

MARS 2021

Révision du
Règlement Local
de Publicité
de la Ville de Panazol .



MARS 2021

**RAPPORT DE
PRÉSENTATION**

**Révision du
Règlement Local
de Publicité**
de la Ville de Panazol.



TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	4
PARTIE 1 : La commune	5
PARTIE 2 : Les enjeux	7
2.1 LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL	7
2.1.1 Les monuments historiques	7
2.1.2 Les sites classés et inscrits	8
2.2 LE PATRIMOINE NATUREL	8
2.3 LES AUTRES ENJEUX	9
2.3.1 Le réseau viaire	9
2.3.2 Les secteurs de commerce et d'activité	10
PARTIE 3 : Les objectifs du RLPde Panazol	11
PARTIE 4 : La procédure de révision du règlement local de publicité	12
4.1 LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE	12
4.2 LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DU RLP	13
PARTIE 5 : La réglementation nationale	15
5.1 LES DISPOSITIFS VISÉS	15
5.2 LES DISPOSITIFS NE RELEVANT PAS DU RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ (RNP)	23
5.3 LES LIMITES D'AGGLOMÉRATION	25
5.4 LES RÈGLES APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE PANAZOL : LE RNP	27

PARTIE 6 : Le règlement local de publicité de 2003	29
PARTIE 7 : Le diagnostic	31
7.1 MÉTHODE	32
7.1.1 Publicité et préenseignes	32
7.1.2 Enseignes.....	33
7.2 ANALYSE RÉGLEMENTAIRE	34
7.2.1 L'analyse de la situation de la publicité et des préenseignes au regard du RNP	34
7.2.2 L'analyse de la situation réglementaire des enseignes au regard du RNP	37
7.2.3 L'analyse de la situation de la publicité et des préenseignes au regard du RLP	44
7.2.4 L'analyse de la situation réglementaire des enseignes au regard du RLP	45
7.3 LES CONSTATS QUALITATIFS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ.....	46
7.3.1 La publicité sur le grand axe.....	46
7.3.2 La publicité en zone résidentielle	50
7.3.3 La publicité sur mobilier urbain	50
7.4 LES CONSTATS QUALITATIFS EN MATIÈRE D'ENSEIGNE	52
7.4.1 Dans les zones d'activité (commerciale, industrielle, artisanale)	52
7.4.2 Les enseignes des commerces urbains	53
PARTIE 8 : Les orientations	55
PARTIE 9 : L'explication des choix	58

INTRODUCTION

Le règlement local de publicité (RLP) est un document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, lorsqu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Il a pour but, dans un objectif de protection du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale de la publicité (RNP) aux caractéristiques des territoires en permettant l'institution de règles plus restrictives que celles issues du RNP.

Les évolutions tant législatives et réglementaires, qu'urbanistiques, commerciales et démographiques de la commune, l'obsolescence du règlement datant de 2003 ont conduit son conseil municipal à prescrire, par délibération en date 8 mars 2017, la révision de sa réglementation.

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.

Le décret d'application de la loi 12 juillet 2010, en date du 30 janvier 2012, prévoit qu'un RLP est constitué au moins par :

- un rapport de présentation ;
- un règlement et ses documents graphiques ;
- des annexes (arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération, document graphique portant sur les limites d'agglomération).

Il est précisé que le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune. Prenant en compte les secteurs à forts enjeux environnementaux, architecturaux ou paysagers et l'harmonisation sur le territoire, il explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

PARTIE 1

La commune

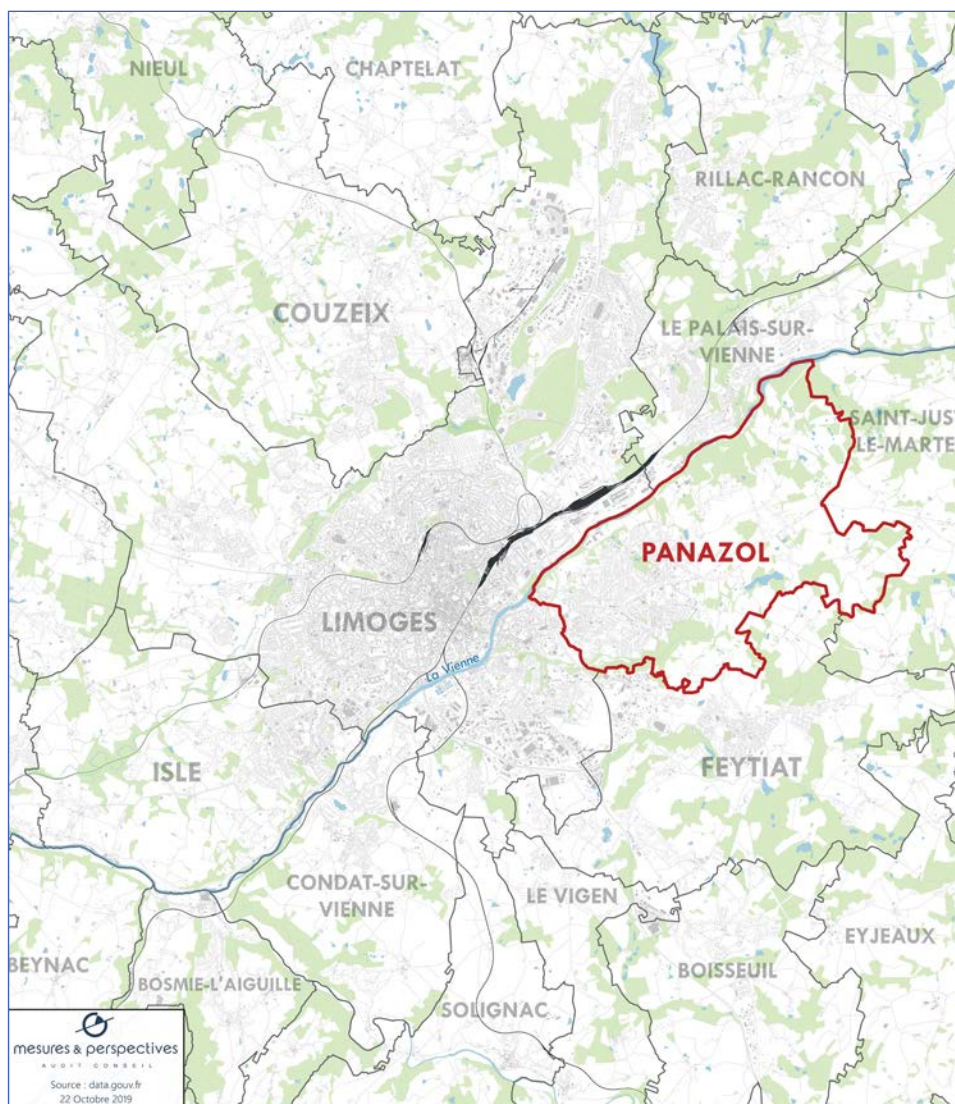
Panazol se situe dans le centre du département de la Haute-Vienne, à l'est de Limoges.



Situation de la commune de Panazol (source : Géoportail)

Cette commune, située sur le plateau limousin est établie entre deux vallées, qui offrent de nombreux promontoires sur Limoges.

On trouve ainsi la vallée de la Vienne au nord et la vallée de l'Auzette au sud, qui forment des séparations naturelles avec les communes de Feytiat, de Limoges et du Palais-sur-Vienne.



Situation de la commune de Panazol (source : Géoportail)

Après Limoges, Panazol est la seconde commune de l'agglomération limougeaude par sa population et la troisième du département. Elle compte en effet plus de 10 000 habitants.

PARTIE 2

Les enjeux

2.1 | LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL

Deux types d'espaces distincts caractérisent Panazol. Des espaces bâtis à l'ouest et des espaces naturels composés de terres agricoles, de bois et de prairies.

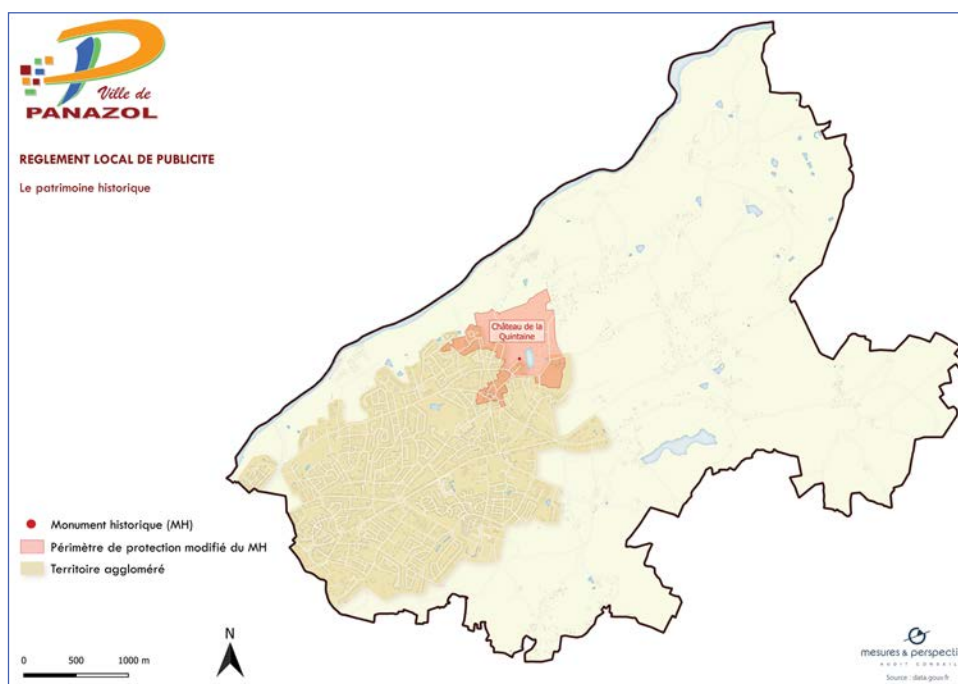
L'urbanisme se caractérise principalement par des logements répartis en lotissements récents essentiellement des années 1980 et 2000, des centres commerciaux et des zones industrielles.

2.1.1 | Les monuments historiques

Panazol compte un monument historique : le château de la Quintaine, partiellement inscrit.



Château de la Quintaine (google maps)



Cartographie du patrimoine architectural regroupant les monuments historiques

2.1.2 | Les sites classés et inscrits

Aucun site classé ou inscrit n'est répertorié.

2.2 | LE PATRIMOINE NATUREL

Le territoire communal ne se trouve ni dans un périmètre Natura 2000 ni dans un parc naturel régional (PNR).

Cependant, il est important de souligner que 55% du territoire de la ville sont des espaces agricoles, forestiers ou naturels.

Ces espaces se situent autour du territoire aggloméré et principalement à l'est.

On peut également noter la présence du parc de la Beausserie, parc de 7 hectares, en plein cœur de ville.

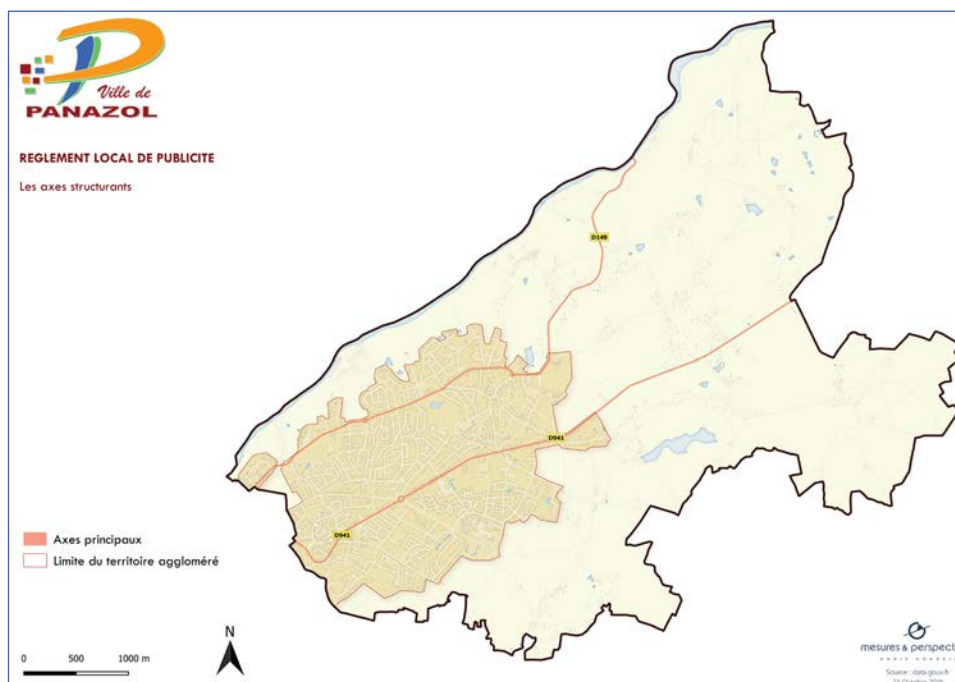
2.3 | LES AUTRES ENJEUX

2.3.1 | Le réseau viaire

La commune de Panazol est traversée par un axe est-ouest, la RD 941, qui relie Limoges à Clermont-Ferrand. Cet axe est très fortement emprunté par des véhicules légers, des poids lourds ou des convois exceptionnels.

D'autres routes, secondaires, traversent également la commune, telles que la RD 224, plus au nord et en provenance de l'ouest. Elle rejoint la RD 140, en provenance de l'ouest, dans le centre-ville.

Le reste du réseau est constitué de voies communales de faibles gabarits.



Le réseau viaire de Panazol

L'enjeu est de contrôler l'implantation des dispositifs scellés au sol (publicité ou enseignes) afin notamment de protéger les entrées de ville, espaces particuliers qui séparent le paysage rural de l'espace urbain et qui donnent au visiteur une première impression de la ville.

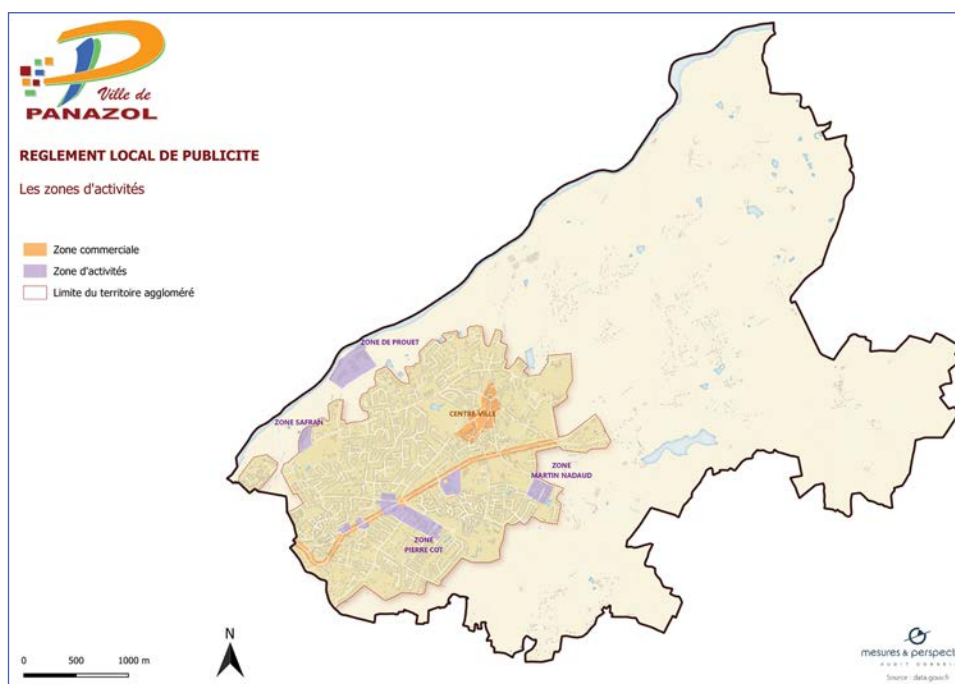
2.3.2 | Les secteurs de commerce et d'activité

Les zones commerciales de Panazol sont principalement établies dans deux pôles :

- le centre ville
- l'axe RD 941

On dénombre quatre zones d'activités économiques sur le territoire :

- la zone du Prouet
- la zone Pierre-Cot
- la zone Martin Nadaud
- la zone du SAFRAN



Ces lieux sont des secteurs cibles pour les afficheurs. Publicités et enseignes y trouvent leur place, mais doivent être encadrées pour assurer la visibilité des lieux.

PARTIE 3

Les objectifs du RLP de Panazol

Par délibération en date du 8 mars 2017, la commune a prescrit la révision de son règlement local de publicité (RLP) dont une analyse est présentée partie 6.

Dans cette délibération, les objectifs suivants ont été fixés :

- Mettre en conformité le règlement local de publicité avec le nouveau cadre juridique et réglementaire ;
- Définir des règles adaptées au contexte local encadrant l'implantation de la publicité, des enseignes et des préenseignes sur le territoire de la commune, en conciliant développement économique et qualité de vie ;
- Maîtriser la densité d'affichage publicitaire en particulier le long de l'axe structurant qui traverse la commune, la RD 941 ;
- Valoriser les entrées de ville et veiller à la préservation du patrimoine paysager en édictant des règles adaptées aux spécificités de la commune et de sa composition urbaine ;
- Limiter la présence de dispositifs de publicité lumineuse.

PARTIE 4

La procédure de révision du règlement local de publicité

4.1 | LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur celle du PLU.

La délibération prescrivant la révision du règlement local de publicité du 8 mars 2017 a défini les modalités de la concertation qui a lieu pendant toute la durée des études nécessaires à la révision du RLP (Art. L. 123-6 du code de l'urbanisme) :

- Information sur le site internet de la ville ;
- Information dans le magazine municipal « Panazol, votre magazine » ;
- Mise à disposition du public, au Centre Technique Municipal, du dossier de révision du RLP comprenant, au fur et à mesure de l'avancement de la procédure, les pièces communicables ;
- Mise à disposition, au Centre Technique Municipal d'un registre en vue de recueillir les observations du public.

Durant la procédure de révision du règlement, un débat sur les orientations est organisé deux mois au moins avant son arrêt.

Lors de la délibération arrêtant le projet, le bilan de la concertation est tiré. Le projet est ensuite soumis pour avis aux PPA ainsi qu'à la commission départementale nature, paysage et site (CDNPS), à la suite de quoi le projet, objet d'une enquête publique et éventuellement de modifications mineures pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, est définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, il entre en vigueur. Le RLP est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implantent ou sont modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais n'est exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son entrée en vigueur que deux ans plus tard (art. R. 581-88 du code de l'environnement) et six ans plus tard pour les enseignes (art. L. 581-43 du code de l'environnement).

Les dispositifs non-conformes au RNP ou au RLP actuel ne disposent d'aucun délai.



4.2 | LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DU RLP

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, lexique etc.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure, à savoir la publicité, les préenseignes et les enseignes sur le territoire, en mesurant son impact sur le cadre de vie et en analysant sa conformité au RNP et au RLP. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport définit les orientations et objectifs en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il présente les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié.

La partie réglementaire comprend les prescriptions applicables sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables à la commune.

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres (secteurs hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L. 581-7 du code de l'environnement) identifiés dans le rapport de présentation et le règlement. A ceci s'ajoute l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le document graphique les matérialisant.

PARTIE 5

La réglementation nationale

5.1 | LES DISPOSITIFS VISÉS

Le code de l'environnement distingue et réglemente de manière différenciée trois types de dispositifs : les publicités, les préenseignes et les enseignes.

Leurs différences de définitions sont liées à leur position géographique (publicité-préenseignes/enseignes) ou à la nature de leur message (publicité/préenseignes).

Le schéma ci-dessous présente leur positionnement.



Les publicités

Constitue une publicité :

« toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention /.../ » (art. L.581-3 du code de l'environnement).

Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut générale.

Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, apposée sur du mobilier urbain, sur bâche...);
- leur caractère lumineux ou non.



Une publicité



Une publicité sur mobilier urbain



Une publicité numérique

Ces différents types de publicité font l'objet de régimes spécifiques fixés par le RNP.

Sont aussi considérés comme des publicités les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, qu'elle comporte ou non une affiche, la structure en elle-même constitue une publicité.

Même s'il présente un aspect assez similaire par le mode d'apposition, l'affichage d'opinion a un statut fondamentalement différent en matière de réglementation.

L'affichage d'opinion souvent est appelé affichage libre.

La mise à disposition de surfaces réservées à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est une obligation prévue au code de l'environnement (art. L. 581-13 et R. 581-2 et suivants).

La ville de Panazol doit mettre à disposition **17 m²** d'affichage d'opinion au minimum.



Photo prise en dehors du territoire de Panazol pour illustration

Les préenseignes

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

Elles ne se distinguent donc des publicités que par la nature du message : la publicité vantera les mérites d'un produit, la préenseigne indiquera où on peut le trouver.



Préenseigne scellée au sol



Préenseigne sur mobilier urbain



Préenseigne murale

Ayant rigoureusement le même impact sur l'environnement, utilisant les mêmes matériels, les préenseignes sont en conséquence soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du code de l'environnement).

La notion de préenseigne subsiste toutefois parce qu'il existe des préenseignes dites « *dérogatoires* » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération. Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.



Photo de préenseigne illégale prise en dehors du territoire de Panazol pour illustration

Toutes les préenseignes situées hors agglomération signalant d'autres activités sont illégales depuis le 13 juillet 2015.

Les enseignes

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

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes en toiture ;
- enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



Enseignes sur façade, à plat et perpendiculaires



Enseignes à plat sur façade



Enseigne en toiture (photo prise en dehors du territoire de Panazol pour illustration)



Enseigne scellée au sol

Les enseignes lumineuses suivent toutes les dispositions relatives aux enseignes et n'ont que deux règles propres :

- l'obligation d'extinction nocturne ;
- l'interdiction du clignotement, à l'exception des pharmacies et autres services d'urgence.

5.2 | LES DISPOSITIFS NE RELEVANT PAS DU RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ (RNP)

D'autres formes de dispositifs visibles dans l'espace public ne sont pas visées par le RNP et ne peuvent donc être réglementées par un RLP.

La publicité apposée sur les véhicules de transport en commun ou sur les taxis, les dispositifs installés à l'intérieur des galeries marchandes ou des gares n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement.

De même, les écrans numériques installés à l'intérieur d'un local, ne sont pas réglementés par le code de l'environnement, ce qui n'est pas sans poser des problèmes.

La signalisation routière et la signalisation d'intérêt local (SIL) relèvent du code de la route.

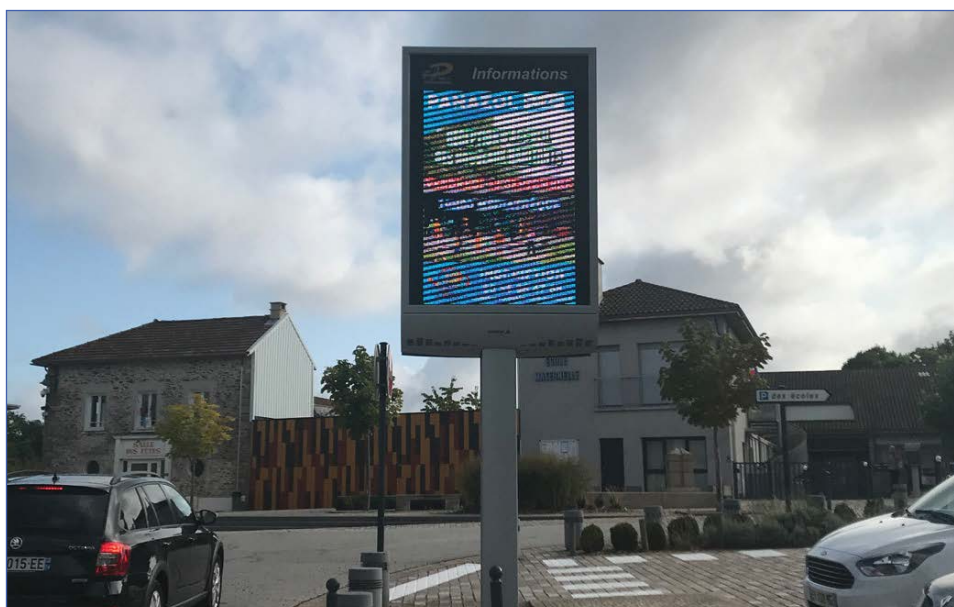


Signalisation routière



Signalisation d'information locale

De la même manière, les journaux lumineux d'information, dont les messages sont exclusivement dédiés à l'information citoyenne, ne sont pas concernés par les dispositions du code de l'environnement.



Journal électronique d'information

5.3 | LES LIMITES D'AGGLOMÉRATION

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Les limites de l'agglomération doivent donc être déterminées avec précision. L'importance de ce point est soulignée par l'obligation d'annexer au RLP l'arrêté municipal fixant lesdites limites ainsi que le document graphique afférent.

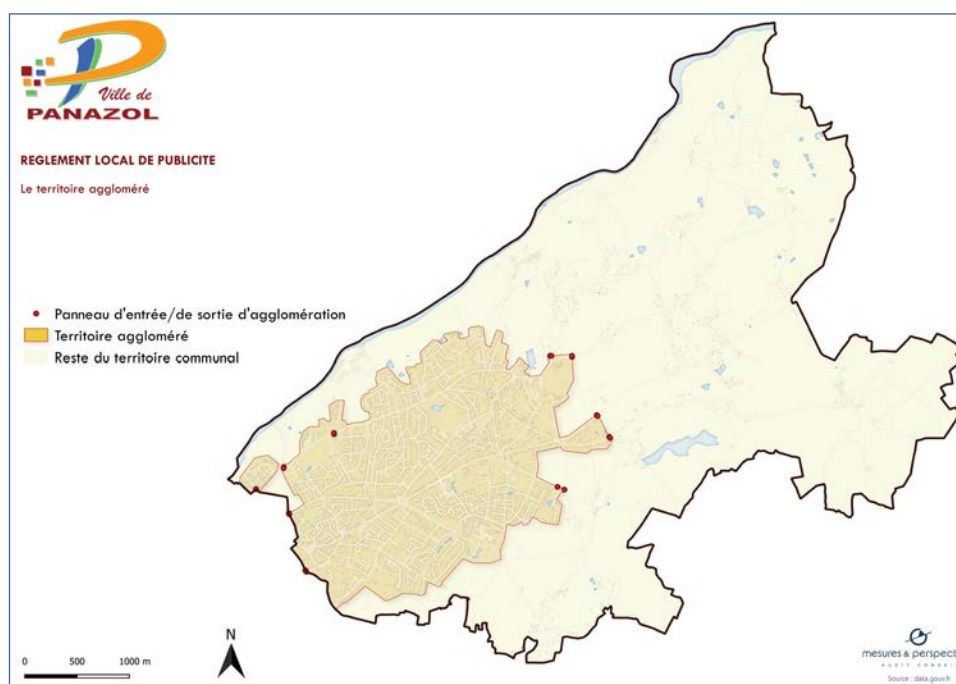
L'agglomération est définie par l'article R. 110-2 du code de la route qui prévoit qu'il s'agit du « secteur où sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et signalé par des panneaux d'entrée et de sortie installés le long de la voie qui le traverse ou qui le borde ».





Panneaux matérialisant l'entrée et la sortie d'agglomération

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, il a été vérifié lors du diagnostic que les panneaux étaient correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.



Carte du territoire aggloméré

5.4 | LES RÈGLES APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE PANAZOL : LE RNP

Au dernier recensement, la population totale de Panazol compte 11 219 habitants (données INSEE 2019).

Ce sont donc les règles applicables aux communes de plus de 10 000 habitants qui s'appliquent.

Tableau synthétisant les principales règles du RNP applicables à Panazol :

Publicité (soumise à déclaration sauf numérique soumise à autorisation)	
murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures de surface < à 0,50 m ²)	< à 12 m ²
	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
	hauteur < à 7,5 m
	bas du dispositif à plus de 0,5 m du sol
scellée au sol	< à 12 m ²
	hauteur < à 6 m
numérique	surface < à 8 m ²
	hauteur < à 6 m
en toiture	lettres découpées lumineuses 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 m ² surface cumulée < à 1/10e de la devanture commerciale dans la limite de 2 m ²
horaires d'extinction	de 1h à 6h (exception faite pour le mobilier urbain)
mobilier urbain	< à 12 m ²

Enseigne (soumise à autorisation)	
sur façade (à plat + perpendiculaire)	25 % de la façade si $< 50 \text{ m}^2$ ou 15 % de la façade si $> 50 \text{ m}^2$
à plat	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie $< 0,25 \text{ m}$
perpendiculaire	saillie $< 1/10^{\text{e}}$ 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 $> 1 \text{ m}^2$
	hauteur $< 6,5 \text{ m}$ si largeur $> 1 \text{ m}$ ou hauteur $< 8 \text{ m}$ si largeur $< 1 \text{ m}$
	$< 12 \text{ m}^2$
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
clignotante	interdite à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence
sur toiture	lettres découpées dissimulant leurs fixations surface cumulée $< 60 \text{ m}^2$ hauteur $< 3 \text{ m}$ si hauteur bâtiment $< 15 \text{ m}$ ou hauteur $< 6 \text{ m}$ si hauteur bâtiment $> 15 \text{ m}$

PARTIE 6

Le règlement local de publicité de 2003

Le règlement local de publicité de Panazol datant de 2003 a instauré des règles assez strictes qui traitent principalement de la densité des dispositifs.

Cela a permis de limiter l'implantation de publicités et de préenseignes et d'éviter une prolifération comme il a pu y en avoir par le passé.

Le RLP de Panazol crée 3 zones de publicité restreinte, une qui traite du territoire résidentiel en général (ZPR1) et deux qui traitent de la densité sur l'axe routier principal et au niveau des abords des carrefours à proximité des zones d'activités (ZPR2 et ZPR3).

Il convient d'en retenir essentiellement :

- L'interdiction de la publicité et des préenseignes dans la ZPR1, excepté sur mobilier urbain
- La limitation de la publicité sur mobilier urbain à 2m² et 3 m de hauteur, éclairé par transparence ou projection
- Seules les enseignes scellées au sol de type totem sont autorisées et limitées à 1,5 m de large et 6,5m de haut
- Les préenseignes en ZPR2 et ZPR 3 sont limitées à 1,5m x 1m.
- En ZPR 2 la distance entre chaque dispositif publicitaire doit être de 80 m minimum de part et d'autre de l'axe routier
- En ZPR 3, trois dispositifs (publicité, préenseigne ou enseigne) simple ou double face sont admis dans les zones d'approche des carrefours.

Le RLP contient en outre une mesure illégale, à savoir la discrimination entre le régime des publicités et préenseignes. En effet, l'article L.581-19 du code de l'environnement précise que les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Le règlement ne prévoit aucune règle particulière pour les enseignes, ni pour les publicités numériques, ni pour les publicités sur bâches, non envisagées par le RNP. Enfin, aucune règle ne traite des horaires d'extinction.

PARTIE 7

Le diagnostic

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, mobilier urbain accueillant de la publicité, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Il s'accompagne, parallèlement, d'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 du 8 mars 2017 :

- 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.

Les analyses quantitative et qualitative permettent 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.

7.1 | MÉTHODE

7.1.1 | Publicité et préenseignes

Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée au territoire, la totalité du territoire communal (en et hors agglomération) a été analysée.

Ainsi, tous les axes de l'agglomération ont été parcourus et un relevé exhaustif des publicités et des préenseignes d'une surface égale ou supérieure à 1,50 m² a été réalisé en mai 2019.

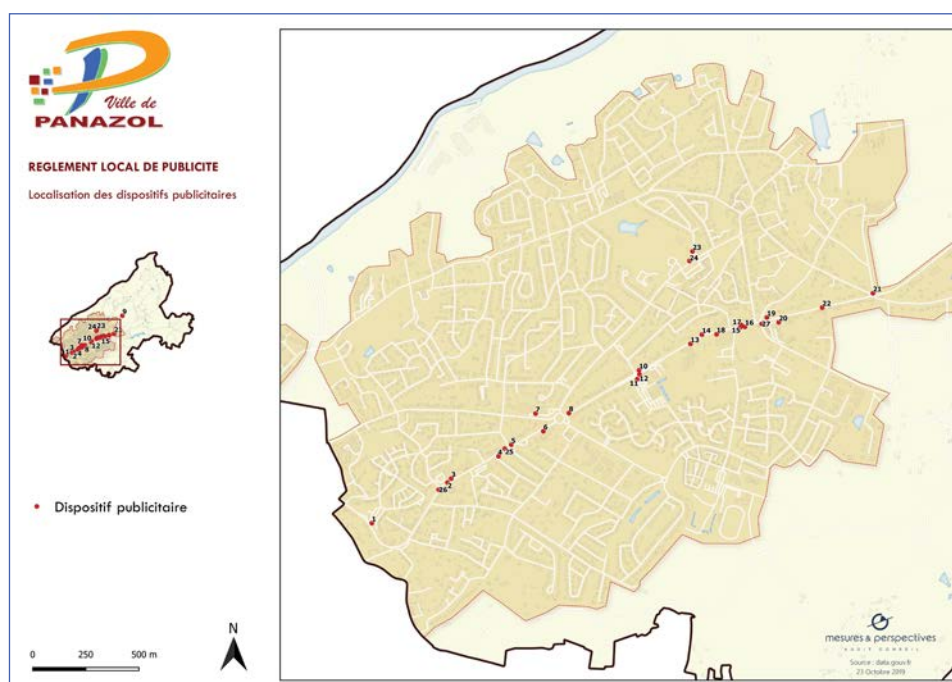
Les différentes caractéristiques de chaque dispositif sont regroupées sous forme de fiche individuelle.

Géopano		22/05/2019
Panazol		
87350		
Rue Jean Monet		
Tél. : 05 55 06 47 70		
Número du panneau :	4	Date de déclaration préalable :
		Date d'installation :
		Date de retrait :
Adresse :	Avenue Président Carnot	
Code postal :	87350	Ville : PANAZOL
Société :	GIRAUDY	
Adresse locale de la société :		
Propriété :	Privée	Format : 12
Support :		Autre format : 0,00
Scellé :	Simple face	Mécanique du panneau : Fixe
Pied :	Monopied	Eclairage : Non
Mobilier Urbain :		
Autre mobilier :		
Légalité :	Oui	
Illégalité RNP :		
Illégalité RLP :		
Autre infraction :		
Commentaire :		
Code attribué par la société exploitante :		
Latitude :	45.8277958146978	Longitude : 1.2926585882014
		
Date de création de la fiche panneau :	20/05/2019	Date de modification de la fiche panneau : 22/05/2019

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

- Typologie
- Légalité
- Qualité
- Lieux d'implantation

Les publicités sont positionnées sur le plan ci-dessous.



7.1.2 | Enseignes

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

La majorité des enseignes de Panazol a été analysée. Elles ont été classées par typologie suivant d'une part, les catégories définies par le code de l'environnement (murales, scellées au sol, en toiture), et d'autre part leurs lieux d'implantations (zone commerciales, zones d'activités économiques, secteurs résidentiels, etc.).

Cela a permis d'établir un diagnostic précis sur la situation des enseignes à Panazol et d'établir des préconisations, essentiellement qualitatives qui permettront une meilleure intégration des enseignes dans leur contexte.

7.2 | ANALYSE RÉGLEMENTAIRE

7.2.1 | L'analyse de la situation de la publicité et des préenseignes au regard du RNP

Suite à l'analyse exhaustive des publicités présentes sur la commune de Panazol, on ne constate aucune infraction vis-à-vis du RNP en ce qui concerne les publicités de surface supérieure ou égale à 1,5 m².

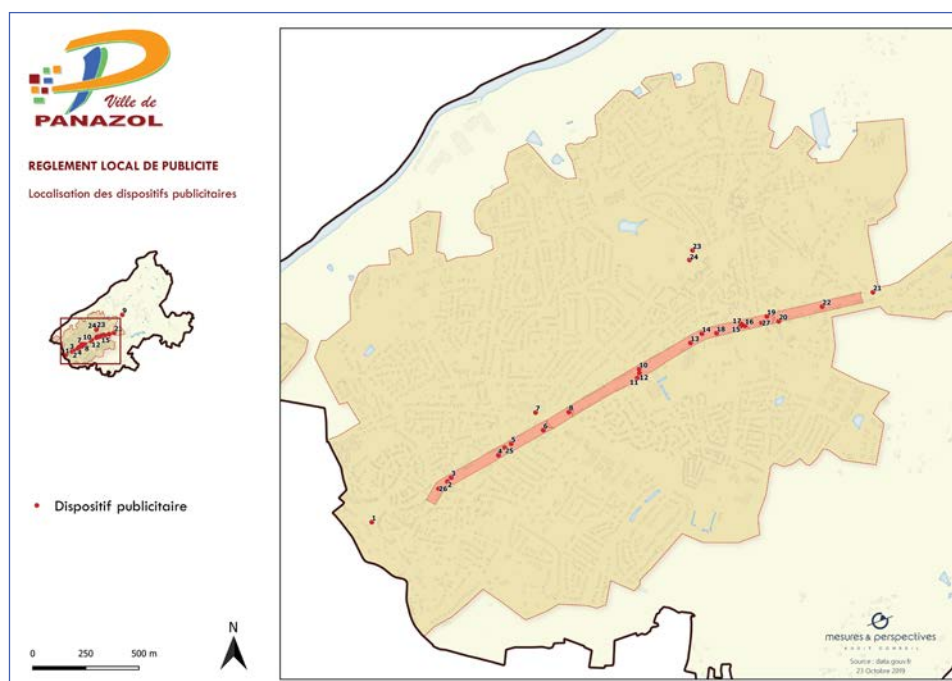
39 dispositifs ont été recensés (mobilier urbain inclus).

On constate que la publicité est principalement concentrée dans les ZPR2 et les ZPR 3 qui autorisent la publicité autre que sur mobilier urbain de 2m².

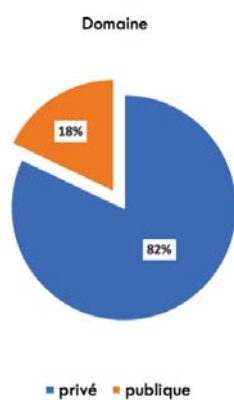
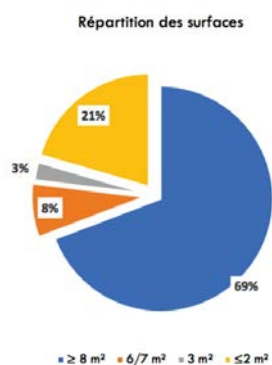
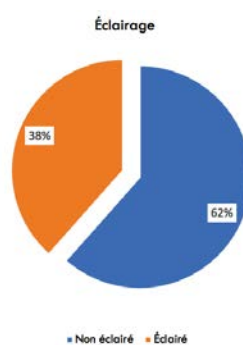
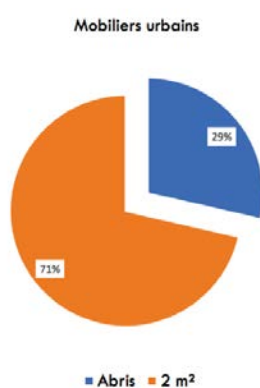
Les publicités présentes sur le reste du territoire sont anecdotiques (puisqu'on en dénombre seulement 2).

Elles ne le sont que sur mobilier urbain et leur surface n'excède pas 2m², comme il l'est écrit dans le RLP.

Les zones où la publicité s'est principalement installée sont mises en évidence dans le plan suivant :



Typologie des publicités rencontrées sont les suivantes :



En ce qui concerne les publicités de format inférieur à 1,5 m², on constate quelques illégalités.

Infraction à l'article R. 581-22 « La publicité est interdite : /.../ sur /.../ les installations d'éclairage public/.../ sur les clôtures qui ne sont pas aveugles /.../ ».



Infraction à l'article L. 581-24 : « Nul ne peut apposer de publicité ni installer une préenseigne sur un immeuble sans l'autorisation écrite du propriétaire »



Affichage sans autorisation du propriétaire,
communément appelé affichage sauvage

7.2.2 | L'analyse de la situation réglementaire des enseignes au regard du RNP

A. Quelques enseignes sont en infraction avec le RNP, essentiellement vis-à-vis de l'article R.581-63 : « Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés /.../ »

Cet article ajouté au règlement national en 2012 représente une véritable révolution par rapport aux pratiques des commerces jusqu'alors, et notamment de la grande distribution. Son application, effective depuis le 1er juillet 2018, sera longue, car le délai pour la mise en conformité est de 6 ans.



Deux exemples : la surface totale des enseignes excède 15% de la surface de la façade.





Les enseignes ci-dessus sont conformes au code de l'environnement et assurent une parfaite lisibilité des établissements qu'elles indiquent.

B. Infraction à l'article R.581-60 : « Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur /.../ »





C. Infraction à l'article R.581-60 : « Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas /.../ dépasser les limites de l'égout du toit.»





D. Infraction à l'article R.581-64 : « Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol /.../ sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique/.../ ».





La multiplication des enseignes par voies bordant les établissements est interdite par le RNP et limitée au cumul par le RLP. Malgré tout, les dispositifs sont nombreux dans certaines zones.

7.2.3 | L'analyse de la situation de la publicité et des préenseignes au regard du RLP

Seulement trois dispositifs publicitaires sont illégaux au regard du RLP actuel. En effet, ils sont présents dans la ZPR 1 (intersection Léon Blum, rue d'Arsonval, avenue Croix Finor, rue Baudelaire, avenue J. Jaurès).

Dans cette zone, « (...) la publicité et les préenseignes sont strictement interdites »



Préenseigne murale illégale selon la règle de la ZPR1



Préenseigne scellée au sol illégale selon la règle de la ZPR1



Publicité illégale selon la règle de la ZPR1

7.2.4 | L'analyse de la situation règlementaire des enseignes au regard du RLP

Concernant les enseignes, on relève quelques enseignes qui ne respectent pas le RLP actuel, notamment pour des questions de forme.



Enseigne illégale car en ZPR1, seules les enseignes scellées au sol sous forme de totem sont autorisées

7.3 | LES CONSTATS QUALITATIFS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ

7.3.1 | La publicité sur le grand axe

A. Les publicités numériques (qui sont parfois des enseignes numériques en fonction du message qu'elles diffusent, car implantées sur l'immeuble ou est signalée l'activité) ne sont pas réglementées dans le RLP actuel. Les écrans pouvant se multiplier, il serait important de les prendre en compte dans les nouvelles règles, notamment en termes de densité.



Publicités numériques sur propriété privée

B. Le caractère du matériel utilisé, son entretien, la solidité de son installation (qualité du scellement au sol essentiellement qui évite les accidents et l'inclinaison des dispositifs) ont une place importante dans leur intégration dans le paysage.

Or, les dispositifs simple face grand format ne se fondent pas aisément dans l'environnement. Le traitement de la face qui ne reçoit pas de publicité est trop souvent nue ou inesthétique.



Panneau publicitaire avec dos masqué mais inesthétique





Dos de panneaux laissant voir leur structure : inélégance certaine

C. La Prolifération des chevalets peut être problématique et n'est pas toujours justifiée





7.3.2 | La publicité en zone résidentielle

Le RLP de 2003 a su protéger les zones résidentielles de la ville, puisque toute publicité y est interdite sauf sur mobilier urbain. Les dispositifs publicitaires sont donc inexistants, hormis deux planimètres à côté de la Mairie.

7.3.3 | La publicité sur mobilier urbain

La totalité des publicités supportées par les mobiliers urbains le sont sur des planimètres ou des abris-bus. Leur surface n'excède pas 2 m² ce qui les rend acceptables en tous lieux.





Mobilier de communication de surface 2 m²



Abri destiné au public, surface de la publicité : 2 m²

7.4 | LES CONSTATS QUALITATIFS EN MATIÈRE D'ENSEIGNE

Les enseignes présentes sur le territoire appellent peu de commentaires, puisque globalement, elles ne dénaturent pas les immeubles sur lesquels elles sont installées.

7.4.1 | Dans les zones d'activité (commerciale, industrielle, artisanale)





Enseigne scellée au sol numérique.
Leur multiplication serait préjudiciable à l'environnement

7.4.2 | Les enseignes des commerces urbains





PARTIE 8

Les orientations

Au regard des objectifs fixés par la commune et sur la base du diagnostic, les orientations suivantes sont retenues par la collectivité :

Orientations communes :

- 1.** Préserver les zones d'ambiance urbaine peu touchées par la pression publicitaire comme les zones résidentielles ou les quartiers pavillonnaires, afin de valoriser le cadre de vie des personnes qui y vivent.
- 2.** Protéger et valoriser les entrées de ville, première image du territoire communal urbanisé, et plus particulièrement celles des RD 941 et RD 140.
- 3.** Préserver les abords des axes routiers structurants, des nuisances visuelles, et notamment l'axe traversant principal que constitue la RD 941.
- 4.** Favoriser l'essor et la vitalité de l'économie locale en permettant aux entreprises de se signaler au public : élaborer un document avec l'ambition de préserver le cadre de vie des panazolais et la qualité des paysages tout en respectant les besoins de communication des acteurs économiques et des partenaires institutionnels ou associatifs.
- 5.** Etablir un cadre commun à l'échelle du territoire intercommunal permettant d'obtenir une cohérence des règles applicables avec les zones agglomérées limitrophes des communes de Feytiat et Limoges.

Orientations en matière de publicité :

1. Préserver les acquis de la situation actuelle et adapter la réglementation nationale au territoire : poursuivre l'action engagée en s'appuyant et en consolidant les dispositions actuelles :

- tenir compte des résultats obtenus par le RLP existant tout en prenant en considération le nouveau cadre juridique et réglementaire fixé par la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (dite loi ENE) et précisé par décret du 30 janvier 2012 valant réglementation nationale ;
- établir des règles de densité permettant de contenir la publicité de grand format, en particulier le long de l'axe structurant constitué par la RD 941 ;
- renforcer les règles de densité nationale afin d'empêcher la prolifération des dispositifs d'affichage en particulier dans les secteurs du territoire susceptibles d'être sujets aux regroupements de dispositifs publicitaires (intersections routières ; grands axes ; zones commerciales ; ...) : cette accumulation nuit gravement à la qualité du cadre de vie et à la bonne perception et lisibilité de la publicité.

2. Définir des règles pour les dispositifs de type chevalets, oriflammes, banderoles, bâches publicitaires et tout autre dispositif temporaire, ... : encadrer leur implantation en maîtrisant leur localisation, leur nombre et leur format.

3. Maîtriser la consommation énergétique et réduire la pollution lumineuse nocturne en encadrant les conditions d'implantations des dispositifs publicitaires lumineux et en fixant des règles d'exploitation en particulier en matière d'extinction ; dans ce cadre, la cohérence avec l'extinction en milieu de nuit pratiquée au niveau de l'éclairage public sera recherchée.

4. Définir des règles spécifiques pour la publicité numérique notamment en matière d'implantation, de nombre, de format, ...

5. Définir un cadre pour améliorer ou maintenir la qualité d'aspect et l'esthétisme des dispositifs publicitaires.

Orientations en matière d'enseignes :

- 1.** Définir un cadre commun sur l'ensemble du territoire pour rechercher cohérence et efficacité dans la politique des enseignes; veiller à leur intégration dans l'environnement et à leur harmonie avec les immeubles sur lesquels elles sont installées.
- 2.** Limiter le nombre de dispositifs par opérateurs économiques pour éviter la démultiplication des dispositifs dont les impacts pour le paysage sont négatifs.
- 3.** Définir des règles pour les enseignes scellées au sol : encadrer leur implantation en maîtrisant leur localisation, leur nombre et leur format.
- 4.** Définir des règles pour les enseignes numériques notamment en matière de localisation, de nombre, de format, ...
- 5.** Fixer des règles d'extinction des enseignes lumineuses pour lutter contre la pollution lumineuse et favoriser la maîtrise des consommations énergétiques.

PARTIE 9

L'explication des choix

Les caractéristiques du cadre de vie propres à Panazol et les enjeux s'y rapportant ainsi que les objectifs fixés par la municipalité ont permis d'établir le texte du règlement local de publicité et son zonage.

9.1 | ZONAGE

Le traitement en matière de publicité et d'enseignes étant distinct, deux zonages sont créés, l'un pour la publicité et l'autre pour les enseignes. Une réglementation adaptée est proposée pour chaque type de secteur.

Pour chacune des zones, les règles sont spécifiques.

Le territoire communal est composé de deux types de lieux très distincts.

Pour la publicité, il s'agit de sections de la RD 941 et du reste du territoire aggloméré.

Pour les enseignes, il s'agit des zones d'activités économiques et du reste du territoire, y compris la partie non agglomérée de la commune.

9.1.1 | Publicité :

Zone 1 : Sections de la RD 941

Cette zone existant dans le RLP en vigueur et le traitement de la publicité associé correspondent aux attentes de la ville. Ils sont repris dans le projet tout en étant actualisés.

Zone 2 : Reste du territoire aggloméré.

La protection des quartiers résidentiels et des axes de moindre passage sont regroupés dans cette zone car le traitement de la publicité doit y être similaire pour en assurer une protection adaptée.

9.1.2 | Enseignes :

Zone 1 : Zones d'activités économiques

Dans ces secteurs dédiés à l'activité économique, au commerce en particulier, les enseignes doivent s'insérer sans altérer le paysage environnant. Les enseignes, nécessaires à la bonne signalisation des établissements, trouvent également leur place sur les bâtiments aux dimensions souvent importantes, ou dans les terrains qui les entourent.

Zone 2 : Reste du territoire communal

La zone recouvre le reste du territoire, qu'il soit situé en agglomération ou hors agglomération. Les enseignes y suivent des règles restrictives ayant pour but une présence discrète.

9.2 | PARTIE RÉGLEMENTAIRE

Dans une logique commune et un traitement harmonisé entre Panazol, Limoges et Feytiat, certaines règles sont similaires d'un règlement à l'autre. Elles sont matérialisées par ce symbole : (*).

9.2.1 | Publicité :

Remarque : 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.

La publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite, car ces dispositifs font partie de ceux qui ont le plus fort impact sur les perspectives.

Les chevalets, participants à l'animation commerciale, sont néanmoins limités en nombre à 1 par établissement pour éviter leur profusion. Leur surface inférieure à 1 m² permet de maîtriser leur impact et leur implantation doit respecter les normes d'accessibilité.

Le retrait de 0,50 mètre de toute arête verticale du mur qui le supporte est gage de respect de l'architecture.

Sur l'ensemble du territoire, pour lutter contre la pollution lumineuse nocturne et réduire la facture énergétique, la plage horaire d'extinction des publicités et des enseignes, fixée par le RNP de 1 h à 6 h, est étendue. Elle est désormais de 22 h à 7 h y compris pour la publicité sur mobilier urbain (*).

Des prescriptions pour la forme des dispositifs scellés au sol et les accessoires sont établies (*). Elles allègent la présentation des panneaux et interdisent les ajouts disgracieux.

Tout type de bâche (publicitaire ou de chantier) est interdit. La structure du bâti n'est pas à même de supporter ces dispositifs de grande surface.

Dispositions applicables en zone P 1

Reprenant et adaptant les protections aux nouveaux textes en vigueur, la publicité est admise dans des conditions plus souples que dans les secteurs résidentiels. Elle fait néanmoins l'objet de restrictions de densité et de surface, car elle ne doit pas ajouter au désordre qui caractérise souvent ces secteurs.

Un seul dispositif, scellé au sol ou mural, peut être installé lorsque le linéaire de façade de l'unité foncière est supérieur à 35 mètres. En cas contraire, il ne peut y avoir d'installation.

La surface de la publicité sur mobilier urbain est limitée à 2 m², reprenant la prescription du RLP actuel.

La surface maximale des dispositifs prévue par le règlement national (12 m²) est ramenée à 10,60 m² (*).

La publicité lumineuse qui ne risque pas de porter atteinte au voisinage dans ces lieux d'activités peut être autorisée, sa surface étant toutefois limitée à 8 m².

Dispositions applicables en zone P 2

Dans cette zone actuellement très protégée, la publicité n'est admise que sous forme de chevalet ou sur mobilier urbain. Sa surface est inférieure à 2 m², dans une logique d'égalité de traitement sur le territoire aggloméré.

Eu égard à son fort impact visuel, la publicité numérique est interdite, y compris sur le mobilier urbain.

9.2.2 | Enseignes

Des principes d'intégration dans les façades et de respect de l'architectures sont édictés.

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 (*).

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)(*).

Pour réduire la facture énergétique et lutter contre la pollution lumineuse nocturne, les enseignes sont éteintes entre 22 h 30 et 6 h 00 du matin.

Les enseignes temporaires, destinées à annoncer les manifestations exceptionnelles, sont admises, à raison d'un seul dispositif d'une surface de 2 m² maximum, surface adaptée au commerce de proximité.

Les enseignes temporaires, pour ne pas occuper trop longtemps l'espace, ne peuvent être apposées que 14 jours avant l'évènement qu'elles signalent et sont retirées 1 jour après la fin de la manifestation.

Dispositions applicables en zone E 1

Les dispositions du RNP pour les enseignes en façade et pour les enseignes en toiture s'appliquent, car elles sont suffisamment adaptées aux caractéristiques des bâtiments de la zone.

Par contre, les enseignes scellées au sol de plus d'1 m², de fort impact, ne peuvent être autorisées que si la façade commerciale est en retrait de l'alignement. La surface est réduite à 9,75 m².

Celles dont la surface est inférieure à 1 m², non réglementées par le RNP, voient leur présence liée au linéaire de façade de l'unité foncière, à raison de 1 par tranche de 20 m par voie bordant l'établissement.

La surface des enseignes numériques, alignée sur celle des publicités, est limitée à 8 m².

Dispositions applicables en zone E 2

Pour mettre en évidence des commerces, la réglementation nationale s'applique pour les enseignes en façade à plat.

Les enseignes perpendiculaires, sources de ruptures dans les perspectives, sont limitées à 1 par voie bordant l'établissement.

Par contre les enseignes scellées au sol de plus d'1 m², ne peuvent être autorisées que si la façade commerciale est en retrait de l'alignement. La surface est réduite à 2 m², en relation d'échelle avec le bâti proche.

Celles dont la surface est inférieure à 1 m² sont limitées à 1 chevalet.

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

Pour le même motif, les enseignes en toiture sont interdites.

MARS 2021

RÈGLEMENT

Révision du
Règlement Local
de Publicité
de la Ville de Panazol.



Le règlement local de publicité (RLP) de Panazol institue deux zonages distincts, l'un pour la publicité, l'autre pour les enseignes.

Le présent règlement complète et adapte le règlement national de publicité (RNP). 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 dispositions du présent règlement qui régissent les publicités s'appliquent également aux préenseignes en agglomération, à l'exclusion des préenseignes dérogatoires et des préenseignes temporaires situées hors agglomération. En conséquence, dans le texte du RLP, seule la publicité est mentionnée.

Indépendamment du code de l'environnement, publicités, enseignes et préenseignes sont soumises à d'autres réglementations (code de la route, code de la voirie routière, code du patrimoine, règlement de voirie municipal, intercommunal ou départemental, règles d'occupation du domaine public...).

Sont annexés au présent règlement :

- les documents graphiques faisant apparaître les zones. Ce document a valeur réglementaire.
- l'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération. Celles-ci sont également représentées sur un document graphique.

Sommaire

Définitions	4
Dispositions générales pour la publicité	5
Dispositions applicables aux publicités en zone P1 : Secteurs de la RD 941	7
Dispositions applicables aux publicités en zone P2 : le reste du territoire aggloméré	8
Dispositions générales pour les enseignes sur tout le territoire communal	9
Dispositions applicables aux enseignes en zone E1 : Zones d'activités économiques	12
Dispositions applicables aux enseignes en zone E2 : Le reste du territoire	13
Glossaire	14

Définitions

Art. L.581-3 du code de l'environnement

« Au sens du présent chapitre :

1° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, forme ou images étant assimilées à des publicités ;

2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;

3° Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. »



Publicité

(toute inscription forme ou image destinée à informer le public ou attirer l'attention)



Préenseigne

(toute inscription forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée)



Enseigne

(toute inscription forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce)

Dispositions générales pour la publicité

Article P.G.1 : Publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu

La publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite.

Article P.G.2 : Chevalets

Un chevalet au maximum posé ou installé directement sur le sol peut être autorisé par établissement au droit de celui-ci. Utilisable au recto et au verso, sa surface n'excède pas 1 mètre carré.

Il est rentré lorsque l'établissement est fermé.

Son implantation doit respecter les normes d'accessibilité en vigueur.

Article P.G.3 : Horaires d'extinction

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

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

P.G.4 : Agencement sur mur

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

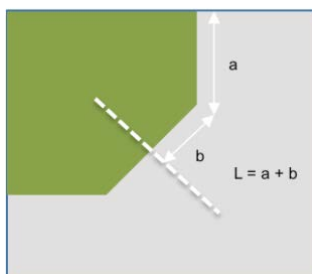
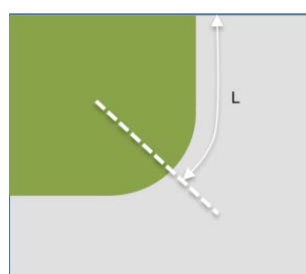
P.G.5 : Règles de densité

Les règles de densité édictées dans le présent règlement ne s'appliquent pas au mobilier urbain.

La règle de densité s'applique entre tous points des dispositifs concernés.

Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. La longueur du linéaire pris en compte et le nombre de panneaux rendu possible sont calculés pour chaque voie. Le ou les dispositif(s) sont installés le long du linéaire autorisant leur implantation.

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.



Article P.G.6 : Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol

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.

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.

Article P.G.7 : Publicité sur les bâches de chantier ou les bâches publicitaires

La publicité sur bâches de chantier et les bâches publicitaires sont interdites.

Dispositions applicables aux publicités en zone P1 : Secteurs de la RD 941

Article P.1.1 : Définition de la zone

Cette zone correspond à des sections de la RD 941 et le début de la rue des Vignes depuis son intersection avec l'avenue Sadi Carnot, augmentés d'une largeur de 20 m de part et d'autre des voies à partir de l'alignement.

Elle est repérée en rouge sur le plan annexé au présent règlement.

Article P.1.2 : Règle de densité

Lorsque le linéaire d'une unité foncière est inférieur à 35 mètres, la publicité est interdite.

Au-delà, un seul dispositif, qu'il soit mural ou scellée au sol, est admis par unité foncière.

Article P.1.3 : Publicité murale

La surface totale du dispositif est limitée à 10,60 mètres carrés, et sa hauteur est limitée à 6 mètres.

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

La surface totale du dispositif est limitée à 10,60 mètres carrés, et sa hauteur est limitée à 6 mètres.

Article P.1.5 : Publicité sur mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est admise. Sa surface est limitée à 2 mètres carrés.

Article P.1.6 : Publicité numérique

La règle de densité de l'article P.1.2 s'applique.

Sa surface n'excède pas 8 mètres carrés, et sa hauteur est limitée à 6 mètres.

Dispositions applicables aux publicités en zone P2 : le reste du territoire aggloméré

Article P.2.1 : Définition de la zone

Cette zone correspond à tout le territoire aggloméré hors zone P1.
Elle est repérée en vert sur le plan annexé.

Article P.2.2 : Publicité murale

La publicité murale est interdite.

Article P.2.3 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite, à l'exception des chevalets et des préenseignes temporaires sous réserve de respecter les prescriptions de l'article P.G.2.

Article P.2.4 : Publicité sur mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est admise. Sa surface est limitée à 2 mètres carrés.

Article P.2.5 : Publicité numérique

La publicité numérique est interdite y compris sur mobilier urbain.

Dispositions générales pour les enseignes sur tout le territoire communal

Article E.G.1: 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 accord 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.G.2 : 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 l'enseigne soit supprimée et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

Article E.G.3: Enseignes sur les arbres et les haies

Les enseignes sont interdites sur les arbres et les haies.

Article E.G.4: 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 interdites sur les clôtures aveugles et non aveugles.

Article E.G.5: Enseignes sur façades

Elles ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit.



Article E.G.6 : 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 si le nombre d'établissements est trop important pour permettre une bonne signalisation de l'activité, une exception au regroupement sur un seul support pourra être autorisée.

Article E.G.7 : Enseignes lumineuses

Les enseignes sont éteintes entre 22 heures 30 et 6 heures du matin, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre 21 heures 30 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.

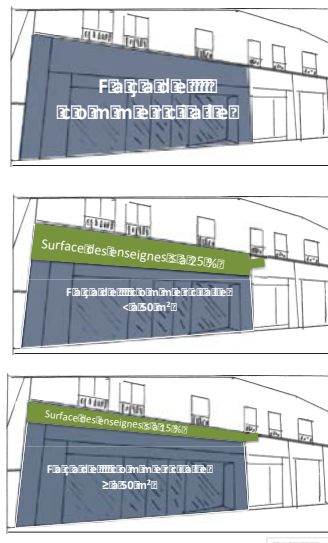
Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

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

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.G.8 : Surface des enseignes

La surface maximale des enseignes sur une même façade commerciale est fixée par les dispositions du RNP.



Article E.G.9 : Enseignes à faisceau de rayonnement laser

Les enseignes à faisceau de rayonnement laser sont interdites.

Article E.G.10 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont soumises aux mêmes dispositions que les autres enseignes.

Elles peuvent être apposées au maximum 14 jours avant et doivent être retirées au maximum 1 jour après l'évènement qu'elles annoncent.

Les enseignes temporaires relatives à la mise en location ou 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.

Dispositions applicables aux enseignes en zone E1 : Zones d'activités économiques

Article E.1.1 : Définition de la zone

Cette zone correspond aux zones d'activités économiques.
Elles sont repérées en violet sur le plan annexé au présent règlement.

Article E.1.2 : Enseignes apposées à plat sur un mur

Les enseignes apposées à plat sur un mur se conforment au règlement national de publicité.

Article E.1.3 : Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires se conforment au règlement national de publicité.

Article E.1.4 : Enseignes de plus d'1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.
L'enseigne ne peut être installée que si la façade commerciale de l'établissement est située en retrait de l'alignement.
Sa dimension est limitée à 1,5 mètre de large et 6,5 mètres de haut.
Le dispositif est installé perpendiculairement à la voie bordant l'établissement.

Article E.1.5 : Enseignes de moins d'1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Il ne peut être installé qu'une seule enseigne de moins d'un mètre carré sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 20 mètres linéaires.
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 20 mètres linéaires, un dispositif supplémentaire peut être installé par tranche de 20 mètres au-delà de la première.

Article E.1.6 : Enseignes numériques

La surface d'une enseigne numérique n'excède pas 8 mètres carrés.

Article E.1.7 : 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.

Dispositions applicables aux enseignes en zone E2 : Le reste du territoire

Article E.2.1 : Définition de la zone

Cette zone correspond à tout le territoire hors zone E1.

Elle est repérée en jaune sur le plan annexé au présent règlement.

Article E.2.2 : Enseignes apposées à plat sur un mur

Elles s'inscrivent dans le rez-de-chaussée commercial.

Elles sont disposées sur la façade d'entrée et leur hauteur est dimensionnée de manière à être cohérente avec l'espace urbain.

Article E.2.3 : Enseignes perpendiculaires

Une seule enseigne est autorisée le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'établissement où s'exerce l'activité signalée.

Article E.2.4 : Enseignes de plus d'1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont interdites, sauf pour les établissements en retrait de l'alignement.

Leur surface n'excède pas 2 mètres carrés. La hauteur est au minimum deux fois supérieure à sa largeur.

Elle ne peut se cumuler avec une enseigne perpendiculaire.

Le dispositif est installé perpendiculairement à la voie bordant l'établissement.

Article E.2.5 : Enseignes de moins d'1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Un dispositif de type chevalet posé sur le sol est autorisé par établissement. Utilisable au recto et au verso, il est rentré lorsque l'établissement est fermé.

Article E.2.6 : Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont interdites.

Article E.2.8 : Enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu

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

Glossaire

Agglomération (Article R.110-2 du Code de la route) :

Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

Bandeau (de façade) :

Bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

Chevalet :

Préenseigne ou publicité installée directement sur le sol généralement devant un magasin.

Clôture :

Construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

pm

Clôture aveugle :

Clôture pleine.

Clôture non aveugle :

Clôture constituée d'un grillage ou d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Composition :

Disposition organisée et harmonieuse des diverses parties d'un ensemble architectural.

Dispositif d'affichage :

Dispositif spécialement conçu pour recevoir ou permettre l'exploitation d'une affiche ou de plusieurs affiches visibles successivement. Il peut comporter un plateau, un cadre, un piètement et des accessoires de sécurité ou d'éclairage.

Dispositif de petit format :

Dispositifs intégrés à des devantures commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie, régis par l'article L.581-8-III et R.581-57 du Code de l'environnement.

Dispositif publicitaire :

Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Droit (d'une façade) :

Partie de terrain située devant une façade, perpendiculaire à celle-ci.

Enseigne :

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Enseigne éclairée :

Enseigne éclairée par spots, caisson, projection.

Enseigne lumineuse :

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet. (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...)

Face (d'un panneau publicitaire)

Surface plate verticale supportant l'affiche.

Un dispositif scellé au sol peut être « double-face ».

Mobilier urbain publicitaire :

Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité, visés par les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement. Il s'agit :

- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis.
- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial.
- des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel.
- des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.
- des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Mur de clôture :

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Préenseigne :

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Préenseigne dérogatoire :

Par dérogation à l'interdiction de la publicité hors agglomération, peuvent être signalées de manière harmonisée par des préenseignes certaines activités :

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

Préenseigne temporaire :

Préenseigne signalant :

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

- pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce.

Projection ou transparence (éclairage par) :

La source lumineuse ne participe pas directement à la publicité. Elle l'éclaire lorsque la luminosité est trop faible.

Publicité :

Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Publicité de petit format :

Publicité intégrée dans les devantures commerciales au sens d'article L.581-8-III du code de l'environnement.

Publicité lumineuse :

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemple, néons sur les toits, écrans vidéo. Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont considérés comme des publicités non lumineuses.

Surface d'un mur :

Face externe, apparente du mur.

Surface utile :

Surface d'un dispositif publicitaire affectée à l'affiche.

Surface totale :

Surface hors-tout qui englobe l'encadrement hors pieds.

Temporaire :

Dispositif installé à l'occasion d'un événement exceptionnel tel que défini par le code de l'environnement : Opération commerciale, culturelle, immobilière. S'oppose à « fixe ».

Unité foncière :

Parcelle ou ensemble des parcelles cadastrales adjacentes appartenant à un même propriétaire ou à une même indivision.

Vitrine :

Baie vitrée d'un local commercial.
Espace aménagé derrière cette baie où sont exposés les produits.

MARS 2021

ANNEXES

Révision du
Règlement Local
de Publicité
de la Ville de Panazol.



TABLE DES MATIÈRES

PLAN DE ZONAGE

- PUBLICITÉ**
- ENSEIGNES**
- PÉRIMÈTRE DÉLIMITÉ DES ABORDS**

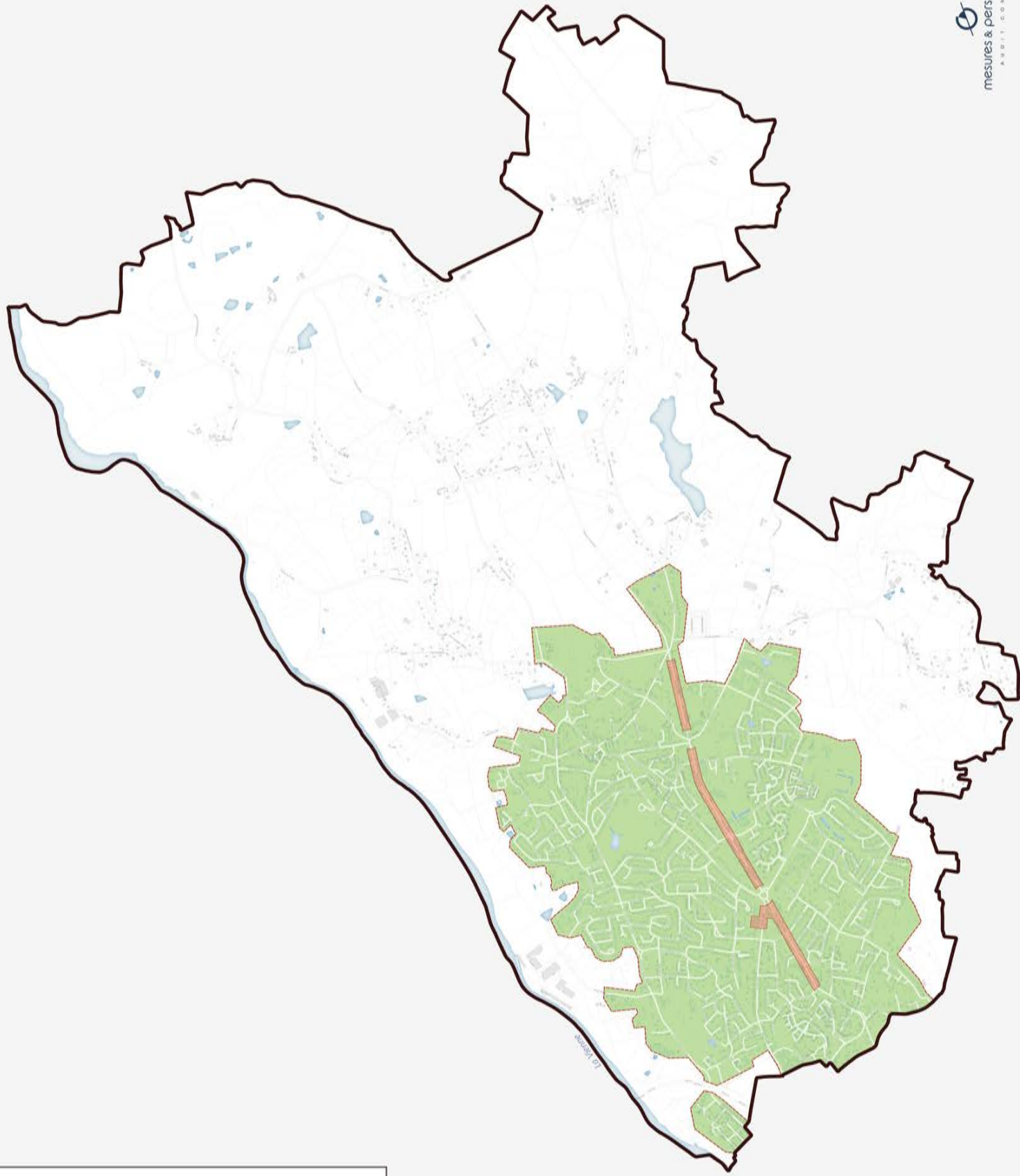
LIMITES D'AGGLOMÉRATION DE LA COMMUNE

- ARRÊTÉ FIXANT LES LIMITES D'AGGLOMÉRATION**
- PLAN DU TERRITOIRE AGGLOMÉRÉ**

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le plan de zonage : PUBLICITE

-  Zone 1
-  Zone 2
-  Limite du territoire aggloméré
-  Hydrographie

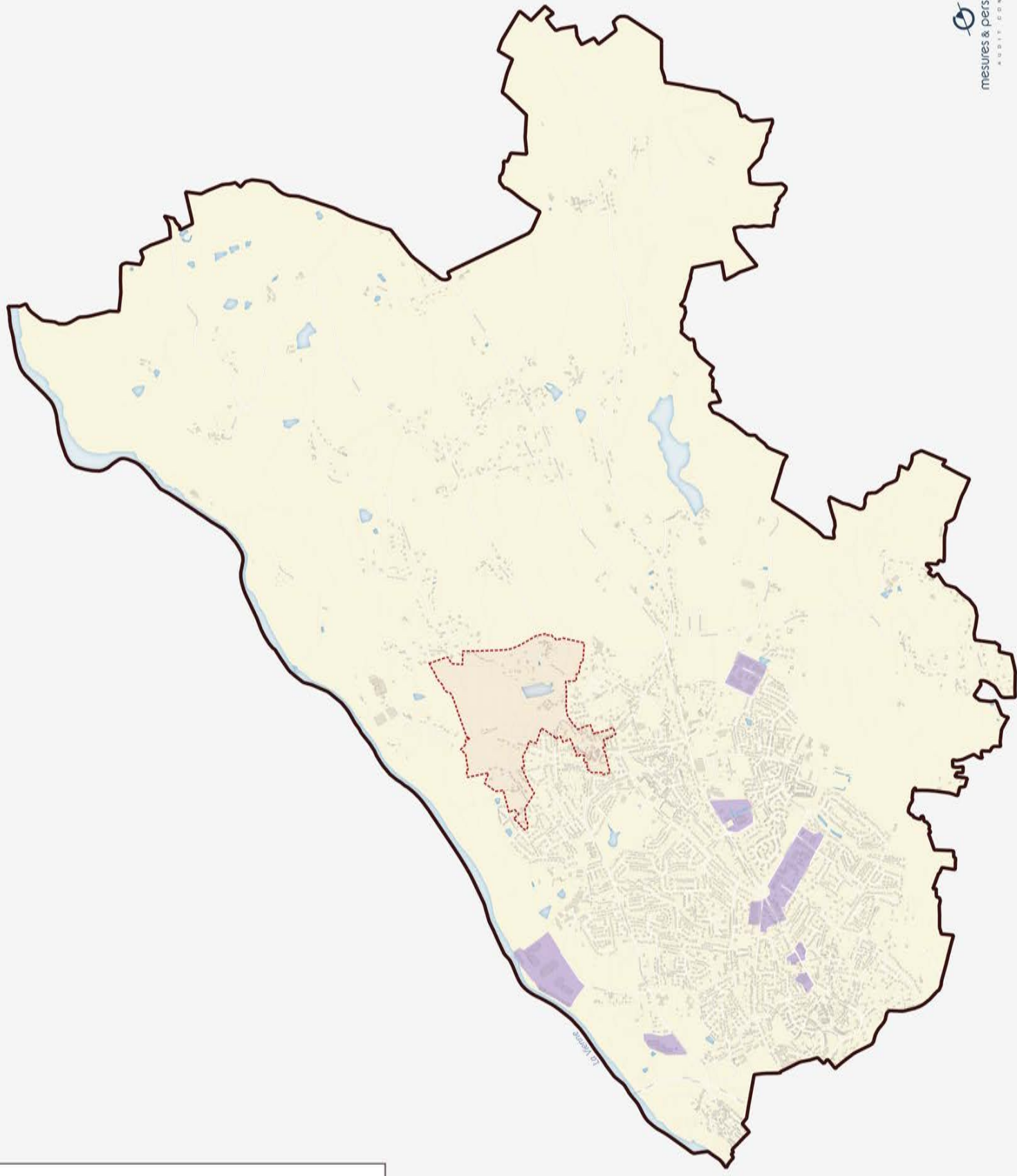


0 500 1000 m

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le plan de zonage : ENSEIGNES

-  Zone 1 : Zones d'activités et économiques
-  Zone 2 : Reste du territoire
-  Périmètre délimité des abords
-  Hydrographie

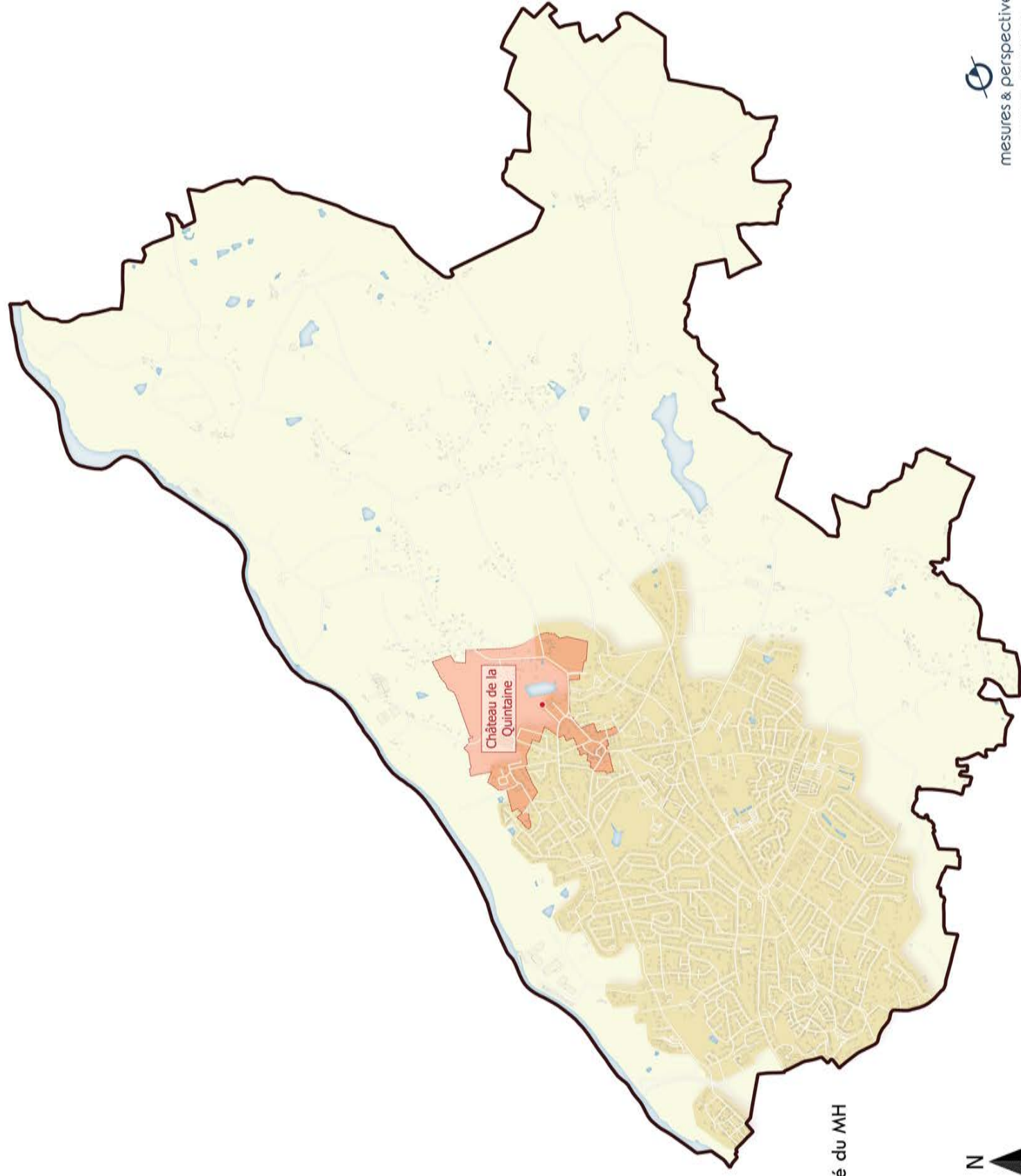


0 500 1000 m



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le patrimoine historique



- Monument historique (MH)
- Périmètre de protection modifié du MH
- Territoire aggloméré



ARRÊTÉ 2019- 160 PERMANENT FIXANT LES LIMITES DE L'AGGLOMÉRATION SUR LE TERRITOIRE COMMUNAL

- Vu la loi n° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales, complétée et modifiée par la loi n°82-623 du 22 juillet 1982 et par la loi n°83-8 du 07 janvier 1983 ;
- Vu le code général des collectivités territoriales, notamment les articles L2213-1 à L2213-6 ;
- Vu le code de la route, et notamment ses articles R110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R 411-25 ;
- Vu l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation des routes et autoroutes modifié, et l'instruction interministérielle de la signalisation routière approuvée par l'arrêté du 7 juin 1977 ;

Considérant qu'il appartient à l'autorité municipale de prescrire toutes les mesures utiles dans l'intérêt du public et de la commodité de passage sur l'ensemble des voies et places publiques à l'intérieure de la Commune ainsi que de fixer les limites de l'agglomération ;

Considérant, qu'il convient d'actualiser les positionnements des limites d'agglomération dans le cadre de la démarche de révision en cours du Règlement Local de Publicité Intercommunal

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites de l'Agglomération de PANAZOL sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites de l'agglomération de la ville de Panazol au sens de l'article R 110-2 du code de la route, sont fixées et définies sur les rues, avenues et diverses voies aux coordonnées présentes dans le tableau ci-dessous

	Coordonnées GPS Entrée agglomération (panneau EB 10)		Coordonnées GPS Fin agglomération (panneau EB 20)	
	X	Y	X	Y
AVENUE ADRIEN PRESSEMANE (PANAZOL)	1.3227288510	45.8382025230	1.3228207450	45.8380710320
AVENUE LEON BETOULLE (PANAZOL)	1.2810931360	45.8311970880		
AVENUE GEORGES GUINGOUIN (PANAZOL)	1.2845824760	45.8332010820	1.2845738760	45.8331485650
AVENUE DU PRESIDENT RENE COTY (PANAZOL)	1.2906438050	45.8361422170	1.2905896590	45.8362414150
RUE D'ARSONVAL (PANAZOL)	1.3189708420	45.8318088560	1.3189098080	45.8317151230
RUE PARMENTIER (PANAZOL)	1.3245586290	45.8363897710	1.3245892090	45.8363505380
RUE DES VIGNES (PANAZOL)	1.2852655850	45.8291795650	1.2850929910	45.8292342570
ALLEE DE PUY LA RUE (PANAZOL)	1.3199076400	45.8432969480	1.3199213410	45.8432348850
AVENUE DU PALAIS SUR VIENNE (PANAZOL)	1.3169483840	45.8432155730	1.3171143310	45.8431943170
AVENUE DE LA LIBERATION (PANAZOL)	1.2861494180	45.8266172900	1.2859475950	45.8268666610

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5e partie - signalisation d'indication, sera mise en place par les services municipaux, sur les voies communales et par les services du Conseil Départemental pour la voie départementale.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1^{er} du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 3 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché dans la commune de PANAZOL conformément à la réglementation en vigueur.

ARTICLE 6 : Conformément aux articles R421-1 et suivants du code de Justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Limoges, dans un délai de deux mois à compter de sa date de publication.

ARTICLE 7 : Monsieur le Maire de la commune de PANAZOL, Monsieur le Directeur Départemental de la Sécurité Publique la Haute-Vienne sont chargés, chacun en ce qui les concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à PANAZOL, le 19 aout 2019

Le Maire,

The image shows a circular official seal of the Mayor of Panazol. The seal features a central emblem with a figure and the text "MAIRIE DE PANAZOL" around the top and "HAUTE-VIENNE" at the bottom. A large, stylized signature in blue ink is written over the seal, reading "Jean-Paul DURET".

Le Maire,

- certifie sous sa responsabilité le caractère exécutoire de cet acte,
- informe que le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir devant le Tribunal Administratif dans un délai de deux mois à compter de la présente notification

Publié en Mairie le ...21.08.2019.....

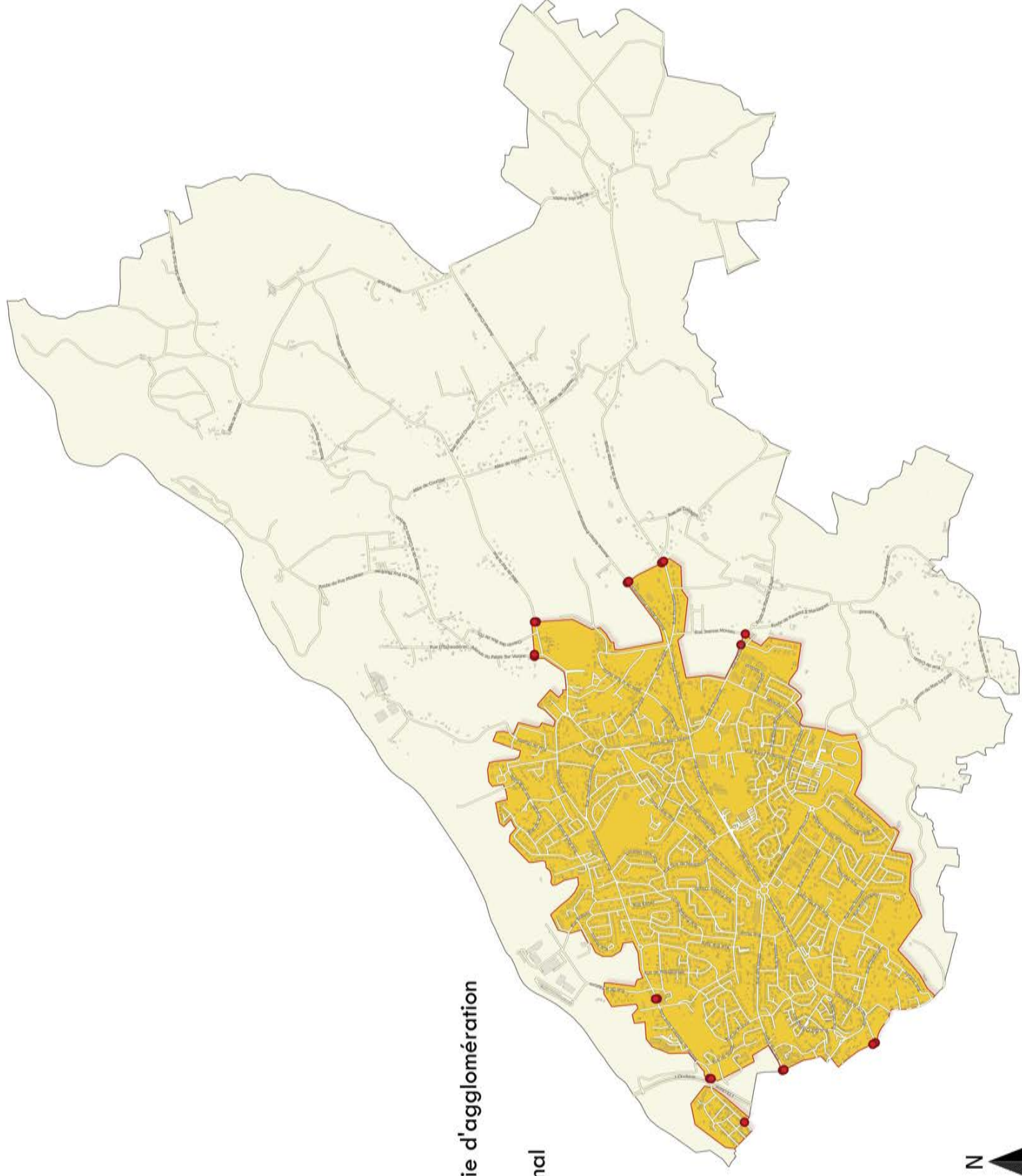
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le territoire aggloméré

• Panneau d'entrée / de sortie d'agglomération

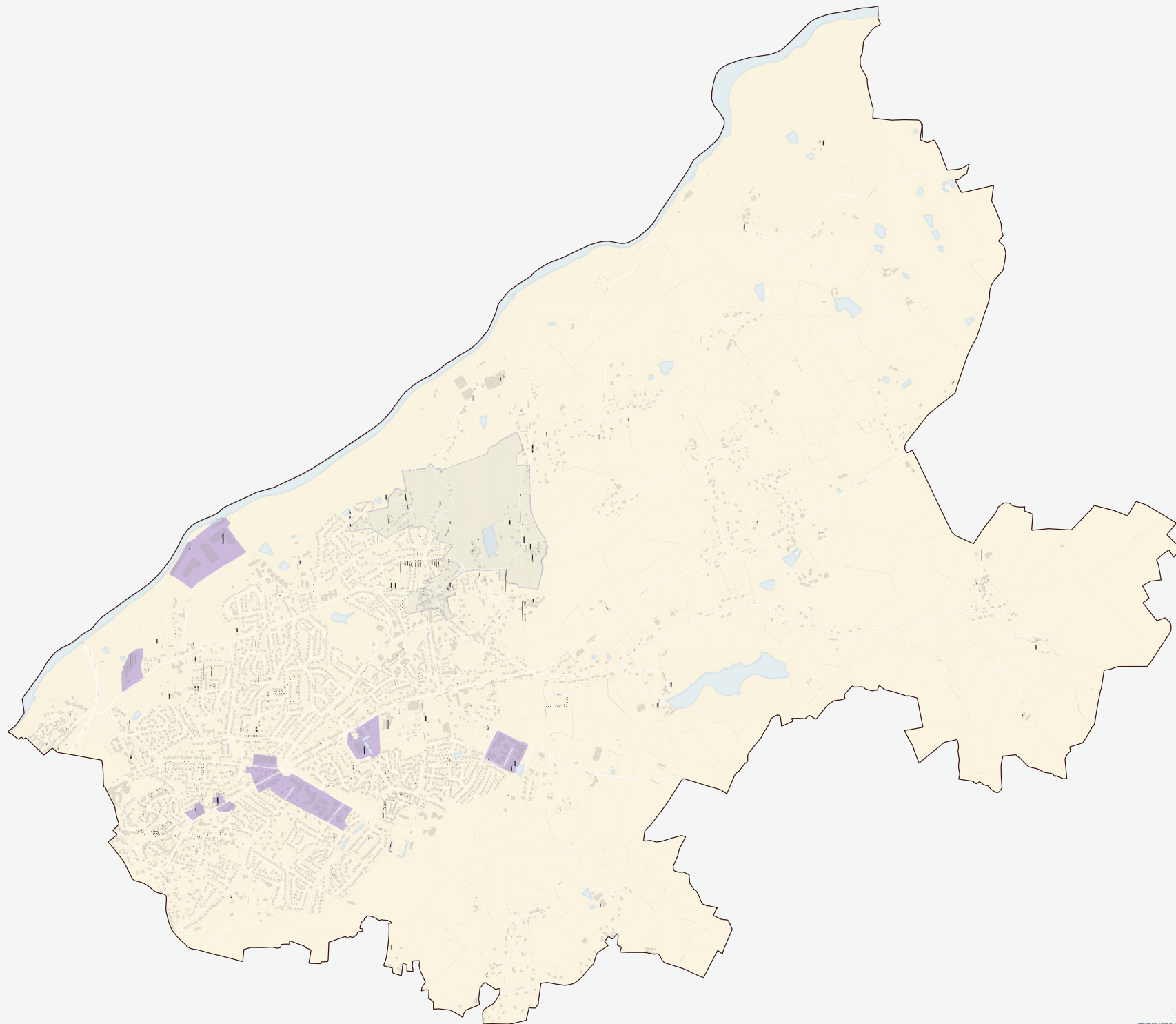
■ Territoire aggloméré

■ Reste du territoire communal



- Zone 1 : Zones d'activités et économiques
- Zone 2 : Reste du territoire
- Périmètre délimité des abords
- Hydrographie

0 250 500 m





REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le plan de zonage : PUBLICITE

- Zone1
- Zone 2
- Limite du territoire aggloméré
- Hydrographie

