

# PORTER À CONNAISSANCE DE L'ÉTAT

Élaboration du règlement local de publicité intercommunal  
de la **Communauté d'Agglomération Bergeracoise**

Mars 2021



**PRÉFET  
DE LA  
DORDOGNE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

<b>Le cadre législatif du porter à connaissance.....</b>	<b>3</b>
<b>L'autorité compétente en matière de RLPi.....</b>	<b>5</b>
Le contexte local.....	6
<b>Le cadre juridique.....</b>	<b>7</b>
La procédure d'élaboration ou de révision du RLPi.....	8
La concertation.....	9
Le contenu du RLPi.....	11
La situation juridique de la CAB à l'égard de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes.....	14
Les éléments à prendre en compte pour l'élaboration d'un RLPi.....	28
Les autres réglementations traitant de l'affichage publicitaire (à titre informatif).....	29

# Le cadre législatif du porter à connaissance

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE) a entièrement refondu la procédure d'élaboration des règlements locaux de publicité dits de deuxième génération. Ils sont élaborés conformément aux dispositions qui régissent l'élaboration des PLU.

**Articles L. 132-1 à L. 132-3 du code de l'urbanisme** ■ « L'État veille au respect des principes définis à l'article L. 101-2 et à la prise en compte des projets d'intérêt général ainsi que des opérations d'intérêt national.

Le préfet porte à la connaissance des communes ou de leurs groupements compétents les dispositions particulières applicables au territoire concerné qui lui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement. Il s'agit de présenter les règles applicables en matière de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes ainsi que celles concernant la procédure d'élaboration du RLPi.

Les porters à connaissance sont tenus à la disposition du public par les communes ou les groupements compétents. En outre, tout ou partie de ces pièces peut être annexé au dossier d'enquête publique. »

**Article R. 132-1 du code de l'urbanisme** ■ Pour l'application de l'article L. 132-2, le préfet de département porte à la connaissance de la commune, de de l'établissement public de coopération intercommunale ou du syndicat mixte qui a décidé d'élaborer ou de réviser un schéma de cohérence territoriale, un plan local d'urbanisme ou une carte communale :

1° Les dispositions législatives et réglementaires applicables au territoire concerné et notamment les directives territoriales d'aménagement et de développement durables, les dispositions relatives au littoral et aux zones de montagne des chapitres Ier et II du titre II du présent livre, les servitudes d'utilité publique, le schéma régional de cohérence écologique, le plan régional de l'agriculture durable, le plan pluriannuel régional de développement forestier et les dispositions du plan de gestion du ou des biens inscrits au patrimoine mondial ;

2° Les projets des collectivités territoriales et de l'État et notamment les projets d'intérêt général et les opérations d'intérêt national ;

3° Les études techniques nécessaires à l'exercice par les collectivités territoriales de leur compétence en matière d'urbanisme dont dispose l'État, notamment les études en matière de prévention des risques et de protection de l'environnement.

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

**« [...] le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.[...] »**

**Article L. 581-14 du code de l'environnement** ■ « Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme [...] »

# L'autorité compétente en matière de Règlement Local de Publicité Intercommunal (*RLPi*)

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

Dans le cas d'un RLPi, l'initiative de l'élaboration du document appartient à l'EPCI compétent. Aussi, cette élaboration doit se faire en collaboration avec les communes membres, c'est-à-dire en rendant compte aux différents maires de l'état d'avancement du projet (articles L. 153-8 et suivants du code de l'urbanisme).

La loi du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et à un urbanisme renoué (dite loi Alur) a modifié les dispositions relatives aux procédures d'élaboration et d'évolution des documents d'urbanisme (SCoT, PLU, cartes communales). Ces dernières étant, hormis la procédure de modification simplifiée, applicables en matière de RLPi selon l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement.

Cette loi a transféré, dans un délai de trois ans à compter de la publication de la loi (soit le 27 mars 2017) la compétence PLU aux intercommunalités qui ne disposaient pas d'une compétence de plein droit (communautés de communes et communautés d'agglomération), avec toutefois une minorité de blocage (au moins 25 % des communes représentant au moins 20 % de la population) exprimée en ce sens au plus tard trois mois avant l'échéance de trois ans (soit au plus tard le 27 décembre 2016).

## Le contexte local

Par délibération du 21 septembre 2020, le conseil communautaire de la Communauté d'Agglomération du Bergeracois prescrit l'élaboration de son règlement local de publicité intercommunal sur l'ensemble de son territoire.

Conformément aux articles L. 132-2 et R. 132-1 du code de l'urbanisme, L.581-14 et L. 581-14-1 du code de l'environnement susmentionnés, le présent document est transmis par l'État afin de porter à la connaissance de la collectivité les informations nécessaires à l'élaboration du RLPI.

Ce document a été établi avec le souci de clarifier le plus en amont possible les principales politiques publiques que la collectivité devra veiller à prendre en compte dans le cadre de l'élaboration de son RLPI.

En tant que de besoin ces informations seront actualisées ou complétées au cours de la procédure.

A ce jour, le territoire de la Communauté d'Agglomération du Bergeracois est couvert par 1 règlement local de publicité (commune de Bergerac).

# Le cadre juridique

La préservation de la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et les populations, est au cœur de la politique du paysage. La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes s'inscrit dans le prolongement de cet objectif.

La loi du 29 décembre 1979 a constitué la première réglementation de l'affichage publicitaire extérieur et des enseignes.

Le code de l'environnement l'avait intégrée dans ses articles L. 581-1 à L. 581-45 et R. 581-1 à R. 581-88.

Il définit les règles applicables aux dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique afin d'assurer la protection du cadre de vie tout en maintenant le principe de liberté d'expression.

La loi portant Engagement National pour l'Environnement (loi ENE) du 12 juillet 2010 ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes.

La loi relative à la liberté de création, à l'architecture et au patrimoine (loi LCAP) du 7 juillet 2016 apporte des modifications en matière de publicité, conformément à ses articles 75, 100 et 112.

La loi relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique (loi engagement et proximité) du 27 décembre 2019 apporte des modifications en matière de publicité, conformément à ses articles 22 et 54.

La loi Alur du 24 mars 2014 a depuis abrogé toutes les références au RLPi qui étaient issues de la loi du 12 juillet 2010 adoptées aux articles L.111-6 et suivants du code de l'urbanisme. Lorsque dans le cadre de l'adoption ou de la révision d'un PLU il était décidé d'ouvrir à l'urbanisation la partie non urbanisée d'une entrée de ville traversée par une route à grande circulation, un RLP devait être adopté. La procédure d'enquête publique devait être par ailleurs conjointe au PLU et au RLP.

Cette obligation a désormais disparu, ce qui entraîne deux conséquences :

- il n'y a plus obligation légale de traiter les entrées de ville dans le cadre d'un RLPi ;
- les procédures d'adoption du PLUi et du RLPi sont désormais dissociées, il n'est plus nécessaire de procéder à une procédure unique et à une même enquête publique.

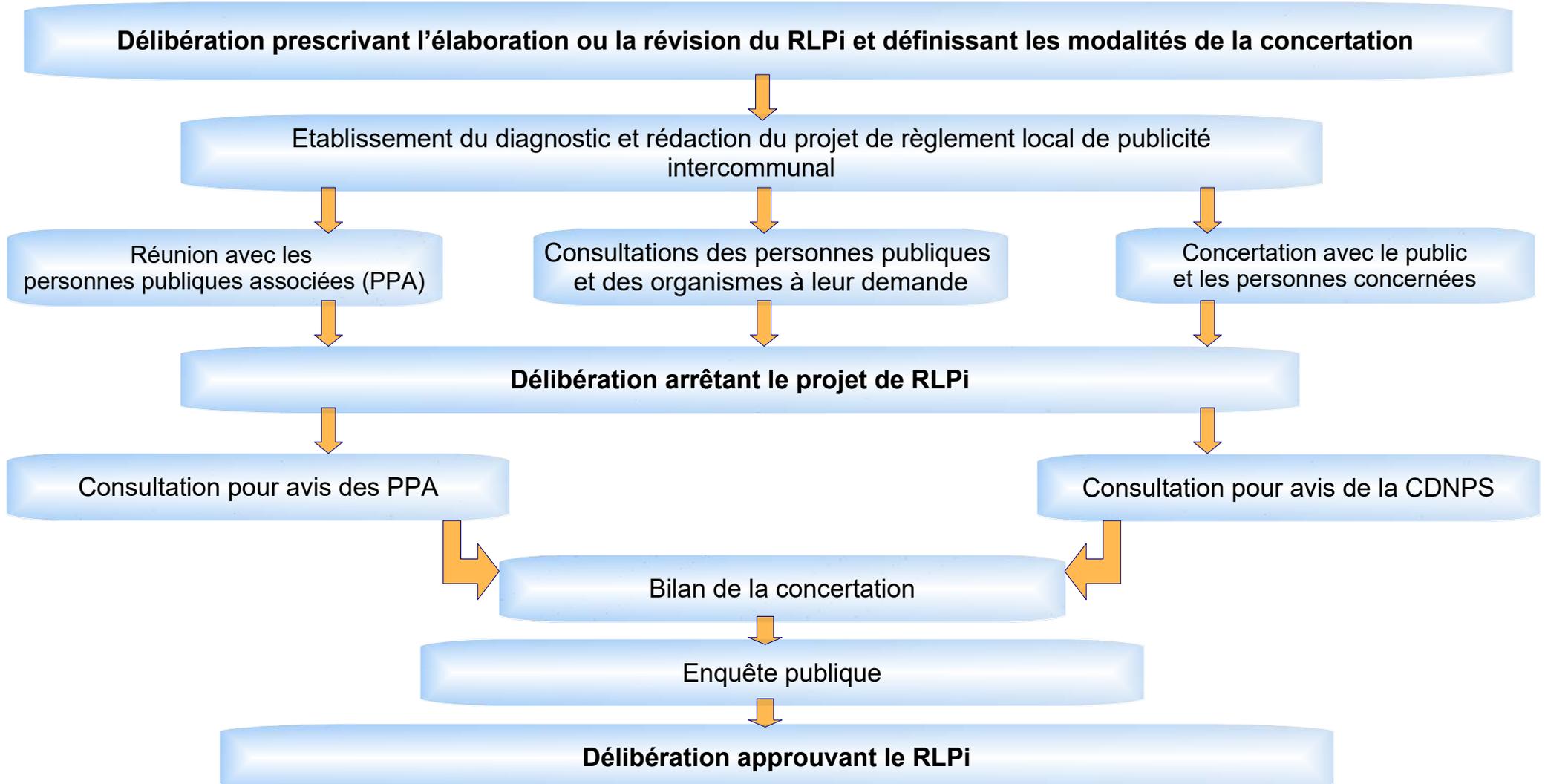
La loi du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (TPE), dite loi Pinel a inséré un alinéa à l'article L. 581-14 du code de l'environnement qui prévoit que le RLP peut « *aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue 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* ».

*Cette disposition pourrait permettre de compléter l'obligation figurant au 3 alinéa de l'article R. 581-58 du code de l'environnement selon lequel « l'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité [...] ». En effet, cette remise en état n'est pas systématiquement effectuée, le commerçant ayant quitté les lieux. Elle pourrait donc désormais incomber au propriétaire du local commercial.*

**En présence d'un RLPi approuvé, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire, au nom de la commune sur l'ensemble du territoire communal conformément aux dispositions de l'article L 581-14-2 du code de l'environnement.**

# La procédure d'élaboration ou de révision du RLPi

**Schéma de l'élaboration ou de révision de droit commun du RLPi  
(art. L123-6 à L.123-13 du code l'urbanisme et art. L.581-14-1 du code de l'environnement)**



# La concertation

La concertation préalable est librement organisée par le président de l'EPCI, conformément aux modalités définies dans la délibération de prescription.

Celles-ci devront être scrupuleusement respectées durant toute la procédure.

Elle doit associer les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées (dans le domaine de la publicité extérieure, ce sont notamment les commerçants, les enseignants et les sociétés d'affichage).

Les modalités de concertation doivent, pendant la durée de l'élaboration du projet, permettre au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'EPCI ou la commune. La concertation pourra revêtir la forme suivante :

- ✓ mise à disposition du public, au siège de l'EPCI ou en mairie, d'un dossier dans lequel seront indiqués les objectifs poursuivis et d'un registre où toute personne intéressée pourra formuler ses observations ;
- ✓ mise en ligne, sur le site internet de l'EPCI ou de la commune, du dossier et de l'état d'avancement. Le public pourra formuler ses observations ;
- ✓ organisation d'une réunion publique.

A ce terme, l'organe délibérant tire le bilan de la concertation. Celui-ci peut être réalisé à n'importe quel moment entre la fin de la concertation et le début de l'enquête publique.

## LES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIÉES (PPA)

**Les personnes publiques associées de droit** ■ Ces personnes publiques ont un statut particulier dans le déroulement de la procédure :

- Elles reçoivent la notification de la délibération de prescription ;
- Elles peuvent demander à être consultées pendant toute la durée de la procédure ;
- Le projet de RLPi arrêté leur est transmis pour avis nonobstant le fait qu'elles ne se soient pas manifestées préalablement ;
- Leur avis sur le projet de RLPi est annexé au dossier soumis à enquête.

Conformément aux articles L.132-7 et suivants du code de l'urbanisme, les personnes publiques associées au projet de RLPi sont :

- l'État,
- le président du conseil régional, le président du conseil départemental,
- le représentant de l'autorité compétente en matière d'organisation de transports urbains,
- le président de l'EPCI compétent en matière de programme local de l'habitat,
- les représentants des chambres consulaires (métiers, commerce et industrie, agriculture),
- les représentants des organismes de gestion des parcs naturels régionaux et des parcs nationaux,
- le président de l'EPCI chargé du suivi du Schéma de Cohérence Territoriale (ScoT),
- le président de l'établissement public chargé d'un ScoT limitrophe du territoire objet du RLPi lorsque ce territoire n'est pas couvert par un ScoT,

## **LES PERSONNES PUBLIQUES CONSULTÉES À LEUR DEMANDE**

Sont consultées à leur demande, les personnes publiques suivantes :

- ✓ les présidents des EPCI voisins compétents en matière de PLUi ;
- ✓ les maires des communes voisines ou leurs représentants ;
- ✓ les associations locales d'usagers agréées art. R.132-6 du code de l'urbanisme ;
- ✓ les associations agréées de protection de l'environnement art. L.141.1 du code de l'environnement.

## **LES PERSONNES PUBLIQUES CONSULTÉES À L'INITIATIVE DU PRÉSIDENT DE L'EPCI**

S'il le souhaite, le président de la Communauté d'Agglomération du Bergeracois peut recueillir l'avis de toute personne, organisme ou association compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'environnement, d'architecture, d'habitat et de déplacements.

# Le contenu du RLPi

En application de l'article L.581-14 du code de l'environnement, l'EPCI élabore sur l'ensemble de son territoire communautaire un règlement local de publicité intercommunal qui adapte les dispositions prévues à l'article L.581-9 du code de l'environnement.

En agglomération, une ou plusieurs zones sont déterminées pour voir s'appliquer une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité. Le règlement local de publicité intercommunal comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R 581-72 du code de l'environnement).

## LE RAPPORT DE PRÉSENTATION

Le contenu est libre, mais l'article R. 581-73 du code de l'environnement impose :

- ✓ qu'il s'appuie sur un diagnostic ;
- ✓ qu'il définisse des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure ;
- ✓ qu'il explique les choix retenus en matière de règles locales et de zonage, au regard des orientations et objectifs définis.

**Le diagnostic** ■ Le diagnostic est l'occasion de procéder à un recensement des dispositifs publicitaires en infraction avec le règlement national de publicité et d'identifier les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu de dispositions législatives (art. L.581-4 et L. 581-8 du code de l'environnement). Il doit permettre également d'identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales, etc...).

Ce diagnostic peut comporter :

- ✓ une analyse précise du droit applicable sur le territoire communal, en distinguant les divers dispositifs concernés (publicités, pré-enseignes et enseignes) et les différents secteurs géographiques d'application des règles nationales (agglomération(s), interdictions légales, etc.) ;
- ✓ une analyse du parc des différents dispositifs existants au regard des règles qui leur sont opposables ;
- ✓ la sensibilité environnementale et paysagère du cadre de vie peut être soulignée pour déterminer les secteurs d'enjeux réglementaires.

Le diagnostic peut également :

- ✓ recenser les enjeux architecturaux et paysagers ;
- ✓ identifier les spécificités des différents secteurs du territoire, notamment ceux concernés par les enjeux économiques, les espaces sous pression publicitaire nécessitant une réflexion sur l'avenir envisagé ;
- ✓ identifier les critères de pollution visuelle ;
- ✓ proposer des pistes d'actions pour traiter des thématiques clés.

**Les orientations et les objectifs** ■ Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement identifiés, l'EPCI va définir les orientations et objectifs du RLPi en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement.

## LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES

Quelles que soient les dispositions du RLPi, celles-ci doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les opérateurs économiques et la protection du cadre de vie. Afin d'assurer la lisibilité du règlement, il est inutile que le RLPi reprenne textuellement les dispositions qui figurent dans le règlement national de publicité (RNP) et qui continuent de s'appliquer. On dit alors que le RNP vaut RLPi.

**Les dispositions** ■ Elles peuvent être générales ou spécifiques à certaines zones (adaptées en fonction des espaces concernés, de la situation en ou hors agglomérations).

Le RLPi peut prévoir des dispositions plus restrictives que le RNP dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération.

Il conviendra d'édicter des règles simples, dont la mise en œuvre doit être facile. Par exemple, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex. : 5 m<sup>2</sup>). Les formats de 12 m<sup>2</sup>, 8 m<sup>2</sup> ou 4 m<sup>2</sup> sont des formats d'affichage publicitaire courants.

Le règlement local de publicité intercommunal peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (article L 581-18 du code de l'environnement). Le fait que certains dispositifs relèvent d'un régime d'autorisation administrative préalable (publicités lumineuses, bâches publicitaires, dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles, enseignes) ne fait pas obstacle à l'édiction par le règlement local de publicité intercommunal de prescriptions plus restrictives que la réglementation nationale qui concernent ces dispositifs. Ainsi, l'installation d'une enseigne peut par exemple donner lieu à des prescriptions esthétiques dont les principes doivent être traités par le RLPi.

Il conviendra également de préciser que les restrictions locales apportées aux règles nationales concernant les publicités, les pré-enseignes et, éventuellement, les enseignes doivent trouver leur fondement dans des considérations de protection de l'environnement et du cadre de vie conformément au rapport de présentation qui doit désormais énoncer les raisons pour lesquelles les restrictions locales sont adoptées.

**Les périmètres** ■ En principe, la publicité est interdite hors agglomération. Cependant un RLPi peut lever cette interdiction par l'institution d'un zonage spécifique appelé « périmètre ». Celui-ci ne peut être institué qu'à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.

**Les pré-enseignes dérogatoires** ■ Si la collectivité gestionnaire de la voirie a fixé des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des pré-enseignes dérogatoires, après consultation des autres collectivités concernées, celles-ci sont intégrées au RLPi (dans l'esprit de la signalisation d'information locale, application de formats, hauteurs ou codes couleurs).

**Le règlement ne peut instituer des mesures ayant pour effet d'interdire, de manière générale et absolue, la publicité.**

**Le RLPi doit veiller à ne pas instituer de discriminations entre les sociétés d'affichage.**

**Il ne peut soumettre à autorisation préalable d'autres dispositifs que ceux que la loi énumère (art. L.581-9 et L.581-18 du code de l'environnement).**

**Il ne peut prévoir de procédures spécifiques d'instruction différentes de celles figurant dans la code de l'environnement.**

## LES ANNEXES

**Le contenu** ■ Les annexes du RLPi sont constituées du ou des documents graphiques ainsi que des différents arrêtés municipaux et des plans fixant les limites des communes membres de l'EPCI.

Les maires vont s'assurer, au travers de la réflexion sur le RLPi, de la correspondance entre la réalité physique de l'agglomération et sa réalité « formelle » et dans l'hypothèse contraire, aligner la seconde sur la première.

**Les documents graphiques** ■ Comme en matière de document d'urbanisme, les documents graphiques ont pour objet de localiser les zones et, le cas échéant, les périmètres dans lesquels des dispositions particulières ont été instituées (art.R.581-78, al 1 du code de l'environnement).

Si les prescriptions du RLPi sont générales et qu'il ne comporte par conséquent ni zone, ni périmètre, les documents graphiques propres au RLPi ne sont pas nécessaires.

Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité intercommunal.

Plusieurs autres actes administratifs concernant directement le droit de l'affichage peuvent également être annexés au règlement local de publicité intercommunal notamment :

- les arrêtés du maire interdisant, en application du paragraphe II de l'article L.581-4 du code de l'environnement présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque ;
- les arrêtés du maire déterminant, en application du 2e alinéa de l'article L.581 -13 du code de l'environnement, les emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

# Recensement de la population municipales des Communes de la CAB

## LA POPULATION

Selon l'INSEE, les 38 communes qui forment la Communauté d'Agglomération du Bergeracois comptent chacune les populations municipales permanentes suivantes (populations 2017) :

Bergerac	<b>26833</b>	Lamonzie Saint Martin	<b>2532</b>	Ribagnac	<b>308</b>
Bosset	<b>215</b>	Le Fleix	<b>1485</b>	Rouffignac de Sigoulès	<b>3111</b>
Bouniagues	<b>587</b>	Lembras	<b>1142</b>	Saint Georges de Blancaneix	<b>252</b>
Colombier	<b>257</b>	Lunas	<b>386</b>	Saint Germain et Mons	<b>829</b>
Cours-de-Pile	<b>1578</b>	Mescoules	<b>176</b>	Saint Géry	<b>223</b>
Creysse	<b>1740</b>	Monbazillac	<b>829</b>	Saint Laurent des Vignes	<b>886</b>
Cunèges	<b>290</b>	Monestier	<b>390</b>	Saint Nexans	<b>967</b>
Fraisse	<b>172</b>	Montfaucon	<b>294</b>	Saint Pierre d'Eyraud	<b>1795</b>
Gageac et Rouillac	<b>465</b>	Mouleydier	<b>1132</b>	Saint Sauveur	<b>847</b>
Gardonne	<b>1592</b>	Pomport	<b>739</b>	Saussignac	<b>428</b>
Ginestet	<b>729</b>	Prigonrieux	<b>4157</b>	Sigoulès-et-Flaugeac	<b>1225</b>
La Force	<b>2674</b>	Queyssac	<b>466</b>	Thénac	<b>4888</b>
Lamonzie-Montastruc	<b>709</b>	Razac de Saussignac	<b>332</b>		

soit un total de **67 630** habitants pour la CAB.

# La situation juridique de la CAB à l'égard de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes

La réglementation de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes précise :

✓ **le périmètre de l'unité urbaine formé par les communes de la Communauté d'Agglomération du Bergeracois dans lequel s'applique les dispositions relatives aux agglomérations de moins de 10 000 habitants (37 communes) et les agglomérations de plus de 10 000 habitants (commune de Bergerac) dans une unité urbaine inférieure à 100 000 habitants (UU. CAB 64145 hab.) ;**

Les notions géographique et démographique de l'agglomération ne se recoupent pas nécessairement. Si entre des communes membres d'une même unité urbaine existent des espaces non bâtis, la notion géographique de l'agglomération prime : ces espaces sont situés hors agglomération et la publicité y est donc interdite.

## LA NOTION D'AGGLOMÉRATION

L'article L.581-7 du code de l'environnement précise que l'agglomération est définie en vertu des règles du code de la route : « l'agglomération se définit comme l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse » (art. R.110-2 du code de la route).

Cependant le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Société Publi-système, req. N°68134).

Pour identifier une zone agglomérée, le tissu urbain doit présenter une certaine densité. A contrario, un espace où les bâtiments sont éloignés les uns des autres n'est pas une agglomération.

## LES PROTECTIONS PATRIMONIALES ET NATURELLES

**En dehors des interdictions générales de la publicité prévus à l'article L.581-4 du code de l'environnement, l'article L.581-8 du code de l'environnement précise que la publicité est interdite dans les agglomérations.**

Le RLPi ne peut pas déroger à l'interdiction absolue de publicité édictée à l'article **L.581-4** du code de l'environnement :

- sur les immeubles classés ou inscrits ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.

Il peut, par contre, être dérogé aux interdictions mentionnées à l'article **L.581-8** du code de l'environnement :

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- dans les secteurs sauvegardés ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- dans les sites patrimoniaux remarquables (anciennes zones de l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine) ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 (*site Natura 2000*) ;

## LES SITES, MONUMENTS HISTORIQUES ET PROTECTIONS NATURELLES

Dans l'état actuel de nos connaissances, le territoire de la Communauté d'Agglomération du Bergeracois est concerné par les servitudes d'urbanisme ou autres limitations d'utilisation des sols.

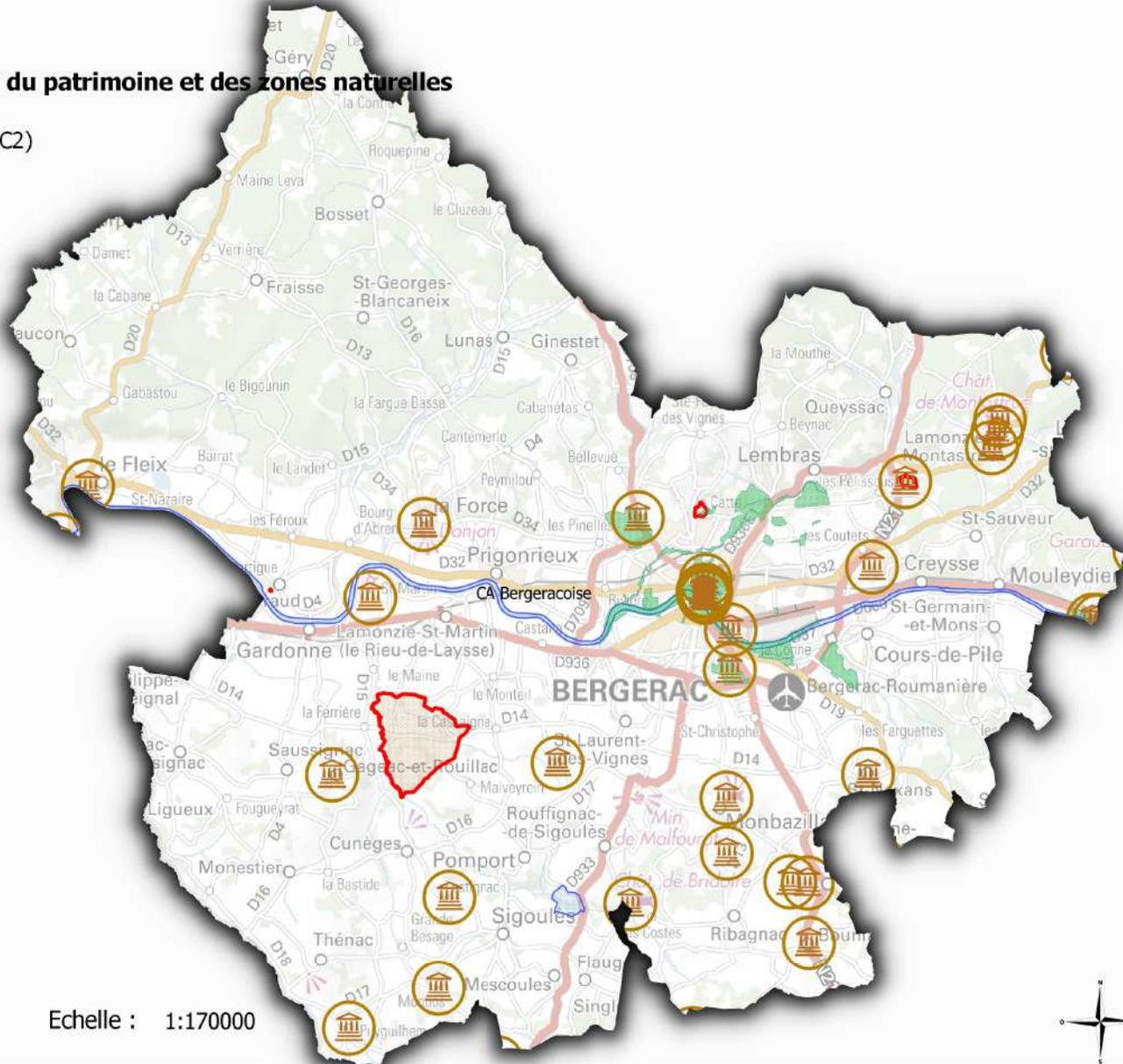
Cet état des servitudes a été établi par commune et notifié au titre du PAC du PLUi de la CAB en date du 04 février 2014 et il est également disponible sur le site internet de l'Atlas des paysages de la Dordogne : <https://atlas-paysages.dordogne.fr/>

Les services de l'État ont réalisé une mise en conformité de **200 dispositifs publicitaires** sur le territoire de la CAB.

**Légende**

**Servitudes relatives à la conservation du patrimoine et des zones naturelles**

- Zone sites inscrits (AC1)
- Zone sites patrimoniaux remarquables (AC2)
- Sites Monuments Historiques (AC3)
- Zone Natura 2000 (AC4)



Carte réalisée le 25/02/2021

Echelle : 1:170000



PREFET DE LA DORDOGNE  
 Direction Départementale des Territoires  
 Cité Administrative - 24024 PERIGUEUX

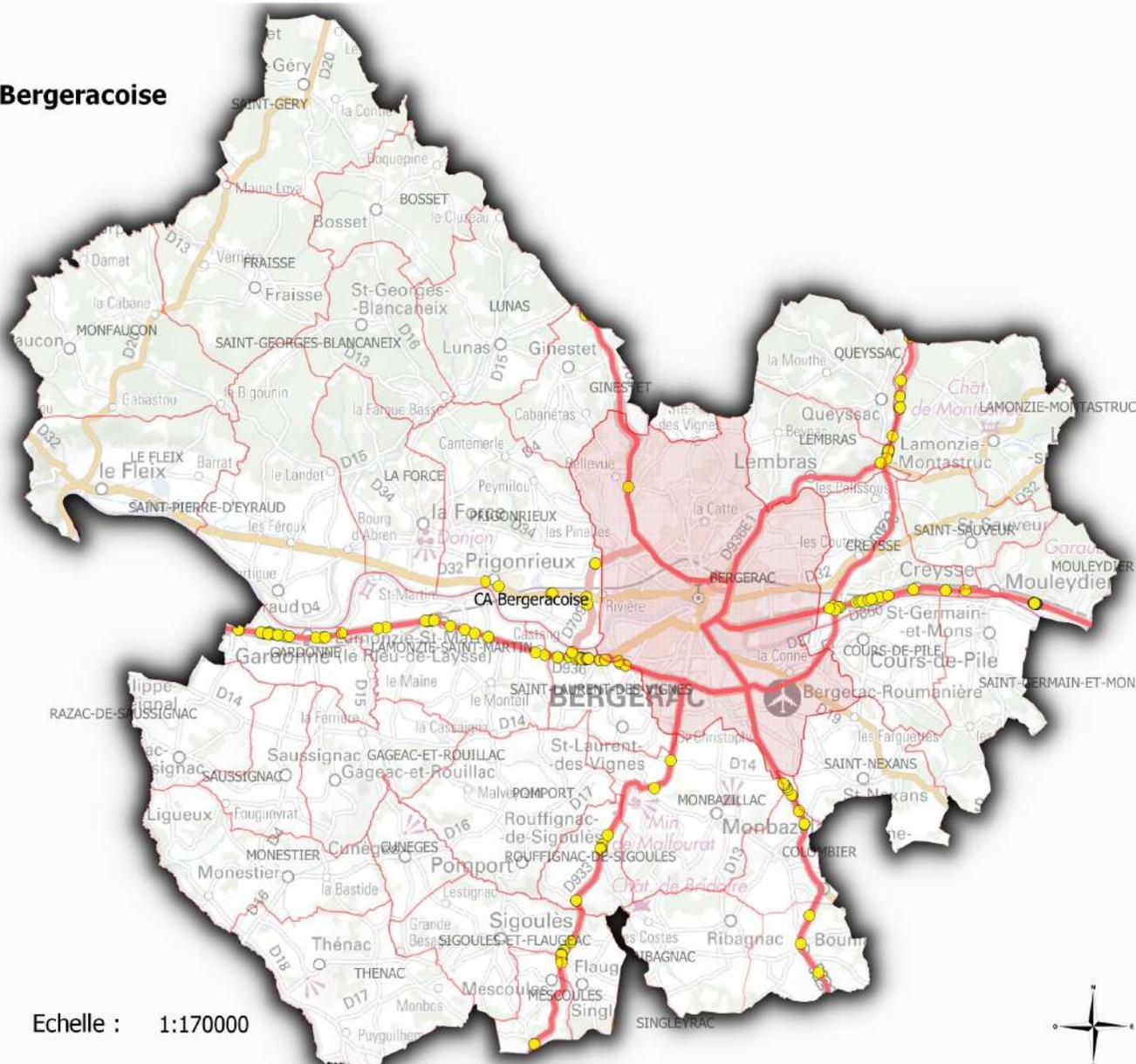
**Carte Elaboration RLPi CAB**

Sources de données :  
 DDT - 024  
 DRAC / DREAL  
 IGN RGE® 2018

**Légende**

**RLPi Communauté Agglomération Bergeracoise**

- communes\_CAB (38)
- Routes Grande Circulation
- Infractions Publicité Conformes (200)
- Limites communes avec RLP (1)



Carte réalisée le 25/02/2021

Echelle : 1:170000



PREFET DE LA DORDOGNE  
 Direction Départementale des Territoires  
 Cité Administrative - 24024 PERIGUEUX

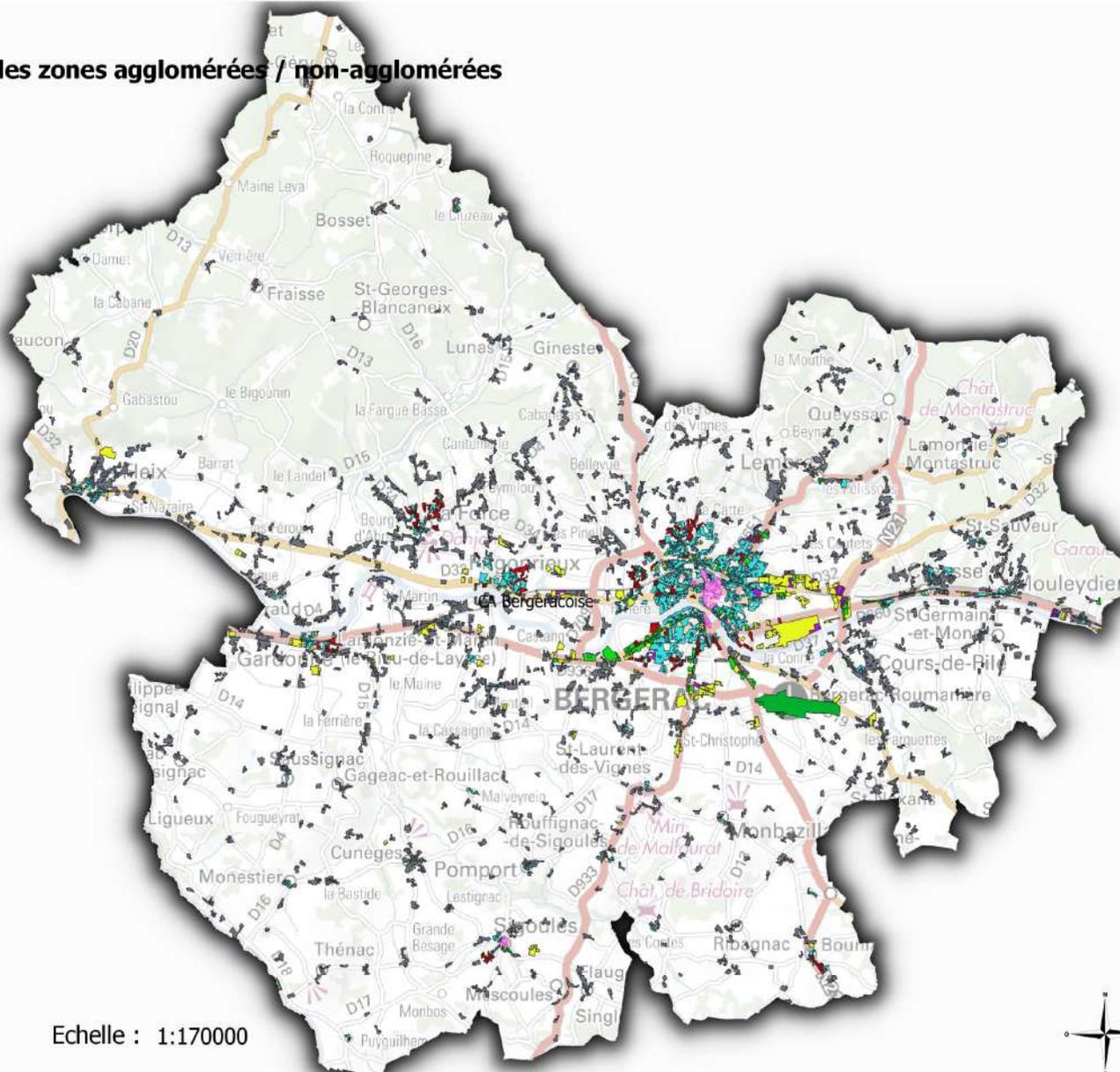
**Carte Elaboration RLPi CAB**

Sources de données :  
 DDT - 024  
 DRAC / DREAL  
 IGN RGE® 2018

**Légende**

**Occupation des sols pour différencier les zones agglomérées / non-agglomérées**

- Aéroports et aérodromes
- Emprises commerciales
- Emprises industrielles
- Tissu urbain dense
- Tissu urbain dispersé
- Tissu urbain individuel groupé
- Vacant urbain
- Espace urbain individuel diffus



Carte réalisée le 25/02/2021

Echelle : 1:170000



PREFET DE LA DORDOGNE  
 Direction Départementale des Territoires  
 Cité Administrative - 24024 PERIGUEUX

**Carte Elaboration RLPi CAB**

Sources de données :  
 DDT - 024  
 DRAC / DREAL  
 IGN RGE© 2018

## LE RÉSEAU NATURA 2000

**Dispositions générales** ■ Le réseau Natura 2000 en Europe a pour objectif de contribuer à préserver la diversité biologique sur le territoire de l'Union Européenne. Il constitue un réseau écologique européen cohérent formé par les zones de protection spéciale (ZPS) et les zones spéciales de conservation (ZSC). Dans les zones de ce réseau, les États membres s'engagent à maintenir dans un état de conservation favorable les types d'habitats et d'espèces concernés. Pour ce faire ils peuvent utiliser des mesures réglementaires, administratives ou contractuelles.

### Les zones de protection spéciale (ZPS) - directive "oiseaux"

En application de la directive européenne concernant la conservation des oiseaux sauvages de 1979 (directive 'Oiseaux'), les zones de protection spéciales (ZPS) ont pour objectif de protéger les habitats naturels permettant d'assurer la survie des oiseaux sauvages, rares ou menacés, ainsi que les aires de reproduction, de mue, d'hivernage et les relais de migration pour l'ensemble des espèces migratrices. Sur ces zones doivent être évitées la pollution, la détérioration d'habitats, les perturbations touchant les oiseaux.

Préalable à la désignation des ZPS, l'inventaire des zones importantes pour la conservation des oiseaux (ZICO) réunit l'ensemble des sites dont les critères ornithologiques justifient une attention particulière au regard de l'application de la directive qui vise à préserver, maintenir ou rétablir une diversité" et une superficie d'habitats pour toutes les espèces d'oiseaux vivant naturellement à l'état sauvage sur le territoire de la communauté européenne.

### Les zones spéciales de conservation (ZSC) - directive "habitats"

La directive européenne "Habitats, faune, flore" de 1992 vise à préserver la biodiversité par la conservation des habitats, ainsi que la faune et la flore sauvage sur le territoire de la communauté européenne, en tenant compte des exigences économiques, sociales et culturelles, ainsi que des particularités régionales et locales. Les espaces ainsi concernés sont regroupés en zones spéciales de conservation (ZSC).

En ce qui concerne la mise en œuvre de la Directive "Habitats", les états membres proposent, après avoir consulté les collectivités locales concernées, l'inscription de sites naturels parmi la liste des Sites d'Importance Communautaire (SIC) arrêtée par la Commission européenne. Dès leur inscription sur cette liste, les états membres peuvent les désigner comme ZSC.

**Application locale** ■ le territoire de la CAB est concerné par les sites suivants :

- L'arrêté ministériel du 27 octobre 2015 désigne la zone spéciale de conservation (ZSC) et la zone de protection spéciale (ZPS) du site NATURA 2000 la Dordogne sous le n° FR7200660..
- L'arrêté ministériel du 29 décembre 2016 désigne la zone spéciale de conservation (ZSC) et la zone de protection spéciale (ZPS) du site NATURA 2000 Grotte de Saint-Sulpice d'Eymet sous le n° FR7200675..

*L'ensemble des fiches et données relatives à ces zones sont disponibles en téléchargement sur le site internet des services de l'État en Dordogne [http://www.dordogne.gouv.fr/]*

## ÉLÉMENTS CONCERNANT LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE L’AFFICHAGE EXTÉRIEUR DANS LES SECTEURS NON AGGLOMÉRÉS D’UNE COMMUNE

En dehors des parties agglomérées, **toute publicité est interdite** (art. L.581-7 du code de l’environnement). Cependant, la publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toutes habitations

Les **pré-enseignes dites « dérogatoires »** peuvent, comme le stipulent les articles L.581-19, R.581-66 et R.581-67 du code de l’environnement, sous certaines conditions de dimensions, de nombre et de distance notamment, être installées hors agglomération au bénéfice de deux catégories limitativement définies :

✓ les entreprises locales dont leur activité principale les conduisent à fabriquer ou vendre des produits du terroir (*l’annexe de l’instruction du gouvernement du 25 mars 2014 précise qu’il s’agit de « produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l’origine du produit. Les entreprises locales sont des entreprises dont l’activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local ce qui signifie leur implantation dans l’espace rural »*) ;

✓ les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Comme le précise l’article 42 de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010, ces articles n’entreront en vigueur que cinq ans après la publication de cette loi soit le 13 juillet 2015.

Il convient de préciser qu’aucune disposition législative n’habilite un règlement local de publicité à restreindre, ni même à réglementer, les pré-enseignes dérogatoires.

Les **pré-enseignes temporaires** peuvent, comme le stipulent les articles L.581-20 et R.581-68 à 71 du code de l’environnement, sous certaines conditions de dimensions et de nombre être installées hors agglomération au bénéfice de deux catégories d’activités limitativement définies :

✓ les pré-enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

✓ les pré-enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu’elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location ou la vente de fonds de commerce.

## ÉLÉMENTS CONCERNANT LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE L’AFFICHAGE EXTÉRIEUR DANS LES PARTIES AGGLOMÉRÉES

### Dans les communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

#### ■ Les dispositions applicables sont les suivantes :

- ✓ la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (cette surface peut être portée à 8 mètres carrés lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation (art. R.581-26 du code de l'environnement) ;
- ✓ les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits (art. R.581-31 du code de l'environnement) ;
- ✓ la publicité lumineuse autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence est interdite (art. R.581-34 du code de l'environnement) ;
- ✓ les bâches de chantier comportant de la publicité, les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits (art. R.581-53 et R.581-56 du code de l'environnement) ;
- ✓ les enseignes apposées sur un mur doivent obéir aux règles des articles R.581-58 à R.581-65 du code de l'environnement ;
- ✓ les enseignes apposées sur une façade commerciale doivent également respecter les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R.581-63 du code de l'environnement qui limitent la surface occupée à 15 % lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m<sup>2</sup>, et 25 % si celle-ci est inférieure à 50 m<sup>2</sup> ;
- ✓ les enseignes en toiture doivent respecter les règles de l'article R.581-62 du code de l'environnement ;
- ✓ les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre, si leur surface est supérieure à 1 mètre carré, à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique (art. R.581-64 du code de l'environnement) et à 6 mètres carrés de surface (art. R.581-65 du code de l'environnement) ;
- ✓ les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Si cette activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de l'activité (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout service d'urgence (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ Les enseignes temporaires concernant des opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique ou lorsqu'elles signalent des travaux publics et opérations immobilières doivent respecter les articles R.581-68 à R.581-70 du code de l'environnement

## Dans les communes de plus de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

### ■ Les dispositions applicables sont les suivantes :

- ✓ la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (cette surface peut être portée à 24 mètres carrés lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation (art. R.581-26 du code de l'environnement) ;
- ✓ La publicité lumineuse éclairée autrement que par projection ou transparence apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (art. R.581-34 du code de l'environnement) ;
- ✓ La publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (art. R.581-32 du code de l'environnement) ;
- ✓ les enseignes apposées sur un mur doivent obéir aux règles des articles R.581-58 à R.581-65 du code de l'environnement ;
- ✓ les enseignes apposées sur une façade commerciale doivent également respecter les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R.581-63 du code de l'environnement qui limitent la surface occupée à 15 % lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m<sup>2</sup>, et 25 % si celle-ci est inférieure à 50 m<sup>2</sup> ;
- ✓ les enseignes en toiture doivent respecter les règles de l'article R.581-62 du code de l'environnement ;
- ✓ les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre, si leur surface est supérieure à 1 mètre carré, à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique (art. R.581-64 du code de l'environnement) et à 12 mètres carrés de surface (art. R.581-65 du code de l'environnement) ;
- ✓ les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Si cette activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de l'activité (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout service d'urgence (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ Les enseignes temporaires concernant des opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique ou lorsqu'elles signalent des travaux publics et opérations immobilières doivent respecter les articles R.581-68 à R.581-70 du code de l'environnement.

**Dispositions applicables au mobilier urbain** ■ Les mobiliers urbains pouvant, à titre accessoire eu égard à leur fonction, supporter de la publicité sont limités à uniquement cinq types de dispositifs :

- ✓ abri destiné au public ;
- ✓ kiosque à journaux ou à usage commercial ;
- ✓ mât porte-affiches ;
- ✓ colonne porte-affiches ;
- ✓ mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques.

Pour les abris, la surface unitaire maximale ne peut excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol.

Pour les kiosques, la surface unitaire maximale est fixée à 2 mètres carrés et la surface totale ne peut excéder 6 mètres carrés.

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

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

Quant au mobilier urbain, lorsque celui-ci supporte de la publicité commerciale à titre accessoire, la surface de celle-ci ne peut excéder la surface totale réservée aux informations et œuvres pour lequel il est destiné (surface unitaire de la publicité limitée à 2 mètres carrés) (art. R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement).

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, lorsqu'elle est visible de la baie et parallèle à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique (art. R.581-42 du code de l'environnement).

**Publicité sur les véhicules terrestres** ■ La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins de servir essentiellement de support à de la publicité est réglementée à l'article R.581-48 du code de l'environnement.

**Dispositifs de petits formats** ■ Ils peuvent être installés sur la ou les baie(s) d'une devanture commerciale. Leur surface unitaire doit être inférieure à 1 mètre carré et leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface de la devanture et dans la limite maximale de 2 mètres carrés (art. R.581-57 du code de l'environnement).

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

La surface minimale qu'une commune de moins de 10 000 habitants doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est de 4 mètres carrés plus 2 mètres par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants.

La surface minimale qu'une commune de plus de 10 000 habitants doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est de 12 m<sup>2</sup> plus 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants (art R.581-2 code environnement).

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

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés aux articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement. Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de l'article L581-8 du code de l'environnement.

**Les palissades de chantier** ■ Dans le cas où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 m<sup>2</sup> (article R.581-4 du code de l'environnement).

Lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie, les communes ont le droit d'utiliser les palissades de chantier à leur profit comme support de publicité commerciale ou affichage libre (article L.581-16 du code de l'environnement).

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice, ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, est autorisée par dérogation aux interdictions à condition qu'elles n'excèdent pas une surface unitaire de 1,50 m<sup>2</sup> (art. L.581-17 et R.581-5 du code de l'environnement).

**Les règles de densité** ■ Ces dispositions s'appliquent à tous les dispositifs à l'exception de ceux apposés sur une palissade ou sur une toiture. Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire. Il existe cependant deux exceptions à ce principe, selon lesquelles on pourra installer :

- ✓ deux dispositifs publicitaires s'ils sont alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;

Ces exceptions ne valent pas pour l'installation de dispositifs publicitaires sur le domaine public, dans ce cas, il ne pourra être installé qu'un seul dispositif au droit des unités foncières dont la longueur est inférieure à 80 mètres linéaires (art. R.581-25 du code de l'environnement).

# Les éléments à prendre en compte pour l'élaboration d'un RLPi

## LES RÈGLES GÉNÉRALES APPLICABLES DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes est codifiée dans le code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L581-1 à L581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R581-1 à R581-88.

Sur l'ensemble du territoire national, ces règles nationales traitent des dispositions applicables pour les enseignes, pré-enseignes, dispositifs publicitaires, enseignes lumineuses, publicités lumineuses, mobiliers urbains publicitaires, enseignes et pré-enseignes temporaires, bâches de chantier, dispositifs de dimension exceptionnelle et de petit format, publicités sur véhicule terrestres, sur l'eau ou dans les airs.

**Le règlement local de publicité intercommunal complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales par des prescriptions plus restrictives et adaptées aux enjeux paysagers locaux.**

Le paysage, c'est le pays tel qu'il est perçu par ceux qui y vivent ou qui le visitent.

Il est donc important de le préserver aux entrées des villes, dans les zones commerciales, dans les zones d'activités et les centres-villes.

## LES DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ

Sont concernés par ces délais de mise en conformité les dispositifs déjà installés (et conformes à la réglementation antérieure) qui, du fait de nouvelles prescriptions (issues de la réforme de la réglementation nationale ou du règlement local de publicité), ne sont plus conformes avec les règles en vigueur.

**- Mise en conformité avec les dispositions de la réglementation nationale de la publicité :**

- À compter du 13 juillet 2015 : Toutes les publicités et pré-enseignes doivent être conformes aux dispositions de la nouvelle réglementation nationale de la publicité.
- À compter du 1er juillet 2018 : Toutes les enseignes doivent être conformes aux dispositions de la nouvelle réglementation nationale de la publicité.

**- Mise en conformité avec les dispositions du nouveau Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) :**

La date à laquelle les dispositifs déjà installés doivent être conformes aux dispositions du RLPi dépend de la date d'entrée en vigueur de ce nouveau RLPi.

Toutes les publicités et pré-enseignes doivent être conformes aux dispositions du nouveau RLPi les concernant, au plus tard 2 ans à compter de la date d'entrée en vigueur de ce RLPi.

Toutes les enseignes doivent être conformes aux dispositions du RLPi les concernant, au plus tard 6 ans à compter de la date d'entrée en vigueur du RLPi.

# Les autres réglementations traitant de l'affichage publicitaire

## LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE DANS LE CODE DE LA ROUTE

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R418-1 à R418-9 du code de la route complété par :

- ✓ l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes hors agglomération du 17 janvier 1983 ; enseignes et pré-enseignes ;
- ✓ l'arrêté ministériel du 30 août 1977 aux conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou réfléchissants ;
- ✓ l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation routière ;
- ✓ l'arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des pré-enseignes dérogatoires.

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la route, le maire en agglomération, le responsable de la voie hors agglomération d'intervenir pour faire cesser les risques. En effet les différents dispositifs publicitaires peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir les usagers de la route.

## L'ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES OU À MOBILITÉ RÉDUITE

La loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, cadre la politique prioritaire du handicap et de l'accessibilité.

Ses décrets d'application précisent les modalités :

- ✓ Décret n°2006-1657 du 21 décembre 2006 relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics ;
- ✓ Décret n°2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques, et par l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

Les passages et occupations sur domaine public et domaine privé doivent être conçus afin de permettre les déplacements et l'accessibilité itinéraires.

L'attention doit être portée sur le cadre bâti intérieur, les parties privées, la voirie publique et privée, l'aménagement des espaces publics, les systèmes de transport et leur intermodalité.

Les dispositifs publicitaires positionnés sur la voirie doivent respecter cette exigence nationale.

## L'OCCUPATION DU DOMAINE PUBLIC

L'article L.113-2 du code de la voirie routière traite de l'occupation du domaine public par les dispositifs publicitaires.

Il est également nécessaire de se référer aux articles L.2122-1 à L.2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques : toute installation envisagée sur le domaine public doit faire l'objet d'une autorisation administrative.

Cette autorisation est délivrée par le propriétaire de la voie, à titre précaire et révocable, sous la forme de permission de voirie (avec emprise au sol), ou de permis de stationnement (sans emprise au sol).

Ainsi, en application de l'article L.2213-6 du code général des collectivités territoriales, en agglomération seul le maire peut délivrer des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique (toutes voies) et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi.

## Index des services

### ■ UDAP

Unité départementale de l'architecture et du patrimoine  
2 rue de la Cité  
24000 Périgueux

### ■ DREAL

Direction régionale de l'environnement,  
de l'aménagement et du logement  
Cité administrative  
2 Rue Jules Ferry  
33200 Bordeaux

### ■ DDT

Direction départementale des territoires  
Cité administrative  
24024 Périgueux cedex



**PRÉFET  
DE LA  
DORDOGNE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**Direction départementale  
des territoires de la Dordogne**  
Service Aménagement Développement Durables

15 rue du 26ième RI  
24 024 Périgueux cedex  
Tél : 05 53 45 56 00 – Fax : 05 53 45 56 50