



RLPi

Règlement Local de Publicité
INTERCOMMUNAL

SAUMUR
VAL^{DE} LOIRE
AGGLOMÉRATION

1. RAPPORT DE PRESENTATION

Vu pour être annexé à la délibération d'arrêt du RLPi en date du
26/09/2024

SOMMAIRE

SOMMAIRE.....	2
PREAMBULE	3
DIAGNOSTIC.....	12
CHAPITRE 1 : CONTEXTE INTERCOMMUNAL.....	13
CHAPITRE 2 : LE CONTEXTE REGLEMENTAIRE DU TERRITOIRE	20
CHAPITRE 3 : LE DIAGNOSTIC DE LA PUBLICITE EXTERIEURE SUR LE TERRITOIRE	40
ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	61
CHAPITRE 1 : PREAMBULE	62
CHAPITRE 2 : ORIENTATIONS ET OBJECTIFS.....	62
JUSTIFICATIONS DES CHOIX.....	65
CHAPITRE 1 : MOTIFS DE DELIMITATION DU ZONAGE	66
CHAPITRE 2 : CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE.....	70

PRÉAMBULE

I. Quel contexte législatif et réglementaire ?

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, le Code de l'Environnement a été réformé par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012.

La réforme de la réglementation nationale de publicité extérieure est applicable depuis le 1er juillet 2012.

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un document qui régit la publicité, les enseignes et les préenseignes en adaptant la réglementation nationale au contexte local et aux enjeux du territoire. Il permet de prévenir la pollution visuelle et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager du territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité (RLP), celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLP, les dispositions du règlement national de publicité en vigueur demeurent opposables. L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal est encadrée conjointement par le Code de l'Environnement et le Code de la Route.

1. Pourquoi réaliser un RLPi sur le territoire de Saumur Val de Loire ?

Avec le décret d'application du 30 janvier 2012 portant sur la réglementation nationale de la publicité extérieure et des enseignes, l'encadrement de l'affichage publicitaire est devenu plus restrictif, afin de rendre la publicité plus qualitative et plus respectueuse du cadre de vie des habitants, tant en termes de nuisances visuelles que de dégradation du paysage. Ainsi, au regard des dernières ajustements réglementaires, les précédents Règlements Locaux de Publicité applicables sur les communes de Saumur (approuvé en 2006), Doué-en-Anjou (Doué-La-Fontaine, approuvé en 2007) et Montreuil-Bellay (approuvé en 2007), sont devenus caducs en juillet 2022, la prescription du RLPi de la CA Saumur Val de Loire ayant permis le maintien des RLP existants jusqu'alors.

Par délibération du 17/12/2020, la communauté d'agglomération a prescrit l'élaboration du RLPi avec les objectifs suivants :

- Préserver l'attractivité du territoire et sa dynamique commerciale tout en luttant contre la pollution visuelle ;
- Renforcer son identité et harmoniser la réglementation locale ;
- Adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire et la renforcer.

2. Quels sont les champs d'application du règlement ?

Conformément à l'article L 581-2 du Code de l'Environnement, les publicités, enseignes, préenseignes qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du Code de l'Environnement et du RLPi.

3. Quelles sont les pièces qui constituent le RLPi ?

Le Règlement Local de Publicité intercommunal se compose de trois pièces :



Un rapport de présentation qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus ;



Un règlement détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone ;



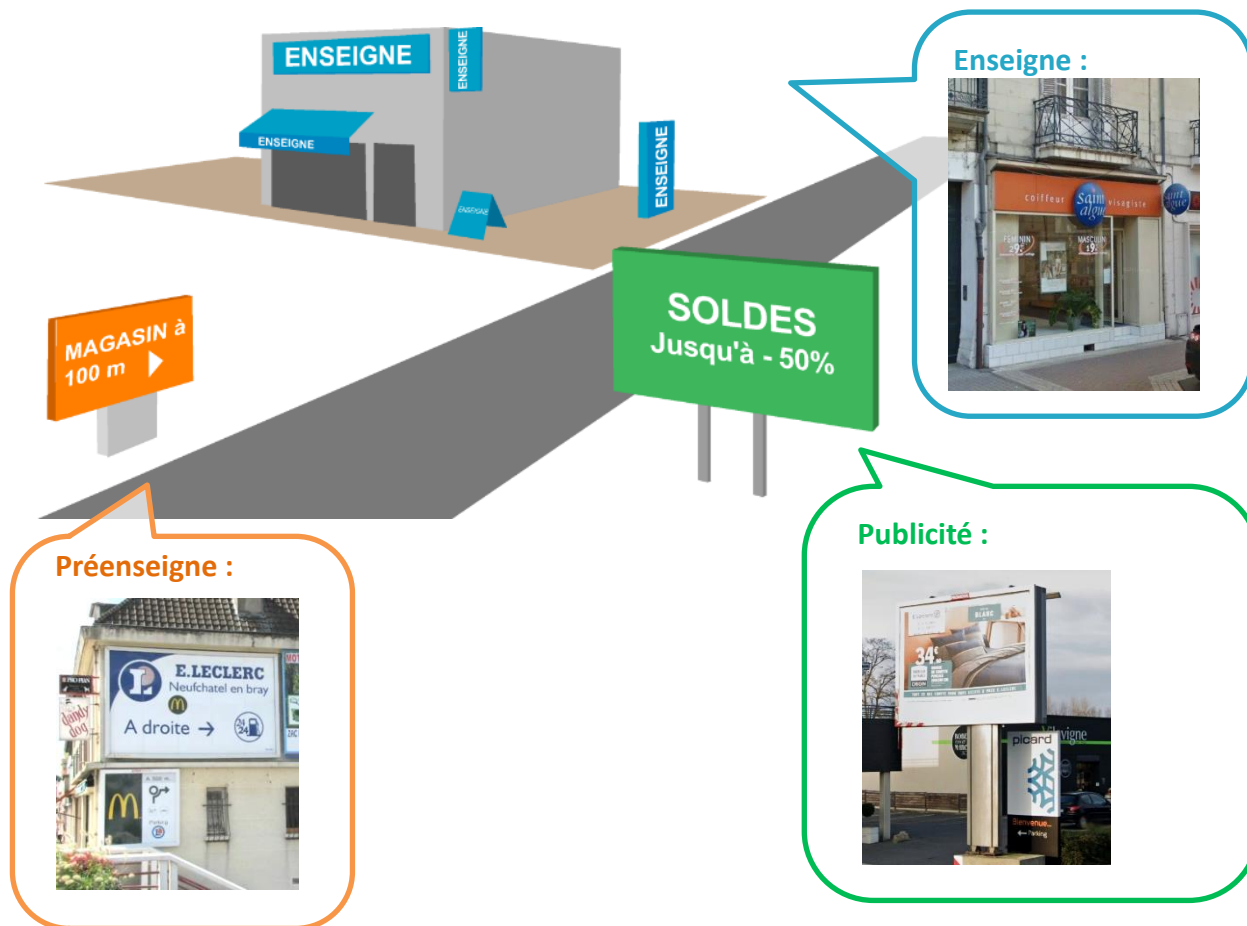
Des annexes : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones de publicité identifiées par le RLPi et les limites de l'agglomération fixées par les maires sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

II. Principales définitions

1. Quels sont les différents dispositifs de publicité extérieure ?

1.1. DEFINITIONS GENERALES

L'article L. 581-3 du Code de l'Environnement définit les dispositifs suivants relevant de la publicité extérieure :



- **Publicité** : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention ;
- **Enseigne** : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce ;
- **Préenseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.

Définitions issues du guide pratique du Ministère « La réglementation de la publicité extérieure » (p.11, 12 et 13).

Les dispositifs concernés sont ceux visibles des voies ouvertes à la circulation publique : voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Ces dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.

Préenseignes dérogatoires

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement. La dérogation relative aux préenseignes particulièrement utiles pour les personnes en déplacement courait jusqu'au 13 juillet 2015.

Activités bénéficiaires	Avant 13/07/2015	Après 13/07/2015	Nombre	Distance
Activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement	oui	oui		
Service public ou d'urgence	oui	oui		
Activité en retrait de la voie	oui	oui		
Monuments historiques (ouverts à la visite)	oui	oui	4	10 km
Vente produits du terroir	oui	oui	2	5 km
Activité culturelle		oui	2	5 km

La dérogation relative aux préenseignes particulièrement utiles pour les personnes en déplacement a pris fin le 13 juillet 2015. Ces activités sont notamment les garages, les stations-services, les restaurants (y compris ceux qui vendent des produits du terroir) et les hôtels.

Les produits du terroir correspondent à des produits locaux qu'il n'est pas possible de trouver dans une autre région. Exemple : Les AOC (Appellation d'Origine Contrôlée). Les restaurants ou auberges qui proposent des produits du terroir, associé aux activités utiles aux personnes en déplacement, ne peuvent implanter une pré-enseigne. Elles peuvent en revanche être signalées dans les conditions définies par la circulation routière (ex : Signalétique d'Information Locale – SIL).

Sont qualifiées comme activités culturelles les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques. Nouveauté de la loi ENE, les activités culturelles ne recouvrent pas les établissements culturels, à l'exception des Monuments Historiques classés ou inscrits, ouverts à la visite.

1.2. SUPPORTS SPECIFIQUES

Le mobilier urbain

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

Mobilier urbain pouvant supporter de la publicité : les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifîés sur le domaine public, les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².

(Source : Guide pratique - La réglementation de la publicité extérieure – MEDDE)

Quelques exemples sur le territoire :



Mobilier urbain de 2m² -
type « sucette » -
Saumur



Publicité sur abribus –
Longué-Jumelles

Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46).

Les bâches

Les bâches comprennent :

- Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- 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. Le RLPi peut adapter ces règles (nombre, format, durée d'affichage autorisée, etc.).



Gennes-Val-de-Loire

Enseignes temporaires immobilières

2. Quels sont les dispositifs qui ne relèvent pas de la publicité extérieure ?

Les dispositifs ne relevant pas de la publicité extérieure et ne pouvant être règlementés par un RLP sont les suivants :

Catégorie de dispositifs et objectifs	Exemples
<i>SIL : signalétique d'information locale</i>	
<p>➤ Objectifs : guider l'utilisateur en signalant les services ou équipements de proximité</p>	 <p>Saumur</p>
<i>Directionnelle</i>	
<p>➤ Objectifs : guider l'utilisateur en déplacement vers les destinations à moyenne et longue distances</p>	 <p>Longué-Jumelles</p>
<i>Touristique</i>	
<p>➤ Objectifs : guider l'utilisateur vers les curiosités culturelles et touristiques</p>	

Panneaux CE

- Objectifs : guider l'utilisateur en indiquant les services ou équipements de proximité



Panneaux d'information communale

- Objectifs : diffuser à la population les informations municipales, d'intérêt général, associations, manifestations, etc.



Longué-Jumelles



Vivy

Affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

- En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites d'« affichage libre » (Art. L.581-16).



Vivy

3. Quels sont les délais de mise en conformité des dispositifs de publicité ?

A partir de la date d'application du Règlement Local de Publicité intercommunal	6 ans	<ul style="list-style-type: none"> • Pour la mise en conformité des enseignes existantes
	2 ans	<ul style="list-style-type: none"> • Pour la mise en conformité des publicités / préenseignes



1

Diagnostic

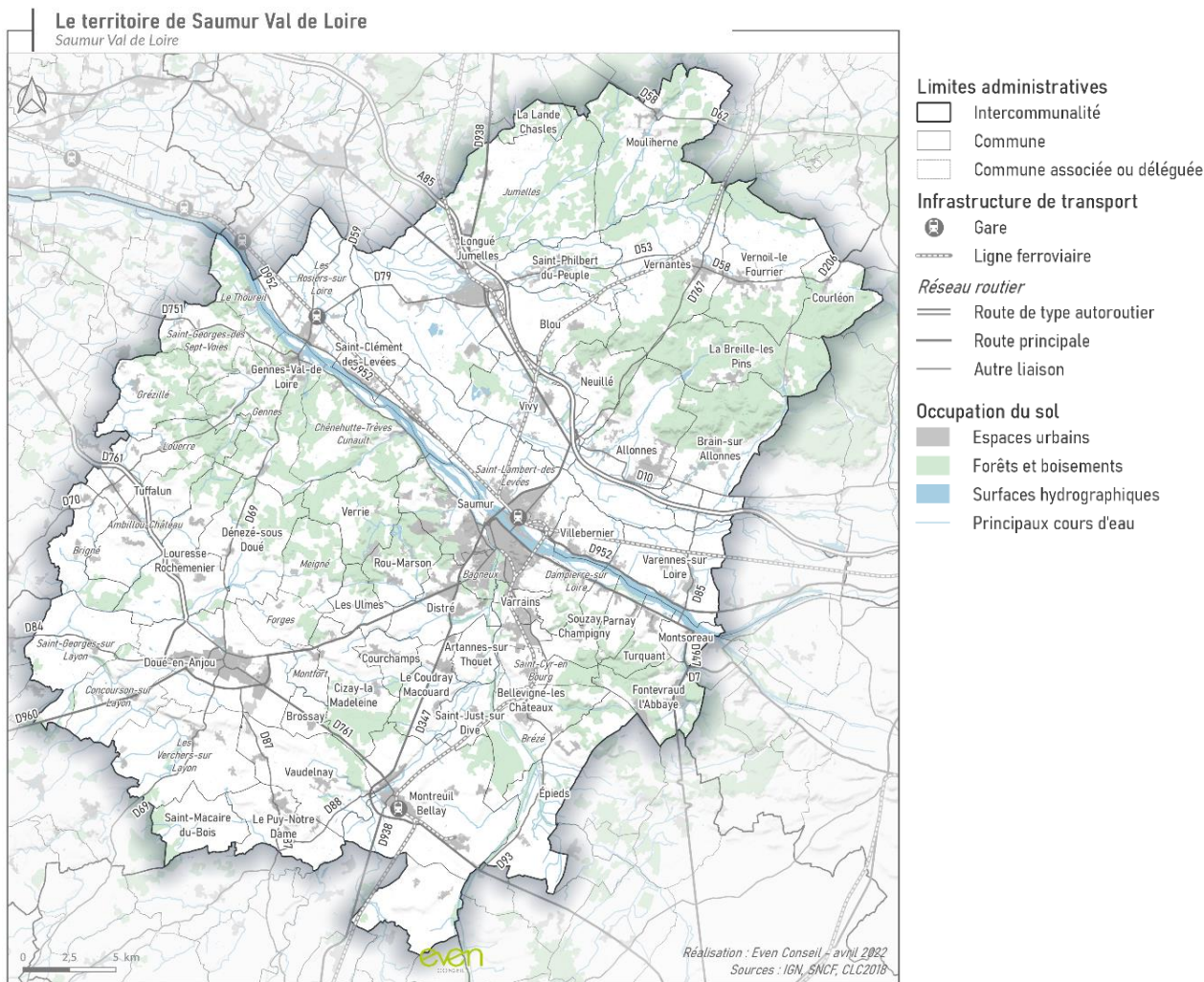
CHAPITRE 1 : CONTEXTE

INTERCOMMUNAL

I. Présentation du territoire

A l'est du département de Maine-et-Loire, traversée par la Loire, la Communauté d'agglomération Saumur Val de Loire compte 45 communes pour plus de 100 000 habitants sur 1233,7 km². Créée au 1^{er} janvier 2017, la CASVL résulte de la fusion-extension de 4 EPCI : la Communauté d'Agglomération Saumur Loire Développement et les Communauté de communes de Loire-Longué, du Gennois et de la Région de Doué-la-Fontaine avec la création en 2016 des communes nouvelles de Gennes-Val-de-Loire, Doué-en-Anjou et de Bellevigne-les-Châteaux en 2017.

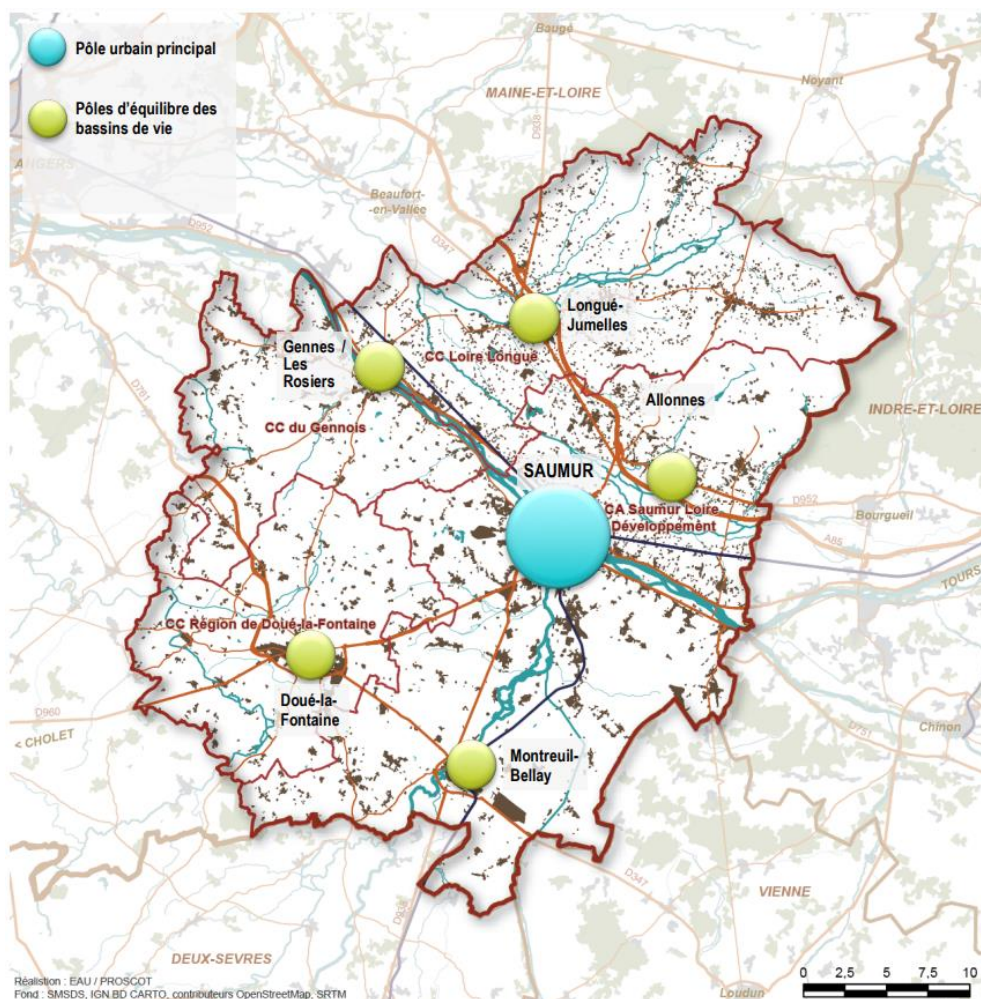
La CASVL est compétente en matière d'élaboration de Plans Locaux d'Urbanisme et par conséquent d'élaboration de Règlements Locaux de Publicité.



II. Quel portrait structurel et économique du territoire ?

Source : SCoT du Grand Saumurois- Rapport de présentation

Selon la terminologie du SCoT du Grand Saumurois, la CASVL s’organise autour de son pôle urbain principal qu’est Saumur et 4 pôles d’équilibre des bassins de vie : Gennes/Les Rosiers, Longué-Jumelles, Allonnes, Doué-la-Fontaine et Montreuil-Bellay.



L’architecture actuelle et proposée à long terme pour le territoire

Source : SCoT du Grand Saumurois - PADD

Localisée à l’Est du département du Maine-et-Loire, cette intercommunalité se situe le long de deux axes de communication importants : l’autoroute A85 et la voie ferrée reliant Angers à Tours. Elle se situe ainsi à 50 minutes d’Angers, 1h00 de Tours et 3h00 de Paris.

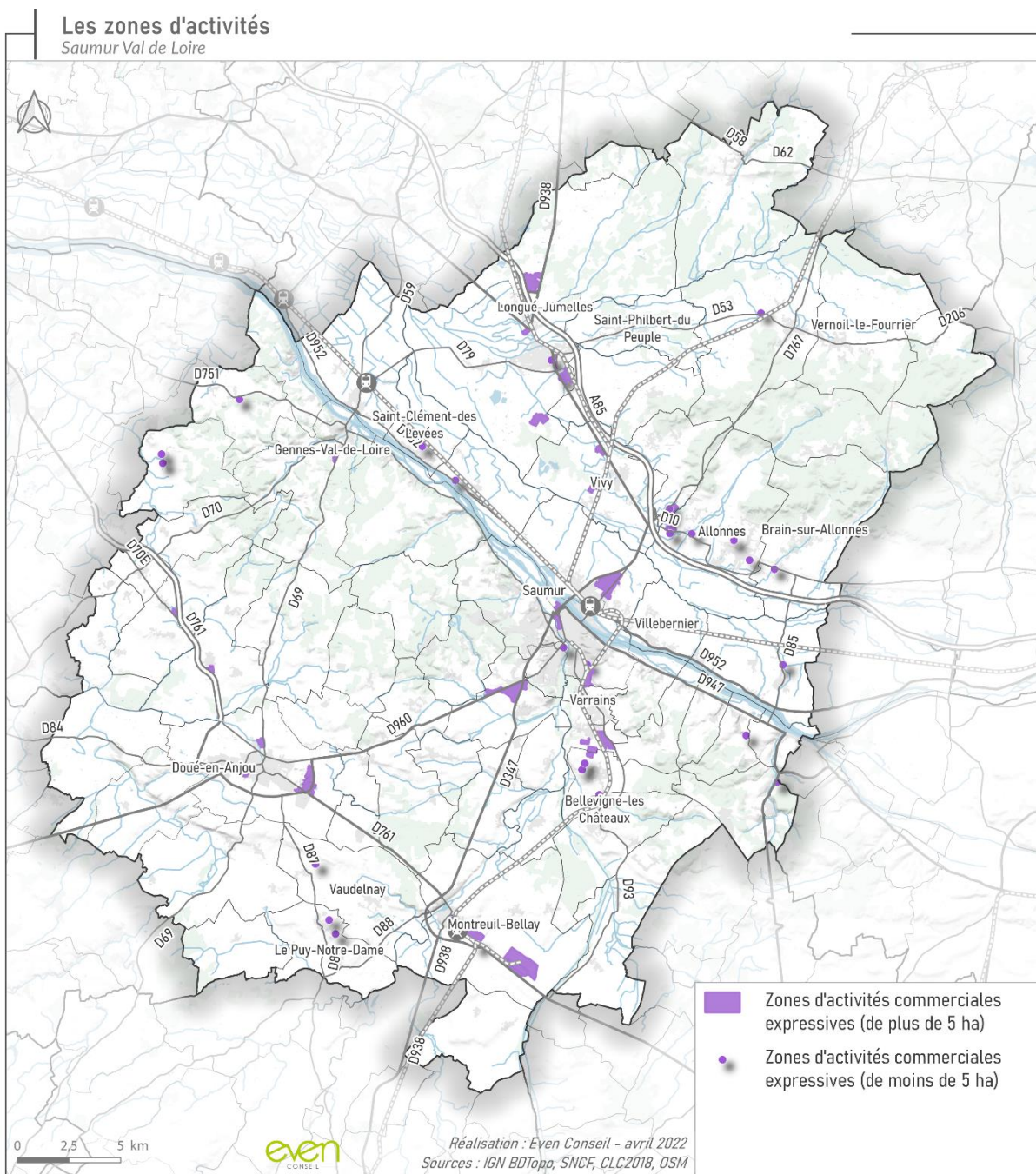
La Communauté d’Agglomération se caractérise comme un pôle d’emplois majeurs entre Tours et Angers, avec une sortie d’autoroute permettant d’accéder à 2 zones économiques : la Ronde et Ecoparc.

En outre, elle dispose de 3 gares permettant d'accéder à l'axe Angers-Tours et à la voie des sables. Enfin, la route départementale RD952 permettant de relier la métropole de Tours à celle d'Angers traverse le territoire communal le long de la Loire. A cela s'ajoute la route départementale D947, qui est utilisée par de nombreux touristes pour accéder au coteau saumurois. La départementale D93 est aussi très utilisée par les usagers et les poids lourds pour accéder aux zones économiques, mais aussi touristiques (exemple : les Caves de Saumur à Chacé-Saint-Cyr-en-Bourg).

La répartition des emplois est organisée autour d'un pôle principal : Saumur, qui propose plus de 15 000 emplois en 2014. Des pôles secondaires sont également identifiés à l'intérieur du territoire. Deux polarités de second rang, Montreuil-Bellay et Fontevraud-l'Abbaye et trois plus petites polarités apparaissent, Allonnes, Chacé et Distré.

Le territoire compte 16 zones d'activités de gestion intercommunale. Les zones d'activités de gestion intercommunale sont les zones d'activités stratégiques pour le développement du territoire. A ce titre, leur gestion est du ressort de l'intercommunalité (commercialisation, aménagement...).

Ces zones d'activités se situent majoritairement sur l'axe ligérien et à proximité du pôle d'emplois principal (Saumur). Il est important de souligner qu'un axe Nord/Sud commence aussi à se dessiner et à s'affirmer sur le territoire (notamment avec Montreuil-Bellay).



Carte des zones d'activités sur le territoire

III. Contexte paysager et patrimonial

Source : SCoT du Grand Saumurois- Diagnostic transversal prospectif



Atlas des paysages de Maine-et-Loire - 2003

Ensembles et caractéristiques paysagères du territoire

Source : SCoT du Grand Saumurois – Diagnostic transversal prospectif

La vallée de la Loire apparaît comme le site paysager dominant et, par son ampleur et sa majestuosité, vectrice d'une image d'exceptionnalité du territoire. En en constituant l'écrin, les motifs paysagers qui la jouxtent révèlent une qualité et une typicité marquées par :

- la présence de la vigne, qui produit des paysages à forte valeur patrimoniale et à forte attractivité ;
- un patrimoine bâti caractérisé par sa monumentalité (châteaux, manoirs, maisons de maître,...), ainsi que par sa typicité et son authenticité (villages des bords de Loire, bâti viticole, habitat troglodyte,...) ;
- le couvert forestier, qui souligne les variations topographiques du territoire (coteaux, plateaux et vallées), structure les perceptions, enrichit les ambiances (fermé/ouvert – caché/découvert) et offre un panorama de fond aux décors ruraux animés par les villages et bourgs du territoire.

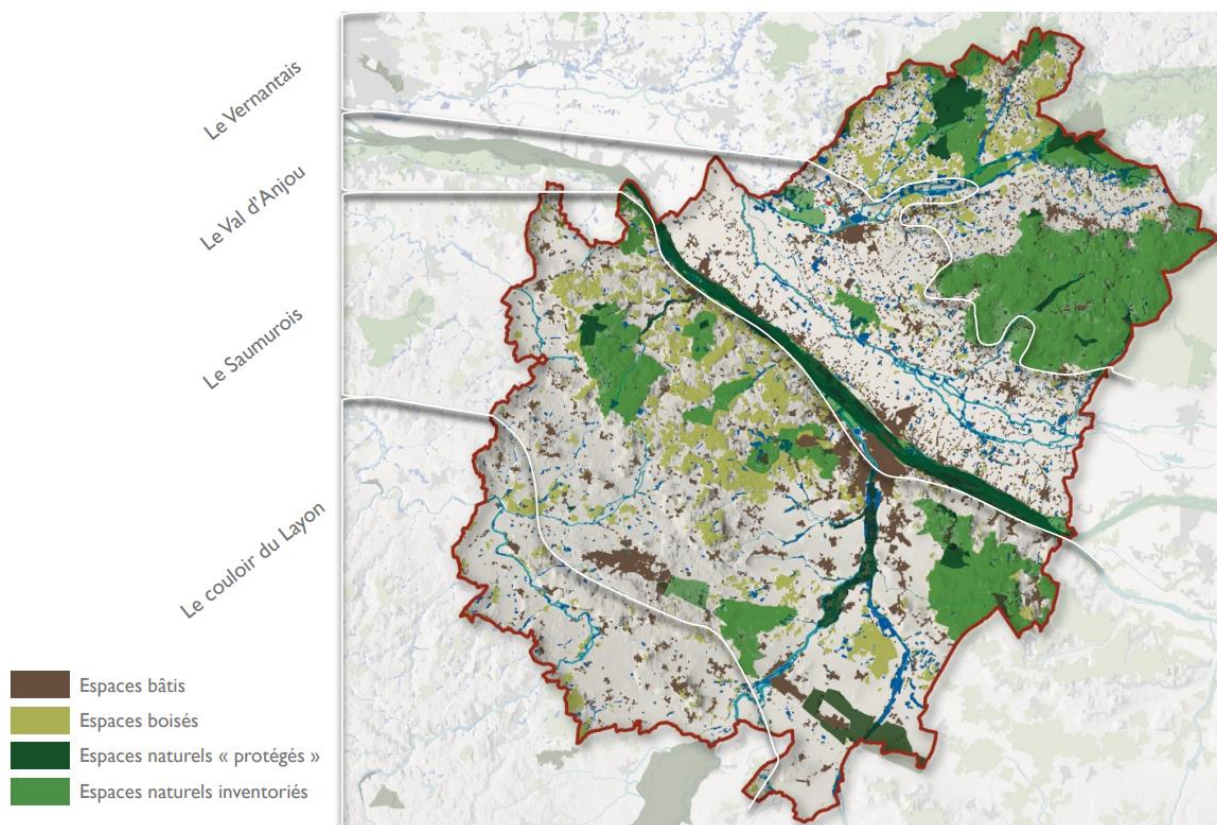


Aux motifs paysagers correspondent des espaces naturels qui présentent une grande sensibilité. Ceux-ci assurent la fonctionnalité environnementale du territoire et confortent la dimension patrimoniale du territoire associée à une richesse naturelle reconnue.

Ces espaces se regroupent au sein de grands ensembles éco paysagers naturels présents sur le territoire et reconnus dans le cadre de mesures de protection ou d'inventaire répondent aux structures paysagères dominantes :

- les espaces forestiers structurants des motifs de plateaux, en rive droite : les bois associés au lac de Rillé (bois de Saugue, bois de Buton, forêt de Pont Ménard, bois de la Graine de Sapin,...), les espaces boisés du Vernantais et de la vallée de la Lathan (forêt de la Monnaie,...), en rive gauche : la forêt de Milly et forêt de Fontevraud ;
- les ensembles liés à l'eau et associés aux grandes vallées structurantes : vallée de la Loire, vallée du Thouet et vallée du Layon qui associent des milieux aquatiques (cours d'eau, étangs,...) et des zones humides (tourbières, prairies humides,...) ;
- des espaces ouverts secs : pelouses, landes et carrières qui lorsqu'ils ponctuent des espaces cultivés constituent des espaces refuges pour les espèces ou, lorsqu'ils sont présents au sein d'espaces forestiers, contribuent à la diversité des biotopes et à l'enrichissement des milieux.

La très forte imbrication entre patrimoine paysager et patrimoine naturel met en avant l'interdépendance forte entre les composantes du territoire et la multifonctionnalité des espaces.



Milieux naturels du territoire

Source : SCoT du Grand Saumurois – Diagnostic transversal prospectif

Les vallées, et la vallée de la Loire en particulier, accueillent les sites d'implantation humaine historiques et les premières étapes du développement urbain du territoire. Saumur en premier lieu occupe un site de vallée à la confluence de la Loire et du Thouet. Mais c'est également le cas de Montreuil-Bellay qui domine le Thouet ou encore de Longué-Jumelles dans la vallée du Lathan. D'autres implantations, plus récentes, mettent davantage en valeur le lien étroit entre l'eau et l'implantation humaine. Les exemples de Varennes ou Les-Rosiers-sur-Loire illustrent l'étroite relation entre occupation humaine et proximité de l'eau (et d'infrastructure de franchissement en particulier). Cette relation historique a permis un développement diversifié des modes d'habitat et d'urbanisation :

- tantôt concentré dans les secteurs contraints (relief, risques, vignes) tantôt dispersé lorsqu'il est lié à l'expansion des cultures maraîchères, et laisse apparaître des formes originales et caractéristiques tel que l'habitat troglodytique ;
- les formes urbaines linéaires sont, à ce titre, fortement représentées : le long de la levée, le long de vallons perpendiculaires à la Loire, le long de l'axe de la vallée du Layon,... On observe donc des liens étroits entre paysage, urbanisation et architecture qui s'intensifient encore à travers les matériaux, teintes et textures des constructions qui rappellent les terres et roches calcaires présentes dans la région.

CHAPITRE 2 : Le contexte

RÉGLEMENTAIRE DU TERRITOIRE

I. La notion d'agglomération

Régi par le Code de la Route et Code de l'Environnement, le territoire est soumis à plusieurs dispositions.

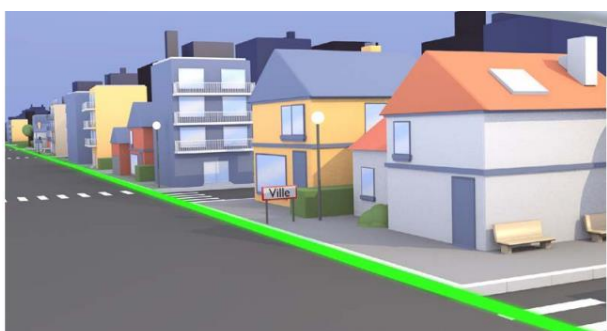
1. Comment définir géographiquement l'agglomération ?

L'adoption d'un RLPi impose la détermination des limites d'agglomération. En effet parmi les annexes que doit comporter un RLP(i) (R.581-78), il est exigé la présence d'un document graphique où les limites de ou des agglomérations sont représentées ainsi que l'arrêté municipal délimitant les agglomérations.

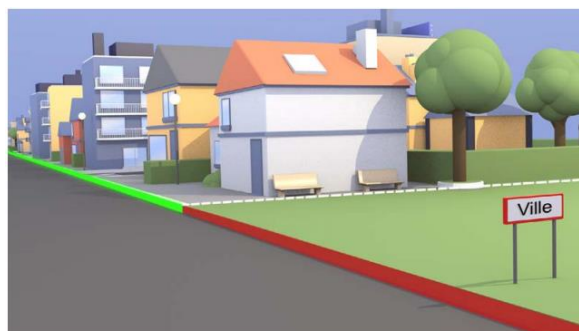
Un des principes fondamentaux du droit de la publicité est l'interdiction de la publicité hors agglomération, en l'admettant au sein de l'agglomération.

- Publicités et préenseignes : interdites hors agglomération ;
- Enseignes : autorisées en agglomération et hors agglomération.

Agglomération : Au sens de l'article R.110-2 du Code de la Route : « Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. » Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.



Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).



Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

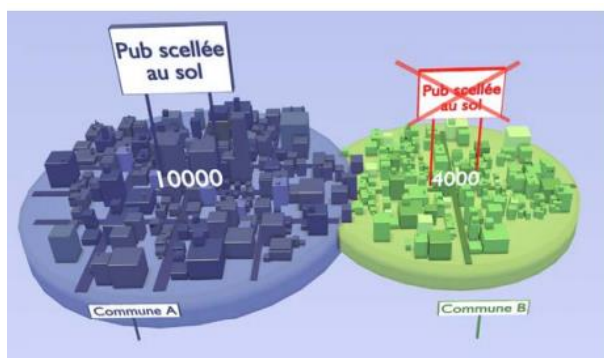
Source : Guide pratique - La réglementation de la publicité extérieure – MEDDE)

Le travail sur la délimitation des périmètres d'agglomérations a été réalisé dans le cadre de l'élaboration du RLPi. La méthodologie employée pour délimiter les enveloppes d'agglomérations s'appuie sur les éléments suivants :

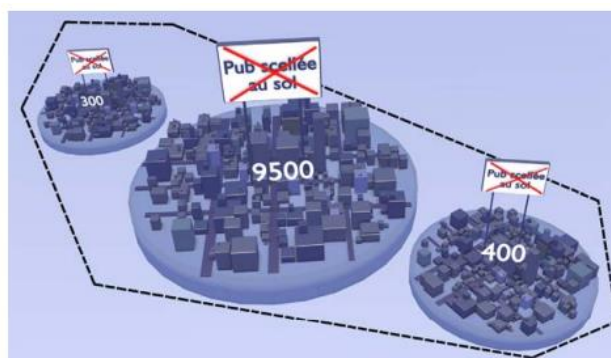
- La localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération (EB10 : entrée d'agglomération, EB20 : sortie d'agglomération) ;
- La continuité du bâti conjuguée à une certaine densité bâtie : le législateur ne fixe pas de donnée chiffrée et tient compte de la « réalité bâtie », à apprécier au cas par cas ;
- Les éléments de zonage des documents d'urbanisme en vigueur (zones U).

2. La dimension démographique de l'agglomération

Avec la réglementation nationale, les règles sont différentes entre les agglomérations de moins de 10 000 habitants et celles de plus de 10 000 habitants. Le nombre d'habitants s'apprécie dans les limites de chaque agglomération et de chaque commune du territoire, comme figuré sur le schéma suivant.



Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.



La population de la commune (pointillée) est supérieure à 10 000 habitants, mais les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, la commune ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans chaque agglomération.

(Source : Guide pratique - La réglementation de la publicité extérieure – MEDDE)

Sur le territoire de la CASVL, seule l'agglomération de la commune de Saumur comporte plus de 10 000 habitants.

Le territoire de la communauté d'agglomération de Saumur Val de Loire ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Ainsi sur le territoire intercommunal, des règles différentes s'appliquent selon agglomération et leur seuil démographique :

- Sur l'agglomération de la ville de Saumur comportant plus de 10 000 habitants : des règles du RNP moins restrictives ;
- Au sein des autres agglomérations, comportant moins de 10 000 habitants : des règles du RNP plus restrictives.

Par exemple :

- **Publicités/Préenseignes au sol :**
 - En agglomération de -10 000 habitants (n'appartenant pas à une unité urbaine de + 100 000 habitants) : **interdites**
 - En agglomération de + 10 000 habitants (Saumur) : **autorisées**
- **Formats maximaux des publicités/préenseignes :**
 - En agglomération de -10 000 habitants : **4,7 m² (encadrement compris)**
 - En agglomération de + 10 000 habitants (Saumur) : **10,5 m² (encadrement compris)**

II. Des périmètres environnementaux règlementaires sur le territoire

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique dans le cadre du Règlement National de Publicité. Le territoire de la CASVL est concerné par de nombreux périmètres de protections environnementales impliquant des règles spécifiques à la publicité extérieure.

1. Quels sont les secteurs où la publicité est strictement interdite ?

L'article L.581-4 édicte une série d'interdictions, dites absolues puisqu'elles ne permettent aucune dérogation.

Sur le territoire, toute publicité est ainsi interdite sur les secteurs suivants :

Code de l'Environnement et de la Route	Sur le territoire
<i>Art. L581-4 CE</i>	
❖ Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques	Édifices classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques : <ul style="list-style-type: none"> - 219 Monuments Historiques (châteaux, églises, abbaye, manoirs, etc.)
❖ Sur les monuments naturels et dans les sites classés	7 sites classés : <ul style="list-style-type: none"> - Ruines du Château de la Boujardière et ses abords - Château et parc de Bagneux - Château et parc de Briace - Domaine de l'ancienne abbaye du Loroux - Maison d'Andenac et son parc - Les rives de la Loire à Thourel-Saint-Maur - Le site de l'abbaye de Fontevraud et ses abords - La confluence de la Loire et de la Vienne
❖ En Réserve Naturelle Régionale	1 Réserve Naturelle Régionale : Étang et boisements de Joreau (Gennevilliers-Val-de-Loire) Champagne de Méron
<i>Art. R581-30 CE</i>	
❖ Dans les espaces boisés classés (EBC des PLU/PLUi) identifiés en agglomération	Des Espaces Boisés Classés au sein des documents d'urbanisme en vigueur dans les secteurs d'agglomérations ou en limite

<ul style="list-style-type: none"> ❖ 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, figurant aux PLU/PLUi 	Des zones Naturelles (« N » et « N » indicé) dans les documents d'urbanisme en vigueur
--	--

2. Quels sont les secteurs d'interdiction relative de la publicité ?

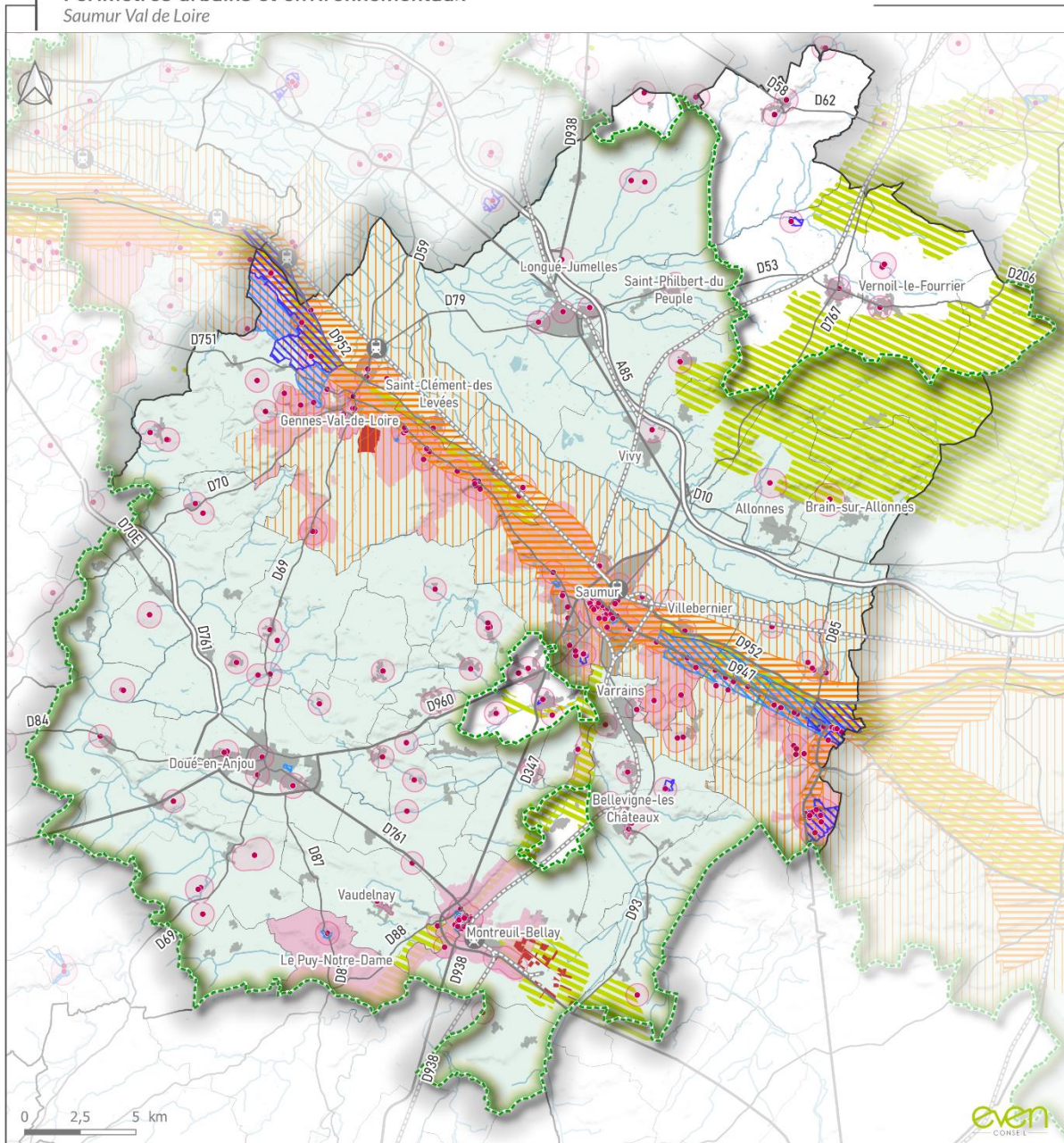
L'article L.581-8 dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L.581-4, sont dites « relatives » puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP.

Ainsi, la publicité se trouve interdite en agglomération :

Code de l'Environnement et de la Route	Sur le territoire
Art. L581-8 CE	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine 	<p>Édifices classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 219 Monuments Historiques
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code 	<p>Les trois dispositifs de protection et de valorisation de ces espaces urbains et paysagers, que sont les Plans de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV), les Zones de Protection du Patrimoine Architectural Urbain (ZPPAU) et Paysager (ZPPAUP), et les Aires de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP), ont été remplacés par le dispositif unique Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), par la loi 7 juillet 2016 relative à la liberté de la Création, à l'Architecture et au Patrimoine (Loi CAP).</p> <p>11 Sites Patrimoniaux remarquables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Secteur Sauvegardé/PSMV de Saumur, créé en 1964, étendu et révisé le 12 juin 2007. C'est l'un des plus anciens et désormais étendu de France - ZPPAU du Coudray-Macouard créée le 15 octobre 1992 - ZPPAUP de Chênehutte-Trèves-Cunault créée le 29 octobre 2007 - AVAP de Fontevraud-l'Abbaye (28/01/2013) - AVAP de Gennes (27/01/2014) - AVAP de Montreuil-Bellay (06/03/2014) - AVAP de Montsoreau (17/09/2018) - AVAP du Puy-Notre-Dame (27/05/2019) - AVAP du Thoureil (17/12/2015)

	<ul style="list-style-type: none"> - AVAP de la Ville de Saumur (27/05/2019) - AVAP de Turquant (07/09/2020)
❖ Dans les Parcs Naturels Régionaux	Le Parc naturel régional Loire Anjou Touraine couvre actuellement 38 communes sur 45
❖ Dans les sites inscrits	<p>13 sites inscrits :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Château et parc des Vauverts - Coteau et rive de la Loire entre Saumur et Montsoreau - Place et quartier Saint-Pierre : ensemble urbain - Place et quartier Saint-Pierre : le site urbain de la place Saint-Pierre et ses abords - Rue des Perrières - Ruines de l'Église Saint-Maxenceul - Ruines de la chapelle Sainte-Catherine - Site urbain de Fontevraud-l'Abbaye - Site urbain de Montreuil-bellay et rives du Thouet - Site urbain du Puy-Notre-Dame - Vallée de la Loire et village du Thoureil - Village de Trèves : entrée du bourg de Trèves
❖ À moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal après avis de la CDNPS)	Dans le cas où la collectivité souhaiterait prendre ce type d'arrêté.
❖ Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000)	<p>ZPS :</p> <ul style="list-style-type: none"> - FR2410012 : Vallée de la Loire d'Indre-et-Loire - FR2410016 : Lac de Rillé et forêts voisines d'Anjou et de Touraine - FR5212003 : Vallée de la Loire des Ponts-de-Cé à Montsoreau - FR5212006 : Champagne de Méron <p>ZSC :</p> <ul style="list-style-type: none"> - FR2400548 : La Loire de Candès Saint Martin à Mosnes - FR2402007 : Complexe du Changeon et de la Roumer - FR5200629 : Vallée de la Loire des Ponts-de-Cé à Montsoreau - FR5200633 : Cavités souterraines le Buisson et la Seigneurie (Chemellier) - FR5200636 : Cave Prieur et cave du Château (Cunault) - FR5202001 : La cave Billard (Puy Notre Dame)

Périmètres urbains et environnementaux
Saumur Val de Loire



Interdiction stricte de publicité

- Réserve Naturelle Régionale
- Site classé
- Monument Historique

Interdiction "relative" de publicité

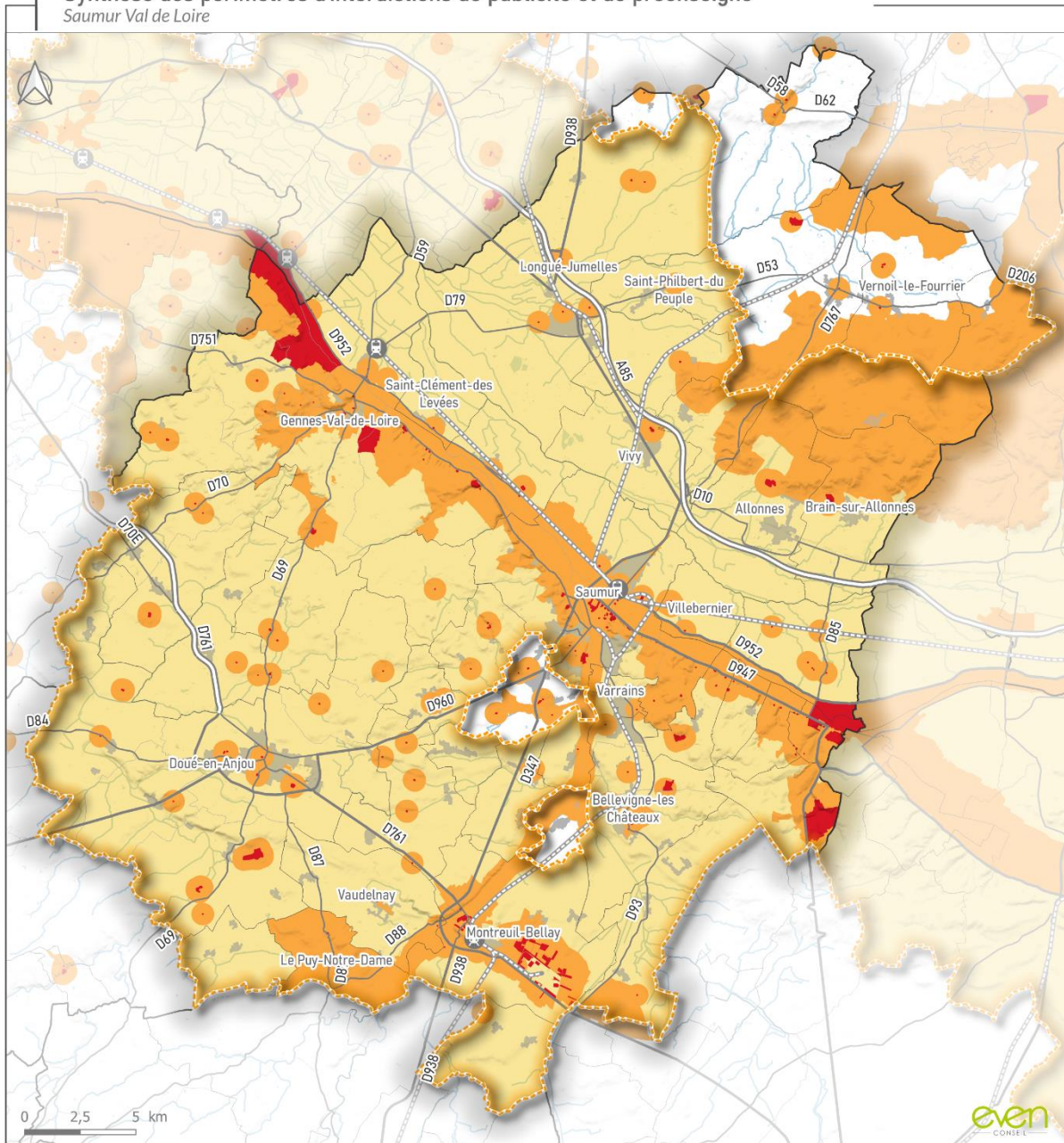
- Site Patrimonial Remarquable (SPR)
- Périmètre des abords des Monuments Historiques
- Site inscrit
- Sites NATURA 2000
- Parc Naturel Régional Loire-Anjou-Touraine

Autres éléments

- Périmètre UNESCO du Val de Loire
- Zone tampon du périmètre UNESCO
- Limites d'agglomération

Réalisation : Even Conseil - novembre 2023
Sources : IGN, INPN, DREAL, Atlas des Patrimoines, UNESCO, SNCF

Synthèse des périmètres d'interdictions de publicité et de préenseigne
Saumur Val de Loire



Périmètre d'interdictions de publicité et préenseigne

- Périmètre d'interdiction absolue de publicité
- Périmètre d'interdiction "relative" de publicité
- Périmètre d'interdiction "relative" de publicité (PNR Loire-Anjou-Touraine)
- Limites d'agglomération

Réalisation : Even Conseil - novembre 2023
Sources : IGN, INPN, DREAL, Atlas des Patrimoines, SNCF

3. Le Parc Naturel Régional Loire-Anjou-Touraine

Source : <http://www.parc-loire-anjou-touraine.fr/>, <http://www.parc-loire-anjou-touraine.fr/fr/le-parc/telechargements/resume-charte.pdf>

Un Parc naturel régional est un territoire rural habité et reconnu au niveau national pour sa forte valeur patrimoniale et paysagère. Ces espaces font souvent face à des fragilités telles que la dévitalisation rurale, une forte pression urbaine ou touristique... Le territoire s'organise autour d'un projet concerté de développement durable qui s'appuie sur la protection et la valorisation de son patrimoine. Les missions sont diverses :

- Protection et gestion du patrimoine naturel, culturel et paysager ;
- Aménagement du territoire ;
- Développement économique et social ;
- Accueil, éducation et information ;
- Expérimentation.

Le projet de territoire est formalisé par le biais d'une charte, qui fixe pour une période de 12 ans, les objectifs à atteindre et les mesures à prendre pour les mettre en œuvre. **Malgré sa portée juridique limitée, les documents d'urbanisme et les règlements locaux de publicité qui seront élaborés par les communes devront être compatibles avec elle.**

Le Parc naturel régional Loire Anjou Touraine couvre actuellement 38 communes sur 45 sur le territoire de la CASVL. Ainsi, les communes n'appartenant pas au PNR sont les suivantes :

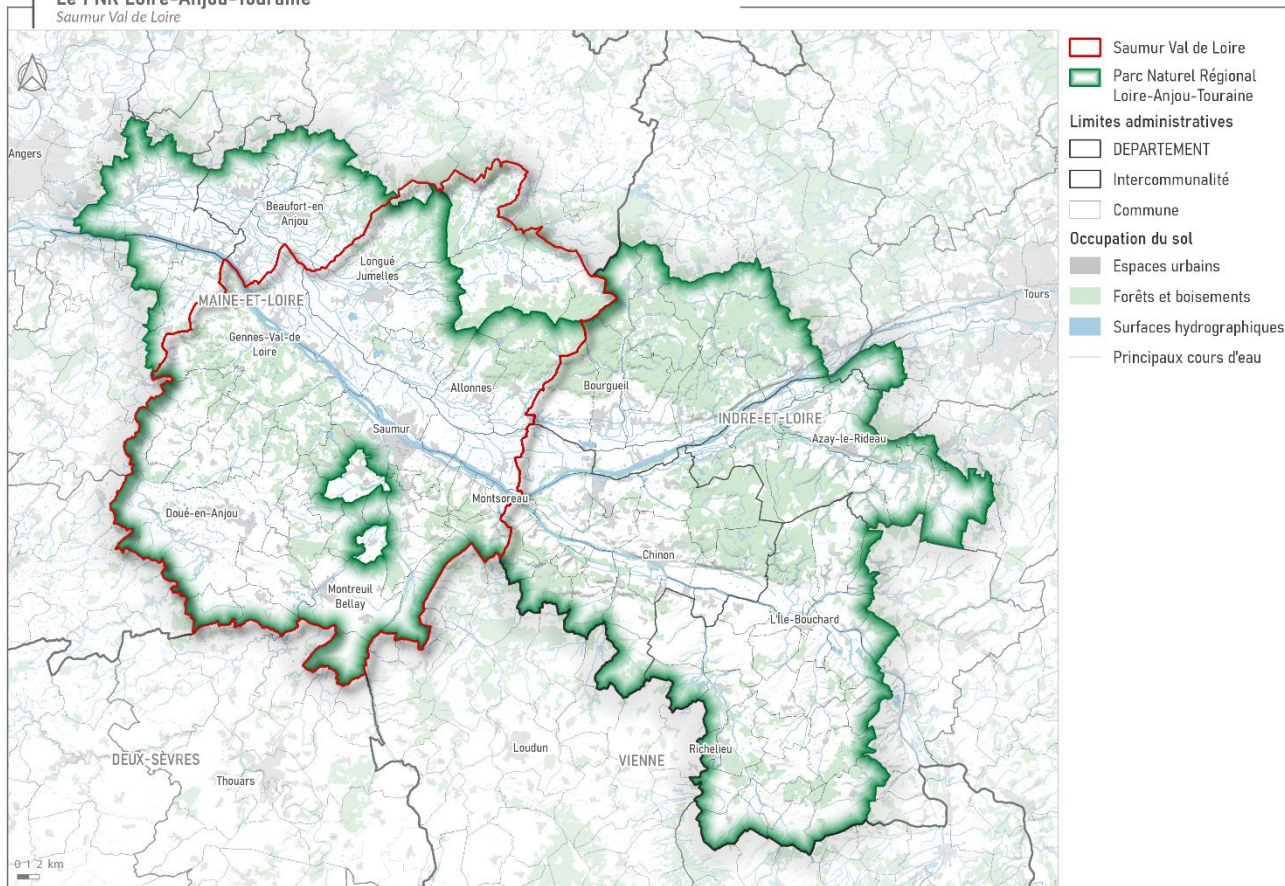
- Mouliherne
- La Lande-Chasles
- Vernoi-le Fourrier
- Courléon
- Vernantes
- Distré
- Saint-Just-sur-Dive

Ce Parc naturel régional a été créé en 1996. Il couvre un territoire à dominante rurale et dont le patrimoine naturel et culturel est riche et fragile, mais porteur d'une identité forte.

La charte 2008-2020 est actuellement en cours de révision, la nouvelle charte est envisagée pour l'année 2024.

La réglementation nationale en matière de publicité extérieure interdit la publicité et les préenseignes dans les parcs naturels régionaux (article L.581-8 du Code de l'environnement). Il s'agit d'une interdiction relative puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre du Règlement Local de Publicité intercommunal. La réintroduction de la publicité en PNR constitue cependant une mesure d'exception qui doit être motivée et encadrée dans un territoire aussi sensible. Les dispositions du RLPi doivent être compatibles avec les orientations et mesures de la charte du parc.

Le PNR Loire-Anjou-Touraine
Saumur Val de Loire



Le périmètre du Parc Naturel Régional Loire-Anjou-Touraine

La charte du PNR comprend la Mesure 35 « Encadrer la signalétique et la publicité ». Dans sa version projet rédigée (octobre 2023), elle précise les dispositions suivantes :

Extrait de la charte du PNR

Le code de l'environnement permet aux chartes de Parcs d'autoriser ou non la publicité. Le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine fait le choix de permettre à ses collectivités de réintroduire la publicité.

Comme le précise le code de l'environnement (article L581-14), ceci devra être effectué dans le cadre d'un Règlement local de publicité (intercommunal) (RLP(i)) qui « définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national ».

La publicité est prioritairement réintroduite dans les zones d'activités et zones commerciales. Elle est par principe interdite dans les zones résidentielles, mais des exceptions peuvent être tolérées si elles sont justifiées par des caractéristiques paysagères qui devront être qualifiées explicitement dans les études d'élaboration du Règlement local de publicité (RLP(i)).

Conformément aux ambitions paysagères exprimées dans le projet stratégique politique, la publicité reste interdite dans les secteurs patrimoniaux réglementaires (périmètres des Monuments Historiques, sites patrimoniaux remarquables, sites Natura 2000, sites inscrits et classés) et au sein du périmètre (hors zone tampon) Val de Loire UNESCO, où des exceptions pourront toutefois être définies dans les zones d'activités et commerciales.

Les paysages emblématiques n'ont pas vocation à recevoir de dispositifs publicitaires : de rares exceptions seront tolérées et devront être justifiées au regard d'enjeux socio-économiques et patrimoniaux définis en concertation élargie lors de la réalisation des RLP(i). Ces exceptions seront étudiées dans le cadre d'études paysagères, prenant en compte l'intégrité de ces paysages, aujourd'hui reconnus pour leur valeur patrimoniale.

Prescriptions pour les Règlements Locaux de Publicité (intercommunaux) (RLP(i))

Concernant les intercommunalités partiellement inscrites au périmètre du Parc, il est recommandé qu'une attention particulière soit portée aux communes non intégrées au Parc. La réglementation nationale plus stricte au sein du Parc ne doit pas engendrer la prolifération de dispositifs publicitaires hors du périmètre Parc. L'objectif est de maintenir une cohérence et une homogénéité à l'échelle des intercommunalités et ne pas marquer les communes limitrophes du Parc par un affichage publicitaire plus important.

Types de supports

Lorsque cela est possible, les supports sur façade sont privilégiés à ceux scellés au sol. L'impossibilité de support sur façade doit être justifiée. Une attention particulière est portée en zone patrimoniale, où les supports scellés au sol ne sont en général pas cohérents avec la qualité des sites. Pour rappel, la publicité scellée au sol est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Les supports numériques, les supports sur toiture ou sur terrasse sont interdits.

L'implantation de dispositifs publicitaires ou d'enseignes de type faisceaux lumineux est interdite.

Pour les enseignes, les supports rétroéclairés sont privilégiés aux caissons lumineux, jugés moins qualitatifs. Les éclairages multicolores ou à base de tubes sont interdits.

Pour rappel, les enseignes clignotantes sont interdites sauf pour les pharmacies et services d'urgence.

Les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines commerciales et visibles depuis l'extérieur (article L. 581-14-4 du code de l'environnement, issu de la loi dite Climat & Résilience) devront respecter les horaires d'extinction, les règles de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses précisées dans le RLP(i).

Une activité pouvant bénéficier de panneaux Code de la route et de Signalisation d'information locale (SIL) doit privilégier ces supports aux pré-enseignes dérogatoires ou à la publicité.

Nombre de supports

La réduction du nombre de supports est en permanence recherchée :

- *3 enseignes maximum par activité (2 enseignes à plat + 1 drapeau) et par façade (si plusieurs façades, possibilité de mettre 3 enseignes maximum par façade pour une même activité) ;*
- *1 publicité ou 1 pré-enseigne maximum par unité foncière ;*
- *doublons côte à côte interdits ;*
- *doublons stores et façade interdits (enseignes), enseigne sur le store interdite (sauf sur le lambrequin).*

Coloris et matériaux

Une attention est portée aux coloris et matériaux pour rechercher une cohérence entre la couleur de fond, la couleur du lettrage, le support et l'environnement proche, en privilégiant :

- *des couleurs sobres (pas de couleurs trop vives ou une seule) ;*
- *des couleurs sombres (favoriser par exemple le gris foncé en fond et non le blanc) ;*
- *des couleurs déjà existantes sur le bâti ou dans l'environnement proche (exemple : couleur tuffeau) ;*
- *un nombre de couleurs limité à 3 par support (excepté pour les logos) ;*
- *des versos de supports sombres ;*
- *les lettres découpées pour les enseignes.*

L'usage de matériaux, l'emploi de savoir-faire locaux et durables sont favorisés (bois, pierre, fer forgé...), y compris au verso des panneaux.

Disposition

Les supports respectent les prescriptions suivantes :

- *Les supports respectent les prescriptions suivantes :*
- *aligner les enseignes selon les caractéristiques architecturales de la façade, notamment ouvertures ;*
- *ne pas recouvrir les éléments architecturaux identitaires ;*
- *ne pas recouvrir les angles des bâtiments.*

4. *Le Val de Loire, patrimoine mondial de l'UNESCO*

Le Val de Loire de Sully-sur-Loire (45) à Chalonnes-sur-Loire (49) a été inscrit au patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO le 30 novembre 2000, en tant que « paysage culturel ». L'inscription couvre un périmètre principal de 85 000 ha s'étendant sur 280 km. Une zone tampon inclut la totalité du territoire des communes concernées. En contrepartie de la reconnaissance internationale qu'elle apporte, cette inscription appelle une action cohérente de l'ensemble des acteurs publics concernés pour protéger et mettre en valeur les paysages du Val de Loire.

Garant de l'intégrité du site vis-à-vis de l'UNESCO, l'État a élaboré un plan de gestion du périmètre, en concertation avec les collectivités intéressées. Le plan de gestion pour le Val de Loire a été approuvé par arrêté du Préfet de la Région Centre Val de Loire le 15 novembre 2012.

Le label « Patrimoine mondial de l'UNESCO » : couvre 10 communes sur les 45 communes de la CASVL :

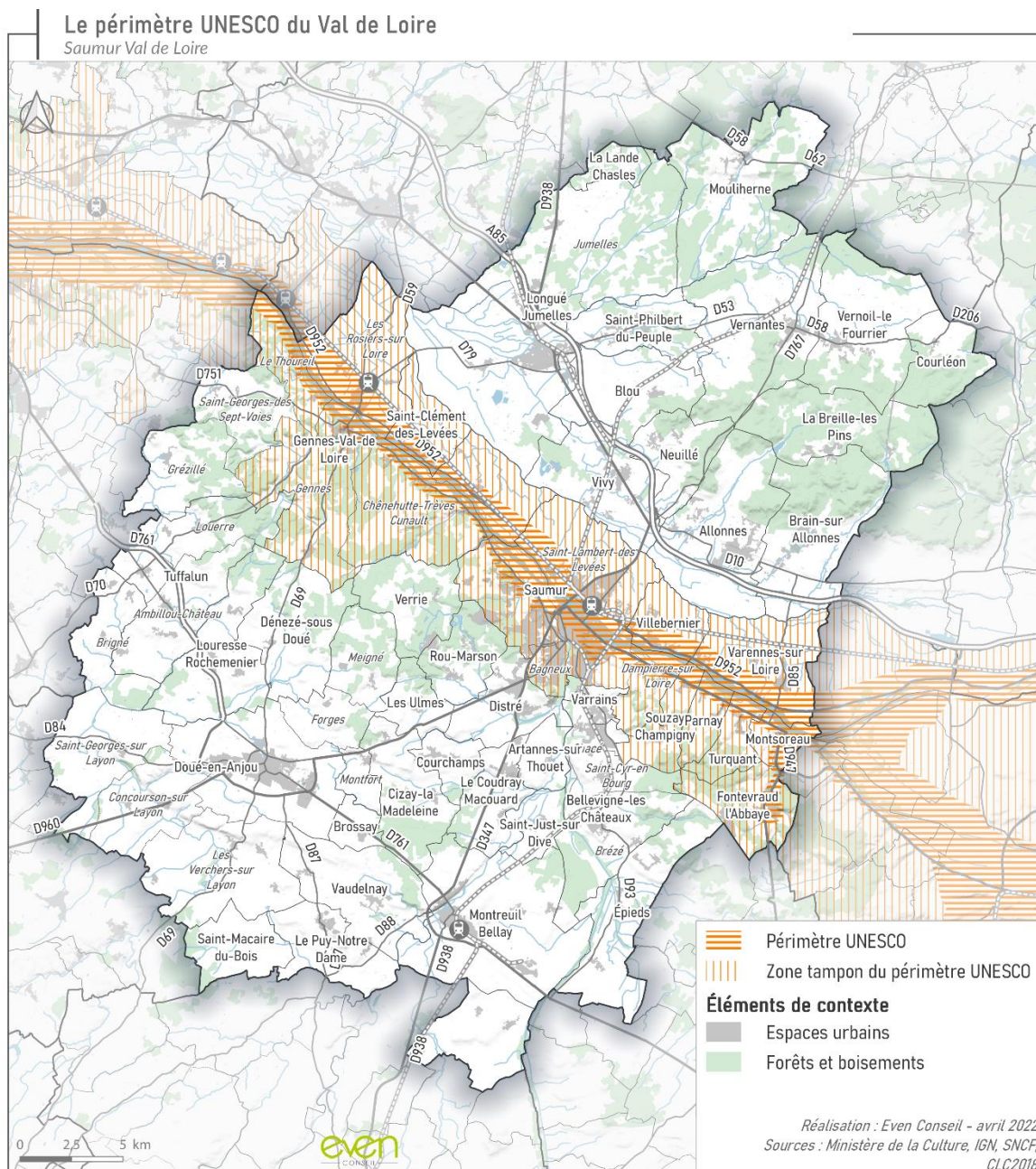
- Gennes-Val-de-Loire
- Saint-Clément-des-Levées
- Varennes-sur-Loire
- Villebernier
- Saumur
- Turquant
- Montsoreau
- Souzay-Champigny
- Parnay
- Fontevraud-l'Abbaye

Le Plan de gestion du Val de Loire UNESCO comprend 9 orientations à destination de l'Etat et des Collectivités mais également, des maîtres d'ouvrages de grands projets (ponts, itinéraires cyclables, grands bâtiments) et des gestionnaires de sites remarquables :

1. Préserver et valoriser le patrimoine et les espaces remarquables
2. Maintenir les paysages ouverts du Val et les vues sur la Loire
3. Maîtriser l'étalement urbain
4. Organiser le développement urbain
5. Réussir l'intégration des nouveaux équipements
6. Valoriser les entrées et les axes de découverte du Val de Loire
7. Organiser un tourisme durable préservant la qualité des paysages
8. Favoriser l'appropriation des valeurs de l'inscription par les acteurs du territoire
9. Accompagner les décideurs par le conseil et une animation permanente

L'orientation n° 6 « Valoriser les entrées et les axes de découverte » du site comprend l'axe 6.3/ « Gérer et maîtriser la publicité extérieure ».

L'inscription du Val de Loire n'entraîne pas de règle spécifique dans le cadre du Règlement National de Publicité. Elle constitue toutefois un engagement pour la CASVL quant à la préservation de ce patrimoine à rayonnement mondial auquel le RLPi participe par un encadrement de l'affichage extérieur.



III. Des Règlements Locaux de Publicité sur le territoire

Avec le décret d'application du 30 janvier 2012 portant sur la réglementation nationale de la publicité extérieure et des enseignes, l'encadrement de l'affichage publicitaire est devenu plus restrictif, afin de rendre la publicité plus qualitative et plus respectueuse du cadre de vie des habitants, tant en termes de nuisances visuelles que de dégradation du paysage. Adopté avant la loi n°2010-788 du 12/07/2010 ou loi « Grenelle II », le territoire dispose de 3 Règlement Locaux de Publicité en vigueur dit de « 1ère génération » (« 1G »). Les RLP de 1ère génération tels que ces derniers sont devenus caducs au 13 juillet 2022, puisqu'un RLPi ayant été prescrit sur le territoire de la CASVL.

A la suite de la caducité des RLP, les Publicités, Préenseignes et Enseignes auront 2 ans pour se mettre en conformité avec le RNP, soit jusqu'en juillet 2024.

L'élaboration d'un RLP(i) de nouvelle génération ou « deuxième génération » (« 2G ») induit des évolutions nécessaires de fond et de forme quant aux précédents RLP. Les grands principes de zonage du RLP en vigueur et les principales évolutions réglementaires sont détaillés aux pages suivantes.

1. Remarques générales et communes aux RLP du territoire

- **Rappels du RNP**

Les dispositions réglementaires présentes dans les RLP et faisant référence au Règlement National de Publicité devront se conformer au RNP actuellement applicable suite aux évolutions du code de l'environnement jusqu'alors. Cela concerne en particulier, le rappel des possibilités d'affichage pour les préenseignes dérogatoires dont le régime a évolué à la suite des lois Grenelle.

- **ZPR « Zones de Publicité Restreinte » - Nouvelle appellation courante : ZP (zone de publicité)**

A l'image des ZPR des RLP 1G, le RLP 2G peut prévoir des dispositions spécifiques dans les zones qu'il institue, applicables à l'affichage de la publicité extérieure, différentes et adaptées aux espaces concernés. Ces zones peuvent être indifféremment instituées en agglomération ou hors agglomération, ce qui les distingue des anciennes zones de publicité restreinte (ZPR) qui ne pouvaient être instituées qu'en agglomération (ancien Art. L.581-10 aujourd'hui abrogé).

Cela permet également d'instituer des prescriptions particulières applicables aux enseignes lorsque les activités signalées sont situées hors agglomération (Art. L.581-18) ; ce qui n'était pas possible avec les RLP 1G.

- **ZPA « Zones de Publicité Autorisée » (RLP de Montreuil-Bellay)**

Ces zones permettent des possibilités accrues d'affichage hors agglomération. Elles pouvaient être instituées à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans des groupements d'habitations.

Dans les nouveaux RLPi : nouvel outil s'apparentant aux anciennes ZPA : « les périmètres »

Ces « périmètres » sont toutefois plus restrictifs que les anciennes ZPA et s’en distinguent sur deux points. D’une part, les ZPA pouvaient être instituées « à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans des groupements d’habitations » (ancien Art. L.581-7). Leur champ d’application était donc plus large que celui des nouveaux périmètres qui ne concernent ni les centres artisanaux, ni les groupements d’habitations. D’autre part, le régime des ZPA était totalement libre, alors que l’article L.581-7 issu de la loi ENE prévoit que les règles applicables dans les périmètres sont prises « dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret ».

Les règles d’implantation de la publicité établies dans les périmètres sont librement établies sous réserve de ne pas dépasser les hauteurs et les formats applicables dans les agglomérations de plus de dix mille habitants (Art. R.581-77).

Dans les tableaux suivants figurent en rouge des commentaires spécifiant les dispositions réglementaires qui ne pourront plus s’appliquer dans le RLPi de la CASVL.

2. RLP Saumur

Zones de publicité	ZPR1	ZPR2
Secteurs couverts	Comprend l’ensemble du territoire aggloméré de la Ville de Saumur (secteur sauvegardé, île Millocheau et d’Offard, Dampierre sur Loire), les ponts et 200 m de part et d’autre des axes routiers perpendiculaires, secteur du Chapeau) à l’exception des secteurs délimités en zone de publicité restreinte de type 2	Principales avenues, boulevards et rues, ZAC les Aubrières, Ecoparc et zone du Clos Bonnet
Publicité / préenseignes	Toutes les zones : Préenseignes dérogatoires : dispositions en agglomération et hors agglomération Le régime des préenseignes dérogatoires a évolué avec la réforme de la réglementation de la publicité extérieure, le RLPi devra respecter ce nouveau cadre, les préenseignes dérogatoires ne sont autorisées qu’en dehors des agglomérations	
	Publicité interdite à moins de 20m d’un giratoire Publicité au sol : interdit Publicité au mur et mur de clôture : interdit Sur mobilier urbain : autorisé, 2m ² max	Publicité interdite à moins de 20m d’un giratoire Sur mobilier urbain : autorisé, 2m ² max Doublons interdits 8m ² max

Zones de publicité	ZPR1	ZPR2
Secteurs couverts	Comprend l'ensemble du territoire aggloméré de la Ville de Saumur (secteur sauvegardé, île Millocheau et d'Offard, Dampierre sur Loire), les ponts et 200 m de part et d'autre des axes routiers perpendiculaires, secteur du Chapeau) à l'exception des secteurs délimités en zone de publicité restreinte de type 2	Principales avenues, boulevards et rues, ZAC les Aubrières, Ecoparc et zone du Clos Bonnet
		1 par unité foncière d'au moins 25m linéaires, interdistance de 50m Dans le RLPi la règle d'interdistance ne pourra pas être maintenue, la régulation de la densité devra s'appuyer sur le principe de calcul du RNP Publicité au mur : autorisé sauf en ZPPAUP (SPR) Publicités lumineuses : autorisées Conditions supplémentaires fixées pour chaque secteur de ZPR2
Enseignes	Chevalets : 1 par établissement Enseigne au sol : autorisée, 6m ² max	Chevalets : 1 par établissement Enseigne au sol : autorisée, 6m ² max Conditions supplémentaires fixées pour chaque secteur de ZPR2

3. RLP Doué-la-Fontaine

Zones de publicité	ZPR1	ZPR2	ZPR3
Secteurs couverts	Abord des monuments historiques classés ou inscrits (rayon de 100 m) et centre-ville,	Restant de la zone agglomérée et résidentielle de la commune	Zones d'activités
Publicité / préenseignes	Publicité au sol : interdit Publicité au mur et mur de clôture : interdit Sur mobilier urbain : autorisé, 2m ² max	Publicité au sol : interdit sauf préenseigne dérogatoire Dans le RLPi : les préenseignes dérogatoires ne pourront être autorisées qu'en	Publicité au sol : interdit sauf préenseigne dérogatoire Dans le RLPi : les préenseignes dérogatoires ne pourront être autorisées qu'en dehors des agglomérations

Zones de publicité	ZPR1	ZPR2	ZPR3
Secteurs couverts	Abord des monuments historiques classés ou inscrits (rayon de 100 m) et centre-ville,	Restant de la zone agglomérée et résidentielle de la commune	Zones d'activités
	<p>Sur palissade de chantier : autorisé, si palissade aveugle, publicité de 2m² max, 1 sur chaque rue par chantier</p> <p>Publicités autorisées si éclairée par projection ou transparence, tout autre procédé interdit</p>	<p>dehors des agglomérations</p> <p>Publicité au mur et mur de clôture : autorisé, 4m² max, 1 par unité foncière</p> <p>Sur palissade de chantier : autorisé, si palissade aveugle, publicité de 2m² max, 1 sur chaque rue par chantier</p> <p>Publicités autorisées si éclairée par projection ou transparence, tout autre procédé interdit</p>	<p>Publicité au mur et mur de clôture : autorisé, 6m² max, 1 par unité foncière et 1 panneau par tranche de 40m</p> <p>Dans le RLPi : le RNP fixe une surface maximale de 4m² pour les publicités et préenseignes dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Le RLPi devra s'inscrire dans ce cadre.</p> <p>Sur palissade de chantier : autorisé, si palissade aveugle, publicité de 2m² max, 1 sur chaque rue par chantier</p> <p>Publicités autorisées si éclairée par projection ou transparence, tout autre procédé interdit</p>
Enseignes	<p>Toutes les zones :</p> <p>Recherche d'harmonie, respect de l'architecture de la façade</p> <p>Interdit : enseignes clignotantes, mouvantes, scintillantes ou mobiles, caissons lumineux à fond clair</p> <p>Autorisé : caissons lumineux à fond sombre</p> <p>Enseignes sur clôture : autorisé, 1 par voie ouverte à la circulation, 4m² max</p> <p>Enseignes perpendiculaires : autorisé, 2 par raison sociale sur chaque voie ouverte à la circulation, 1m²</p> <p>Enseignes au sol : autorisé, 1 par voie ouverte à circulation</p>		
	<p>Enseigne en toiture : interdit</p> <p>Dimension et nombre : 2 à plat par voie ouverte à la circulation</p>	<p>Enseigne en toiture : déconseillé</p> <p>Dimension et nombre : 2 à plat par voie ouverte à la circulation</p>	<p>Enseigne en toiture : autorisé</p> <p>Enseignes au sol : 6m² par face max</p>

Zones de publicité	ZPR1	ZPR2	ZPR3
Secteurs couverts	Abord des monuments historiques classés ou inscrits (rayon de 100 m) et centre-ville,	Restant de la zone agglomérée et résidentielle de la commune	Zones d'activités
	Enseignes au sol : 4m ² par face max	Enseignes au sol : 6m ² par face max	

4. RLP Montreuil-Bellay

Zones de publicité	ZPA
Secteurs couverts	Façade du complexe industriel de MERON du carrefour RD 347 d'Angers à Limoges / VC n°5 de Panreux à Méron (A) au carrefour dit « des Justices » RD 347 d'Angers à Limoges / CD 178 de Linières à Antoigné (B).
Publicité / préenseignes	<p>Publicité autorisée en simple ou double face</p> <p>Format maximum : 12m²</p> <p>Dans le RLPi : le RNP fixe une surface maximale de 4m² pour les publicités et préenseignes dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Le RLPi devra s'inscrire dans ce cadre.</p> <p>Cinq portatifs non compris les préenseignes dérogatoires sont autorisés sur l'ensemble de la ZPA.</p> <p>Sur mobilier urbain : autorisé, 2m² max</p> <p>Sur palissade de chantier : autorisé, 1 par tranche de 10m de linéaire de palissade</p> <p>Publicité temporaires autorisées : dans le RLPi, les dispositions à minima du RNP applicable devront être respectées</p>
Enseignes	<p>Rappel des dispositions de la ZPPAUP sur les enseignes (dimension et nombre, principes esthétiques)</p> <p>Enseignes au sol :</p> <p>Chevalets : 1 chevalet par établissement, dans le respect de la réglementation sur l'accessibilité piétonne.</p>

CHAPITRE 3 : Le DIAGNOSTIC DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE SUR LE TERRITOIRE

I. Quels sont les différents types de dispositifs présents sur le territoire ?

1. Publicité et préenseignes

Un inventaire des dispositifs de publicités et préenseignes a été réalisé en février 2022 par le bureau d'étude d'ingénierie géomatique SOGEFI.

NB : ce recensement ne concerne pas les dispositifs d'enseignes. Ce recensement a été réalisé en février 2022, soit avant le décret n°2023-1409 du 29 décembre 2023, modifiant les surfaces maximales de publicités/préenseignes autorisées. Les formats font référence aux dimensions du Règlement National de Publicité avant ce décret.

Ce recensement non exhaustif des publicités et préenseignes a été réalisé le long d'axes définis en amont et permet de disposer d'un échantillon représentatif du parc publicitaire du territoire.

SOGEFI a effectué un relevé vidéo du territoire, qui a permis la réalisation d'une cartographie des dispositifs, ainsi que de fiches relatives à chaque dispositif inventorié, suivant l'exemple ci-contre. Ainsi sont détaillés pour chaque dispositif : sa localisation, le type de pose, ses dimensions.

Dispositif publicitaire x



PROMOVIL

📍 27 Boulevard du Maréchal Juin 49400 SAUMUR

📍 Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

🔧 Type de pose : scellée au sol sur terrain

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface utile = 3,20 m x 2,40 m x 2 faces = 15,36 m²

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain

lettres sans fond mur ou égout toit sur abris bus banderole doublon dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 5,20 m
Déport du bord de la voirie : 0,00 m
Saillie de la façade : 0,00 m

Surface totale = 3,40 m x 2,60 m = 8,84 m²

Les publicités et pré-enseignes revêtent plusieurs formes différentes : elles peuvent être implantées sur un mur de bâtiment ou un mur de clôture, scellées ou posées au sol ou bien apposées sur du mobilier urbain (abris-bus et planimètres).

Quelques exemples de typologies de publicités et préenseignes sur le territoire :



Publicité sur mur de bâtiment
Saumur



Publicité sur mur de clôture
Doué-en-Anjou



Publicité sur panneau directionnel routier (non conforme au RNP)
Saint-Hilaire-Saint-Florent



Publicité scellée au sol
Saumur

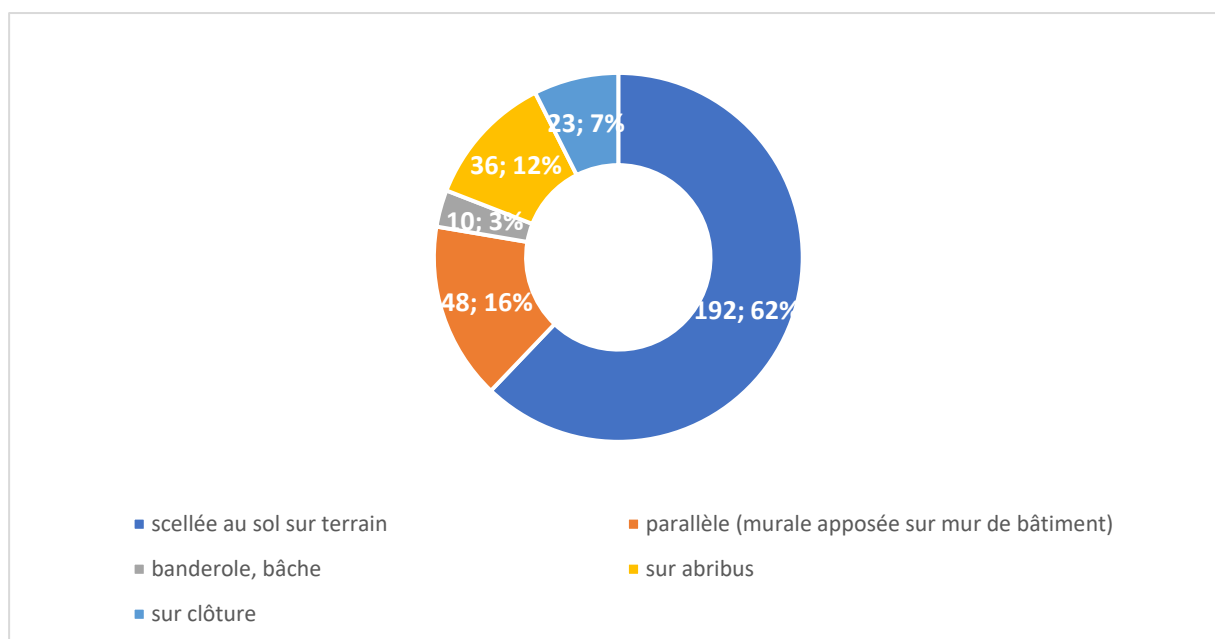


Publicité sur éclairage public (non conforme au RNP)
Saumur



Publicité sur mobilier urbain (type « sucette »)
Doué-en-Anjou

Répartition des dispositifs recensés par type de pose



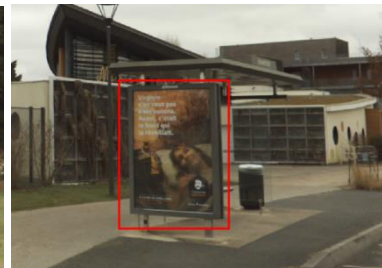
La type de pose au sol ou scellée au sol est dominante sur le territoire, à hauteur de 62% des dispositifs recensés.

Les publicités/préenseignes sur mobilier urbain sont également nombreuses, ces dispositifs sont implantés au sol ou sur abribus sur le territoire.

**31% DES DISPOSITIFS RECENSÉS
SUR MOBILIER URBAIN**

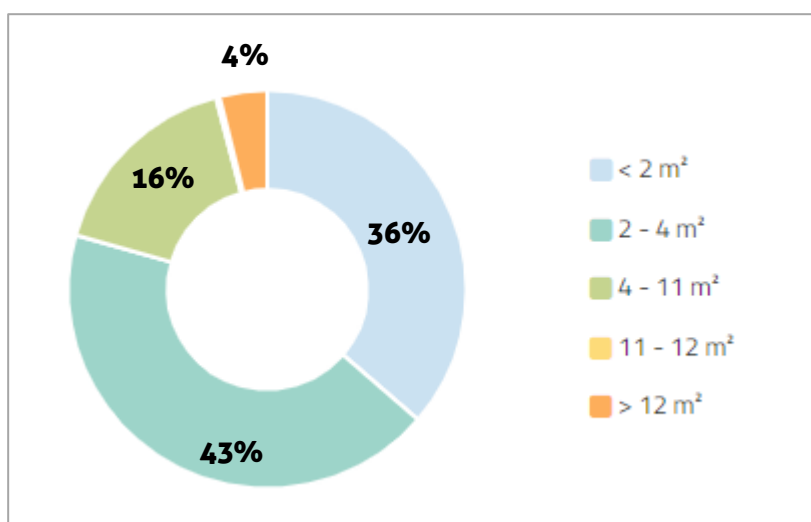


Mobilier urbain dit « sucette »



Mobilier urbain : abribus

Répartition des dispositifs recensés par tranche de surface

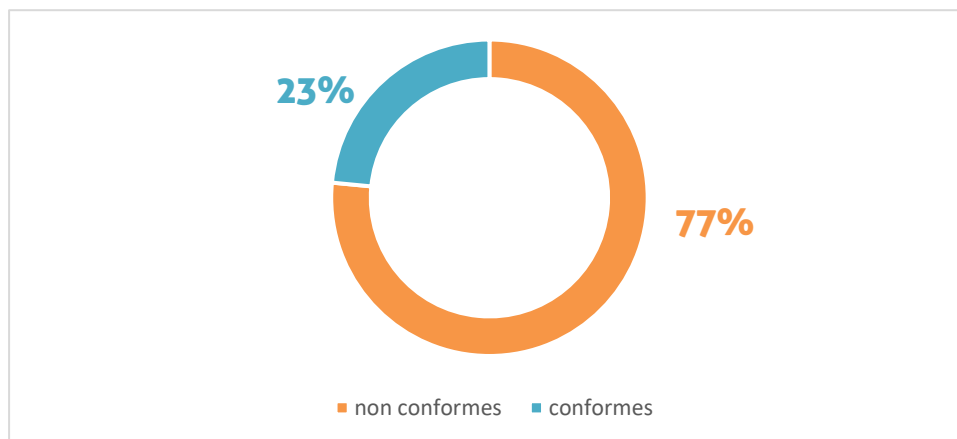


Le territoire comporte un parc publicitaire présentant des surfaces limitées. En effet, 79% des dispositifs sont de taille inférieure ou égale à 4m². Cette caractéristique est en cohérence avec la Règlementation Nationale, qui impose des formats restreints au sein des agglomérations de moins de 10 000 habitants. En effet, le format maximal pour la publicité murale y est fixé à 4m², le mobilier urbain de petit format y est toléré (2m² affiche) et hors agglomération, les pré-enseignes dérogatoires doivent respecter un format maximal de 1m par 1,5m.

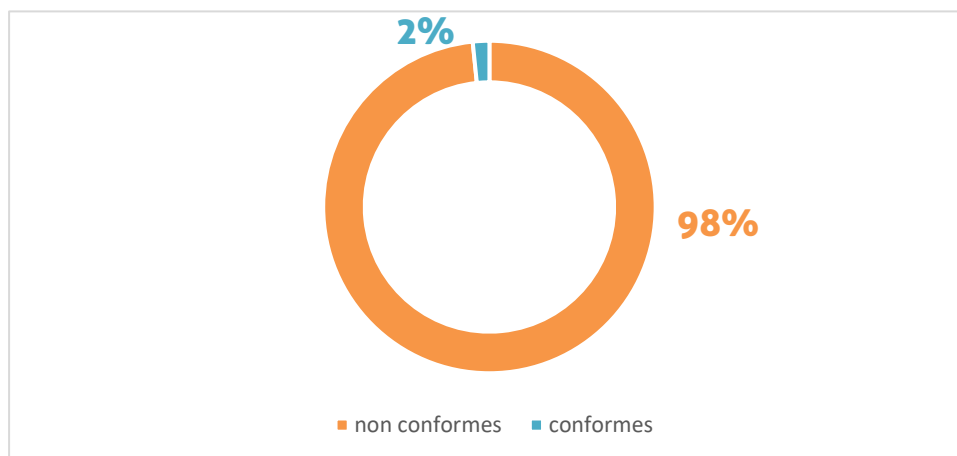
**79% DES DISPOSITIFS D'UNE
SURFACE INFÉRIEURE OU ÉGALE À 4m²**

Le territoire comporte quelques dispositifs publicitaires de grande taille, c'est-à-dire de plus de 4m². Cela s'explique par le contexte urbain de la commune de Saumur (agglomération de plus de 10 000 habitants) qui permet l'affichage publicitaire d'une surface de 12m² maximum dans le cadre du RNP, ainsi que par les dispositions des RLP de Montreuil-Bellay et Doué-la-Fontaine qui permettent l'affichage de grande taille dans certaines de leurs zones.

Pour rappel, le périmètre du Parc Naturel régional Loire Anjou Touraine constitue un périmètre d'interdiction relative de la publicité, c'est-à-dire que seul le RLPi peut déroger à cette interdiction de manière encadrée. Si l'on considère dans ce cas que toute publicité ou préenseigne est interdite dans le périmètre du PNR couvrant la très grande majorité du territoire, Saumur Val de Loire compte un nombre important de dispositifs publicitaires non conformes, si le RLPi ne réintroduit pas la possibilité d'affichage publicitaire dans ce périmètre d'interdiction relative.



Conformité des dispositifs recensés par rapport au RNP, sans tenir compte de l'interdiction de publicité en PNR



Conformité des dispositifs recensés par rapport au RNP, en tenant compte de l'interdiction de publicité en PNR

Les principales infractions rencontrées sont les suivantes :

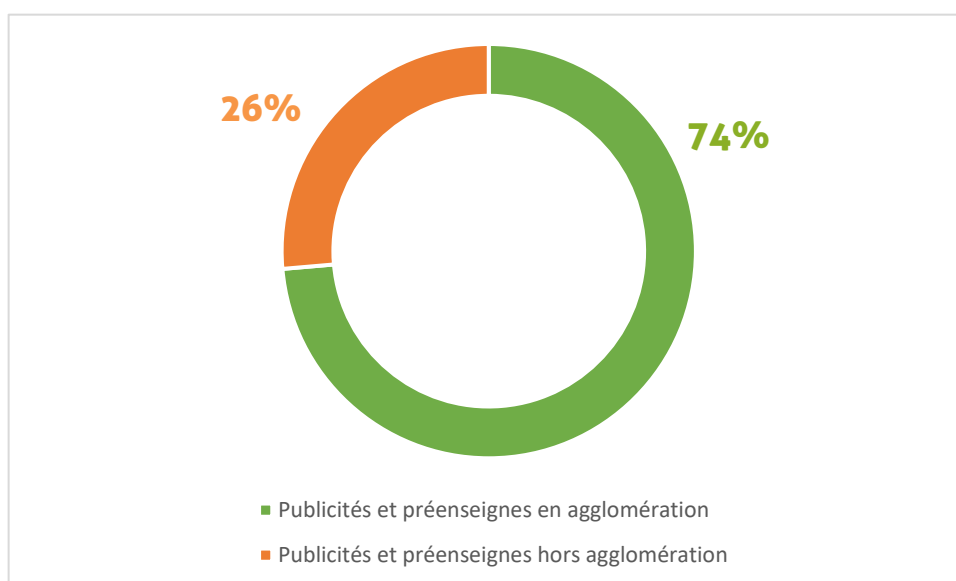
- Publicité dans un périmètre d'interdiction relative (article L.581-8-1), hors périmètre du PNR : 165 dispositifs dans ce cas parmi les 311 recensés
- Publicité scellée au sol dans une commune de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : 56 dispositifs dans ce cas parmi les 311 recensés → ce chiffre s'explique notamment par l'existence du RLP de 1^{ère} génération de Montreuil-Bellay autorisant des formats aujourd'hui non conformes avec le RNP post-grenelle
- Publicité hors agglomération : 52 dispositifs dans ce cas parmi les 311 recensés

Pour rappel, dans le RLPi : le RNP fixe une surface maximale de 4m² pour les publicités et préenseignes dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Le RLPi devra s'inscrire dans ce cadre.

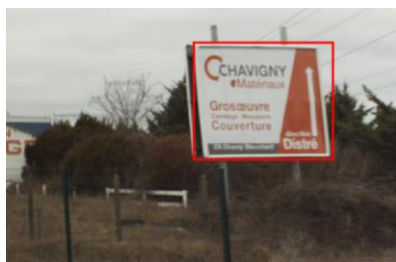
Pour rappel, hormis les préenseignes dérogatoires, aucune publicité ou préenseigne n'est autorisée dans le périmètre du Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine. Un RLP(i) permet de « réintroduire » cette possibilité d'affichage.

De nombreux dispositifs de publicités ou préenseignes se retrouvent hors agglomération, s'expliquant par le caractère rural du territoire intercommunal et la présence d'activités en campagne ayant un besoin de se signaler. Pour rappel, hormis les préenseignes dérogatoires, aucune publicité ou préenseigne n'est autorisée hors agglomération, le RLPi ne pouvant pas déroger à ce principe. Ces dispositifs sont ainsi non conformes avec le RNP. La qualification d'une préenseigne en tant que « dérogatoire » s'apprécie au cas par cas dans le cadre de l'instruction, en particulier en ce qui concerne la notion de terroir. Il doit être apporté la justification que l'activité signalée répond au cadre fixé par la loi.

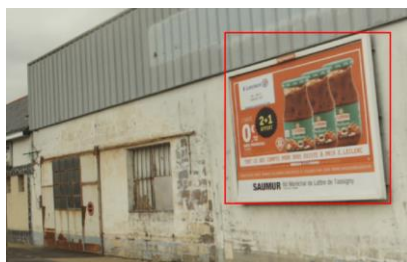
Répartition des dispositifs recensés dans et hors agglomération



Quelques exemples des principales infractions au Règlement National de Publicité actuel liées aux publicités et préenseignes :



Pub au sol en agglo de moins de 10 000 hab
(non conforme au RNP)
Montreuil-Bellay → s'explique par le
RNP en vigueur



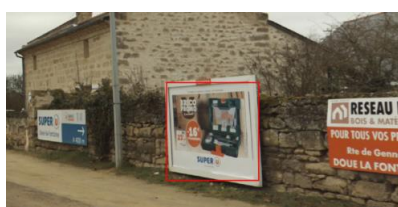
Pub murale d'une surface supérieure à 4m² en agglo de moins de 10 000 hab
(non conforme au RNP)
Longué-Jumelles



Publicité sur panneau directionnel routier (non conforme au RNP)
Saint-Hilaire-Saint-Florent



Longué-Jumelles



Doué-la-Fontaine

Publicité ne doit pas dépasser du mur support (non conforme au RNP)
Longué-Jumelles



Publicité sur éclairage public (non conforme au RNP)
Saumur



Préenseignes non-dérogatoires hors agglomération (non conforme au RNP)
Saumur

2. Enseignes

Les typologies d'implantation d'enseignes sont liées au contexte urbain dans lequel elles s'implantent. Les enseignes sur store ou perpendiculaires à la façade ou « en drapeau » ou encore les chevalets au sol se retrouvent principalement dans les centre-ville et centre-bourgs. Les enseignes de grand format, en particulier au sol ou en toiture sont principalement présentes dans les zones d'activités.

Quelques exemples de types d'enseignes sur le territoire :



Enseigne perpendiculaire à la façade « en drapeau »
Doué-La-Fontaine



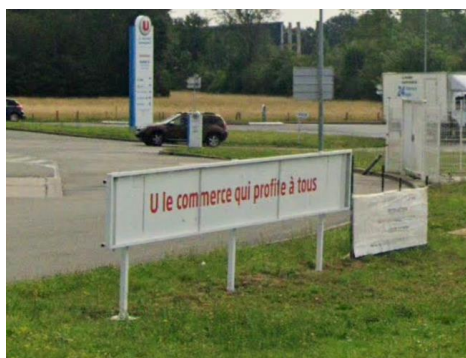
Enseigne en bandeau (lettres découpées)
Saumur



Enseigne sur store
Doué-La-Fontaine



Oriflammes/drapeaux
Distré



Longué-Jumelles



Distré

Enseignes au sol de formes diverses

Quelques exemples d'infraction au Règlement National de Publicité actuel liées aux enseignes :



**Enseigne au sol >1m² : 1 seule par voie ouverte à circulation
(non conforme au RNP)**

Doué-en-Anjou



Enseigne au sol en agglo de moins de 10 000 hab : 6m² max

(non conforme au RNP)

Longué-Jumelles



Enseigne au sol : 8 m de haut si large d'1m ou moins, sinon : 6m de haut max

(non conforme au RNP)

Distré

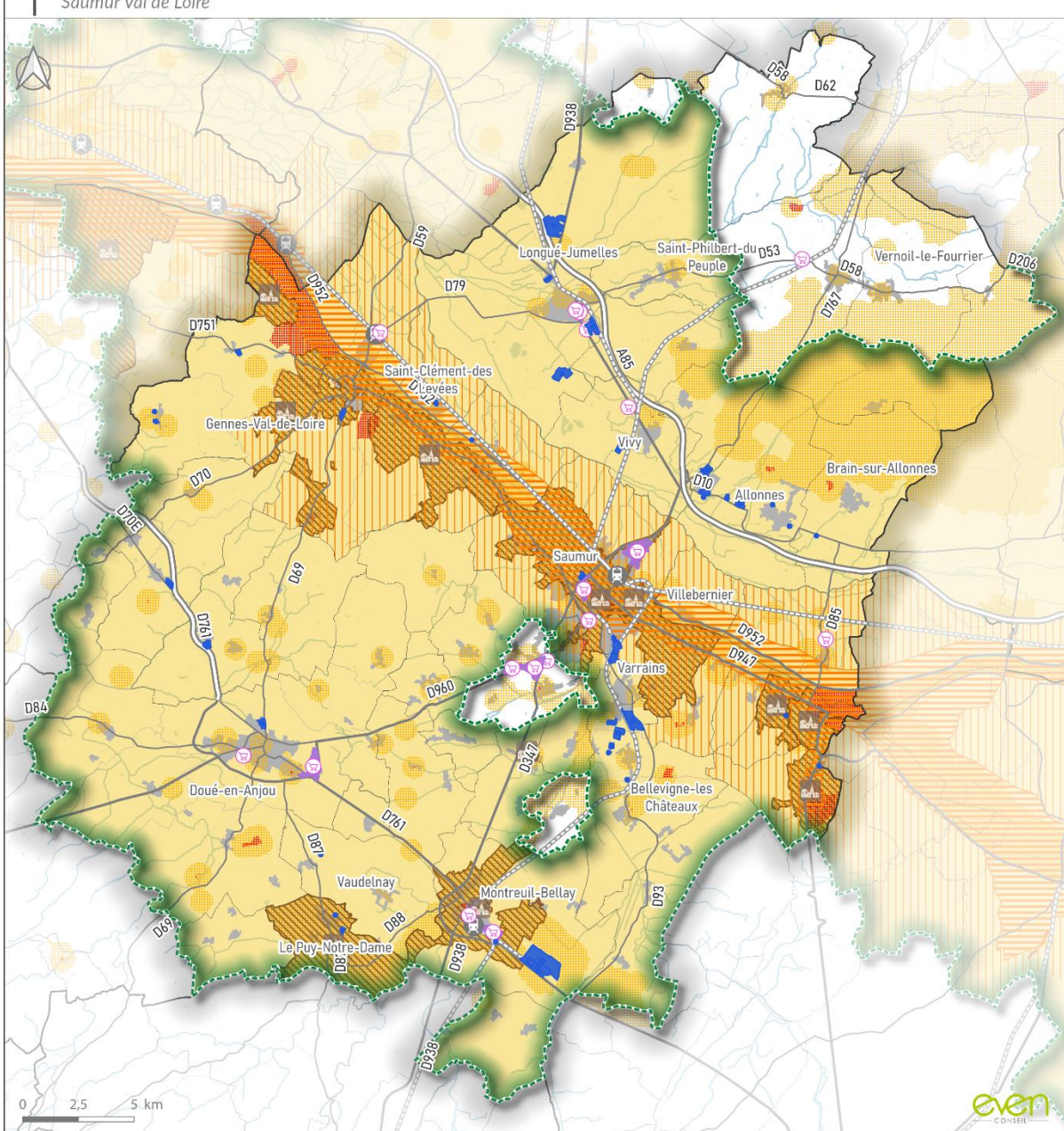
II. Quels enjeux pour le RLPi de la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire ?

L'élaboration du RLPi doit permettre de répondre aux enjeux économiques, touristiques, paysagers et environnementaux du territoire.

Au regard des enjeux économiques, paysagers, patrimoniaux de préservation du cadre de vie du territoire, les secteurs à enjeux suivants sur lesquels le RLPi devra porter une attention particulière peuvent être identifiés :

- Les paysages naturels et patrimoniaux ;
- Les centralités urbaines et commerçantes ;
- Les traversées urbaines majeures et entrées de villes principales ;
- Les espaces à dominante résidentielle et bourgs et villages à caractère rural ;
- Les espaces à vocation économique.

Enjeux de l'affichage publicitaire et des enseignes
Saumur Val de Loire



- Préserver les paysages naturels et patrimoniaux**
- Périmètre d'interdiction stricte de publicité
 - Périmètre d'interdiction "relative" de publicité
 - Le Val de Loire, inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO
 - Zone tampon du périmètre UNESCO
 - Un contexte d'appartenance au Parc Naturel Régional Loire-Anjou-Touraine à prendre en compte
 - Sites Patrimoniaux Remarquables (Saumur, Le Coudray-Macouard, Gennes-Val-de-Loire, Turquant, Montsoreau, Montreuil-Bellay, Fontevraud-l'Abbaye, Le Puy-Notre-Dame)

- L'agglomération de Saumur : une réglementation nationale de la publicité extérieure plus souple à adapter aux enjeux de cadre de vie, patrimoniaux, économiques et touristiques
 - Des centres urbains et bourgs à caractère rural à préserver, un équilibre entre préservation du cadre de vie et communication des acteurs économiques et commerces locaux
- Promouvoir l'attractivité du territoire par la qualité de l'affichage au niveau de ses portes d'entrées de villes et axes structurants**
- Principaux axes routiers et traversées urbaines : une qualité paysagère des entrées de ville rechercher (effet de portes, giratoires, etc...)

- Rechercher l'équilibre entre amélioration du paysage des espaces économiques et expression/visibilité des activités**
- Zones d'activités commerciales expressives
 - Autres zones d'activités

Réalisation : Even Conseil - juin 2022
Sources : IGN, INPN, DREAL, Atlas des Patrimoines, UNESCO, SNCF, OSM

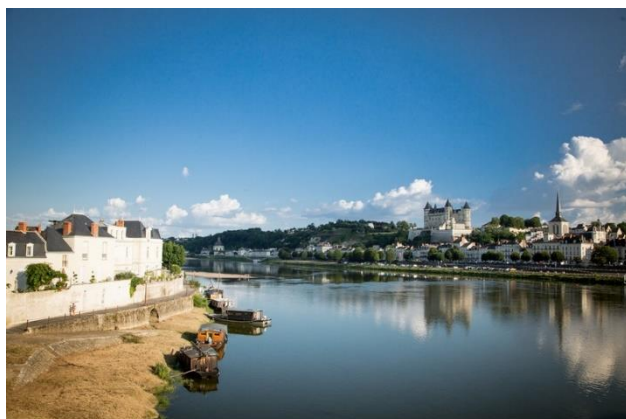
1. Les paysages naturels et patrimoniaux

Le territoire présente une richesse patrimoniale et paysagère exceptionnelle, reconnus mondialement et notamment au-travers de protections :

- le « Parc naturel régional Loire Anjou Touraine » : couvre actuellement 38 communes sur 45
- le label « Patrimoine mondial de l'UNESCO » : couvre 10 communes sur les 45
- 219 Monuments Historiques
- 13 sites inscrits, 7 sites classés
- 11 SPR (secteur sauvegardé, ZPPAUP/AVAP)
- 10 sites Natura 2000

Enjeux pour le RLPi :

- Préserver les paysages et le patrimoine exceptionnels
- Intégrer les engagements UNESCO et PNR dans le RLPi
- Prendre en compte les protections en vigueur dans l'encadrement des enseignes et publicités/préenseignes



Site UNESCO du Val de Loire à Saumur
(Source : Saumur Tourisme)



Exemple site inscrit : le site urbain de Montreuil-Bellay et les Rives du Thouet

2. Les centralités urbaines et commerçantes

Ex : Ville de Saumur et communes associées de Saumur (Bagneux, Dampierre-sur-Loire, Saint-Hilaire-Saint-Florent et Saint-Lambert-des-Levées), Doué-la-Fontaine, Montreuil-Bellay, Longué-Jumelles, Gennes-Val-de-Loire

Les centres-villes et centres-bourgs constituent des lieux concentrant commerces et enseignes. Ils sont des espaces de vie et de rencontre, qu'il s'agit de valoriser et préserver, notamment par le biais de règles adaptées dans le RLPi. Ces centralités comprennent en grande partie des protections patrimoniales (SPR et périmètres de protection des Monuments Historiques) qui nécessitent d'être préservées par un cadrage de l'affichage extérieur adapté et des règles sur les enseignes respectueuses du cadre architectural.

L'identité architecturale de l'ensemble des centralités du territoire intercommunal doit être valorisée par le biais d'une maîtrise de l'affichage publicitaire et d'un encadrement des enseignes.

Ces secteurs concentrent ainsi de nombreux commerces et activités et d'importants enjeux patrimoniaux auxquels le RLPi doit apporter une réponse spécifique.

<p>PUBLICITÉS / PRÉENSEIGNES</p> 	<p>CONSTATS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une publicité principalement sur mobilier urbain (abribus, type « sucette ») - Secteurs privilégiés d'affichage publicitaire : sur les portions des centralités traversées par des axes viaires urbains majeurs - Quelques dispositifs imposants au sol ou muraux aux abords des axes routiers majeurs
<p>ENSEIGNES</p> 	<p>CONSTATS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des enseignes d'activités et commerces implantés sur les axes viaires principaux traversant ces pôles - Secteurs mêlant habitations et concentration d'activités/commerces - Des enjeux patrimoniaux dans centres historiques (ex SPR) : façades de bâtiments et espaces publics d'intérêt patrimonial, covisibilité avec les Monuments Historiques, etc. et de nombreux commerces et activités



Rue Saint-Nicolas - Ville de Saumur



Doué-en-Anjou

Une densité d'enseigne pour une seule activité



Doué-en-Anjou



Doué-en-Anjou



Gennes-Val de Loire

Des enseignes imposantes, contrastant avec l'architecture des façades



Mobilier urbain (abribus)

Ville de Saumur



**De nombreuses enseignes
perpendiculaires à la façade et au
sol (chevalets)**

Rue Saint-Nicolas – Ville de Saumur



**Des exemples d'enseignes
sobres dans le respect de
l'architecture**

Gennes-Val de Loire



Enjeux pour le RLPi :

- Articuler les règles du RLPi avec les dispositions des SPR : respecter les dispositions des SPR dans le RLPi
- Encadrer la publicité et la rendre sobre pour valoriser le cadre patrimonial
- Permettre l'expression publicitaire et la visibilité des entreprises et commerces de proximité
- Prévoir un traitement harmonieux des enseignes, en façade comme au sol (taille, saillie, forme, densité par façade, etc.) → équilibre entre valorisation du patrimoine et dynamisme économique local

3. *Les traversées urbaines majeures et entrées de villes principales*

Les principales pénétrantes sont des secteurs à fort enjeux, zones privilégiées par les afficheurs recherchant de la visibilité en lien avec les flux de passage. Notamment, les giratoires et carrefours sont des lieux d'implantation de panneaux publicitaires, générant des impacts paysagers et sur la sécurité routière. De plus, les entrées de ville comportent des enjeux d'image territoriale, « vitrines » et premières impressions qu'a le visiteur du territoire.

Les dispositifs publicitaires du territoire s'implantent sur ces axes pénétrants et traversant les agglomérations du territoire intercommunal. On trouve également au niveau de ces axes structurants une concentration de commerces, restaurants et autres activités avec un besoin de visibilité, côtoyant les habitations.

Les publicités et enseignes sont principalement concentrées dans les pôles urbains et économiques du territoire : Saumur, Doué-la-Fontaine, Montreuil-Bellay, Longué-Jumelles, Gennes-Val-de-Loire.

Les secteurs d'entrée de ville suivant les principaux axes routiers comportent également des enjeux paysagers importants en matière d'image pour le territoire.

PUBLICITÉS / PRÉENSEIGNES



CONSTATS

- Des publicités et préenseignes concentrées aux abords des voies routières majeures, entrées de ville/bourg
- Des publicités au niveau des carrefours et giratoires

ENSEIGNES



CONSTATS

- Des enseignes d'activités et commerces implantés sur les axes viaires principaux :
 - o Traversée dans les secteurs de pôles urbains
 - o Traversée en zones d'activités : effet « vitrine »
- De nombreuses enseignes, parfois une hétérogénéité des formats et couleurs sur les axes urbains majeurs



D947 – Ville de Saumur



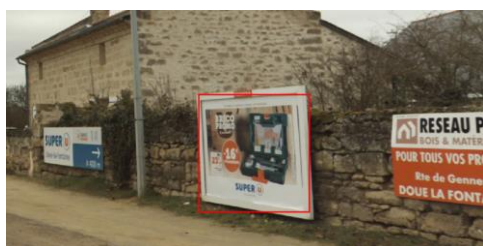
Doué-en-Anjou



Boulevard Charles de Gaulle – Doué-en-Anjou



ZA Ecoparc, Avenue des Fusillés - Saint-Lambert-des-Levées



Doué-La-Fontaine



Enjeux pour le RLPi :

Les entrées et axes urbains principaux : secteurs véhiculant l'image des communes du territoire :

- Encadrer la densité et le format des publicités/préenseignes
- Améliorer le paysage des séquences d'entrée de ville et traversées urbaines
- Permettre l'expression publicitaire et la visibilité des entreprises implantées

4. Les espaces à dominante résidentielle, les bourgs et villages à caractère rural

Espaces à dominante résidentielle :

Ces espaces à vocation principale d'habitat sont peu concernés par d'importants flux routiers ou l'implantation de commerces et peu sujets à l'implantation de publicités. Il s'agit de pouvoir préserver ce cadre de vie du quotidien pour les habitants et prévoir un affichage publicitaire limité en conséquence.

Bourgs et villages à caractère rural :

Le territoire comporte de nombreux bourgs et villages à caractère rural et une architecture traditionnelle préservée. Ces espaces comportent également des activités de commerces locaux. Ils sont soumis aux mêmes règles de publicité que dans les autres secteurs agglomérés du territoire (agglomérations de moins de 10 000 habitants) et doivent bénéficier d'un traitement spécifique afin de garantir la préservation du cadre rural typique.

PUBLICITÉS / PRÉENSEIGNES



CONSTATS

- Publicité peu présente voir absente, des bourgs préservés de l'affichage publicitaire
- Les mêmes règles (RNP) et possibilités d'affichage que dans les autres secteurs agglomérés du territoire appartenant à la catégorie des agglomérations de moins de 10 000 habitants concernant les publicités (même règles que sur les pôles du territoire en agglomération de moins de 10 000 habitants)

ENSEIGNES



CONSTATS

- Des centralités avec quelques activités de proximité (boulangeries, bars, autres commerces et services)
- Passage de routes fréquentées (départementales)



Gennes Val de Loire



Jumelles

Enjeux pour le RLPi :



- Interdire la publicité dans les espaces à dominante résidentielle (cf. dispositions de la charte du PNR)
- Préserver de l'affichage publicitaire les écarts bâtis
- Mettre en place des règles plus strictes que le RNP (pour la publicité notamment) et adaptées aux enjeux de cadre de vie
- Encadrer les enseignes, notamment en anticipant les futures activités à domicile

5. Les espaces à vocation économique

Les espaces à vocation économique concentrent des activités économiques et artisanales et constituent des lieux générant un besoin important de visibilité des entreprises. Ces espaces présentent une densité et une diversité importantes des publicités en types d'enseignes.

Une accumulation des dispositifs de publicités et d'enseignes peut nuire au paysage de ces secteurs et à l'image que renvoient les zones d'activités du territoire. Dans ce cas, les messages publicitaires et commerciaux sont inopérants.

L'enjeu d'encadrement de l'affichage est d'autant plus grand que les zones d'activités sur le territoire côtoient directement des espaces résidentiels et impactent le cadre de vie des habitants.

PUBLICITÉS / PRÉENSEIGNES



CONSTATS

- Des zones d'activités industrielles, tertiaires peu « expressives » en termes de publicité, peu d'enjeux pour le RLPi
- Des zones d'activités commerciales particulièrement « expressives » en particulier au niveau des pôles urbains de l'agglomération de Saumur et Doué-en-Anjou, avec d'importants enjeux d'encadrement publicitaire, notamment au niveau des axes urbains principaux traversant les zones d'activités
- Quelques dispositifs imposants au sol ou muraux

ENSEIGNES



CONSTATS

- D'importants enjeux au niveau des zones d'activités commerciales particulièrement « expressives » (Saumur et Doué-en-Anjou) :
 - o Un besoin de visibilité des entreprises en « vitrine » : des dispositifs de toutes formes, principalement sur les axes routiers traversant/longeant les zones d'activités
 - o Une densité et des tailles d'enseignes plus importantes
- Des enjeux moins forts pour le RLPi au niveau des zones d'activités industrielles, tertiaires peu « expressives »
- Une densité importante d'informations sur une même façade d'activité, pouvant nuire à l'image de la zone et desservant le message
- Des impacts paysagers sur les entrées de ville majeures



Zone d'activités l'Actiparc – Longué-Jumelles



Rue des Fougerons – Doué-en-Anjou



ZA Ecoparc – Saint-Lambert-des-Levées



ZA Ecoparc – Saint-Lambert-des-Levées



ZA de Méron – Montreuil-Bellay

Enjeux pour le RLPi :



- Disposer d'un traitement commun aux zones d'activité du territoire intercommunal
- Améliorer le paysage et l'image que renvoient les activités et l'ensemble de ces secteurs
- Garantir une visibilité des entreprises, de leur message et lisibilité
- Prévoir une expression publicitaire plus importante dans les zones d'activités et zones commerciales et réintroduire de manière encadrée la publicité dans ces zones



2

Orientations et objectifs

CHAPITRE 1 : PRÉAMBULE

La CA Saumur Val de Loire a prescrit l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal avec les objectifs suivants :

- Préserver l'attractivité du territoire et sa dynamique commerciale tout en luttant contre la pollution visuelle ;
- Renforcer son identité et harmoniser la réglementation locale ;
- Adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire et la renforcer.

Les orientations et objectifs aux pages suivantes ont été établis au regard des objectifs de cette délibération et en réponse aux enjeux identifiés en phase diagnostic.

CHAPITRE 2 : ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

I. Orientations et objectifs généraux

- Préserver l'attractivité du territoire et sa dynamique commerciale tout en luttant contre la pollution visuelle, rechercher un équilibre entre préservation des paysages et du patrimoine et communication économique
- Harmoniser la réglementation à l'échelle du territoire intercommunal
- Renforcer l'identité territoriale à-travers l'affichage extérieur
- Adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire
- Encadrer la densité et la taille des dispositifs de publicités/préenseignes, de manière adaptée aux enjeux du secteur dans lequel ils s'implantent (enjeux patrimoniaux, paysagers, respect du cadre résidentiel)
- S'inscrire dans le cadre de la charte du Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine et ses dispositions sur l'affichage extérieur

II. Orientations et objectifs portant sur les paysages naturels et patrimoniaux

- Intégrer les engagements UNESCO et PNR dans le RLPi
- Prendre en compte les protections en vigueur dans l'encadrement des enseignes et publicités/préenseignes : sites classés et inscrits, zones Natura 2000, Monuments Historiques, Sites Patrimoniaux Remarquables, Réserve Naturelle Régionale

III. Orientations et objectifs portant sur les centralités urbaines et commerçantes

- Articuler les règles du RLPi avec les dispositions des SPR en vigueur
- Encadrer la publicité et la rendre sobre pour valoriser le cadre patrimonial
- Prévoir un traitement harmonieux des enseignes, en façade comme au sol (taille, saillie, forme, densité par façade, etc.), recherche un équilibre entre valorisation du patrimoine et dynamisme économique local

IV. Orientations et objectifs portant sur les traversées majeures du territoire, entrées de ville principales

- Encadrer la densité et le format des publicités/préenseignes
- Améliorer le paysage des séquences d'entrée de ville et traversées urbaines
- Permettre l'expression publicitaire et la visibilité des entreprises implantées

V. Orientations et objectifs portant sur les bourgs et villages à caractère rural et espaces à dominante résidentielle

- Interdire la publicité en zone résidentielle
- Préserver de l'affichage publicitaire les écarts bâtis

- Mettre en place des règles plus strictes que le RNP (pour la publicité notamment) et adaptées aux enjeux de cadre de vie
- Encadrer les enseignes, notamment en anticipant les futures activités à domicile

VI. Orientations et objectifs portant sur les bourgs et villages à caractère rural et espaces à dominante résidentielle

- Disposer d'un traitement commun aux zones d'activités du territoire intercommunal
- Améliorer le paysage et l'image que renvoient les activités et l'ensemble de ces secteurs
- Garantir une visibilité des entreprises, de leur message et lisibilité
- Prévoir une expression publicitaire plus importante dans les zones d'activités et zones commerciales et réintroduire de manière encadrée la publicité dans ces zones



3

Justifications des choix

CHAPITRE 1 : MOTIFS DE DÉLIMITATION DU ZONAGE

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur du territoire, des périmètres de protection patrimoniaux et paysagers ainsi qu'en anticipation de l'adoption de la future charte du PNR Loire Anjou Touraine, 4 grands types de zones ont été définis :

I. ZONE DE PUBLICITE 1 (ZP1) : Sites à enjeux patrimoniaux en agglomération

La ZP1 concerne les Sites Patrimoniaux Remarquables en vigueur sur Saumur Val de Loire, les espaces patrimoniaux (UNESCO, sites inscrits, classés, Natura 2000 en agglomération) ainsi que les centres-villes, bourgs commerçants et patrimoniaux et bourgs à caractère rural.

La ZP1 comprend 3 sous-zones spécifiques :

- **ZP1a** : Sites Patrimoniaux Remarquables en agglomération et hors zones d'activités : cette zone est instituée afin de correspondre aux enjeux et dispositions applicables des Sites Patrimoniaux Remarquables portant sur les publicités/préenseignes et enseignes. Elle porte sur les périmètres des SPR en agglomération et hors zones d'activités.
- **ZP1b** : Espaces patrimoniaux en agglomération (hors Sites Patrimoniaux Remarquables et hors zones d'activités) : périmètre Val de Loire UNESCO (périmètre UNESCO uniquement, la zone tampon UNESCO ne faisant pas l'objet d'une zone spécifique), sites inscrits, sites classés, site Natura 2000. Cette zone est instituée afin de prendre en compte les enjeux paysagers et patrimoniaux importants et reconnus de ces secteurs dans le RLPi. Elle porte sur les périmètres cités en agglomération, hors SPR et zones d'activités.
- **ZP1c** : Centres-villes et bourgs commerçants et patrimoniaux (hors zones d'activités) : cette zone est instituée afin de préserver les centralités historiques et commerçantes qui ne bénéficient pas de périmètre de protection patrimoniale ou paysagère. Elle s'appuie sur l'identification dans les documents d'urbanisme du tissu bâti dense et ancien des centralités urbaines (zonage avec libellé communément « UA » dans les PLU/PLUi).

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Préserver et valoriser les cœurs urbains historiques et patrimoniaux ;
- Limiter fortement voire interdire la présence de la publicité ;
- Valoriser et harmoniser l'esthétique des centralités (taille, saillie, forme, densité par façade, etc.) pour une dynamique commerciale cohérente et facilement lisible ;
- Respecter l'architecture des façades dans l'implantation des enseignes.

II. ZONE DE PUBLICITE 2 (ZP2) : Secteurs à dominante résidentielle en agglomération

La ZP2 concerne les secteurs à dominante résidentielle à Saumur et en agglomération de moins de 10 000 habitants. La ZP2 couvre donc les espaces agglomérés à dominante résidentielle, hors zones ZP1, ZP2 et ZP4.

La ZP2 comprend 2 sous-zones spécifiques :

- **ZP2a** : Secteurs à dominante résidentielle à Saumur (agglomération principale de plus de 10 000 habitants)
- **ZP2b** : Secteurs à dominante résidentielle en agglomération de moins de 10 000 habitants, bourgs à caractère rural

Justification et objectifs du zonage

Ces secteurs regroupent un tissu urbain homogène en majorité résidentiel.

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Préserver le cadre des secteurs résidentiels ;
- Garantir un affichage publicitaire maîtrisé et respectueux du cadre urbain ;
- Anticiper et encadrer l'implantation de futures activités en tissu résidentiel.

La ZP2 concerne l'ensemble des espaces agglomérés des communes qui ne sont pas couverts par un autre zonage (ZP1, ZP2 ou ZP4), c'est-à-dire concernés par des enjeux différents des espaces patrimoniaux, d'axes et entrées de ville majeurs ou d'enjeux de qualité de la communication économique.

Les sous-zonages ZP2a et ZP2b concernent respectivement les zones ZP2 dans les enveloppes agglomérées de plus de 10 000 habitants et moins de 10 000 habitants, afin de respecter les règles du RNP qu'implique ce seuil démographique.

La publicité doit être limitée afin de préserver le cadre bâti en majorité dédié à l'habitat.

III. ZONE DE PUBLICITE 3 (ZP3) : Axes routiers structurants en agglomération

La ZP3 couvre les voies structurantes du territoire et secteurs d'entrées de ville principales et leurs abords.

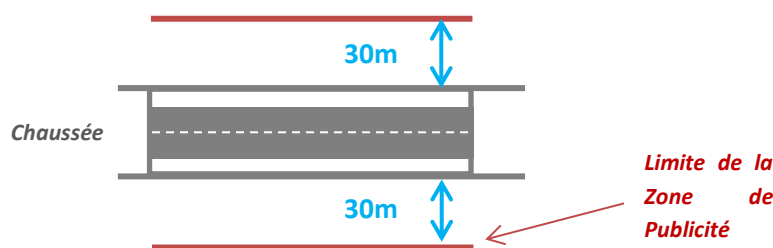
La ZP3 comprend 2 sous-zones spécifiques :

- **ZP3a** : principaux axes routiers en agglomération à Saumur (agglomération principale de plus de 10 000 habitants)
- **ZP3b** : principaux axes routiers en agglomération de moins de 10 000 habitants

Justification et objectifs du zonage

Ces secteurs couvrent les principaux axes d'entrée et de traversée en agglomération. Le zonage couvre les axes concernés et s'étend sur une bande d'environ 30m d'épaisseur à partir du bord extérieur de la chaussée (limites cadastrales). Elle comprend ainsi l'axe et les immeubles et bâtiments bordant la voie.

Les sous-zonages ZP3a et ZP3b concernent respectivement les zones ZP3 dans les enveloppes agglomérées de plus de 10 000 habitants et moins de 10 000 habitants, afin de respecter les règles du RNP qu'implique ce seuil démographique.



Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Veiller à la recherche d'une cohérence territoriale sur les grands axes du territoire ;
- Améliorer la lisibilité routière sur les axes principaux ;
- Valoriser l'image territoriale et ses paysages d'entrées de ville en maîtrisant la publicité, améliorer les axes d'entrées de ville majeures, vitrines du territoire ;
- Limiter la taille et la densité des publicités ;
- Harmoniser l'expression des acteurs économiques implantés.

IV. ZONE DE PUBLICITE 4 (ZP4) : Zones d'activités économiques

La ZP4 comprend les zones d'activités (commerciales, artisanales, tertiaires, industrielles) en agglomération et hors agglomération.

La ZP4 comprend 3 sous-zones spécifiques :

- **ZP4a** : zones d'activités à Saumur (agglomération principale de plus de 10 000 habitants)

- **ZP4b** : zones d'activités en agglomération de moins de 10 000 habitants
- **ZP4c** : zones d'activités hors agglomération (règles sur les enseignes)

Justification et objectifs du zonage

Ces zones couvrent les espaces d'activités économiques du territoire. On y retrouve des activités expressives avec un besoin de visibilité fort. Ces secteurs regroupent de nombreux dispositifs imposants (publicités, enseignes et préenseignes), une impression de densité et un impact paysager sur les axes majeurs traversant les zones. Il s'agit de secteurs privilégiés pour l'affichage publicitaire.

Les espaces à vocation économique traversés par un axe d'entrée de ville sont couverts aux abords de cet axe par la ZP3.

Les sous-zonages ZP4a et ZP4b concernent respectivement les zones ZP4 dans les enveloppes agglomérées de plus de 10 000 habitants et moins de 10 000 habitants, afin de respecter les règles du RNP qu'implique ce seuil démographique.

Le sous-zonage ZP4c est institué afin d'y respecter l'interdiction de publicités/préenseignes autres que dérogatoires instaurée par le RNP, et proposer des règles sur les enseignes cohérentes avec les zones d'activités en agglomération.

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Participer au dynamisme et à la qualité des zones d'activités du territoire ;
- Accompagner la communication des acteurs économiques pour améliorer la lisibilité des zones d'activités ;
- Favoriser une harmonisation visuelle des dispositifs ;
- Encadrer l'affichage temporaire dans les zones d'activités ;
- Dans le cas des entrées de ville majeures traversant les zones d'activités : l'enjeu de traitement qualitatif de la porte d'entrée sur la commune est privilégié.

CHAPITRE 2 : CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE RÉGLEMENTAIRE

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes, et notamment des articles L 581-1 à L 581-45 et aux dispositions des articles R 581-1 à R 581-88.

I. Dispositions communes à toutes les zones

En plus des règles propres à chacune des zones de publicités, le RLPi formule des dispositions réglementaires s'appliquant à l'ensemble des zones du territoire intercommunal et visant à préserver le paysage et encadrer l'esthétique et l'impact des dispositifs. Le territoire comporte de nombreux enjeux paysagers, patrimoniaux et touristiques auquel le RLPi doit répondre.

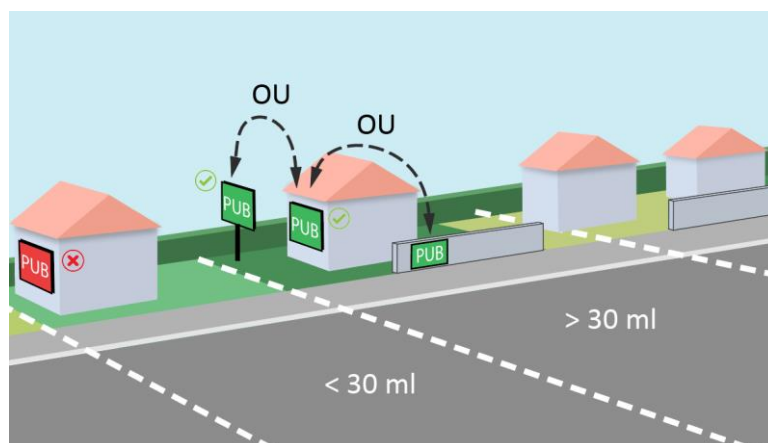
1. Publicités et préenseignes

Au-delà des dispositions prévues pour chacune des zones de publicité, les publicités et préenseignes sont interdites au sein des périmètres des abords des monuments historique

Il s'agit par-là de respecter les dispositions de la charte du Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine en cours d'élaboration, qui demande le maintien de l'interdiction de publicités et préenseignes dans ces secteurs dans le but de prendre en compte les enjeux patrimoniaux.

Densité

Une règle de densité des publicités/préenseignes sur façade de bâtiment, mur de clôture, scellées ou posées au sol est appliquée. Elle s'appuie sur le principe du calcul prévu par le RNP sur la base du linéaire sur voie des unités foncières. La disposition du RLPi vient limiter au-delà des dispositions du RNP la densité de publicités/préenseignes. Elle interdit l'implantation de publicités/préenseignes sur des unités foncières d'une linéaire sur voie inférieur à 30 ml. Cette disposition vise à éviter l'accumulation de panneaux publicitaire sur un même axe viaire et favoriser le respect du cadre de vie et la qualité des traversées urbaines.



Esthétique des publicités et préenseignes :

- Préconisation de matériaux inaltérables ;
- Couleur du cadre cohérente avec la façade sur laquelle est apposée la publicité ;
- Format standard.

Le RLPi vise par là une harmonisation de l'esthétique des dispositifs publicitaires et de qualité (matériaux, couleurs) tout en limitant leur impact sur le paysage.

Encadrement des dispositifs lumineux (publicités/préenseignes, enseignes) :

- Dans le choix de l'éclairage et son intensité : ne doivent pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural ;
- Horaires d'extinction : les publicités et préenseignes autorisées doivent respecter la plage d'extinction de l'éclairage public selon la commune. Dans tous les cas, elles doivent être éteintes au plus tard à partir de 22h et peuvent être allumées au plus tôt à 6h.

Le RLPi augmente la plage horaire d'extinction par rapport à la réglementation nationale, de façon cohérente avec les horaires d'éclairage public des communes. Il s'agit ici d'encadrer l'éclairage d'un point de vue esthétique afin de limiter leur impact sur l'environnement et les consommations énergétiques liées.

Préenseignes temporaires :

Les préenseignes temporaires respectent les dispositions du Règlement National de Publicité dont l'application doit permettre de répondre aux enjeux de la collectivité.

2. Enseignes

Esthétique des enseignes :

- Doivent s'intégrer à l'architecture du bâti sur lequel elles sont fixées ;
- Elles sont interdites sur balcon, garde-corps, barre d'appui de fenêtre, elles ne doivent pas masquer les éléments de décoration d'une façade (corniches, moulures, etc.) ;
- Elles sont interdites sur tout élément végétal ;
- En toiture : elles sont interdites, conformément à la charte du PNR ;
- Au sol : lorsque plusieurs entreprises sont implantées sur une même unité foncière, le regroupement des enseignes sur un dispositif commun sera imposé. L'implantation des enseignes au sol doit permettre la déambulation des piétons par 1,40m laissés libres sur trottoir.

Il s'agit d'encadrer l'esthétique des enseignes de manière générale dans le but de préserver au maximum les impacts de ces dispositifs sur les bâtiments et espaces dans ou sur lesquels ils s'implantent. L'objectif est d'être compatible avec la charte du PNR et de valoriser et préserver l'architecture des bâtiments.

La règle générale interdisant l'implantation sur tout élément végétal comme les arbres ou haies doit permettre d'éviter l'impact ou la dégradation de ces éléments et viser une harmonisation dans l'implantation des enseignes.

L'interdiction des enseignes en toiture doit permettre de limiter leur impact sur le paysage lointain.

Concernant le regroupement des enseignes sur un seul dispositif, il s'agit de limiter la densité de dispositifs au sol et ainsi faciliter la lecture et limiter leur impact visuel.

Les enseignes en façade doivent respecter le nombre d'enseignes limitée par la charte du Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine, le RLPi prévoit des dispositions en ce sens.

Encadrement des dispositifs lumineux

- Dans le choix de l'éclairage et son intensité : ne doivent pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural ;
- Enseignes numériques : elles sont interdites sur l'ensemble du territoire, à l'exception des enseignes numériques en vitrine. Il s'agit de limiter ce type de dispositif présentant des impacts importants dans le paysage ;
- Horaires d'extinction : les publicités et préenseignes autorisées doivent respecter la plage d'extinction de l'éclairage public selon la commune, y compris à l'intérieur des vitrines. Dans tous les cas, elles doivent être éteintes au plus tard à partir de 22h et peuvent être allumées au plus tôt à 6h. S'il s'agit d'une activité de nuit (bars, restaurant) : allumée à l'heure du début d'activité, extinction à l'heure de la cessation de l'activité.

Il s'agit ici d'encadrer l'éclairage d'un point de vue esthétique afin de limiter son impact sur le paysage et les consommations énergétiques (en particulier le numérique). Le RLPi augmente la plage horaire d'extinction par rapport à la réglementation nationale, de façon cohérente avec les horaires d'éclairage public des communes, de manière à limiter encore une fois les impacts visuels des enseignes de nuit. Il reprend le principe du RNP en ce qui concerne les activités de nuit.

II. Principales règles par zone de publicité ou secteurs spécifiques

1. Publicités et préenseignes

1.1. ZP1

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Publicités / préenseignes				
	Au sol (hors Mobilier urbain)	Mural	Mur de clôture ou clôture aveugle	Sur mobilier urbain	Éclairées (projection ou transparence)
ZP1a : Sites Patrimoniaux Remarquables	Interdit	Interdit	Interdit	Saumur (agglomération principale) : Autorisé 2m ² Autres communes : Interdit	Interdit
ZP1b : Espaces patrimoniaux : UNESCO, sites inscrits, classés, Natura 2000 en agglomération	Interdit	Interdit	Interdit	Interdit	Interdit
ZP1c : Centres-villes et bourgs commerçants et patrimoniaux	Interdit	Interdit	Interdit	Autorisé 2m ²	Interdit

- **ZP1a** : Sites Patrimoniaux Remarquables en agglomération et hors zones d'activités :

Cette zone est instituée afin de correspondre aux enjeux et dispositions applicables des Sites Patrimoniaux Remarquables portant sur les publicités/préenseignes et enseignes. Les SPR constituent des périmètres d'interdiction de publicité relative au titre de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement, que le RLPi peut lever de manière justifiée et limitée. Le RLPi maintient cette interdiction de toute forme de publicité au sein de ces périmètres, à la seule exception du Secteur Sauvegardé de Saumur, sur ses parties en agglomération. Il s'agit de prendre en compte la charte du Parc Naturel Régional sur ce point et de préserver de l'affichage publicitaire ces espaces à enjeux forts.

- **ZP1b** : Espaces patrimoniaux en agglomération (hors Sites Patrimoniaux Remarquables et hors zones d'activités) :

Cette zone vise à protéger de l'affichage publicitaire (interdit sous toutes ses formes) le périmètre Val de Loire UNESCO (périmètre UNESCO uniquement, la zone tampon UNESCO ne faisant pas l'objet d'une zone spécifique), sites inscrits, sites classés et sites Natura 2000. La zone porte sur les périmètres

cités en agglomération, hors SPR et zones d'activités. Ces espaces sont porteurs d'enjeux forts paysagers et d'image territoriale, reconnus nationalement et mondialement pour leurs intérêts patrimoniaux. L'interdiction de toute forme de publicité est instituée afin d'être compatible avec la charte du PNR sur ce point.

- **ZP1c** : Centres-villes et bourgs commerçants et patrimoniaux (hors zones d'activités) :

Cette zone est instituée afin de préserver les centralités historiques et commerçantes qui ne bénéficient pas de périmètre de protection patrimoniale ou paysagère. Dans l'objectif de préserver le cadre urbain de ces centralités, l'affichage publicitaire est interdit à l'exception des mobiliers urbains, à titre accessoire et limité à 2m². Il s'agit de proposer un affichage sobre et limité en forme et taille, respectueux du cadre urbain de ces espaces.

1.2. ZP2

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Publicités / préenseignes				
	Au sol (hors Mobilier urbain)	Mural	Mur de clôture ou clôture aveugle	Sur mobilier urbain	Éclairées (projection ou transparence)
ZP2a : Secteurs à dominante résidentielle à Saumur (agglomération principale)	Interdit	Interdit	Interdit	Autorisé 2m ²	Autorisé (MU)
ZP2b : Secteurs à dominante résidentielle en aggro de -10 000 hab, bourgs à caractère rural	Interdit (RNP)	Interdit	Interdit	Interdit	Interdit

Le RLPi encadre fortement la publicité en la limitant sur les espaces d'agglomération à dominante d'habitat. La charte du Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine indique que toute publicité est interdite dans ces espaces sauf exception justifiée. Le RLPi interdit toute forme de publicité dans les ZP2, à l'exception des publicités sur mobilier urbain, uniquement en agglomération de plus de 10 000 habitants, c'est-à-dire l'agglomération principale de Saumur. Cette exception se justifie au regard du seuil du nombre d'habitants se basant sur le Code de l'environnement. Le Code de l'environnement permet, sans dispositions plus contraignantes dans un RLP(i), de disposer de typologies de publicité supplémentaires et formats plus importants en agglomération de plus de 10 000 habitants par rapport aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Sur ce principe et de manière limitée et en cohérence avec le cadre urbain concerné, la publicité à titre accessoire sur mobilier urbain est autorisée et limitée à 2 m² en ZP2a.

L'objectif est de préserver de l'affichage publicitaire les secteurs résidentiels afin de respecter le cadre des habitants.

1.3. ZP3

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Publicités / préenseignes				
	Au sol (hors Mobilier urbain)	Mural	Mur de clôture ou clôture aveugle	Sur mobilier urbain	Éclairées (projection ou transparence)
ZP3a : A Saumur (agglomération principale)	Autorisé 8m ² (affiche seule, 10,5m ² encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml	Autorisé 8m ² (affiche seule, 10,5m ² encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml	Autorisé 8m ² (affiche seule, 10,5m ² encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml Sauf mur d'intérêt patrimonial	Autorisé 2m ²	Autorisé
ZP3b : En agglomération de -10 000 hab	Interdit (RNP)	Autorisé 4,7m ² (encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml	Autorisé 4,7m ² (encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml Sauf mur d'intérêt patrimonial	Interdit	Autorisé (sauf mobilier urbain interdit)

Les principales pénétrantes sont des secteurs à fort enjeux, zones privilégiées par les afficheurs recherchant de la visibilité en lien avec les flux de passage. Notamment, les giratoires et carrefours sont des lieux d'implantation de panneaux publicitaires, générant des impacts paysagers et sur la sécurité routière. Première perception d'un territoire, l'entrée de ville comporte des enjeux paysagers et d'image territoriale.

Pour cela, le RLPi réglemente les publicités et préenseignes dans le but de limiter leur impact sur le paysage et garantir un traitement paysager de l'affichage extérieur en cohérence avec les enjeux précités.

En ZP3a, c'est-à-dire en agglomération de plus de 10 000 habitants, le RLPi permet d'apposer au sol, sur mur de bâtiment et mur de clôture ou clôture les formats maximaux autorisés par le Code de l'environnement au regard du seuil du nombre d'habitants. La densité reste toutefois limitée par le RLPi, de façon à éviter une accumulation de dispositifs sur un même linéaire de voie. Le RLPi prévoit également la protection des murs d'intérêt patrimonial en interdisant d'apposer des publicités/préenseignes sur ces derniers, dans l'objectif de valoriser ces éléments identitaires. La publicité est également autorisée sur mobilier urbain, de manière limitée en surface (2m²) afin de conserver un affichage publicitaire sobre et harmonisé sur ces dispositifs.

En ZP3b, c'est-à-dire en agglomération de moins de 10 000 habitants, le RLPi reste sur les dimensions autorisées par le RNP sur murs de bâtiments et clôtures ou murs de clôtures. La densité reste toutefois limitée par le RLPi, de façon à éviter une accumulation de dispositifs sur un même linéaire de voie. Le RLPi prévoit également l'interdiction de publicités/préenseignes sur murs d'intérêt patrimonial. La publicité au sol est interdite conformément au RNP. La publicité sur mobilier urbain est interdite.

Il s'agit de permettre l'affichage publicitaire, de manière encadrée en répondant à l'enjeu global de la communauté de communes de valoriser et améliorer le paysage des entrées de ville et axes structurants traversant les agglomérations du territoire. Un affichage plus important est donc possible sur les abords de ces axes que dans les secteurs patrimoniaux ou résidentiels.

1.4. ZP4

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Publicités / préenseignes				
	Au sol (hors Mobilier urbain)	Mural	Mur de clôture ou clôture aveugle	Sur mobilier urbain	Éclairées (projection ou transparence)
ZP4a : zones d'activités à Saumur (agglomération principale)	Autorisé 8m ² max (affiche seule, 10,5m ² encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml	Autorisé 8m ² max (affiche seule, 10,5m ² encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml	Autorisé 8m ² max (affiche seule, 10,5m ² encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml	Autorisé 2m ²	Autorisé
ZP4b : zones d'activités en agglo -10 000 hab	Interdit (RNP)	Autorisé 4,7m ² (encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml	Autorisé 4,7m ² (encadrement compris) 1 par unité foncière +30ml	Autorisé 2m ²	Autorisé (sauf mobilier urbain)
ZP4c : zones d'activités hors agglo (règles sur les enseignes)	Interdit (RNP)	Interdit (RNP)	Interdit (RNP)	Interdit (RNP)	Interdit (RNP)

La charte du Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine (en cours d'élaboration) prévoit la possibilité de réintroduire la publicité en priorité dans les zones d'activités.

Présentant des enjeux patrimoniaux et paysagers moins importants que dans les autres zones du territoire, la communauté de communes souhaite réintroduire l'affichage publicitaire en zones d'activités. L'objectif du RLPi est d'avoir une réglementation cohérente à l'échelle de l'ensemble des zones d'activités du territoire, selon les grands principes du Code de l'environnement (seuils du nombre d'habitant, hors ou en agglomération).

Ainsi, les zones d'activités constituent les espaces de la communauté de communes qui accueillent la plus grande possibilité d'affichage publicitaire, toutefois limitée en nombre et taille de dispositifs.

Le RLPi prévoit la distinction entre les zones d'activités en agglomération de plus de 10 000 habitants (zonage ZP4a), en agglomération de moins de 10 000 habitants (zonage ZP4b et hors agglomération

(zonage ZP4c). Conformément au RNP, les publicités/préenseignes sont interdites hors agglomération et donc également en ZP4c.

En ZP4a :

Le RLPi permet l’affichage publicitaire au sol, sur mur de bâtiment et sur clôture dans les limites maximales autorisées par le RNP (10,5² surface totale en encadrement compris). Le RLPi prévoit toutefois une limitation de la densité en n’autorisant qu’une seule publicité par unité foncière, quel que soit le mode d’implantation. La publicité sur mobilier urbain est autorisée mais limitée à 2m² (surface utile). Les dispositifs autorisés précités peuvent également être lumineux.

En ZP4b :

Le RLPi permet l’affichage publicitaire sur mur de bâtiment et de clôture dans les limites maximales autorisées par le RNP (4,7m² surface totale). Le RLPi prévoit toutefois une limitation de la densité en n’autorisant qu’une seule publicité par unité foncière, quel que soit le mode d’implantation. La publicité sur mobilier urbain est autorisée mais limitée à 2m². Les dispositifs autorisés précités peuvent également être lumineux, sauf sur mobilier urbain.

En ZP4c - Hors agglomération :

La publicité et les préenseignes hors agglomération respectent le Règlement National de Publicité. Pour mémoire, la publicité est interdite dans les espaces hors agglomération, à l’exception des préenseignes dérogatoires dans les conditions fixées par l’article L.581-19 du Code de l’Environnement.

2. Enseignes

2.1. ZP1

L’objectif du RLPi est de préserver et valoriser les centralités historiques et leur patrimoine par un traitement harmonieux des enseignes, en façade comme au sol (taille, saillie, forme, densité par façade, etc.).

- **ZP1a** : Sites Patrimoniaux Remarquables en agglomération et hors zones d’activités :

Cette zone est instituée afin de correspondre aux enjeux et dispositions applicables des Sites Patrimoniaux Remarquables portant sur les enseignes. Le RLPi, pour ce qui est des enseignes, renvoie aux dispositions des SPR d’ores et déjà applicables et relatives aux enseignes.

Le RLPi prévoit également des dispositions communes, au-delà des dispositions du SPR ou dans le silence de ces derniers. Ces dispositions visent un traitement harmonieux et qualitatif des enseignes, de façon à garantir la valorisation des façades architecturales accueillant ces dispositifs.

- **Les dispositions suivantes s’appliquent en ZP1a dans le silence des SPR ou si ces derniers sont moins restrictifs, ainsi qu’en ZP1b et ZP1c :**

Les enseignes parallèles en façade sont règlementées de façon à respecter l'architecture des bâtiments, limiter la densité d'affichage et l'impact visuel que ces dispositifs peuvent avoir (interdiction en toiture, sur balcon, interdiction d'enseignes clignotantes, numériques, etc.). Des éléments annexes (panonceaux, vitrophanie) sont encadrés en dimension et nombre afin de ne pas impacter les façades.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre et taille.

Les enseignes sur clôture sont autorisées mais limitées en surface.

Au sol, le format chevalet ou stop-trottoir est imposé, limité en surface. Il s'agit de limiter le nombre d'enseigne au sol et une hétérogénéité des formes. Les enseignes au sol sont donc limitées à 1 par voie ouverte à la circulation bordant l'activité, quelle que soit leur surface (donc y compris si elles font moins de 1m²).

L'ensemble de ces règles vise un traitement qualitatif, homogène des enseignes et respectueux du cadre de vie et du contexte architectural.

2.2. ZP2

Les règles sur les enseignes sont globalement les mêmes en ZP1 afin d'avoir une cohérence de traitement sur une grande partie de l'agglomération. Ainsi, les enseignes en façade et les enseignes perpendiculaires à la façade sont encadrées en termes d'implantation, d'esthétique et de densité.

Il s'agit d'encadrer les enseignes des activités dans le tissu bâti à dominante d'habitat mais également prendre en compte les potentielles futures activités se développant à domicile.

2.3. ZP3

Les règles sont globalement les mêmes qu'en ZP1 et ZP2, de façon à obtenir un traitement qualitatif et homogène également aux abords des axes viaires principaux en agglomération. Ainsi, les enseignes en façade et les enseignes perpendiculaires à la façade sont encadrées en termes d'implantation, d'esthétique et de densité.

La ZP3 encadre spécifiquement les enseignes au sol. Elles sont limitées à 1 par voie ouverte à la circulation bordant l'activité, quelle que soit leur surface (donc y compris si elles font moins de 1m²).

Elles peuvent prendre la forme d'un chevalet/stop-trottoir ou celle d'un totem. Le format totem paraît adapté au contexte d'axes routiers passant et permettant une visibilité accrue dans le cadre de déplacement par rapport au chevalet qui reste possible.

Les enseignes sur clôture sont autorisées mais limitées en surface et en densité, une seul par activité.

2.4. ZP4

Les règles sur les enseignes sont les mêmes en ZP4a, ZP4b et ZP4c, dans l'objectif d'une cohérence d'ensemble sur toutes les zones d'activités du territoire, qu'elles soient en agglomération ou hors agglomération. Le RLPi encadre l'esthétisme et les différents types d'enseignes possibles dans les

zones d'activités. Les enseignes parallèles à la façade sont limitées en surface, les implantations sont encadrées (interdiction d'enseignes en toiture, terrasse, numérique, etc.).

Les enseignes perpendiculaires à la façade sont interdites, moins adaptées au contexte et volumes des bâtiments de zones d'activités.

Les enseignes au sol sont autorisées mais uniquement sous forme de totem. Le RLPi prévoit une limitation de la densité des enseignes au sol, peu importe leur surface (supérieure ou inférieure à 1m²). Leur nombre par activité est limité à 1 par voie ouverte à la circulation.

Leurs dimensions reprennent les formats maximaux autorisés par le RNP, à savoir :

- En agglomération de plus de 10 000 habitants (ZP4a) : 10,5 m²
- En agglomération de moins de 10 000 habitants (ZP4b) et en ZP4c hors agglomération : 6m²

Les autres types d'enseignes au sol (drapeaux, oriflammes, chevalets, etc.) sont interdits. Le regroupement d'enseignes partageant la même unité foncière sur un même dispositif est imposé. Les enseignes sur clôture ou mur de clôture sont autorisées mais limitées à 1 par activité, d'une surface de 3m² maximum.

En plus des dispositifs permanents autorisés, les enseignes temporaires à caractère commercial sont permises mais limitée en nombre et taille, à savoir 1 enseigne sur bâti ou clôture, d'une surface de 2m² maximum.

L'ensemble de ces règles vise à limiter la densité d'enseignes au sol pour une même zone, de garantir une homogénéité des enseignes au sol dans leur format et ainsi améliorer la qualité de communication des activités ainsi que le paysage de ces secteurs.

Hors agglomération

Les enseignes hors agglomération (hors zones d'activités) bénéficient également d'un cadre, globalement identique aux règles des enseignes applicables en ZP1. Le RLPi permet une souplesse supplémentaire par rapport aux enseignes au sol, à savoir une surface de 2m² maximum, limitée à 1 par voie bordant l'activité (peu importe sa surface), de forme libre. Ainsi, le RLPi vient renforcer l'encadrement des enseignes hors agglomération par rapport au règlement national.

L'ensemble de ces règles sur les enseignes doivent permettre d'encadrer toutes les enseignes implantées hors agglomération et ainsi faciliter leur intégration dans leur environnement.

