

Règlement Local de Publicité Intercommunal

Orientations et justifications



PI CE DU RLPI

1.2.

APPROUVE LE 3 JUILLET 2023

Cittànova 

LES OBJECTIFS DU RLPI DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES SARLAT PÉRIGORD NOIR

Le RLPI de Sarlat Périgord Noir poursuit 5 objectifs distincts.

Objectif 1 : Préserver les paysages et le cadre de vie du territoire communautaire, en limitant l'impact des dispositifs publicitaires notamment dans les périmètres bénéficiant de moyens de protections, en place et à venir, qu'ils concernent le patrimoine bâti ou naturel

Le diagnostic a révélé qu'une partie des dispositifs implantés ne respecte pas les règles en vigueur. La mise en place d'un RLPI vise notamment à remettre en place un contrôle des implantations et le respect des règles édictés, afin d'améliorer le cadre de vie et de promouvoir une gestion équilibrée de l'espace public par les dispositifs.

Objectif 2 : Donner de la cohérence d'ensemble au traitement de la publicité, enseignes et pré-enseignes sur le territoire communautaire, afin d'éviter leur développement anarchique tout en établissant des règles adaptées aux zones caractéristiques que sont les zones rurales, les vallées protégées et le centre historique de Sarlat-la-Canéda

Le territoire intercommunal est aujourd'hui régi par différents documents définissant des règles en matière d'enseignes, pré-enseignes et publicités (RLP de Sarlat-la-Canéda, ZZPAUP sur les communes de la vallée, RNP sur les communes du Nord, PSMV de Sarlat-la-Canéda...). Cette multitude de règles contribue à une hétérogénéité des autorisations et de l'aspect des dispositifs. L'un des intérêts du RLPI est de rechercher une harmonie et une uniformité à la fois pour contribuer à une identité visuelle locale, assurer un traitement équitable entre les communes, et gagner en clarté et lisibilité des règles applicables sur le territoire pour les professionnels de l'affichage, les activités économiques et les administrés.

Objectif 3 : Répondre de manière équitable en fonction des zones aux besoins des acteurs économiques locaux sans dénaturer l'environnement et les

paysages : contribuer à la mise en valeur des entrées de villes, assurer une qualité visuelle et paysagère des principaux axes structurants, valoriser les centres historiques.

L'élaboration du RLPI doit être l'occasion et le moyen de définir les conditions d'une préservation des paysages du territoire, y compris des paysages urbains comme ceux des entrées de ville de Sarlat-la-Canéda. Pour autant, les échanges entre acteurs et le diagnostic mettent en évidence la nécessité de considérer l'enjeu que représentent les dispositifs d'enseigne, pré-enseigne et publicité pour les activités économiques du territoire, et tout particulièrement les activités commerciales. A ce titre, il s'agira pour ces espaces de trouver un équilibre entre la préservation du paysage urbain et de la qualité de vie et le maintien d'une visibilité et attractivité des acteurs économiques.

Parmi les impacts négatifs les plus importants identifiés, ont été mis en évidence l'enjeu de limiter la concentration de dispositifs sur quelques unités foncières et d'interdire la publicité sur les espaces jouant un rôle dans la préservation du cadre urbain et de vie des communes. A ce titre, il est décliné plusieurs orientations :

- Limiter la densité des publicités à l'échelle des unités foncières pour éviter un foisonnement par endroit des dispositifs ;
- Interdire la publicité sur les murs de clôtures et les clôtures, éléments structurants le paysage urbain et concernés par des règles visant à améliorer leur qualité et harmonie au sein du PLUi en cours d'élaboration.

Objectif 4 : Prendre en compte les exigences en matière de développement durable en ce qui concerne les dispositifs consommateurs d'énergie ou source de pollution lumineuse

Le règlement vise à intégrer la nouvelle législation en vigueur depuis la loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets du 22/08/2021. En effet, le RLPi peut désormais prévoir des prescriptions concernant les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines et destinées à être visibles de la voie, en application du nouvel article L 581-14-4 du code de l'environnement.

Le règlement s'est attaché à prendre en compte les exigences en matière de développement durable (réduction de la facture énergétique), pour ce qui concerne les dispositifs consommateurs d'énergie et source de pollution lumineuse.

Objectif 5 : Tenir compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologies en matière de publicité

Le règlement du RLPi prend en compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologies en matière d'affichage, de publicité (publicités numérique, covering grand format, publicité au sol...). Les efforts des publicitaires pour attirer le regard des passants est sans cesse en renouvellement. Le RLPi doit ainsi s'adapter afin de garantir la préservation du patrimoine et du cadre de vie vis-à-vis des dispositifs d'enseignes et de publicité : visibilité et qualité de l'architecture globale des bâtiments comme d'éléments architecturaux spécifiques, qualité des espaces publics, éviter une surenchère de dispositifs, attractivité touristique et culturelle (par exemple, le centre-ville est support de décors cinématographique pour des tournages de télévision ou de cinéma)...



LA DÉLIMITATION DES ZONES

Considérant que les règles de publicité varient en fonction de la démographie des agglomérations, il est utile de rappeler qu'aucune commune du périmètre du RLPi ne compte plus de 10 000 habitants, et que le territoire n'est pas situé dans une aire urbaine de plus de 100 000 habitants.

En conséquence, il n'y a aucune variation de la réglementation de la publicité dans le périmètre de la communauté de communes se basant uniquement sur le critère de la démographie.

Cependant, des variations géographiques ont été délimitées par le RLPi.

CANEVAS

- I. Justification des limites d'agglomération
 - a. Notion géographique de l'agglomération
 - b. Critères de délimitation de l'agglomération
- II. Motifs de la délimitation des zones
 - a. Zone 1 : le cœur historique de Sarlat-la-Canéda
 - b. Zone 2 : les zones d'activités en agglomération
 - c. Zone 3 : les autres zones agglomérées
 - d. Zone 4 : le reste du territoire



JUSTIFICATION DES LIMITES D'AGGLOMÉRATION

a. La notion géographique de l'agglomération

Par principe, la réglementation de la publicité différencie la notion d'«en agglomération» où la publicité peut être autorisée (sous réserve du respect des prescriptions du RNP ou du RLP applicable), et de «hors agglomération» où la publicité est interdite. (L.581-7 du Code de l'environnement). Ainsi de la délimitation des agglomérations découle le fondement du zonage du RLPi.

Par ce même principe, l'agglomération est définie en vertu des règles du code de la route dans l'article R.110-2 : «l'agglomération est définie comme un espace où sont groupés des immeubles bâtis rapprochés. L'entrée et la sortie de cet espace sont signalées par des panneaux placés le long de la route.»

En confrontant cette définition, il arrive cependant que ces deux notions ne coïncident pas :

- soit que le maire n'ait jamais fixé les limites de l'agglomération ;
- soit que le bâti se soit progressivement étendu par l'effet de l'étalement urbain sans que les panneaux d'entrée et de sortie aient été déplacés par arrêté du maire ;
- soit que ces mêmes panneaux aient été installés en dehors du tissu urbain.



Panneau de signalisation d'entrée d'agglomération (EB-10)



Panneau de signalisation de sortie d'agglomération (EB-10)



b. Critères de délimitation des agglomérations

L'étude de délimitation des agglomérations menée dans le cadre du RLPi a permis de réaliser que de nombreuses limites d'agglomérations entrent dans ces cas de figure.

Les agglomérations définies dans le RLPi ont donc été délimitées en tenant compte à la fois de la réalité « formelle » de ces entités (présence de panneaux), et de la réalité physique de celles-ci.

En effet, en accord avec la délibération du Conseil d'État (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134), la « réalité physique » de l'agglomération peut prévaloir en cas de non-concordance avec sa « réalité formelle ».

En pratique, les enveloppes d'agglomération s'appuient sur la présence de panneaux EB-10/EB-20, sur les zones urbaines et à urbaniser (U et AU) du PLUi, et sur la densité effective des constructions existantes :

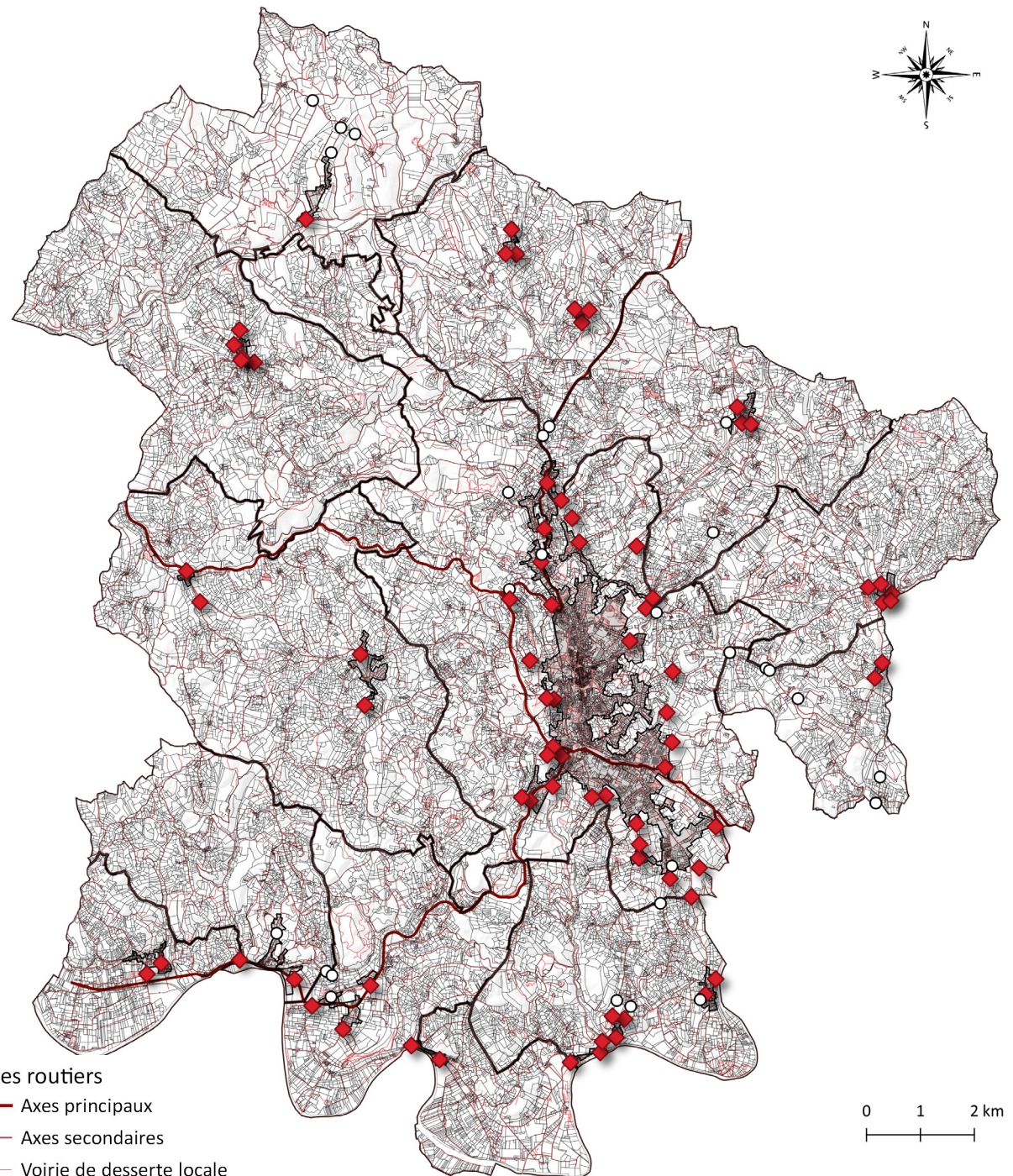
- S'il n'existe pas au moins un panneau d'entrée de ville, la ou les zones urbaines ne constituent pas une agglomération
- Entre deux panneaux, toutes les zones U et AU sont incluses;
- A l'extérieur des panneaux, la limite de la zone agglomérée n'est repoussée qu'en présence de bâti aggloméré ou d'un espace non bâti «urbain» (parking, terrain de sport, etc.)

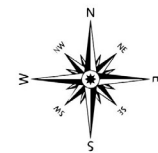
Localisation des panneaux signalant les limites d'agglomérations

- ◆ Limite d'agglomération (panneaux EB-10 et/ou EB-20)
- ◆ Limite d'agglomération partielle (panneau EB-20 seulement)
- Limitation de vitesse à 50km/h sans panneau d'agglomération
- Panneau indicateur de lieu dit seulement
- Autre panneau indice de limite d'agglomération (zone 70, zone 30, panneau touristique...)
- Délimitation des agglomérations dans le cadre du RLPi

Axes routiers

- Axes principaux
- Axes secondaires
- Voirie de desserte locale
- Limite communale

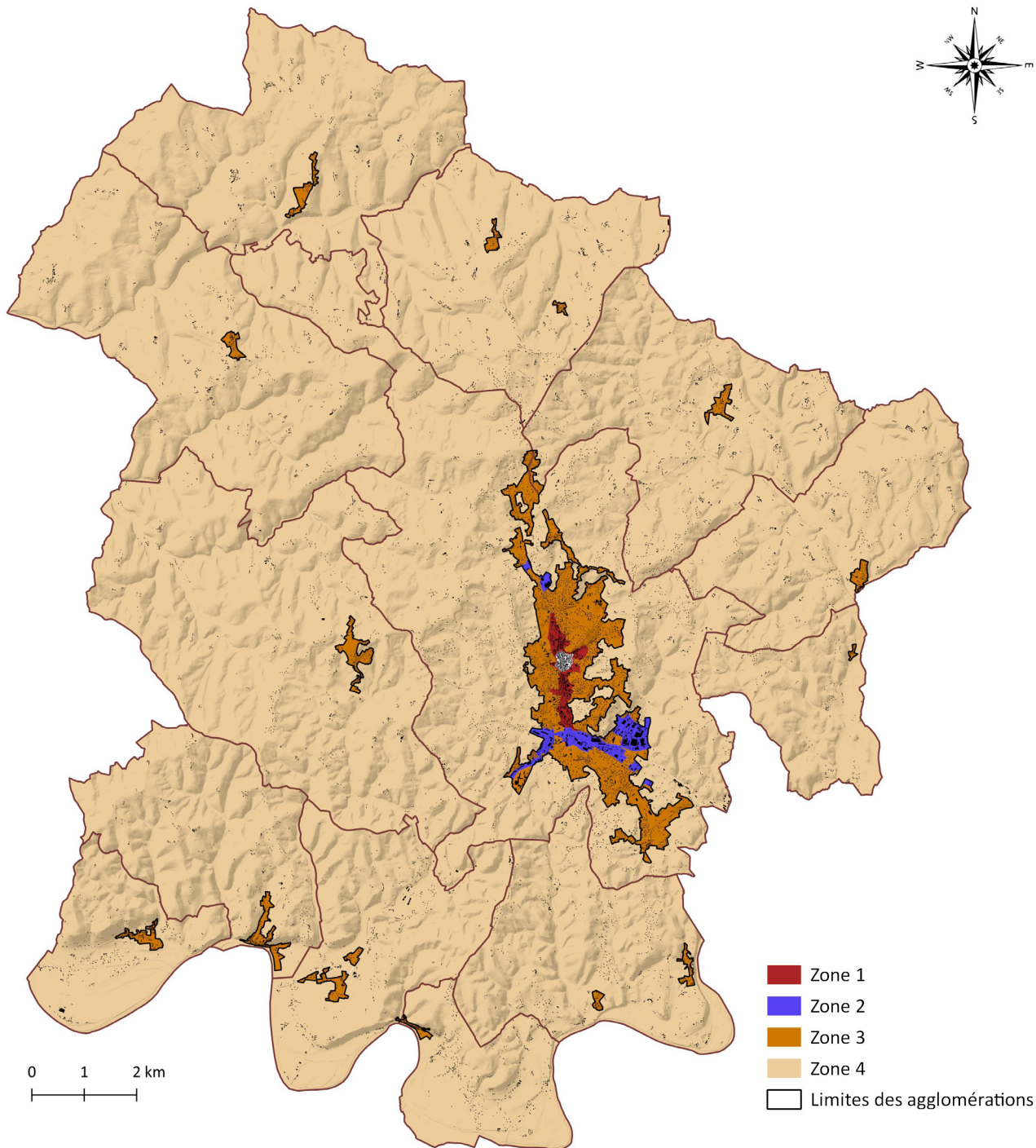


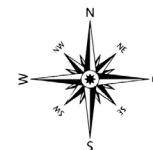


MOTIFS DE LA DÉLIMITATION DES ZONES

Principes de différenciation des zones

Le zonage du RLPi prévoit un découpage en 4 zones. Ces 4 zones ont été identifiées pour s'adapter aux conditions réelles du terrain et aux enjeux localisés de la publicité. Cette découpe simplifie la compréhension du RLPi par tous et permet de différencier le traitement de la publicité dans le territoire en fonction des enjeux identifiés.





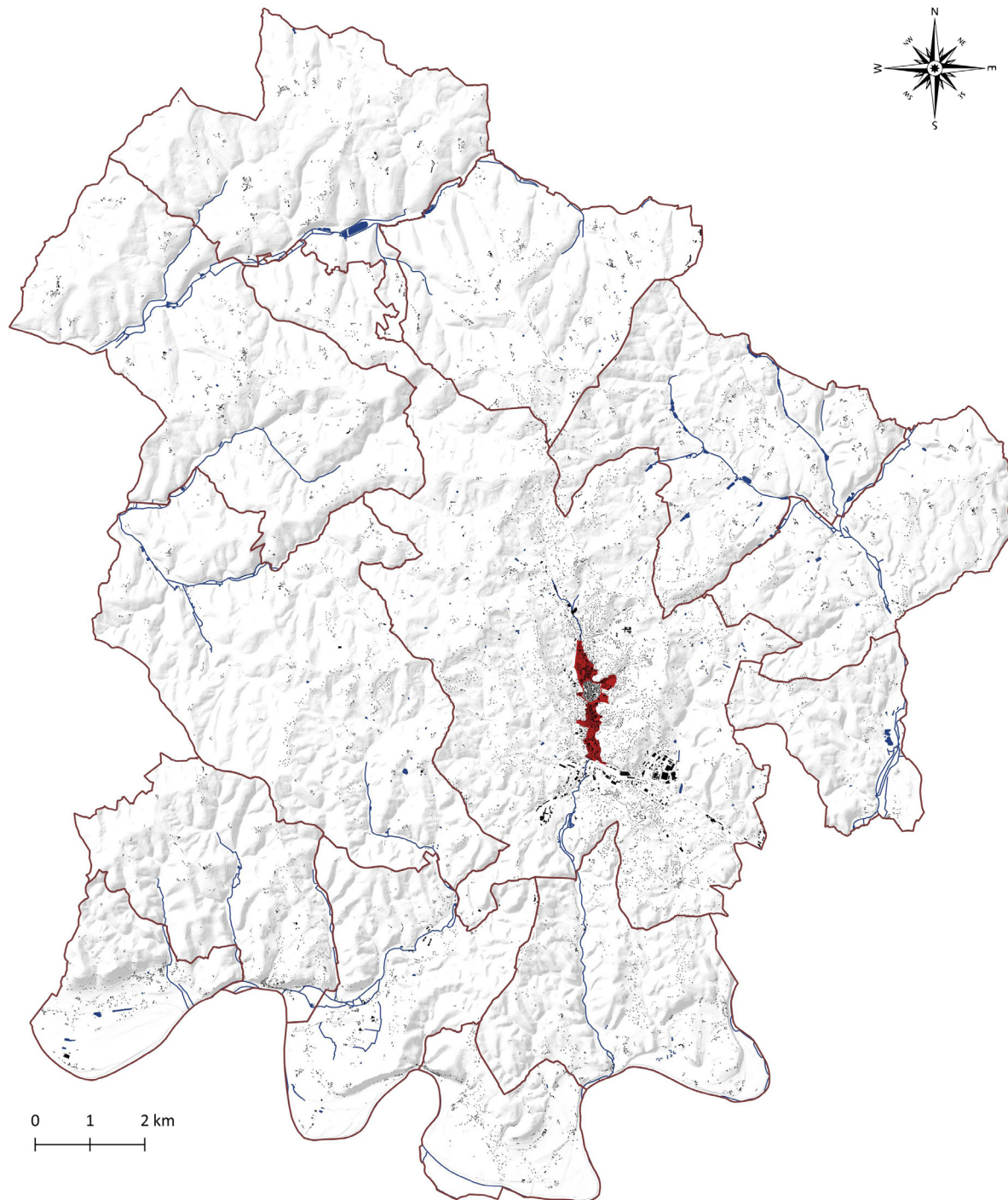
a. Zone 1 : le cœur historique de Sarlat-la-Canéda

Le La zone 1 correspond au secteur du centre ville historique de Sarlat-la-Canéda et de ses faubourgs concernés par des enjeux touristiques et patrimoniaux importants.

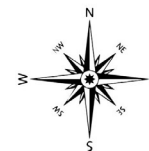
Sa délimitation s'appuie sur la typologie urbaine « centre historique » de Sarlat-la-Canéda des règles graphiques « aspect des constructions » du PLUi, caractérisé par la morphologie ancienne et très dense du bâti.

Cette zone vise à définir des règles spécifiques à ces enjeux patrimoniaux et de préservation du cadre urbain du centre historique, en préservant ce cœur des dispositifs de préenseignes et de publicité, et en veillant à l'harmonie, à la qualité des enseignes, et à leur intégration avec le cadre patrimonial bâti.

L'enjeu de cette zone est de reconnaître le centre historique comme un des polarités commerciale de la ville mais concerné par des enjeux de préservation importants



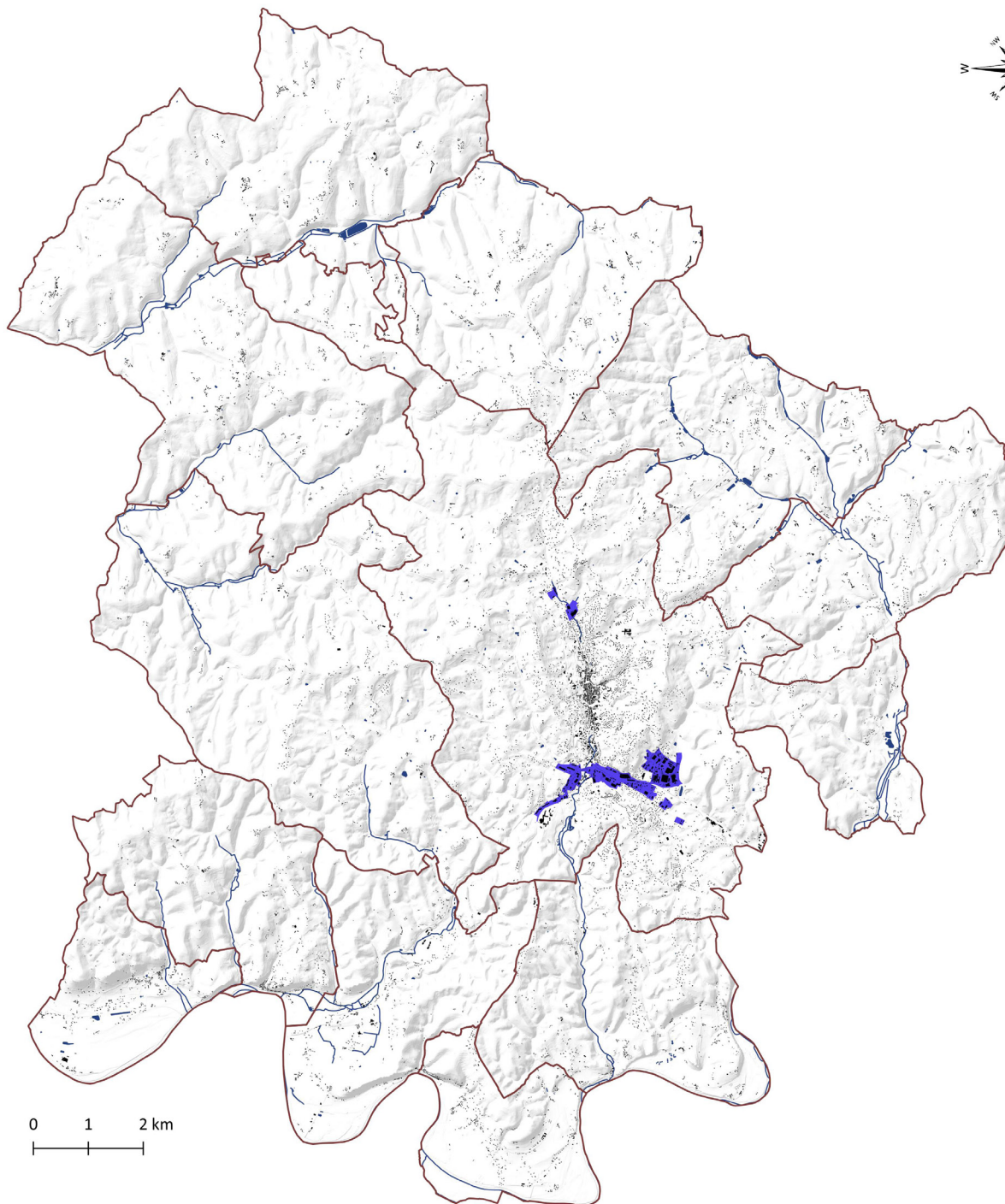
0 1 2 km



b. Zone 2 : les zones d'activités en agglomération

La zone 2 correspond aux zones économiques commerciales et artisanales ou mixtes situées en agglomération. Elle intègre notamment les entrées de ville situées au nord, sud-ouest et sud-est de Sarlat-la-Canéda.

La zone permet d'apporter un règlement adapté aux problématiques des zones d'activités. Elle a vocation à reconnaître leur caractère économique, et notamment commerciale, dont l'attractivité et la visibilité doivent être préservées. A ce titre, cette zone vise à permettre autant que possible les enseignes et publicités, avec un minimum de restrictions supplémentaires vis-à-vis du RNP.



0 1 2 km

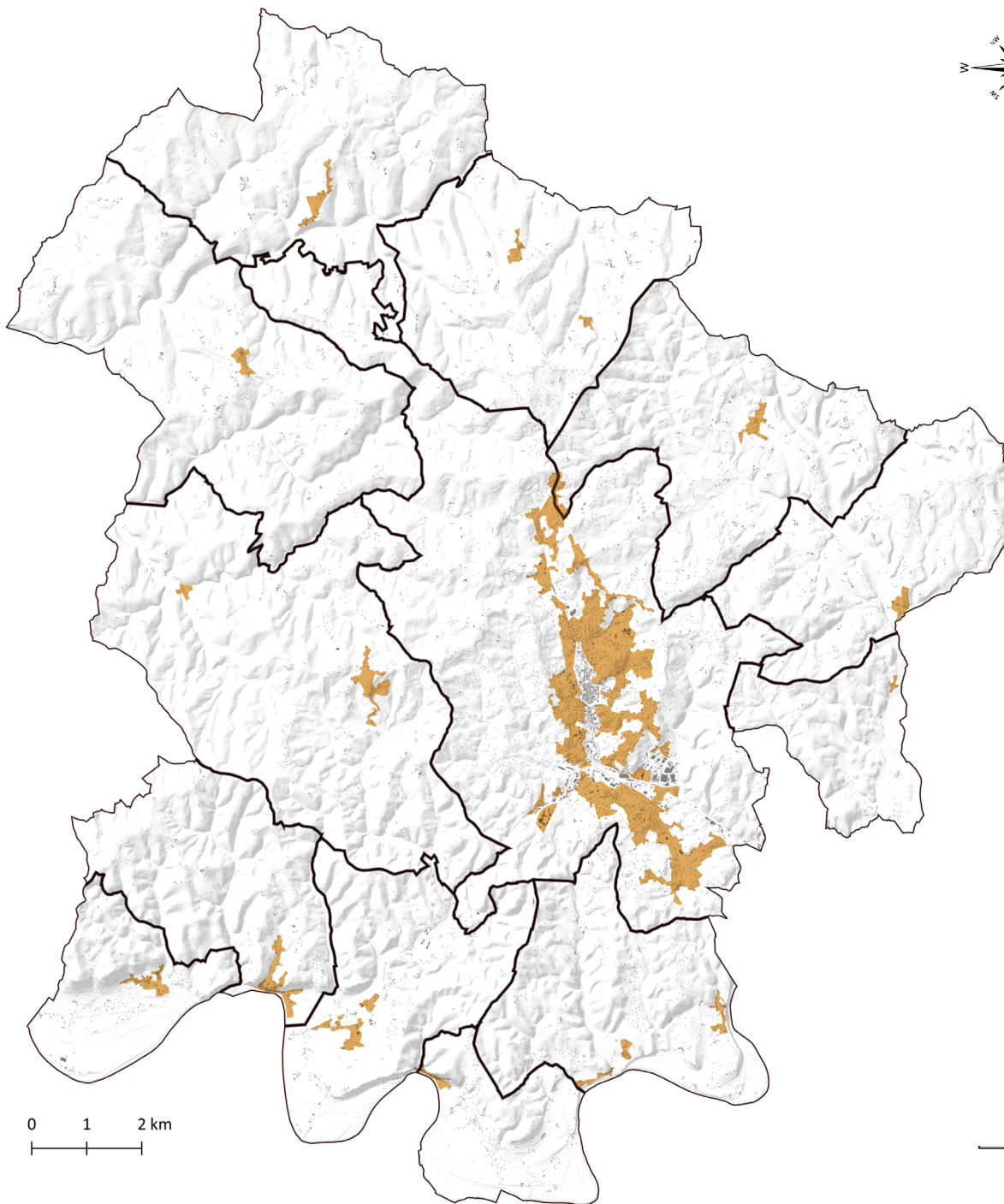


c. Zone 3 : les autres zones agglomérées

La zone 3 correspond à toutes les autres zones agglomérées de la communauté de communes, comprenant notamment les secteurs résidentiels situés en agglomération et les centre-bourgs de toutes les communes autres que celui de Sarlat-la-Canéda.

Il existe au minimum une zone agglomérée par communes, mais en fonction de la morphologie urbaine locale, certaines communes disposent de plusieurs zones 3.

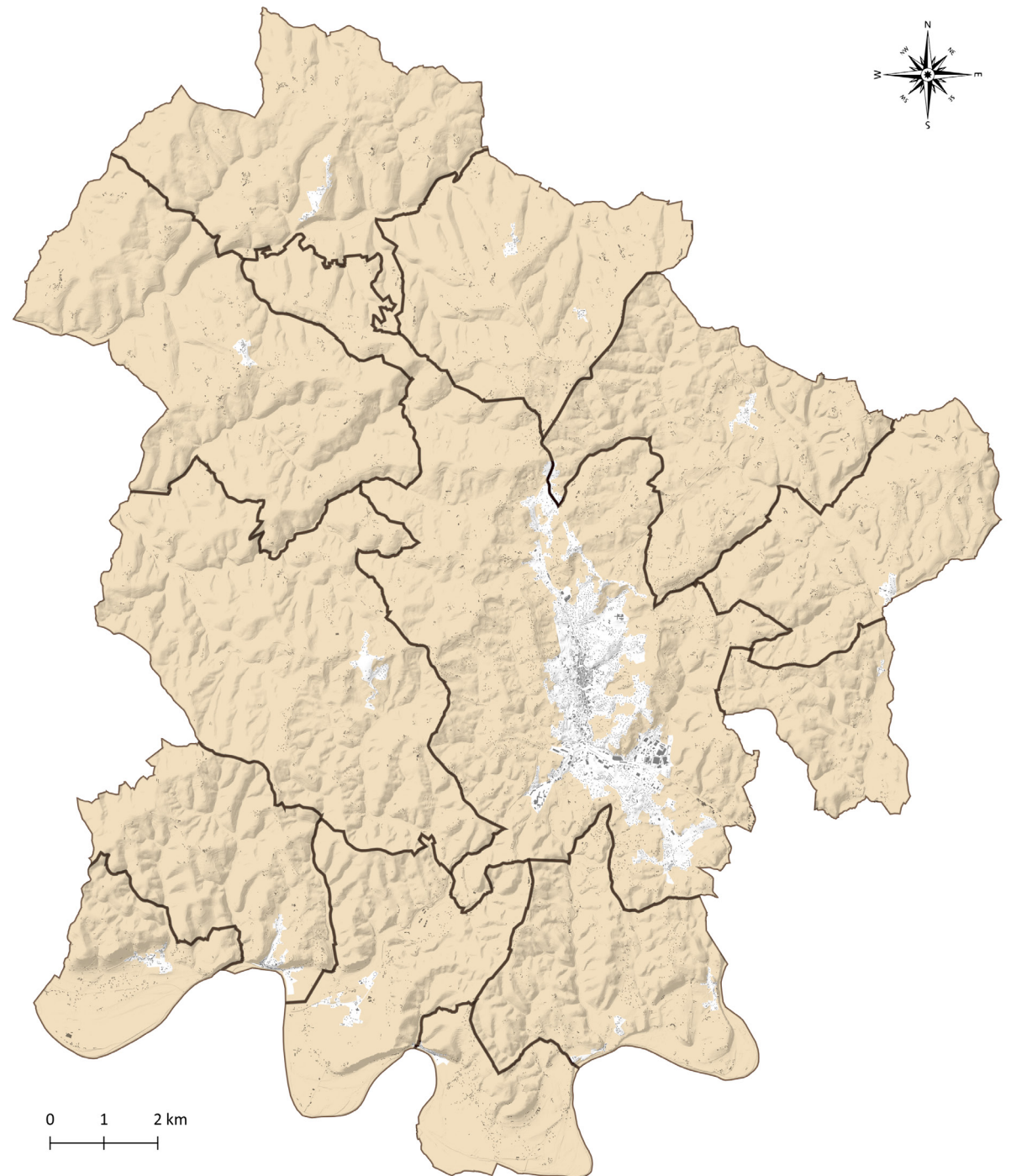
L'existence de cette zone vise à pouvoir définir des règles plus contraignantes que le RNP afin de préserver le cadre de vie des habitants et les patrimoines de centre-bourg. Une attention particulière est portée sur le nombre de publicités par unité foncière, et sur la cohérence globale de l'esthétique des enseignes.



d. Zone 4 : les espaces non agglomérés

La zone 4 correspond à l'ensemble de l'espace intercommunal en dehors des zones 1, 2 et 3. Ce zonage permet notamment d'instituer des règles concernant en particulier les enseignes implantées hors agglomération et les pré-enseignes dérogatoires et temporaires.

Dans cette zone, la publicité est en principe interdite par le RNP, mais il a été fait le choix de délimiter ces espaces dans une zone plutôt que de laisser une partie du territoire non zoné.



LA TRADUCTION RÉGLEMENTAIRE

CANEVAS

- I. Principes généraux du règlement et du découpage en zones
- II. Règlement spécifique aux enseignes
- III. Règlement spécifique aux pré-enseignes et à la publicité
- IV. Règlements spéciaux pouvant s'appliquer à une ou toutes les zones
 - a. La publicité sur mobilier urbain
 - b. La publicité et les enseignes lumineuses et numériques
 - c. Les vitrophanies
 - d. Les conditions spécifiques à la zone 4



I - PRINCIPES GÉNÉRAUX DU RÈGLEMENT

Le règlement a pour objectif la protection de l'environnement du territoire intercommunal, par la maîtrise de l'implantation des dispositifs publicitaires et des enseignes dans l'agglomération.

Le règlement du RLPi a pour objet d'édicter des prescriptions particulières relatives à l'implantation des publicités, enseignes et pré-enseignes sur le territoire de la Communauté de Communes de Sarlat Périgord Noir et ses 13 communes, dans le but de concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les opérateurs économiques et la protection du cadre de vie et la préservation du patrimoine bâti et paysager.

Comme vu dans la partie «Délimitation des zones» du présent document, le règlement du RLPi est différencié en fonction de zones géographiquement délimitées, correspondant à une unité fonctionnelle et homogène de l'occupation des sols et de la présence d'activités. Chaque zone dispose de réglementations spécifiques et appropriées au milieu qui la compose, mais qui ne concernent pas nécessairement l'ensemble des dispositions possibles.

Ainsi, en l'absence de dispositions particulières contenues dans le règlement, il est fait application de la réglementation nationale (RNP) : articles L.581-1 à L.581-45 et articles R.581-1 à R.581-88 du Code de l'Environnement.



ZONE 1	ZONE 2	ZONE 3	ZONE 4
<p>Le centre historique de la commune de Sarlat-la-Canéda</p>	<p>Les zones économiques commerciales et artisanales ou zone économiques mixtes situées en agglomération, notamment en entrées de ville de Sarlat-la-Canéda.</p>	<p>Les bourgs des communes et tissu urbain de la commune de Sarlat-la-Canéda, situés en agglomération</p>	<p>Reste du territoire intercommunal hors agglomération</p>
<p>Assurer une harmonie des règles dans le respect de la qualité architecturale des bâtiments</p>	<p>Vigilance sur ces zones d'entrée de ville</p>	<p>Extension des prescriptions de la zone de réglementation spéciale des communes de la vallée (La Roque, St Vincent de Cosse, Beynac, Vézac, Vitrac)</p>	<p>RNP de manière générale</p>

Le centre historique de la commune de Sarlat-la-Canéda

Les zones économiques commerciales et artisanales ou zone économiques mixtes situées en agglomération, notamment en entrées de ville de Sarlat-la-Canéda.

Les bourgs des communes et tissu urbain de la commune de Sarlat-la-Canéda, situés en agglomération

Reste du territoire intercommunal hors agglomération

II - RÈGLEMENT SPÉCIFIQUE AUX ENSEIGNES

Principes généraux

Dans le cadre du RLPi, le terme d'enseigne concerne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Le règlement relatif aux enseignes est plus stricte que le RNP notamment sur l'implantation, le format et les usages.

LES ENSEIGNES

LES ENSEIGNES				
LES ENSEIGNES EN FAÇADES	Les enseignes sur clôtures pleines ou ajourées, sur les balcons et garde-corps sont interdites.			
Les enseignes apposées à plat ou parrallèles à un mur ou un élément en façade	Plus restrictif que le RNP			
Les enseignes perpendiculaires (dites en drapeau)				
VITROPHANIE	PSMV : 10% de la surface vitrée maximum Hors PSMV : 15% de la surface vitrée maximum. 25% si la façade commerciale est inférieure à 50 m²	30% de la surface vitrée maximum	10% de la surface vitrée maximum	10% de la surface vitrée maximum
LES ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL	PSMV : X Hors PSMV : Implantations et usages : Plus restrictif que le RNP nombre / proportion	Implantations et usages : Plus restrictif que le RNP nombre / proportion	X	Aspect et format plus restrictif
LES ENSEIGNES SUR TOITURES	X	X	X	X
LES ENSEIGNES LUMINEUSES	X sauf pour les services d'urgence	Plus restrictif que le RNP. Enseigne numérique : 1m² de surface pour les murales 1 m² de surface et 3 m de haut pour les scellées au sol	X enseignes numériques Plus restrictif que le RNP sur l'éclairage	X enseignes numériques Plus restrictif que le RNP sur l'éclairage
LES ENSEIGNES LUMINEUSES ET PUBLICITÉ SITUÉES A L'INTÉRIEUR DES VITRINES ET DESTINÉES A ÊTRE VISIBLES DE LA VOIE	Nouvelle réglementation entrée en vigueur le 22/08/21 Limitation de la plage horaire d'extinction des lumières 1 dispositif d'1 m² par activité			
LES ENSEIGNES TEMPORAIRES	RNP	RNP	RNP	RNP

X : interdiction au RLPi parce que déjà interdit par le RNP

X : interdiction au RLPi, non interdit au RNP

Rouge : règles plus restrictives que le RNP

Règles spécifiques au RLPi plus strictes que le RNP

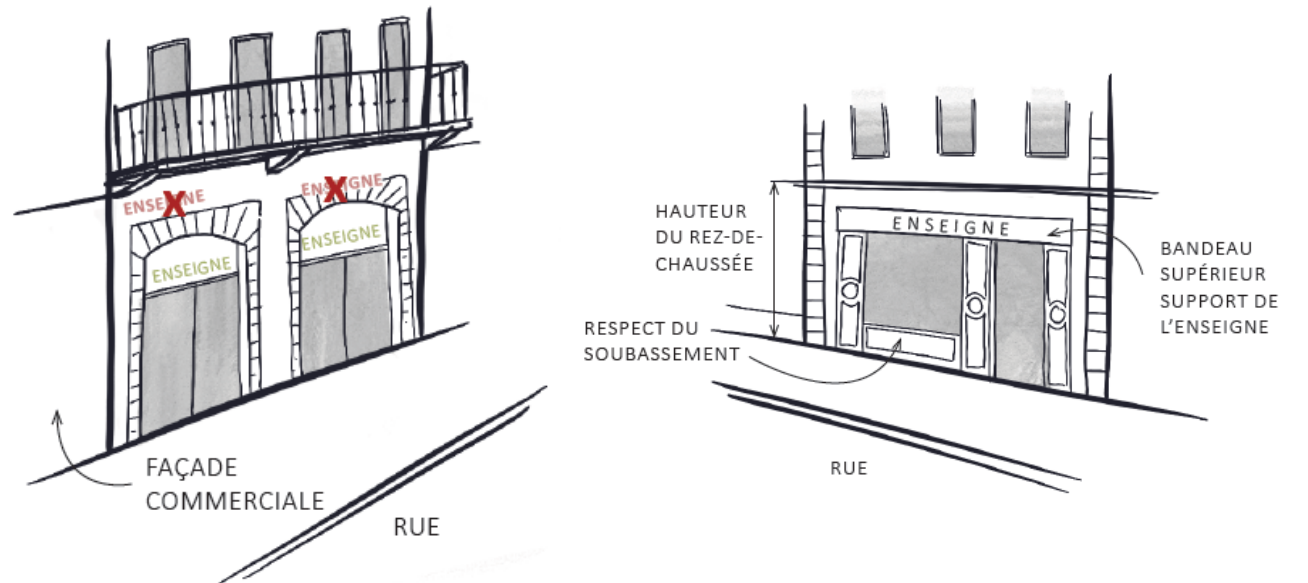
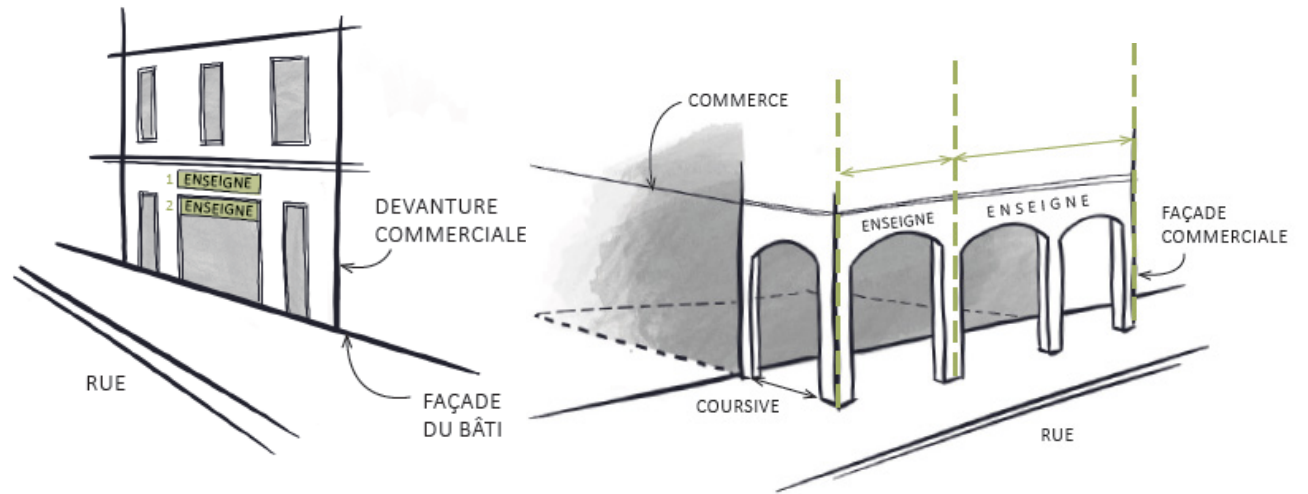
a. Zone 1 : les enseignes dans le centre historique de Sarlat-la-Canéda

Les enseignes apposées sur les façades sont les seules types d'enseignes autorisées dans la zone, et doivent respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade et tenir compte de ses différents éléments : emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades, ainsi que tous motifs décoratifs. Il n'est pas autorisé d'enseignes pour les activités en étage.

Ces règles s'inspirent des dispositions du PSMV du centre historique de Sarlat-la-Canéda.

Les enseignes à plat ou parallèle aux façades doivent respecter les hauteurs, proportions, rythmes d'ouvertures, et la forme des bâtiments concernés. Les coloris, les matériaux, et la surface de l'enseigne sont également limitées,

Les enseignes perpendiculaires «drapeau» ne doivent pas dépasser 1 m à partir de son point d'ancrage sur le mur de l'immeuble et doivent respecter des règles d'insertion, de placement dans la façade, et de coloris pour s'harmoniser avec le patrimoine bâti.

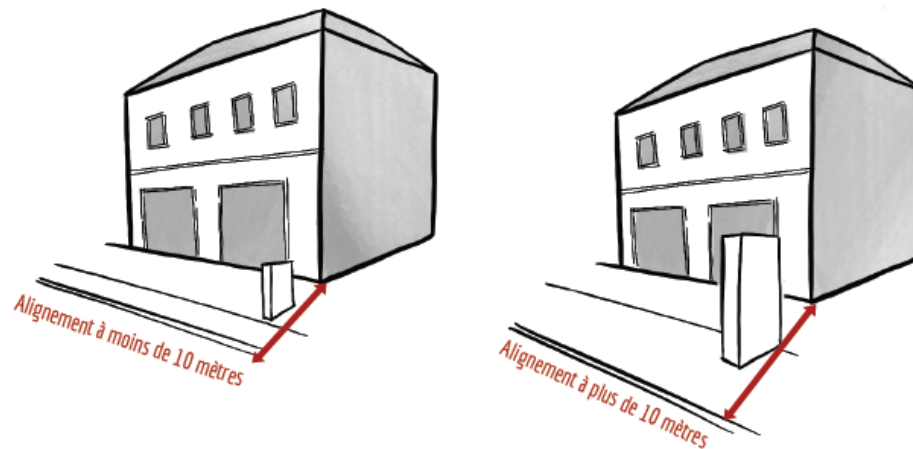


b. Zone 2 : les enseignes dans les zones économiques

Pour limiter l'emprise visuelle des enseignes, notamment en entrée de ville, sans pour autant pénaliser l'activité économique et commerciale, l'implantation, des enseignes scellées ou installées au sol, ainsi que les enseignes «totem» sont autorisées avec des conditions de nombre et de taille plus strictes que le RNP.

Pour les centres commerciaux ou les immeubles regroupant plusieurs activités disposant de plusieurs entrées, une enseigne scellée au sol sous forme de totem pourra être autorisée par voie ouverte à la circulation.

Règles spécifiques au RLPi plus strictes que le RNP



c. Zone 3 : les enseignes dans les bourgs et le reste de l'agglomération de Sarlat-la-Canéda

La zone 3 présente un règlement intermédiaire entre la zone 1 très restrictive et la zone 2 plus permissive. Notamment, leur nombre est limité à 1 par commerce et par rue.

Les enseignes à plat ou parallèle aux façades :

Leur implantation devra respecter la composition architecturale :

- Apposer le texte ou graphisme entre le bas de la fenêtre du premier étage et le haut de la vitrine ou dans l'emprise de la vitrine,
- Le texte ou graphisme devra laisser dégagés les piédroits ou les piliers,
- Disposer les lettres découpées (ou découpage inversé) de manière à ne pas dépasser l'emprise des baies extérieurs
- Donner aux lettres découpées (ou découpage inversé) une hauteur et une épaisseur respectivement de 30 cm et 5 cm maximum, sans excéder 25cm de saillie,
- Les lettres peintes auront une hauteur de 33 cm au maximum,
- Seul le rétro éclairage des lettres découpées (ou découpage inversé) est autorisé.

Les enseignes perpendiculaires «drapeau» :

Elles sont interdites au-dessus et sur les balcons.

Leur saillie est limitée à 80cm et leur surface à 0.7m².

Leur implantation est limitée comme suit :

- Entre le haut de la vitrine et le bas de la fenêtre du 1^{er} étage,
- Dans les lignes formées par l'emprise des baies du 1^{er} étage.
- Seul le rétro éclairage des lettres découpées est autorisé.



d. Zoome sur la publicité et les enseignes lumineuses et numériques

L'article L. 581-14-4 du Code de l'environnement- Créé par la Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 – art. 18, indique que :

«Par dérogation à l'article L. 581 2, le règlement local de publicité (intercommunal) 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.

La section 6 du présent chapitre est applicable en cas de non-respect des prescriptions posées par le règlement local de publicité en application du présent article.»

Ainsi le RLPi prévoit que, sur tout le territoire :

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé.

Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 21 heures et 7 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de rétablissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Un dispositif (enseigne lumineuse/publicité en image uniquement) par activité est autorisé et est limité à 1m² maximum.



e. Zoom sur les enseignes en vitrophanie

Afin d'éviter la sur-occupation des vitrines, les dispositifs d'enseignes en vitrophanie sont limités dans toutes les zones d'agglomération.

III - RÈGLEMENT SPÉCIFIQUE AUX PUBLICITÉS ET PRÉ-ENSEIGNES

Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4
<i>Le centre historique de la commune de Sarlat-la-Canéda</i>	<i>Les zones économiques commerciales et artisanales ou zone économiques mixtes situées en agglomération, notamment en entrées de ville de Sarlat-la-Canéda.</i>	<i>Les bourgs des communes et tissu urbain de la commune de Sarlat-la-Canéda, situés en agglomération</i>	<i>Reste du territoire intercommunal hors agglomération</i>

PUBLICITÉ ET PRÉ-ENSEIGNES				
LES PUBLICITÉS MURALES SUR MURS OU CLÔTURES	X périmètres protégés Limité à 2m² et 4 mètres de hauteur hors périmètres protégés / 2m² pour les pré-enseignes	Limité à 4m² et 6 mètres de hauteur 4m² pour une pré-enseigne murale	X périmètres protégés 1 seul dispositif par mur et par unité foncière Limité à 2m² et 4 mètres de hauteur hors espaces protégés 2m ² et 4 mètres de hauteur pour une pré-enseigne murale	X Interdit hors agglo, cf code enviro
LES PUBLICITÉS SCÉLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL	X	X	X	
LES PUBLICITÉS NUMÉRIQUES	X	X	X	
LA PUBLICITÉ SUR MOBILIER URBAIN	Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence en respectant les articles R.581-42 à R.581-47.			
LES PUBLICITÉS SUR BÂCHES	X	X	X	
LES PUBLICITÉS DE DIMENSIONS EXCEPTIONNELLES	X	X	X	

Principes généraux relatifs à la publicité

Dans le cadre du RLPi le terme de publicité inclus toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Également tout dispositif dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Le RNP limite fortement la publicité dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Le RLPi contraint la publicité murale dans toutes les zones en réglementant ses dimensions.

Pour calculer la surface unitaire d'un panneau publicitaire, il convient de prendre en compte, non pas la seule surface de la publicité apposée sur le dispositif publicitaire mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier (encadrement compris).

X : interdiction au RLPi parce que déjà interdit par le RNP

RNP : référence au règlement national de publicité

X : interdiction au RLPi, non interdit au RNP

Rouge : règles plus restrictives que le RNP

Récapitulatif des règles relatives aux pré-enseignes

Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4
Le centre historique de la commune de Sarlat-la-Canéda	Les zones économiques commerciales et artisanales ou zone économiques mixtes situées en agglomération, notamment en entrées de ville de Sarlat-la-Canéda.	Les bourgs des communes et tissu urbain de la commune de Sarlat-la-Canéda, situés en agglomération	Reste du territoire intercommunal hors agglomération

Principes généraux relatifs aux pré-enseignes

Dans le cadre du RLPi le terme de pré-enseigne concerne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

PUBLICITÉ ET PRÉ-ENSEIGNES				
LES AUTRES DISPOSITIFS DE PUBLICITÉ ET PRÉ-ENSEIGNES				X Interdit hors aggro, cf code de l'environnement
Les pré-enseignes temporaires	RNP			
L'affichage de petit-format	RNP Interdit périmètres protégés	RNP Interdit dans les périmètres protégés	RNP Interdit périmètres protégés	
L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif	X périmètres protégés Autorisé selon arrêté municipal	RNP Autorisé selon arrêté municipal	RNP Interdit dans les périmètres protégés Autorisé selon arrêté municipal	
Les dispositifs sur véhicules terrestre	X	RNP Interdit dans les périmètres protégés	RNP Interdit dans les périmètres protégés	
Les dispositifs sur les voies navigables	-	-	X Interdit dans les périmètres protégés	

X : interdiction au RLPi parce que déjà interdit par le RNP

X : interdiction au RLPi, non interdit au RNP

RNP : référence au règlement national de publicité

Rouge : règles plus restrictives que le RNP

Principes généraux relatifs aux pré-enseignes dérogatoires

Le règlement du RLPi fait état de l'arrêté du 23 mars 2015 qui fixe les règles en matière d'harmonisation des pré-enseignes dérogatoires. Cet arrêté s'applique pour les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales; activités culturelles, les monuments historiques (classés ou inscrits) ouverts à la visite et à titre temporaire, opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Le RLPi contraint l'implantation des pré-enseignes dérogatoires à plus de 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Pour les monuments historiques, cette implantation est de 10 km.

Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4
<i>Le centre historique de la commune de Sarlat-la-Canéda</i>	<i>Les zones économiques commerciales et artisanales ou zone économiques mixtes situées en agglomération, notamment en entrées de ville de Sarlat-la-Canéda.</i>	<i>Les bourgs des communes et tissu urbain de la commune de Sarlat-la-Canéda, situés en agglomération</i>	<i>Reste du territoire intercommunal hors agglomération</i>

PRÉ-ENSEIGNES DÉROGATOIRES			
PRÉ-ENSEIGNES DÉROGATOIRES	X		Hauteur de 2,20 m maximum RNP
	Le régime des pré-enseignes dérogatoires concerne les espaces hors agglomération donc c'est interdit pour toutes ces zones.		

X : interdiction au RLPi parce que déjà interdit par le RNP

X : interdiction au RLPi, non interdit au RNP

RNP : référence au règlement national de publicité

Rouge : règles plus restrictives que le RNP

a. Zone 1 : les pré-enseignes et la publicité dans le centre historique de Sarlat-la-Canéda

En zone 1, la protection du patrimoine bâti est un enjeu majeur. Ainsi, toute implantation de publicité ou de pré-enseigne est interdite dans la zone du centre historique de Sarlat-la-Canéda, à l'exception des publicités sur mobilier urbain (y compris lumineuses et numériques), et du micro-affichage, qui est régi par la Signalétique d'Information Locale définie par le département.

En particulier, les publicités scellées ou posées au sol, ou sur bâche, les pré-enseignes sous forme de chevalets au sol, temporaires, ou sur véhicules terrestres sont spécifiquement interdites.

Les publicités murales sont interdites dans les abords des monuments historiques. En dehors de ces espaces, leur dimension est fortement limitée.



b. Zone 2 : les pré-enseignes et la publicité dans les zones économiques

Pour limiter l'emprise visuelle des publicités et des pré-enseignes, notamment en entrée de ville, sans pour autant pénaliser l'activité économique et commerciale, l'implantation de celles-ci est autorisée tout en voulant rester maîtrisée.

La surface destinée à la publicité murale est strictement limitée à 4 m² encadrement compris et à 6m de hauteur maximale. Le dispositif doit être implanté à plus de 1 mètre des bords extérieurs du mur considéré. Les dispositifs de publicité apposés ou adossés contre une haie ou une clôture sont interdites.

Les publicités scellées au sol sont interdites.

Concernant la surface minimale de l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le règlement renvoie aux articles R.581-2, R.581-3 et R.581-13 ainsi qu'à l'arrêté municipal.

c. Zone 3 : les pré-enseignes et la publicité dans les bourgs et le reste de l'agglomération de Sarlat-la-Canéda

La zone 3 présente une diversité de protections patrimoniales, et prévoit que les pré-enseignes et publicités ne seront autorisées qu'en dehors des zones protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés, des zones de protection spéciales de l'environnement, et à distance des éléments bâtis et architecturaux remarquables des communes et protégés dans le PLUi.

Un seul dispositif par mur et par unité foncière est admis pour les publicités murales sur murs ou clôtures. La surface destinée à l'affichage est strictement limitée à 4 mètres de hauteur. Pour les pré-enseignes murales, la surface ne doit pas excéder 2m².

Les publicités scellées au sol sont interdites.

Concernant la surface minimale de l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le règlement renvoie aux articles R.581-2, R.581-3 et R.581-13 ainsi qu'à l'arrêté municipal comme en zone 2 pour un soucis d'équité.

IV - LES RÈGLES SPÉCIALES

a. La publicité et les enseignes sur mobilier urbain

Le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs publics, abris des services de transport en commun, indications du nom des rues, etc.). Les publicités et pré-enseignes sur mobilier urbain sont autorisées uniquement sur : les abris destinés au public ; les kiosques ; les colonnes porte-affiches ; les mâts porte-affiches ; tout autre mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Les colonnes et les mâts porte-affiches ne peuvent recevoir que des informations relatives à l'annonce des manifestations municipales ou régionales à caractère culturel, économique, social ou sportif.

La publicité est interdite sur toute autre forme de mobilier urbain : bancs, poubelles, toilettes, récupérateurs de verres ou autres matériaux, horloges, arbres... ainsi que sur les monuments historiques, dans les sites classés, et hors-agglomération.

Dans l'ensemble du territoire urbain (zones 1 à 3), la publicité sur mobilité urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence en respectant les articles R.581-42 à R.581-47.



b. Les dispositions spécifiques à la zone 4

La zone 4 du RLPi regroupe tous les espaces considérés comme hors-agglomération. Par défaut, les enseignes sont fortement limitées en taille, en nombre, et seules certaines typologies sont possibles.

La publicité et les pré-enseignes sont interdites, à l'exception des dispositifs dérogatoires.

Les dispositifs de pré-enseignes dérogatoires et temporaires sont autorisés hors agglomération, dans les cas et dans les conditions définies par le RLP. Leur installation n'est possible qu'en étant scellés au sol ou posés sur le sol, et ne doivent pas dépasser une hauteur de 2,20 mètres, et s'intégrer dans leur environnement paysager.

Le RNP s'applique concernant les règles de densité de ces dispositifs.

