



VILLE DE ROMORANTIN-LANTHENAY
(LOIR ET CHER)

Envoyé en préfecture le 11/06/2020
Reçu en préfecture le 11/06/2020
Affiché le SLO
ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE

**EXTRAIT DU REGISTRE DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

SEANCE DU 8 JUIN 2020

Date de la convocation : 2 juin 2020

PRESIDENT : LORGEUX Jeanny, Maire,

ETAIENT PRESENTS : M. LORGEUX, Mme ROGER, MM. BARRE, GUIMONET, Mme LE DEAN, M. DUVAL, Mme BAUDAT, M. HOURY, Mme MARQUES, M. HARNOIS, Adjoint au Maire, Mmes BRETEL, POUGET, GERY, M. CHEMINOT, Mme DOYON, M. LEROY, Mme ORTH, M. GUENIN, Mme DEHMEJ, MM. FUSTER, CORDONNIER, Mme COTTEREAU, MM. JOLIVET, GIRAUDET, Mme BACHELIER, MM. AUGUGLIARO, de REDON, GOZARD, GUILLON, Conseillers Municipaux.

SECRETAIRE : Mme MARQUES, Maire-Adjoint.

EXCUSES : Mme PITAULT, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à M. LORGEUX ;
M. DUPUIS, Conseiller Municipal, qui donne pouvoir à Mme GERY ;
Mme BONNISSEAU, Conseillère Municipale ;
Mme DEWAELE, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à, M. de REDON.

Après avoir constaté que le quorum est atteint, la séance est ouverte à 18 heures.

MM. JOLIVET et GIRAUDET, Conseillers Municipaux, quittent la séance à 19 h 30, après l'exposé de la question n° 20/02 – 04 : "Vote des taux d'imposition des taxes directes locales 2020".

M. JOLIVET, Conseiller Municipal, revient en séance à 19 h 35, après le vote de la question n° 20/02 – 04 : "Vote des taux d'imposition des taxes directes locales 2020."

APPROBATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE – N° 20/02 - 05

Madame ROGER, Maire-Adjoint, Rapporteur, expose au Conseil Municipal :

"Par délibération en date du 29 mars 2018, il a été décidé de prescrire la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) sur l'ensemble du territoire communal.

Dans cette délibération, le conseil municipal a défini les modalités de la concertation. Celle-ci s'est déroulée tout au long de la procédure d'élaboration du projet de RLP. Les observations formulées au cours de la concertation ont permis de nourrir les réflexions et de faire évoluer le projet.

Par délibération en date du 14 mars 2019, le Conseil Municipal a débattu sur les orientations générales du projet de RLP.

Par délibération en date du 23 septembre 2019, le Conseil Municipal a tiré le bilan de la concertation préalable à l'élaboration du RLP et arrêté le projet de RLP.

Le projet arrêté a été soumis pour avis aux différentes personnes publiques associées, ainsi qu'à l'examen de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites (CDNPS).

A l'issue de ces consultations, le projet de RLP a été soumis à enquête publique du 10 février 2020 au 13 mars 2020.

Le commissaire enquêteur, désigné par le tribunal administratif d'Orléans, a remis son rapport et ses conclusions le 2 avril et émis un avis favorable au projet de RLP.

Les remarques des personnes publiques dans leurs avis et les conclusions du commissaire enquêteur ont nécessité quelques modifications du projet de RLP, sans que ne soient remises en cause les orientations générales du projet.

.../...



Ces adaptations mineures du projet de RLP sont détaillées en annexe."

Vu le Code général des collectivités territoriales, notamment l'article L.2121-29 ;

Vu les dispositions du chapitre 1^{er} Titre VIII du livre V du Code de l'environnement relatif à la publicité, au préenseignes et aux enseignes notamment ses articles L.581-14 et suivants ;

Vu le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et au préenseignes ;

Vu les dispositions du Code de l'urbanisme et notamment les articles L.153-11 et L.103-2 ;

Vu la délibération du Conseil Municipal en date du 29 mars 2018 prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité et définissant les modalités de concertation ;

Vu la délibération du Conseil Municipal en date du 14 mars 2019 relatif au débat sur les orientations générales du projet de RLP ;

Vu la délibération du Conseil Municipal en date du 23 septembre 2019 tirant le bilan de la concertation préalable à l'établissement du RLP et arrêtant le projet de RLP ;

Vu le projet de RLP annexé à la présente délibération ;

Considérant les objectifs poursuivis par la commune dans le cadre de l'élaboration du RLP décrits dans le rapport de présentation ;

Considérant les conclusions et l'avis favorable du commissaire enquêteur ;

Considérant que les modifications au projet de RLP arrêté ne remettent pas en cause l'économie générale du projet ;

Considérant que le règlement local de publicité, tel qu'il est présenté au conseil municipal est prêt à être approuvé conformément à l'article L.153-21 du Code de l'urbanisme ;

Sur proposition de Madame l'Adjointe au Maire,

Le Conseil Municipal, après en avoir délibéré, **à l'unanimité** :

Approuve le Règlement Local de Publicité tel qu'annexé à la présente délibération.

Précise que :

- Conformément à l'article L.153-22 du Code de l'urbanisme, le Règlement Local de Publicité sera tenu à la disposition du public en mairie, aux jours et heures habituels d'ouverture ;
- Conformément à l'article R.581-79 du Code de l'environnement, le Règlement Local de Publicité approuvé sera mis à disposition sur le site internet de la commune ;
- Conformément à l'article L.581-14-1 du Code de l'environnement, le Règlement Local de Publicité, une fois approuvé, sera annexé au plan local d'urbanisme ;
- Conformément aux articles R.153-21 et R.153-22 du Code de l'urbanisme, la présente délibération sera affichée un mois en mairie ;
- La présente délibération sera en outre publiée au recueil des actes administratifs mentionné à l'article R.2121-10 du Code général des collectivités territoriales ;

.../...



Envoyé en préfecture le 11/06/2020
Reçu en préfecture le 11/06/2020
Affiché le **SLD**
ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE

- La délibération sera exécutoire à compter de l'accomplissement des mesures de publicité, la date à prendre en compte pour l'affichage étant celle du premier jour où il est effectué, et à compter de sa transmission au représentant de l'état dans le département.

Dit que la présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le tribunal administratif d'Orléans dans un délai de deux mois à compter de sa publication.

Le Maire,
Certifie, sous sa responsabilité, le caractère
exécutoire de cet acte transmis au
représentant de l'Etat le **1 JUIN 2020**

Publié ou notifié le **1 2 JUIN 2020**

Informe que le présent acte peut faire l'objet
d'un recours pour excès de pouvoir devant le
Tribunal Administratif d'Orléans dans un
délai de deux mois à compter de la présente
publication ou notification. Le Tribunal
Administratif peut être saisi par l'application
informatique "Télérecours citoyens"
accessible par le site Internet
<http://www.telerecours.fr>

**Pour Copie Conforme,
Le Maire,**



Jeanny LORGEUX.



ROMORANTIN
LANTHENAY

VU pour être annexé
à la délibération
du Conseil Municipal en
date du : 08 JUIN 2020
LE MAIRE,

Règlement local de publicité

Annexe à la délibération d'approbation

En vue de l'approbation du règlement local de publicité, et suite aux avis des personnes publiques associées, de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, des conclusions de l'enquête publique, les modifications suivantes ont été apportées au projet :

1) Plan

Le « périmètre » hors agglomération a été rectifié pour s'adapter aux contours exacts de la zone commerciale au Nord de la Ville.

2) Texte du RLP

- Un rappel de la situation du territoire en zone Natura 2000 est introduit en préambule ;
- Articles 1.2 et 3.2 : il est souligné que les chevalets doivent répondre aux règles d'occupation du domaine public et aux règles d'accessibilité des personnes à mobilité réduite ;
- Article 1.9 et 1.10 : Les spots et rampes d'éclairage ne sont plus formellement interdits, mais doivent être discrets et qualitatifs ;
- Article 1.11 : la surface des enseignes perpendiculaires n'est plus exprimée en hauteur et largeur maximum, mais en surface maximum ;
- Articles 1.13, 2.13 et 3.13 : modification rédactionnelle, les enseignes sur les toits sont dénommées « sur toiture ou terrasse en tenant lieu », qui sont les termes du code de l'environnement, et non « en toiture »
- Articles 1.15, 2.15 et 3.15 : pour une bonne compréhension, ajout d'un rappel du Code de l'environnement restreignant les enseignes clignotantes aux enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence ;
- Article 2.2 : aménagement de la règle de densité (pas de distance minimum entre deux dispositifs séparés par une voie) ;
- Article 3.4 : ajout de la possibilité de disposer des publicités sur bâches de chantier ;
- Lexique : précision des définitions de la publicité lumineuse et de la surface des dispositifs ;
- Ajout d'un tableau récapitulatif.

3) Rapport de présentation

Les diverses corrections à apporter signalées par les personnes publiques associées ont été faites, et l'explication des choix a été adaptée aux modifications du RLP.

Envoyé en préfecture le 11/06/2020

Reçu en préfecture le 11/06/2020

Affiché le

SLO

ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE



ROMORANTIN-LANTHENAY

REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

RAPPORT DE PRESENTATION

REVISION PRESCRITE LE : 29 MARS 2019
PROJET ARRETE LE : 23 SEPTEMBRE 2019
PROJET APPROUVE LE 08 JUIN 2020

Vu pour être annexé à la délibération du

Conseil Municipal en date du : 8 JUIN 2020

Le Maire,
Pour le Maire
L'Adjoint



Roger

Roger



INTRODUCTION

Le règlement local de publicité

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

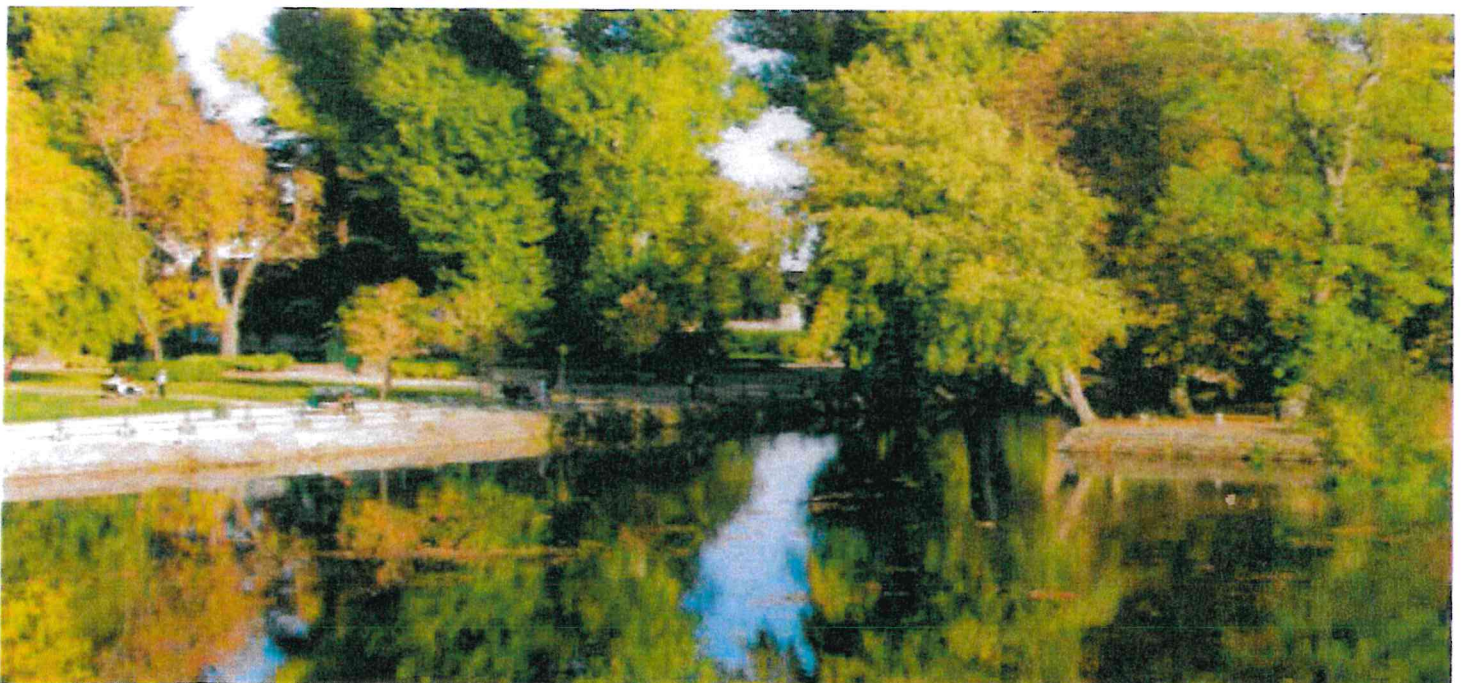
Aujourd'hui, ce sont les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) qui disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLPi). A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document. En l'occurrence, la ville de Romorantin-Lanthenay est compétente pour élaborer un RLP puisque la compétence PLU n'a pas été transférée à la communauté d'agglomération. Les évolutions législatives et réglementaires, urbanistiques, commerciales et démographiques de la commune ont rendu nécessaire l'actualisation

du règlement de 1994 et ont conduit le conseil municipal à prescrire, par délibération en date du 29 mars 2018, la révision de sa réglementation.

Le code de l'environnement prévoit qu'un RLP est constitué au moins par :

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

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



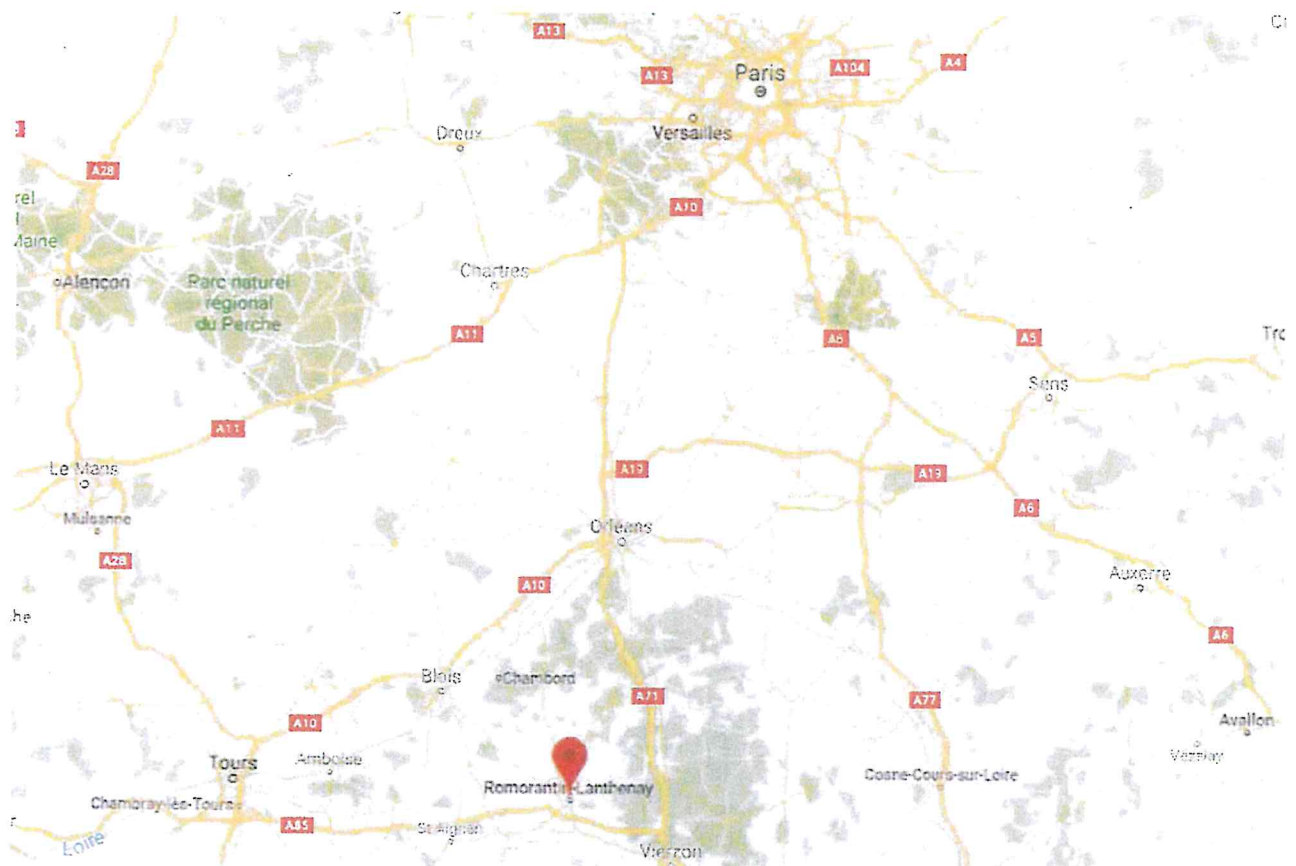
PARTIE 1/ LA COMMUNE

Romorantin-Lanthenay est la sous-préfecture du Loir et Cher et la Capitale de la Sologne. Elle est située sur la rivière Sauldre, à 30 km au nord-ouest de Vierzon, 41 km au sud-est de Blois, 65 km au sud d'Orléans et 190 km de Paris. Sa superficie est de 45,31 km².

Elle est le résultat de la fusion de la commune de Romorantin et de la commune de Lanthenay le 28 mai 1961.

La population de la commune est de 18 817 habitants (source Insee 2019). Elle appartient à l'aire urbaine de Romorantin-Lanthenay, et fait partie de la communauté de communes du Romorantinais et du Monestois qui regroupe 16 communes et qui compte 35102 habitants.

Romorantin-Lanthenay fait également partie de la Région Agricole de la Grande Sologne. Son altitude moyenne est de 90 m.



La position de Romorantin-Lanthenay

PARTIE 2/ LES ENJEUX

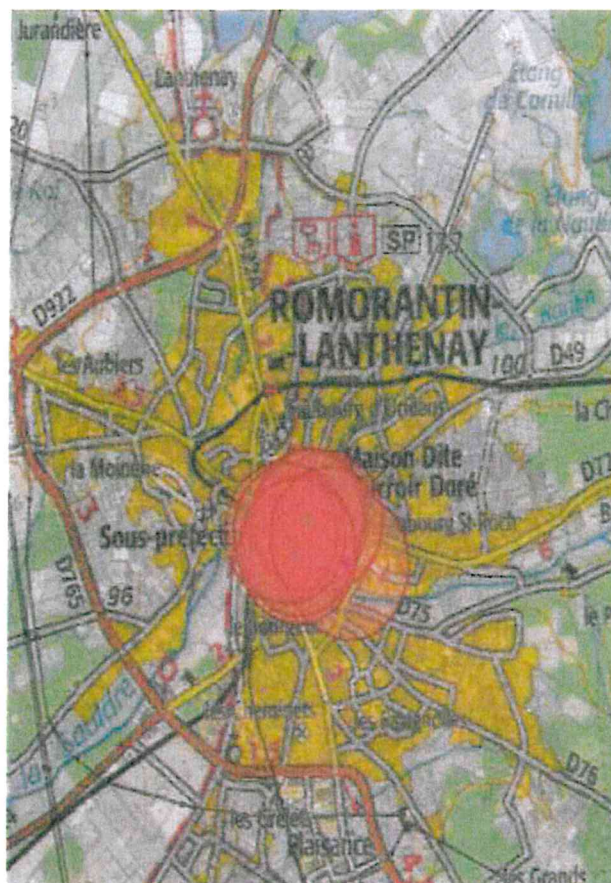
2.1 Le patrimoine architectural

Sites, monuments et bâtis remarquables constituent la richesse du patrimoine historique de la ville de Romorantin-Lanthenay. Ces éléments du paysage urbain créent ainsi l'identité du territoire.

2.1.1. Les monuments historiques

Romorantin-Lanthenay comptabilise 11 monuments historiques qui se trouvent principalement dans le centre-ville :

- Eglise Notre-Dame et St Etienne ;
- Tour de la Sous-Préfecture
- Tour Jaquemard
- Maison en bois dite « Le Carroir Doré »
- Hôtel de la Chancellerie
- Ancien hôtel Saint-Poi
- Maison Louis XIII
- Maison en pans de bois
- Château d'eau pagode
- Ancienne usine Normant
- Ancienne église de Monthault



Cartographie du patrimoine architectural regroupant les sites classés et inscrits

Les enseignes doivent s'adapter aux bâtiments sur lesquels elles sont installées.



2.2 Le patrimoine naturel

Le territoire communal est concerné en totalité par le site d'intérêt communautaire (SIC) Natura 2000 intitulé Sologne par arrêté du 26 octobre 2019.

Dans une zone Natura 2000, la publicité est interdite par principe (article L.581-8 du Code de l'environnement) ; Le règlement local de publicité peut déroger à cette règle, mais avec raison, en conservant l'esprit protecteur de la loi.



ZONE NATURA 2000 FR2402001

2.2.1. Les berges de la Sauldre



La Sauldre **parcourt** la commune d'est en ouest en traversant le centre-ville.

Elle y est très présente et forme une trame verte tout le long de son lit, amplifiée par les nombreux parcs qui la jalonnent ainsi que les jardins privatifs.

Il est important de préserver ce cadre agréable.



La Sauldre à Romorantin-Lanthenay



Avenue Saint-Exupéry à Romorantin-Lanthenay

Le parcours de la Sauldre doit être préservé.

2.3. Les autres enjeux

2.3.1. Les axes structurants

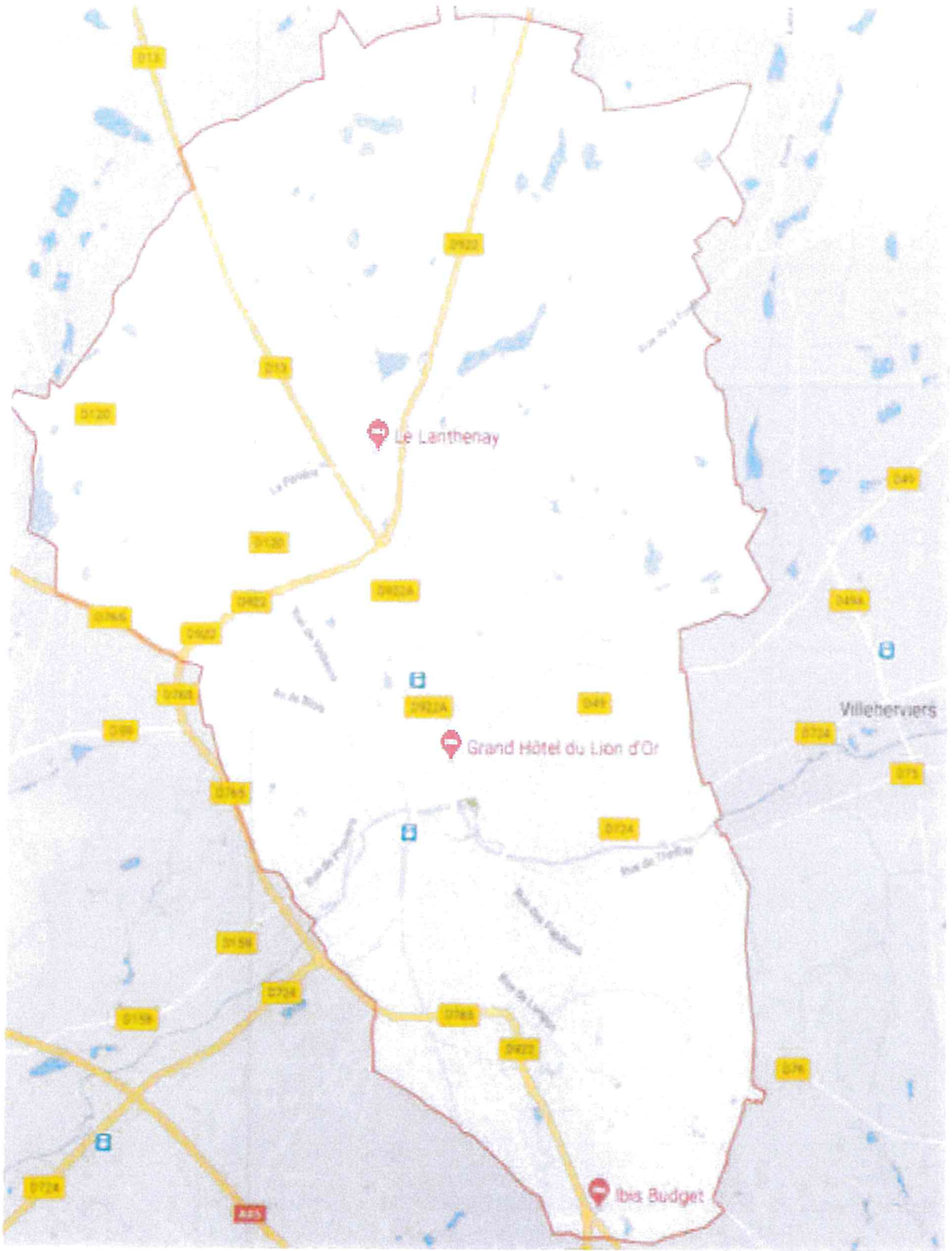
Romorantin-Lanthenay est desservie par de nombreux axes routiers qui sont autant de **pénétrantes** dans la ville.

Ainsi, la D922 traverse la ville en direction d'Orléans au nord et l'autoroute A 85 ainsi que la ville de Villefranche-sur-Cher au sud. De même, la D724 traverse la ville sur un axe est-ouest et qui la relie à Selles-sur-Cher et la Ferté-Imbault.

Enfin, au nord se trouve la D13, à l'est la D765 en direction de Blois, la D59, la D159, à l'ouest la D49, la D65 et au sud la D76 et la D6. Le réseau se caractérise par un système en étoile permettant de desservir l'ensemble de la ville et qui se rejoint en son centre. Ces axes sont très fréquentés et représentent des cibles intéressantes pour les afficheurs. Les nombreux alignements d'arbres sur les routes principales de la commune renforcent l'aspect paysager de la commune.

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

Envoyé en préfecture le 11/06/2020
Reçu en préfecture le 11/06/2020
Affiché le **SLO**
ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE



2.3.2. Les secteurs d'activités et de commerce

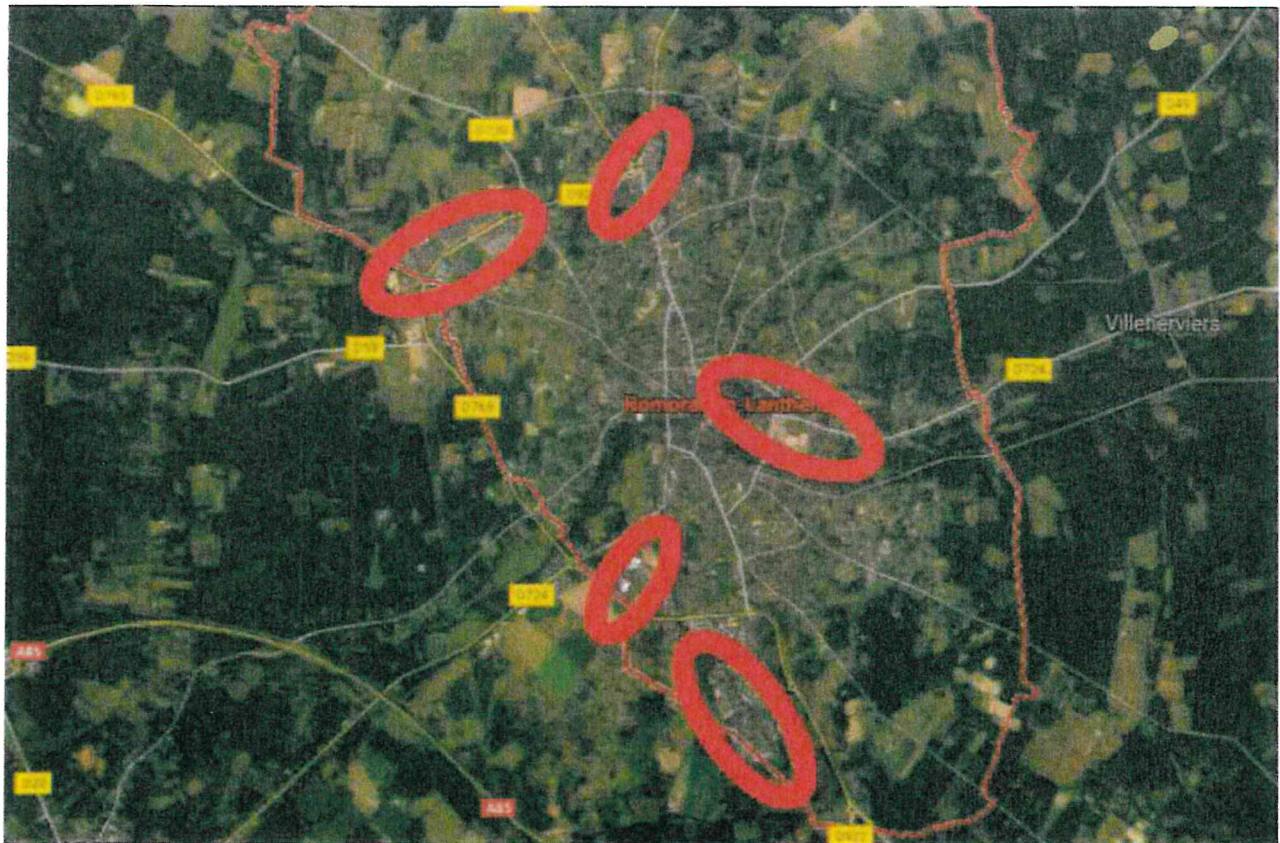
Les principales zones d'activités de Romorantin-Lanthenay sont :

- La Grange ;
- La zone communautaire des Grandes Bruyères.

Deux grandes zones commerciales sont recensées.

L'une se situe au nord et l'autre au sud de la commune

Ces lieux sont des secteurs cibles pour les afficheurs. Publicités et enseignes y trouvent éventuellement leur place, mais doivent être encadrées pour assurer la visibilité des lieux. Dans plusieurs cas, ces espaces commerciaux recouvrent ou jouxtent certaines entrées de ville.



Cartographie des principales zones d'activités et économiques

PARTIE 3/ LES OBJECTIFS DU RLP DE ROMORANTIN-LANTHENAY

Par délibération en date du 29 mars 2018, la commune a prescrit la révision de son règlement local de publicité (RLP) dont une analyse est présentée partie 7. Dans cette délibération, les objectifs suivants ont été fixés :

- Déterminer les possibilités et conditions de réintroduction et d'implantation de la publicité nécessaires aux activités locales tout en préservant la qualité du patrimoine tant architectural que naturel et du cadre de vie en général.
- Préserver l'image du centre historique et du centre-ville en fixant des règles esthétiques
- Améliorer la qualité visuelle des axes structurants de notre territoire communal en allégeant la pression publicitaire
- Améliorer la qualité des zones industrielles et commerciales en imposant des règles d'implantation
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicité liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies en encadrant leur implantation
- Contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale en étendant les plages d'extinction nocturne.

PARTIE 4/ LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RÈGLEMENT

4.1 Les principales étapes de la procédure

Dans la même prescription ont été définies les modalités de la concertation, visée par l'article L.103-3 du code de l'urbanisme :

- annonce de la concertation au public par affichage de la délibération en mairie, par insertion dans la presse locale sous forme de communiqué et sur le site internet de la ville ;
- information sur le site internet de la ville de Romorantin-Lanthenay et dans le bulletin municipal ;
- mise à disposition du public pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLP, d'un dossier comprenant les études mises à jour au fur et à mesure de leur avancement, consultable en mairie ;

- mise à disposition à la mairie d'un registre sur lequel le public pourra porter ses observations écrites ;
- organisation de réunions en fonction de besoins identifiés.

Durant la procédure de révision du règlement, un débat sur les orientations est organisé deux mois au moins avant son arrêt. Le débat a eu lieu le 14 mars 2019.

Lors de la délibération arrêtant le projet, le bilan de la concertation est tiré.

Envoyé en préfecture le 11/06/2020
Reçu en préfecture le 11/06/2020
Affiché le 
ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE



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

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

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

La procédure de révision du RLP - identique à la procédure d'élaboration est résumée dans le schéma ci-dessous :



4.2 Les éléments constitutifs du RLP

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

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

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

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

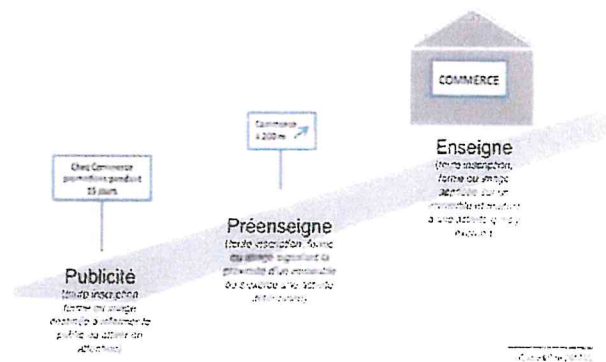
Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres (secteurs hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation ; art. L.581-7 du code de l'environnement) identifiés dans le rapport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

4.3 Les dispositifs visés

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

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

Le schéma ci-dessous présente leur positionnement.



Les publicités



Constitue une publicité :

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

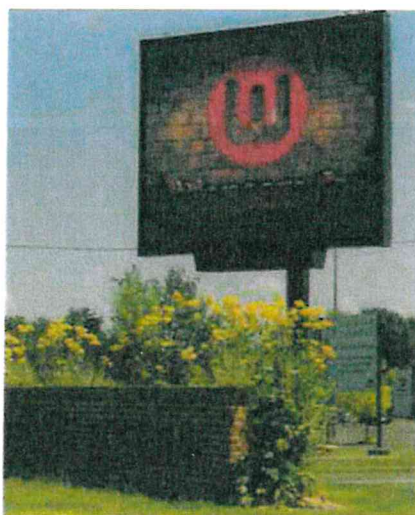
Tous les types de publicités sont concernés par cette définition qui se veut générale.

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

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



Deux publicités



Une publicité numérique



Une publicité sur mobilier urbain

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



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

Commune de 18 817 habitants (2019), Romorantin-Lanthenay est tenue de réserver 12 mètres carrés plus 5 mètres carrés par tranche (entamée) de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, soit 17 m².



Les préenseignes

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

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

Ayant rigoureusement le même impact sur l'environnement, utilisant les mêmes matériels, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19 du code de l'environnement). Seules certaines préenseignes dites « dérogatoires » sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité.

En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération. Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20.

Les enseignes



ROMORANTIN
LANTHENAY

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

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

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



Enseignes sur façade, à plat



Enseignes perpendiculaires



Enseignes sur façade,



Enseigne sur toiture



Enseigne scellée au sol

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

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

Les dispositifs ne relevant pas du règlement national de publicité (RNP)



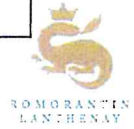
Un journal électronique d'information

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

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

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

CHAPITRE 5/ LES LIMITES D'AGGLOMÉRATION



La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération / hors agglomération ».

En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'arrêté municipal fixant lesdites limites ainsi que le document graphique afférent doivent obligatoirement être joints au RLP.

L'agglomération est définie par 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 signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. »

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.

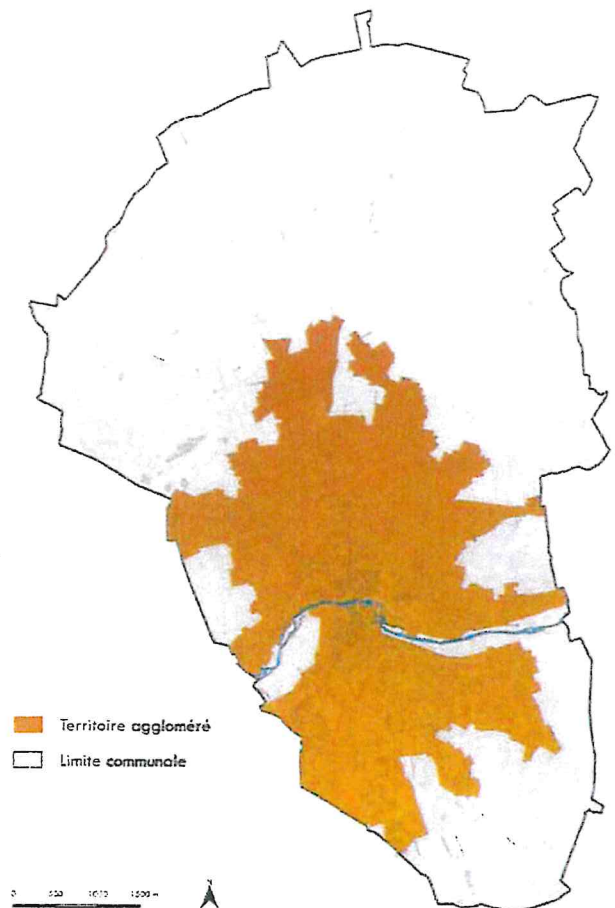


Panneaux matérialisant l'entrée et la sortie d'agglomération



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le territoire aggloméré



CHAPITRE 6/ LES RÈGLES APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE ROMORANTIN-LANTHENAY : LE RNP

La partie du Code de l'environnement relative à la publicité est couramment dénommée « règlement national de publicité ». Ses règles s'appliquent en l'absence de règlement local de publicité.

La caractéristique essentielle de Romorantin-Lanthenay est d'être inscrite dans un site Natura 2000 et ce pour la totalité du territoire communal. En application de l'article L.581-8 du code de l'environnement, la publicité est interdite dans un site Natura 2000.

Article L.581-8

1. A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

/.../

8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

La publicité peut toutefois, par dérogation, être acceptée par un RLP.

Article L.581-8

/.../ Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14.

La population totale de Romorantin-Lanthenay étant supérieure à 10 000 habitants, la publicité serait admise dans les conditions indiquées dans le tableau ci-dessous, synthétisant les principales règles du RNP applicables dans une agglomération supérieure à 10 000 habitants :

Publicité (soumise à déclaration sauf numérique soumise à autorisation)	
murale (mur aveugle)	surface < à 12 m ²
	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit - saillie < à 0,25 m
	hauteur < à 7,5 m
scellée au sol	hauteur > à 0,5 m
	surface < à 12 m ²
numérique	hauteur < à 6 m
	< à 8 m ²
en toiture	non lumineuse interdite
	lettres découpées dissimulant leurs fixations
	1/6° de la hauteur du bâtiment limitée à 2 m si hauteur bâtiment < à 20 m 1/10° de la hauteur du bâtiment limitée à 5 m si hauteur bâtiment > à 20 m
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
bâches publicitaires	bâche chantier surface < 50 % de la surface d'échafaudage bâche publicitaire sur mur aveugle distance entre 2 bâches publicitaires > à 100 m
petit format	surface unitaire < à 1 m ² surface cumulée < à 1/10° de la devanture commerciale dans la limite de 2 m ²
meublier urbain	< à 12 m ²

Enseignes	
sur façade (à plat - perpendiculaire)	25 % de la façade si < à 50 m ² et 15 % de la façade si > à 50 m ²
à plat	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit - saillie < à 0,25 m
perpendiculaire	saillie < à 1/10° de la distance séparant les deux alignements de la voie publique et < 2 m
scellée au sol	1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble si surface > à 1 m ²
	hauteur < à 6,5 m si largeur > à 1 m - hauteur < à 3 m si largeur < à 1 m
	surface < à 12 m ²
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
clignotantes	interdites à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence
sur toiture	lettres découpées dissimulant leurs fixations - surface cumulée < à 60 m ² hauteur < à 3 m si hauteur bâtiment < à 15 m hauteur < à 6 m si hauteur bâtiment > à 15 m

Préenseignes dérogatoires (hors agglomération)	
largeur < à 1,5 m	activité en relation avec la vente ou la production de produits du terroir = 2
hauteur < à 1 m	monuments historiques ouverts à la visite = 4

CHAPITRE 7/ LE RLP EN VIGUEUR

Romorantin-Lanthenay s'est doté d'un règlement local de publicité en 1994. Il se caractérise par l'institution de 3 zones de publicité restreinte (ZPR) et de 2 zones de publicité autorisée.

La ZPR 1 correspond au centre urbain. Sont admis :

- la publicité murale jusqu'au 2 m².
- les publicités type « sucette » de 2 m²

La ZPR 2 couvre 3 secteurs où la publicité est interdite en raison du caractère naturel des lieux.

La ZPR3 est constituée de 15 axes en zone résidentielle. La publicité murale comme scellée au sol n'exécède pas 4 m². Une règle de densité fondée sur les linéaires de parcelles est instituée. La surface est portée à 12 m² pour les propriétés abritant un établissement industriel ou commercial et dans 8 carrefours faisant par ailleurs l'objet de prescriptions particulières.

La ZPR4 couvre 15 grands axes. La publicité est limitée à 12 m² (rappel : en 1994, la surface maximum des publicités prévue dans le RNP était de 16 m²)

LE DIAGNOSTIC

Le **diagnostic** a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires. Il s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public, en lien avec les objectifs et orientations de la commune :

- la publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec le bâti et les plantations, impact sur

Une ZPA concerne les zones industrielles situées hors agglomération, où la publicité est limitée à 12 m². Les secteurs non évoqués dans les ZPR et la ZPA sont soumis au RNP.

Ce règlement a assez bien protégé le centre-ville et les faubourgs résidentiels, en interdisant la publicité ou en l'acceptant en petit format. En revanche, sur les grands axes et dans les zones d'activités, les dimensions des publicités semblent aujourd'hui excessives et leur densité trop importante. Certaines zones de publicité autorisée (ZPA) ne pourront être reconduites, puisque les « périmètres », qui ont remplacé les ZPA ne peuvent être institués qu'« à proximité immédiate des centres commerciaux exclusifs de toute habitation » (article L.581-7 du code de l'environnement)

L'agglomération s'est développée, les centres commerciaux sont apparus et le zonage du RLP doit être adapté aux nouveaux contours de la zone agglomérée. Les publicités numériques quasiment inconnues en 1994 doivent être réglementées. Enfin, les enseignes ne sont pas du tout évoquées.

- l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique ;

- la qualité de vie des riverains et des usagers de l'espace public : nuisances visuelles, intrusions, pollutions diverses ;

- l'impact des dispositifs lumineux et numériques s'il y a lieu.

Les analyses quantitative et qualitative permettent de mesurer la pression publicitaire et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP et du RLP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

8.1/ Analyse quantitative

129 dispositifs ont été recensés. Chacun fait l'objet d'une fiche géoréférencée.

Code attribut par la société exploitante	Montant taxe			185,00 €
Adresse				
Code Postal	41200	Ville	Romorantin-Lanthenay	
SIS exploitante				
SIS exploitante				
Adresse				
CP		Ville		
Adresse locale				
Propriété				
Support		Format	10	
Scellé au sol				
Scellé au sol	Double face	Éclairage	Non	
Fixé				
Fixé		Mécanique		
Mobilier urbain				
Mobilier urbain		N° de vue(s)	Autre	
Légende				
Légende	Oui			



121 publicités sont scellées au sol ou installées directement sur le sol et 8 sont apposées sur des murs.

La surface :

1,5 m ²	4 m ²	8 m ²	12 m ²
2	20	31	76

Parmi les dispositifs de 8 m² sont comptabilisés 2 écrans numériques.

15 dispositifs de 8 m² sont des mobiliers urbains, dont une face est réservée aux informations à but non commercial.

Situation juridique

Au 1er janvier 2019, les réglementations nationale et locale sont globalement respectées. Seuls quelques dispositifs sont implantés de façon irrégulière.

- 5 dispositifs scellés au sol trop proches d'une limite séparative de propriété (RNP)
- 2 dispositifs muraux ne respectant une distance de 0,50 m des bords du mur (RLP)
- 3 dispositifs en nombre excessif en regard de la règle de densité (RLP)
- 1 dispositif dont la surface est supérieure à 4 m² en ZPR 3 (RLP)
- 1 dispositif scellé au sol de 12 m² en ZPR 1 (RLP)

La question principale relative à la légalité des dispositifs en place est liée à la zone agglomérée, en cours de redéfinition.

Selon sa nouvelle définition, certains dispositifs pourront se trouver ou non en infraction.

8.2/ Analyse qualitative de la publicité et des préenseignes

A. Des publicités installées dans des espaces végétalisés

La commune a la chance de posséder des axes arborés, qui constituent autant d'espaces de respiration. Les lieux végétalisés sont nécessaires au bien-être des habitants. Dans les entrées de villes, ils contribuent à donner une bonne impression aux visiteurs. Dans ces lieux, les publicités ont un

impact fort dans le paysage et minimisent leur valeur esthétique et paysagère.

Les principales entrées de ville sont particulièrement touchées : avenue Mendès-France, avenue de Paris, RD 765...



Avenue Mendès-France



RD 765



Route de Paris



B. Une surcharge visuelle

Dans les espaces bordant les axes majeurs de circulation ou conduisant à des secteurs commerciaux, la publicité est omniprésente. Il s'ensuit une certaine contradiction entre un degré d'exigence en matière paysagère et une impression de laisser-aller pour les dispositifs publicitaires ;



Avenue de Villefranche



Rue de Selles-sur-Cher



RD765



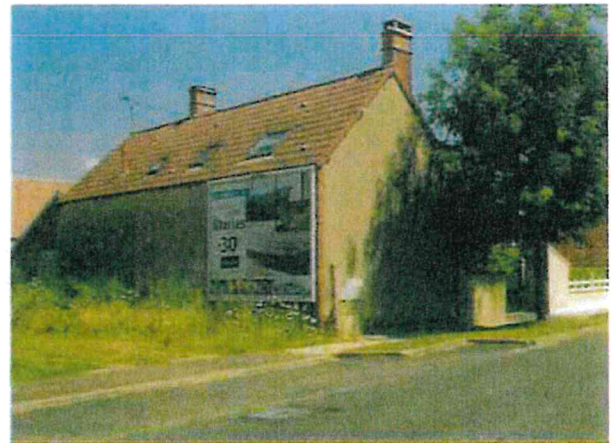
Les panneaux côte-à-côte forment un double écran dans les perspectives

C. Des publicités inopportunes dans des zones pavillonnaires ou d'habitat traditionnel

La hauteur et la surface de certaines publicités ne sont pas adaptées à la hauteur des bâtiments les plus proches qu'elles dominent. Elles nuisent à l'aspect d'ensemble des quartiers résidentiels.



Rue de Favignolles



Avenue de Blois

Dans certains cas, la publicité rend confuse la lecture de l'espace urbain



Avenue de Blois



Les plus petites surfaces sont davantage acceptables et s'intègrent mieux dans le paysage

Un dispositif de 2 m² avenue de Blois

D. Un matériel de qualité irrégulière

Les publicités sont un des éléments du paysage. Elles participent à l'image de la ville et doivent être constituées de matériaux durables et entretenues constamment. Les dispositifs alourdis d'accessoires ou laissant apparaître leurs structures métalliques sont particulièrement préjudiciables au cadre de vie.



Passerelles métalliques



Dos de panneau non habillé

E. Le mobilier urbain

Installé sur le domaine public, le mobilier urbain apporte un service à ses usagers. Il l'éclaire, lui permet de s'asseoir, le protège, l'abrite, l'informe etc. Pour le code de l'environnement, 5 catégories de mobilier urbain peuvent supporter des publicités, définies aux articles R.581-42 à R.581-47.



Article R.581-43

Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol. /.../

Article R.581-44

Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés /.../

Article R.581-45

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

Article R.581-46

Les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 mètres carrés utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

Article R.581-47

Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. /.../.

Le mobilier urbain ne peut être installé sans l'autorisation du gestionnaire de voirie et doit respecter les règles en matière d'accessibilité.

A Romorantin-Lanthenay, la publicité installée sur mobilier urbain est composée d'abris et de mobiliers d'information de 2 m².



Un mobilier d'information mal entretenu



La ville utilise également pour sa communication des mobiliers de 8 m² dont l'aspect est qualitatif.

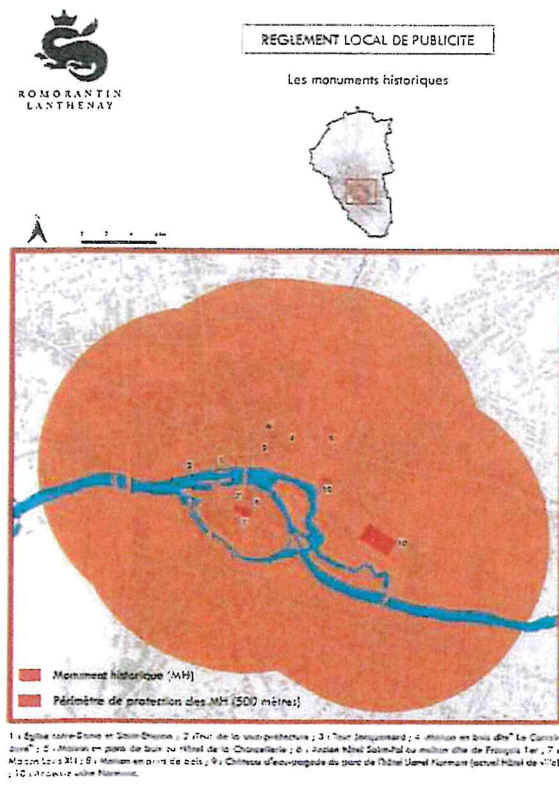


F. Les publicités numériques

Leur impact sur le cadre de vie est très supérieur aux publicités éclairées par projection ou transparence. Leur (trop) grande luminosité, le défilement de leurs images nécessitent de grandes précautions pour leur installation : choix des lieux, surfaces maximum.

8.3/ L'analyse des enseignes

A. Le centre-ville historique



Les prescriptions applicables aux enseignes de centre-ville ont pour objectif la mise en valeur du patrimoine architectural. L'enseigne, tout en remplissant son rôle de signalisation, de préférence attractive, ne doit pas porter atteinte aux lignes directrices des bâtiments, aux éléments de décoration, aux perspectives.

La limitation du nombre d'enseignes, l'usage de lettres découpées ont valorisé le centre-ville de Romorantin-Lanthenay et lui confèrent un aspect homogène.

Les enseignes de centre-ville (périmètre de monuments historiques) ont été recensées exhaustivement. (625 relevés)

L'usage de lettres découpées, le maintien dans le rez-de-chaussée des immeubles, la limitation de leur nombre, le respect des lignes directrices des bâtiments assurent une bonne intégration et une parfaite lecture des enseignes.



Enseignes en lettres découpées



Enseigne sur fond transparent donnant une apparence similaire aux lettres découpées



Enseignes perpendiculaires masquant les ouvertures du 1er étage



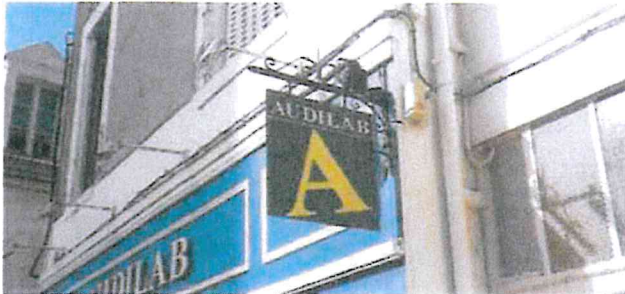
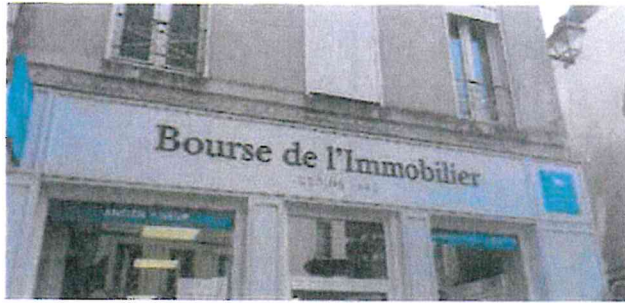
Enseignes respectant l'architecture du bâtiment



Enseigne non adaptée aux lignes directrices



Surface d'enseignes trop importante en rapport de la façade



Nombre d'enseignes limité : une enseigne parallèle et une enseigne perpendiculaire par établissement

B. Les enseignes dans les autres secteurs de l'agglomération

L'article R.581-63 du code de l'environnement fixe un pourcentage maximum entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade.

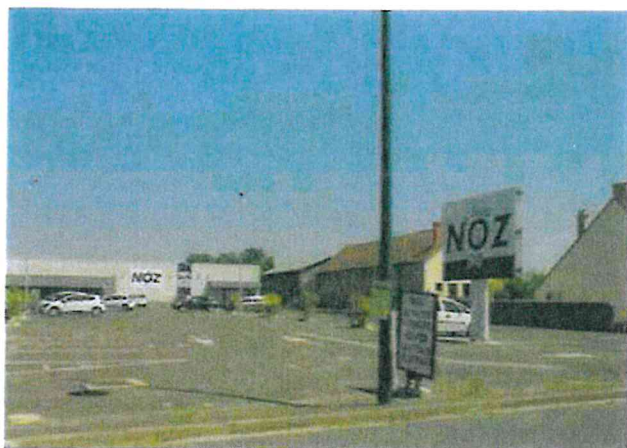
Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés./.../ Cette règle instaurée en 2012 est assez fréquemment suivie par les établissements qui s'installent, mais les activités plus anciennes ne se sont pas toutes mises en conformité.



Différents exemple d'enseignes conformes au code de l'environnement

Les enseignes scellées au sol sont destinées à signaler la présence d'un établissement en retrait de la voie publique.



Leur hauteur est limitée à 6,50 mètres et leur surface à 12 m²...

SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE À ROMORANTIN-LANTHENAY

L'étude de la publicité montre que le centre-ville est assez bien prémuni contre les débordements publicitaires. Les quartiers résidentiels sont également bien protégés, des efforts pouvant toutefois être nécessaire (route de Salbris...)

En revanche, les entrées de ville sont surchargées. En particulier, les espaces naturels et les perspectives arborées sont dégradés par la présence concentrée de trop nombreux panneaux publicitaires de grande surface.

Une multiplication des publicités lumineuses numériques est à redouter et doit être anticipée.

En ce qui concerne les enseignes, le centre-ville est très soigné dans l'ensemble et le bâti est mis en valeur.

Dans les zones commerciales, l'observation montre des dispositifs muraux qui restent à mettre en conformité. La dimension des enseignes scellées au sol mérite d'être réduite.

CHAPITRE 9/ LES ORIENTATIONS



Au regard des objectifs et du diagnostic, les orientations suivantes ont été définies :

Compte-tenu de la situation particulière de Romorantin-Lanthenay, le règlement aura à réintroduire la publicité, mais de façon mesurée et dans l'esprit de la loi.

Les orientations suivantes sont proposées :

1. Exclure les publicités des zones naturelles ;
2. Alléger la densité des publicités ;
3. Adapter la surface des publicités aux typologies des lieux ;
4. Définir les lieux où la publicité numérique pourra être autorisée et fixer une surface maximum ;
5. Fixer des normes qualitatives simples pour les enseignes de centre-ville ;
6. Réduire la surface maximale des enseignes scellées au sol ;
7. Encadrer les enseignes numériques ;
8. Limiter la hauteur des enseignes sur toiture ;
9. Adapter les horaires d'extinction nocturne.

CHAPITRE 10/ EXPLICATION DES CHOIX

Sur la base des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux patrimoniaux et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, un règlement a été rédigé, composé de règles propres à trois zones distinctes. Le cumul des trois zones couvre la totalité du territoire aggloméré.

D'autre part, afin d'offrir aux diverses zones commerciales des moyens de communication identiques, un périmètre a été défini, recouvrant le centre commercial nord situé hors agglomération. Sur les autres lieux situés hors agglomération, les enseignes suivent le régime de la zone 2 et la publicité est interdite.

Après étude, la ville qui avait inscrit dans ses orientations la possibilité d'autoriser les dispositifs numériques, a choisi de les interdire en totalité, les jugeant incompatibles avec ses caractéristiques paysagères et écologiques

A. Préambule

1) L'article L.581-8 du Code de l'environnement interdit toute forme de publicité dans un certain nombre de lieux à valeur patrimoniale, d'ordre naturel ou architectural :

1. A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
/.../

8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Ces interdictions sont dites « relatives », car le même article prévoit qu'il peut être y dérogé dans le cadre d'un règlement local de publicité.

La dérogation est le choix qu'a fait la commune, afin d'offrir des possibilités d'expression à la collectivité et de signalisation, entre autres aux commerces de proximité.

2) En agglomération, les préenseignes sont soumises au même régime que les publicités. Aussi, afin de simplifier la lecture du règlement, seules sont citées les publicités.

B. Les dispositions applicables dans chaque zone

B.1. Dispositions applicables en zone 1

La zone 1 couvre le centre-ville ; cette zone qui nécessite un traitement particulier en raison de sa haute valeur patrimoniale a été largement étendue vers l'est par rapport au RLP de 1994. La réintroduction de la publicité est parcimonieuse. Le traitement des enseignes est spécifique afin que celles-ci participent à la mise en valeur du patrimoine architectural.

B.1.1 Les publicités

Seuls sont admis ou peuvent être autorisés les dispositifs suivants :

- la publicité sur le mobilier urbain, en raison de l'utilité que ce dernier apporte aux usagers du domaine public : il abrite ou informe. De plus, l'installation de chaque mobilier est soumise à l'accord de la collectivité, prémunissant ainsi l'espace public d'implantations inopportunes. Sa surface est limitée à 2 m² ;
- les chevalets, posés devant les magasins, qui assurent l'animation commerciale des rues sont admis, sous réserve des autorisations de stationnement délivrées au cas par cas par la ville et du respect des normes de sécurité. Leur nombre et surface sont toutefois réglementés.
- la publicité de petit format qui est apposée sur les devantures ne nuit pas aux perspectives, et en raison de sa surface extrêmement réduite ne dégrade pas les façades.
- la publicité sur les palissades de chantier est admise selon la réglementation nationale (rappel de l'article L.581-14 du code de l'environnement : « La publicité supportée par des palissades de chantier

ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1^o et 2^o du I de l'article L.581-8. »)

La probabilité de voir à Romorantin-Lanthenay des publicités sur ce type de support est quasi inexistante, mais la surface maximum est néanmoins réduite à 4,70 m².

- En raison de leur caractère éphémère, peuvent également être autorisées les publicités sur les bâches de chantier, dans le respect des conditions nationales (installation sur des échafaudages nécessaires à la réalisation des travaux, pendant la durée d'utilisation effective). Les autres bâches publicitaires ne pourront être autorisées.

Aucun autre support publicitaire n'est accepté.

Dans le but de participer aux économies d'énergies nationales, de préserver la quiétude des habitants, et pour des raisons écologiques liées à la faune, les horaires d'extinction nationaux (1 heure à 6 heures) sont portés à 23 heures/7 heures, assurant ainsi un gain de 3 heures.

La règle est commune aux trois zones.

B.1.2 Les enseignes

La qualité architecturale des lieux figurant en zone 1 impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. Les prescriptions retenues sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de couleurs ou de typographie, afin de pouvoir permettre une adaptation des enseignes au plus près de leur contexte et faciliter l'instruction au cas par cas des demandes d'autorisation.

Le RLP liste une série d'interdictions, motivées par l'esthétique. C'est ainsi, par exemple, que les enseignes sur murs de clôture et clôtures, sur les balcons, sur les arbres ne sont pas acceptées, pas plus que les spots, rampes d'éclairage ou les surlignages en néon des bâtiments.

Comme il l'a été souligné, les enseignes numériques ou à message défilant sont interdites, en raison de leur trop grand impact visuel.

Afin de garantir une bonne intégration aux devantures, la possibilité est laissée aux enseignes de pouvoir être placées au-dessus de chaque vitrine ou sur le lambrequin des stores.

- L'enseigne doit être cantonnée au rez-de-chaussée des établissements, afin de respecter les lignes horizontales de la composition de l'immeuble. Dans le cas des activités en étage, et toujours pour ne pas dénaturer les lignes directrices du bâtiment, l'enseigne s'inscrit dans la largeur des baies, sur lambrequin.
- L'occultation des vitrines est nuisible à l'animation commerciale. En conséquence, la commune a souhaité limiter les autocollants à 15 % de la vitrine.
- Le RLP accepte une seule enseigne perpendiculaire par établissement et par voie. Les dimensions en sont réduites.
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol créent un obstacle visuel susceptible d'affecter les perspectives. Elles ne se justifient que pour les établissements situés en retrait de l'alignement. Leur surface doit être comprise entre 1 et 2 m² et leur hauteur n'excède pas 3 m.
- Les enseignes en toiture sont interdites, incompatibles avec le caractère architectural

des lieux ou compte-tenu du risque d'affecter les perspectives.

- les horaires d'extinction sont alignés sur ceux des publicités.

B.2. Dispositions applicables en zone 2

La zone 2 correspond à quelques sections de grands axes urbains et aux zones commerciales, dont la zone nord, située hors agglomération. La ville a considéré que certaines formes de publicités étaient compatibles avec ces lieux et que les centres commerciaux devaient subir un traitement équivalent.

B.2.1 Les publicités

Dans ces contextes plus aérés et dans les centres commerciaux, les potentialités d'implantation sont importantes du fait de la moindre densité du tissu urbain. La publicité peut y trouver sa place sans compromettre le cadre de vie. Elle est admise sur les propriétés privées, sa surface est limitée à 9 m² encadrement compris, format plus adapté que les anciens 12 m² admis précédemment, et qui correspond à une surface d'affiche de 8 m² environ, nationalement utilisée par les professionnels de l'affichage.

L'habillage du dos des dispositifs, la suppression des passerelles visibles, la hauteur par rapport à la voie la plus proche sont des normes esthétiques.

La règle de densité nationale, fondée sur la longueur de façade des unités foncières bordant la voie ouverte à la circulation publique, permet sur un plan théorique l'installation d'un ou plusieurs panneaux publicitaires dans chacune des unités foncières bordant les voies concernées. Une multiplication des panneaux étant préjudiciable à la lecture du paysage urbain, une règle propre à la zone 2 est instituée, plus sévère que la règle nationale.

Est ainsi interdite la publicité scellée au sol dans les plus petites unités foncières, inadaptées à la réception de grands panneaux. Une longueur de 35 mètres a été retenue. Au-delà de 35 mètres, un seul dispositif par unité foncière est admis, puis un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres. Une distance de 60 mètres minimum entre les dispositifs est exigée.

Publicité sur bâches de chantier, publicité sur palissades sont admises dans les mêmes conditions qu'en zone 1.

B.2.2 Les enseignes

La réglementation nationale, renforcée en 2012, convient généralement aux zones d'activités. La ville a toutefois jugé utile pour le cadre de vie d'encadrer plusieurs types de dispositifs :

- les enseignes sur arbres, les enseignes numériques, les enseignes sur murs de clôture sont interdites.
- l'occultation de vitrines est limitée, comme en zone 1.
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, destinées à la signalisation de tous les établissements, peuvent être autorisées. Dans un souci d'unité entre les zones commerciales, la surface est alignée à 6 m², maximum autorisé hors agglomération.
- Dans ces zones commerciales, les enseignes en toiture peuvent être utiles, notamment pour les établissements situés en deuxième plan. Leur hauteur est proportionnelle à la façade : la règle prévue par le règlement national au-delà de 15 mètres (l'enseigne n'excède pas un cinquième de la hauteur du bâtiment) est étendue à tout bâtiment.

B.3. Dispositions applicables en zone 3

La zone 3 correspond aux parties agglomérées de la commune, hors zone 1 ou zone 2. L'information doit avoir accès à ces lieux majoritairement résidentiels, mais sous des formes extrêmement maîtrisées.

B.3.1 Les publicités

Le RLP limite la publicité :

- aux murs aveugles, avec une surface maximum de 4,70 m² ;
- aux palissades de chantier, dans les mêmes conditions que les autres zones ;
- au mobilier urbain, la municipalité souhaitant ménager la possibilité de diffuser les informations d'intérêt général au cœur des quartiers, dans des conditions dont elle a la totale responsabilité.

Toute autre publicité est interdite, dont bâches et publicités numériques.

B.3.2 Les enseignes

Les règles sont identiques à la zone 2, à l'exception :

- des enseignes scellées au sol, limitées à 4 m². Cette surface est largement suffisante dans les quartiers ;
- des enseignes en toiture, qui sont interdites, pour des raisons similaires à la zone 1.

Envoyé en préfecture le 11/06/2020

Reçu en préfecture le 11/06/2020

Affiché le

SLO

ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE



ROMORANTIN-LANTHENAY

REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

APPROBATION

REVISION PRESCRITE LE : 29 MARS 2019
PROJET ARRETE LE : 23 SEPTEMBRE 2019
PROJET APPROUVE LE 08 JUIN 2020

Vu pour être **annexé** à la délibération du

Conseil Municipal en date du : - 8 JUIN 2020



Le Maire,
Pour le Maire
L'Adjoint

Mayer

Monsieur Jérôme ROGER

Envoyé en préfecture le 11/06/2020

Reçu en préfecture le 11/06/2020

Affiché le

SLO

ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE



ROMORANTIN-LANTHENAY

REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

REGLEMENT

REVISION PRESCRITE LE : 29 MARS 2019
PROJET ARRETE LE : 23 SEPTEMBRE 2019
PROJET APPROUVE LE 08 JUIN 2020

Vu pour être annexé à la délibération du

Conseil Municipal en date du : 8 JUIN 2020



Le Maire,
L'Adjointe

Mayer

Mme Nicole ROUJER



ROMORANTIN
LANTHENAY

Règlement local de publicité

Préambule

Le règlement local de publicité de Romorantin-Lanthenay complète et adapte les dispositions du règlement national de publicité figurant aux articles L. 581-1 et suivants et R. 581-1 et suivants du Code de l'environnement. Les dispositions du règlement national de publicité non expressément modifiées par le présent règlement demeurent applicables.

Ce règlement comporte 3 zones (zones n°1 à n°3) et un périmètre, au sens de l'article R. 581-77 du Code de l'environnement. Ces zones et ce périmètre sont délimités suivant le document graphique annexé.

La totalité du territoire communal étant couverte par une zone Natura 2000, la publicité est par principe interdite. Le règlement déroge toutefois à cette interdiction ainsi qu'aux interdictions prévues au paragraphe 1 de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement et admet certaines publicités. Les seules publicités admises sont énumérées dans chacune des zones dans lesquelles elles se trouvent.

Hors agglomération, et hors du périmètre réglementé par le chapitre 2, la publicité est interdite et les enseignes se conforment aux dispositions de la zone 2.

Conformément à l'article L. 581-19 du Code de l'environnement, en agglomération, les préenseignes sont soumises au même régime que les publicités. En conséquence, les dispositions du règlement qui régissent les publicités en agglomération s'appliquent également aux préenseignes.

Sont annexés au règlement :

- le document graphique faisant apparaître les zones et le périmètre. Ce document a valeur réglementaire ;
- l'arrêté municipal fixant les limites d'agglomération. Celles-ci sont également représentées sur un document graphique ;
- les articles du règlement national de publicité cités dans le présent règlement local de publicité ;
- un lexique ;
- Un récapitulatif des principales règles du règlement local de publicité.

Chapitre 1 : Dispositions applicables à la zone 1

Article 1.1 : Définition de la zone

La zone 1 est constituée par le centre-ville. Elle est repérée en vert sur le plan annexé au règlement.

Première partie : les publicités

Article 1.2 : Publicité non-lumineuse hors publicité sur mobilier urbain, publicité sur bâches et publicité sur palissades de chantier

Un seul dispositif installé directement sur le sol de type chevalet est posé au droit de l'établissement qu'il signale. Utilisable au recto et au verso, ses dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 0,7 mètre en largeur. Il doit répondre aux règles d'occupation du domaine public et aux règles d'accessibilité des personnes à mobilité réduite.

Tout autre dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol est interdit.

Les dispositifs publicitaires muraux sont interdits à l'exception des publicités de petit format admises dans les conditions définies par les articles L. 581-8-III et R. 581-57 du Code de l'environnement.

Article 1.3 : Publicité sur mobilier urbain

La publicité est admise sur le mobilier urbain dans les conditions définies par les articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement. Sa surface unitaire n'excède pas 2 mètres carrés.

Article 1.4 : Publicité sur bâches

La publicité sur bâches de chantier se conforme aux dispositions des articles R. 581-53 et R. 581-54 du Code de l'environnement.

La publicité sur les autres types de bâches est interdite.

Article 1.5 : Publicité sur palissades de chantier

La publicité sur palissades de chantier est admise. Sa surface unitaire n'excède pas 4,70 mètres carrés, encadrement compris.

Article 1.6 : Publicité lumineuse

La publicité éclairée par projection ou transparence est admise sur les palissades de chantier et sur le mobilier urbain. Toute autre forme de publicité lumineuse, dont numérique, est interdite, y compris sur le mobilier urbain.

Article 1.7 : Extinction nocturne des publicités

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain.

Seconde partie : les enseignes

Article 1.8 : Dispositions générales relatives aux enseignes

Une enseigne ne doit pas, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation, modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée ni porter atteinte à la composition, aux éléments d'architecture ou de modénature de la façade ou aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique.

Si l'établissement possède un linéaire de façade étendu sur plusieurs entités architecturales, le nombre et l'implantation des enseignes suivent la logique des entités architecturales.

Tout occupant d'un local commercial visible depuis une voie ouverte à la circulation publique ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants notamment en s'assurant, lorsque l'activité signalée a cessé, que l'enseigne soit supprimée et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

Article 1.9 : Dispositifs interdits

Sont interdits :

- les enseignes sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non, à l'exception des enseignes présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque ;
- les enseignes fixées sur les arbres ou les plantations ;
- les enseignes numériques, ainsi que les enseignes à messages défilants ;
- les surlignages des bâtiments en tube néon ;
- les caissons lumineux translucides à fond clair ;
- les enseignes sur balcons.

Article 1.10 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur sont limitées à un dispositif par établissement. L'enseigne doit s'inscrire dans la largeur de la baie. Lorsque l'établissement comporte plusieurs baies sur une même façade, une enseigne par baie peut être autorisée.

Lorsque l'établissement est à l'angle de plusieurs rues, la règle s'applique pour chaque façade.

L'enseigne ne peut s'étendre sur plusieurs bâtiments.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée, l'enseigne est installée dans la hauteur du rez-de-chaussée. Elle peut déroger à cette règle en cas d'impossibilité technique ou si un emplacement spécifique pour les enseignes a été prévu lors de la conception du bâtiment.

Lorsque l'activité s'exerce en étage, une enseigne peut être installée dans la largeur de la baie ou sur le lambrequin des stores sous réserve que la hauteur des inscriptions ne dépasse pas 0,30 mètre.

Les professions réglementées peuvent apposer leur plaque au rez-de-chaussée des immeubles, près de la porte d'entrée. Toute autre enseigne est interdite.

Les spots sur tige et les rampes d'éclairage doivent être discrets et qualitatifs.

Dans le respect de l'article R. 581-63 du Code de l'environnement relatif aux façades commerciales, la surface cumulée d'enseignes appliquées sur les surfaces vitrées ne peut excéder 15 % de la surface totale de ces surfaces vitrées.

Article 1.11 : Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte

Les enseignes sont limitées à un dispositif par établissement, placé en limite de devanture et sous l'appui des baies du 1^{er} étage. Lorsque l'établissement est à l'angle de plusieurs rues, un dispositif par façade est admis. Ils sont identiques.

Les bureaux de tabac peuvent apposer une deuxième enseigne sur chaque façade.

La surface d'une enseigne perpendiculaire ne doit pas excéder 0,50 mètre carré ; son épaisseur maximum est de 0,1 mètre. La surface peut être portée à 0,64 mètre carré lorsque l'enseigne présente un caractère d'intérêt général, de santé, culturel ou historique.

Toutefois, la hauteur des enseignes des établissements exerçant leur activité sur plusieurs niveaux et des enseignes des bâtiments publics peut excéder ces dimensions.

Article 1.12 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites sauf si l'activité signalée est en retrait de l'alignement. Elles se substituent à toute enseigne perpendiculaire au mur.

Leur surface est comprise entre 1 mètre carré et 2 mètres carrés. Leur hauteur est limitée à 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les messages doivent être regroupés sur un seul dispositif.

Article 1.13 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

Article 1.14 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires se conforment aux dispositions des articles R. 581-68, R 581-69 et R. 581-70 du Code de l'environnement.

Article 1.15 : Extinction nocturne des enseignes

La luminosité des enseignes ne doit pas troubler la quiétude, le confort ou la sécurité des riverains. Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse après 22 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Lorsqu'une activité commence avant 8 heures, les enseignes peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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

Chapitre 2 : Dispositions applicables à la zone 2 et au périmètre hors agglomération

Article 2.1 : Définition de la zone

La zone 2 recouvre les voies urbaines repérées en ocre sur le document graphique annexé au présent règlement, jusqu'à 20 mètres du fil d'eau extérieur de la chaussée, ainsi que le périmètre hors agglomération.

Première partie : les publicités

Article 2.2 : Publicité non-lumineuse hors publicité sur mobilier urbain, publicité sur bâches et publicité sur palissades de chantier

La surface des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol n'excède pas 9 mètres carrés, encadrement compris.

Lorsque le dispositif est exploité recto-verso, les deux faces ne doivent pas présenter de séparations visibles. Lorsque le dispositif est simple face, son dos est habillé et ne doit pas présenter de séparation visible avec la face exploitée.

Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Toutefois, les passerelles intégralement repliables sont admises ; elles demeurent pliées en l'absence des personnels chargés de les utiliser. Elles doivent être peintes d'une couleur identique à celle des dispositifs sur lesquels elles sont fixées.

La hauteur d'un dispositif ne peut excéder 6 mètres au-dessus du niveau du sol. De plus, le point le plus haut du dispositif ne peut excéder 6 mètres par rapport au niveau de la voie la plus proche.

Les publicités sont interdites sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non.

La surface des dispositifs publicitaires muraux n'excède pas 9 mètres carrés, encadrement compris.

Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Toutefois, les passerelles intégralement repliables sont admises ; elles demeurent pliées en l'absence des personnels chargés de les utiliser. Elles doivent être peintes d'une couleur approchant celle du mur support.

Les publicités sont interdites sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 35 mètres linéaire.

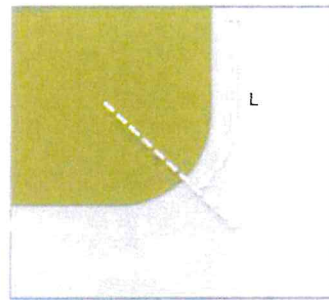
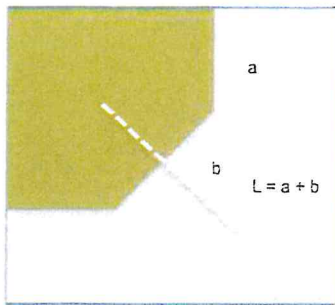
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 35 mètres linéaire, un dispositif publicitaire sur mur support ou scellé au sol peut être installé.

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

Sur une même unité foncière et sur le domaine ferroviaire (hors quais), les dispositifs sont distants de 60 mètres minimum les uns des autres. Aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.

Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie est pris en compte.

Les pans-coupés des unités foncières situées à l'intersection de 2 voies sont additionnés pour moitié à l'une des voies, et pour moitié à l'autre.



Article 2.3 : Publicité sur mobilier urbain

La publicité est admise sur le mobilier urbain dans les conditions définies par les articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement.

Article 2.4 : Publicité sur bâches

La publicité sur bâches de chantier se conforme aux dispositions des articles R. 581-53 et R. 581-54 du Code de l'environnement.

La publicité sur les autres types de bâches est interdite.

Article 2.5 : Publicité sur palissades de chantier

La publicité sur palissades de chantier est admise. Sa surface unitaire n'excède pas 4,70 mètres carrés, encadrement compris.

Article 2.6 : Publicité lumineuse

La publicité éclairée par projection ou transparence est admise. Toute autre forme de publicité lumineuse, dont numérique, est interdite, y compris sur le mobilier urbain.

Article 2.7 : Extinction nocturne des publicités

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain.

Seconde partie : les enseignes

Article 2.8 : Dispositions générales relatives aux enseignes

Une enseigne ne doit pas, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation, modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée ni porter atteinte à la composition, aux éléments d'architecture ou de modénature de la façade ou aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique.

Si l'établissement possède un linéaire de façade étendu sur plusieurs entités architecturales, le nombre et l'implantation des enseignes suivent la logique des entités architecturales.

Tout occupant d'un local commercial visible depuis une voie ouverte à la circulation publique ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants notamment en s'assurant, lorsque l'activité signalée a cessé, que l'enseigne soit supprimée et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

Article 2.9 : Dispositifs interdits

Sont interdites :

- les enseignes fixées sur les arbres ou les plantations ;
- les enseignes numériques, ainsi que les enseignes à messages défilants.
- les enseignes sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non.

Article 2.10 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Dans le respect de l'article R. 581-63 du Code de l'environnement relatif aux façades commerciales, la surface cumulée d'enseignes appliquées sur les surfaces vitrées ne peut excéder 15 % de la surface totale de ces surfaces vitrées.

Article 2.11 : Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte

Elles se conforment à l'article R.581-61 du code de l'environnement.

Article 2.12 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 mètres carrés.

Les mâts supportant des drapeaux ou oriflammes peuvent être autorisés pour la réalisation d'enseignes permanentes. Leur hauteur ne peut excéder 6 mètres. Les matériels doivent être changés dès qu'ils sont salis ou endommagés.

Lorsque leur surface unitaire est supérieure à 1 mètre carré, les enseignes sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsque leur surface unitaire est inférieure ou égale à 1 mètre carré, leur nombre est limité à un par tranche de 40 mètres, placé(s) le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les messages doivent être regroupés sur un seul dispositif.

Article 2.13 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

La hauteur des enseignes ne peut excéder le cinquième de la hauteur de la façade.

Article 2.14 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires se conforment aux dispositions des articles R. 581-68, R 581-69 et R. 581-70 du Code de l'environnement.

Article 2.15 : Extinction nocturne des enseignes

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

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse après 22 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Lorsqu'une activité commence avant 8 heures, les enseignes peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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

Chapitre 3 : Dispositions applicables à la zone 3

Article 3.1 : Définition de la zone

La zone 3 correspond aux secteurs résidentiels de la commune et plus généralement aux secteurs non compris dans les zones 1 ou 2. Elle est repérée en gris sur le document graphique.

Première partie : les publicités

Article 3.2 : Publicités non-lumineuses hors publicité sur mobilier urbain, publicité sur bâches et publicité sur palissades de chantier

Un dispositif installé directement sur le sol de type chevalet est posé au droit de l'établissement qu'il signale. Utilisable au recto et au verso, ses dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 0,7 mètre en largeur. Il doit répondre aux règles d'occupation du domaine public et aux règles d'accessibilité des personnes à mobilité réduite.

Tout autre dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol est interdit.

Toute publicité est interdite sur les murs de clôture et les clôtures de toute nature.

La surface des dispositifs publicitaires sur pignons et façades n'excède pas 4,70 mètres carrés, encadrement compris.

Article 3.3 : Publicité sur mobilier urbain

La publicité est admise sur le mobilier urbain dans les conditions définies par les articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement.

Article 3.4 : Publicité sur bâches

La publicité sur bâches de chantier se conforme aux dispositions des articles R. 581-53 et R. 581-54 du Code de l'environnement.

La publicité sur les autres types de bâches est interdite.

Article 3.5 : Publicité sur palissades de chantier

La publicité sur palissades de chantier est admise. Sa surface unitaire n'excède pas 4,70 mètres carrés, encadrement compris.

Article 3.6 : Publicité lumineuse

La publicité éclairée par projection ou transparence est admise. Toute autre forme de publicité lumineuse, dont numérique, est interdite, y compris sur le mobilier urbain.

Article 3.7 : Extinction nocturne des publicités

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain.

Seconde partie : les enseignes

Article 3.8 : Dispositions générales relatives aux enseignes

Une enseigne ne doit pas, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation, modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée ni porter atteinte à la composition, aux éléments d'architecture ou de modénature de la façade ou aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique.

Tout occupant d'un local commercial visible depuis une voie ouverte à la circulation publique ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants notamment en s'assurant, lorsque l'activité signalée a cessé, que l'enseigne soit supprimée et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

Article 3.9 : Dispositifs interdits

Sont interdites :

- les enseignes d'une surface supérieure à 1 mètre carré sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non ;
- les enseignes fixées sur les arbres ou les plantations ;
- les enseignes numériques, ainsi que les enseignes à messages défilants.

Article 3.10 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Dans le respect de l'article R. 581-63 du Code de l'environnement relatif aux façades commerciales, la surface cumulée d'enseignes appliquées sur les surfaces vitrées ne peut excéder 15 % de la surface totale de ces surfaces vitrées.

Article 3.11 : Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte

Elles se conforment à l'article R.581-61 du code de l'environnement.

Article 3.12 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 4 mètres carrés.

Les mâts supportant des drapeaux ou oriflammes peuvent être autorisés pour la réalisation d'enseignes permanentes. Leur hauteur ne peut excéder 6 mètres. Les matériels doivent être changés dès qu'ils sont salis ou endommagés.

Lorsque leur surface unitaire est supérieure à 1 mètre carré, les enseignes sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsque leur surface unitaire est inférieure ou égale à 1 mètre carré, leur nombre est limité à un par tranche de 40 mètres, placé(s) le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les messages doivent être regroupés sur un seul dispositif.

Article 3.13 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Elles sont interdites.

Article 3.14 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires se conforment aux dispositions des articles R. 581-68, R 581-69 et R. 581-70 du Code de l'environnement.

Article 3.15 : Extinction nocturne des enseignes

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

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.

Lorsqu'une activité cesse après 22 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Lorsqu'une activité commence avant 8 heures, les enseignes peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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

LES SIGNES APPORTÉS

Articles du Code de l'environnement cités dans le règlement local de publicité (version du 15 juillet 2019)

Article R.581-42

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies par la présente sous-section, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.

Il ne peut pas supporter de la publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et dans les espaces définis aux 3°, 7° et 8° de l'article L.581-8.

Il respecte les conditions applicables aux dispositifs publicitaires prévues par les articles R.581-30, R.581-31, R.581-34, R.581-35 et R.581-41.

Lorsqu'il supporte de la publicité numérique il ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Dans les autres cas, il est placé conformément aux prescriptions du règlement local de publicité, ou, à défaut, celles de l'autorité compétente en matière de police.

Article R.581-43

Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite.

Article R.581-44

Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifés sur le domaine public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de la publicité puisse excéder 6 mètres carrés. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces kiosques est interdite.

Article R.581-45

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

Article R.581-46

Les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 mètres carrés utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

Article R.581-47

Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 mètres carrés et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions des articles R.581-31 et R.581-32 et du premier alinéa de l'article R.581-33.

Article R.581-53

I.-Au sens de la présente sous-section, les bâches comprennent :

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

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

II.-Les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

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

III.-Les dispositions des articles R.581-22 à R.581-24, de l'article R.581-27, des articles R.581-29 à R.581-30, de l'article R.581-33, des premier, deuxième et quatrième alinéas de l'article R.581-34, des articles R.581-35 à R.581-37 et de l'article R.581-41 sont applicables aux bâches.

Article R.581-54

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 0,50 mètre par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

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

L'affichage publicitaire apposé sur une bâche de chantier ne peut excéder 50 % de la surface totale de la bâche de chantier. Toutefois, lorsque les travaux de rénovation projetés doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label " haute performance énergétique rénovation " dit " BBC rénovation ", l'autorité compétente de police peut autoriser un affichage publicitaire d'une superficie supérieure à ce plafond.

Article R.581-57

Les dispositifs de petit format mentionnés au III de l'article L.581-8 ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.

Les dispositions des articles R.581-22 à R.581-24, de l'article R.581-27, des articles R.581-29 à R.581-30, de l'article R.581-33, des articles R.581-34 à R.581-37 et de l'article R.581-41 sont applicables aux dispositifs de petit format.

Article R.581-63

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés.

Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.

Le présent article ne s'applique pas aux activités culturelles et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture.

Article R.581-68

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

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

Article R.581-69

Ces enseignes ou préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Article R.581-70

Les enseignes temporaires sont régies par les dispositions de la présente sous-section et du deuxième alinéa de l'article R.581-58, des deuxième à cinquième alinéas de l'article R.581-59, du premier alinéa de l'article R.581-60, des premier et deuxième alinéas de l'article R.581-61, du dernier alinéa de l'article R.581-62 et de l'article R.581-64.

Lorsqu'il s'agit d'enseignes mentionnées au 2° de l'article R.581-68, leur surface unitaire maximale est de 12 mètres carrés lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Article R.581-77

Lorsque le règlement local de publicité autorise, sur le fondement de l'article L.581-7, 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.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que 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.

Lexique

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

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

Alignement :

Limite entre le domaine public routier et les propriétés privées riveraines, le long d'une voie publique, qui ne doit pas être dépassée par une construction.

Annonceur :

Entité en faveur de qui est réalisée la publicité (commerce, marque, entreprise, homme politique, film etc.)

Auvent :

Avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture. Lorsqu'il est vitré, il prend le nom de marquise.

Baie :

Toute ouverture de fonction quelconque pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.)
Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.

Bandeau (de façade) :

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

Bâtiment d'habitation

Tout bâtiment dans lequel 50 % au moins de la surface au moins est destinée à l'habitation.

Caisson lumineux

Structure rigide avec façades translucides comportant un dispositif intérieur d'éclairage

Chantier :

Période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux.

Chevalet :

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

Clôture :

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

Clôture aveugle :

Clôture pleine, ne comportant pas de partie ajourée.

Clôture non aveugle :

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

Corniche :

Ornement en saillie sur un mur destiné à protéger de la pluie.

Devanture :

Revêtement de la façade d'une boutique. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Dispositif d'affichage :

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

Dispositif de petit format :

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

Dispositif publicitaire :

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

Droit (d'une façade) :

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

Emplacement publicitaire :

Lieu précis où est implanté soit un dispositif d'affichage unique, soit l'ensemble formé par deux dispositifs d'affichage alignés verticalement et horizontalement pour les muraux. Pour les portatifs, les dispositifs d'affichage peuvent former un angle entre eux.

Enseigne :

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

Enseigne éclairée :

Enseigne éclairée par spots, caisson, projection.

Enseigne lumineuse :

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

Face (d'un panneau publicitaire)

Surface plate verticale supportant l'affiche.
Un dispositif scellé au sol peut être « double-face ».

Façade aveugle :

Murs des bâtiments ne comportant aucune baie ou des jours de souffrance de surface inférieure à 0,5 m².

Fil d'eau :

Point le plus bas du profil en travers de la chaussée à l'endroit considéré, marquant généralement la limite de celle-ci (caniveau)

Fixe :

Dispositif installé durablement et qui n'est pas lié à une opération ou un événement particulier. C'est le cas général des panneaux publicitaires ou des enseignes. S'oppose à « temporaire » pour le code de l'environnement

Lambrequin :

Bandeau d'ornement en bois ou en tôle ajourée, disposé en partie supérieure des marquises, des baies...
Il désigne également la partie tombante en partie basse d'un store de toile.

Marquise :

Auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Mobilier urbain publicitaire :

Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité, visés par les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement. Il s'agit :
- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis.
- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial.
- des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel.
- des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

- des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Modénature :

Ensemble des éléments de moulures et d'encadrement de la façade.

Mur de clôture :

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

Nu (d'un mur) :

Plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

Ouverture de surface réduite :

Ouvertures dont la surface est inférieure à 0,5m².

Palissade de chantier :

Clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

Piédroit ou pilier :

Montant vertical en maçonnerie situé de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

Pilier :

Montants verticaux en maçonnerie qui sont situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

Préenseigne :

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

Projection ou transparence (éclairage par) :

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

Publicité :

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

Publicité de petit format :

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

Publicité lumineuse :

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemple, néons sur les toits, écrans vidéo. Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont considérés comme des publicités lumineuses mais sont assujettis au régime de la publicité non-lumineuse, en application du dernier alinéa de l'article R.581-34 du Code de l'environnement.

Saillie :

Distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

Store :

Rideau de toile destiné à abriter une baie du soleil ou des intempéries.

Support :

Toute construction (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptible de recevoir un dispositif publicitaire.

Surface d'un mur :

Face externe, apparente du mur.

Envoyé en préfecture le 11/06/2020

Reçu en préfecture le 11/06/2020

Affiché le

SLO

ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE

Surface de la publicité hors mobilier urbain :

Surface hors-tout indiquée dans les documents règlementaires, comprenant l'encadrement du dispositif publicitaire.

Surface de la publicité sur mobilier urbain :

Surface indiquée dans les documents règlementaires, correspondant à la surface de l'affiche ou de l'écran, dite « surface utile ».

Temporaire ;

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

Toiture-terrasse :

Toiture dont la pente est inférieure à 15%.

Unité foncière :

Ensemble des parcelles cadastrales adjacentes appartenant à un même propriétaire.

Vitrine :

Baie vitrée d'un local commercial.

Espace aménagé derrière cette baie où sont exposés les produits.

Tableau récapitulatif

	Zone 1 Centre-ville	Zone 2 Voies urbaines / périphérie hors agglo	Zone 3 Secteurs résidentiels
Publicité sur mur de clôture et clôtures	Interdite	Interdite	Interdite
Publicité non lumineuse murale	Interdite	9 m ² Règle de densité	4,70 m ²
Publicité non lumineuse scellée au sol	Interdite	9 m ² Règle de densité	Interdite
Chevalets	1 par établissement 0,70 m X 1 m	1 par établissement 0,70 m X 1 m	1 par établissement 0,70 m X 1 m
Publicité sur mobilier urbain	2 m ²	RNP	RNP
Publicité sur palissade de chantier	4,70 m ²	4,70 m ²	4,70 m ²
Publicité numérique	Interdite	Interdite	Interdite
Publicité sur toiture ou terrasse	Interdite	Interdite	Interdite
Bâches de chantier	Autorisées	Autorisées	Autorisées
Bâches publicitaires	Interdites	Interdites	Interdites
Publicité de petit format	RNP	RNP	RNP
Enseignes à plat	1 par façade ou 1 par vitrine. Limitée au rez-de-chaussée	RNP	RNP < 1 m ² sur murs de clôture et clôtures
Enseignes perpendiculaires	1 par voie 0,50 m ² (0,64 m ² éventuels)	RNP	RNP
Enseignes numériques scellées au sol	Interdites	Interdites	Interdites
Enseignes numériques murales	Interdites	Interdites	Interdites
Enseignes scellées au sol	Interdites, sauf retrait. 1 m ² < surface < 2 m ² Hauteur 3 m maxi	6 m ² Hauteur 6 m	4 m ² Hauteur 4 m
Enseignes sur toiture ou terrasse	Interdites,	1/5 ^{ème} de la hauteur du bâtiment	Interdites
Enseignes temporaires	RNP	RNP	RNP
Vitrophanies	< 15 % de la surface de la vitrine	< 15 % de la surface de la vitrine	< 15 % de la surface de la vitrine



ROMORANTIN
LANTHENAY

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Plan de zonage du RLP

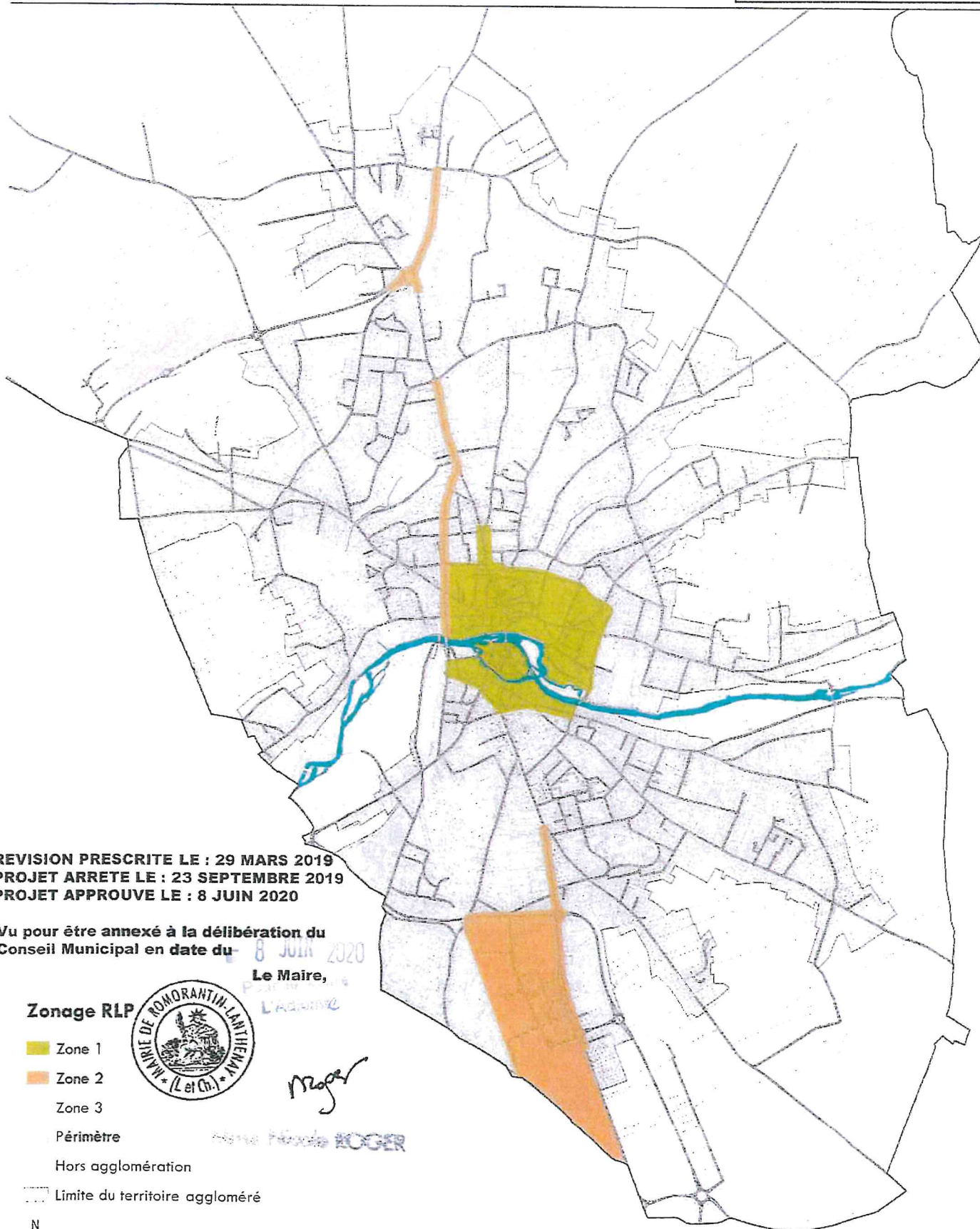
Envoyé en préfecture le 11/06/2020

Reçu en préfecture le 11/06/2020

Affiché le

SLO

ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE



REVISION PRESCRITE LE : 29 MARS 2019
PROJET ARRETE LE : 23 SEPTEMBRE 2019
PROJET APPROUVE LE : 8 JUIN 2020

Vu pour être annexé à la délibération du
Conseil Municipal en date du **8 JUIN 2020**

Le Maire,

Zonage RLP

Zone 1

Zone 2

Zone 3

Périmètre

Hors agglomération

--- Limite du territoire aggloméré



M. Roger

Mme Nicole ROGER



0 500 1000 m

Envoyé en préfecture le 11/06/2020
Reçu en préfecture le 11/06/2020
Affiché le 
ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE

Accusé de réception en préfecture
041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE
-AR
Date de télétransmission : 24/06/2020
Date de réception préfecture : 24/06/2020

DEPARTEMENT DE LOIR-ET-CHER
CANTON ROMORANTIN-LANTHENAY
COMMUNE ROMORANTIN-LANTHENAY

OBJET : Libertés Publiques et pouvoirs de Police
Autres Actes Réglementaires-
Modification des limites de l'agglomération de Romorantin-Lanthenay

N°297/2018

ARRÊTÉ DU MAIRE

Le Maire de la Commune de ROMORANTIN-LANTHENAY ;

Vu la loi n° 82-213 du 2 mars 1982 modifiée relative aux droits et libertés des collectivités locales;

Vu la loi n°83-8 du 7 janvier 1983 modifiée relative à la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'état,

Vu le code général des collectivités territoriales et notamment l'article L 2213.1 ;

Vu le code de la route et notamment les articles R 110.1, R 110.2, R 411.2, R 411.8 et R 411.25 à 28;

Vu l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes;

Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre 1 - 5ème partie - signalisation d'Indication et des services – approuvée par l'arrêté interministériel du 31 juillet 2002 modifié;

Vu l'avis de Monsieur le Président du Conseil Départemental du Loir-et-Cher ;

Considérant que la zone agglomérée située dans les limites définies au présent arrêté a bien le caractère de milieu urbain ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 :

L'arrêté n° 89/2015, en date du 4 mars 2015, fixant les anciennes limites de l'agglomération de Romorantin-Lanthenay est abrogé.

ARTICLE 2 :

Les limites de l'agglomération de Romorantin-Lanthenay au sens de l'article R 110.2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit sur :

- La route départementale n°922, dite avenue de Paris, des deux côtés de la voie au droit du PK : 36,000
- Le chemin rural n°10 dit de Mer, des deux côtés, au droit de la limite des parcelles cadastrées section CS n° 128 et n° 51 ;
- La rue des bruyères, des deux côtés au droit de la limite de la parcelle cadastrée section CT n° 139 - située au n°29 - et du chemin rural n°10 dit de lieu ;



VU pour être annexé
à la délibération
du Conseil Municipal en
date du 8 Juin 2020

LE MAIRE,
L'Adjoint

Mayer

Mairie de Romorantin-Lanthenay

N°297 /2018

- La rue de la Forêt, des deux côtés, au droit de la limite des parcelles cadastrées section CT n° 89 -- située au n°122 - et n° 84 ;
- Le Chemin Vicinal n°2, rue de la Garenne du Puits, des deux côtés au droit de la limite des parcelles cadastrées section CZ n° 75 -- situé au n° 29 - et n° 78 ;
- La rue du Bois Joly, des deux côtés, au droit de la limite des parcelles cadastrées section DA n°7 -- situé au n°45 - et n°22 ;
- La rue du Grand Vauvert, des deux côtés, au droit de la limite entre la parcelle cadastré section AE n°185 et la rue des Fougères ;
- La route départementale n°49 dite rue de Loreux : des deux côtés de la voie au droit du PK : 2,094

La route départementale n°724, dite Avenue de Saibris, des deux côtés, au droit du P.K. 38,687 ;
- La voie communale n°8 dite rue de Longueval, des deux côtés, au droit de la limite entre la parcelle cadastrée section BT n°322 et la route départementale n°75, dite rue de Theillay ;
- La route départementale n°75 dite rue de Theillay, des deux côtés, au droit du P.K : 1,597
- La route départementale n°76 dite rue des Papillons, des deux côtés, au droit du PK : 2,562 ;
- La rue de l'Étang du Colombier, des deux côtés, au droit de la limite des parcelles cadastrées section BW. n°46 et n°47 ;
- La route départementale n°6, dite rue de Langon, des deux côtés, au droit du P.K. 1,564
- La route départementale n°922 dite avenue Pierre Mendès France, des deux côtés, au droit du PK : 40,568
- La rue de la Guillotières, des deux côtés de, au droit de la limite entre la parcelle cadastré section BY. n°467 et l'avenue Pierre Mendès France ;
- L'avenue Georges Pompidou, des deux côtés, au droit de la parcelle BY 576 ;
- La rue des Arrogantes, des deux cotés, au droit de la limite entre la parcelle cadastré section BZ n°521 et la rue des Arrogantes ;
- La rue de la Richaudière, des deux côtés, au droit de l'intersection avec la rue des Trois Communes ;
- La route départementale n°765, des deux côtés, au droit du P.K. 37,380 ;
- La rue de Selies, des deux côtés, au droit de la limite des parcelles cadastrées section CD n°276 et n°65 ;

N°297 /2018

- La rue de Pruniers :
 - o En entrée de commune, du côté droit, au droit de la limite de commune et de la parcelle cadastrée section AR n°213 ;
 - o En sortie de commune, du côté droit, au droit de la limite de commune et de la parcelle cadastrée section AR n°3 – située au n°118 ;
- La voie communale n°12, dite des Gués Raidés, des deux côtés, au droit de son raccordement avec la rue Longueville, au droit de la limite de commune et de la parcelle cadastrée section AR n°1 ;
- La rue de Gy :
 - o En entrée de commune, du côté droit, au droit de la limite de commune et du chemin rural n°6 dite des Alouettes ;
 - o En sortie de commune, du côté droit, au droit de la limite de commune et de la parcelle cadastrée section CH n°214 – située au n°99 ;
- L'Avenue de Blois :
 - o En entrée de commune, du côté droit, au droit de la limite de commune et de la rue de Chambord ;
 - o En sortie de commune, du côté droit, à 45m du marquage extérieur de la voie départementale n°922 ;
- Le chemin rural n° 54 dit rue des Renardières, au droit de la parcelle CK 13
- La rue de Veilleins, des deux côtés, au droit de la limite entre les parcelles cadastrées section CL n°21 et n°101 ;
- La route départementale n°922, des deux côtés de la voie au droit du PK : 37,460
- La rue des Bons Sergents, des deux côtés, au droit de la limite entre les parcelles cadastrées section CN n°21 et n°25 ;
- La route départementale n°13, dite rue de Vernou, des deux côtés, au droit du P.K. 30,907 ;
- La rue de Monthault, des deux côtés, au droit de la limite entre les parcelles cadastrées section CO n°55 et n°54 ; au numéro 32 de la rue.

ARTICLE 3 :

La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 :

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

ARTICLE 5 :

Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur.

N°297 /2018

ARTICLE 6 :

Conformément à l'article R 102 du code des tribunaux administratifs et des cours administratives d'appel, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif d'Orléans, dans un délai de 2 mois à compter de sa publication.

ARTICLE 7 :

Monsieur le Maire de la commune de Romorantin-Lanthenay, Madame la Lieutenante de Gendarmerie et tout agent de la force publique sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, dont une ampliation sera transmise à Madame la Sous-Préfète.

Fait à ROMORANTIN-LANTHENAY, le 15 mai 2018

Le Maire,
Certifié, sous sa responsabilité, le caractère
exécutif de cet acte, transmis au représentant
de l'Etat le

24 MAI 2018
publié ou notifié 24 MAI 2018

informe que le présent acte peut faire l'objet
d'un recours pour excès de pouvoir devant le
Tribunal Administratif d'Orléans dans un délai
de deux mois à compter de la présente
publication ou notification

Le Maire,

Sanny LORGEUX



ROMORANTIN
LANTHENAY

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le territoire aggloméré

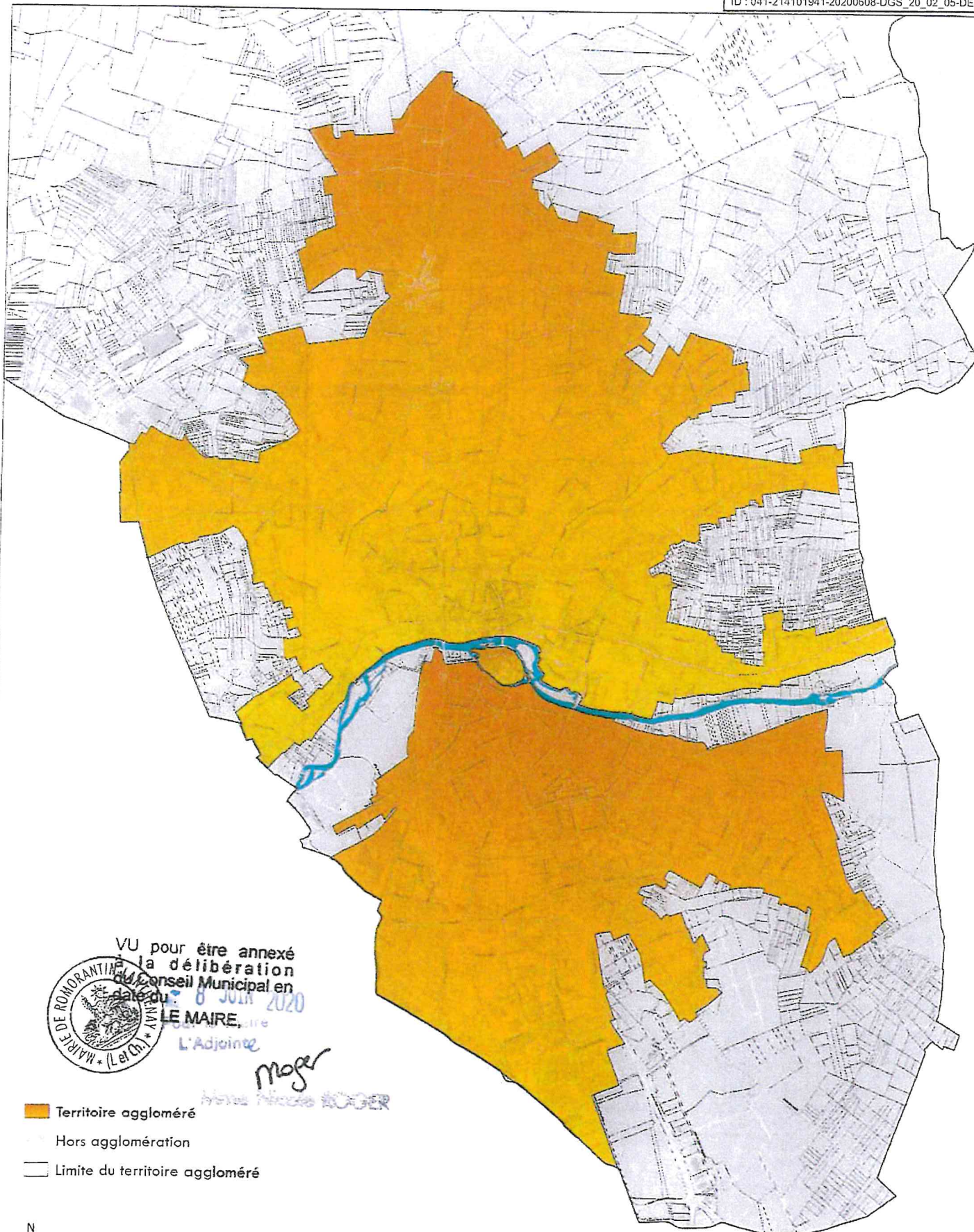
Envoyé en préfecture le 11/06/2020

Reçu en préfecture le 11/06/2020

Affiché le

SLO

ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE






VU pour être annexé
à la délibération
du Conseil Municipal en
date du 8 Juin 2020

LE MAIRE


L'Adjoint

Moger

Nicolas ROGER

-  Territoire aggloméré
-  Hors agglomération
-  Limite du territoire aggloméré



Envoyé en préfecture le 11/06/2020
Reçu en préfecture le 11/06/2020
Affiché le 
ID : 041-214101941-20200606-DGS_20_02_05-DE

VILLE DE ROMORANTIN-LANTHEMAY
(LOIR ET CHER)

Date de réception en préfecture
041-214101941-20180329-RL-DGS-18-02-06
-DE
Date de télétransmission : 03/04/2018
Date de réception préfecture : 03/04/2018

EXTRAIT DU REGISTRE DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

VU pour être annexé
à la délibération
du Conseil Municipal en
date du : 8 JUIN 2020

SEANCE DU 29 MARS 2018



LE MAIRE,

L'Adjoint,

Date de la convocation : 22 mars 2018

PRESIDENT : LORGEUX Jeanny, Maire,

ETAIENT PRESENTS : MM. LORGEUX, GUENIN, Mme ROGER, MM. BARRE, GUIMONET, Mme LE DEAN, MM. DUVAL, HOURY, Mme MARQUES Adjointe au Maire, Mmes BRETEL, GERY, MM. CHEMINOT, DUPUIS, Mmes DOYON, BONNISSEAU, M. LEROY, Mme DEHMEJ, MM. FUSTER, HARNOIS, Mmes COTTEREAU, DEWAELE, MM. JOLIVET, GIRAUDET, Mme BACHELIER, MM. de REDON, GOZARD, Conseillers Municipaux.

SECRETARE : Mme MARQUES, Maire-Adjoint.

EXCUSES :
Mme BAUDAT, Maire-Adjoint, qui donne pouvoir à M. HOURY,
Mme PITAULT, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à M. DUVAL,
Mme POUGET, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à Mme LE DEAN,
Mme ORTH, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à M. LORGEUX,
M. CORDONNIER, Conseiller Municipal, qui donne pouvoir à Mme DEHMEJ,
M. AUGUGLIARO, Conseiller Municipal, qui donne pouvoir à Mme BACHELIER,

ABSENT : M. GABILLAS, Conseiller Municipal.

Après avoir constaté que le quorum est atteint, la séance est ouverte à 19 heures 15.

PRESCRIPTION DE LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE ET DEFINITION DES MODALITES DE CONCERTATION – N° 18/02 - 06

Madame ROGER, Maire-Adjoint, Rapporteur, expose au Conseil Municipal :

"Monsieur le Maire rappelle que notre ville est actuellement dotée d'un règlement local de publicité adopté par arrêté municipal en date du 7 avril 1994.

L'évolution de la législation en matière de publicité, l'évolution commerciale et démographique, le fait que nous soyons situés en zone Natura 2000 nous amènent à réviser ce Règlement Local de Publicité (R.L.P.).

Les objectifs de ce R.L.P., en application de l'article L 153-11 du Code de l'Urbanisme, sont de :

- déterminer les possibilités et conditions de réintroduction et d'implantation de la publicité nécessaires aux activités locales tout en préservant la qualité du patrimoine tant architectural que naturel et du cadre de vie en général,
- préserver l'image du centre historique et du centre-ville en fixant des règles esthétiques,
- améliorer la qualité visuelle des axes structurants de notre territoire communal en allégeant la pression publicitaire,
- améliorer la qualité des zones industrielles et commerciales en imposant des règles d'implantation,
- tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicité liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies en encadrant leur implantation,
- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale en étendant les plages d'extinction nocturne.

Aussi, je vous propose de prescrire la révision de notre règlement local de publicité sur le territoire communal et de définir ensemble les modalités de concertation qui seront mises en œuvre pendant toute la durée d'élaboration du projet."

.../...

Le Conseil Municipal, après en avoir délibéré, décide, à l'unanimité,

- I- de prescrire la révision du Règlement Local de Publicité de la Ville dans le cadre des objectifs évoqués ci-dessus,
- II- de mettre en œuvre la concertation, pendant la durée d'élaboration du projet, conformément aux articles L 103-3 et L 153-11 du Code de l'Urbanisme, selon les modalités suivantes :
 - 1. annonce de la concertation au public par affichage de la délibération en Mairie, par une insertion dans la presse locale sous forme de communiqué et sur le site internet de la Ville,
 - 2. information sur le site internet de la ville de Romorantin-Lanthenay et dans le bulletin municipal,
 - 3. mise à disposition du public pendant toute la durée d'élaboration du projet de R.L.P., d'un dossier comprenant les études mises à jour au fur et à mesure de leur avancement, consultable en Mairie,
 - 4. mise à disposition à la Mairie d'un registre sur lequel le public pourra porter ses observations écrites,
 - 5. organisation de réunions en fonction des besoins identifiés,
- III- de rappeler que Monsieur le Maire, à l'expiration de la concertation, en présentera le bilan devant le Conseil Municipal qui délibérera préalablement à l'arrêt du R.L.P.,
- IV- d'autoriser Monsieur le Maire à signer tout document de type administratif, technique ou financier relatif à cette opération et de donner le pouvoir à Monsieur le Maire de choisir le ou les organisme(s) chargé(s) de la révision du R.L.P.,
- V- de préciser que les crédits destinés au financement des dépenses afférentes sont inscrits au budget.

Conformément à l'article L 153-11 du Code de l'Urbanisme, la présente délibération sera notifiée aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L 132-7 et L 132-9 du même code.

La présente délibération sera transmise au représentant de l'Etat et fera l'objet, conformément à l'article R 153-21 du Code de l'Urbanisme :

- d'un affichage en Mairie pendant un mois et d'une mention, en caractères apparents, dans un journal diffusé dans le Département conformément à l'article R 123-24 du Code de l'Urbanisme,
- d'une publication, pour information, au Registre des Actes Administratifs.

La présente délibération sera exécutoire à compter de sa transmission au représentant de l'Etat dans le Département et de l'accomplissement des mesures de publicité et d'informations précitées.

Le Maire,
Certifie, sous sa responsabilité, le caractère
exécutoire de cet acte transmis au représentant
de l'Etat le - 3 AVR 2018

publié ou notifié le 3 AVR 2018

Informe que le présent acte peut faire l'objet
d'un recours pour excès de pouvoir devant le
Tribunal Administratif d'Orléans dans un délai
de deux mois à compter de la présente
publication ou notification.

Pour Copie Conforme,
Le Maire,


Jeanny LORGEUX.



VILLE DE ROMORANTIN-LANTHEMAY
(LOIR ET CHER)

Accusé de réception en préfecture
041-214101941-20190314-RL-DGS-19-02-03
-DE
Date de télétransmission : 19/03/2019
Date de réception préfecture : 19/03/2019

VU pour être annexé
à la délibération
du Conseil Municipal en
date du 8 Juin 2020

EXTRAIT DU REGISTRE DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL



LE MAIRE,
pour le Maire
L'Adjointe

Moger
Mme Françoise ROGER

SEANCE DU 14 MARS 2019

Date de la convocation : 7 mars 2019

PRESIDENT : **LORGEUX** Jeanny, Maire,

ETAIENT PRESENTS : MM. LORGEUX, GUENIN, Mme ROGER, MM. BARRE, GUIMONET, Mme LE DEAN, M. DUVAL, Mmes BAUDAT, MARQUES Adjointes au Maire, Mmes BRETTEL, POUGET, M. DUPUIS, Mme DOYON, M. LEROY, Mme ORTH, MM. FUSTER, HARNOIS, CORDONNIER, Mmes COTTEREAU, DEWAELE, BACHELIER, MM. de REDON, GOZARD, Conseillers Municipaux.

SECRETARE : Mme MARQUES, Maire-Adjoint

EXCUSES : M. HOURY, Maire-Adjoint, qui donne pouvoir à Mme ROGER, Mme PITAULT, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à M. LORGEUX, Mme GERY, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à Mme DOYON, M. CHEMINOT, Conseiller Municipal, qui donne pouvoir à M. LEROY, Mme BONNISSEAU, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à Mme ORTH, Mme DEHMEJ, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à M. CORDONNIER, M. JOLIVET, Conseiller Municipal, qui donne pouvoir à Mme BACHELIER, M. GIRAUDET, Conseiller Municipal, qui donne pouvoir à M. de REDON,

ABSENTS : M. AUGUGLIARO, Conseiller Municipal,
M. GABILLAS, Conseiller Municipal.

Après avoir constaté que le quorum est atteint, la séance est ouverte à 18 heures.

REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE – DEBAT SUR LES ORIENTATIONS –
N° 19/02 - 03

Madame ROGER, Maire-Adjoint, Rapporteur, expose au Conseil Municipal :

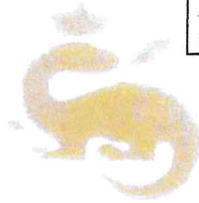
"Je vous rappelle que par délibération en date du 29 mars 2018, notre Conseil Municipal a prescrit la révision de notre Règlement Local de Publicité (R.L.P.) sur le territoire communal et a défini les modalités de concertation.

Un R.L.P. édicte des prescriptions applicables aux publicités, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le Règlement National de Publicité (R.N.P.), peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

Les objectifs de ce règlement sont de :

- déterminer les possibilités et conditions de réintroductions et d'implantation de la publicité nécessaires aux activités locales tout en préservant la qualité du patrimoine tant architectural que naturel et du cadre de vie en général,
- préserver l'image du centre historique et du centre-ville en fixant des règles esthétiques,
- améliorer la qualité visuelle des axes structurants de notre territoire communal en allégeant la pression publicitaire,
- améliorer la qualité des zones industrielles et commerciales en imposant des règles d'implantation,
- tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicité liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies en encadrant leur implantation,
- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale en étendant les plages d'extinction nocturne.

.....



Cette réglementation devra néanmoins garantir la liberté d'expression ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

La procédure d'élaboration du R.L.P. est identique à celle du P.L.U., qui prévoit la tenue d'un débat sur les orientations en Conseil Municipal en application des articles L. 158-14-1 du Code de l'Environnement et L. 153-12 du Code de l'Urbanisme.

Compte tenu du diagnostic réalisé sur notre commune et en fonction des spécificités de notre territoire, des orientations en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement se sont dégagées. Elles constituent le socle sur lequel sera rédigé le projet de règlement.

Ce diagnostic a ainsi mis en évidence le fait que le territoire communal est intégré en totalité dans une zone Natura 2000 où la publicité va être interdite à terme. Aussi, afin de permettre l'information et de dynamiser le commerce local, le règlement local de publicité pourra réintroduire la publicité, et ce de façon mesurée.

Cette étude montre que le centre-ville est assez bien prémuni contre les débordements publicitaires. Les quartiers résidentiels sont également bien protégés.

En revanche, les entrées de ville sont surchargées. En particulier, certains espaces naturels et perspectives arborées sont dégradés par la présence concentrée de trop nombreux panneaux publicitaires de grande surface.

Une multiplication des publicités lumineuses numériques doit être anticipée et réglementée.

En ce qui concerne les enseignes, le centre-ville est plutôt soigné dans son ensemble et le bâti est mis en valeur.

Dans les zones commerciales, l'observation montre des dispositifs muraux qui restent à mettre en conformité. La dimension des enseignes scellées au sol mérite d'être réduite.

A partir de ce diagnostic, les orientations suivantes sont proposées :

1 – Exclure les publicités des secteurs naturels et paysagers ;

La publicité est un phénomène urbain. Interdite hors agglomération et dans les zones naturelles par le règlement national, elle n'est compatible avec aucun autre espace végétalisé. Ceux-ci, indispensables au bien-être des habitants, ne doivent pas être dégradés par la publicité.

2 – Alléger la densité des publicités ;

Lorsqu'elles sont trop proches les unes des autres, les publicités créent de véritables murs dans les paysages et leur impact sur les perspectives est démultiplié.

3 – Adapter la surface des publicités aux typologies des lieux ;

Les dispositifs de publicité dénaturent les sites lorsqu'ils sont trop grands, trop hauts et ce notamment dans les zones résidentielles pavillonnaires où leur surface sera réduite. D'une manière générale, le format maximum sera abaissé afin de tenir compte de notre tissu urbain.

.../...



4 – Définir les lieux où la **publicité numérique** pourra être autorisée et fixer sur surface maximum ;
En raison de sa luminosité, l'impact de cette nouvelle forme de publicité est très important. Elle ne peut être acceptée dans les secteurs d'habitation. Ailleurs, sa surface est à adapter aux lieux environnants.

5 – Fixer des **normes qualitatives** simples pour les **enseignes** de **centre-ville** ;
Lorsqu'elles sont bien intégrées, les enseignes peuvent valoriser l'architecture. Réussies dans leur conception et dans leur insertion, les enseignes assurent une bonne lisibilité de chaque commerce et de l'espace public. Quelques règles relatives au nombre, à la surface ou à la hauteur suffiront pour harmoniser le centre-ville.

6 – Réduire la **surface maximale** des **enseignes scellées** au sol ;
A la différence de l'enseigne apposée sur le mur d'un bâtiment, l'enseigne scellée au sol est un obstacle supplémentaire dans les perspectives. Ni les zones commerciales ni les rues de la ville n'ont à subir l'intrusion d'éléments additionnels de grande dimension. Des surfaces réduites permettront d'assurer la signalisation des activités.

7 – Encadrer les **enseignes numériques** ;
Pour les mêmes raisons que la publicité numérique, les enseignes numériques ne peuvent être acceptées sans condition ni en tout lieu. Leur profusion nuirait autant au cadre de vie qu'à la lisibilité des entreprises.

8 – Limiter la hauteur des **enseignes** en toiture ;
L'enseigne en toiture peut être nécessaire à certains établissements commerciaux. Pour autant, elle doit respecter l'architecture des bâtiments qui les supportent en maintenant une proportion raisonnable entre la hauteur de l'immeuble et la hauteur de l'enseigne.

9 – **Adapter les horaires d'extinction nocturne.**
Les horaires d'extinction ont été fixés de 1 h à 6 h dans le Code de l'Environnement. Pour préserver la quiétude et contribuer aux économies d'énergie, une plage horaire plus étendue sera proposée dans le R.L.P.

Cette séance est **particulière** puisqu'il s'agit de **prendre acte** des orientations présentées ci-dessus et de **bien vouloir en débattre.**"

Le Conseil Municipal, après en avoir **délibéré**, conclut en actant le fait qu'un débat a bien eu lieu au sein du Conseil Municipal au cours duquel les uns et les autres ont pu s'exprimer sur les **orientations** de la révision du Règlement Local de **Publicité** telles que définies par la loi.

Le Maire,
Certifie, sous sa responsabilité, le caractère
exécutoire de cet acte transmis au
représentant de l'Etat le **10 MARS 2019**
Publié ou notifié le **10 MARS 2019**
Informe que le présent acte peut faire l'objet
d'un recours pour excès de pouvoir devant le
Tribunal Administratif d'Orléans dans un
délai de deux mois à compter de la présente
publication ou notification. Le Tribunal
Administratif peut être saisi par l'application
informatique "Télérecours citoyens"
accessible par le site internet
<http://www.telerecours.fr>

Pour Copie Conforme,
Le Maire,



M. Jean-Louis LORGEUX

VU pour être annexé
à la délibération
du Conseil Municipal en



date du : 8 Juin 2019
LE MAIRE, *Maier*

VILLE DE ROMORANTIN-LANTHENAY
(LOIR ET CHER)

Date de réception en préfecture
041-214101941-20190923-RL-DGS-19-05-05
-DE
Date de télétransmission : 01/10/2019
Date de réception préfecture : 01/10/2019

REÇU A LA SOUS-PRÉFECTURE

LE - 1 OCT. 2019



DE
ROMORANTIN-LANTHENAY

**EXTRAIT DU REGISTRE DES
DÉLIBÉRATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

SEANCE DU 23 SEPTEMBRE 2019

Date de la convocation : 16 septembre 2019

LE MAIRE, M. LORGEUX Jeanny, Maire,

ÉTAIENT PRÉSENTS : MM. LORGEUX, GUENIN, Mme ROGER, MM. BARRE, GUIMONET, Mme LE DEAN, M. DUVAL, Mme BAUDAT, M. HOURY, Mme MARQUES, Adjoint au Maire, Mmes PITAULT, BRETTEL, POUGET, GERY, MM. CHEMINOT, DUPUIS, LEROY, Mme ORTH, , MM. FUSTER, HARNOIS, CORDONNIER, Mmes COTTEREAU, DEWAELE, MM. JOLIVET, GIRAUDET, Mme BACHELIER, de REDON, GOZARD, Conseillers Municipaux.

SÉCRÉTAIRE : Mme MARQUES, Maire-Adjoint.

EXCUSES : Mme DOYON, Conseillère Municipale, qui donne pouvoir à Mme GERY,
Mme DEHMEJ, Conseillère Municipale,
M. AUGUGLIARO, Conseiller Municipal, qui donne pouvoir à Mme BACHELIER,

ABSENTS : Mme BONNISSEAU, Conseillère Municipale,
M. GABILLAS, Conseiller Municipal.

Après avoir constaté que le quorum est atteint, la séance est ouverte à 18 heures.

Mme BACHELIER, Conseillère Municipale, quitte la séance à 19 h 22, pendant l'exposé et donc avant le vote de la question n° 19/05 - 06 : "Approbation du Plan Local d'Urbanisme".

**BILAN DE LA CONCERTATION PRÉALABLE ET ARRÊT DU PROJET DE RÉVISION DU
RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP) – N° 19/05 - 05**

Madame ROGER, Maire-Adjoint, Rapporteur, expose au Conseil Municipal :

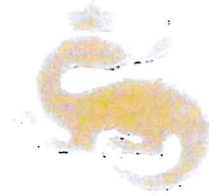
"Par délibération du 29 mars 2018, le Conseil Municipal a prescrit la révision du règlement local de publicité (RLP) sur l'ensemble du territoire communal et a défini les modalités de concertation préalable.

Le règlement local de publicité permet au maire d'adapter la réglementation nationale aux particularités paysagères et économiques de la commune. Il se substitue pour partie à la réglementation nationale en la renforçant.

Dans le cadre de la prescription de la révision de son règlement local de publicité, les objectifs suivants ont été définis :

- Déterminer les possibilités et conditions de réintroduction et d'implantation de la publicité nécessaires aux activités locales tout en préservant la qualité du patrimoine tant architectural que naturel et du cadre de vie en général ;
- Préserver l'image du centre historique et du centre-ville en fixant des règles esthétiques ;
- Améliorer la qualité visuelle des axes structurants de notre territoire communal en allégeant la pression publicitaire ;
- Améliorer la qualité des zones industrielles et commerciales en imposant des règles d'implantation ;
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicité liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies en encadrant leur implantation ;
- Contribuer à la réduction de la facture énergétique en étendant les plages d'extinction nocturne.

.../...



Lors de sa séance du 14 mars 2019, le conseil municipal a débattu sur les orientations générales du projet en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement, constituant le socle sur lequel le projet de règlement est proposé

Ces orientations ont été définies à partir du diagnostic réalisé sur notre commune et en fonction des spécificités de notre territoire.

Le diagnostic a ainsi mis en évidence le fait que le territoire communal est intégré en totalité dans une zone Natura 2000 où, en l'absence de règlement local, la publicité serait totalement interdite à terme. Aussi, afin d'être en mesure d'informer, mais également de dynamiser le commerce local, ce règlement permettra la réintroduction de la publicité, et ce, de façon mesurée.

Cette étude a montré que le centre-ville est assez bien prémuni contre les débordements publicitaires. Les quartiers résidentiels sont également bien protégés. En revanche, les entrées de villes sont surchargées. En particulier, certains espaces naturels et perspectives arborées sont dégradés par la présence concentrée de trop nombreux panneaux publicitaires de grande surface.

De plus, une multiplication des publicités lumineuses numériques doit être anticipée et réglementée.

En ce qui concerne les enseignes, le centre-ville est plutôt soigné dans son ensemble et le bâti est mis en valeur.

Dans les zones commerciales, l'observation montre des dispositifs muraux qui restent à mettre en conformité. La dimension des enseignes scellées au sol méritait d'être réduite.


A partir de ce diagnostic, les orientations suivantes ont été proposées :

- 1 – Exclure les publicités des secteurs naturels et paysagers ;
- 2 – Alléger la densité des publicités ;
- 3 – Adapter la surface des publicités aux typologies des lieux ;
- 4 – Définir les lieux où la publicité numérique pourra être autorisée et fixer une surface maximum ;
- 5 – Fixer des normes qualitatives simples pour les enseignes de centre-ville ;
- 6 – Réduire la surface maximale des enseignes scellées au sol ;
- 7 – Encadrer les enseignes numériques ;
- 8 – Limiter la hauteur des enseignes en toiture ;
- 9 – Adapter les horaires d'extinction nocturne.

Le projet de règlement local de publicité a fait l'objet d'une concertation pendant toute la durée des études nécessaires à sa mise au point conformément aux modalités prévues par la délibération du 29 mars 2018, à savoir :

- Annonce de la concertation au public par affichage de la délibération en Mairie, par une insertion dans la presse locale sous forme de communiqué et sur le site internet de la ville ;
- Information sur le site internet de la ville de Romorantin-Lanthenay et dans le bulletin municipal ;
- Mise à disposition au public pendant toute la durée d'élaboration du projet de R.L.P., d'un dossier comprenant les études mises à jour au fur et à mesure de leur avancement, consultable en Mairie ;
- Mise à disposition à la Mairie d'un registre sur lequel le public pourra porter ses observations écrites ;
- Organisation de réunion en fonction des besoins identifiés.

.../...



Le site internet de la commune a été alimenté en continu sur l'avancement des études nécessaires à la mise au point du RLP dès avril 2018.

L'information a été diffusée dans la revue semestrielle « Romo Dialogues » de la commune, dans le numéro 64 de juin 2018 et dans le numéro 66 de juin 2019. Un avis a été publié dans la presse (La Nouvelle République du 13 avril 2018).

Deux réunions de concertation avec les personnes publiques associées se sont tenues, le 14 février 2019 et le 23 mai 2019. La ville et les PPA ont d'ailleurs été défavorables à l'implantation de publicités numériques.

Deux réunions de concertation avec les afficheurs se sont tenues les 14 février 2019 et 23 mai 2019.

Les professionnels ont donné leurs points de vue sur les publicités et enseignes numériques, sur la surface et la densité des publicités.

La ville a incité les professionnels à apporter leurs contributions.

Une réunion publique a été organisée le 14 février 2019.

Le diagnostic et les objectifs ont été présentés. Plusieurs remarques ont retenu l'attention de la ville, dont la nécessaire limitation des panneaux de grand format et les problèmes engendrés par les publicités numériques.

L'association Paysages de France a également été invitée à participer à cette concertation et a été tenue informée du cours de la procédure.

Tout au long de la concertation, un registre été mis à disposition du public, en mairie, au service urbanisme, avec le dossier de consultation.

Ainsi chacun a été à même de formuler des remarques et propositions sur les études nécessaires à la mise au point du RLP et le projet soumis à concertation n'a pas soulevé de critiques particulières à ce stade.

Il appartient désormais au Conseil Municipal de tirer le bilan de la concertation et d'arrêter le projet de règlement local de publicité qui sera communiqué pour avis aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L. 132-7 et suivants et L. 153-16 et suivants du Code de l'Urbanisme, à la commission départementale nature, paysages et sites. Il sera par la suite soumis à enquête publique."

Le Conseil Municipal, après en avoir délibéré, à l'unanimité,

Vu le Code général des collectivités territoriales et notamment son article R. 2121-9,

Vu les dispositions du chapitre 1^{er} Titre VIII du livre V du Code de l'environnement relatif à la publicité, aux préenseignes et aux enseignes, notamment ses articles L. 581-14 et suivants,

Vu la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ;

Vu le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes,

Vu les dispositions du Code de l'urbanisme, et plus particulièrement l'article L. 300-2 ;

.../...

Vu la délibération du Conseil municipal en date du 29 mars 2018 prescrivant la révision du règlement local de publicité et fixant les modalités de la concertation,

Vu la délibération du Conseil municipal en date du 14 mars 2019 par laquelle le Conseil municipal a pris acte du débat qui s'est tenu en son sein sur les orientations générales du projet de règlement local de publicité,

Vu les actions menées dans le cadre de la concertation,

Vu le projet de révision du règlement local de publicité, et notamment, le rapport de présentation, les documents graphiques, le règlement et les annexes ;

Considérant que ce projet est prêt à être transmis pour avis aux personnes publiques qui ont été associées à son élaboration et aux organismes qui ont demandé à être consultés,

Décide :

- De tirer le bilan de la concertation préalable à la révision du règlement local de publicité ;
- D'arrêter le projet de révision du règlement local de publicité de la ville de Romorantin-Lanthenay tel qu'il est annexé à la présente.

Le projet de révision du règlement local de publicité sera communiqué pour avis :

- Aux personnes publiques associées, ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés. Il sera également transmis pour avis aux président d'associations agréées qui en ont fait la demande ;
- A la commission départementale de la nature, des paysages et des sites.

La présente délibération sera affichée en mairie pendant un mois, conformément aux dispositions de l'article R. 123-18 alinéa 2 du code de l'urbanisme, publiée au recueil des actes administratifs de la commune conformément aux dispositions de l'article L. 2121-24 et R. 2121-10 du code général des collectivités territoriales et annexée au dossier d'enquête publique.

Le Maire,
Certifie, sous sa responsabilité, le caractère
exécutoire de cet acte, transmis au
représentant de l'Etat le **01 OCT. 2019**


Publié ou notifié le **01 OCT. 2019**

Informe que le présent acte peut faire l'objet
d'un recours pour excès de pouvoir devant le
Tribunal Administratif d'Orléans dans un
délai de deux mois à compter de la présente
publication ou notification. Le Tribunal
Administratif peut être saisi par l'application
informatique "Télérecours citoyens"
accessible par le site Internet
<http://www.telerecours.fr>

Pour Copie Conforme,
Le Maire,



Jeanny LORGEUX.

Envoyé en préfecture le 11/06/2020
Reçu en préfecture le 11/06/2020
Affiché le 
ID : 041-214101941-20200608-DGS_20_02_05-DE



VU pour être annexé
à la délibération
du Conseil Municipal en
date du : 8 JUIN 2020
LE MAIRE
Pour le Maire
L'Adjointe


Mme Stéphanie ROGER

ROMORANTIN
LANTHENAY

REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP) DE ROMORANTIN-LANTHENAY

BILAN DE LA CONCERTATION

A - LE CADRE INSTITUTIONNEL

LA COMPETENCE COMMUNALE

La procédure d'élaboration du RLP est définie par le Code de l'environnement, qui renvoie pour le déroulement de la procédure elle-même, dont la concertation, aux dispositions définies par le Code de l'urbanisme pour l'élaboration des plans locaux d'urbanisme (PLU).

La ville de Romorantin-Lanthenay, compétente en matière de plan local d'urbanisme (PLU), est également compétente pour réviser un RLP sur son territoire.

LA DELIBERATION DE PRESCRIPTION

La délibération du 29 mars 2018 prescrivant la révision du règlement local de publicité a défini les modalités de la concertation, visée par l'article L.103-3 du code de l'urbanisme :

- annonce de la concertation au public par affichage de la délibération en mairie, par insertion dans la presse locale sous forme de communiqué et sur le site internet de la ville ;
- information sur le site internet de la ville de Romorantin-Lanthenay et dans le bulletin municipal,
- mise à disposition du public pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLP, d'un dossier comprenant les études mises à jour au fur et à mesure de leur avancement, consultable en mairie ;
- mise à disposition à la mairie d'un registre sur lequel le public pourra porter ses observations écrites ;
- organisation de réunions en fonction de besoins identifiés.

B – MODALITES ET DEROULEMENT DE LA CONCERTATION

AFFICHAGE DE LA DELIBERATION EN MAIRIE, INSERTION DANS LA PRESSE LOCALE

La délibération du 29 mars 2018 a été régulièrement affichée.

Un avis a été publié dans la presse (La Nouvelle République du 13 avril 2018).

Une information a été diffusée dans la revue semestrielle « Romo Dialogues » de la commune, dans le numéro 64 de juin 2018, ainsi que dans le numéro 66 de juin 2019.

SITE INTERNET ET BULLETIN MUNICIPAL

Une page d'information du public dédiée à l'élaboration du RLP a été mise en place sur le site internet de la ville dès avril 2018. Contenant d'abord la délibération de prescription, elle a été augmentée du PowerPoint de présentation des objectifs de la révision du RLP, et de l'annonce de la réunion publique, puis du PowerPoint présenté lors de la réunion publique.

RENCONTRE AVEC LES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES

La ville de Romorantin-Lanthenay a souhaité recueillir l'avis des personnes publiques associées. Celles-ci ont été conviées à participer à deux réunions, le 14 février 2019 et le 23 mai 2019.

La première réunion était essentiellement consacrée à la présentation du diagnostic et des orientations.

Différentes interventions ont porté sur les dispositifs numériques, auxquelles les PPA se sont montrées défavorables, sur le mobilier urbain, sur les caissons lumineux.

La seconde réunion portait sur l'étude du projet de règlement. Celle-ci a permis d'apporter de très nombreuses améliorations. Ainsi ont été discutés :

- le format des publicités sur mobilier urbain en centre-ville ;
- la surface hors-tout des publicités en zone 2 ;
- la possibilité d'accepter ou non les enseignes numériques ;
- la similitude des règles dans les zones commerciales.

L'unité départementale de l'architecture et du patrimoine a adressé le 25 mai 2019 un ensemble de propositions à la ville, tant sur le fond que la forme du projet. Le règlement a été adapté pour tenir compte de la plupart des remarques, par exemple en proscrivant tout dispositif numérique, en abaissant la hauteur des enseignes scellées au sol en zone 1, en réduisant la surface hors-tout des dispositifs dits « de 8 m² »

RENCONTRE AVEC LES PROFESSIONNELS

La ville de Romorantin-Lanthenay a auditionné les professionnels de l'affichage et leurs organisations professionnelles. Deux réunions de concertation avec les afficheurs se sont tenues les 14 février 2019 et le 23 mai 2019.

De nombreuses sociétés étaient représentées.

Lors de la première réunion, les professionnels ont donné leurs points de vue sur les publicités et enseignes numériques, les jugeant acceptables dans les centres commerciaux, en petit format. Les surfaces et densité des publicités ont aussi été évoqués.

Lors de la réunion suivante, les professionnels ont mis en avant les conséquences économiques d'une réglementation trop sévère et les difficultés auxquelles serait confronté le commerce local.

La ville a entendu les sociétés et les a incitées à continuer d'apporter leurs contributions au service urbanisme.

REUNION PUBLIQUE

Une réunion publique a été organisée le 14 février 2019.

Le diagnostic et les objectifs ont été présentés sous une forme comparable à celle des réunions PPA et professionnels afin que l'information soit identique pour tous.

A l'issue de la présentation, la parole a largement circulé. Plusieurs remarques ont retenu l'attention de la ville, dont la nécessaire limitation des panneaux de grand format et les problèmes engendrés par les publicités numériques.

MISE A DISPOSITION DU PUBLIC D'UN DOSSIER ET D'UN REGISTRE

Un dossier de consultation et un dossier de présentation ont été ouverts parallèlement et mis à la disposition du public au service urbanisme, tout au long de la concertation.

Aucune remarque n'a été recueillie.

COURRIERS RECUS

L'association Paysages de France a souhaité être associée aux travaux. Elle a été conviée à une rencontre le 23 mai 2019. L'association n'ayant pu envoyer de représentant, des échanges ont eu lieu par courriel. Un courrier a été adressé à la ville le 20 juin 2019, détaillant l'ensemble des mesures préconisées. Parmi les demandes liées aux formats, aux types d'implantation, à la publicité sur mobilier urbain, l'association s'est plus particulièrement souciée de l'éventuelle admission de dispositifs numériques.

La société Scandère a envoyé un courrier le 26 juin 2019, demandant de porter de 40 à 20 mètres le linéaire minimum des unités foncières pouvant accueillir la publicité. La ville après étude minutieuse des possibilités, a réduit cette longueur à 35 mètres.