



CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES

CONSULTATION POUR UNE MISSION DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES

**Assistance à maîtrise d'ouvrage pour l'élaboration
d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal**

1 — Contexte de la mission

1.1 — Le contexte législatif et règlementaire

La réglementation sur la publicité, les enseignes et pré enseignes est régie par le Code de l'Environnement. Conformément à la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement dite « Grenelle 2 », le Règlement Local de Publicité (RLP) est élaboré, révisé et modifié conformément aux procédures applicables aux Plans Locaux de l'Urbanisme (PLU).

La procédure doit être conduite conformément aux dispositions du Code de l'Environnement, et notamment aux articles L 581-14 et suivants, en respectant entre autres les principes d'élaboration associée et de concertation de la population.

Le prestataire sera tenu de veiller à la parution et aux contenus des décrets et normes, notamment pour ce qui concerne l'application de la loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010.

Compte tenu de l'article 17 de la loi Climat et résilience, la compétence « police de la publicité » sera transférée aux Communautés de Communes à compter du 1^{er} janvier 2024. La CdC du Réolais en Sud Gironde se lance ainsi dans cette démarche de transfert de compétence afin de se doter d'une réglementation adaptée au territoire et des outils d'exercice pour ses agents.

Le cahier des charges est établi en vue de la consultation d'un bureau d'études afin de permettre aux élus de la CdC du Réolais en Sud Gironde de choisir l'équipe qui sera chargée de mener à bien l'élaboration de ce Règlement Local de Publicité Intercommunal dans le cadre établi par la loi sur la totalité de son territoire à partir du programme défini ci-après et conformément aux conditions énoncées.

1.2 — Le contexte territorial

La Communauté de Communes du Réolais en Sud Gironde regroupe 41 communes et compte une population de 23 899 habitants (INSEE 2019). Elle est engagée dans plusieurs démarches d'amélioration de ces paysages et de maîtrise de son développement, notamment un PLUi, approuvé en octobre 2022, et une démarche d'ORT multisite signée le 13 juillet 2023.

Les paysages de la Communauté de Communes présentent des unités paysagères assez variées. Le Nord du territoire appartient à l'unité paysagère de l'entre-deux mers tandis que le sud à celui du bazadais, entre les deux, la vallée de la Garonne marque une forme de continuité est-ouest, mais une fracture nord/sud. Le territoire est particulièrement riche en patrimoines, notamment par sa ville centre, La Réole, qui est située en Site Patrimonial Remarquable et labellisée ville d'art et d'histoire. Une démarche de contractualisation comme Pays d'Art et d'Histoire est également en cours.

La Communauté de Communes se veut organisatrice d'un aménagement durable et de qualité, à travers sa politique d'urbanisme. Elle souhaite également poser des éléments de paysage commun pour développer son attachement communautaire, objectif poursuivi par le présent projet de RLPI.

La Commune de La Réole travaille sur l'élaboration du Règlement d'Occupation du Domaine Public qui sera effectif à partir du 1^{er} janvier 2024. Cette réglementation s'appliquera au périmètre de la Zone de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager (ZPPAUP) définie par le règlement du Site Patrimonial Remarquable. Le RLPI s'attachera à respecter et intégrer au maximum les orientations du Règlement d'Occupation du Domaine Public dans sa conception.

1.3 — Objectifs du RLPI

Le RLPI s'inscrit dans une politique de projet à l'échelle du territoire de la Communauté de Communes en cohérence avec les orientations du Plan local d'Urbanisme intercommunal.

Au regard des enjeux d'attractivité et de préservation du cadre de vie s'inscrivant dans les démarches globales précitées, le RLPI vise à définir un cadre cohérent et homogène sur le territoire selon les entités urbaines et paysagères.

Ainsi, le RLPI constituera un outil complémentaire des politiques publiques et actions engagées par la CdC pour l'attractivité du territoire et l'amélioration du cadre de vie.

Les objectifs du RLPI sont ainsi définis :

1. Garantir un cadre de vie de qualité :

- Préserver la diversité et la qualité des paysages urbains, périurbains et naturels.
- Affirmer l'identité locale en prenant en compte les patrimoines bâtis remarquables (AVAP, monuments historiques).
- Concilier la protection et la mise en valeur du patrimoine bâti et naturel avec la nécessité d'une expression publicitaire raisonnable et d'une signalisation équilibrée des activités économiques.
- Affirmer une exigence d'intégration paysagère et architecturale des dispositifs de publicité et d'enseignes.
- Limiter la pollution visuelle et nocturne et viser la sobriété énergétique des dispositifs lumineux.

2. Favoriser l'attractivité :

- Renforcer l'attractivité du territoire comme lieu de vie, économique et touristique.
- Accroître l'attractivité des pôles économiques en assurant une meilleure lisibilité des activités et de leur environnement par la qualité des dispositifs de communication commerciale.
- Offrir les outils de communication efficaces et adaptés aux équipements culturels ou structurants du territoire.

3. Assurer la cohérence et la lisibilité des politiques publiques :

- Harmoniser les règles et assurer une équité réglementaire tout en prenant en compte les spécificités locales.
- Rechercher l'équilibre entre efficacité de l'information et préservation du cadre de vie.
- Prendre en compte l'évolution des techniques d'affichage et de marketing publicitaire.

2 — Recrutement du bureau d'études

Le recrutement du bureau d'étude sera soumis à deux critères majeurs :

Le classement des offres et le choix du/des attributaire(s) sont fondés sur l'offre économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction des critères pondérés notés sur 100 et énoncés ci-dessous :

1. Critère Prix des prestations pondéré à 40 %

La meilleure offre c'est-à-dire celle présentant le prix le plus bas obtiendra la note maximale (40 points), les autres notes seront calculées au prorata.

2. Critère Qualité pondéré à 60 %

Le critère qualité de l'offre sera jugé à partir du mémoire justificatif comprenant :

- Les moyens humains mis en œuvre (20 points)
- Les moyens techniques à disposition (20 points)
- Les réalisations similaires réalisées par le bureau d'études (10 points)
- Une note d'organisation pour le respect des délais (10 points)

Par ailleurs, il est demandé aux candidats d'intégrer au maximum les recommandations du porter à connaissances (annexe 2) produit par la Direction Départementale des Territoires et de la Mer (DDTM) dans la note d'organisation.

Les délais de réponse pour transmettre l'ensemble des éléments demandés sont d'un mois à compter de la date d'envoi du présent document soit jusqu'au lundi 26 février 2024.

3 — Missions du bureau d'études

Le prestataire assurera une mission d'assistance, d'études, d'expertises et de conseil pour élaborer le Règlement Local de Publicité Intercommunal. En tenant compte du porter à connaissances (cf annexe1).

Il devra élaborer le document en collaboration avec les élus et les services de la Communauté de Communes et devra veiller au partenariat avec l'UDAP et la DDTM. Il devra tenir compte des contraintes et des enjeux du territoire afin de produire un document adapté au contexte local et juridiquement fiable.

Il est attendu une forte expertise et plus-value technique ainsi que juridique dans le cadre de cette mission.

L'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal sera scindée en 4 phases.

Les missions communes à chacune de ces phases sont les réunions de travail techniques, les réunions de concertation avec les partenaires et avec le public, l'alimentation d'un espace dédié sur la plateforme PODOC, les réunions de présentation et de validation des instances décisionnaires.

De plus le bureau d'études devra proposer un schéma d'organisation à la Communauté de Communes pour la mise en place de ce règlement et son application sur le territoire (service et articulation, pouvoir de police du Président, déclaration préalable) en tenant compte de l'organisation en place (humain et matérielle).

3.1 — Phase 1 : Diagnostic et enjeux

Sous la responsabilité et le contrôle du maître d'ouvrage, le prestataire devra :

- **Réaliser une réunion de lancement du projet permettant d' :**
 - Acculturer les élus et techniciens aux enjeux de la publicité dans les paysages.
 - Présenter la méthode de travail proposée par le Bureau d'Études.
 - Valider le planning prévisionnel
 - Permettre aux membres de la commission d'exprimer leurs attentes dans cette étude.

- **Réaliser le diagnostic du territoire permettant de :**
 - Dresser un état des lieux des dispositifs existants relatifs à la publicité, aux enseignes et préenseignes et vérifier leur conformité au regard de la réglementation en cours.
 - Identifier les sites et/ou enjeux en matière de préservation ou d'amélioration du paysage. Une attention particulière devra être apportée aux communes engagées dans une démarche de Revitalisation (ORT) ;
 - Identifier les spécificités des différentes entités et les besoins des acteurs économiques ;
 - Identifier et analyser les nuisances éventuelles : incidences paysagères, pollution visuelle, situations de déséquilibre ou négatives, pollution lumineuse ;
 - Mettre en évidence les dispositifs légaux et ceux en infraction avec la réglementation nationale.

Le diagnostic analysera la situation au regard de la règle nationale, de celui du SPR (Site Patrimonial Remarquable) de La Réole et au vu de l'impact sur le paysage et des enjeux économiques locaux. Il doit permettre d'identifier les problématiques et de cerner les sites à enjeux (il sera non exhaustif et proposera une typologie adaptée à la taille et la diversité du territoire).

- **Définir les orientations et les objectifs liés aux spécificités du territoire et des sites identifiés à partir du diagnostic.**

- **Proposer et expliquer les choix généraux et/ou spécifiques de chaque site à enjeux identifié, au regard des orientations et objectifs définis.**

Le diagnostic alimentera le rapport de présentation qui sera rédigé par le prestataire.

3.2 — Phase 2 : Définition du règlement des différentes zones

Cette étape consiste à définir les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles spécifiques, à savoir :

- Les zones de publicité restreinte (ZPR) pour les secteurs identifiés où une réglementation plus restrictive que la réglementation nationale est nécessaire. Une attention particulière devra être apportée aux centres-bourgs, soit les zones classées UA dans le PLUi et les zones ORT.
- Les dispositions applicables aux différents dispositifs d'affiche publicitaire, d'enseignes et préenseignes.

Il sera présenté à minima deux scénarios de règlement. Pour chacune de ces propositions, le bureau d'études fournira une simulation financière des revenus générés par la mise en place de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure.

Le règlement comprend des règles générales et des règles spécifiques en fonction du contexte paysager local, de la densité et de la localisation des enseignes et dispositifs publicitaires souhaités.

3.3 — Phase 3 : Élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal

Le prestataire devra, durant cette phase, constituer l'intégralité du dossier de Règlement Local de Publicité en vue de l'arrêt définitif du projet, puis de son approbation.

Le dossier de RLP, conformément à l'article R. 581-72 du code de l'environnement, devra comporter :

- **Un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la Communauté de Communes en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs. Le rapport de présentation sera illustré par des photographies, des cartographies et tout autre élément graphique utile à la compréhension des éléments présentés.
- **Un règlement** comprenant des prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L.581-9, ainsi que le cas échéant, les prescriptions mentionnées lors des différentes instances de pilotage du projet. Une attention devra être portée à une approche aisée de la règle et une fiabilité juridique du document. Le règlement devra comprendre l'ensemble des contenus et mesures légales.
- **Un document graphique** contenant les prescriptions réglementaires (zonage et prescriptions spécifiques). Le document fera apparaître sur l'ensemble du territoire de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité. Ils seront annexés à celui-ci.

3.4 — Phase 4 : Bilan des consultations, enquête publique et préparation du dossier d'approbation

De manière générale, le prestataire remplira une mission d'assistance et de conseil auprès du maître d'ouvrage pendant toute la procédure d'élaboration du RLPi.

À l'issue des consultations et de l'enquête publique, le prestataire analysera les avis et présentera des propositions techniques et juridiques pour l'établissement du dossier d'approbation. Il recensera l'ensemble des remarques dans un tableau dédié à cet effet et proposera pour chaque remarque une réponse argumentée.

Après validation par le maître d'ouvrage des propositions, les modifications éventuelles au dossier seront apportées par le prestataire pour formaliser le dossier d'approbation.

Le prestataire établira un document pédagogique à destination des communes, des professionnels de la publicité et des enseignes, des commerçants, des chefs d'entreprises, des services expliquant le RLPi et notamment l'application des règles. Ce document pourra être composé de fiches présentant des exemples par zonage ou par type de dispositifs.

3.5 — Phase 5 : Publicité

La publicité obligatoire restera à la charge de la Communauté de Communes du Réolais en Sud Gironde à savoir :

- L'affichage pendant un mois au siège de l'EPCI ainsi que sa mention dans un journal local,
- Apparition dans le recueil des actes administratifs de l'EPCI,
- Annexion du document au PLUi en cours lors de sa prochaine modification/révision,
- Mise à disposition du public sur le site de la Communauté de Communes du Réolais en Sud Gironde.

Il revient cependant au prestataire de s'assurer de la mise en œuvre de l'ensemble des règles nécessaires et obligations légales concernant la publicité et d'assurer un suivi durant cette période. Il publiera également l'ensemble des éléments qui devront apparaître sur le site du Géoportail de l'urbanisme.

La prestation du bureau d'études prendra fin une fois le RLPI approuvé par le Conseil Communautaire et purgé de tous ses délais.

4 — Participation au processus d'élaboration du règlement

Plusieurs instances participent à l'élaboration du RLPI :

- **Le comité technique (Cotech)** : il rassemble le technicien en charge de ce dossier, le référent du dossier à la DDTM, et le référent du dossier à l'UDAP. Des représentants des services des communes et des partenaires pourront y être invités si une demande expresse est formulée par la commune ou le partenaire en question ;
- La commission « urbanisme » qui validera les étapes clés du document ;
- Le Bureau Communautaire qui sera informé de l'évolution du projet ;
- Le Conseil Communautaire qui votera les délibérations nécessaires à l'exécution du projet ;
- Les PPA sont celles définies à l'article L. 581-13 du code de l'urbanisme, à savoir :
 - Le Préfet du Département
 - Les maires des communes ou le RLPI est applicable
 - Le Président de l'EPCI compétent en matière d'urbanisme

Pendant toute la durée de l'élaboration du RLPI, le prestataire s'engage, dans le cadre de la rémunération prévue :

- À assister aux réunions, prévues dans le cadre de la méthodologie proposée (et acceptée lors de la convention), et organisées à l'initiative du Président, jusqu'à la

remise du projet ainsi qu'aux réunions correspondant à la procédure de concertation (les Personnes Publiques Associées, commissaires-enquêteurs...);

- À assurer l'animation et le compte rendu détaillé des différentes réunions : Envoi à la Communauté de Communes du support de présentation au moins 7 jours avant la réunion, rédaction des comptes rendus dont la diffusion est assurée par le maître d'ouvrage ;
- À participer à une ou plusieurs réunions de concertation avec le public et à la rédaction d'une synthèse et d'un bilan.

Ainsi, l'opérateur devra prévoir au minimum :

Phase 1 : Diagnostic & Orientations du RLPI

- 1 réunion de lancement.
- 1 Commission, précédée d'un Cotech à minima une semaine auparavant.
- 1 réunion spécifique à la Réole (approfondissement des enjeux par rapport à la ZPPAUP).
- 1 réunion avec les PPA.

Phase 2 : Règlement et zones de publicité

- 2 Comité technique de préparation du règlement et du zonage (Temps 1 : Principes et prézonage V1, Temps 2 : règlement écrit et zonage V2).
- 1 Commission d'urbanisme, pour présentation des principes de règlement aux communes.
- 1 réunion avec les PPA .
- 1 réunion de concertation publique.

Des réunions complémentaires pour approfondir les enjeux qui pourront être demandés en tranche complémentaire à la présente étude par les communes le désirant.

Phase 3 : Arrêt du RLPI

- 1 Bureau Communautaire (composé des 41 maires) avec la présence des membres de la commission « urbanisme ».
- 1 Conseil Communautaire.

Phase 4 : Consultation PPA (dont 1 réunion en CDNPS) — Enquête publique — Approbation

- 1 CDNPS.
- 1 réunion pour faire le point sur les avis PPA et préparer l'enquête.
- 1 Commission pour valider les modifications à apporter.
- 1 Bureau communautaire (obligatoire dans la procédure).
- 1 Conseil Communautaire.

Pour les réunions de concertation publique :

Le prestataire assistera le maître d'ouvrage dans la mise en œuvre de la concertation. Il participera et animera ces réunions de concertation. Il devra notamment :

- Rédiger les supports pédagogiques pour le débat avec les acteurs.
- Rédiger le bilan de la concertation dans un format partageable au grand public.

Le prestataire peut ajuster, dans sa proposition et note méthodologique, le nombre de réunions en fonction des besoins estimés pour la réalisation de chaque phase qui ne peut être inférieur au nombre imposé par le pouvoir adjudicateur. La proposition de ces réunions est précisée et décomptée dans le prix forfaitaire de chaque étape.

Durant l'exécution du marché, le titulaire s'engage à participer aux comités techniques, et aux commissions d'urbanisme nécessaires à l'élaboration du RLPi. La participation à ces différentes réunions est comprise dans le prix du marché et ne peut faire l'objet d'une facturation supplémentaire.

Par ailleurs il convient de préciser que les frais inhérents à l'enquête publique (indemnités commissaires enquêteurs, frais administratifs, ...) seront à charges du maitre d'ouvrage.

5 — Rendus attendus de l'étude

L'ensemble des documents qui composent le Règlement Local de Publicité doit être rédigé et présenté en format accessible au grand public car il sera consultable. Le prestataire veillera à être le plus pédagogue possible dans sa démarche.

À l'issue de chaque phase de travail (sauf phase 6), le prestataire devra produire au minimum :

- un compte rendu et/ou une note de synthèse accompagnée de documents graphiques et cartographiques si nécessaire,
- un document synthétique au besoin illustré en vue de la communication et de l'information de la population.

Chaque phase d'étude donnera lieu à l'établissement de documents écrits pouvant être illustrés de photographies, croquis, plans, coupes... qui alimenteront au fur et à mesure le diagnostic et le rapport de présentation du RLPi. L'étude réalisée devra répondre aux exigences des articles R. 581-73 et suivants du code de l'environnement ainsi que des éléments indiqués dans la partie « Prestations attendues ».

Le prestataire fournira tous les documents de travail nécessaires à l'animation des réunions au service urbanisme de la Communauté de Communes au moins 7 jours avant la date de la réunion.

Pour chaque phase, le prestataire devra fournir son étude sur support papier reproductible et sur support numérique (format Word, PowerPoint et PDF).

Pour l'ensemble des cartographies ou documents graphiques réalisés, les données seront intégrées sous une forme numérique géoréférencée dans un Système d'Information Géographique (compatible QGIS) en format Shapefile et dans le système de projection RGF93.

La fourniture des plans se fera sous deux formes :

- sur papier, par un tirage au format A0 ;
- par transfert PODOC ;
- Les données devront être organisées de manière intelligible et structurée, en autant de couches que nécessaire (surfaciques, linéaires et ponctuelle) et avec les métadonnées correspondantes pour une bonne compréhension par le maître d'ouvrage.

Le cadastre au format EDIGEO (support informatique fourni par la collectivité) sera utilisé comme fond de plan.

L'ensemble des données récupérées ou produites sera fourni sous format numérique (Excel, SHP). À la fin de la phase validée, le prestataire remettra au maître d'ouvrage :

- Le rapport d'étude en 1 exemplaire reproductible ;
- Une synthèse pédagogique et illustrée présentant les résultats, en 3 exemplaires reproductibles.

Et, sous format numérique, via la plateforme, ils seront rendus :

- Les fichiers de données cartographiques numériques et géoréférencés (sous format compatible sous QGIS/SHP) ;
- Les métadonnées relatives aux couches d'information cartographiques (nom des tables, nom du champ, format, nombre de décimales, longueur, définition et significations pour les champs codés et l'unité pour les champs quantitatifs, etc.) ;
- Les données contenues dans le rapport d'études telles que photos, cartes, schémas etc. ;
- Le rapport d'étude (format Word ou compatible) ;
- La synthèse pédagogique et illustrée (format Word ou compatible).

6 — Délais d'étude estimatifs

Synthèse globale de la démarche et planning prévisionnel des études

Phases	Mission du prestataire	Délai d'exécution	Calendrier
Phase 1	Diagnostic - Enjeux	4 mois	Souhait : Début 2024
Phase 2	Définition du règlement et des zones	4 mois	
Phase 3	Élaboration du dossier de RLP	6 mois	
Phase 4	Adoption du projet (procédure administrative)	8 mois	Enquête publique : second trimestre 2025

Phase 5	Publicité	2 mois	
---------	-----------	--------	--

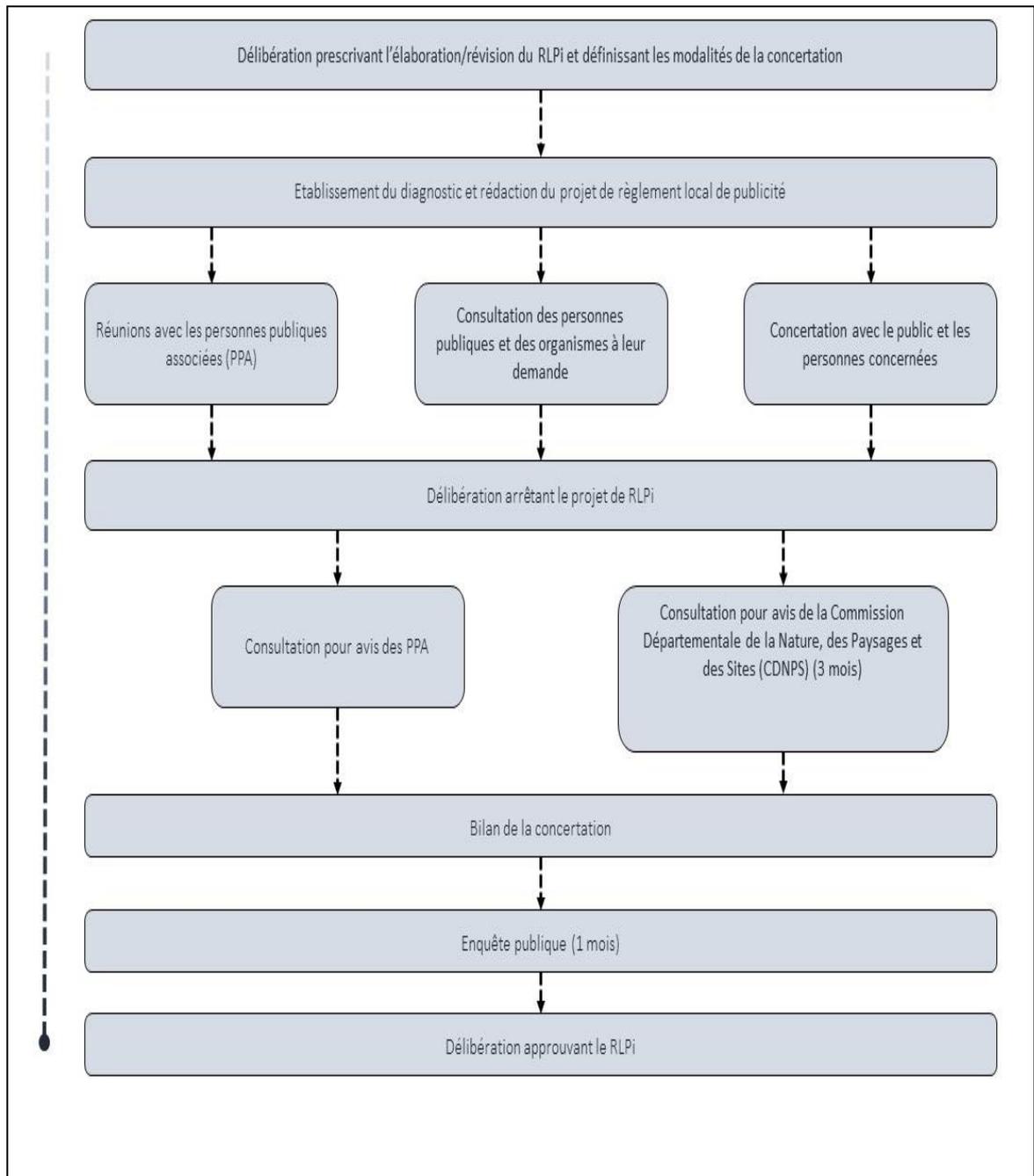
Le délai d'exécution des prestations est estimé à 14 mois, sans compter les délais de validation et d'enquête publique ni la phase de publicité :

En cas de retard équivalent à plus d'1.5 fois les délais estimés pour chaque phase, l'entreprise devra payer une amende journalière équivalent à 1/1000^{ème} du prix global du marché.

Après initialisation de la mission, le bureau d'études pourra demander à la collectivité les documents en sa possession permettant la bonne réalisation de sa mission tel que :

- Les documents finaux et de travail du PLUi.
- Les documents relatifs aux projets en cours sur le territoire, en particulier le projet d'Opération de Revitalisation du Territoire.
- Les données EDIGEO.
- L'atlas des paysages de la Gironde.
- D'autres documents pourront être demandés selon leurs disponibilités.

Annexe 1 – Schéma d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)



Annexe 2 – Porter à connaissance produit par la Direction Départementale des Territoires et de la Mer Service Urbanisme, Paysage, Energies et Mobilités. Unité Publicité Paysages Espaces et Villes durables.



**PRÉFET
DE LA GIRONDE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Direction Départementale des Territoires et de la Mer
Service Urbanisme, Paysage, Énergies et Mobilités
Unité Publicité Paysages Espaces et Villes durables**

Affaire suivie par Hervé DOSPITAL
chargé de mission publicité
Tél : 05 54 69 21 74
Mél : herve.dospital@gironde.gouv.fr

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

**COMMUNAUTÉ DE COMMUNE
DU REOLAIS EN SUD GIRONDE**

« PORTER A CONNAISSANCE »

Table des matières

A. LA RÉFORME DES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ.....	3
I. Procédure d'élaboration du règlement local de publicité (RLP).....	3
a. Procédure semblable à la procédure PLU.....	3
b. La commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS).....	3
II. Objectifs d'un règlement local de publicité.....	3
a. En ce qui concerne la partie de territoire communal située à l'intérieur de l'agglomération.....	4
b. En ce qui concerne la partie de territoire communal située en dehors de l'agglomération.....	4
III. Le contenu d'un RLP.....	4
a. Le rapport de présentation.....	4
b. Le règlement.....	4
c. Le ou les documents graphiques.....	4
B. LE RAPPORT DE COMPATIBILITÉ DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	5
I. La charte d'un parc naturel régional.....	5
II. La charte d'un parc national.....	5
C. SITES SENSIBLES ET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	5
I. Les sites sensibles décrits à l'article L.581-4 du code de l'environnement.....	5
II. Les sites sensibles décrits à l'article L.581-8 du code de l'environnement.....	5
III. Les zones à protéger d'un PLU et les espaces boisés classés de l'article R.581-30 du code de l'environnement.....	6
D. LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITE PAR UN RLP.....	6
I. Sur les palissades de chantier.....	6
II. Publicité effectuée en exécution d'une décision particulière.....	6
E. DISPOSITIONS APPLICABLES À LA PUBLICITÉ LUMINEUSE.....	6
F. L'AFFICHAGE D'OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS.....	7
G. AUTRES DISPOSITIONS AYANT DES CONSÉQUENCES SUR L'INSTALLATION DE DISPOSITIFS DE PUBLICITÉ, D'ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES.....	8
I. Prescriptions relatives à l'utilisation du domaine public.....	8
a. Les règlements de voirie.....	8
b. Accessibilité de la voirie aux personnes à mobilité réduite (PMR).....	8
II. Prescriptions du code de route relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes.....	8
III. Les recommandations eu égard à un plan de prévention des risques d'inondation.....	8

Règlement local de publicité Intercommunal

Les articles 36 à 50 de la loi dite « Grenelle 2 » n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ont modifié en profondeur le régime concernant la publicité, les enseignes et pré-enseignes défini au code de l'environnement. Désormais, dans l'agglomération les règlements locaux ne peuvent qu'être plus restrictifs que les dispositions du code de l'environnement et leur mode d'élaboration est identique à celui des plans locaux d'urbanisme.

Dans le cadre d'un règlement local de publicité les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire au nom de la commune.

A. LA RÉFORME DES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ

I. Procédure d'élaboration du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)

a. Procédure semblable à la procédure PLU

En application des dispositions de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue à l'article L.123-13 du code de l'environnement et des dispositions transitoires de l'article L.123-19 du même code.

Le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

b. La commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS)

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale ou la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites (CDNPS). Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

II. Objectifs d'un règlement local de publicité (intercommunal)

En application de l'article L.581-14 du code de l'environnement, l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L.581-9 du code de l'environnement.

En application de l'article L.581-7 du code de l'environnement, en dehors de l'agglomération, toute publicité est normalement interdite mais elle peut toutefois être autorisée par le règlement local de publicité dans certaines conditions.

Conformément aux dispositions de l'article L.581-18 du code de l'environnement, le règlement local de publicité peut également prévoir des prescriptions relatives aux enseignes dans des conditions plus restrictives que celles du règlement national et ce, sur l'ensemble du territoire communal (en ou hors agglomération). Par ailleurs, dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation.

a. En ce qui concerne la partie de territoire communal située à l'intérieur de l'agglomération

Selon les dispositions de l'article R.110-2 du code de la route, l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire en application de l'article R.411-2 du code de la route et sont représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Sous réserve des dispositions des articles L.581-4, L.581-8 et L.581-13 du code de l'environnement, le règlement local de publicité définit dans l'agglomération une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national (art L.581-14 code environnement). Des règles peuvent être définies à cette occasion dans les secteurs résidentiels et les secteurs mixtes (résidentiels / activités, industriels, ...).

b. En ce qui concerne la partie de territoire communal située en dehors de l'agglomération

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, la publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage.

Le règlement local de publicité délimite alors le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi permis et édicte les prescriptions qui leur sont applicables. Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Dans ce périmètre, conformément à l'article R.581-31 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération. Une bretelle de raccordement autoroutière est une route reliant les autoroutes au reste du réseau routier.

III. Le contenu d'un RLP

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

a. Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

b. Le règlement

La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L.581-9 et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8 du code de l'environnement en ce qui concerne la publicité et les préenseignes en agglomération, ainsi que le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R.581-66 et R.581-77 du code de l'environnement en ce qui concerne les préenseignes dites « dérogatoires » mentionnées au dernier alinéa de l'article L.581-19 et au III de l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

c. Le ou les documents graphiques

Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci.

Selon l'article R.581-74 du code de l'environnement, les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

L'article R.581-77 du code de l'environnement indique également que lorsque le règlement local de publicité autorise, sur le fondement de l'article L.581-7 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Parmi les annexes que doit comporter un règlement local de publicité, l'article R.581-78 du code de l'environnement exige la présence d'un document graphique où les limites de l'agglomération sont représentées ainsi que l'arrêté municipal délimitant l'agglomération.

J'attire votre attention sur la nécessité de cartographier le contour de la totalité de l'espace « agglomération », et pas uniquement la limite de cet espace sur la route qui le traverse ou qui le borde.

B. LE RAPPORT DE COMPATIBILITÉ DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

I. La charte d'un parc naturel régional

Les dispositions du règlement local de publicité devront être compatibles avec les orientations et mesures de la charte d'un parc naturel régional mentionnées au II de l'article L.333-1 du code de l'environnement.

II. La charte d'un parc national

Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicable à l'aire d'adhésion d'un parc national mentionnées au 2° du I de l'article L.331-3 du code de l'environnement.

Aucune commune de la Communauté de Communes ne fait partie d'un Parc Naturel Régional ou d'un Parc National.

C. SITES SENSIBLES ET LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

I. Les sites sensibles décrits à l'article L.581-4 du code de l'environnement

Le règlement local de publicité ne peut pas déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-4-I et II du code de l'environnement qui stipule que toute publicité est interdite :

1. Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire;
2. Sur les monuments naturels et dans les sites classés;

3. Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles;
4. Sur les arbres;
5. Sur les immeubles qui, avant la prescription du RLP, auraient été identifiés comme présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque par arrêté du maire après avis de la commission départementale compétente en matière de sites.

COMMUNES	SITES CLASSES
Aillas	
Auros	
Bagas	
Barie	
Bassanne	
Berthez	
Blaignac	
Bourdelles	
Brannens	
Brouqueyran	
Camiran	
Casseuil	
Caudrot	
Les Esseintes	
Floudès	
Fontet	
Fossès-et-Baleyssac	
Gironde-sur-Dropt	
Hure	
Lamothe-Landerron	
Loubens	Moulin de Loubens
Loupiac-de-la-Réole	
Mongauzy	
Monségur	Promenade et prairie
Montagoudin	
Morizès	
Noaillac	
Pondaurat	
Puybarban	
La Réole	Promenade des tilleuls, jardin public et terrasse contiguë
Roquebrune	
Saint-Exupéry	
Sainte-Foy-la-Longue	
Saint-Hilaire-de-la-Noaille	
Saint-Laurent-du-Plan	
Saint-Martin-de-Sescas	
Saint-Michel-de-Lapujade	
Saint-Pierre-d'Aurillac	
Saint-Sève	
Saint-Vivien-de-Monségur	

II. Les sites sensibles décrits à l'article L.581-8 du code de l'environnement

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-8-I du code de l'urbanisme, laquelle interdiction s'applique aux dispositifs situés dans les agglomérations et :

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

COMMUNES	SITES SENSIBLES
Aillas	MH : église Notre Dame et ruines du château
Auros	MH : ancienne église du Rivet
Bagas	MH : moulin fortifié et église Notre Dame
Barie	
Bassanne	
Berthez	
Blaignac	MH : église Saint Saturnin
Bourdelles	
Brannens	
Brouqueyran	
Camiran	MH : église Saint Pierre
Casseuil	MH : domaine de Montalban et maison dite Casteras
Caudrot	SI : Embouchure du Dropt
Les Esseintes	
Floudès	
Fontet	SI : Site du Castéra - MH : église Saint Front
Fossès-et-Baleyssac	MH : église Saint Pierre Es Lien de Fossés
Gironde-sur-Dropt	MH : église Notre Dame
Hure	
Lamothe-Landerron	MH : église Saint Martin
Loubens	SI : Vallée du Dropt – SI : château de Lavison et ses abords - MH : église Saint Vincent - MH : moulin de Loubes
Loupiac-de-la-Réole	MH : église Sainte Croix
Mongauzy	MH : église Saint Jean
Monségur	MH : croix de la passion - MH : église Notre Dame - MH : Halle - MH : maison
Montagoudin	
Morizès	
Noaillac	MH : reposoir
Pondaurat	MH : ancien presbytère - MH : église Saint Antoine - MH : croix de chemin - MH : maison à contreforts – MH : monastère d'Antonin et son moulin – MH :

	pont de Bessanne
Puybarban	
La Réole	SI : quartiers anciens MH : ancien hôtel de ville - MH : ancien prieuré bénédictin - MH : château des 4 sos - MH : église Saint Pierre - MH : hôtel Peyseguin - MH : hôtel du 17 ^e siècle - MH : maison Seguin - MH : maisons médiévales – MH : site gallo-romain de bas callonge la bombe – MH : vestiges de l'enceinte SPR de la Réole
Roquebrune	MH : église Saint Vincent
Saint-Exupéry	MH : église Saint Exupere
Sainte-Foy-la-Longue	
Saint-Hilaire-de-la-Noaille	MH : église
Saint-Laurent-du-Plan	
Saint-Martin-de-Sescas	MH : église prieurale Saint Martin
Saint-Michel-de-Lapujade	MH : église
Saint-Pierre-d'Aurillac	SI : Site des Jetins
Saint-Sève	
Saint-Vivien-de-Monségur	MH : église Saint Vivien
Savignac	

III. Les zones à protéger d'un PLU et les espaces boisés classés de l'article R.581-30 du code de l'environnement.

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés dans le sol ou installés directement sur le sol sont interdits, en agglomération :

1. dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme;
2. dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur le plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

Les communes de Auros, Berthez, Brannens et Brouqueyran sont concernées par le site Natura 2000 « Réseau hydrographique du Beuve »

Les communes de Bagas, Camiran, Casseuil, Les Esseintes, Fossès-et-Baleyssac, Gironde-sur-Dropt, Loubens, Monségur, Montagoudin, Morizes, Roquebrune, Sainte-Foy-la-Longue, Saint-Exupéry, Saint-Hilaire-de-la-Noaille, Saint-Laurent-du-Plan, Saint-Sève et Saint-Vivien-de-Monségur sont concernées par le site Natura 2000 « Réseau hydrographique du Dropt »

Les communes d'Aillas, Hure et Noaillac sont concernées par le site Natura 2000 « Réseau hydrographique du Lisos »

Les communes de Aillas, Barie, Bassane, Berthez, Floudes, Pondaurat, Puybarban et Savignac sont concernées par le site Natura 2000 « réseau hydrographique de la Bassane » :

Les communes de Barie, Bourdelles, Casseuil, Caudrot, Floudes, Fontet, Gironde sur Dropt, Hure, La Réole, St Martin de Sescas et St Pierre d'Aurillac sont concernées par le site Natura 2000 « réseau hydrographique de la Garonne » :

D. LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITES PAR UN RLP

I. Sur les palissades de chantier

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier lorsque leur autorisation a donné lieu à permission de voirie.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

II. Publicité effectuée en exécution d'une décision particulière

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'excède pas une surface unitaire de 1,50m².

E. DISPOSITIONS APPLICABLES À LA PUBLICITÉ LUMINEUSE

La publicité lumineuse est autorisée à l'intérieur des agglomérations de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Sa surface maximum sera de 10,50 m². Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique est également autorisé suivant les mêmes règles. Sa surface maximum unitaire sera de 2 m².

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

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie. Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Une publicité numérique peut avoir une surface unitaire maximale égale à 50 mètres carrés et s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol lorsqu'elle est installée sur l'emprise d'un aéroport dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes. Dans ce cas, le dispositif publicitaire numérique est apposé conformément aux prescriptions de l'autorité compétente en matière de police et respecte les prescriptions du quatrième alinéa de l'article R.581-34 du code de l'environnement et celles de l'article R.581-35 du même code.

Aucune commune de moins de 10 000 habitants ne fait partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. La publicité lumineuse est donc interdite sur l'ensemble de l'EPCI.

COMMUNES	UNITÉ URBAINE	Population municipale 2019
Aillas	Rural	834
Auros	Rural	1049
Bagas	UU de La Réole	301
Barie	Rural	289

Bassanne	Rural	131
Berthez	Rural	266
Blaignac	Rural	286
Bourdelles	Rural	90
Brannens	Rural	241
Brouqueyran	Rural	202
Camiran	UU de La Réole	414
Casseuil	UU de St Macaire	383
Caudrot	UU de St Macaire	1117
Les Esseintes	Rural	240
Floudès	Rural	109
Fontet	Rural	789
Fossès-et-Baleyssac	Rural	231
Gironde-sur-Dropt	UU de La Réole	1316
Hure	Rural	542
Lamothe-Landerron	UU de Marmande	1166
Loubens	Rural	313
Loupiac-de-la-Réole	Rural	510
Mongauzy	UU de Marmande	601
Monségur	Rural	1604
Montagoudin	Rural	178
Morizès	UU de La Réole	549
Noaillac	Rural	501
Pondaurat	Rural	463
Puybarban	Rural	418
La Réole	UU de La Réole	4355
Roquebrune	Rural	284
Saint-Exupéry	Rural	168
Sainte-Foy-la-Longue	Rural	131
Saint-Hilaire-de-la-Noaille	Rural	375
Saint-Laurent-du-Plan	Rural	84
Saint-Martin-de-Sescas	UU de St Macaire	576
Saint-Michel-de-Lapujade	Rural	222
Saint-Pierre-d'Aurillac	UU de St Macaire	1311
Saint-Sève	Rural	251
Saint-Vivien-de-Monségur	Rural	383
Savignac	Rural	626

Par dérogation à l'article L. 581-2, introduite par la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

F. L’AFFICHAGE D’OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS

En application de l'article L.581-13 du code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations la surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (art R.581-2 code environnement) :

1. 4 m² pour les communes de moins de 2000 habitants;
2. 4 m² plus 2 m² par tranche de 2000 habitants au-delà de 2000 habitants, pour les communes de 2000 à 10 000 habitants;
3. 12 m² carrés plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (art R.581-3 du code de l'environnement).

Si le maire ne prend pas d'arrêtés relatifs aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, sera amené à déterminer le ou les emplacements nécessaires.

Cependant, l'arrêté préfectoral cessera de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements.

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés aux articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement. Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction déterminée à l'article L.581-8.

COMMUNES	Population municipale 2019	SURFACE MINI AFFICHAGE OPINION
Aillas	834	4 m ²
Auros	1049	4 m ²
Bagas	301	4 m ²
Barie	289	4 m ²
Bassanne	131	4 m ²
Berthez	266	4 m ²
Blaignac	286	4 m ²
Bourdelles	90	4 m ²
Brannens	241	4 m ²
Brouqueyran	202	4 m ²
Camiran	414	4 m ²
Casseuil	383	4 m ²
Caudrot	1117	4 m ²
Les Esseintes	240	4 m ²

Floudès	109	4 m ²
Fontet	789	4 m ²
Fossès-et-Baleyssac	231	4 m ²
Gironde-sur-Dropt	1316	4 m ²
Hure	542	4 m ²
Lamothe-Landerron	1166	4 m ²
Loubens	313	4 m ²
Loupiac-de-la-Réole	510	4 m ²
Mongauzy	601	4 m ²
Monségur	1604	4 m ²
Montagoudin	178	4 m ²
Morizès	549	4 m ²
Noaillac	501	4 m ²
Ponducat	463	4 m ²
Puybarban	418	4 m ²
La Réole	4355	8 m ²
Roquebrune	284	4 m ²
Saint-Exupéry	168	4 m ²
Sainte-Foy-la-Longue	131	4 m ²
Saint-Hilaire-de-la-Noaille	375	4 m ²
Saint-Laurent-du-Plan	84	4 m ²
Saint-Martin-de-Sescas	576	4 m ²
Saint-Michel-de-Lapujade	222	4 m ²
Saint-Pierre-d'Aurillac	1311	4 m ²
Saint-Sève	251	4 m ²
Saint-Vivien-de-Monségur	383	4 m ²
Savignac	626	4 m ²

G. AUTRES DISPOSITIONS AYANT DES CONSÉQUENCES SUR L'INSTALLATION DE DISPOSITIFS DE PUBLICITÉ, D'ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES

Bien que les dispositions ci-après ne soient pas strictement applicables aux règlements locaux de publicité, il serait souhaitable que les règles édictées par le RLP n'aillent pas à l'encontre de ces dispositions.

I. Prescriptions relatives à l'utilisation du domaine public

a. Les règlements de voirie

Les règlements de voirie peuvent comporter des prescriptions sur la publicité et les enseignes lorsque celles-ci sont prévues d'être installées en surplomb du domaine public routier. Le règlement de voirie départementale (RD), arrêté par le président du Conseil général de la Gironde est entré en vigueur en mars 2010.

Il indique dans son article 70 – Publicité en bordure des routes départementales, que l'implantation de supports, d'enseignes, pré-enseignes, panneaux publicitaires est interdite sur l'emprise du domaine public routier du Département. Il indique également que l'implantation de mobilier urbain aménagé pour recevoir de la publicité sur le domaine public routier du Département peut être autorisée au cas par cas par une autorisation de voirie accordée dans les conditions prévues au titre I article 3 du présent règlement.

b. Accessibilité de la voirie aux personnes à mobilité réduite (PMR)

L'article 45 de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées indique qu'un plan de mise en accessibilité de la voirie et des aménagements des espaces publics doit être établi dans chaque commune à l'initiative du maire ou, le cas échéant, du président de l'établissement public de coopération intercommunale. Ce plan fixe notamment les dispositions susceptibles de rendre accessible aux personnes handicapées et à mobilité réduite l'ensemble des circulations piétonnes et des aires de stationnement d'automobiles situées sur le territoire de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale.

Les aménagements destinés à assurer aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, et aux personnes à mobilité réduite l'accessibilité des voies publiques ou privées ouvertes à la circulation publique et des autres espaces publics doivent satisfaire aux caractéristiques techniques définies dans le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 et l'arrêté ministériel du 15 janvier 2007.

Ces textes précisent notamment qu'un cheminement doit avoir une largeur minimale de 1,40m libre de mobilier ou de tout autre obstacle éventuel et que cette largeur peut toutefois être réduite à 1,20m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.

II. Prescriptions du code de route relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes

En application des articles R.418-1 à R.418-9 du code de la route, dans l'intérêt de la sécurité routière, la publicité, les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes peuvent être interdites sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, lorsqu'elles en sont visibles.

III. Les recommandations eu égard à un plan de prévention des risques d'inondation

Dans les zones inondables, les dispositifs de publicité, d'enseignes ou pré-enseignes ne doivent pas gêner l'écoulement des eaux, en cas de crue, ce afin d'éviter de créer des embâcles,

