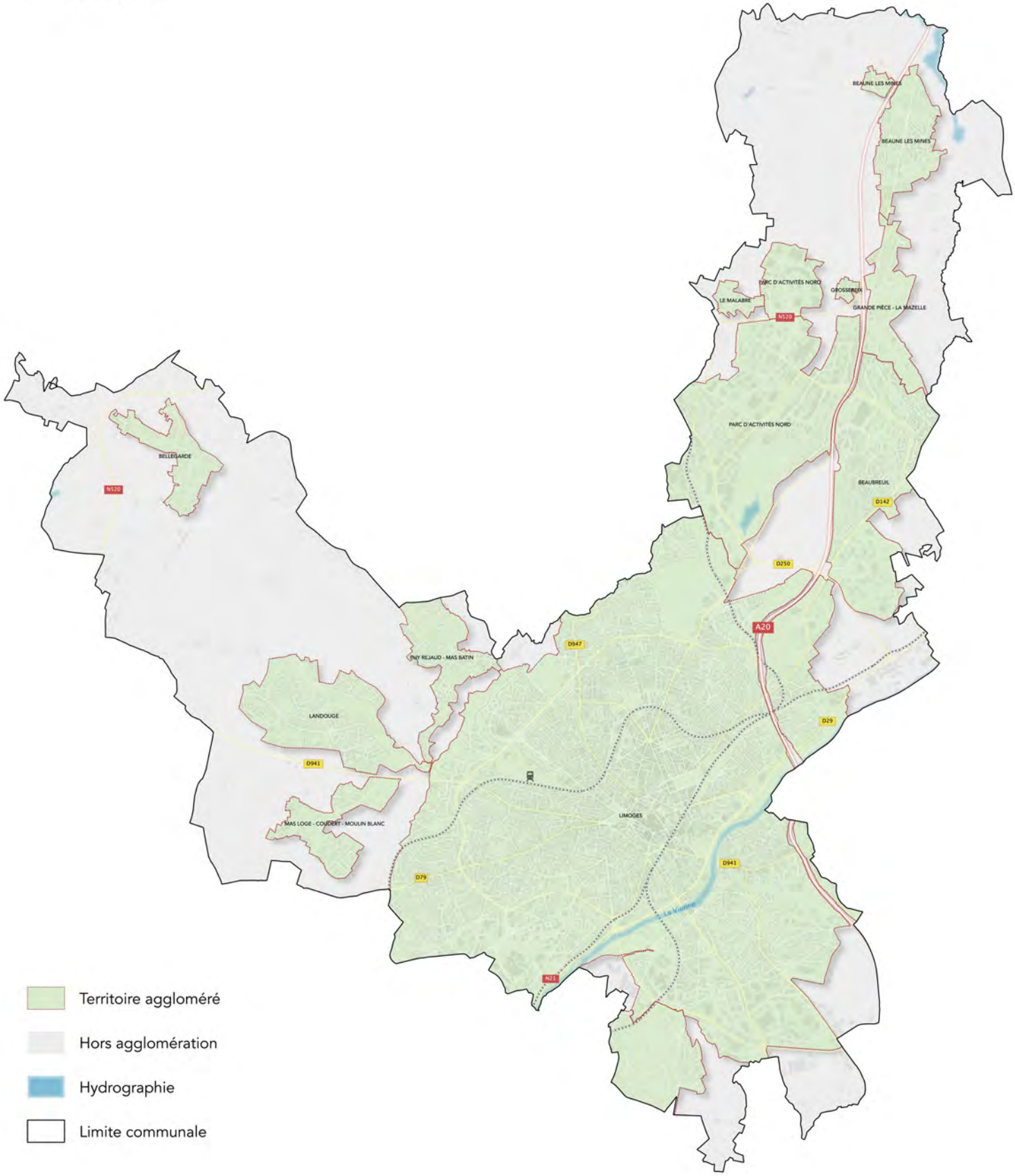
Date de modification: 24/01/2020

Annexe 2

LIMOGES
ARTS DU FEU
ET INNOVATION

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Les territoires agglomérés



Source
Ville de Limoges
Data.gouv.fr

Cadre et Cité
24/09/2020

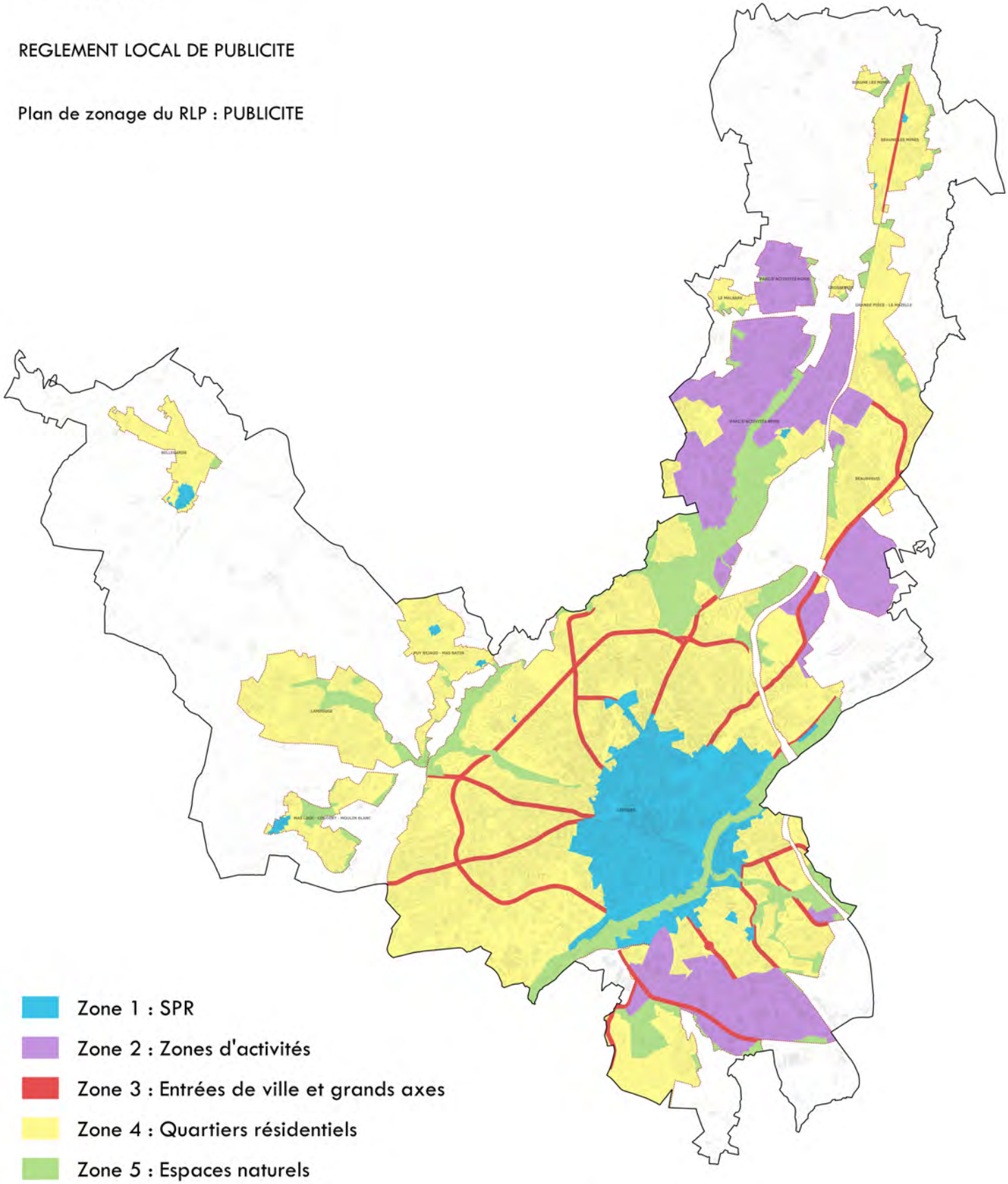
Annexe 3

LIMOGES

ARTS DU FEU
ET INNOVATION

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Plan de zonage du RLP : PUBLICITE



Zone 1 : SPR

Zone 2 : Zones d'activités

Zone 3 : Entrées de ville et grands axes

Zone 4 : Quartiers résidentiels

Zone 5 : Espaces naturels

Limite du territoire aggloméré

Limite communale

N

0 1 2 km

Cadre & Cité, Novembre 2020

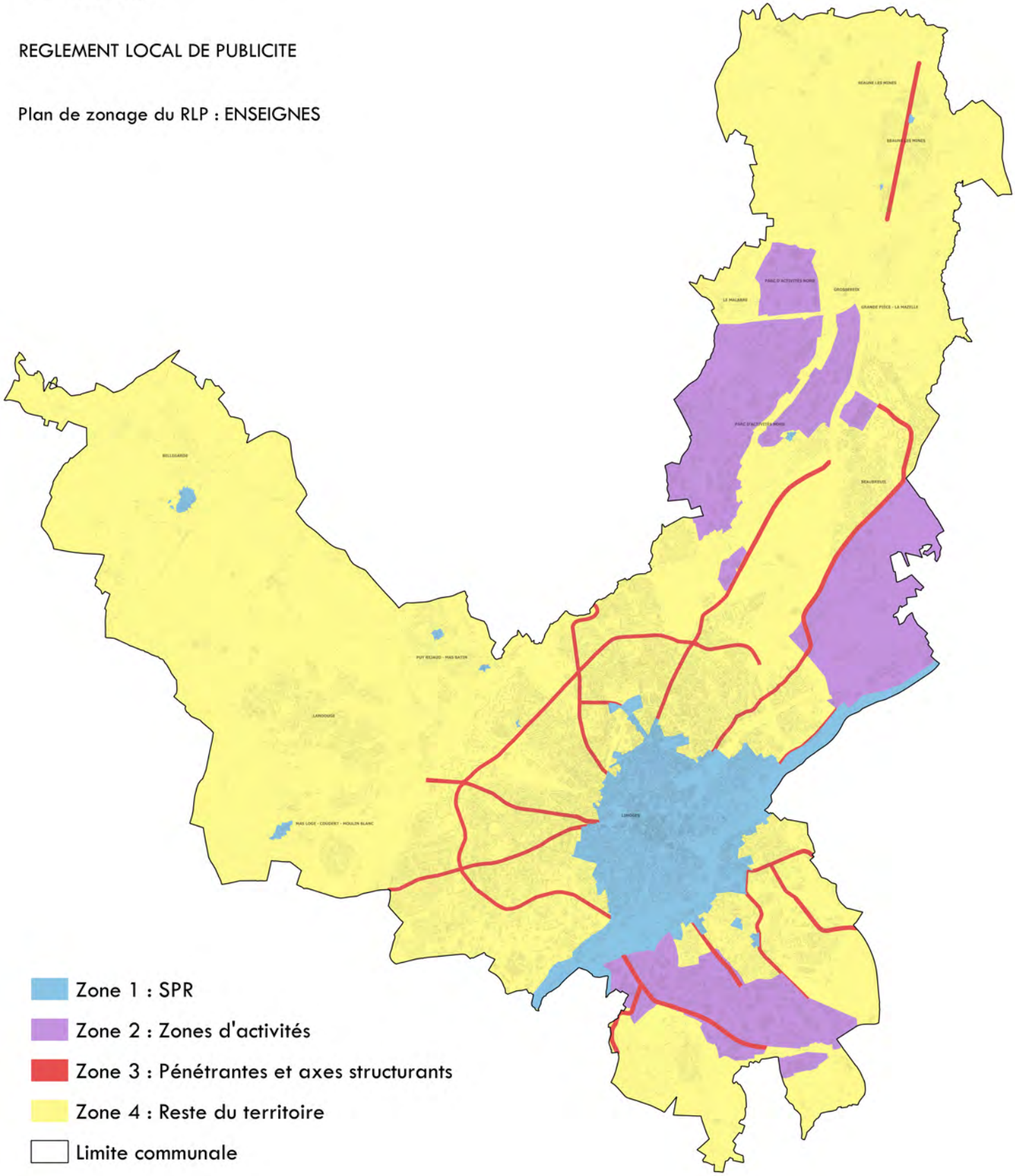
Annexe 4

LIMOGES

ARTS DU FEU
ET INNOVATION

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Plan de zonage du RLP : ENSEIGNES



Cadre & Cité, Novembre 2020

Annexe 5

Liste des emplacements autorisant la publicité en SPR

N°6

28 av. du Gal Leclerc

Parcelle CW 28



N°2

44 rue Cruveilhier

Parcelle DO 40



N°9

Avenue Locarno
(terrain SNCF)

Parcelle EK 61
(en partie)



N°3

42 bis av. Garibaldi

Parcelle DV 90



N°7

Angle Jean Gagnant
Victor Duruy

Parcelle EM 402
(en partie)



N°10

32 avenue des
Bénédictins

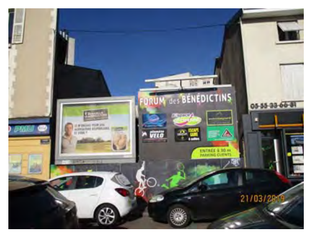
Parcelle EM 243



N°8

3 avenue Locarno

Parcelle EM 212



N°1

30 avenue Baudin

Parcelle HT 59



N°4

39 avenue du Mal
de Tassigny

Parcelle ER 398



N°5

58 rue de Nexon
(sur pignon)

Parcelle HR 48



LIMOGES
ARTS DU FEU
ET INNOVATION

Date: 06/11/2020

0 250 500 Mètres

Parcelles autorisant la publicité

Site Patrinonial Remarquable (SPR)

N

LIMOGES
Règlement Local de Publicité

Annexe 6

ENSEIGNES

Dispositions générales	
Autorisation	Sur tout le territoire communal, les enseignes sont soumises à autorisation
Suppression des enseignes	À défaut d'occupant, tout propriétaire doit s'assurer de la suppression de toutes les enseignes lorsque l'activité signalée a cessé.
Sur les arbres et les haies	Interdites
Sur murs de clôture et clôtures, aveugles ou non aveugles	Uniquement sur murs de clôture maçonnés
	1 par voie bordant l'établissement
	Interdite sur clôture aveuges ou non aveugles
Sur façades	Perpendiculaires pour un même établissement regroupées sur un seul support
	1 par voie bordant l'établissement
Scellés au sol	Si simple face, dos habillé et ne pas laisser apparaître les structures du dispositif.
	Si double face, les dispositifs ne doivent pas présenter de séparation visible
	Si plusieurs établissements sur une même unté foncière, regroupement sur un même support (dérogation possible si trop d'établissements)
Lumineuses	Extinction entre minuit et 7 h
	Ne doivent pas être éblouissantes
	Pour les numériques, la luminance sera d'au plus 6 000 cd/m² entre le lever du soleil et son coucher et d'au plus 600 cd/m² entre le coucher du soleil et son lever.
	Les éclairages doivent être dirigés vers le bas
	Sur lambrequin de stores, hauteur de lettres < à 3/4 de la hauteur du lambrequin sans dépasser 0,25 m. Longueur cumulée < à 1/4 de la longueur du lambrequin
Surface	Situées à l'intérieur d'un local et dont la vocation est de n'être vues que de l'extérieur, entrent dans le champ d'application du présent règlement.
	Leur surface cumulée ne peut être supérieure à 30 % de la surface totale des enseignes.
A faisceau de rayonnement laser	Interdites
Temporaires	Mêmes règles d'implantation que les autres enseignes
	Apposées 14 jours avant l'évènement et, enlevées 1 jour après
	Immobilières vente ou location limitées à 1 par bien et par mandat de vente, apposées parallèlement au balcon ou à la façade
	Immobilières scellées au sol, surface < à 8 m^2 et limitée à 1 par voie bordant l'opération

	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4
À plat	intégrées dans l'ouverture de la devanture Hauteur < à 0,50 m Bandeau en dessous du linteau du 1er étage Sailie des caissons éclairés < à 0,10 m	RNP	RNP	RNP
Perpendiculaires	1 par voie bordant l'établissement Hauteur < à 0,60 m avec dérogations possibles pour les établissements situés le long des voies de grande largeur sans dépasser 1.50 mètre. Épaisseur < à 0,10 m Saillie < à 0,60 m hors pattes limitées à 0,10 m Hauteur libre sous l'enseigne > à 2,8 m Positionnée sous le linteau du 1er étage si activité au RDC, sous le niveau bas du 1er étage Si activité en étage, interdite	RNP	Saillie < à 0,80 m du mur et retrait de 0,50 m du fil d'eau	RNP
Scellée au sol > à 1 m^2	Hauteur limitée à 3m et largeur à 1m	surface < à 12 m^2	surface < à 6 m^2	surface < à 6 m^2
Scellée au sol < à 1 m^2	1 par voie bordant l'établissement	1 par voie bordant l'établissement	1 par voie bordant l'établissement	1 par voie bordant l'établissement
Numérique	Interdite	Surface cumulée < à 8 m^2	Interdite	Interdite
Sur toiture	Interdite	Hauteur < 3 m Surface cumulée < à 30 m^2	Interdite	Interdite

PUBLICITÉ

Dispositions générales	
Surface et types de dispositifs sur une même unité foncière	Mobilier et surface identiques
Surface des dispositifs	Surface s'aplique pour chaque face des dispositifs
	Hors mobilier urbain, surface prise en compte encadrement compris compris hors pied
	Sur mobilier urbain, surface prise en compte hors encadrement
Sur mur de clôture ou clôture	Interdite sur les clôtures, qu'elles soient aveugles ou non
	Admise sur murs maçonnés
Entrées de ville	Interdite sur 100 mètres à compter des panneaux EB10/20 à l'exception de l'avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny et de la route de Toulouse
Scellés au sol	Hauteur limitée à 7 m par rapport à la voie ouverte à la circulation publique si celle-ci est en dévers. Dans les autres cas, hauteur limitée à 6m
	Si simple face, dos habillé et ne pas laisser apparaître les structures du dispositif.
	Si double face, les dispositifs ne doivent pas présenter de séparation visible
Accessoires de sécurité (échelles, passerelles)	Admis si amovibles, escamotables ou non visibles d'une voie
Position sur mur	À plus de 0,50 mètre de toute arête verticale du mur qui le supporte
Densité	Propriété privée : Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie est pris en compte. Le ou les dispositif(s) est (sont) installé(s) le long de ce côté.
	Mobilier urbain : Une interdistance de 100 mètres en covisibilité entre 2 dispositifs d'une surface supérieure à 2 m^2 est à respecter. Cette interdistance ne s'applique pas aux abris voyageurs, aux colonnes culturelles et aux kiosques.
Préenseignes temporaires	Soumises aux dispositons de la publicité
Palissades de chantier	RNP
Publicité lumineuse	Extinction entre 22 h et 7 h, y compris pour le mobilier urbain
	Pour les abris voyageurs extinction de 0 h 30 à 7 h
	Pour la publicité numérique à message électronique, la luminance sera d'au plus 6 000 cd/m² entre le lever et le coucher du soleil et d'au plus 600 cd/m² entre le coucher et le lever du soleil
	Lorsqu'un dispositif lumineux est éclairé par une rampe lumineuse ou des spots, l'éclairage est orienté vers le bas.
Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles	Les bâches publicitaires et bâches de chantier sont interdites. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles peuvent être autorisés
Dispositifs situés à l'intérieur d'une baie	Les dispositifs situés à l'intérieur d'un local et dont la vocation est de n'être vus que de l'extérieur, entrent dans le champ d'application du présent règlement.
Autres dispositifs publicitaires	Toute autre forme de publicité non régie par le présent règlement est interdite

	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4	Zone 5
Densité	sans objet	30 m entre 2 dispositifs	Interdiction si UF < à 10 m 10 m < UF <100 m = 1 UF > 100 m = 1 par tranche de 100 entamée	1 par UF	INTERDICTION
		sur domaine ferroviaire 1 dispositif tous les 30 m Cette règle ne s'applique pas entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée.	sur domaine ferroviaire 1 dispositif tous les 50 m Cette règle ne s'applique pas entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée.		
Murale	surface < à 10,60 m^2 sur les emplacements définis	surface < à 10,60 m^2	surface < à 10,60 m2	surface < à 10,60 m^2	
Scellée au sol	1 chevalet par voie et au droit de l'établissement surface < à 1 m^2 drapeaux interdits	chevalets et drapeaux interdits	1 chevalet par voie et au droit de l'établissement surface < à 1 m^2 drapeaux interdits	1 chevalet par voie et au droit de l'établissement surface < à 1 m^2 drapeaux interdits	
	surface < à 10,60 m^2 sur les emplacements définis	surface < à 10,60 m^2 implanté perpendiculairement à la voie sauf dans le cas d'un pan coupé où le dispositif pourra être installé parallèlement à celui-ci	surface < à 10,60 m^2 implanté perpendiculairement à la voie sauf dans le cas d'un pan coupé où le dispositif pourra être installé parallèlement à celui-ci	Un seul dispositif d'une surface inférieure à 3 m^2 peut être admis sur les parcelles construites et à usage exclusivement commercial ou industriel	
Mobilier urbain	surface < à 8 m^2	surface < à 8 m^2	surface < à 8 m^2	surface < à 8 m^2	
Numérique	uniquement sur mobilier urbain avec surface < à 2 m^2	surface < à 8 m^2 interdistance de 200 mètres entre les faces publicitaires de deux dispositifs visibles d'un même sens de circulation	uniquement sur mobilier urbain avec surface < à 8 m^2	uniquement sur mobilier urbain avec surface < à 2 m^2	
Petit format	surface cumulée < à 1 m^2	surface cumulée < à 1 m^2	surface cumulée < à 1 m^2	surface cumulée < à 1 m^2	