

Département de la Dordogne

Communauté d'Agglomération Bergeracoise

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

Version approuvée



Sommaire

Tables des abréviations	4
Introduction.....	5
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure.....	10
1. Définitions.....	11
1.1. Le Règlement Local de Publicité.....	11
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement ...	13
1.3. La notion d'agglomération	15
1.4. La notion d'unité urbaine.....	18
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existants sur le territoire..	19
2.1. Les interdictions absolues.....	19
2.2. Les interdictions relatives	23
3. Les règles applicables au territoire	26
3.1. La réglementation locale existante	26
3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	39
2.1. Les règles du Code de l'environnement en matière d'affichage d'opinion et de publicité relative aux activités des associations sans but lucratif	41
3. Régime des autorisations et déclarations préalables.....	42
3.1. L'autorisation préalable	42
3.2. La déclaration préalable	42
4. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	43
5. Les délais de mise en conformité.....	44
II. Les enjeux liés au parc d'affichage	46
1. Les enjeux paysagers.....	46
2. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes	56
2.1. Généralités.....	56
2.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	60
2.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture	73
2.4. La densité	79

2.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain.....	85
2.6. La publicité sur bâches.....	89
2.7. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.....	91
2.8. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles.....	92
2.9. Publicités / préenseignes lumineuses.....	93
3. Les enjeux en matière d'enseignes.....	97
3.1. Généralités.....	97
3.2. Enseigne parallèle au mur.....	99
3.3. Enseigne sur auvent, marquise ou balcon.....	103
3.4. Enseigne sur clôture.....	105
3.5. Enseigne perpendiculaire au mur.....	107
3.6. La surface cumulée des enseignes.....	112
3.7. Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	113
3.8. Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....	120
3.9. Enseigne lumineuse.....	124
3.10. Enseignes et préenseignes temporaires.....	126
III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure.....	128
1. Les objectifs.....	128
2. Les orientations.....	129
IV. Justification des choix retenus.....	130
1. Le zonage en matière de publicités et préenseignes.....	130
2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	132
3. Le zonage en matière d'enseignes.....	134
4. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	136

Tables des abréviations

ABF	Architecte des Bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan local d'urbanisme
PLUi	Plan local d'urbanisme intercommunal
RLP	Règlement local de publicité
RLPi	Règlement local de publicité intercommunal
RNP	Règlement national de publicité
SIL	Signalisation d'information locale
SPR	Site patrimonial remarquable
ZP	Zone de publicité

Introduction

La Communauté d'Agglomération Bergeracoise est intégralement située dans le département de la Dordogne. Elle regroupe 38 communes et 62 581 habitants¹.

Communes	Nombre d'habitants
Bergerac	26 693
Bosset	213
Bouniagues	609
Colombier	266
Cours-de-Pile	1 563
Creysse	1 749
Cunèges	285
Fraisse	173
Gageac-et-Rouillac	477
Gardonne	1 600
Ginestet	721
La Force	2 653
Lamonzie-Montastruc	694
Lamonzie-Saint-Martin	2 609
Le Fleix	1 488
Lembras	1 208
Lunas	411
Mescoules	178
Monbazillac	804
Monestier	404
Monfaucon	290
Mouleydier	1 139

¹ Données démographiques issues du recensement 2019 de l'INSEE (population totale)

Pomport	721
Prigonrieux	4 143
Queyssac	467
Rzac-de-Saussignac	339
Ribagnac	310
Rouffignac-de-Sigoulès	301
Saint-Georges-Blancaneix	269
Saint-Germain-et-Mons	864
Saint-Géry	243
Saint-Laurent-des-Vignes	918
Saint-Nexans	986
Saint-Pierre-d'Eyraud	1 811
Saint-Sauveur	859
Saussignac	426
Sigoulès-et-Flaugeac	1 202
Thénac	499
Total	60 585

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression², qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et les enjeux environnementaux, tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

Au regard des enjeux fondamentaux relatifs à ces matières, le législateur a entendu créer ainsi un régime particulier et dérogatoire d'encadrement de l'activité publicitaire lorsqu'elle est exercée par le biais d'enseignes ou de préenseignes ; ce choix particulier s'opère par le biais d'un régime de police administrative spéciale.

² L'article L581-1 du Code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

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

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴, afin de transformer les Règlements Locaux de Publicité (RLP), en de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et les préenseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation et à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi). Véritable outil de mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP(i) permet d'adapter les règles nationales régissant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie aux conditions et caractéristiques locales d'un territoire.

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

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

³ Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

⁴ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le Code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 janvier 2021⁵.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du Code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU(i) qui est également compétente pour la révision du RLP(i)⁶.

En outre, l'article L.581-14 du Code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré normalement à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir qu'à titre palliatif.

La Communauté d'Agglomération Bergeracoise disposant de la compétence en matière de PLU⁷, l'élaboration ou la révision des Règlements Locaux de Publicité lui revient donc.

Le RLP(i) est élaboré sur la même base normative que les PLU(i) et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité concernée (intercommunalité ou commune) en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du Règlement Local de Publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **Les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, le ou les périmètres identifiés par le Règlement Local de Publicité, et sont annexés à celui-ci, ce qui leur confère la même force juridique. Les limites

⁵ Article L581-14-3 du Code de l'environnement

⁶ Article L 581-14 du Code de l'environnement

⁷ Article L.5219-5 I. du Code général des collectivités territoriales.

de l'agglomération, fixées par le Maire en application de l'article R.411-2 du Code de la route, sont également représentées sur un document graphique annexé au Règlement Local de Publicité, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, afin de permettre une meilleure coordination entre le champ d'application des différentes législations.

Le présent document constitue ainsi le « *rapport de présentation* » de ce RLP(i) et élabore en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

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

Le Code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du Code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

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

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

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

Avant la loi Climat⁸, en présence d'un RLP(i), le pouvoir de police en matière de publicité appartenait aux Maires des communes concernées par le RLP(i)⁹. Le Maire exerçait le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP(i). C'est donc le Maire compétent qui délivrait les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU(i)¹⁰.

⁸ Loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets.

⁹ Article L.581-14-2 du Code de l'environnement.

¹⁰ Article L 621-30 du Code du patrimoine

La loi Climat prévoit, à compter du 1^{er} janvier 2024, qu'y compris en l'absence d'un RLP(i) le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes. Néanmoins, la loi Climat a prévu des possibilités de transfert de cette compétence à l'EPCI lorsque celui-ci est compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i). Cette possibilité de transfert de compétence est également possible lorsque l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i) mais que la commune en question compte moins de 3 500 habitants.

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

1. Définitions

1.1. Le Règlement Local de Publicité

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

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

Le RLP(i) comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles nationales.

Le Code de l'environnement et le règlement national de publicité constituent en effet des règles nationales qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, l'autorité locale ne peut normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹¹.

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

¹¹ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains.

dispositif de publicité non lumineuse de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règle locale).

Le RLP(i) approuvé est annexé au PLU(i) afin de garantir son accessibilité dans un but de sécurité juridique.

1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

Constitue **une publicité**¹², à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.



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

Toutefois, ne constituent pas des publicités, les inscriptions, formes ou images régies par des dispositions spécifiques dont les panneaux de signalisation routière, ferroviaire, aérienne, fluviales ou maritime, les panneaux et marques à caractère réglementaire ou obligatoire (affichage en matière d'urbanisme par exemple).

¹² Article L581-3-1° du Code de l'environnement

Constitue **une enseigne**¹³ toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

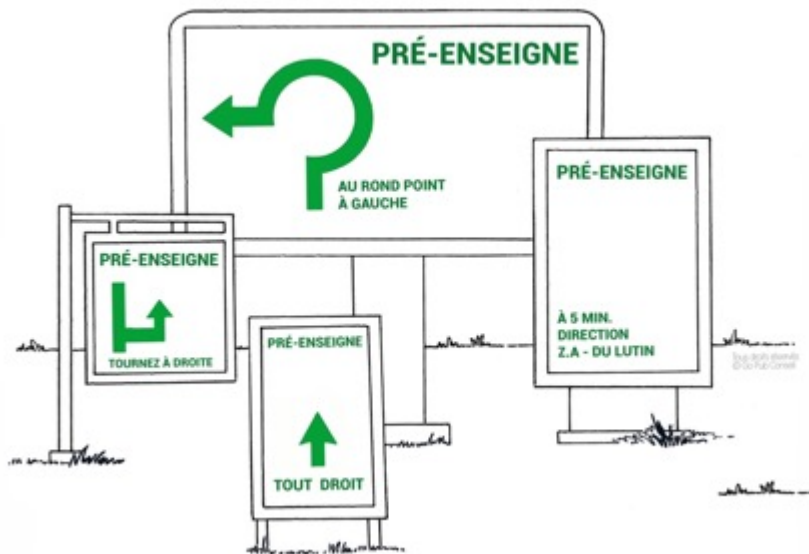
Ce qui est « *relatif à une activité* » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message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

Ne seront cependant jamais considérés comme des enseignes, les éléments régis par des législations spécifiques ayant un caractère obligatoire ou protégé (inscriptions intégrées à une protection au titre des monuments historiques par exemple).

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

¹³ Article L581-3-2° du Code de l'environnement

Constitue **une préenseigne**¹⁴ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



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

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

La notion de surface unitaire du dispositif mentionnée dans les articles du Code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹⁵ ou non¹⁶ apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

1.3. La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les affiches, enseignes et préenseignes est définie par le Code de la route »¹⁷. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du Code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « 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 », conformément à l'article R.110-2 du Code de la route.

¹⁴ Article L581-3-3° du Code de l'environnement

¹⁵ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

¹⁶ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

¹⁷ Article L581-7 du Code de l'environnement

Ses limites sont fixées normalement par arrêté du Maire et représentées sur un document graphique qui est annexé au Règlement Local de Publicité¹⁹.

La notion d'agglomération est donc définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du Maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

Aux termes de l'article L 581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière²⁰, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places²¹. Les publicités peuvent aussi être autorisées par le RLP(i) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

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

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

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

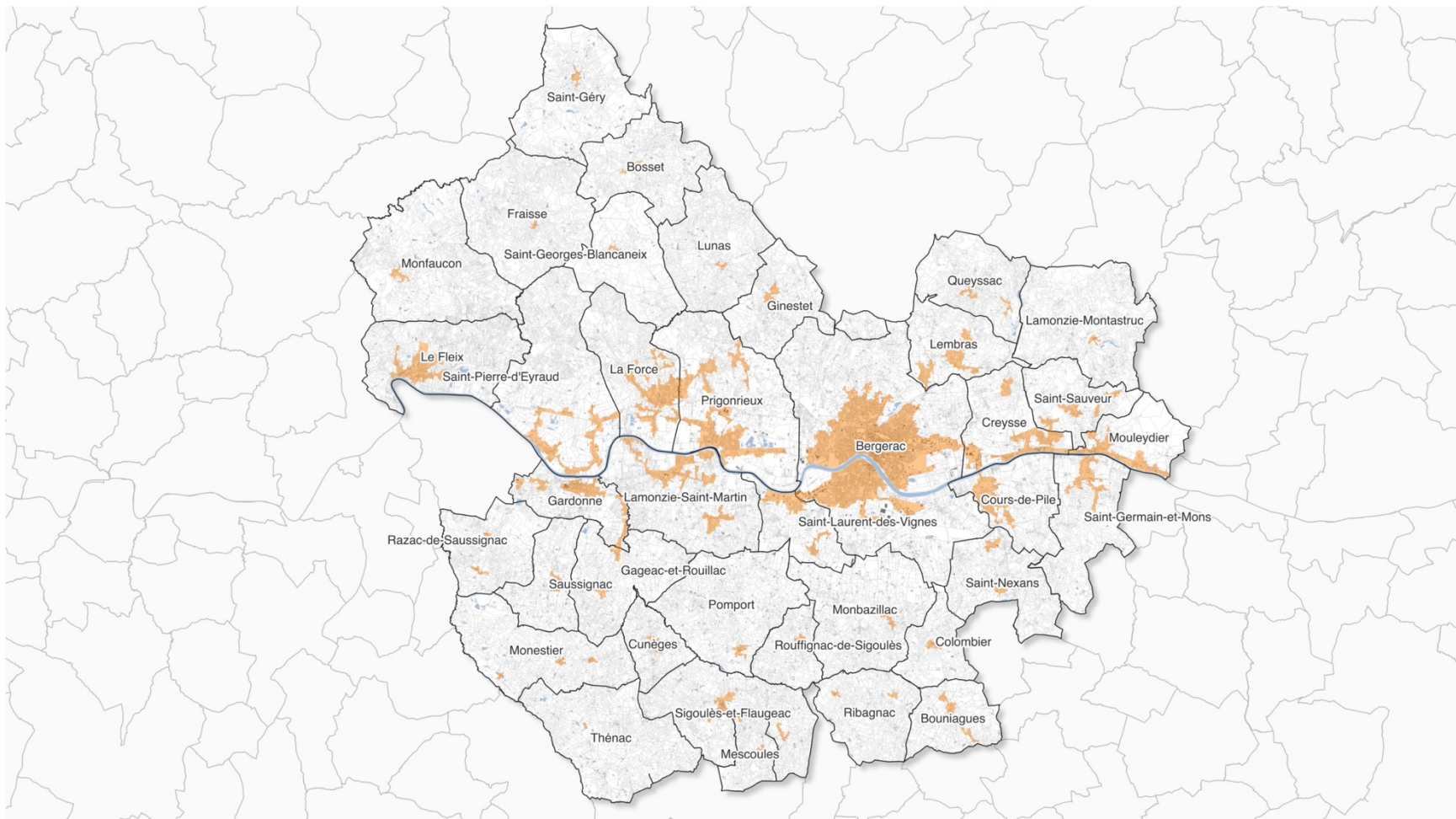
¹⁸ Article R.411-2 du Code de la route

¹⁹ Article R581-78 al. 2 du Code de l'environnement

²⁰ Article R 110-2 du Code de la route

²¹ Article L581-3-3° du Code de l'environnement

Zone(s) d'agglomération de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

Zone(s) d'agglomération



0 5 10 km



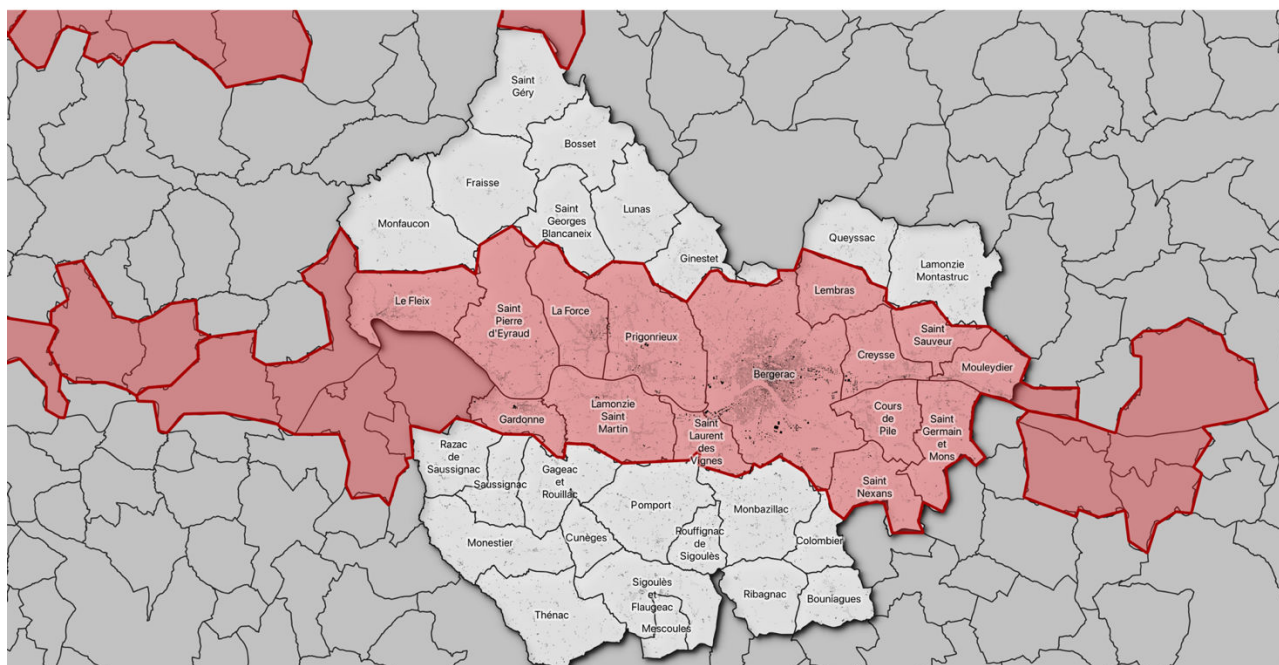
1.4. La notion d'unité urbaine

La notion **d'unité urbaine** ne correspond pas à une collectivité juridique particulière, telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine. On appelle ainsi unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Pour l'application de la réglementation de la publicité extérieure, le seuil de référence est de 100 000 habitants. Les communes de Bergerac, Cours-de-Pile, Creysse, Gardonne, La Force, Lamonzie-Saint-Martin, Le Fleix, Lembras, Mouleydier, Prignonieux, Saint-Germain-et-Mons, Saint-Laurent-des-Vignes, Saint-Nexans, Saint-Pierre-d'Eyraud et Saint-Sauveur appartiennent à l'unité urbaine de Bergerac, regroupant 22 communes (dont 15 font partie de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise). Cette unité urbaine compte 64 183 d'habitants²². Les autres communes n'appartiennent à aucune unité urbaine, elles sont appelées « unités urbaines isolées ».

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que ces images soient fixes.

Unité urbaine Bergeracoise



0 5 10 km

Unité urbaine 2020

Unité urbaine : Base des unités urbaines 2020 de l'INSEE, zonage établi en référence à la population connue au recensement de 2017 et sur la géographie administrative du territoire au 1er janvier 2020

²² Données démographiques de l'INSEE, 2019.

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

2.1. Les interdictions absolues

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

I. - Toute publicité est interdite :

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

Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporées au classement de protection.

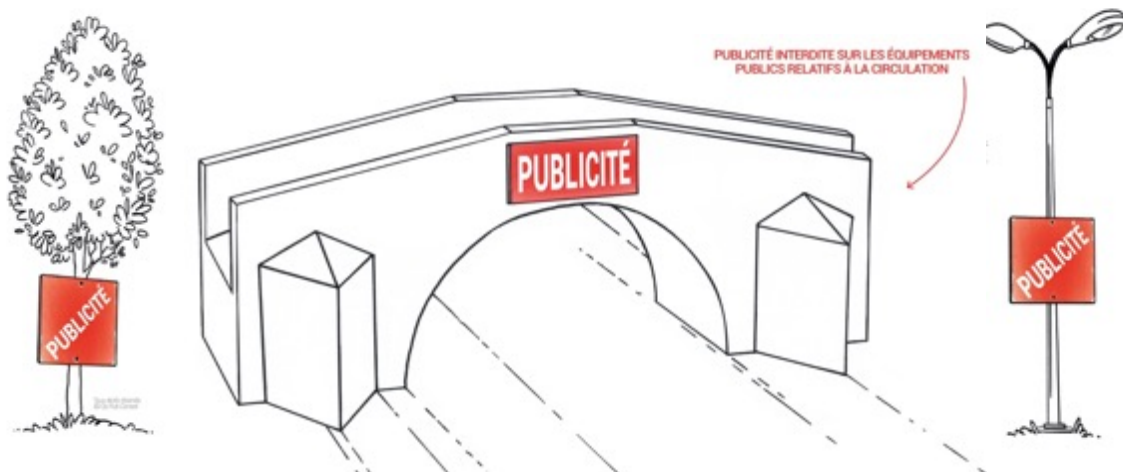
En l'espèce, la Communauté d'Agglomération Bergeracoise est concernée par l'interdiction absolue de publicité sur les 28 monuments historiques classés ou inscrits du territoire (voir liste ci-après).

L'interdiction absolue de publicité s'applique également sur les arbres.

La partie réglementaire du Code de l'environnement prévoit d'autres interdictions²³.

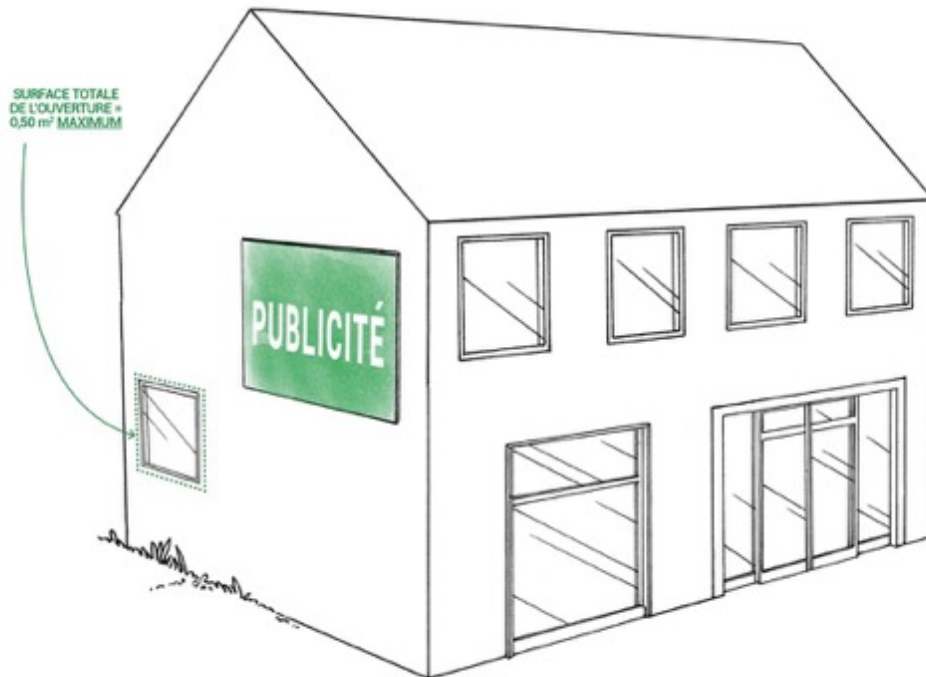
Ainsi, la publicité est également interdite :

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



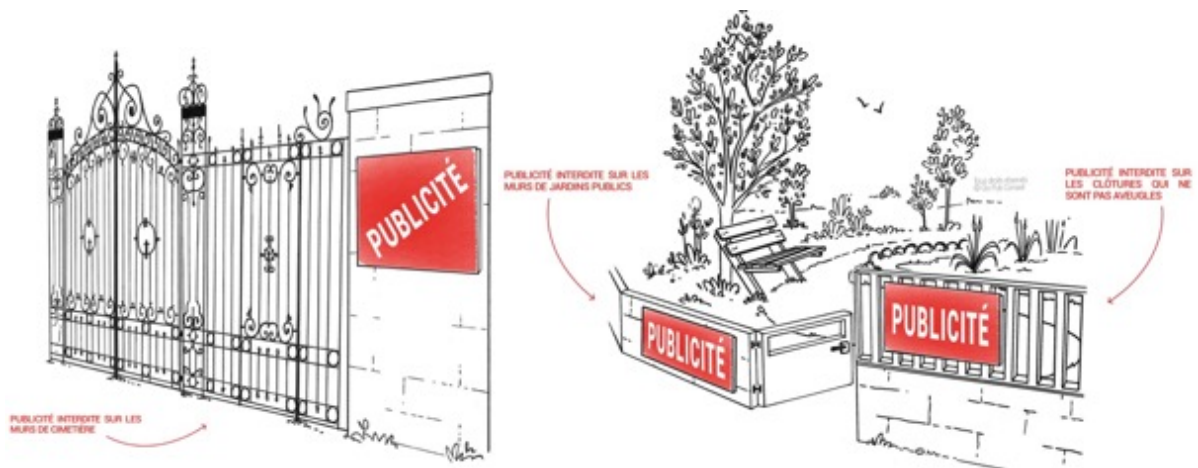
²³ Article R.581-22 du Code de l'environnement.

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



3° sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

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



Communes	Nombre de monuments historiques	Nom du monuments historiques
Bergerac	9	Maison dite château Henri IV
		Maison dite La Vieille Auberge
		La Galerie Renaissance
		Château de Lespinassat
		Église Notre-Dame
		Château de Mounet Sully
		Toiture et façades de l'ancien séminaire
		Église Saint-Jacques
		Maison Pic
Bosset	0	-
Bouniagues	1	Presbytère
Colombier	2	Château de la Jaubertie
		Église
Cours-de-Pile	0	-
Creysse	1	Domaine du château de Tiregand
Cunèges	0	-
Fraisse	0	-
Gageac-et-Rouillac	1	Château de Gageac
Gardonne	0	-
Ginestet	0	-
La Force	1	Château
Lamonzie-Montastruc	3	Château de Bellegarde
		Château de Montastruc
		Église
Lamonzie-Saint-Martin	1	Domaine du château de Saint-Martin

Le Fleix	1	Château de Fleix
Lembras	0	-
Lunas	0	-
Mescoules	0	-
Monbazillac	2	Château de Monbazillac
		Manoir de Fonvieille
Monestier	0	-
Monfaucon	0	-
Mouleydier	1	Écluses de la Tuillières
Pomport	1	Chapelle Saint-Mayme
Prigonrieux	0	-
Queyssac	0	-
Razac-de-Saussignac	0	-
Ribagnac	1	Château de Bridoire
Rouffignac-de-Sigoulès	0	-
Saint-Georges-Blancaneix	0	-
Saint-Germain-et-Mons	0	
Saint-Géry	0	
Saint-Laurent-des-Vignes	0	
Saint-Nexans	1	Église
Saint-Pierre-d'Eyraud	0	-
Saint-Sauveur	1	Château de Grateloup
Saussignac	0	-
Sigoulès-et-Flaugeac		Église et cimetière de Lestignac
Thénac	2	Château de Puyguilhem
		Prieuré de Monbos
Total		28

2.2. Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP(i)²⁴.

Ces interdictions relatives concernent :

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

La Communauté d'Agglomération Bergeracoise est concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci. »²⁵

En l'espèce, cette protection s'applique à la liste de monuments classés et inscrits énumérée ci-avant²⁶ mais également aux périmètres suivants :

- le périmètre de protection aux abords du château de Garraube, situé sur la commune de Liorac-sur-Louyre ;
- le périmètre de protection aux abords du château de Fauga, situé sur la commune de Port-Sainte-Foy-et-Ponchapt ;
- le périmètre de protection aux abords du bassin de Radoub, situé sur la commune de Saint-Capraise-de-Lalinde ;
- le périmètre de protection aux abords de l'église de saint-Innocence, située sur la commune de Saint-Julien-Innocence-Eulalie.

²⁴ Article L.581-8 du Code de l'environnement.

²⁵ Article L.621-30 du Code du patrimoine.

²⁶ Voir « Les interdictions absolues » du présent rapport.

L'interdiction relative de publicité s'applique également dans le périmètre du Site Patrimonial Remarquable²⁷ (SPR) de Bergerac. Depuis la loi dite « LCAP » de 2016, les aires de valorisation de l'architecture et du patrimoine (AVAP), les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et les secteurs sauvegardés sont regroupés sous l'appellation « *Site Patrimonial Remarquable* ». La loi LCAP indique que « *La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé* »²⁸

Plusieurs sites inscrits présents sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise font également l'objet d'une interdiction relative de publicité. C'est le cas pour les 5 sites suivants :

- Le site « *quartiers anciens* » de Bergerac (ce site est situé dans le SPR) ;
- Le site de la Catte à Bergerac (en parti situé dans le SPR) ;
- Le site de l'ancien cimetière de Saint-Pierre-d'Eyraud ;
- Le site de Perrou, sur la commune de Gageac-et-Rouillac ;
- Le site du château de Grateloup et ses abords sur la commune de Saint-Sauveur.

Enfin, le territoire est également concerné par l'interdiction relative de publicité sur les 2 sites Natura 2000 suivants :

- La Dordogne ;
- La Grotte de Saint-Sulpice d'Eymet.

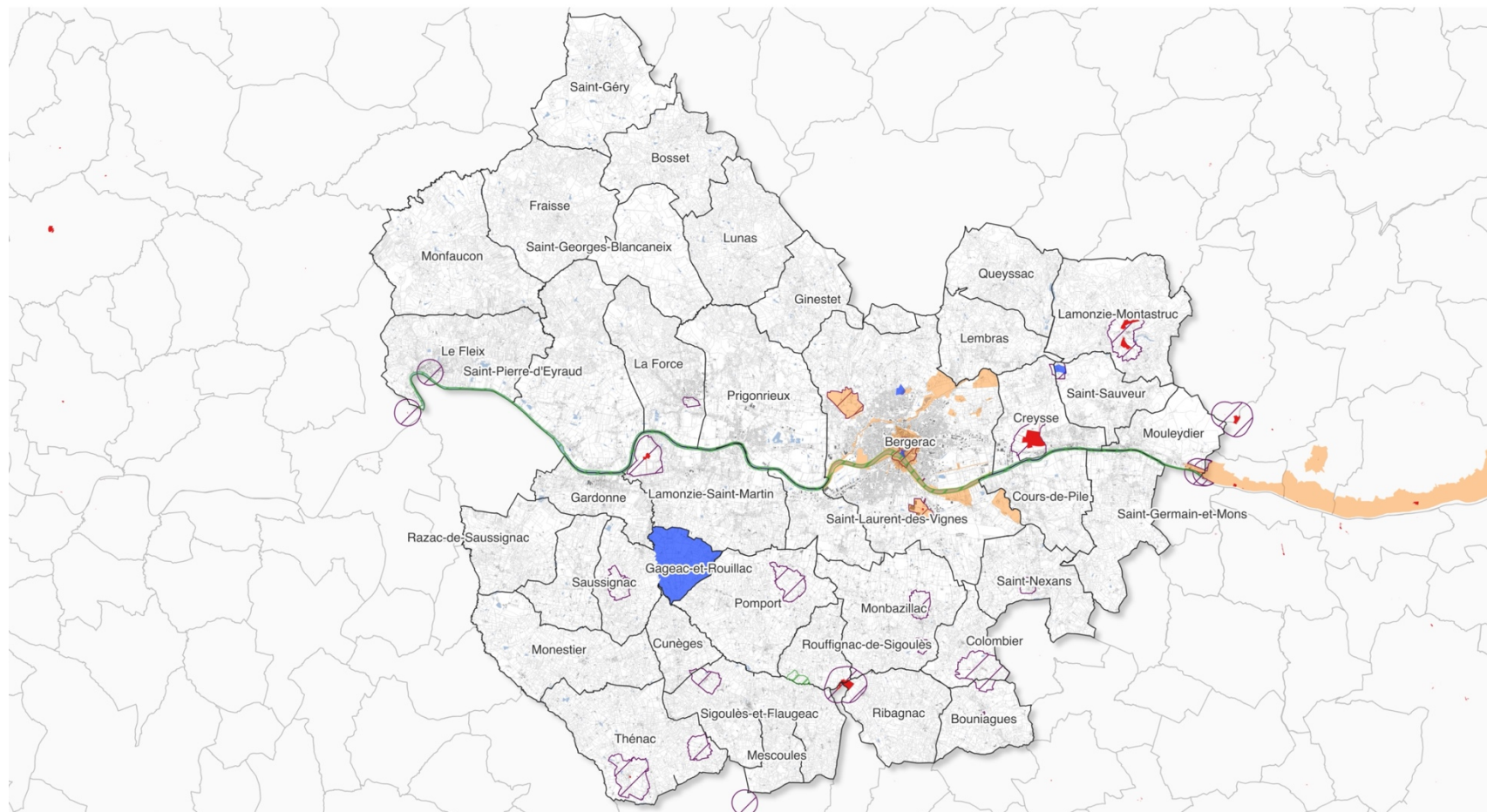
La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise²⁹.

²⁷ Article L.631-1 du Code du patrimoine.






²⁸ Article L.621-30 du Code du patrimoine.

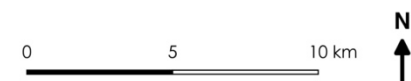
²⁹ Cartographies par commune en annexe.

Interdictions relatives et absolues de publicité applicables sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

-  Périètres de protections et abords des monuments historiques
-  Monuments historiques classés ou inscrits
-  Sites Patrimoniaux Remarquables
-  Sites inscrits
-  Zone Natura 2000



3. Les règles applicables au territoire

A l'exception de Bergerac, les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise sont celles définies pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Sur la commune de Bergerac, ce sont les règles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants ainsi que celles de son Règlement Local de Publicité (RLP) qui s'appliquent.

3.1. La réglementation locale existante

Seule la ville de Bergerac dispose d'un RLP. Il s'agit d'un RLP dit de « 1^{ère} génération » adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982³⁰. Les RLP dit de « 1^{ère} génération » sont caducs depuis janvier 2021 sauf lorsqu'un RLPi est en cours d'élaboration³¹. Dans ce dernier cas, la loi « vie locale et proximité »³², qui a repoussé le délai de caducité de ces RLP. Ainsi, le RLP de Bergerac qui est devenu caduc seulement en juillet 2022.

Ainsi, Le RLP de Bergerac est devenu caduc en juillet 2022.

Le RLP de Bergerac fixe 7 zones dont 4 zones de publicité restreinte (ZPR) et 3 zones de publicité autorisée (ZPA) :

- La ZPR1 couvre le Vieux Bergerac (rive droite et gauche), des hameaux périphériques et des rives de la rivière Dordogne (en cohérence avec le cœur de la ZPPAUP 1, 2 et 6) ;
- La ZPR2 constitue une couronne autour de la zone ZPR1 du centre-ville (en cohérence avec la ZPPAUP 1) ;
- La ZPR3 couvre l'agglomération, en dehors de la ZPR1, ZPR2 et de la ZPE (zone de publicité élargie), à l'intérieur des boulevards structurants ;
- La ZPE couvre l'agglomération au sens large en dehors des ZPR1 à 3 ;
- La ZPA couvre des lieux ciblés hors agglomération (entrée de ville, secteur de l'aéroport, zones artisanales et commerciales) ;
- La ZPA bis comprend des lieux ciblés hors agglomération faisant la transition entre les zones protégées (ZPR1, ZR2 ou ZPR3) et les ZPA, ZPE ou ZPI.

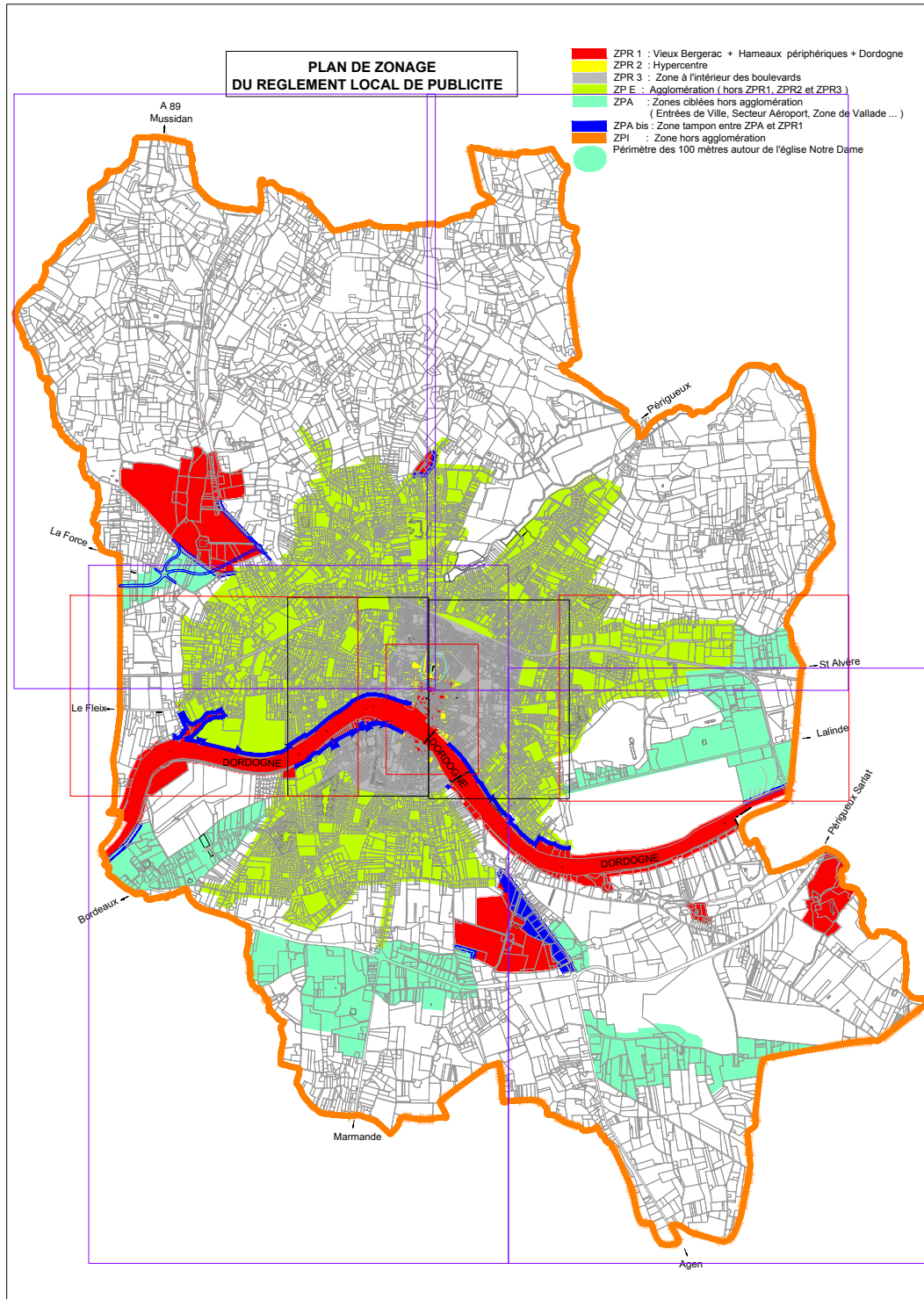
Enfin, le périmètre de la commune hors agglomération (territoire communal hors agglomération sans les ZPA et ZPA bis) est dénommé ZPI (zone de publicité interdite).

³⁰ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

³¹ Article L.581-14-3 du Code de l'environnement.

³² Articles 22 et 23 de la loi n°2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application, ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L.581-14 que « le Règlement Local de Publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national »³³.



³³ Article L.581-14 du Code de l'environnement.

Le tableau ci-dessous synthétise les règles applicables aux publicités et préenseignes du RLP de Bergerac :

	ZPR1 – Vieux Bergerac	ZPR2 : Hyper centre (ZPPAUP 1)	ZPR3 : Agglomération l'intérieur des boulevards structurants (en dehors de la ZPR1 et ZPR2)	ZPE : Agglomération / ZPA : Espaces ciblés hors agglomération (entrée de ville, aéroport, zones d'activités, etc.) et ZPA bis : espace hors agglomération en dehors de la ZPA.	ZPI : Zone de publicité interdite
Interdiction (applicable à tous les dispositifs)	Sont interdits : - les dispositifs sur matériaux non durables ou en mauvais état, - les bâches, les banderoles ou les autres matériaux souples (sauf drapeaux et kakémonos qui sont autorisés), - les dispositifs sur les bords de voies et domaine public de façon générale, - les dispositifs installés côte à côte, l'un au- dessus de l'autre, - les dispositifs sur les arbres et plantations, sur ouvrages ou équipements publics, sur ou accolés à une clôture aveugle ou non aveugle, - les dispositifs sur balcon, sur toiture ou les dispositifs lumineux.		Idem ZPR1 et ZPR2 sauf pour les supports lumineux qui sont autorisés.	Idem ZPR3 sauf pour les supports sur toiture ou terrasse en tenant lieu qui sont autorisés.	Idem ZPR3.
Interdiction de la publicité	Publicité interdite.		Aucune		
Dispositifs sur bâti	Non précisé par le RLP.		Surface cumulée des dispositifs sur bâti : 25% de la surface commerciale principale. Cette règle concerne les enseignes, publicités et préenseignes.		Non précisé par le RLP.

	ZPR1 – Vieux Bergerac	ZPR2 : Hyper centre (ZPPAUP 1)	ZPR3 : Agglomération l'intérieur des boulevards structurants (en dehors de la ZPR1 et ZPR2)	Agglomération / ZPA : Espaces ciblés hors agglomération (entrée de ville, aéroport, zones d'activités, etc.) et ZPA bis : espace hors agglomération en dehors de la ZPA.	ZPI : Zone de publicité interdite
Préenseigne	<p>Seules les préenseignes dérogatoires sont autorisées, ainsi que les chevalets dès lors qu'ils disposent d'une autorisation d'occupation du domaine public.</p> <p>Les chevalets doivent respecter les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - installation dans l'alignement de la façade commerciale ; - installation n'entravant pas la libre circulation des piétons ; - 1 dispositif par façade et par côté de rue ; - support amovible uniquement et non lumineux ; - support plat et rigide en bois ou équivalent ; - qualité esthétique et bonne intégration dans le site ; - dimensions maximales : 1,2 m de haut et 0,80 m de large. <p>La micro-signalisation de proximité sur mobilier urbain réservé à cet effet est également autorisée dans les conditions suivantes : maximum 4 panneaux par activité et autorisation du ou des gestionnaires de voirie.</p>			<p>Les chevalets dès lors qu'ils disposent d'une autorisation d'occupation du domaine public sont autorisés et doivent respecter les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - installation dans l'alignement de la façade commerciale ; - installation n'entravant pas la libre circulation des piétons ; - 1 dispositif par façade et par côté de rue ; - support amovible uniquement et non lumineux ; - support plat et rigide, en bois ou équivalent ; - qualité esthétique et bonne intégration dans le site ; - dimensions maximales : 1,2 m de haut et 0,80 m de large. <p>La micro-signalisation de proximité sur mobilier urbain réservé à cet effet est également autorisée dans les conditions suivantes : maximum 4 panneaux par activité et autorisation du ou des gestionnaires de voirie.</p>	<p>Idem ZPR1 et ZPR2 sauf pour la micro-signalisation de proximité sur mobilier urbain réservé à cet effet. Cette dernière est autorisée mais aucune condition particulière n'est requise par le RLP.</p>

	ZPR1 – Vieux Bergerac	ZPR2 : Hyper centre (ZPPAUP 1)	ZPR3 : Agglomération l'intérieur des boulevards structurants (en dehors de la ZPR1 et ZPR2)	ZPE : Agglomération / ZPA : Espaces ciblés hors agglomération (entrée de ville, aéroport, zones d'activités, etc.) et ZPA bis : espace hors agglomération en dehors de la ZPA.	ZPI : Zone de publicité interdite
Publicité ou préenseigne sur mur	Interdite		<p>Les publicités / préenseignes sur mur sont interdites sur mur non aveugle ou avec une ouverture de plus de 0, 50 m² unitaire.</p> <p>Elles sont limitées à 1 dispositif par côté de rue et doivent répondre aux caractéristiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 m² maximum ; - leur installation doit être respectueuse du bâti ; - les matériaux supports des textes et graphisme doivent être de bonne qualité, esthétiques et rigides (matériaux souples interdits) ; - hauteur au sol : 6 m - installation supérieure à 50 cm du sol et saillie maximale de 25 cm ; - largeur du support 2 m ; - le cadre support doit être inférieur à 1/4 de la surface d'affichage ; - éclairage possible uniquement de type spot ou lanterne (caissons lumineux et guirlandes d'ampoules interdites) sans source lumineuse intermittente ou colorée. 	<p>Les publicités / préenseignes sur mur sont interdites sur mur non aveugle ou avec une ouverture de plus de 0, 50 m² unitaire.</p> <p>Elles sont limitées à 1 dispositif par côté de rue et doivent répondre aux caractéristiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 12 m² maximum - leur installation doit être respectueuse du bâti - les matériaux supports des textes et graphisme doivent être de bonne qualité, esthétiques et rigides (matériaux souples interdits) - hauteur au sol : 6 m - installation supérieure à 50 cm du sol et saillie maximale de 40 cm - largeur du support 4 m - le cadre support doit être inférieur à 1/4 de la surface d'affichage. - éclairage possible uniquement de type spot ou lanterne (caissons lumineux et guirlandes d'ampoules interdites) sans source lumineuse intermittente ou colorée. 	Interdite

	ZPR1 – Vieux Bergerac	ZPR2 : Hyper centre (ZPPAUP 1)	ZPR3 : Agglomération l'intérieur des boulevards structurants (en dehors de la ZPR1 et ZPR2)	ZPE : Agglomération / ZPA : Espaces ciblés hors agglomération (entrée de ville, aéroport, zones d'activités, etc.) et ZPA bis : espace hors agglomération en dehors de la ZPA.	ZPI : Zone de publicité interdite
Publicité ou préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Interdite		<p>Sur voies communales, départementales ou nationales, l'installation des publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est soumise à autorisation du ou des services en charge de la gestion de la voirie.</p> <p>Ces publicités doivent respecter les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 m² max ; - matériaux supports des textes et graphisme de bonne qualité, esthétiques et rigides (matériaux souples interdits) ; - hauteur au sol 2,5 m ; - hauteur du cadre par rapport au sol 50 cm ; - largeur 2 m ; - implantation perpendiculaire à l'axe de la voie ; - pied unique ou bi-mât ; - le cadre support doit être inférieur à ¼ de la surface d'affichage ; - éclairage possible uniquement de type spot ou lanterne (caissons lumineux et guirlandes d'ampoules 	<p>Sur voies communales, départementales ou nationales, l'installation des publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est soumise à autorisation du ou des services en charge de la gestion de la voirie.</p> <p>Ces publicités doivent respecter les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 12 m² max ; -matériaux supports des textes et graphisme de bonne qualité, esthétiques et rigides (matériaux souples interdits) ; - hauteur au sol 6 m ; - hauteur du cadre par rapport au sol 50 cm ; - largeur 4 m ; - implantation perpendiculaire à l'axe de la voie ; - pied unique ou bi-mât ; - le cadre support doit être inférieur à ¼ de la surface d'affichage ; 	Interdite

		interdites) sans source lumineuse intermittente ou colorée.	- éclairage possible uniquement de type spot ou lanterne (caissons lumineux et guirlandes d'ampoules interdites) sans source lumineuse intermittente ou colorée. Uniquement en ZPA bis : pour les dispositifs simple face, le bardage de la face non utilisée devra être de teinte RAL 6021.	
--	--	---	--	--

Globalement, l'analyse du RLP de Bergerac a permis de mettre en avant une forte volonté de la ville d'encadrer et de réduire les possibilités d'installation de la publicité sur son territoire. Néanmoins, un travail de simplification pourra être effectué dans le cadre du futur RLPi. En effet, le RLP est particulièrement complexe à appréhender car il contient de nombreuses zones (7 au total) et le cumul de règles pour chaque support, en plus des règles générales, ne permet pas une lecture simple et accessible du RLP.

Le futur RLPi pourra donc proposer des règles et un zonage permettant de simplifier la lecture du document. Un document simple est un document facilement appréhendé par les assujettis et facilement appliqué par les communes.

Par ailleurs, certains principes de règles / zones pourront être maintenus comme la préservation accrue du centre-ville et plus particulièrement du centre-ancien.

Le tableau ci-dessous synthétise les règles applicables aux enseignes du RLP de Bergerac :

	ZPR1 – Vieux Bergerac	ZPR2 : Hyper centre (ZPPAUP 1)	ZPR3 : Agglomération l'intérieur des boulevards structurants (en dehors de la ZPR1 et ZPR2)	ZPE : Agglomération / ZPA : Espaces ciblés hors agglomération (entrée de ville, aéroport, zones d'activités, etc.) et ZPA bis : espace hors agglomération en dehors de la ZPA.	ZPI : Zone de publicité interdite
Interdiction (applicable à tous les dispositifs)	Sont interdits : - les dispositifs sur matériaux non durables ou en mauvais état ; - les bâches, les banderoles ou les autres matériaux souples (sauf drapeaux et kakémonos qui sont autorisés) ; - les dispositifs sur les bords de voies et domaine public de façon générale ; - les dispositifs installés côte à côte, l'un au-dessus de l'autre ; - les dispositifs sur les arbres et plantations, sur ouvrages ou équipements publics, sur ou accolés à une clôture aveugle ou non aveugle ; - les dispositifs sur balcon, sur toiture ou les dispositifs lumineux.		Idem ZPR1 et ZPR2 sauf pour les supports lumineux qui sont autorisés.	Idem ZPR3 sauf pour les supports sur toiture ou terrasse en tenant lieu qui sont autorisés.	Idem ZPR3
Enseigne sur bâtiment	S'applique uniquement aux enseignes parallèles ou perpendiculaires : la surface cumulée est limitée à 1/6 ^{ème} (env. 16 %) de la surface commerciale principale	S'applique uniquement aux enseignes parallèles ou perpendiculaires : la surface cumulée est limitée à 1/5 ^{ème} (env. 20 %) de la surface commerciale principale.	Non précisé par le RLP.		Idem ZPR1

	ZPR1 – Vieux Bergerac	ZPR2 : Hyper centre (ZPPAUP 1)	ZPR3 : Agglomération l'intérieur des boulevards structurants (en dehors de la ZPR1 et ZPR2)	ZPE : Agglomération / ZPA : Espaces ciblés hors agglomération (entrée de ville, aéroport, zones d'activités, etc.) et ZPA bis : espace hors agglomération en dehors de la ZPA.	ZPI : Zone de publicité interdite
Enseigne parallèle	<p>Les enseignes parallèles doivent respecter les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - elles doivent respecter la composition architecturale de l'immeuble ; - leur installation doit se faire dans les limites du bandeau ; - elles ne doivent pas dépasser le bas des fenêtres du 1^{er} étage ; - leur installation sur vitrines est possible pour dégager piédroit et pilier. - elles doivent avoir une disposition harmonieuse par rapport à l'emprise des baies extérieures - leur installation doit se faire à plus de 50 cm du sol - leur saillie ne peut excéder 25 cm ; - elles doivent être en lettres découpées ou peintes ou dessinées sur supports transparents sans excéder 22 cm de hauteur et 5 cm d'épaisseur ; - éclairage par spot ou lanterne (guirlande, tube néons interdits) sans source lumineuse intermittente ou colorée. <p>En étage, les règles d'implantation énoncées ci-avant s'appliquent.</p> <p>Sur les stores ou auvent : installation sur le lambrequin sans dépasser des limites.</p>	Idem ZPR1 sauf que les enseignes parallèles au mur ne sont pas tenues d'être en lettres découpées ou lettres peintes et qu'elles ne sont pas limitées en hauteur et en épaisseur.	<p>Les enseignes parallèles doivent respecter les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - elles doivent respecter la composition architecturale de l'immeuble ; - leur installation doit se faire dans les limites du bandeau ; - elles doivent avoir une disposition harmonieuse par rapport l'alignement des baies ; - leur installation doit se faire à plus de 50 cm du sol ; - leur saillie ne peut excéder 40 cm ; - éclairage possible sauf guirlande, tube néon et source lumineuse intermittente ou fluorescente. <p>Sur les stores ou auvent : installation sur le lambrequin sans dépasser des limites.</p>		Idem ZPR1

	ZPR1 – Vieux Bergerac	ZPR2 : Hyper centre (ZPPAUP 1)	ZPR3 : Agglomération l'intérieur des boulevards structurants (en dehors de la ZPR1 et ZPR2)	Agglomération / ZPA : Espaces ciblés hors agglomération (entrée de ville, aéroport, zones d'activités, etc.) et ZPA bis : espace hors agglomération en dehors de la ZPA.	ZPI : Zone de publicité interdite
Enseigne perpend i-culaire	<p>Les enseignes perpendiculaires doivent respecter les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 seule enseigne par façade sauf pour les mentions légalement obligatoires (carottes, etc.) ; - elles doivent être de préférence figurative, à l'ancienne, en métal découpé ou en panneau de tôle peinte et suspendue à des potence ; - leur installation doit se faire prioritairement entre le rez-de-chaussée et le haut des ouvertures du 1^{er} étage - elles ne peuvent dépasser du mur supérieur ; - éclairage spot ou lanterne (guirlande, tube néons interdits) sans source lumineuse intermittente ou colorée (sauf pharmacie et vétérinaire) ; - caissons lumineux interdits ; - hauteur : 1,2 m max et saillie 0,8 m max. - hauteur d'implantation 3 m si le trottoir à une largeur supérieure de 1,3 m ou hauteur d'implantation 4,3 m si le trottoir est inférieur à 1,3 m. <p>Des dérogations aux critères de hauteur au sol et de saillie seront possibles pour les supports facilement et rapidement escamotables ou amovibles. Ces dispositifs devront être rabattus en fonction des jours, heures et périodes d'ouverture des activités concernées sans entraver la circulation des véhicules.</p>			<p>Les enseignes perpendiculaires doivent respecter les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 seule enseigne par façade sauf pour les mentions légalement obligatoires (carottes, etc.) ; - leur installation doit se faire prioritairement entre le rez-de-chaussée et le haut des ouvertures du 1^{er} étage ; - elles ne peuvent dépasser du mur supérieur ; - éclairage possible sauf guirlande, tube néon et source lumineuse intermittente ou fluorescente (sauf pharmacie et vétérinaire) ; - hauteur : 1,2 m max et saillie 0,8 m max ; - hauteur d'implantation 3 m si le trottoir à une largeur supérieure de 1,3 m ou hauteur d'implantation 4,3 m si le trottoir est inférieur à 1,3 m. 	

	<p>ZPR1 – Vieux Bergerac</p>	<p>ZPR2 : Hyper centre (ZPPAUP 1)</p>	<p>ZPR3 : Agglomération l'intérieur des boulevards structurants (en dehors de la ZPR1 et ZPR2)</p>	<p>Agglomération / ZPA : Espaces ciblés hors agglomération (entrée de ville, aéroport, zones d'activités, etc.) et ZPA bis : espace hors agglomération en dehors de la ZPA.</p>	<p>ZPI : Zone de publicité interdite</p>
<p>Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol</p>	<p>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées sous forme de panneau ou de totem (les objets, drapeaux et kakémonos sont interdits).</p> <p>Ces enseignes doivent respecter les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - elles doivent être harmonisées (matériaux, textes, graphismes) avec les enseignes en façade et l'architecture du bâti ; - leur surface est limitée à 1,5 m² ; - leur largeur est limitée à 1,5 m - leur hauteur au sol est limitée à 2,5 m ; - la largeur du pied doit être inférieure à ¼ de la largeur du panneau ; - éclairage possible par extérieur (caissons, guirlandes d'ampoules et tubes néons interdits) sans source lumineuse intermittente ou colorée. 	<p>Ces enseignes doivent respecter les règles suivantes : panneaux / sucettes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ils sont limités à 1 dispositif par commerce ; - leur surface est limitée à 2 m² ; - leur hauteur au sol est limitée à 2,5 m ; - leur largeur est limitée à 2 m ; - la hauteur de leur cadre par rapport au sol doit être supérieur à 0,50 m ; - leur implantation doit être perpendiculaire à l'axe de la voie ; - le pied doit être unique ou bi-mât ; - les matériaux supports doivent être de bonne qualité, esthétiques et rigides (matériaux souples interdits sauf drapeaux et kakémonos) ; - la surface du cadre supports est limitée à ¼ de la surface d'affichage ; - éclairage possible par extérieur (caissons, guirlandes d'ampoules et tubes néons interdits) sans source lumineuse intermittente ou colorée. <p>Totems :</p> <ul style="list-style-type: none"> - leur surface est limitée à 7,2 m² ; - leur largeur est limitée à 1,2 m ; - leur hauteur au sol est limitée à 6 m ; - la hauteur de leur cadre par rapport au sol doit être supérieure à 0,50 1,5 m² ; <p>Les dispositifs lumineux sont possibles pour les totems dont la surface est supérieure à 1,5 m², à l'exception toutefois des guirlandes d'ampoules et des sources lumineuses intermittentes ou fluorescentes.</p> <p>Seuls les totems supports d'information obligatoire (ex : prix des carburants) pourront dépasser les maximales autorisées dans les limites :</p> <ul style="list-style-type: none"> - leur surface est limitée à 12 m² ; - leur largeur est limitée à 2 m ; - leur hauteur au sol est limitée à 6 m ; - la hauteur de leur cadre par rapport au sol doit être supérieure à 0,50 m. <p>Kakémonos :</p> <ul style="list-style-type: none"> - leur surface est limitée à 5,5 m² ; - leur largeur est limitée à 1 m ; - leur hauteur au sol est limitée à 8 m ; - le pied doit être unique avec une largeur inférieure à 0,20 m. <p>Drapeaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - leur surface est limitée à 1,5 m² ; - leur hauteur est limitée à 1,5 m ; - leur hauteur au sol est limitée à 8 m ; - le pied doit être unique avec une largeur inférieure à 0,20 m. <p>Objets : leur hauteur est limitée à 4 m.</p>	<p>Panneaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - surface 12 m² ; - largeur 4 m ; - cadre inférieur à ¼ de la surface d'affichage ; - hauteur du cadre par rapport au sol 0,50 m ; - hauteur au sol : 6 m si l'enseigne dépasse 1,5 m² et 4 m si elle est inférieure à 1,5 m² ; - implantation perpendiculaire à l'axe de la voie pour les dispositifs dont la surface dépasse 1,5 m² ; - pied unique ou bi-mât, inférieure à ¼ de la largeur du panneau ; - dispositifs lumineux possible pour les totems dont la surface est supérieure à 1,5 m², à l'exception toutefois des guirlandes d'ampoules et des sources lumineuses intermittentes ou fluorescentes. <p>- Totems, kakémonos, drapeaux et objets : idem ZPR3.</p>	<p>Le nombre d'enseignes scellées au sol est limitée à 2 dispositifs d'une surface supérieure à 1 m² et 3 dispositifs d'une surface maximale de 1 m².</p>	

	ZPR1 – Vieux Bergerac	ZPR2 : Hyper centre (ZPPAUP 1)	ZPR3 : Agglomération à l'intérieur des boulevards structurants (en dehors de la ZPR1 et ZPR2)	ZPE : Agglomération / ZPA : Espaces ciblés hors agglomération (entrée de ville, aéroport, zones d'activités, etc.)	ZPA bis : espace hors agglomération en dehors de la ZPA.	ZPI : Zone de publicité interdite
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Interdite		Elles sont autorisées pour les bâtiments d'activité présentant un recul de 25 m par rapport à l'alignement du domaine public. Elles sont installées directement sur les toitures ou les terrasses en tenant lieu voire également en dépassement de la ligne supérieure du bâti. Elles sont limitées à 1 seul dispositif par façade commerciale principale. Leur installation doit se faire dans la ligne architecturale de l'immeuble. Elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés. Leur saillie est limitée à 0,25m. Leur hauteur est limitée au 1/3 de la hauteur de la façade commerciale dans la limite de 3 m.	Elles sont installées directement sur les toitures ou les terrasses en tenant lieu voire également en dépassement de la ligne supérieure du bâti. Elles sont limitées à 1 seul dispositif par façade commerciale principale. Leur installation doit se faire dans la ligne architecturale de l'immeuble. Elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés. Leur saillie est limitée à 0,40m. Pour les activités situées à moins de 300 m de l'alignement du domaine public : leur hauteur est limitée au 1/3 de la hauteur de la façade commerciale dans la limite de 3 m. Pour les activités situées à plus de 300 m de l'alignement du domaine public : leur hauteur est limitée à 7 m dont 2 m en applique et 5 m en toiture.	Idem ZPR3	Non-précisé par le RLP. Règles nationales
Extinction nocturne	Extinction 1 h après la fin de l'activité. Remise sous tension / en fonction 1 h avant l'ouverture au public.					

Le RLP de Bergerac propose une réglementation très complète en matière d'enseignes. En effet, les règles locales du RLP ont un effet positif sur les problématiques paysagères et enjeux paysagers liés aux enseignes en fonction de leur secteur d'installation.

On retient que le RLP de Bergerac interdit les enseignes sur les balcons, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sur certaines zones et encadre le format des enseignes perpendiculaires et scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Le futur RLPi pourra s'inspirer des règles proposées par le RLP de Bergerac pour pérenniser certaines bonnes pratiques observées sur le territoire notamment dans le centre-ancien et proposer une réglementation en cohérence avec les ambitions de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise. A ce titre, le RLPi n'a pas pour objectif de reprendre les articles du Code de l'environnement. Ce type d'exercice peut donner lieu à certaines erreurs et incomplétudes dans la reprise des articles. Il peut également venir complexifier la compréhension du document pour les administrés et les services effectuant l'instruction des déclarations et autorisations préalables. La rédaction du futur RLPi permettra de simplifier l'accès à ce document.

3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

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

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

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

Lors de l'inventaire, plusieurs préenseignes dérogatoires ont été relevées sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise.



Bergerac



Sigoulès-et-Flaugéac



Pomport



Mescoules

Préenseignes dérogatoires liées à la vente de vin, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Prigonrieux



Saint-Géry

Préenseignes dérogatoires liées à la vente de foie gras, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Les préenseignes dérogatoires doivent respecter les règles synthétisées dans le tableau ci-dessous :

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

2.1. Les règles du Code de l'environnement en matière d'aménagement d'opinion et de publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

Le maire est chargé de déterminer, par arrêté, un ou plusieurs emplacements destinés à. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Ces dispositifs sont exemptés de toutes redevances ou taxes.

La surface allouée par commune pour ce type d'affichage est de :

1° 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;

2° 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;

3° 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Pour l'ensemble des communes de la CAB, en dehors de Bergerac, La Force, Lamonzie-Saint-Martin, Prigonrieux, la surface allouée pour ce type d'affichage est de 4 m².

Pour les communes de La Force et de Lamonzie-Saint-Martin (2 653 habitants et 2 609 habitants³⁴), la surface allouée pour ce type d'affichage est de 6 m².

Pour la commune de Prigonrieux (4 143 habitants³⁵), la surface allouée pour ce type d'affichage est de 8 m².

Pour la commune de Bergerac (26 693 habitants³⁶), la surface allouée pour ce type d'affichage est de 32 m².

En matière d'emplacement, ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public, en surplombs de celui-ci ou sur le domaine privé communal sous réserve le ou les emplacements réservés soient disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un d'eux au moins.

³⁴ Données démographiques issue du recensement 2019 de l'INSEE (population totale).

³⁵ Idem

³⁶ Idem

3. Régime des autorisations et déclarations préalables

3.1. L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

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

3.2. La déclaration préalable

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

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

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

4. Les compétences en matière de publicité extérieure

Avant la loi Climat³⁷, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissaient comme suit :

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

Il existait une exception à cette répartition des compétences : il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le Maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

La loi Climat prévoit, à compter du 1^{er} janvier 2024, qu'y compris en l'absence d'un RLP(i) le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes. Néanmoins, la loi Climat a prévu des possibilités de transfert de cette compétence à l'EPCI lorsque celui-ci est compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i). Cette possibilité de transfert de compétence est également possible lorsque l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i) mais que la commune en question compte moins de 3 500 habitants.

³⁷ Loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets.

5. Les délais de mise en conformité

Le Code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'environnement ou au RLP(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes).

Tableau délais de mise en conformité des publicités, pré-enseignes, enseignes en fonction de la caducité des RLP ou de la création d'un RLP(i)

Territoires avec RLP (caduc ou proche caducité)		
Conformité immédiate	Toutes publicités, pré-enseignes, enseignes non conformes au RNP (règles RNP) et non conformes au RLP (caduc) au 13 juillet 2022	L.581-1 au L.581-45 et R.581-1 au R.581-88
Conformité au 14 janvier 2023	Toutes publicités, pré-enseignes, enseignes conformes au RLP (caduc) au 13 janvier 2021 et non conformes au RNP (règles RNP)	L.581-43
Conformité au 14 juillet 2024	Toutes publicités, pré-enseignes, enseignes conformes au RLP (caduc) au 13 juillet 2022 et non conformes au RNP (règles RNP)	L.581-43
Territoires sans RLP (avec RLP(i) en élaboration)		
Conformité 2 ans après approbation RLP(i)	Toutes publicités, pré-enseignes conformes au RNP (règles RLP(i))	règles RLP(i) plus restrictives que le RNP
Conformité 6 ans après approbation RLP(i)	Toutes enseignes conformes au RNP (règles RLP(i))	règles RLP(i) plus restrictives que le RNP

Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau de synthèse ci-dessous³⁸ :

	Infraction au Code de l'environnement	Infraction au RLP (i)
Publicités et préenseignes et supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines	Mise en conformité sans délai	Délai de 2 ans à compter de l'approbation du RLP (i) pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai	Délai de 6 ans à compter de l'approbation du RLP (i) pour se mettre en conformité

³⁸ Articles L.581-43 et R.581-88 du Code de l'environnement.

II. Les enjeux liés au parc d'affichage

Un inventaire sectoriel des publicités, des préenseignes et des enseignes situées sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise a été effectué en juillet 2021. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du Règlement Local de Publicité intercommunal a été réalisé.

Les publicités et préenseignes ont fait l'objet d'un relevé spécifique sur Bergerac et sur les axes générant d'importants flux de circulation, soit principalement les axes départementaux et nationaux.

Quant aux enseignes, elles ont fait l'objet d'un relevé représentatif³⁹ sur les centres-bourgs, les centres-villes et les zones d'activités des 38 communes du territoire qui concentrent la majorité des activités de la communauté d'agglomération.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise.

1. Les enjeux paysagers

D'après l'atlas des paysages du département de la Dordogne, la Communauté d'Agglomération Bergeracoise se situe à cheval sur différentes entités paysagères :

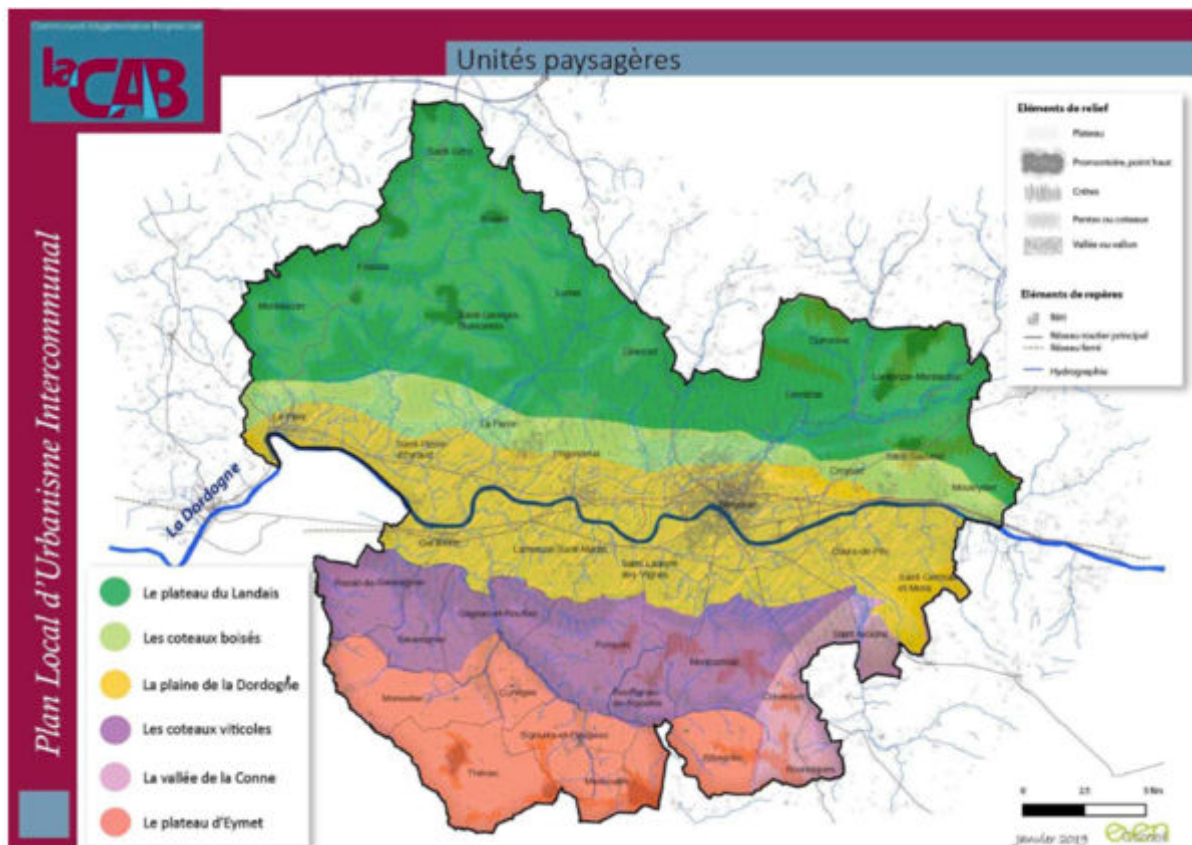
- Le Bergeracois (entité paysagère principale du territoire) ;
- La Double et le Landais ;
- Le Périgord central.



Source : Atlas des patrimoines de Dordogne.

³⁹ Le recensement réalisé n'était pas exhaustif mais seulement représentatif afin de mettre en exergue les enjeux généraux du territoire intercommunal.

C'est surtout le Bergeracois, unité paysagère principale du territoire intercommunal, qui fera l'objet d'une analyse spécifique.



Source : PLUI

Le Bergeracois est délimité :

- au Nord avec une rupture matérialisée par un paysage de forêts et de clairières ainsi que la disparition des espaces viticoles. C'est le passage du Bergeracois au Landais.
- à l'Est par une vallée plus étroite à part de Varennes et cela jusqu'à Lalinde.
- Au Sud par la vallée de la Dropt qui forme en partie la limite du département.

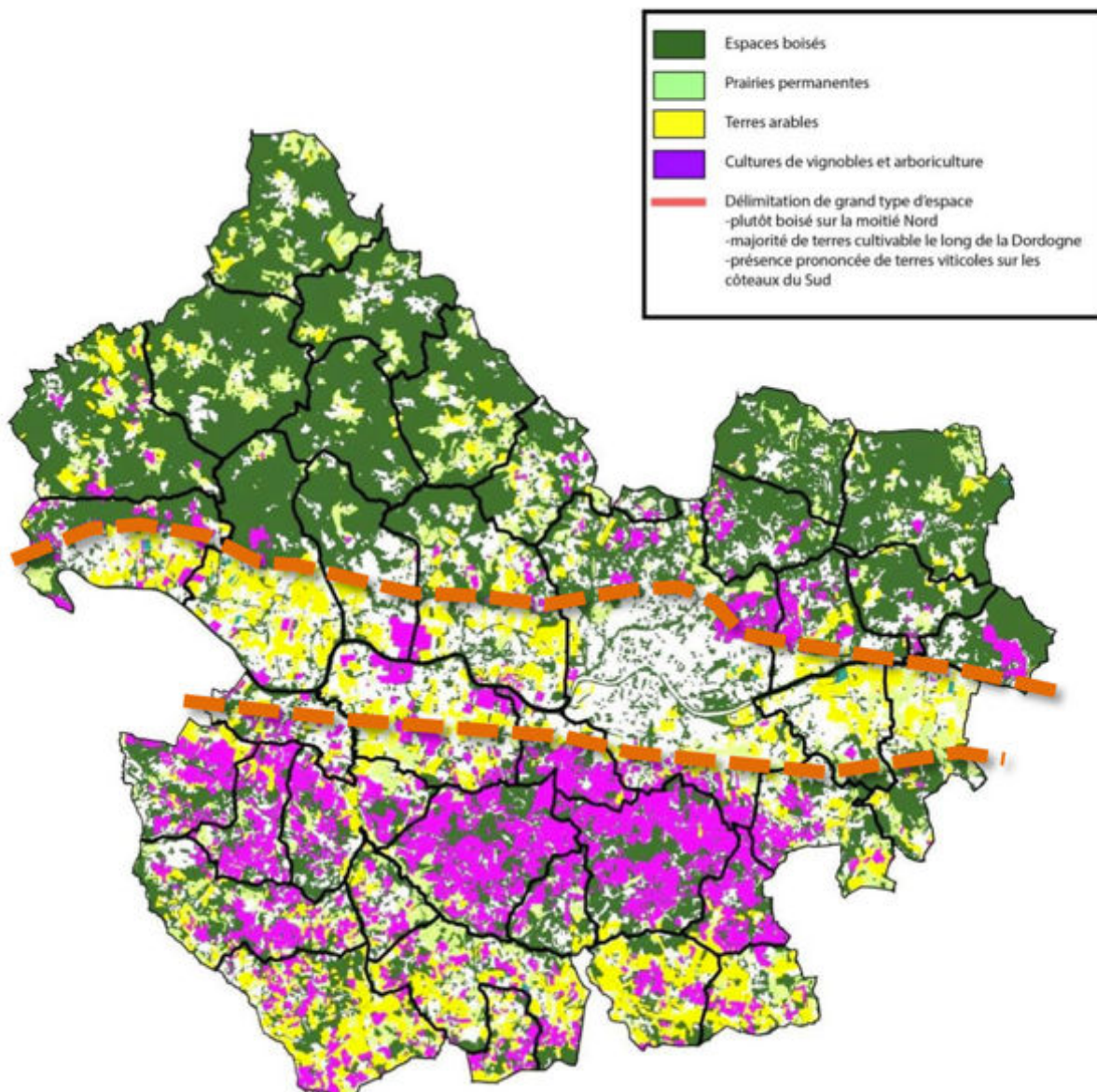
L'unité du Bergeracois est marquée par l'agriculture viticole qui permet de créer une identité propre à ce territoire. Le Bergeracois est composé de paysages mixtes et notamment de forêt, de la Dordogne, qui constitue un axe de communication majeur entre les villes, et de paysages ouverts et cultivés. Le Bergeracois est composé de 4 sous-unités paysagères :

- Le Pays Vélines, situé à l'ouest du Bergeracois, se caractérise par un paysage plus vallonné, alternant vignes et boisements.
- La Vallée de la Dordogne Bergeracois, se caractérise par l'absence de forêt et la présence de vignes sur le coteau sud ou une polyculture sur de grandes parcelles dans le fonds plat de la vallée. Elle se caractérise également par une urbanisation plus présente en partant de Bergerac vers les communes périphériques. Cette mixité entre espace agricole et

urbain crée des ambiances mi- rurale, mi-urbaine aux abords de l'agglomération principale de Bergerac.

- Les coteaux viticoles du sud Bergeracois, reflète la présence de culture viticoles et un patchwork de boisements, prairies et cultures. Les vignes deviennent plus clairsemées et plus discontinues à l'approche du vallon du Dropt.
- Le plateau d'Issigeac et vallons du Dropt, marque un contraste important avec la Vallée de la Dordogne et ses vignobles. S'ouvre alors de grands espaces avec des perspectives rectilignes formées par les routes. Au Sud du plateau, le paysage plus vallonné indique le passage au bassin versant du Dropt.

L'agriculture et la forêt sont donc une part dominante de ce paysage Bergeracois.



Source : PLUI

Plus rurales, les communes de l'extrême nord de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise génèrent moins de pression liée à la présence de publicité ou préenseignes sur le territoire. Elles se caractérisent par des espaces boisés plus importants que sur le reste de l'intercommunalité.



Bosset

Source : Atlas du Patrimoine de Dordogne



Mouleydier

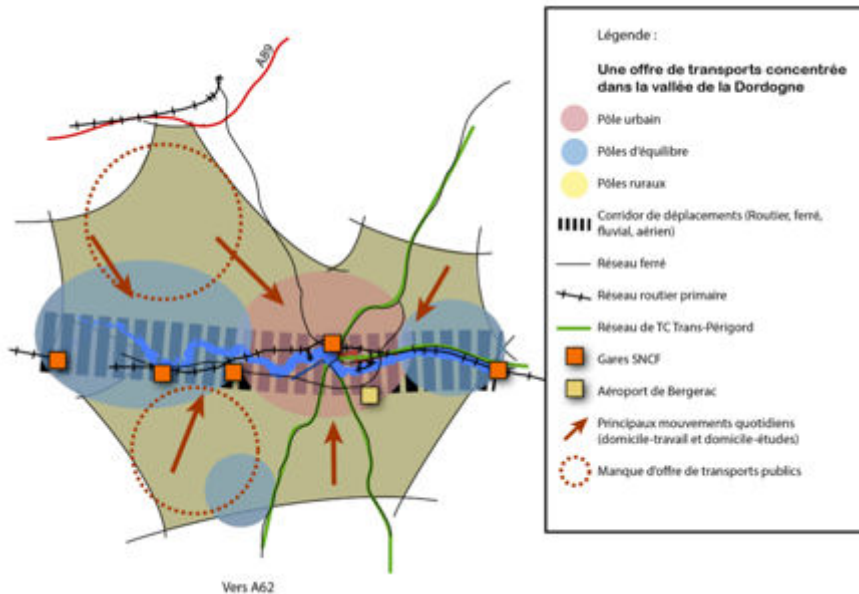


Saint-Pierre-d'Eyraud

Source : Atlas du Patrimoine de Dordogne

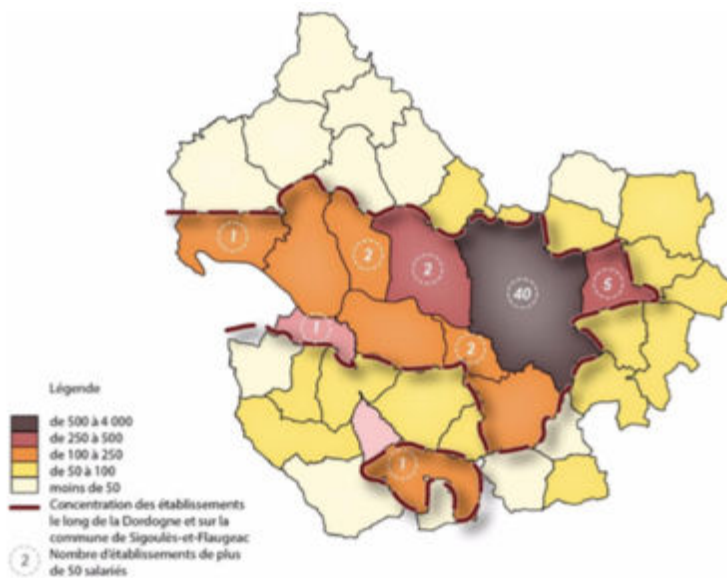
Les communes du Nord de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise sont marquées par de vastes espaces forestiers, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Quant à la Vallée de la Dordogne, elle alterne entre urbanisation plus marquée et espaces naturels liés à la Dordogne. La Vallée centralise, autour de Bergerac, les infrastructures de transport avec notamment un axe est-ouest, matérialisé par la D660 et la D936, particulièrement emprunté, la présence de plusieurs gares et d'un aéroport (parmi les 40 premiers de France).



Source : PLUi.

Le cœur de l'agglomération (Bergerac et sa périphérie proche) situé au cœur de la Vallée de la Dordogne concentre également la majorité des activités et entreprises du territoire.



Source : PLUi.

Les caractéristiques de la Vallée de la Dordogne sont donc propices à l'installation d'entreprises. Ces dernières entraînent l'apparition d'enseignes mais également de publicités et préenseignes installées sur les axes routiers générant de nombreux flux journaliers. On retrouve donc, sur les extérieurs de Bergerac et sur les communes périphériques, la présence de plusieurs zones d'activités générant une pression publicitaire non négligeable dans la perception du paysage.



Entrées de villes et zones d'activités de Bergerac, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Entrées de villes et zones d'activités de Creysse, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



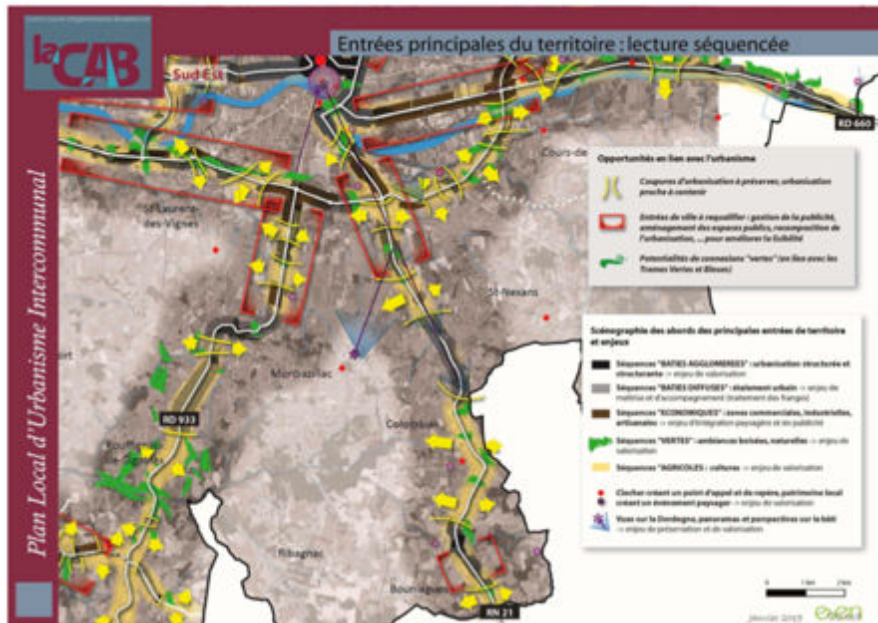
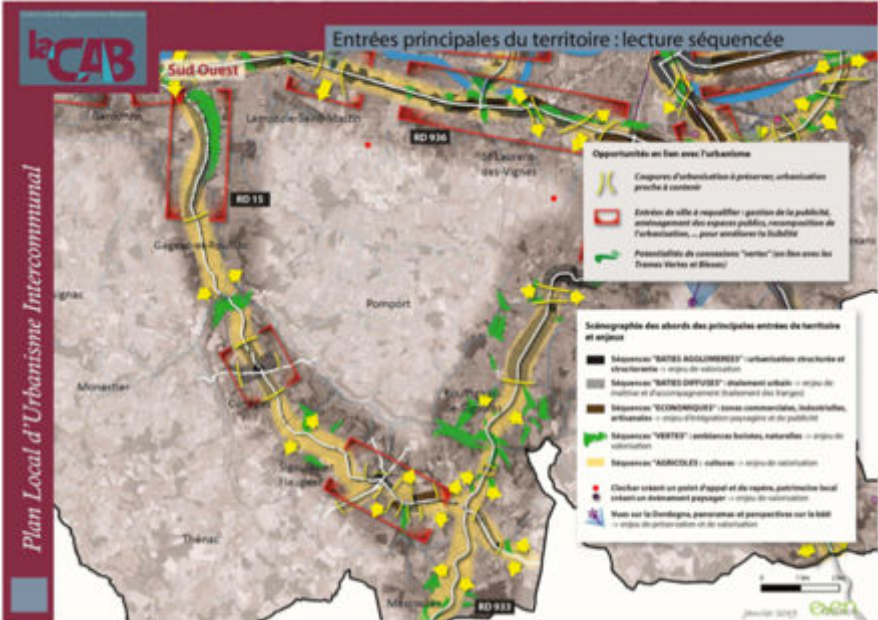
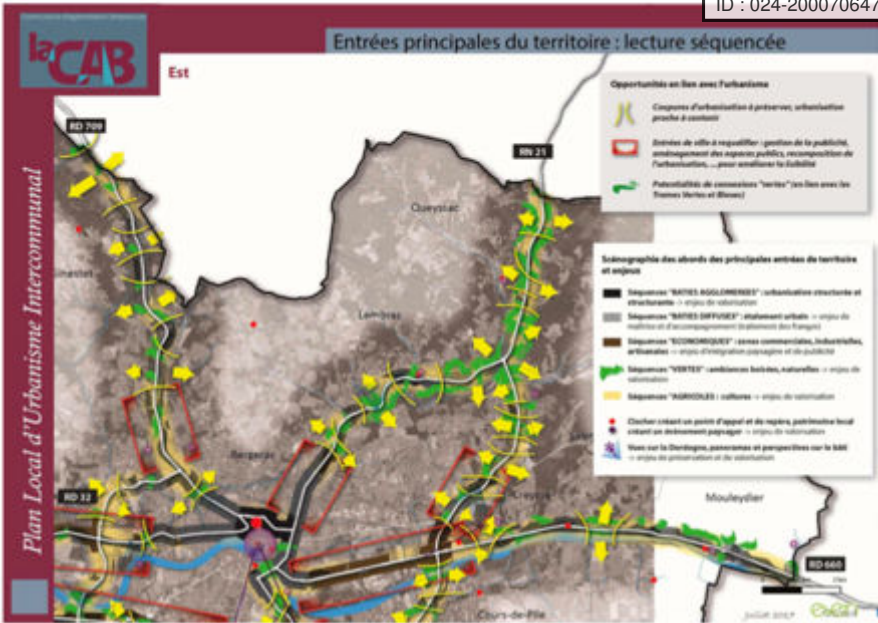
Entrées de villes et zones d'activités de Saint-Laurent-des-Vignes, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Espace d'activités de Lamonzie-Saint-Martin, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Conformément au PLUi, ces entrées de villes constituent la « vitrine du territoire » et leur valorisation paysagère est un véritable enjeu.





Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

Source : PLUi

Au sud de la Dordogne, ce sont les vignes qui dominent les paysages. Comme au nord du territoire, le sud de la communauté d'agglomération est moins touché par la pression publicitaire même si l'on constate la présence de préenseignes dérogatoires indiquant la proximité des domaines viticoles.



Perspectives vers les vignobles, Monbazillac, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

2. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

2.1. Généralités

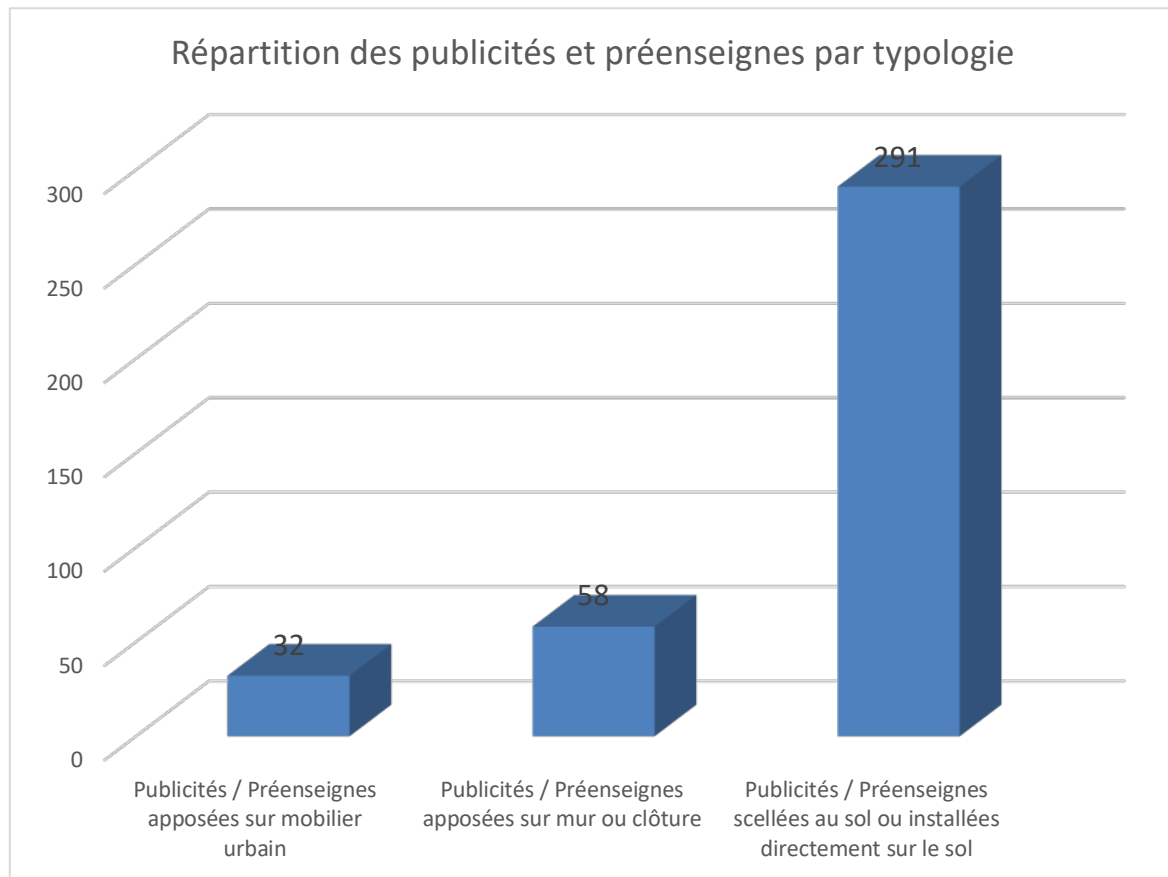
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à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

Pour chaque publicité ou préenseigne, le Code de l'environnement précise que *« toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer. »*.

« Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent »⁴⁰.

⁴⁰ Article R581-24 du Code de l'environnement

396 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise. Elles représentent au total environ 2 400 m² de surface d'affichage.



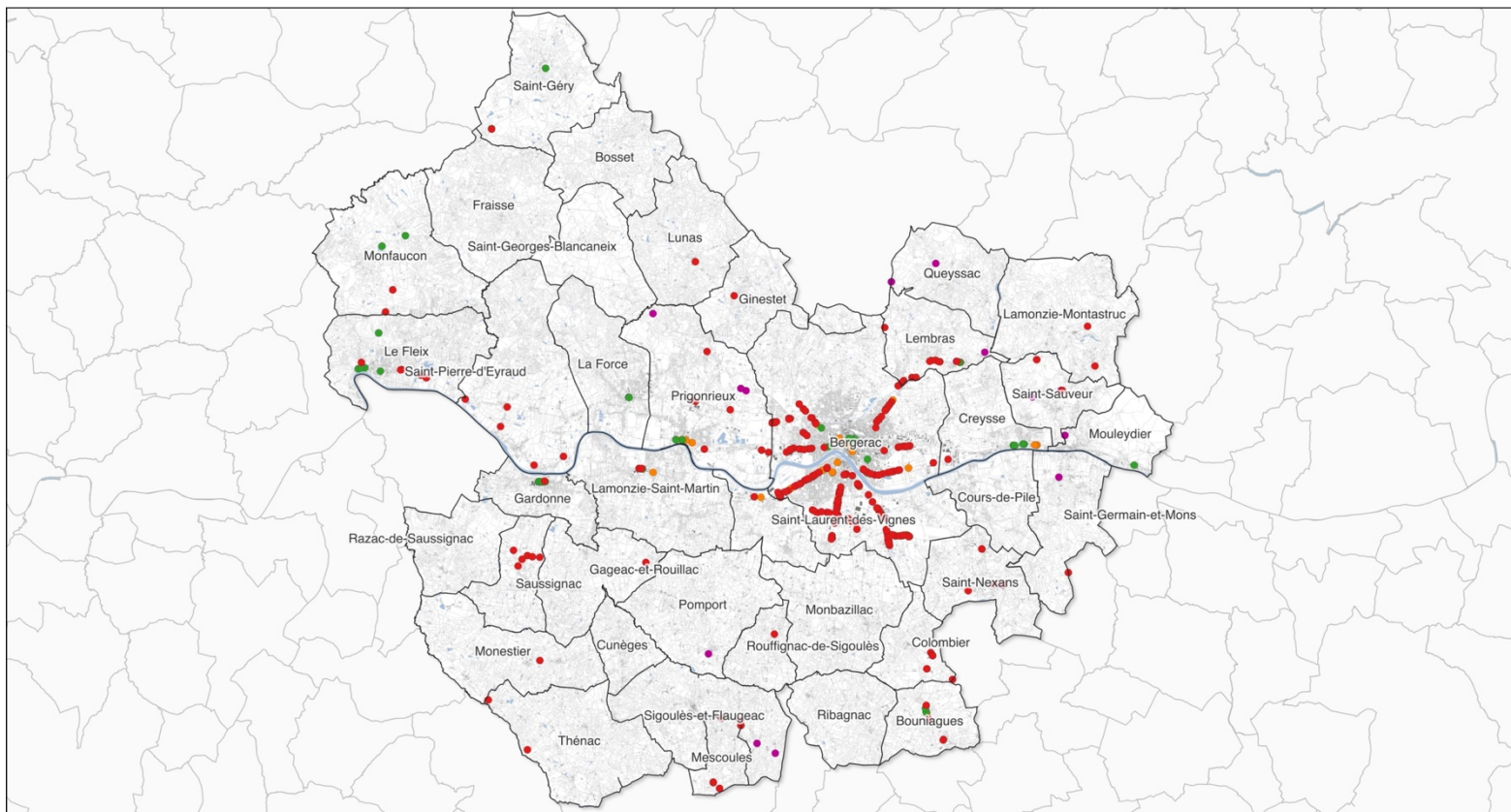
Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise en fonction de leur typologie :

- Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol constituent la majorité des dispositifs recensés (77 % des dispositifs de la commune) alors qu'il s'agit de supports que seule la commune de Bergerac peut accueillir. En effet, les autres communes de l'intercommunalité comptent moins de 10 000 habitants dans leur(s) agglomération(s).
- Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (15 %). Dès lors qu'elles respectent le Code de l'environnement, il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage⁴¹. Par ailleurs, ces supports sont presque les seuls autorisés en dehors de Bergerac.
- On compte également 8 % de publicités apposées sur mobilier urbain qui relèvent d'une catégorie spécifique de publicité.

⁴¹ Voir la fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités : <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/modalit%C3%A9%20calcul-format-publicit%C3%A9.pdf>



Localisation des publicités et préenseignes installés sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

Types de dispositifs

- Pré-enseigne dérogatoire
- Publicité / préenseigne apposée sur mobilier urbain
- Publicité / préenseigne apposée sur mur ou clôture
- Publicité / Préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

0 5 10 km

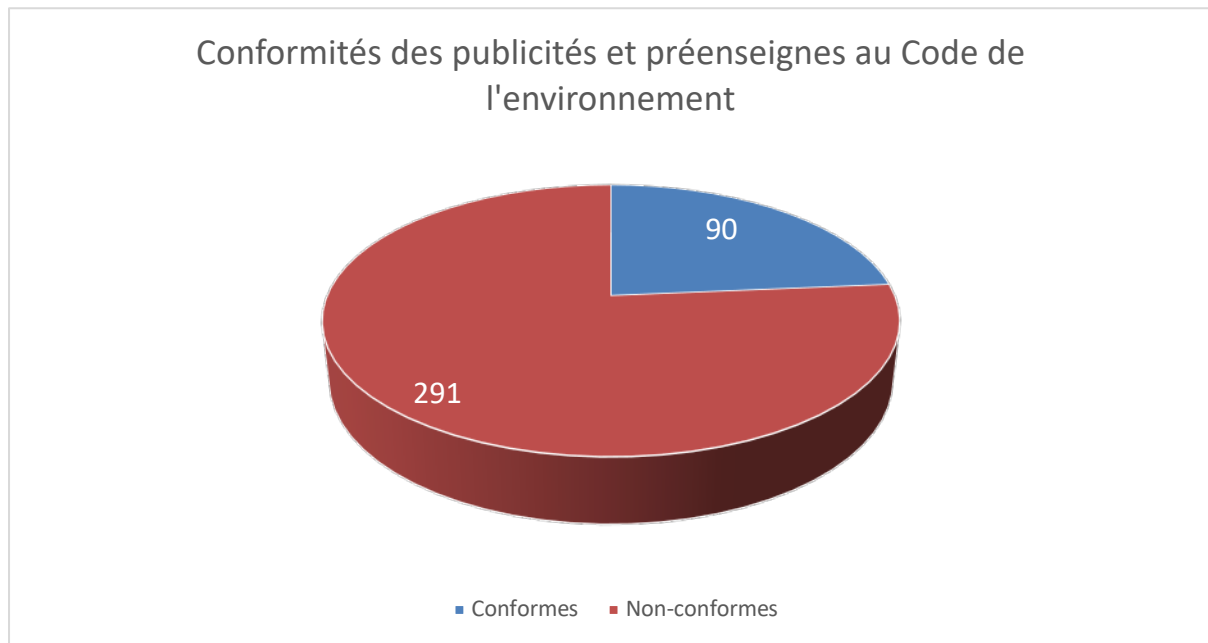


Source :
 Recensement : bureau d'étude GoPub Conseil
 Commune.parcelle.bâti : DGFiP Cadastre © Droits
 de l'Etat réservés ® - 2023

Réalisation : Bureau d'étude Gopub Conseil
 2023-01-20

La majorité des dispositifs publicitaires et des préenseignes est installée sur les axes structurants et les entrées de ville. Globalement, c'est Bergerac et la Vallée de la Dordogne qui concentrent les publicités et préenseignes.

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



On constate que 291 dispositifs sont non-conformes au Code de l'environnement, ce qui représente 77 % des publicités et préenseignes de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On compte donc 304 dispositifs non-conformes pour 428 infractions.

Les infractions qui génèrent le plus de non-conformité sont :

- Les publicités et préenseignes installées hors agglomération (art. L.581-7 du RLP). On en compte plus de 130 sur le territoire intercommunal ;
- Les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont la surface excède 12 m² (art. R.581-32 C. env.). On en compte environ 120, presque exclusivement sur Bergerac.
- Les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées dans des agglomérations de moins de 10 000 habitants (art. R.581-31 C. env.). En effet, à l'exception de Bergerac, il n'est pas possible d'implanter de publicité ou préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol sur les communes de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise.

L'élaboration du RLPi permettra aux communes d'acquérir les compétences de police et d'instruction pour mettre en conformité les dispositifs à priori non-conformes. En effet, sur toutes les communes du territoire, à l'exception de Bergerac qui dispose d'un RLP, c'est le Préfet qui est compétent en matière de police et d'instruction.

2.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

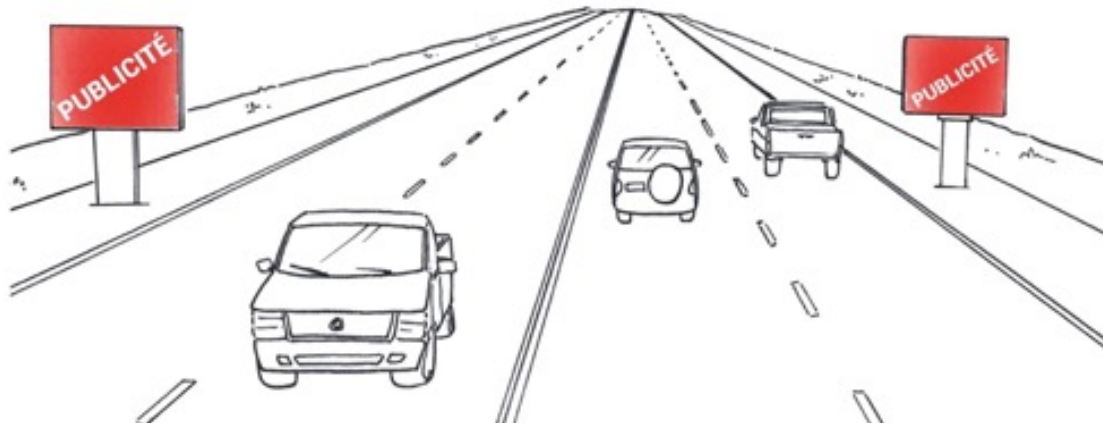
- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés⁴²,

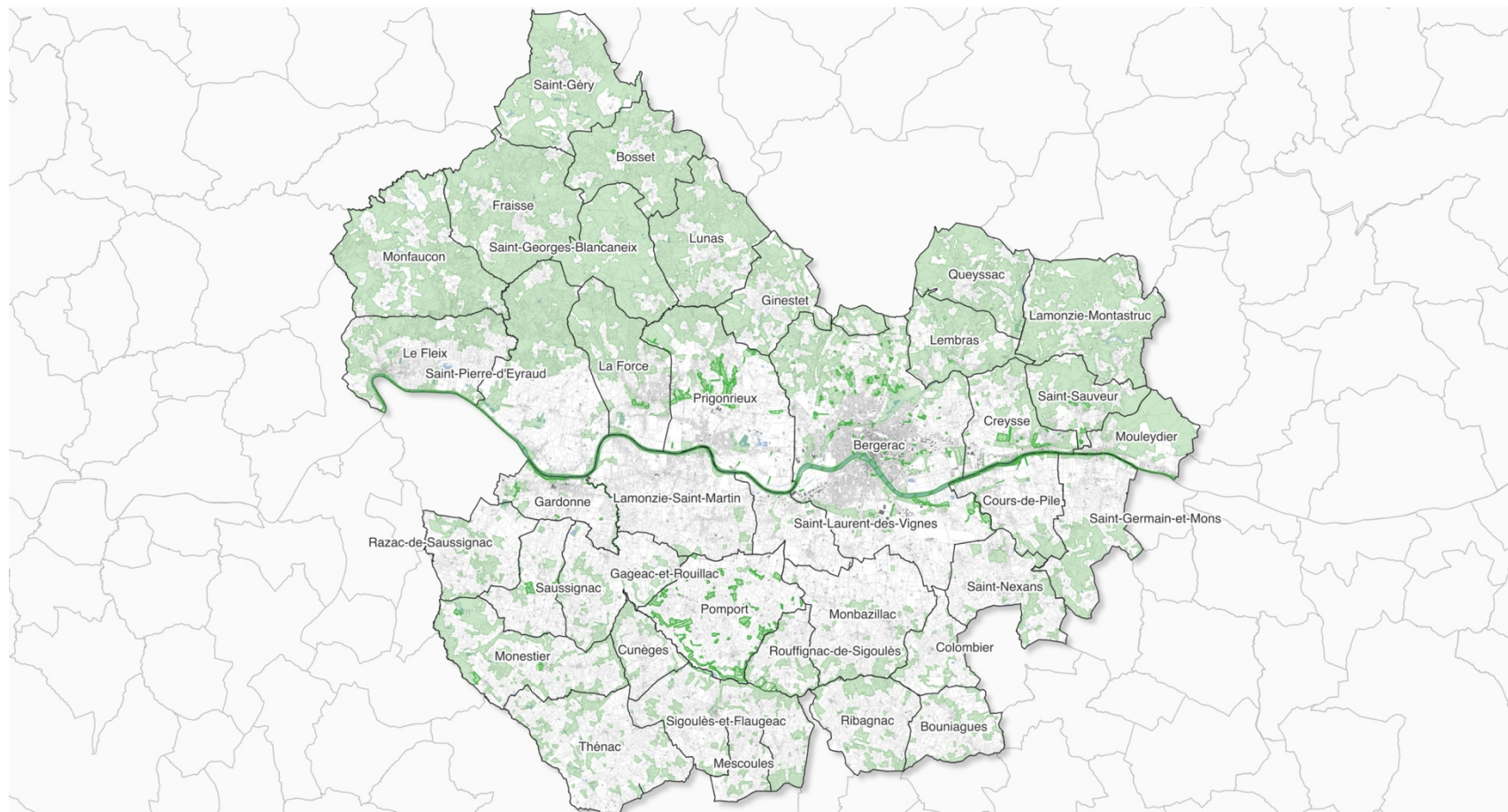
2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

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



⁴² Article L130-1 du Code de l'urbanisme

Localisation des interdictions de publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol dans les zones N du PLUI et dans les espaces boisés classés sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise



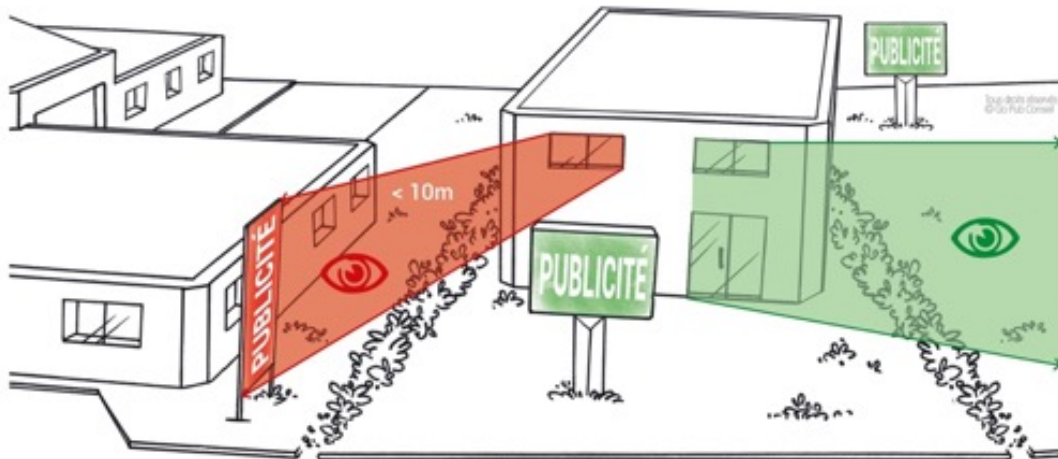
Légende

- Zone N du PLUI
- Espaces Boisés Classés

0 5 10 km



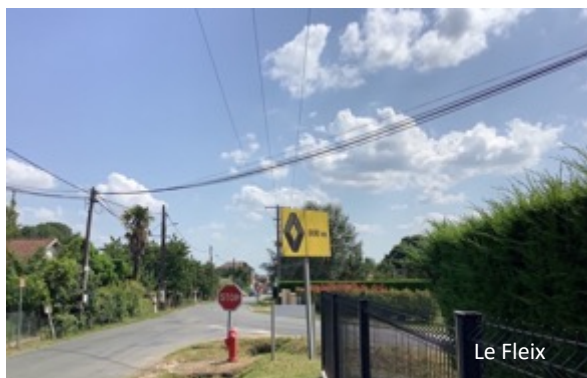
Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



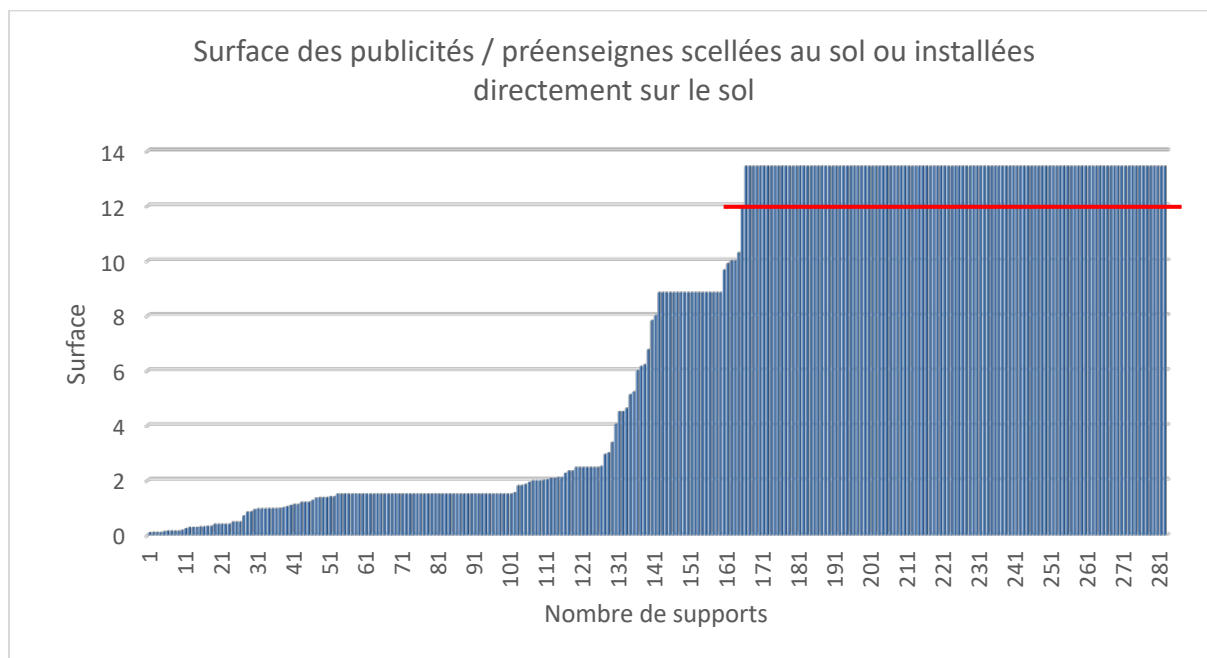
L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



Sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la catégorie de publicité la plus recensée sur le territoire (77 % des dispositifs).



Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, avec un format entre 2 et 12m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



On remarque que près de 120 dispositifs excèdent la surface de 12 m², format maximum autorisé par le Code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II ». Ces supports sont tous situés sur la commune de Bergerac. On compte également 161 supports n'excédant pas 4 m². Ces petits dispositifs sont principalement installés le long des voies départementales. Il s'agit

majoritairement de préenseignes permettant de guider les usagers vers une activité. Enfin, les 36 dispositifs restants ont une surface variable entre 4 et 12 m², dont une vingtaine de publicités ou préenseignes de 8 m².



Publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, format de 2 m², 8 m² et de plus de 12 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Les supports scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des supports relevés, principalement sous la forme de préenseignes. Il s'agit pourtant de supports interdits par la réglementation nationale, sauf sur Bergerac.

Le travail de terrain réalisé a permis de mettre en avant la répartition des publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol par ville :

Communes	Nombre de publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol
Bergerac	175
Bouniagues	5
Colombier	7
Creyse	1
Gageac-et-Rouillac	1

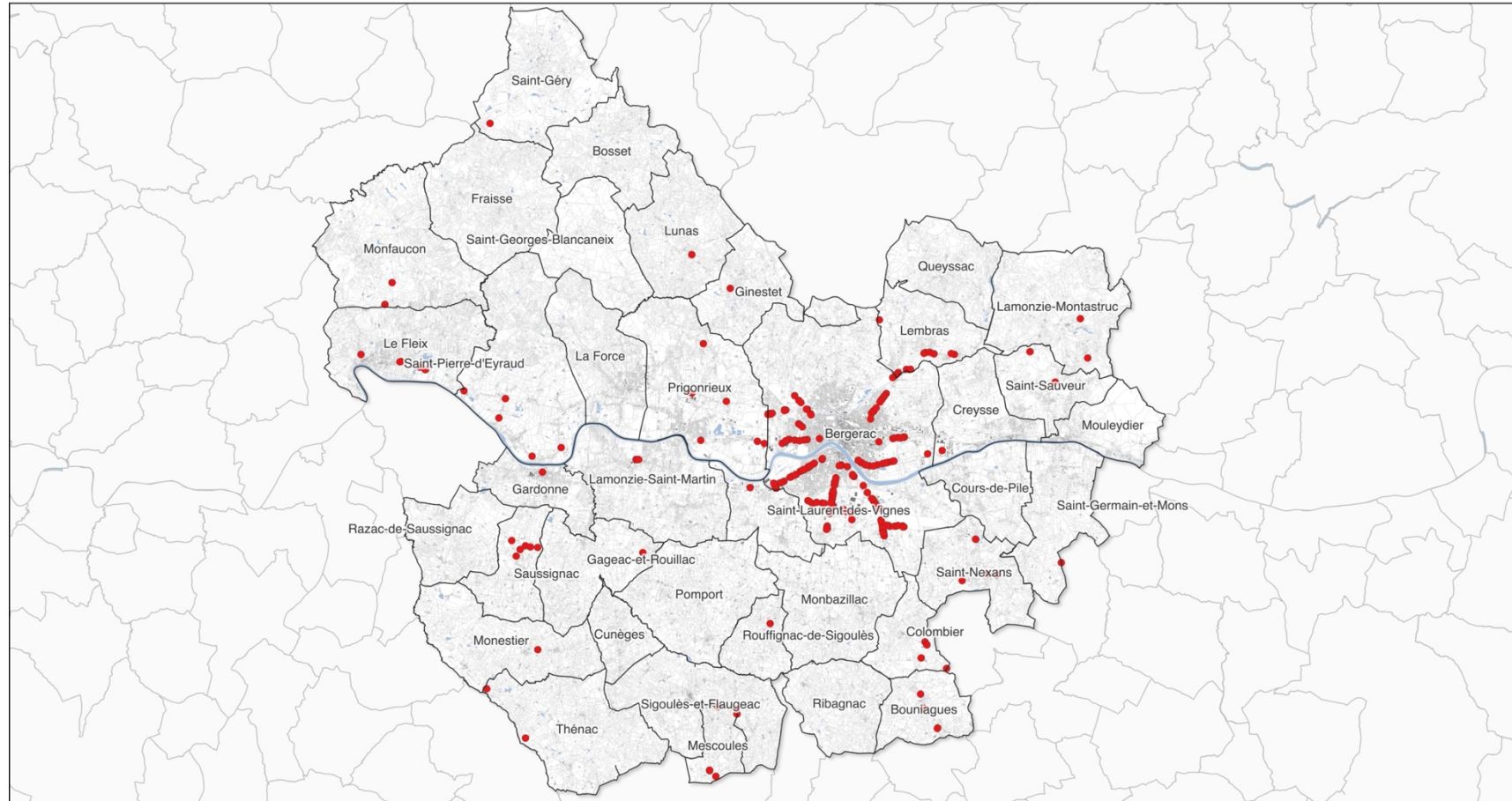
Gardonne	1
Ginestet	2
Lamonzie-Montastruc	2
Lamonzie-Saint-Martin	3
Le Fleix	6
Lembras	16
Lunas	1
Mescoules	7
Monestier	1
Monfaucon	3
Mouleydier	1
Pomport	1
Prigonrieux	11
Queyssac	6
Razac-de-Saussignac	1
Saint-Germain-et-Mons	2
Saint-Géry	2
Saint-Laurent-des-Vignes	1
Saint-Nexans	7
Saint-Pierre-d'Eyraud	5
Saint-Sauveur	7
Saussignac	6
Sigoulès-et-Flaugeac	8
Thénac	2
Total	291

Les communes non mentionnées dans le présent tableau ne comptent aucune publicité ou préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol.

Bergerac et les abords de la Dordogne (Creysse, Le Fleix, La Force, Gardonne, Lamonzie-Saint-Martin, Lembras, Prigonrieux, Saint-Laurent-des-Vignes, Saint-Pierre-d'Eyraud et Saint-Sauveur) concentrent la majorité des supports scellés au sol du territoire. Cette concentration s'explique par :

- la présence d'activités en nombre plus important sur la commune de Bergerac et aux abords de la Dordogne, particulièrement attractive du fait de la présence d'un axe est-ouest majeur symbolisé par les départementales D660 et D936. Cet axe génère un trafic routier important, il est donc propice à l'installation d'entreprises et à la pression publicitaire ;
- le nombre d'habitants de l'agglomération de Bergerac, qui permet l'utilisation de publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.
- le RLP en vigueur sur la commune de Bergerac. Ce dernier permet l'installation de publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de grand format (12 m²). Il autorise également ce type de publicité sur des secteurs situés hors agglomération grâce à deux zones de publicité autorisée.

Localisation des publicités et préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol présentes sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

Types de dispositifs

- Publicité / Préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

0 5 10 km



Source :
Recensement : bureau d'étude GoPub Conseil
Commune/parcelle/bâti : DGFIP Cadastre © Droits
de l'Etat réservés ® - 2023

Réalisation : Bureau d'étude Gopub Conseil,
2023-01-20

Les enjeux de ces dispositifs résident dans :

- leur installation, principalement hors agglomération et/ou sur des agglomérations de moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : c'est le cas de près de 55 % des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Par ailleurs, ces supports sont également souvent installés sur des éléments visés à l'article R.581-22 du Code de l'environnement⁴³ et sur lesquels la publicité est strictement interdite. La seule application de la réglementation nationale permettrait donc de résorber la quasi-totalité des infractions relevées sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise. Ces problématiques concernent toutes les communes de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise ;



Bergerac



Bergerac



Bouniagues



Colombier

Publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées hors agglomération, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

⁴³ Pour en savoir plus : [Les interdictions absolues](#)



Gageac-et-Rouillac



Ginestet



Lamonzie-Montastruc



Le Fleix



Lembras



Monestier



Prignonrieux



Saussignac

Publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées hors agglomération, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Publicités et préenseignes installées sur des arbres ou plantations, des équipements relatifs à la circulation routière ou des poteaux de transport ou de distribution d'électricité, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

- leur format (sur Bergerac) : le RLP élaboré par la ville de Bergerac a permis de maîtriser le développement de la publicité sur la commune en tenant compte des enjeux locaux et des besoins des acteurs économiques. A ce titre, le RLP encadre graduellement les formats des supports. Le format le plus important est le format de 12 m². Cependant, le relevé de terrain a permis de constater que cette règle n'est pas forcément bien respectée localement. Ce non-respect de la règle des formats s'explique par deux arrêts du Conseil d'État⁴⁴ qui ont confirmé que les formats maximums donné par le Code de l'environnement (ou un RLP en l'absence de précision contraire) devaient s'entendre comme le format « hors tout » des publicités ou préenseignes. Le format « hors tout » comprend la surface d'affichage mais également l'encadrement du support. Conformément à ces décisions, les publicités et préenseignes, qui jusqu'alors avaient un format d'affiche de 12 m², ne sont plus conformes à la réglementation nationale et locale sur la commune de Bergerac.



Publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol monopied excédant 12 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sur 2 pieds excédant 12 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

⁴⁴ Conseil d'État, 20 octobre 2016, « Commune de Dijon », n°395494 ; Conseil d'État, 8 novembre 2017, « SARL Oxial », n° 408801.

- leur implantation (sur Bergerac) : Les publicités et enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont principalement installées sur la ZP3 et notamment sur les axes pénétrants dont : l'avenue Paul Doumer, l'avenue du Général de Gaulle, l'avenue Pasteur, le boulevard Albert Claveille, la route Pierre Pinson, l'avenue Aristide Briand ou encore l'avenue du Maréchal Foch. On constate également une présence importante de publicité située en ZPA, ZPA bis ou ZPE hors agglomération comme le secteur de l'aéroport, aux abords de la zone d'activité de la Valade, rue Paul Doumer ou encore sur la D709 en direction de La Force. Ces installations sont aujourd'hui interdites par la réglementation nationale. L'évolution du territoire et les nouveaux besoins de signalisation des activités pourront être pris en compte afin de proposer une réglementation locale adaptée à la nouvelle structure de l'agglomération.

Le futur RLPi pourra proposer une réduction des formats sur Bergerac pour tendre vers une harmonisation avec les autres communes de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise. Ces limitations permettront également d'éviter les impacts trop importants sur le cadre de vie et les perspectives paysagères.

Le futur RLPi pourra également préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente, comme les quartiers et zones pavillonnaires mais également le centre-ville et le centre-ancien qui ont bénéficié d'une protection importante grâce au RLP en vigueur. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.



Cœur du centre-ancien de Bergerac, Place Péliissière et Quai Salvette à préserver, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

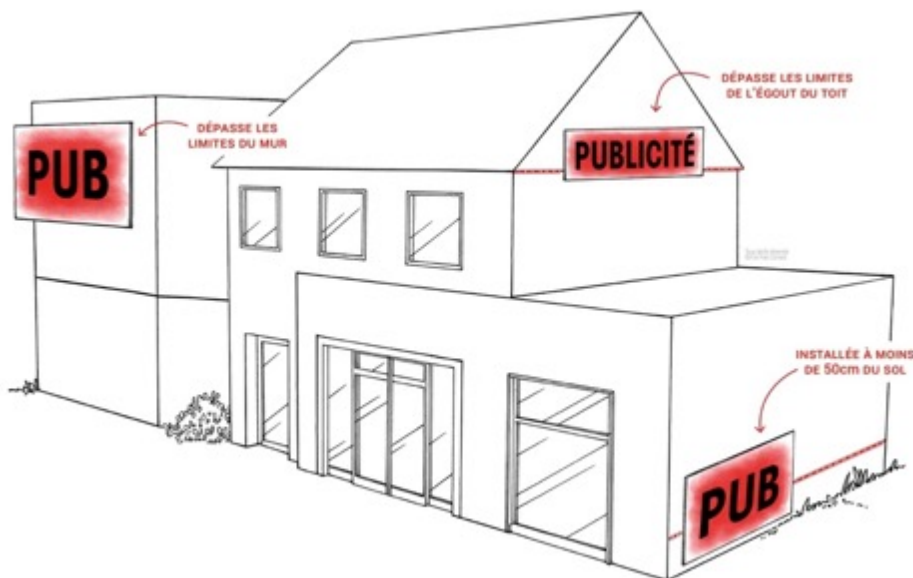
2.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5 \text{ m}$

Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Les publicités et préenseignes sont donc interdites si elles sont :

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



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

Actuellement, les publicités apposées sur mur ou clôture ne représentent que 15 % des dispositifs publicitaires relevés sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise. Pourtant, dès lors qu'elles respectent le Code de l'environnement, il s'agit des dispositifs qui s'intègrent le mieux à l'environnement : « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »⁴⁵.

⁴⁵ Voir la fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités : <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/modalit%C3%A9%20calcul-format-publicit%C3%A9.pdf>

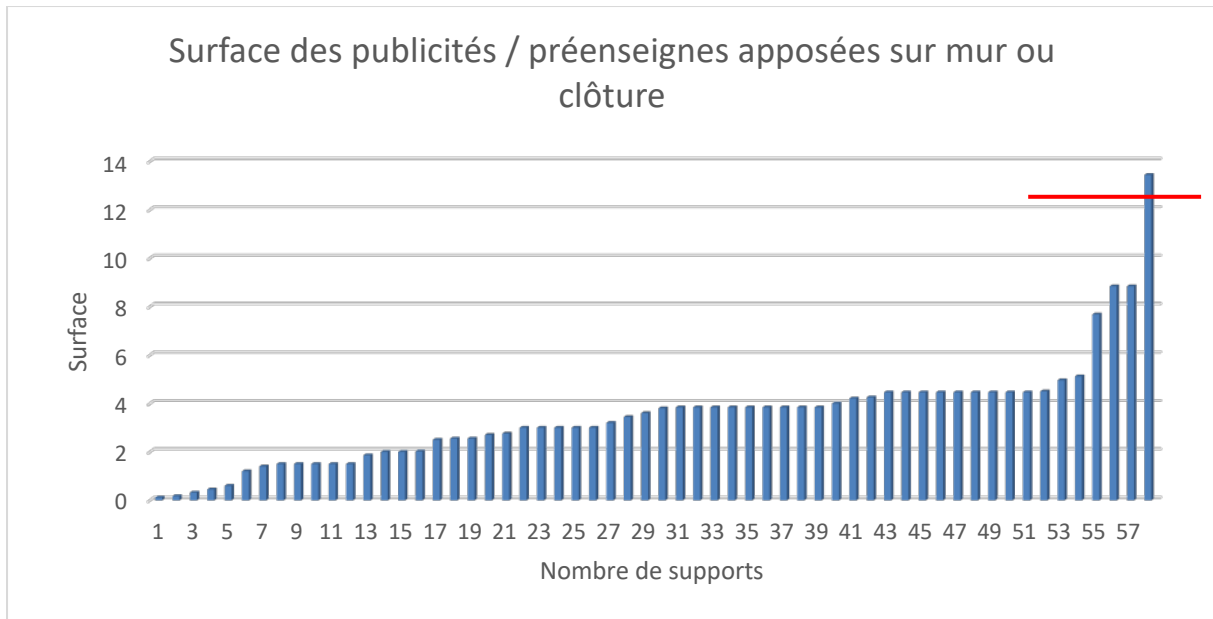


Saint-Géry



Prignonriex

Préenseigne apposée sur mur et préenseigne apposée sur clôture non-aveugle, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Une vingtaine des supports sur mur ou clôture relevés ont un format inférieur à 3 m². Près de 30 publicités sur mur ou clôture ont un format compris entre 3 et 4,5 m². On compte 4 supports dont les formats varient entre 8 et 12 m² et un support de plus de 12 m². On constate donc une grande diversité de formats concernant ces publicités sur mur ou clôture.



Bergerac



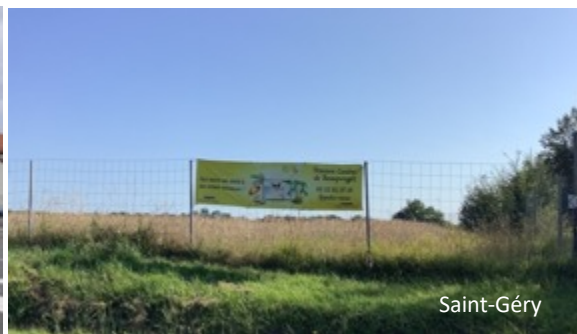
Gardonne

Dispositifs apposés sur mur d'un format de 8 m² et de 4 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Les publicités sur mur ou clôture sont principalement impactées par les infractions liées à des dispositifs dépassant la surface de 4 m² (sur les communes autres que Bergerac) ou des dispositifs installés sur des clôtures ou murs non-aveugles.



Bergerac



Saint-Géry

Préenseigne et publicité apposée sur clôture non-aveugle, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Bouniagues



Lamonzie-Saint-Martin



Prigonrieux



Creysse

Publicités et préenseignes sur mur de plus de 4 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Bergerac

Publicité sur mur de plus de 12 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

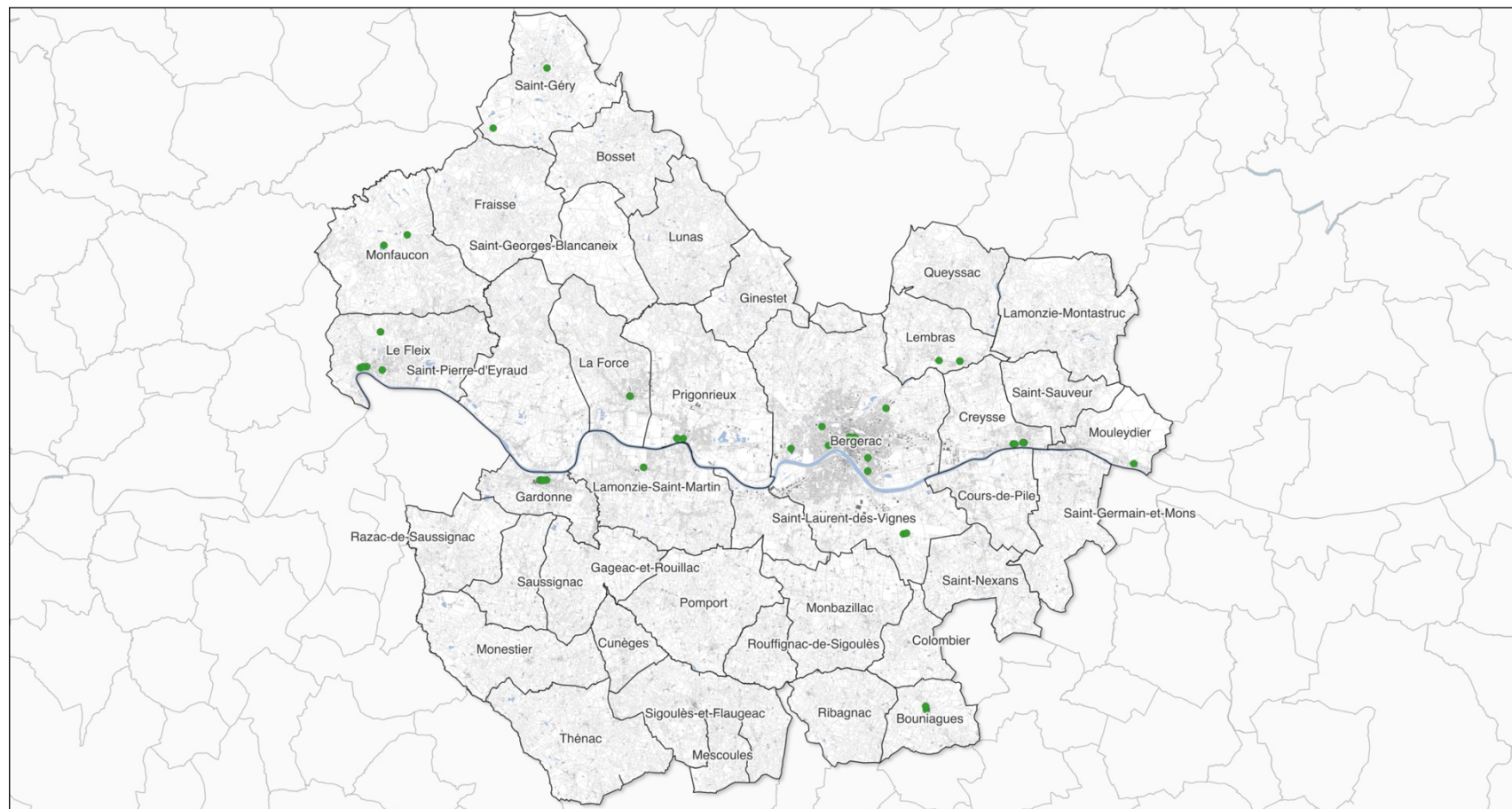
Le travail de terrain réalisé a permis de mettre en avant la répartition des publicités et préenseignes sur mur ou clôture par ville :

Communes	Nombre de publicités ou préenseignes sur mur ou clôture
Bergerac	13
Bouniagues	3
Creysse	7
Gardonne	7
La Force	4
Lamonzie-Saint-Martin	2
Le Fleix	8
Lembras	5
Monfaucon	3
Mouleydier	1
Prigonrieux	3
Saint-Géry	2
Total	58

Les communes non mentionnées dans le présent tableau ne comptent aucune publicité ou préenseigne apposée sur mur ou clôture.

Bergerac et les abords de la Dordogne (et plus principalement Creysse, Le Fleix et Gardonne) concentrent la majorité des publicités sur mur ou clôture. Comme pour les publicités et préenseignes scellées au sol, cette concentration s'explique par la présence d'activités en nombre plus important sur ces secteurs et l'axe est-ouest (D660 et D936) générant d'important flux routier et donc de la pression publicitaire.

Localisation des publicités et préenseignes apposés sur mur ou clôture présentes sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

Types de dispositifs

- Publicité / préenseigne apposée sur mur ou clôture

0 5 10 km



Source :
Recensement : bureau d'étude GoPub Conseil
Commune/parcelle/bâti : DGFIP Cadastre © Droits
de l'Etat réservés ® - 2023

Réalisation : Bureau d'étude Gopub Conseil,
2023-01-20

Les enjeux de ces dispositifs résident dans :

- le respect de la réglementation nationale : en l'absence de RLP sur les communes, en dehors de Bergerac, c'est le Préfet qui est compétent pour exercer les pouvoirs de police et d'instruction relatifs à la publicité extérieure. L'élaboration du RLPi permettra à chaque Maire de disposer de ces compétences afin d'agir directement sur les non-conformités détectées sur le territoire.
- leur format : 14 supports ont un format excédant sensiblement les 4 m² ou 12 m². Cela représente près d'1/4 des publicités sur mur ou clôture. Compte tenu de la faible présence de publicité sur mur sur Bergerac (une quinzaine de supports relevés), le format de 4 m² pourra être harmonisé à l'ensemble du territoire, y compris à Bergerac, et cela en fonction des secteurs.
- L'absence quasi-totale de publicité sur clôture : très peu de publicités sur clôture ont été relevées lors du recensement. Le futur RLPi pourra donc entériner cette pratique pour préserver les clôtures aveugles⁴⁶ de support publicitaire ou de préenseigne.
- La qualité des installations des publicités sur mur : lors du recensement, quelques publicités sur des murs de pierre apparente ont été identifiées, notamment sur la commune de Creysse. Une réflexion sur l'installation de publicité ou préenseigne sur des murs de qualité pourra être menée par la Communauté d'Agglomération Bergeracoise dans l'optique de valoriser le cadre de vie de ses habitants.



Publicités et préenseignes sur mur en pierre apparente, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Le futur RLPi pourra harmoniser les formats des publicités sur mur à l'ensemble de l'intercommunalité, en fonction des secteurs. Ces limitations permettront de préserver le cadre de vie et les perspectives paysagères.

Enfin, comme pour les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, le futur RLPi pourra également préserver les espaces où la publicité sur mur ou clôture est peu ou pas présente. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

⁴⁶ Les publicités ou préenseignes sur clôture non-aveugle sont déjà interdites par l'article R.581-22 du Code de l'environnement.

2.4. La densité

Outre les règles d'implantation spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le Code de l'environnement pose les règles de densité suivantes⁴⁷ applicables aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

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

Par exception, il peut être installé :

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

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

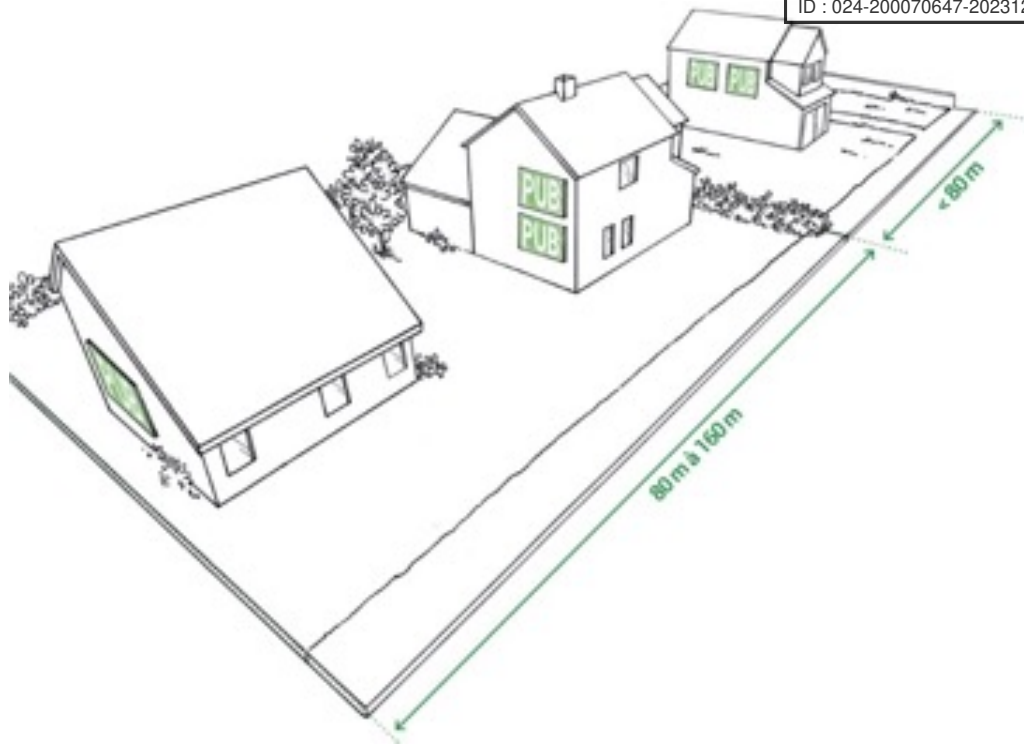
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

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

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

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

⁴⁷ Article R581-25 du Code de l'environnement



En l'espèce, on relève plusieurs murs ou clôtures qui ne respectent pas la règle de densité ou qui accueillent plus d'une publicité ou préenseigne.



La Force



La Force



Gardonne



Gardonne

Non-respect de la règle de densité, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Bouniagues



Le Fleix

Exemples de murs accueillant plus d'un support publicitaire, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne font pas l'objet d'une densité trop importante par unité foncière. Néanmoins, l'accumulation de supports accentue visuellement l'impact de ces publicités. Leur grand format accroît également cette sensation d'accumulation sur certains secteurs.



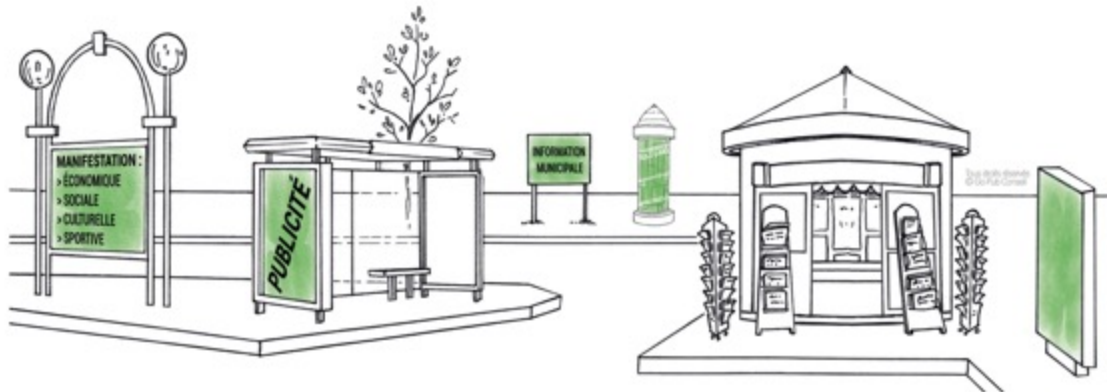
Accumulation de supports scellés au sol ou installés directement sur le sol, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

En matière de publicité sur mur ou clôture, une meilleure mise en application de la règle de densité nationale permettrait de gagner en qualité paysagère.

Quant aux publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, le RLPi pourra mettre en place des règles de densité adaptées pour éviter la surenchère de dispositifs publicitaires.

2.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

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



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifîés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$.
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m^2 (8 m^2 si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

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

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

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité numérique. Ainsi, la publicité numérique apposée sur mobilier urbain ne peut être installée qu'à Bergerac.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

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

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories mais seulement 3 sous-catégories de publicités apposées sur mobilier urbain sont présentes sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise :

- des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m² ;
- des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucette* », d'un format de 2 m² ou de 8 m² ;
- des colonnes porte-affiches, appelées aussi « *colonnes Morris* ».



Colonne porte-affiches pouvant supporter de la publicité, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Bergerac



Bergerac



Bouniagues

Abris destinés au public supportant de la publicité, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Les colonnes porte-affiches ont été relevées uniquement à Bergerac alors que les mobiliers urbains destinés à recevoir de l'information générale ou locale, ou des œuvres artistiques, ont été détectés sur plusieurs communes du territoire.



Saint-Laurent-des-Vignes



Rouffignac-et-Sigoules

Mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, supportant de la publicité, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Pringorieux



Pringorieux



Lamonzie-Saint-Martin



Lamonzie-Saint-Martin



Creysse

Mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, supportant de la publicité, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Les publicités supportées par les mobiliers urbains sont globalement de petit format (2 m²). Cependant, certaines publicités de type « sucette » peuvent atteindre un format de 8 m², c'est le cas sur la commune de Bergerac.



Publicité sur mobilier urbain de 8 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Publicité sur mobilier urbain de 2 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Lors du recensement, un seul mobilier urbain numérique pouvant supporter de la publicité a été relevé.



Publicité sur mobilier urbain numérique d'environ 6 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Bien que le mobilier urbain participe à la diffusion d'informations locales ou générales et que le format utilisé soit généralement peu impactant pour les paysages, ce type de dispositif a une place importante sur la commune de Bergerac, compte tenu du marché de mobilier urbain en vigueur, mais également sur l'ensemble du territoire intercommunal. La place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire intercommunal pourra être traitée de manière spécifique dans la future réglementation locale. Et pour cause, selon le groupement des autorités responsables de transport, le mobilier urbain doit « être appréhendé comme l'ensemble des équipements publics mis au service des usagers des voies publiques. En d'autres termes, cette notion englobe tous les objets installés sur les voies publiques qui répondent à une demande, un besoin ou un service de la part des usagers. »⁴⁸

En dehors de Bergerac, les publicités sur mobilier urbain sont limitées à 2 m² et 3 m de hauteur au sol. Le RLP de Bergerac autorise les publicités sur mobilier urbain dans un format allant jusqu'à 12 m², cependant, le relevé de terrain a permis d'identifier qu'aucun mobilier urbain n'excède 8 m². Une réflexion quant à l'harmonisation des formats du mobilier urbain supportant la publicité pourra être menée à l'échelle intercommunale.



Publicité sur mobilier urbain participant à la pression liée à la publicité extérieure, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

⁴⁸ Réponse à la question parlementaire n°94211 de Mme Marie-Jo Zimmermann, en date du 20/03/2012.

2.6. La publicité sur bâches

Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du Code de l'environnement. En effet, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure. Ces supports ne sont autorisés que sur la commune de Bergerac.

On compte deux types de bâches :

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

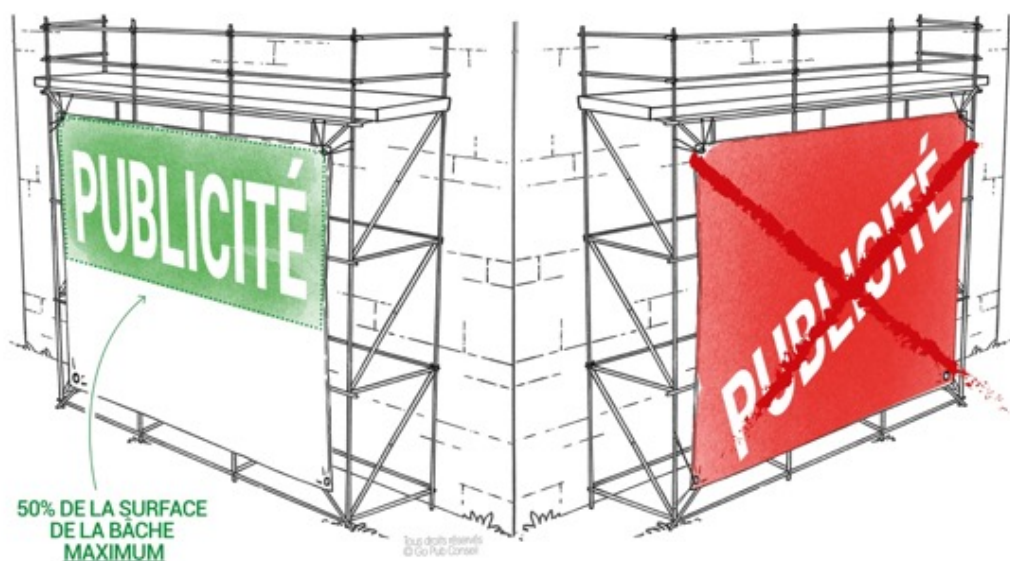
2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

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

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

La durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier ne peut excéder l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

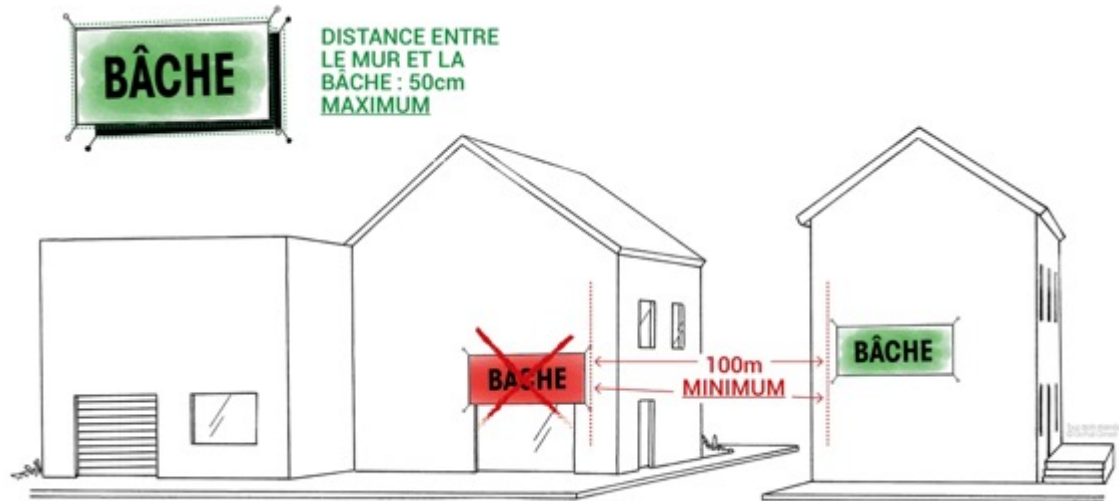
La surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier ne doit pas excéder 50 % de la surface de la bâche⁴⁹



⁴⁹ L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

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

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



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'elle doit être installée à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

Lors du recensement, aucune bâche n'a été relevée sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise. Néanmoins, le futur RLPi pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir d'éventuelles problématiques paysagères futures, induites par ce type de publicité.

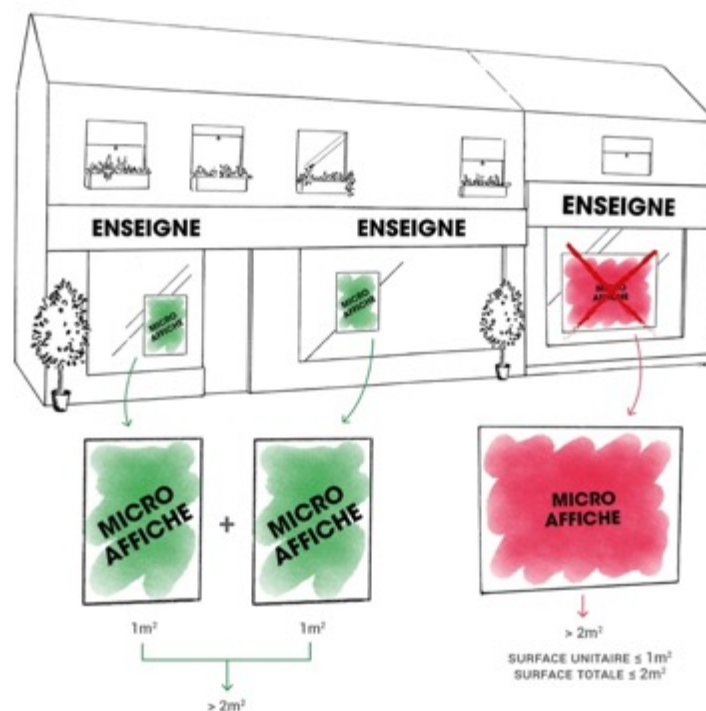
2.7. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le Code de l'environnement. Le guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1 m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* ».

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueille en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit également d'une source de revenu pour ces activités.

Le Code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².



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

Lors du recensement aucun dispositif de petit format n'a été relevé sur le territoire intercommunal. Généralement, ces supports sont installés en façade d'une même activité et participent au phénomène de saturation des façades.

2.8. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

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

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

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 m².

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

Lors du recensement aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé sur le territoire intercommunal. Il convient de rappeler que ces supports ne peuvent être installés que dans l'agglomération de Bergerac qui compte plus de 10 000 habitants.

2.9. Publicités / préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89 % entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, contribue donc directement à cette pression lumineuse. Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieur des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient numériques, éclairées par projection ou transparence, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire national.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences de la publicité lumineuse sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a également démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh⁵⁰.



Source :
<http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

⁵⁰ https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue notamment par la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du Code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le Code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵¹.

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

La publicité numérique, et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence, est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est autorisée uniquement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Ainsi, seule la commune de Bergerac peut accueillir de la publicité numérique. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse, à savoir :

- surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$.

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel⁵², la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

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

La publicité lumineuse ne peut :

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

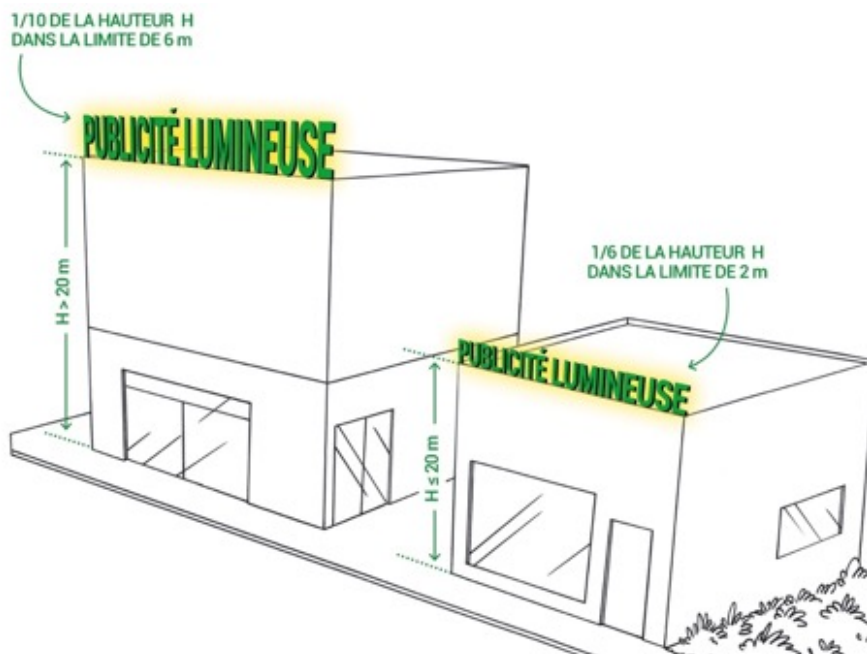
⁵¹ Arrêté ministériel non publié à ce jour

⁵² arrêté ministériel non publié à ce jour



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

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



En l'espèce, la publicité lumineuse est très peu présente sur le territoire de l'intercommunalité puisque seulement une dizaine de dispositifs sont lumineux. Tous les dispositifs lumineux sont éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositif publicitaire numérique, à l'exception de la publicité sur mobilier urbain installée sur Bergerac.



Dispositif éclairé par projection et publicité numérique sur mobilier urbain, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN, ont été proposées comme :

- **sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière** : l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire. Si les lampes sont surdimensionnées, leur puissance doit être réduite, remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche.
- **moduler la durée d'éclairage** : il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

3. Les enjeux en matière d'enseignes

3.1. Généralités

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux, des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas dans les zones d'activités qu'en centre-ville ou dans les secteurs où il y a peu d'enseignes. Les enseignes ont fait l'objet d'un relevé sectoriel et non-exhaustif pour avoir une « photographie » globale du territoire.

Dans un premier temps, nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présentes sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise, puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

5 grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire intercommunal réparties de la manière suivante :

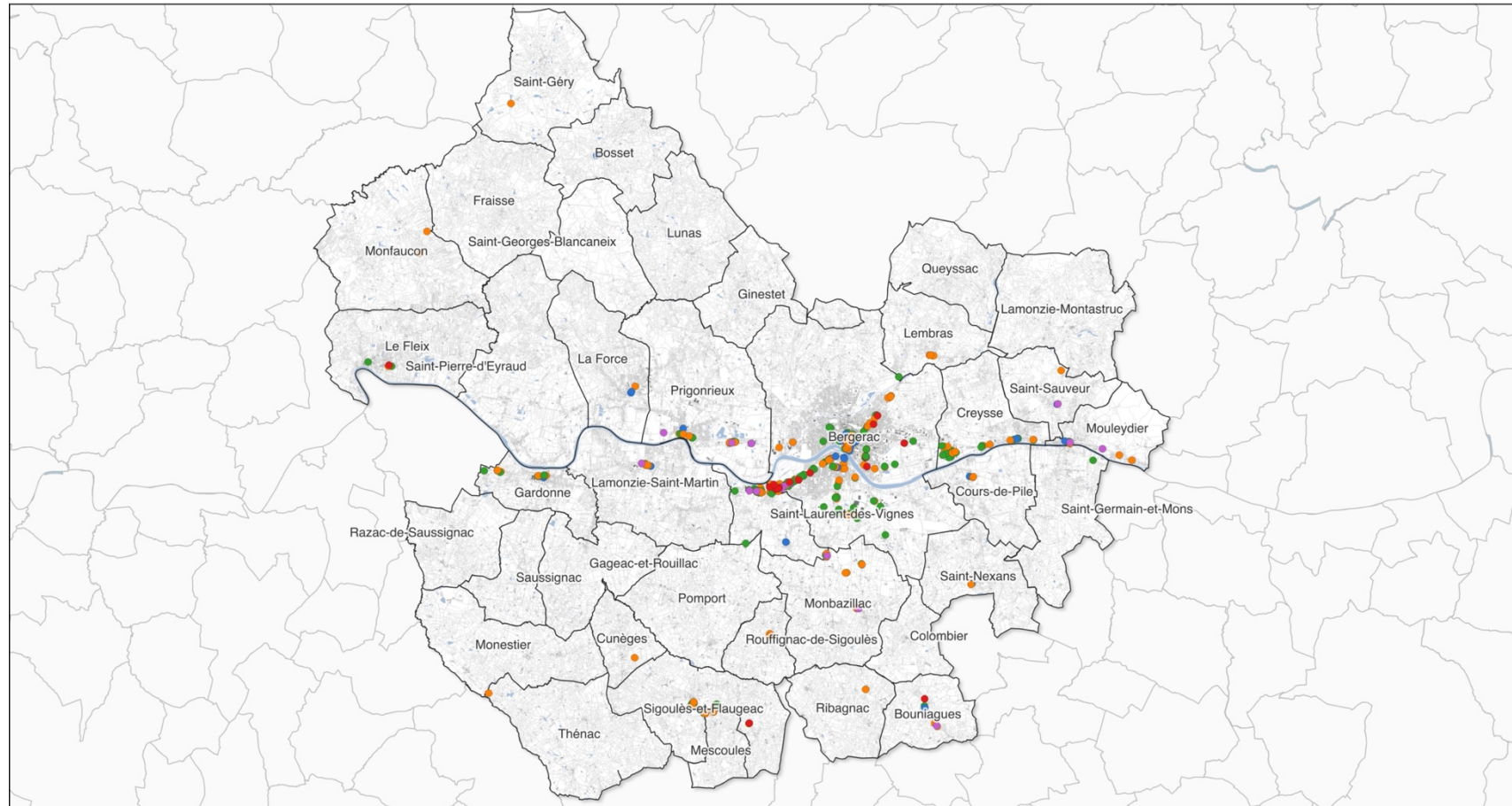
- Les enseignes parallèles au mur ;
- Les enseignes perpendiculaires au mur ;
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Les enseignes sur clôture ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

Quelle que soit leur typologie, le Code de l'environnement impose que les enseignes doivent être :

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

Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes : on les retrouve donc là où le tissu commercial est dense (zones d'activités, centre-ville, etc.).

Localisation des enseignes installées sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

Types de dispositifs

- Enseigne parallèle au mur
- Enseigne perpendiculaire au mur
- Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Enseigne sur clôture
- Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu

0 5 10 km



Source :
 Recensement : bureau d'étude GoPub Conseil
 Commune/parcelle/bâti : DGFIP Cadastre © Droits
 de l'Etat réservés ® - 2023

Réalisation : Bureau d'étude Gopub Conseil,
 2023-01-20

3.2. Enseigne parallèle au mur

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville que dans les zones d'activités. Elle se présente sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store- banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



La Force



Prignonieux

Enseigne parallèle au mur réalisée en lettres découpées et enseigne parallèle réalisée avec un panneau de fond, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Lamonzie-Saint-Martin



Bergerac

Enseigne parallèle au mur peinte directement sur la façade et enseigne parallèle de type « vitrophanie », Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface⁵³. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantation spécifiques comme :

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

⁵³ [La surface cumulée des enseignes](#)

La régularisation des quelques activités ayant des enseignes ne respectant pas le Code de l'environnement règlera les écarts paysagers observés.



Enseignes parallèles au mur dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Bien que les enseignes ci-dessous respectent la réglementation nationale, certaines installations pourraient être améliorées. Privilégier l'installation des enseignes dans les limites du rez-de-chaussée ou encore demander la réalisation des enseignes en lettres découpées sur les murs en pierres apparentes permettrait de mettre en valeur et de protéger le patrimoine bâti et architectural présent sur le territoire.



Exemple d'enseignes avec panneau de fond installées sur mur de pierres apparentes. La réalisation des enseignes en lettres découpées, peintes ou sur fond transparent permettrait de mettre en valeur le bâti, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Gardonne



Bergerac

Exemple d'enseignes installées en étage. Une installation en rez-de-chaussée permettrait de mettre en valeur le bâti, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Bergerac

Privilégier des installations mettant en valeur le bâti, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Enfin, le RLP de Bergerac impose plusieurs règles aux enseignes parallèles au mur notamment en ZP1 (centre-ancien) et ZP2 (secteurs spécifiques de la ZPPAUP). Ces règles ont permis de garantir un centre-ancien attractif avec des devantures commerciales et des enseignes soignées et de qualité. La continuité du travail réalisé par le RLP, les services de la ville de Bergerac et l'ABF dans le Site Patrimonial Remarquable du centre-ancien devra être recherchée grâce au RLPi.



Enseignes parallèles au mur bien intégrées à la façade, réalisées en lettres découpées ou peintes en façade, avec un message sobre et une mise en valeur du bâti, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

3.3. Enseigne sur auvent, marquise ou balcon

Sont traitées dans la continuité des enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées sur le territoire si elles respectent les règles suivantes :

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

L'enseigne sur auvent ou marquise ne doit pas être confondue avec l'enseigne installée sur un store (lambrequin ou autre). En effet, les définitions données par le guide pratique de la publicité extérieure édité par le Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie sont les suivantes :

- auvent : avancée en matériaux durs en saillie d'un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries ;
- marquise : terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Ainsi, les enseignes installées sur le lambrequin des stores doivent être considérées comme des enseignes parallèles. Les enseignes sur auvent et marquise constituent une catégorie bien spécifique d'enseigne.

Généralement de petites tailles et peu présentes sur le territoire national, ces enseignes sur auvent, marquise ou balcon viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.



Enseigne sur auvents / marquises, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Enseignes sur balcon, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Ces enseignes spécifiques pourront faire l'objet d'une réglementation locale dédiée pour encadrer voire interdire leur utilisation, d'autant que le RLP de Bergerac interdit déjà les dispositifs installés sur les balcons, et cela, sur l'ensemble de la commune. Par ailleurs, des enseignes parallèles au mur ou éventuellement sur le lambrequin des stores sont des alternatives possibles à l'installation d'enseignes sur auvent, marquise ou balcon.

L'élaboration du RLPi permettra de mener une réflexion sur la place de ces enseignes dans le paysage intercommunal.

3.4. Enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture sont principalement présentes dans les zones d'activités et se présentent sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau national. Cependant, elles ne bénéficient pas de réglementation spécifique dans le cadre du Code de l'environnement.

Sur le territoire intercommunal, ce sont les enseignes sur clôture non-aveugle qui sont les plus présentes.



Enseignes sur clôture non-aveugle, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Enseigne sur clôture aveugle, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Par ailleurs, ces enseignes sont souvent utilisées en complément d'enseignes déjà présentes sur le lieu de l'activité : cet effet de surenchère participe à la saturation du message et au manque de visibilité des activités les unes par rapport aux autres.



Saint-Laurent-des-Vignes



Prignonrieux



Bouniagues



Bergerac

Enseignes sur clôtures non-aveugles installées en complément d'enseignes déjà présentes sur le lieu de l'activité, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Au même titre que les autres enseignes, les enseignes sur clôture pourront faire l'objet d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLPi. Cela permettra de mieux maîtriser leur implantation et de mettre en place des règles plus appropriées à leurs caractéristiques. Une limitation en nombre et/ou format pourrait permettre une meilleure insertion de ces enseignes dans leur environnement.

3.5. Enseigne perpendiculaire au mur

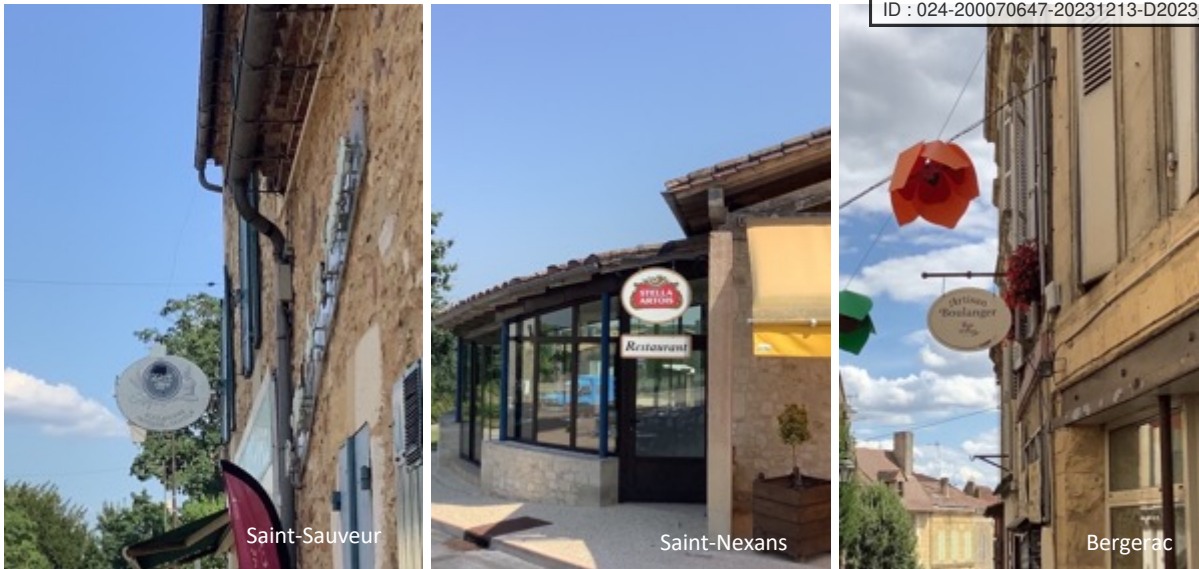
Les enseignes perpendiculaires au mur disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Elles sont présentes principalement dans les centres-villes, en particulier à Bergerac, et en centres-bourgs. Les surfaces excèdent rarement 1 m² mais les saillies de ces enseignes sont relativement variables : cela donne des formes différentes aux enseignes perpendiculaires au mur (carré, rectangulaire, etc.).



Enseignes perpendiculaires au mur de forme « allongée », Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Enseignes perpendiculaires au mur de forme « rectangulaire » avec une saillie plus importante, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Enseignes perpendiculaires au mur de forme "ronde", Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

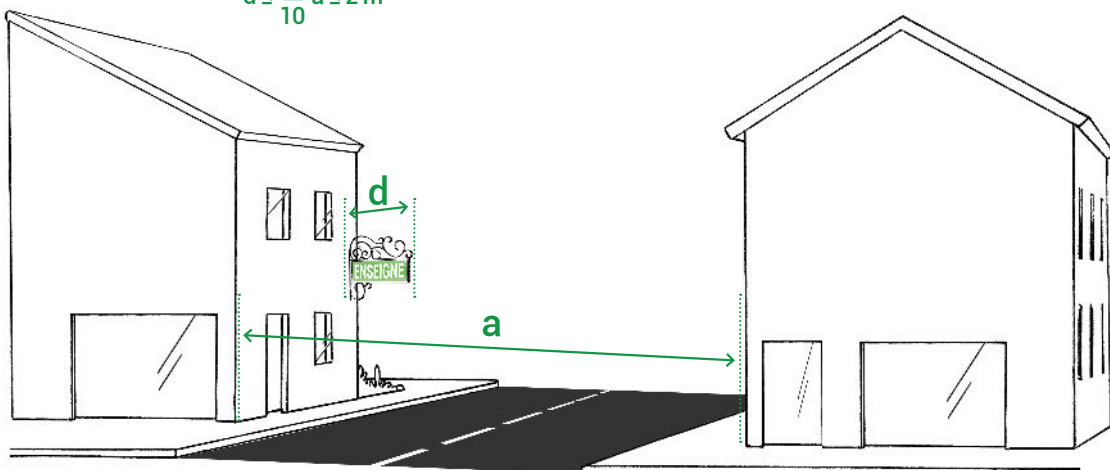
La diversité de formes des enseignes perpendiculaires au mur pourra être prise en compte si la Communauté d'Agglomération Bergeracoise souhaite mettre en place des règles spécifiques sur ces enseignes.

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

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

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



Le RLP de Bergerac a limité le nombre d'enseignes perpendiculaires par façade d'activité. Ainsi, seules les activités de type « tabac-presse » disposent de plusieurs enseignes perpendiculaires au mur, conformément au RLP en vigueur. Cette règle est globalement bien respectée à l'exception de rares activités.



Activité comptant plus d'une enseigne perpendiculaire au mur par façade (vue de face et de côté), Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Malgré quelques enseignes ne respectant pas la réglementation nationale (généralement des enseignes installées sur balcon), les enseignes perpendiculaires au mur posent peu de problèmes paysages.



Enseigne perpendiculaire au mur installée sur balcon (vue de face et de côté), Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Installées en façade d'activité, ces enseignes peuvent participer à la valorisation du bâti. A ce titre, des installations dans les limites du rez-de-chaussée, avec des saillies limitées ou des formats restreints sont autant de possibilité d'encadrer l'utilisation de ces enseignes via le RLPi.



Éviter l'installation des enseignes perpendiculaires en étage permet de mettre en valeur le bâti, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Bergerac



Bergerac



Bergerac

Privilégier les installations des enseignes perpendiculaires dans la continuité des enseignes parallèles au mur pour mettre en valeur le bâti, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Bergerac



Bergerac

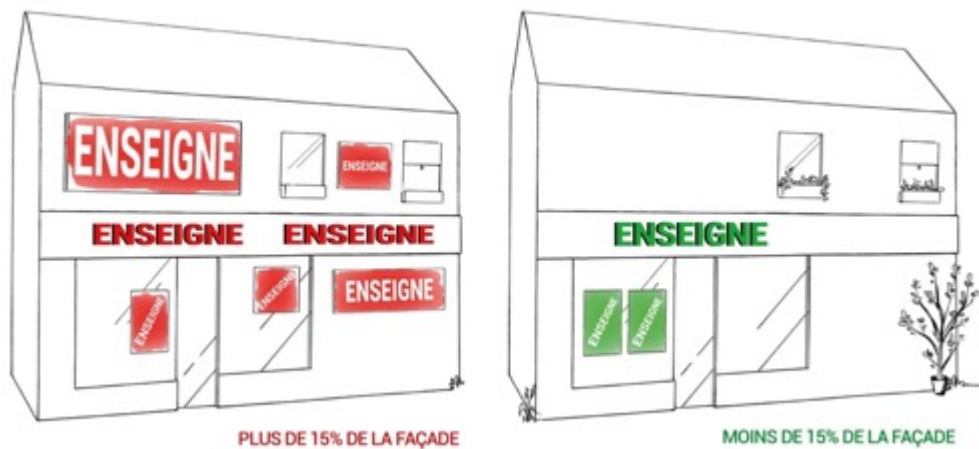
Favoriser l'installation d'enseignes anciennes et/ou en en fer forgé dans le centre-ancien de Bergerac pour mettre en valeur le bâti, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Le futur RLPi pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité, notamment dans le centre-ancien de Bergerac pour pérenniser le RLP actuellement en vigueur.

3.6. La surface cumulée des enseignes

Cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée⁵⁴ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

Dans le cas de cette règle, les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités apposées dans les baies commerciales ainsi que sur les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



Cette règle nationale, apparue dans le cadre de la « grenellisation », est d'autant plus stricte pour les commerces qui disposent d'une faible surface de façade commerciale (ex : en SPR).

On rencontre plusieurs façades saturées d'enseignes sur le territoire.



Activité dont la façade est saturée d'enseignes, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

⁵⁴ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

3.7. Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

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

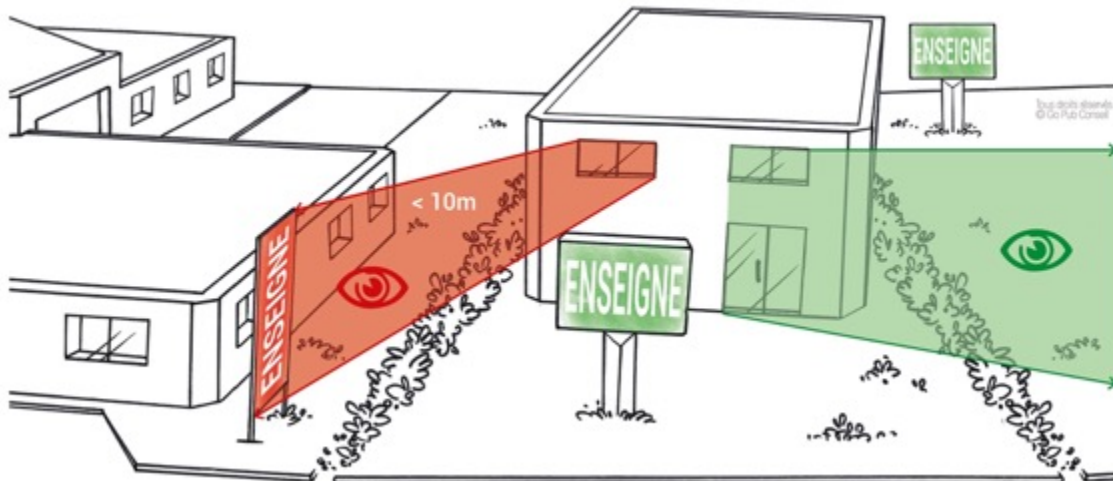


Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de type « panneau » et de type « totem », Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

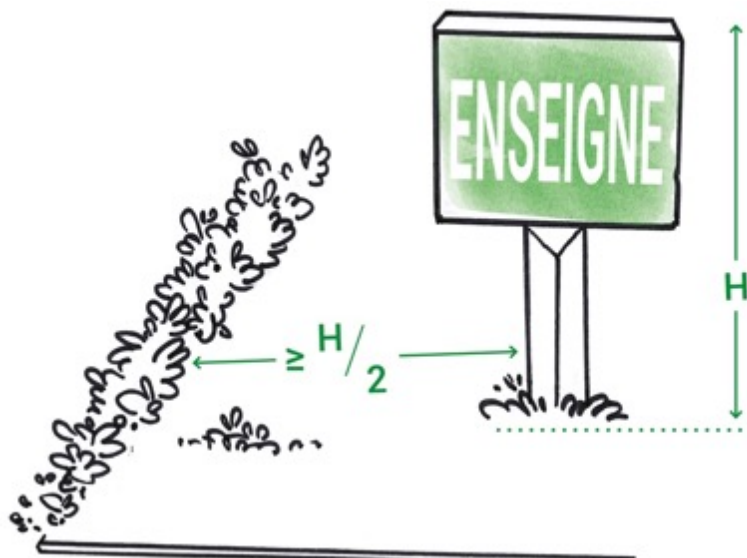


Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de type « mât », « drapeau » et « figurine », Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

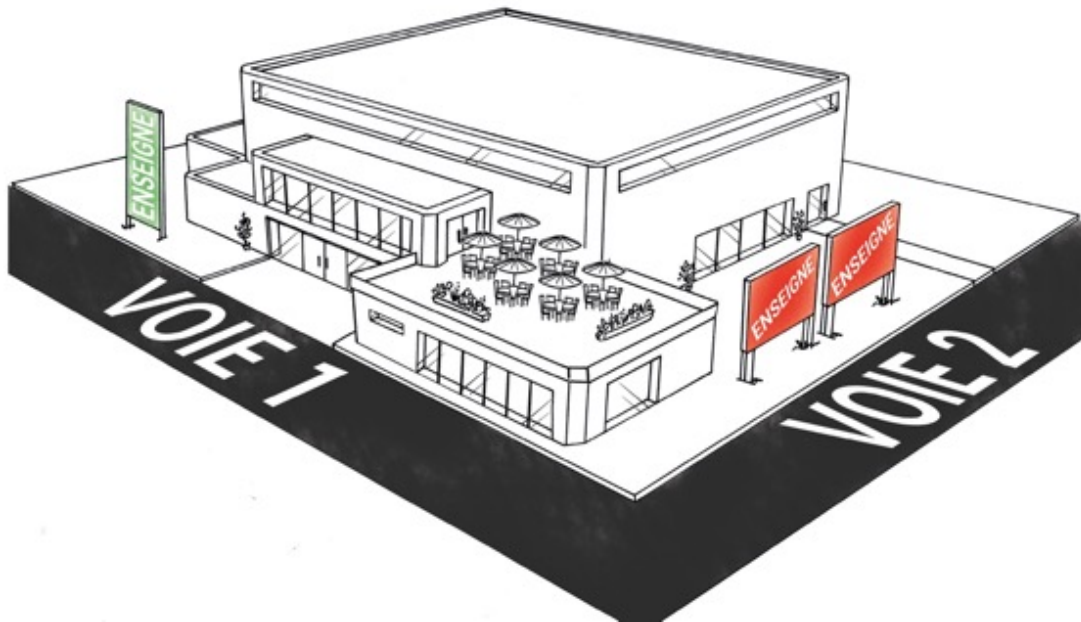
Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantation. Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



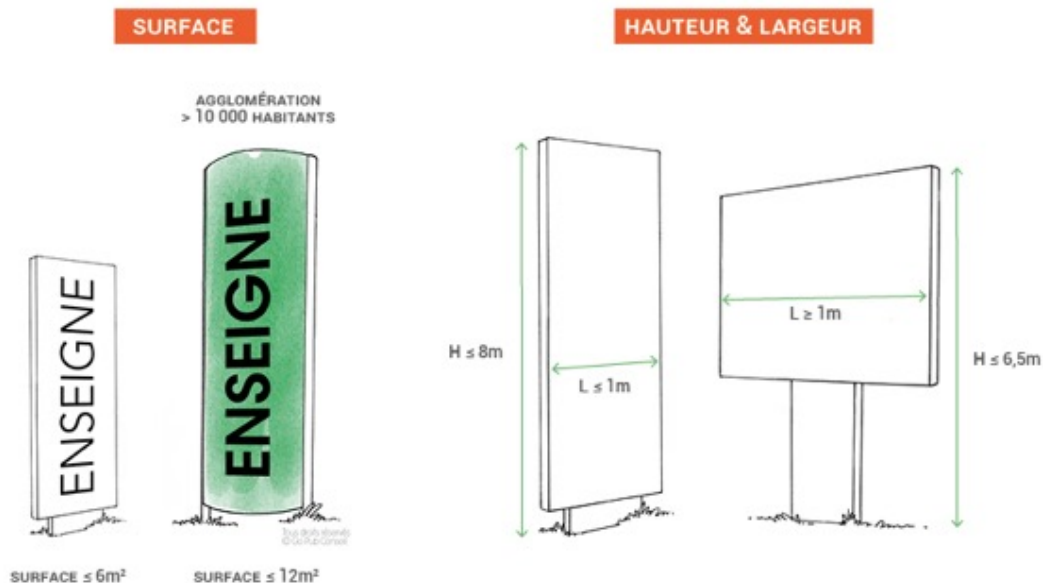
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Ainsi, seule la ville de Bergerac peut prétendre à l'installation d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont le format peut aller jusqu'à 12 m².

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles font 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles font moins de 1 m de large.



Sur Bergerac et notamment sur les espaces d'activités, les formats sont sensiblement plus importants et oscillent entre 6 m² et 12 m². On remarque également quelques supports excédant les formats autorisés par le Code de l'environnement.

En dehors de Bergerac et des espaces d'activités, il est rare que les supports excèdent 6 m². Globalement, la majorité des supports n'excèdent pas 4 m².

Enseignes supérieures à 12 m ²	Enseignes entre 12 m ² et 6 m ²	Enseignes entre 6 m ² et 4 m ²	Enseignes entre 4 m ² et 2 m ²	Enseignes inférieures à 2 m ²
18	32	30	45	79



La Force



Mouleydier

Enseignes de plus de 6 m², Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Le nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol peut également être un facteur de pollution visuelle important. Bien qu'en théorie le Code de l'environnement limite leur nombre à une seule par voie bordant l'activité, il est fréquent de constater un nombre plus important d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.



Bergerac



Creysse

Surnombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, Communauté d'Agglomération, juillet 2021.



Gardonne



Prignonieux

Surnombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, Communauté d'Agglomération, juillet 2021.

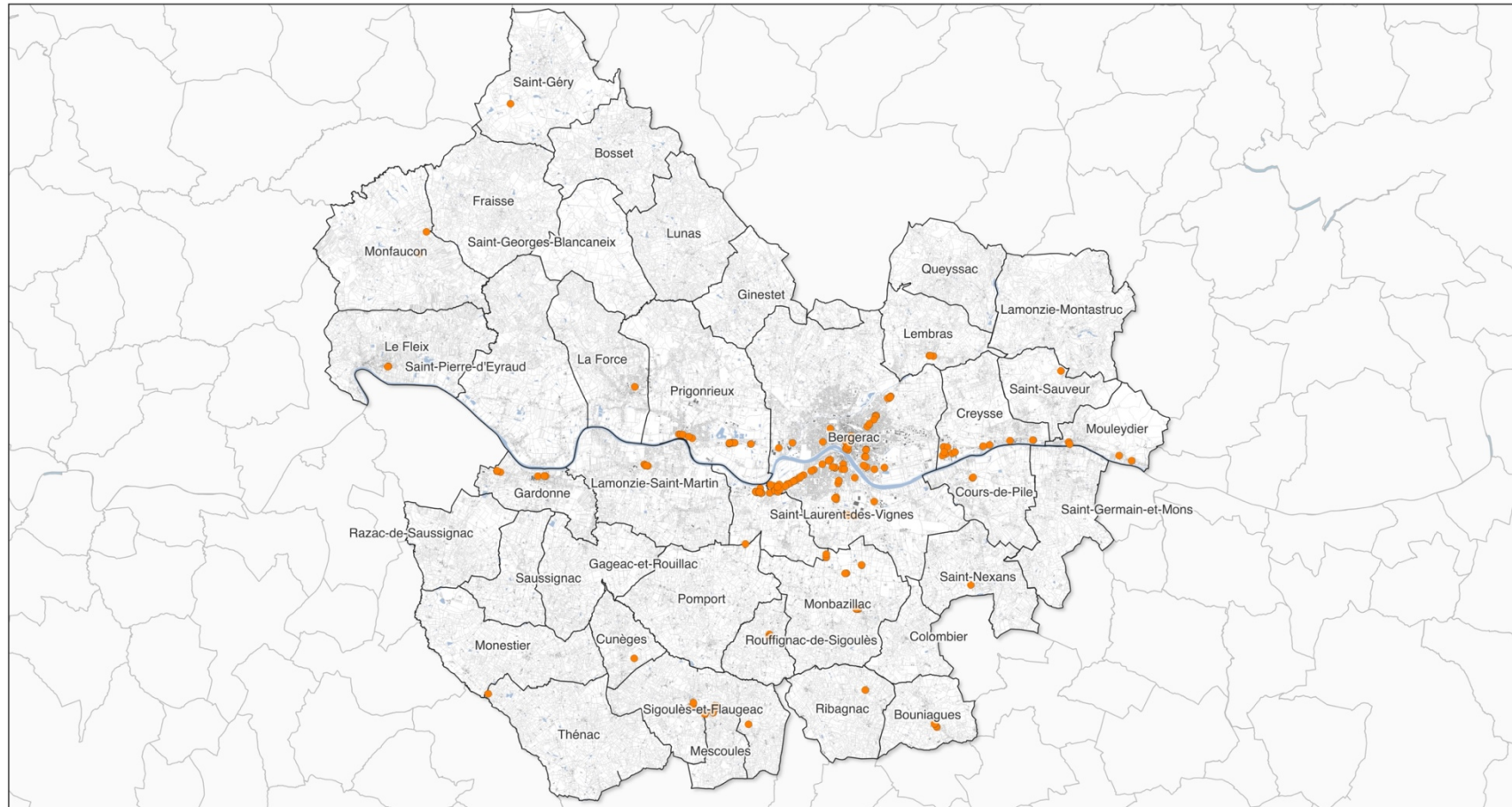
Ces enseignes sont principalement concentrées sur les polarités commerciales que sont :

- Bergerac ;
- Les abords de la Dordogne.

Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifique en vue de réduire leur impact. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre.



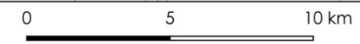
Localisation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol présentes sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

Types de dispositifs

- Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol



Source :
 Recensement : bureau d'étude GoPub Conseil
 Commune-parcelle/bâti : DGFIP Cadastre © Droits
 de l'Etat réservés ® - 2023

Réalisation : Bureau d'étude Gopub Conseil,
 2023-01-20

Enfin, contrairement aux enseignes plus d'1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol, les enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas encadrées par le Code de l'environnement. Il y a donc un enjeu majeur à pouvoir éventuellement réguler leur implantation notamment lorsqu'elles sont installées sur le domaine public (en centres-villes et centres-bourgs, sous réserve qu'elles disposent d'une autorisation d'occupation du domaine public,) soit sur le parking de l'établissement qu'elles signalent.



Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Le RLPi pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.

3.8. Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu est essentiellement présente en zone d'activités. Malgré sa faible présence sur le territoire intercommunal, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



Bergerac



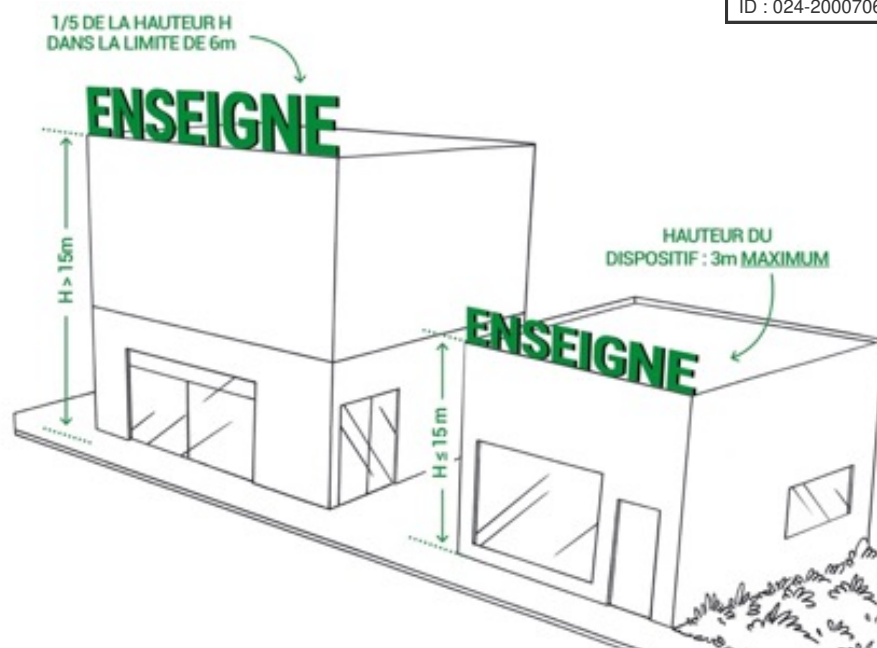
Bergerac

Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

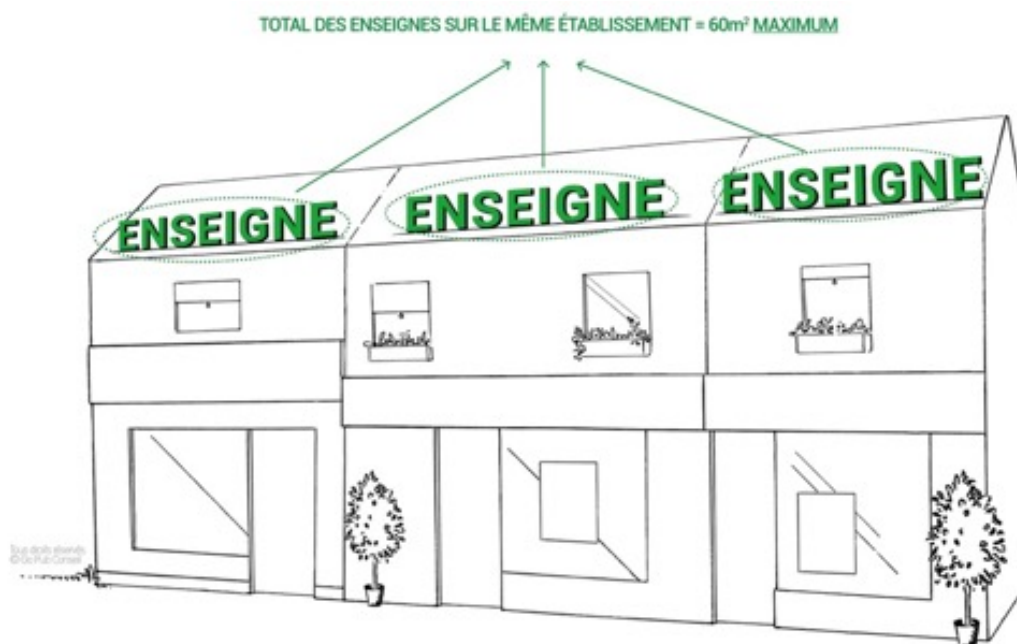
Du fait de leur format et caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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

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



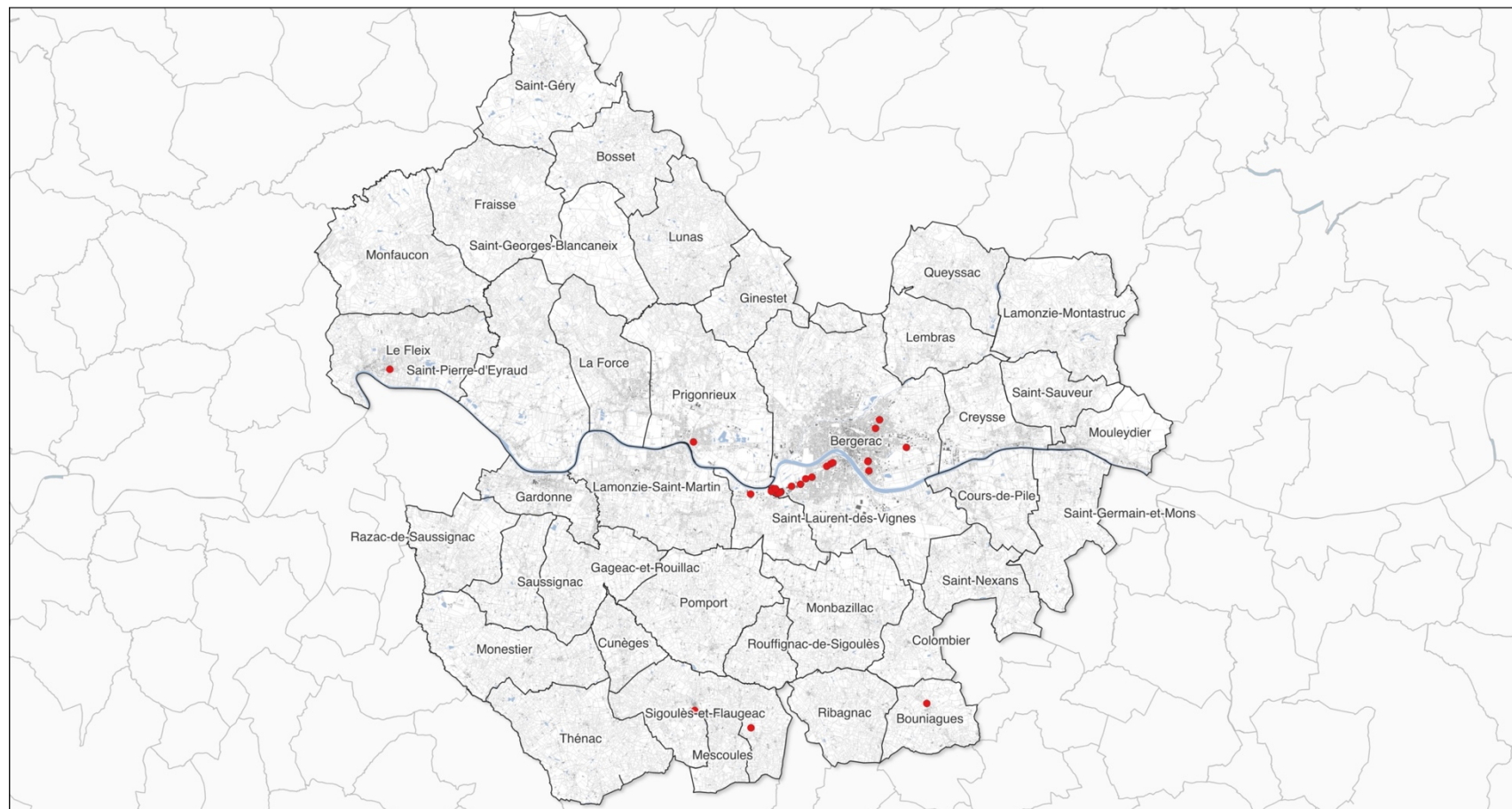
La surface cumulée⁵⁵ des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m²



Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont principalement présentes sur la commune de Bergerac.

⁵⁵ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Localisation des enseignes sur toiture présentes sur la Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

Types de dispositifs

- Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu

0 5 10 km



Source :
Recensement : bureau d'étude GoPub Conseil
Commune/parcelle/bâti : DGFIP Cadastre © Droits
de l'Etat réservés ® - 2023

Réalisation : Bureau d'étude Gopub Conseil,
2023-01-20

Environ 40 % de ces enseignes relevées sur le territoire sont en fait installées avec un panneau de fond.



Le Fleix



Bouliagues



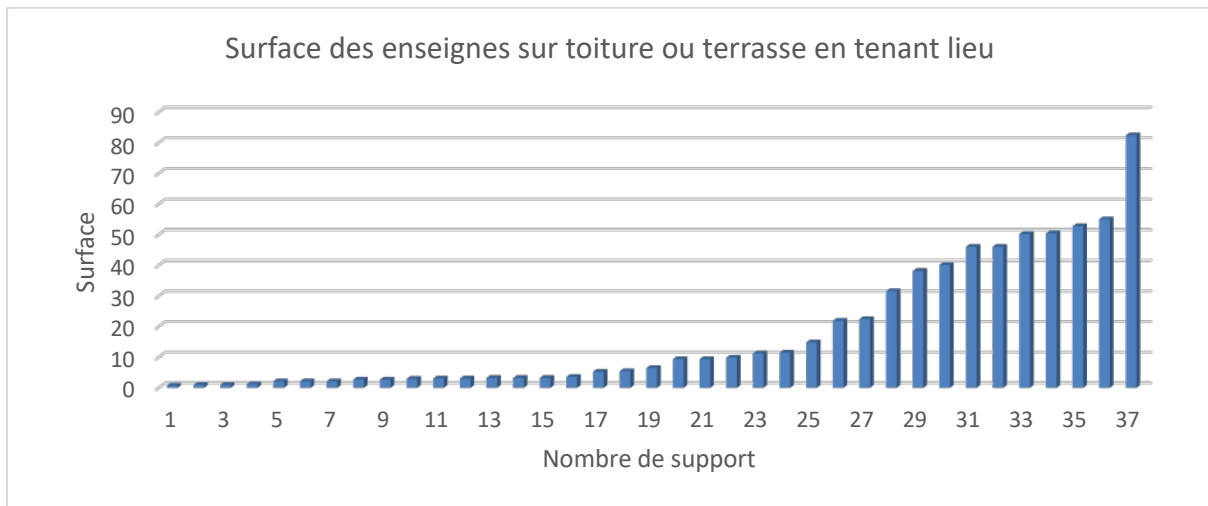
Sigoulès-et-Flaugeac



Saint-Laurent-des-Vignes

Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu avec panneaux de fond, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

1/3 des enseignes relevées ont un format excédant 15 m², dont une majorité (7) entre 40 m² et 60 m².



A ce jour le RLP de Bergerac autorise les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu dans certains secteurs. Néanmoins, le futur RLPi pourra proposer de réduire la taille de ces enseignes, voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

3.9. Enseigne lumineuse

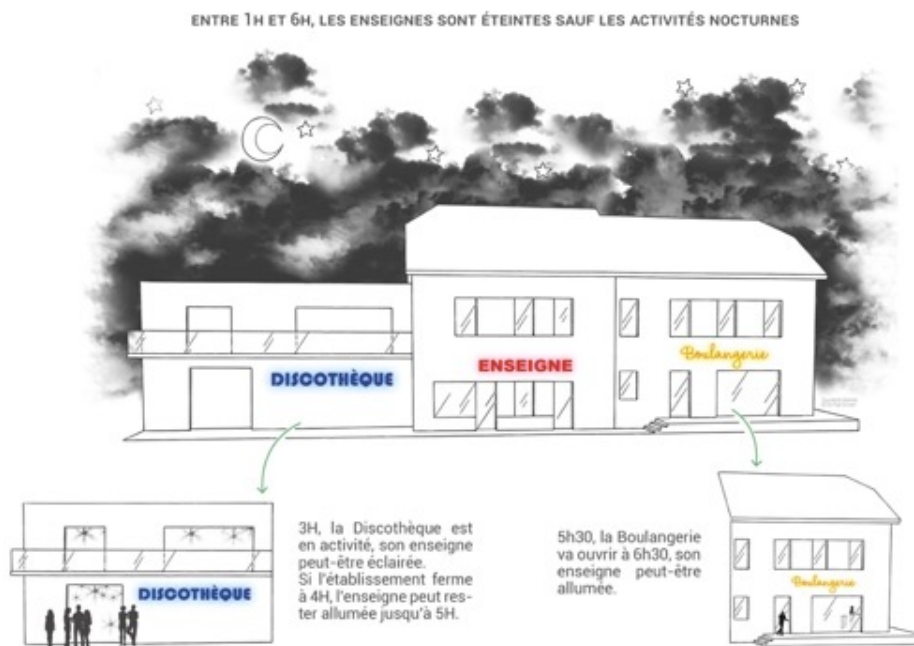
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet (article R.581-59 du Code de l'environnement).

Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type⁵⁶.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁷.

Elles sont éteintes⁵⁸ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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



Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. Les enseignes lumineuses peuvent être, par exemple, en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc. Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.

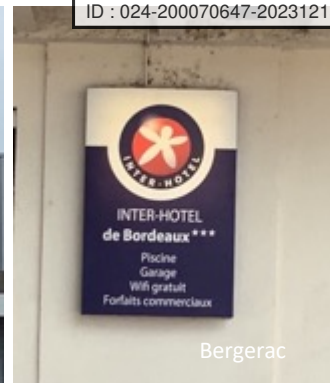
⁵⁶ Publicités / préenseignes lumineuses

⁵⁷ Arrêté non publié à ce jour

⁵⁸ L'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral



Creysse



Bergerac

Enseignes lumineuses éclairées par transparence, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.



Saint-Laurent-des-Vignes



Rouffignac-de-Sigoulès

Enseignes lumineuses éclairées projection, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Quelques enseignes numériques ont été relevées sur le territoire intercommunal signalant principalement des services d'urgence ou pharmacies. Il s'agit donc d'enseignes au format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement. Les enseignes numériques, qui constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses, reposent sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



Bergerac



Bergerac

Enseignes lumineuses numériques, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

3.10. Enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

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

Les enseignes temporaires sont soumises « *partiellement*⁵⁹ » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentées précédemment, notamment :

- les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁶⁰ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁶¹.

Enfin, en fonction de leur typologie, les enseignes temporaires doivent respecter les règles suivantes :

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

- ne doivent pas dépasser les limites du mur support ;
- ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit.
- la saillie ne peut excéder 25 cm ;

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

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

59 Cf. d. les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires (p.29) du I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure du présent rapport
60 il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

61 arrêté non publié à ce jour

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en renardine

- la surface totale ne peut excéder 60 m²

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

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

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes sur une clôture, d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, ou d'enseignes parallèles au mur, pour des opérations immobilières ou la promotion de locaux vacants. Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.



Exemple d'enseigne temporaire scellée au sol ou installée directement sur le sol, Communauté d'Agglomération Bergeracoise, juillet 2021.

Le futur RLPi pourra éventuellement mettre en place des règles locales pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le territoire.

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

1. Les objectifs

Par une délibération du 21 septembre 2020, la Communauté d'Agglomération Bergeracoise a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie en protégeant le patrimoine naturel et bâti ;
- Traiter les entrées de ville pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville ;
- Suivre autant que possible les réflexions engagées via l'élaboration du PLUI ;
- Adopter des règles d'extinction nocturne des publicités, préenseignes et enseignes lumineuses ;
- Adopter des dispositions plus respectueuses du cadre de vie applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes et mobiliers urbains ;
- Adapter les règles nationales aux caractéristiques du territoire intercommunal et les renforcer ;
- Harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire intercommunal pour renforcer son identité ;
- Valoriser les parcours et sites touristiques ;
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicités liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de communication ;
- Associer les citoyens.

L'ensemble de ces objectifs a pour vocation de permettre la construction d'un projet équilibré et conciliant la liberté d'expression, la liberté de commerce et d'industrie avec la protection du cadre de vie et des paysages.

2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la Communauté d'Agglomération Bergeracoise a débattu des orientations suivantes :

En matière de publicités et préenseignes :

Orientation n°1 : Déroger à l'interdiction de publicité notamment dans le SPR de Bergerac et éventuellement des périmètres des monuments historiques pour permettre l'installation de publicité sur mobilier urbain uniquement ;

Orientation n°2 : Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, encadrer les publicités et préenseignes sur mur ou clôture notamment en mettant en place une règle de densité pour limiter l'impact de ces supports et éviter les phénomènes de doublons ;

Orientation n°3 : Harmoniser, lorsque c'est possible, les formats des publicités apposées sur mur ou clôture et des publicités apposées sur mobilier urbain entre Bergerac et les 3 autres villes de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise ;

Orientation n°4 : Limiter l'impact des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en fixant un cadre spécifique (hauteur, surface, densité, etc.) lorsqu'elles seront autorisées ;

Orientation n°5 : Encadrer les dispositifs lumineux (notamment les dispositifs numériques) et instituer une plage d'extinction nocturne adaptée aux enjeux de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise.

En matière d'enseignes :

Orientation n°6 : Éviter l'implantation de certaines enseignes peu qualitatives pour l'image du territoire comme les enseignes sur les arbres, sur les balcons, sur toiture ou terrasse en tenant lieu etc. en s'inspirant du RLP de Bergerac ;

Orientation n°7 : Encadrer les enseignes parallèles et perpendiculaires pour améliorer ou préserver la qualité de ces enseignes notamment dans les espaces patrimoniaux (Sites Patrimoniaux Remarquables et centre ancien de Bergerac, etc.) ;

Orientation n°8 : Limiter la place des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en les encadrant lorsqu'elles sont inférieures ou égales à 1 mètre carré et en harmonisant autant que possible leur format à l'échelle intercommunale lorsqu'elles dépassent 1 mètre carré (hauteur au sol, surface, largeur, etc.) ;

Orientation n°9 : Encadrer les enseignes sur clôture ne faisant pas l'objet de règles spécifiques dans le Code de l'environnement.

IV. Justification des choix retenus

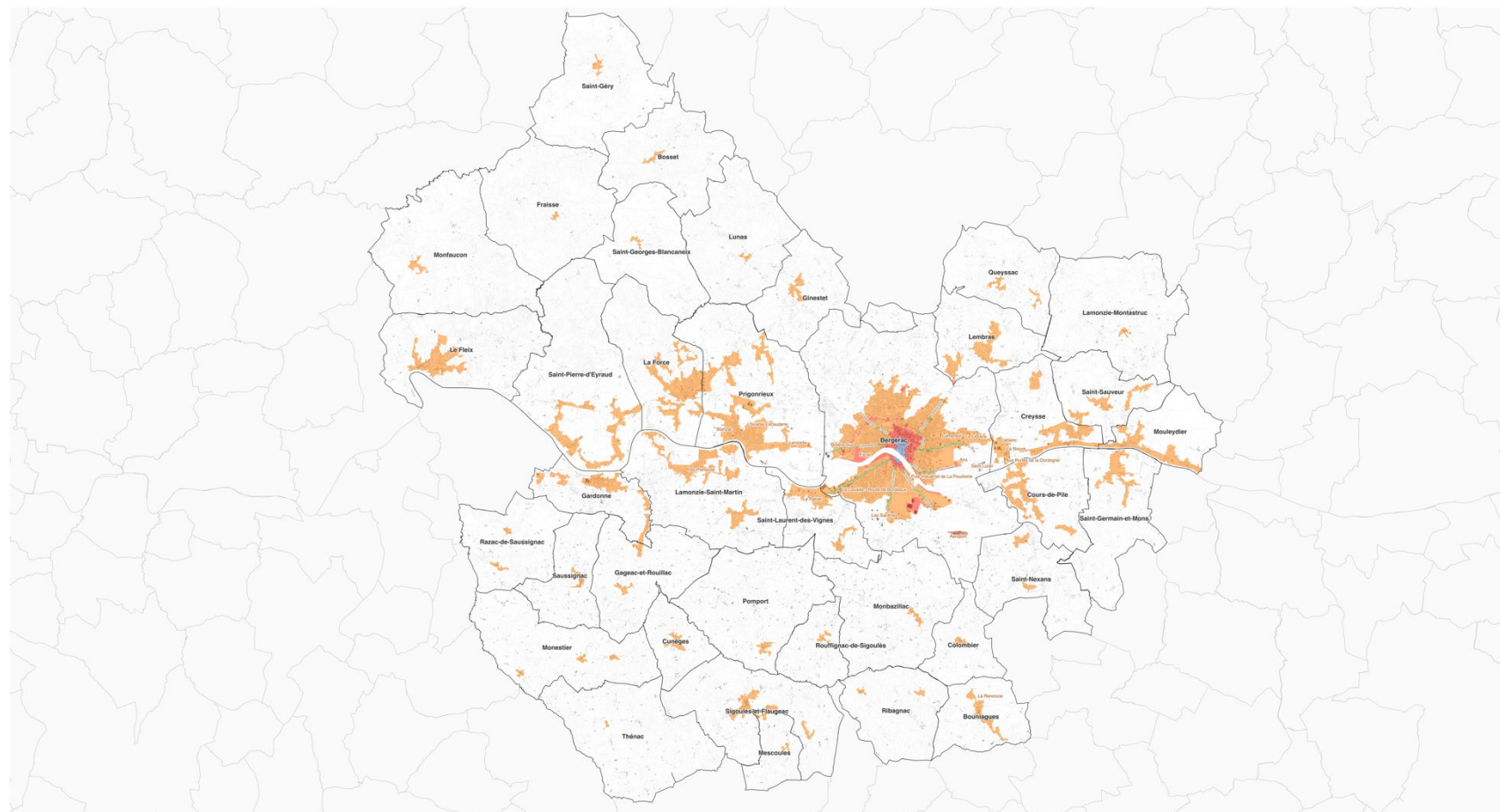
1. Le zonage en matière de publicités et préenseignes

En matière de publicités et préenseignes, cinq zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal. Elles couvrent l'ensemble des agglomérations du territoire intercommunal :

- **La zone de publicité n°1 (ZP1)** couvre le centre historique des parties agglomérées du site patrimonial remarquable (SPR) de Bergerac. Ce secteur bénéficie de protections particulières au titre du Code de l'environnement et de l'ancien RLP de Bergerac.
- **La zone de publicité n°2 (ZP2)** couvre les parties agglomérées du site patrimonial remarquable (SPR) de Bergerac ne se trouvant pas en ZP1. Au même titre que la ZP1, ce secteur bénéficie de protections spécifiques qui font néanmoins l'objet d'assouplissements.
- **La zone de publicité n°3 (ZP3)** couvre les parties agglomérées des communes de la communauté d'agglomération bergeracoise dont les agglomérations comptent moins de 10 000 habitants ainsi que les parties agglomérées de Bergerac non situées dans une autre zone de publicité. Il s'agit de secteurs où très peu de publicités et préenseignes conformes aux règles nationales ont été observées lors de investigations de terrain où l'on doit tenir compte de la mixité des fonctions entre habitations et activités économiques de proximité. Il y a donc un fort enjeu de préservation des paysages dans cette zone tout en permettant une communication économique minimale ;
- **La zone de publicité n°4 (ZP4)** couvre les axes structurants de Bergerac. Il s'agit de secteurs spécifiques qui concentrent la plupart des publicités et des préenseignes du territoire intercommunal. Il y a donc un fort enjeu d'amélioration des paysages dans cette zone.
- **La zone de publicité n°5 (ZP5)** couvre l'emprise de l'aéroport de Bergerac. Il s'agit d'un secteur avec un enjeu économique majeur pour le territoire et qui a fait l'objet d'un traitement particulier pour maintenir les possibilités d'affichage des professionnels.

A noter que les autres secteurs (zones blanches sur la carte) sont des zones non agglomérées (interdiction de publicité et préenseignes comme le rappelle l'article L581-7 du code de l'environnement).

Zonage 'Publicités et Préenseignes' Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

- ZP1 : Site Patrimonial Remarquable de Bergerac - Partie centre historique
- ZP2 : Site Patrimonial Remarquable de Bergerac - hors ZP1, situé en agglomération
- ZP3 : Espaces agglomérés en dehors des ZP1, ZP2, ZP4 et ZP5
- ZP4 : Axes structurants de Bergerac
- ZP5 : Emprise de l'aéroport de Bergerac

- Bâti
- Parcelle
- Limites communales



Source :
Commune, parcelle, bâti : DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat
réservés © - 2023
Zonage : Bureau d'études Gopub Conseil
Réalisation : Bureau d'études Gopub Conseil, 2023-12-18

2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

Sur l'ensemble du territoire, la Communauté d'Agglomération Bergeracoise (CAB) a souhaité interdire :

- La publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- La publicité sur clôture est interdite.

En ZP1 (centre historique du SPR), aucune publicité n'est autorisée conformément à l'interdiction relative posée par le Code de l'environnement et au précédent RLP de Bergerac. L'objectif ici est de préserver les acquis de la précédente réglementation et de maintenir une forte protection de l'hyper centre historique de la ville.

En ZP2 (SPR hors ZP1), la collectivité a fait le choix de maintenir la précédente réglementation en réintroduisant uniquement la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain dans un format limitée à 2m² et 3m de hauteur au sol pour le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local.

En ZP3 (agglomérations en dehors de Bergerac), les règles choisies par la collectivité reprennent les règles issues de la réglementation nationale à savoir :

- La seule possibilité d'installer de la publicité apposée sur mur dans la limite de 4,7 m².
- Une réduction de la hauteur au sol des publicités apposées sur mur à 6m afin d'harmoniser la hauteur au sol sur l'ensemble du territoire et entre publicités scellées au sol et publicités apposées sur mur ;
- La mise en place d'une règle de densité simple : 1 seul support sur mur par unité foncière afin d'éviter les phénomènes de doublons parfois observés sur le territoire intercommunal.
- Quant à la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain, elle respecte les règles fixées aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement. Sur la commune de Bergerac

En ZP4 (axes structurants de Bergerac), a fait le choix d'abaisser la hauteur au sol et le format des publicités murales à 6m de hauteur au sol et 4,7m² de surface afin d'harmoniser le traitement de ces publicités sur l'ensemble de l'intercommunalité et de tenir compte des dernières évolutions réglementaires⁶².

Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ont quant à elles sont limitées à 10,5m² et 6m de hauteur au sol. L'objectif de cette limitation des formats est de limiter l'impact visuel de ces supports. Elle a d'ailleurs été reprise par le décret du 30 octobre 2023⁶³. Néanmoins, la règle de densité sera celle qui permettra d'apaiser de manière significative les paysages de la CAB. En effet, il n'est autorisé qu'un seul support par unité foncière dès lors que cette dernière dispose d'un linéaire d'au moins 25 m. La CAB a autorisé un dispositif supplémentaire sur les unités foncières de plus de 80 m linéaire, dans la limite de 2 supports par unité foncière. Ces dispositions s'appliquent également au domaine public dans un souci d'équité entre les supports installés sur le domaine public et sur le domaine privé. En effet, même si le diagnostic n'a pas permis de mettre en évidence la présence importante de la publicité sur le domaine public (hors mobilier urbain supportant à titre accessoire de la publicité), il

⁶² Décret du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes.

⁶³ Décret du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes.

convient néanmoins de tenir compte de ces supports et de leurs impacts sur le cadre de vie et les paysages de la CAB. Ces règles permettront d'éviter les phénomènes de surenchère et de saturation des paysages.

Sur les axes structurants, la publicité numérique est autorisée mais soumise à la règle de densité ci-avant et dans la limite de 2m² et 3m de hauteur au sol afin d'en limiter l'impact visuel. En effet, ce format permet une visibilité suffisante des supports numériques qui, de par leurs caractéristiques, bénéficient d'une visibilité accrue vis-à-vis des autres supports publicitaires.

Les bâches publicitaires sont limitées à 12 mètres carrés afin de répondre aux préoccupations environnementales et paysagères de ces supports. Bien qu'il s'agisse de supports installés pour une durée maximale de 8 ans, l'absence de limitation de format dans le Code de l'environnement ne permet pas une protection des axes structurants du territoire. Ces axes traversent des zones d'activités mais également du tissu résidentiel d'où la volonté de limiter la surface de ces supports. Cette volonté est renforcée par le fait que le diagnostic n'ait pas démontré la présence de support de ce type sur le territoire. Par ailleurs, l'absence d'enjeu en matière de bâche de chantier n'a pas impliqué la mise en place d'une réglementation locale particulière.

Enfin, la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain est limitée à 8m² et 6m de hauteur au sol lorsqu'elle est apposée sur du mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local.

En ZP5 (aéroport), la collectivité a souhaité maintenir la réglementation nationale en tenant compte des caractéristiques économiques spécifiques de ce secteur.

Enfin, la collectivité a choisi de mettre en place une plage d'extinction nocturne plus restrictive que ce que prévoit le code de l'environnement. Ainsi, la publicité (y compris celle apposée sur mobilier urbain) est éteinte entre 23h et 6h à l'exception des publicités supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.

3. Le zonage en matière d'enseignes

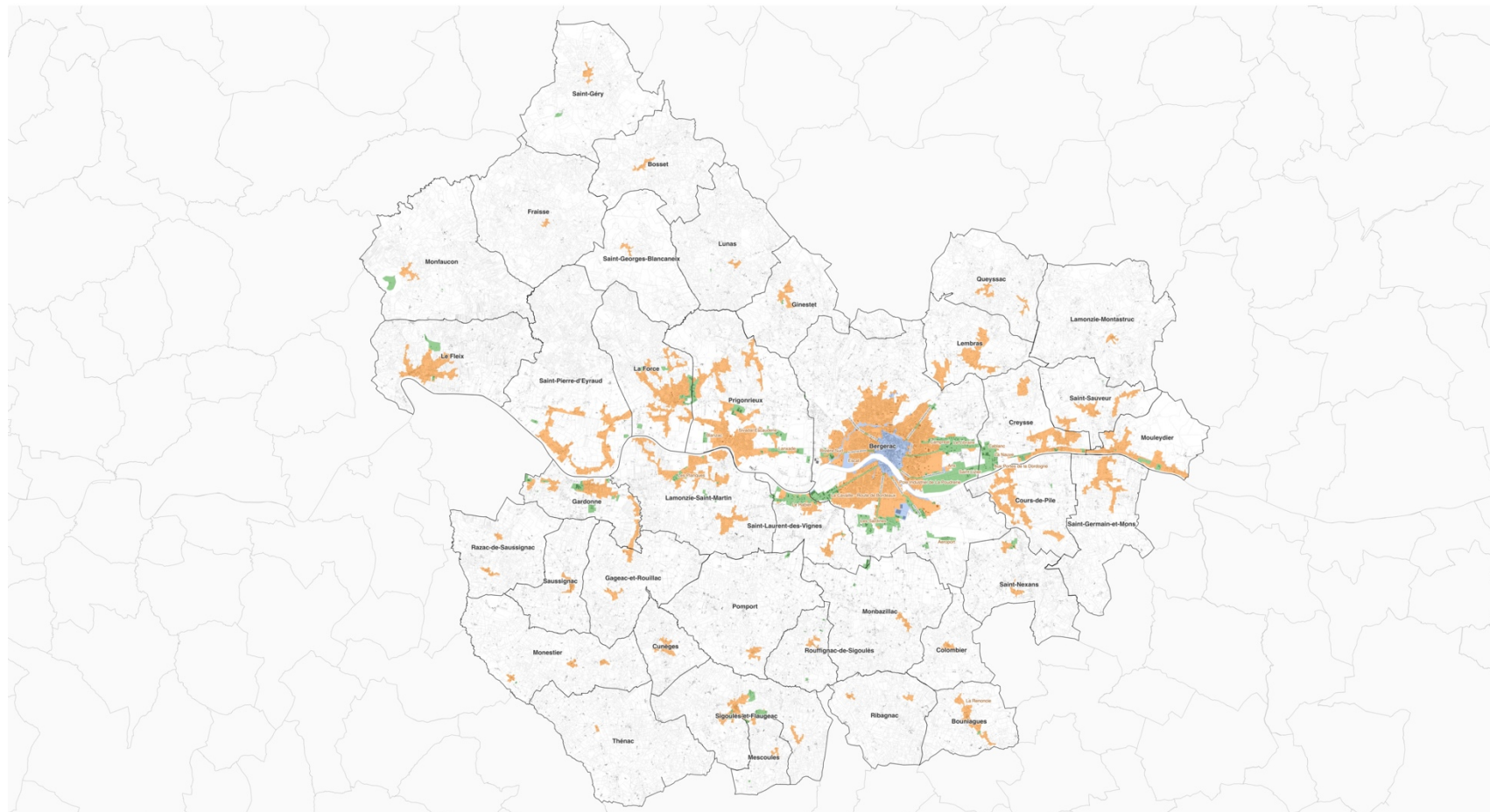
En matière de publicités et préenseignes, quatre zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal. Elles couvrent l'ensemble du territoire intercommunal y compris les espaces hors agglomération :

- La zone d'enseignes n°1 (ZE1) couvre le centre historique des parties agglomérées du site patrimonial remarquable (SPR) de Bergerac. Cette espace correspond à l'hyper centre historique et doit bénéficier d'un traitement stricte et spécifique pour maintenir la qualité paysagère et architecturale de ce secteur.
- La zone d'enseignes n°2(ZE2) couvre les zones situées en dehors des ZE1 et ZE3. Elles couvrent notamment les zones situées hors agglomération. Ces espaces couvrent aussi bien les centres-bourgs que les espaces hors agglomération. On constate principalement la présence d'activité de proximité dont l'impact sur les paysages et le cadre de vie demeurent mineur. Il convient donc ici de trouver un juste équilibre entre préservation des paysages et communication de la part des acteurs économiques.
- La zone d'enseignes n°3 (ZE3) couvre les axes structurants de Bergerac, les zones d'activités de la CAB ainsi que l'emprise de l'aéroport de Bergerac. Il y a un fort enjeu d'amélioration des paysages dans ces secteurs. Bordant des axes structurants et localisés en entrées d'agglomération, ces zones ont un fort impact sur la perception du territoire intercommunal.

Contrairement aux publicités et préenseignes, les enseignes ne sont pas soumises à interdiction lorsqu'elles sont situées hors agglomération. A ce titre, certains secteurs qualifiés de « hors agglomération » sont couverts par le zonage des enseignes afin :

- D'anticiper une urbanisation future ou en cours ;
- De faire bénéficier d'un zonage spécifique une ou des activités isolées.

Zonage 'Enseignes' Communauté d'Agglomération Bergeracoise



Légende

- ZE1 : Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Bergerac
- ZE2 : Espaces agglomérés en dehors des ZE1 et ZE3
- ZE3 : axes structurants de Bergerac, zones d'activités de la CAB et emprise de l'aéroport de Bergerac

- Bâti
- Parcelles
- Limites communales



Source :
Commune, parcelle, bâti : DGFIP Cadastre © Droits de l'Etat réservés © - 2021
Zonage : Bureau d'étude Gopub Conseil
Réalisation : Bureau d'étude Gopub Conseil, 2023-12-05

4. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes (y compris temporaires), la collectivité a fait le choix d'interdire sur l'ensemble du territoire :

- Les enseignes sur les arbres et les plantations ;
- Les enseignes sur les auvents ou les marquises ;
- Les enseignes sur les garde-corps et les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Les enseignes sur les poteaux de transport et de distribution électrique ;
- Les enseignes sur les poteaux de télécommunication ;
- Les enseignes sur les installations d'éclairage ;
- Les enseignes sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne.

L'objectif étant d'avoir une approche cohérente vis-à-vis des interdictions en matière de publicité. Par ailleurs, bien que ces enseignes soient globalement peut présentes à l'échelle de l'intercommunalité, leur impact paysager reste fort. C'est donc un marqueur règlementaire important pour la Communauté d'Agglomération Bergeracoise (CAB).

En ZE1 (secteurs en SPR) la collectivité a fait le choix de mettre en place des règles spécifiques pour mettre en valeur le patrimoine bâti, architectural et historique du cœur de ville. Ainsi, les enseignes en façade d'activité doivent respecter les règles suivantes :

- Les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur doivent être implantées en-dessous des limites du 1er étage pour les activités qui ne sont pas exercées exclusivement en étage ;
- Les enseignes sont autorisées sur les lambrequins de store, sans dépasser des limites du lambrequin ;
- Les enseignes parallèles doivent être implantées dans les limites du bandeau
- Les enseignes parallèles doivent être en lettres ou signes découpés ou peints (ou dessinés) sur support transparent sans excéder 22 cm de hauteur et 5 cm d'épaisseur ;
- Les enseignes parallèles doivent être implantées à plus de 50 cm du sol ;
- Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une seule par façade d'une même activité (sauf activités sous licence) ;
- La saillie des enseignes perpendiculaires est limitée à 0,80m ;
- La hauteur de ces enseignes est limitée à 1,20m ;
- Les enseignes perpendiculaires au mur doivent être alignées aux enseignes parallèles (sauf incompatibilité technique ou architecturale) ;
- Les enseignes perpendiculaires doivent être de préférence figurative, à l'ancienne, en métal découpé ou en panneau de tôle peinte et suspendue à des potences.

Ces règles d'implantation et de format ont pour but de préserver l'harmonie architecturale des ensembles bâtis dans ces espaces bénéficiant d'une identité architecturale et patrimoniale forte au sein de ces secteurs.

Sur le reste du territoire, le RLPi pose également des règles d'implantation et d'insertion des enseignes en façade afin de mettre en valeur les lignes du bâti. Ainsi, les enseignes doivent respecter les règles suivantes :

- Les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur doivent être implantées en-dessous des limites du 1er étage pour les activités qui ne sont pas exercées exclusivement en étage ;
- Les enseignes sont autorisées sur les lambrequins de store, sans dépasser des limites du lambrequin ;
- Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une seule par façade d'une même activité (sauf activités sous licence) ;
- La saillie des enseignes perpendiculaires est limitée à 0,80m ;
- La hauteur de ces enseignes est limitée à 1,20m ;
- Les enseignes perpendiculaires au mur doivent être alignées aux enseignes parallèles (sauf incompatibilité technique ou architecturale).

En ZE1 et ZE2 (secteurs en SPR) la collectivité a fait le choix d'interdire les enseignes sur clôture, sauf l'enseigne sur façade n'est pas visible ou pas suffisamment visible de la voie. Dans ce cas, l'enseigne sur clôture est limitée à une seule par voie bordant l'activité et 1m² seulement.

Sur le reste du territoire les enseignes sur clôture sont limitées à une seule par voie bordant l'activité et 2m². En ZE3 (zones d'activités), ces enseignes sont limitées à 2 par voie bordant l'activité.

Sur l'ensemble du territoire, l'installation d'enseigne en lettres ou signés découpés ou peints sur la clôture ou encore l'utilisation d'un panneau de fond transparent est recommandée lorsque l'installation se fait sur une clôture aveugle.

Aujourd'hui ces enseignes ne bénéficient d'aucune règle spécifique, il était donc important que le RLPi propose un cadre et l'adapte aux enjeux des différents secteurs. Ces supports n'ont pas fait l'objet d'une suppression pour tenir compte du nombre grandissant d'autoentrepreneur ayant un besoin de signalisation y compris en travaillant à domicile.

Les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol font également l'objet d'une réglementation spécifique. Ainsi, elles sont interdites dès lors qu'elles sont scellées au sol dans le SPR et cela afin de ne pas dénaturer le site. Lorsqu'elles sont autorisées (en SPR si elles sont installées directement sur le sol et sur le reste du territoire), elles sont limitées à une seule par voie bordant l'activité, une hauteur au sol de 1,2m et une largeur de 0,80m. La collectivité impose également que ces enseignes soient installées au droit de l'activité.

En ZE3 (zones d'activités), Le nombre d'enseignes de ce type autorisé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où s'exerce l'activité signalée respectera la règle de densité suivante :

- Si le linéaire de l'unité foncière d'une activité bordant une voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur strictement inférieure à 25 mètres : deux enseignes sont autorisées le long de la voie concernée ;
- Si le linéaire de l'unité foncière d'une activité bordant une voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur comprise entre 25 et 50 mètres : trois enseignes sont autorisées le long de la voie concernée ;

- Si le linéaire de l'unité foncière d'une activité bordant une voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur comprise entre 50 et 75 mètres : quatre enseignes sont autorisées le long de la voie concernée ;
- Si le linéaire de l'unité foncière d'une activité bordant une voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure ou égale à 75 mètres : cinq enseignes sont autorisées le long de la voie concernée.

La hauteur de l'enseigne est portée à 2,5 mètres en ZE3.

L'objectif de cette réglementation est d'éviter l'installation anarchique et le surnombre de ces enseignes y compris en SPR qui est un secteur touristique avec un grand nombre d'activités liées à la restauration.

La collectivité a fait le choix de limiter les enseignes supérieures à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol à 6m² et 6m de hauteur au sol. Pour la commune de Bergerac, il s'agit d'une vraie diminution de format permettant un traitement cohérent et harmonisé de ces enseignes à l'échelle de toute l'intercommunalité. Cependant, ces enseignes sont autorisées en SPR que si elles signalent une activité située en retrait de la voie publique. Dans ce cas, leur format est réduit à 2m² et 3m de hauteur au sol.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu font l'objet d'une interdiction sur la ZE1 et la ZE2 compte tenu des caractéristiques de ces espaces urbains : secteurs patrimoniaux protégés, résidentiels ou mixtes avec la présence d'activités de proximité. L'impact des enseignes sur toiture y serait trop important notamment sur les perspectives paysagères. A contrario, ces enseignes sont autorisées dans la ZE3 (zones d'activités). En effet, ces enseignes répondent à un besoin des activités sans toutefois dénaturer ces espaces. Néanmoins, le RLPi a posé des limitations pour l'utilisation de ces enseignes afin de limiter leur impact visuel et de privilégier au maximum l'installation d'enseigne en façade :

- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées pour les bâtiments situés à plus de 300 mètres de l'alignement du domaine public.
- Les enseignes sont limitées à une seule par activité et ne peuvent excéder 3,5 mètres de hauteur.

Les enseignes lumineuses font également l'objet de règles précises comme :

- Une extinction entre 23h et 6h ;
- Une interdiction des enseignes numériques sauf s'il s'agit de signaler un service d'urgence et sauf si cette enseigne est installée en ZE3 (zones d'activités).

Enfin, les supports lumineux numériques installés à l'intérieur des vitrines sont limités à 1m² de surface unitaire, dans la limite de 2m² de surface cumulée par activité. Leurs images doivent être fixes. Ces dispositions visent à proposer une réglementation en adéquation avec les pratiques observées sur le territoire tout en limitant l'usage des supports lumineux à l'intérieur des vitrines de grand format.

Ces prescriptions permettent de limiter la pollution lumineuse et réaliser des économies d'énergie.

Enfin, les enseignes temporaires doivent respecter les mêmes règles que les enseignes permanentes.