

RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Lancement de la procédure

Délibération de prescription

Définition des objectifs de la révision et des modalités de concertation

PROPOS LIMINAIRES

- Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** en vigueur a été **arrêté le 2 avril 1996**. Le RLP a été rédigé en conformité avec la loi du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Cette loi ne fait plus partie des textes de référence aujourd'hui, elle a été abrogée par une ordonnance de 2000.
- Le **droit de la publicité extérieure** est régi par certains articles du **Code de l'environnement** qui constituent le **Règlement National de Publicité (RNP)**. Celui-ci a été profondément remanié par la **loi du 12 juillet 2010 dite Grenelle II**. Cette loi a également modifié les procédures d'élaboration, de révision et de modification du RLP qui sont désormais les mêmes que celles relatives au Plan Local d'Urbanisme (PLU).
- La **révision du PLU** de la Ville de Saint-Malo a été prescrite par une **délibération du 25 juin 2015**, ceci ouvrant une période opportune pour **réviser de manière concomitante le RLP devenu obsolète**.
- Depuis le 13 juillet 2015, la réglementation nationale s'est substituée au RLP concernant certaines règles devenues inapplicables en l'espèce ou certaines dispositions non prévues par le RLP de 1996. Le recours aux règles du RLP dans certains cas et aux règles nationales dans d'autres cas complice le travail des services instructeurs aujourd'hui.
- Le décret du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes prévoit la **caducité de tous les RLP antérieurs à la loi Grenelle II et non révisés dans les délais impartis au 13 juillet 2020**.

Il convient donc judicieusement de lancer la procédure de révision du RLP de Saint-Malo en parallèle de la révision du PLU pour se mettre en conformité avec la loi Grenelle II et redéfinir des règles adaptées au contexte local encadrant l'implantation de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire de la commune.

CONTEXTE ET HISTORIQUE

13 juillet 2020
Caducité des
RLP antérieurs
à la loi Gre-
nelle II

Délibération
du 25 juin 2015
prescrivant
la révision du
PLU

Loi « Grenelle
II » du 12 juillet
2010

Délibération du
31 mars 2006
approuvant le
PLU

Constitution
d'un groupe
de travail pour
réviser le RLP
par arrêté pré-
fectoral

Arrêté du Maire
du 2 avril 1996
portant créa-
tion du RLP

2020

2015

2010

2006

2002

1996

Réflexion dévelop-
pement de la Ville
pour les 20 pro-
chaines années.
Nouveau projet
urbain stratégique
alimentant la ré-
vision du PLU.
Lancement études
complémentaires.

Réforme du ré-
glement national
de publicité et
des procédures
d'élaboration, ré-
vision et modifi-
cation des RLP.

Mise en at-
tente de la
procédure de
révision du
RLP avant
l'approba-
tion du PLU.

Révision pro-
jetée pendant
la révision du
POS en PLU
à l'époque.

Création d'une
zone de publicité
élargie (ZPE) et
de 3 zones de pu-
blicité restreinte.
RLP conforme à
la loi n°79-1150
du 29 décembre
1979 relative à
la publicité, aux
enseignes et pré-
enseignes (abro-
gée à ce jour).

Envoyé en préfecture le 02/10/2015
Reçu en préfecture le 02/10/2015
Affiché le
ID : 035-213502883-20151001-AN12CM0115-DE

**OPPORTUNITÉ: Révision du
RLP concomitante avec la
révision du PLU**

RÉGIME DU DROIT DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'environnement dite loi **GRENELLE II** complétée par le décret du 30 janvier 2012

Modification du droit de la publicité extérieure codifié aux articles L.581-1 et suivants, aux articles R.581-1 et suivants
du code de l'environnement

« Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent chapitre fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, au sens précisé par décret en Conseil d'Etat. [...] » - Article L.581-2 du code de l'environnement

ÉLARGISSEMENT DES OBJECTIFS
DU DROIT DE LA PUBLICITÉ EX-
TÉRIEURE TOUT EN DEMEURANT
DANS UNE PERSPECTIVE ENVIRON-
NEMENTALE.

LUTTE CONTRE LA POLLUTION VI-
SUELLE.

RÉDUCTION DE LA FACTURE ÉNER-
GÉTIQUE NATIONALE.

Exemples:

- principe général d'interdiction de la publicité hors agglomération (depuis la loi de 1979) sauf exceptions,
- principe général d'autorisation de la publicité en agglomération (depuis la loi de 1979) sauf dans des lieux présentant des qualités architecturales ou paysagères, ...,
- mesures d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (publicité ou enseigne),
- réduction des formats de la publicité numérique passé un certain seuil de consommation électrique,
- ...

PRINCIPES HORS AGGLOMÉRATION / EN AGGLOMÉRATION

RNP HORS AGGLOMÉRATION

Article L.581-7 du code de l'environnement

« **En dehors des lieux qualifiés d'agglomération** par les règlements relatifs à la circulation routière, **toute publicité est interdite**. »

Elle est toutefois autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. **La publicité peut également être autorisée par le règlement local de publicité de l'autorité administrative compétente à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération**, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret. »

RNP EN AGGLOMÉRATION

Articles L.581-8 à L.581-13

« **Dans les agglomérations**, et sous réserve des dispositions des articles L. 581-4 et L. 581-8, **la publicité est admise**. Elle doit toutefois satisfaire, notamment en matière d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien et, pour la publicité lumineuse, d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses au sens du chapitre III du présent titre, à des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat en fonction des procédés, des dispositifs utilisés, des caractéristiques des supports et de l'importance des agglomérations concernées. [...] » - Art L.581-9 CDE

Article L.581-8 du code de l'environnement (exceptions) :

« I. — **A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :**

- 1° **Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;**
- 2° **Dans les secteurs sauvegardés ;**
- 3° **Dans les parcs naturels régionaux ;**
- 4° **Dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;**
- 5° **A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;**
- 6° **Dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ;**
- 7° **Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;**
- 8° **Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1. [...] »**

Envoyé en préfecture le 02/10/2015

Reçu en préfecture le 02/10/2015

Affiché le

ID : 035-213502883-20151001-AN12CM0115-DE

Page 5

CHAMP D'APPLICATION

Article L.581-3 du code de l'environnement - Définitions



Enseignes

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

Préenseigne

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

Publicité sur mobilier urbain

Publicités

Publicité = Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images, sont assimilés à une publicité.

QUELQUES EXEMPLES MALOUMS



Publicités
sur mobilier
urbain



Publicité



Préenseignes



CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE

Articles L.581-2 et R.581-1 du code de l'environnement

Respect des dispositions du code de l'environnement pour toute publicité, enseigne ou préenseigne **visibles depuis les voies ouvertes à la circulation**, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée.

VOIE OUVERTE A LA CIRCULATION DU PUBLIC

«Voie publique ou privée qui peut être librement empruntée à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.»

Sont visés:

- routes, autoroutes et routes à grande circulation,
- voies navigables,
- chemins de grande randonnée,
- voies ferrées,
- quais à ciel ouvert des gares ferroviaires,
- parkings,
- ...

NOTION GÉOGRAPHIQUE D'AGGLOMÉRATION

Article L.581-7 du code de l'environnement et Article R.110-2 du code de la route



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



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

AGGLOMÉRATION

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

En vertu de l'article R.411-2 du code de la route, le maire délimite les limites de l'agglomération par voie d'arrêté (limites administratives).

Dans l'idéal, l'implantation des panneaux doit épouser les limites du bâti rapproché. Si ce n'est pas le cas dans la pratique, il faut tenir compte de la «réalité physique» de l'agglomération.

Pour identifier une zone agglomérée, le tissu urbain doit présenter une certaine densité.

Les limites géographiques de la commune ont naturellement évolué depuis le premier RLP de 1996 avec l'**extension progressive de l'urbanisation**.

ÉVOLUTION DES LIMITES GÉOGRAPHIQUES DE L'AGGLOMÉRATION

Vue aérienne Saint-Malo 1998



Vue aérienne Saint-Malo 2013



NOTION DÉMOGRAPHIQUE D'AGGLOMÉRATION

Article L.581-7 du code de l'environnement et Article R.110-2 du code de la route

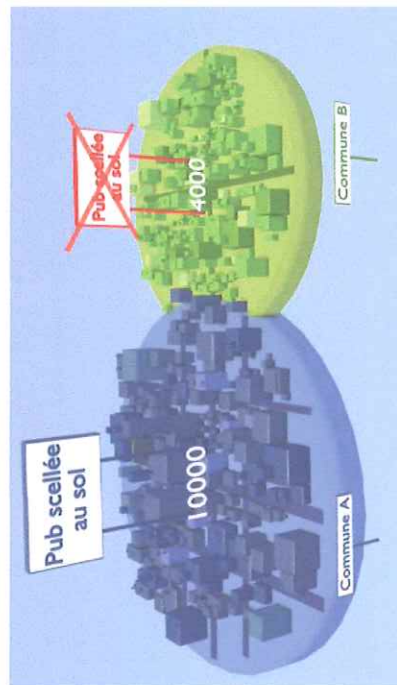
Le régime de la publicité extérieure est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée.

Les modalités de décompte de la population s'avèrent donc importantes.

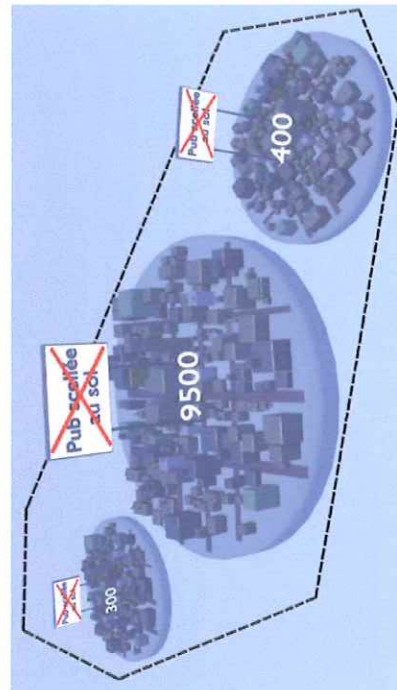
Le décompte s'effectue dans les limites communales.

Lorsque la commune est composée de plusieurs agglomérations, il incombe au maire de décompter la population de chacune d'entre elles.

Exemple: dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité scellée au sol est interdite.



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



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

PRINCIPES GÉNÉRAUX DU RNP

Article L.581-4 du code de l'environnement:

«**I. - Toute publicité est interdite :**

1° Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;

2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;

3° Dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;

4° Sur les arbres. [...]

Article L.581-5 du code de l'environnement:

«*Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.*»

Article L.581-6 du code de l'environnement:

«*L'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs ou matériels qui supportent de la publicité sont **soumis à déclaration préalable auprès du maire et du préfet dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.***»

+ **Détail des règles applicables données par le RNP : emplacement / densité / surface / hauteur / entretien :**

- **pour les publicités** : diversité de dispositifs publicitaires réglementés en fonction de leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur du mobilier urbain, bâches sur les chantiers, ...), en fonction de leur utilisation ou non d'une source lumineuse (publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, publicité numérique, autres lumineux), en fonction de leur taille (micro-affichage ou publicités aux dimensions exceptionnelles), en fonction de leur mobilité (publicité sur véhicule équipé, ...) et en fonction de leur délivrance ou non d'un message publicitaire (affichage d'opinion, publicité relative aux associations, publicité commerciale, ...).

- **pour les enseignes** : réglementées en fonction de leurs conditions d'implantation (enseignes de façade à plat ou perpendiculaires, enseignes en toiture, enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol) et en fonction de leur utilisation ou non d'une source lumineuse (règles communes pour l'ensemble des enseignes lumineuses).

- **pour les préenseignes**

Remarque : l'article L.581-19 du code de l'environnement distingue les préenseignes des préenseignes dérogatoires qui obéissent à une régime différent de celui du RNP / règles particulières pour préenseignes temporaires.

Envoyé en préfecture le 02/10/2015

Reçu en préfecture le 02/10/2015

Affiché le

ID: 03-213502883-20150001-AN12CM0115-DE

ADAPTATION DU RNP AUX SPÉCIFICITÉS LOCALES

Le RNP reprend :

- PRESCRIPTIONS POUR PUBLICITÉS (Art L.581-9 du code de l'environnement)
- PRESCRIPTIONS POUR ENSEIGNES (Art L.581-18 du CDE)
- PRESCRIPTIONS POUR PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES (Art R.581-76 et R.581-66 du CDE)

Le RNP adapte ces prescriptions au contexte local, de manière plus restrictive, concernant :

Emplacement

Densité

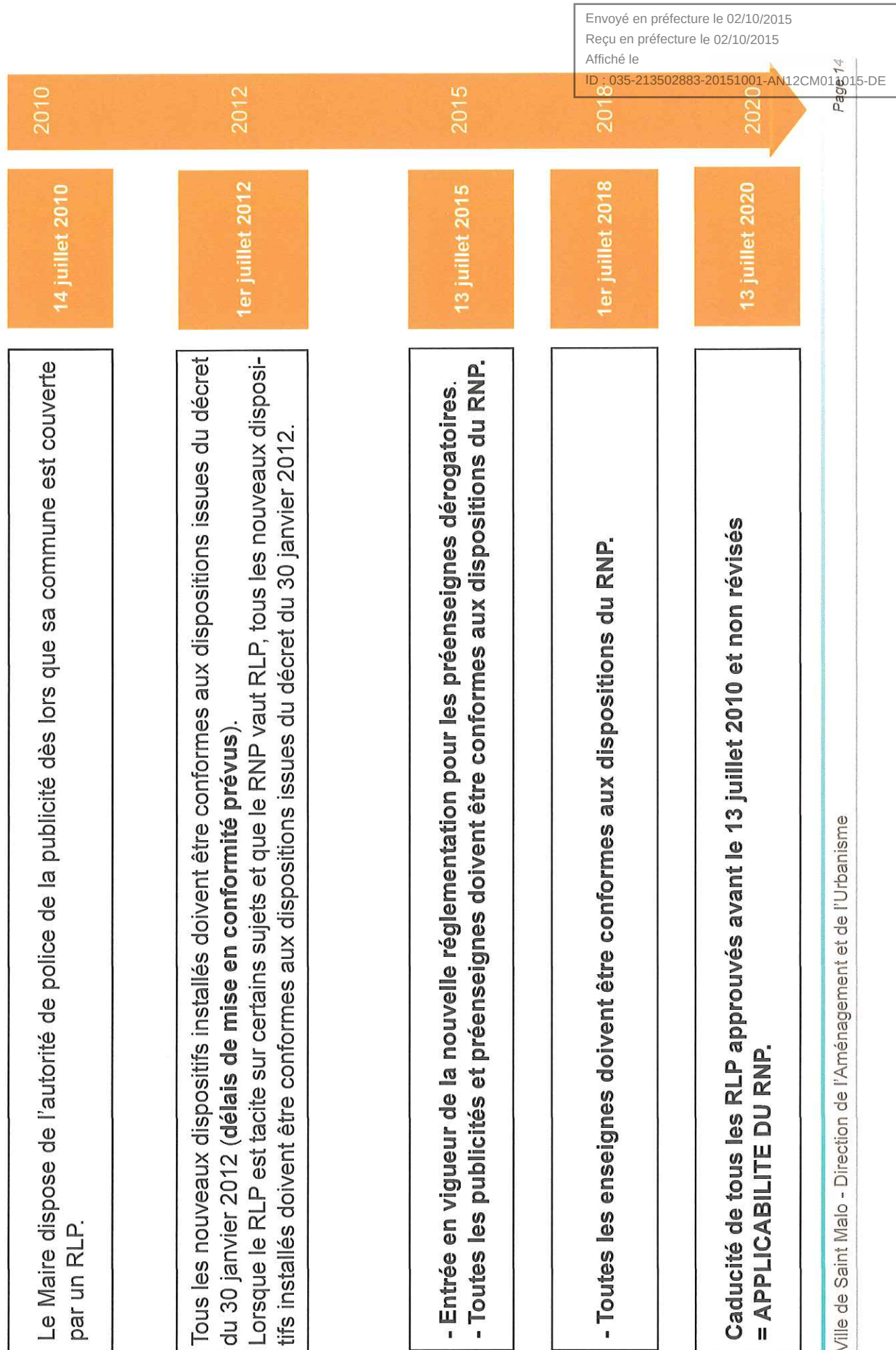
Surface

Hauteur

Entretien

- types de dispositifs autorisés (bâches, micro-affiches, enseignes, ...)
- utilisation de mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique (Art R.581-42 du CDE)
- publicités et enseignes lumineuses (Art R.581-76 du CDE)
- intégration des prescriptions applicables en matière d'harmonisation des préenseignes dérogatoires (Art R.581-66 du CDE)

CONSÉQUENCES NOUVELLE RÉGLEMENTATION ET DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ



DÉFINITION DU RLP ET CONTENU

Document édité par une commune ou un groupement de communes afin de réglementer sur un territoire donné l'implantation des publicités, enseignes et préenseignes dans le but de protéger le cadre de vie des habitants.

Depuis loi Grenelle II : les **règles du RLP** doivent être **plus restrictives que celles du RNP** (suppression des zones de publicité élargie et des zones de publicité autorisée dans les nouveaux RLP, ...) - encadrement des dispositifs lumineux.

Un **RAPPORT DE PRÉSENTATION** dont le contenu est libre mais devant au minimum (art R.581-73 du code de l'environnement) :

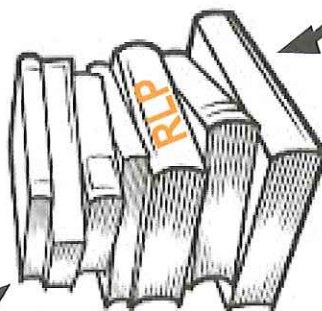
- s'appuyer sur un **diagnostic** (état actuel de l'affichage publicitaire, dispositifs en infraction, identification des enjeux architecturaux et paysagers ainsi que des espaces sous forte pression publicitaire, identification des espaces nécessitant un traitement spécifique, ...)
- définir des **orientations et des objectifs** en matière de publicité extérieure.
- expliquer les **choix** et les règles retenus ainsi que les motifs de délimitations des zones.

Un **RÈGLEMENT** qui fixe les règles applicables à l'intérieur des différentes zones et périmètres.

Le règlement compile les prescriptions locales pour les publicités, enseignes et préenseignes s'agissant de leur emplacement, densité, surface, hauteur, types de dispositifs interdits, ...).

Des **ANNEXES** :

- **documents graphiques** concernant les zones et périmètres identifiés dans le rapport et le règlement,
- **arrêté municipal fixant les limites de la commune** + documents graphiques.



RAPPORT ENTRE LE PLU ET LE RLP

Article R.123-14 du code de l'urbanisme et Articles L.581-14 et L.581-14-1 du code de l'environnement

DOCUMENT OPPOSABLE

PLAN LOCAL D'URBANISME (PLU)

Révision du PLU de la Ville de Saint-Malo prescrite le 25 juin 2015
(en cours)

Règlement local de publicité (RLP)
annexé au PLU

En tant que document d'urbanisme, le RLP doit être annexé au PLU.

Nécessité de réviser le RLP en parallèle du PLU pour harmoniser le zonage et le règlement des deux documents, la révision du PLU ayant naturellement des incidences sur la mise en oeuvre du RLP.

Le code de l'environnement prévoit en son article L.581-14-1 que « L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une **même enquête publique** dans les conditions définies par le chapitre III du livre Ier du présent code. »

Réaliser une enquête publique commune pour le Règlement Local de Publicité et le Plan Local d'Urbanisme faciliterait les procédures et permettrait de réaliser des économies liées à la désignation du commissaire enquêteur.

Remarque: La révision du RLP aura des incidences sur le mode de calcul concernant la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE).

Ville de Saint Malo - Direction de l'Aménagement et de l'Urbanisme

Envoyé en préfecture le 02/10/2015

Reçu en préfecture le 02/10/2015

Affiché le

035-213502-20151006-N12CM016-15-DE

Page 16

MISE EN PLACE/RÉVISION D'UN RLP, POURQUOI?

Article L.581-1 et suivants / Articles R.581-1 et suivants du code de l'environnement

Intégration dans un projet urbain

= faire coïncider la révision du RLP avec la réflexion sur le développement de la Ville pour anticiper l'intégration de la publicité dans les projets urbains à venir (futurs zones d'activités artisanales, économiques et/ou commerciales).

Adaptation aux caractéristiques du territoire communal

= trouver une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager et naturel de la Ville de Saint-Malo.

Contrôler l'implantation des publicités, enseignes et préenseignes

= soumission de toutes les demandes d'enseignes à DP sur le territoire couvert par le RLP.

Réintroduction possible de la publicité dans des lieux où elle est principalement interdite et dont la liste figure à l'article L.581-8 du code de l'environnement.

- Mettre en conformité du RLP actuel avec les exigences de la loi Grenelle II, pour notamment faciliter le travail des services instructeurs

- Peut prévoir des prescriptions esthétiques pour renforcer l'intégration des dispositifs dans l'environnement
= exemple : prescriptions esthétiques concernant les enseignes d'intra-muros dans le RLP actuel



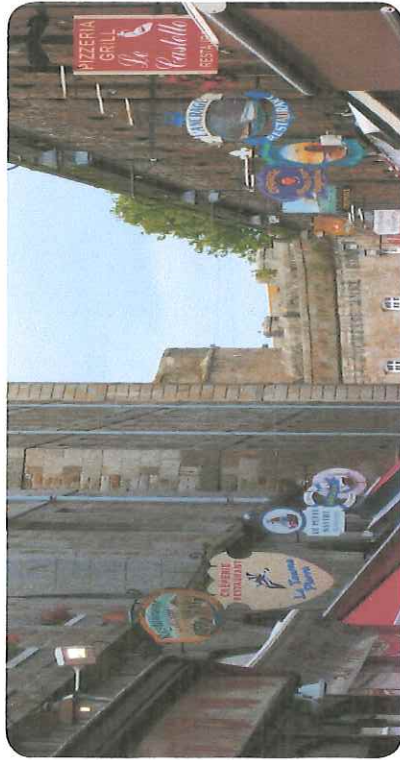
- Peut prévoir une règle de densité spécifique si la densité prévue par le RNP est jugée insuffisante compte tenu des caractéristiques du territoire ou de la volonté des rédacteurs du RLP

- Peut prévoir des servitudes de reculement par rapport aux voies publiques ou aux limites séparatives

- Possibilité de réduire les formats résultant du RNP jugés trop attentatoires au cadre de vie

- Possibilité d'interdire l'implantation de certains dispositifs publicitaires

PROTECTION ET MISE EN VALEUR DU QUARTIER INTRA-MUROS



Volonté de la Ville de Saint-Malo de protéger et mettre en valeur le quartier Intra-muros et donc d'encadrer l'implantation de la publicité extérieure dans ce quartier.

Possibilité dans le RLP d'édicter des règles particulières adaptées au caractère historique et architectural des lieux.

Prescriptions particulières concernant les enseignes drapeaux. Exemple: utilisation de matériaux tels que la tôle peinte et découpée, bois peint au naturel découpé ou sculpté, plexiglas découpé, céramique, ...

Avis obligatoire de l'ABF.



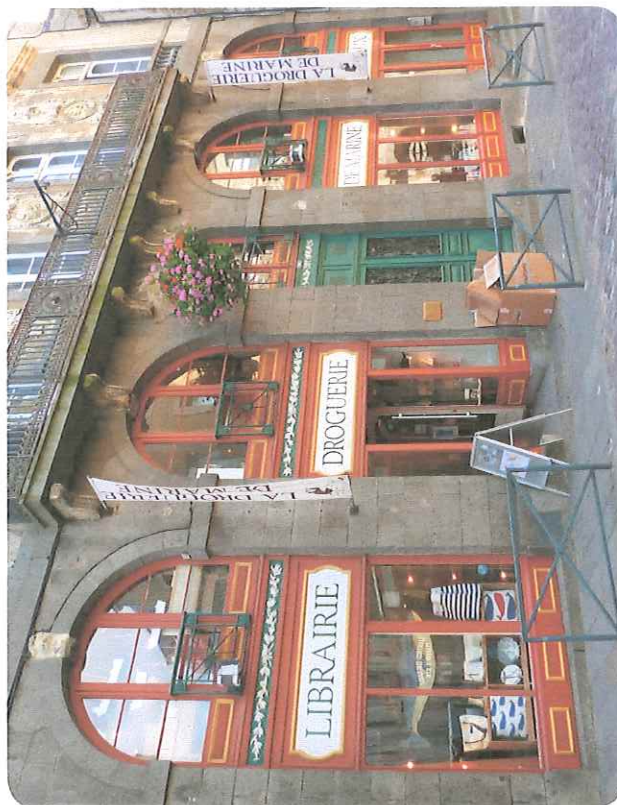
Envoyé en préfecture le 02/10/2015
Reçu en préfecture le 02/10/2015
Affiché le
ID : 035-213502883-20151001-AN12CM0115-DE

QUARTIER SAINT-SERVAN



Le quartier Saint-Servan est à proximité de nombreux Monuments Historiques classés ou inscrits (croisement de rayons de protection), dès lors, une attention particulière doit être apportée à la publicité et aux enseignes dans ce quartier.

Avis obligatoire de l'ABF.



NOUVEAU QUARTIER GARE-ROCABEY



Implantation plus contemporaine de la publicité extérieure dans le quartier de la Gare en mutation.

Intégration esthétique de la publicité avec des bandeaux prévus à cet effet et utilisation de lettres découpées.

Volonté d'avoir une implantation publicitaire épurée et contemporaine de qualité en cohérence avec l'esprit des lieux.

Envoyé en préfecture le 02/10/2015

Reçu en préfecture le 02/10/2015

Affiché le

035-213502883-20151001-AN12CM01015-DE

CAS PARTICULIER DES ZONES D'ACTIVITÉS



Les zones d'activités sont souvent situées en entrée de Ville, impliquant un encadrement des règles d'implantation de la publicité extérieure pour limiter la pollution visuelle et valoriser les entrées de Ville.

Le futur RLP devra veiller à prescrire des règles adaptées à ces zones d'activités diversifiées.

SECTEURS D'ENJEUX POUR LE FUTUR RLP - EXEMPLES

- Maîtriser la prolifération des publicités et des préenseignes en entrée de ville et dans des secteurs saturés en publicité (exemple: avenue du Maréchal Juin)



Envoyé en préfecture le 02/10/2015

Reçu en préfecture le 02/10/2015

Affiché le

ID : 035-213502883-20151001-AN12CM015-DE

Page 22

SECTEURS D'ENJEUX POUR LE FUTUR RLP - EXEMPLES

- Maîtriser et faire évoluer la publicité extérieure dans les zones d'activités (artisanales, commerciales, industrielles)



PROCÉDURE DE RÉVISION DU RLP

Article L.581-14-1 du code de l'environnement

Articles L.123-6 et suivants / Articles R.123-18 et suivants du code de l'urbanisme

Depuis la loi Grenelle II : **procédure de révision du RLP = procédure de révision du PLU**

Publicité
Art R.123-24 et 25 CU

PRESCRIPTION RE-VISION RLP
DELIBERATION
Art L.121-4 et
L.123-6 CU
Art L.581-14-1 CDE

Publicité
Art R.123-18 CU

ETUDES PREALABLES
Phase de concertation avec le public et les PPA

ARRET DU PROJET DE RLP
DELIBERATION
Art L.123-9 CU
Art L.581-14-1 CDE

Publicité
Art R.123-24 et 25 CU

ENQUETE PUBLIQUE
Art L.123-10 et
R.123-19 CU
Art L.581-14-1 CDE

SOUSSION DU PROJET DE RLP POUR AVIS
Art L.123-9 CU
Art L.581-14-1 CDE

APPROBATION DU RLP
DELIBERATION
Art L.123-10 CU
Art L.581-14-1 CDE

Délibération prévoyant les objectifs poursuivis et modalités de concertation.
Notification de la délibération aux PPA visées aux articles L.121-4 et L.123-8 du CU.

- Diagnostic des dispositifs existants
- Association obligatoire des PPA
- Concertation à l'initiative du maire de toute personne, organisme ou association compétents en matière de publicité, d'enseignes et préenseignes, de paysage et d'environnement - Art L.123-8 du CU et Art L.581-14-1 du CDE
- Consultation sur demande - Art L.121-5 et L.123-8 du CU

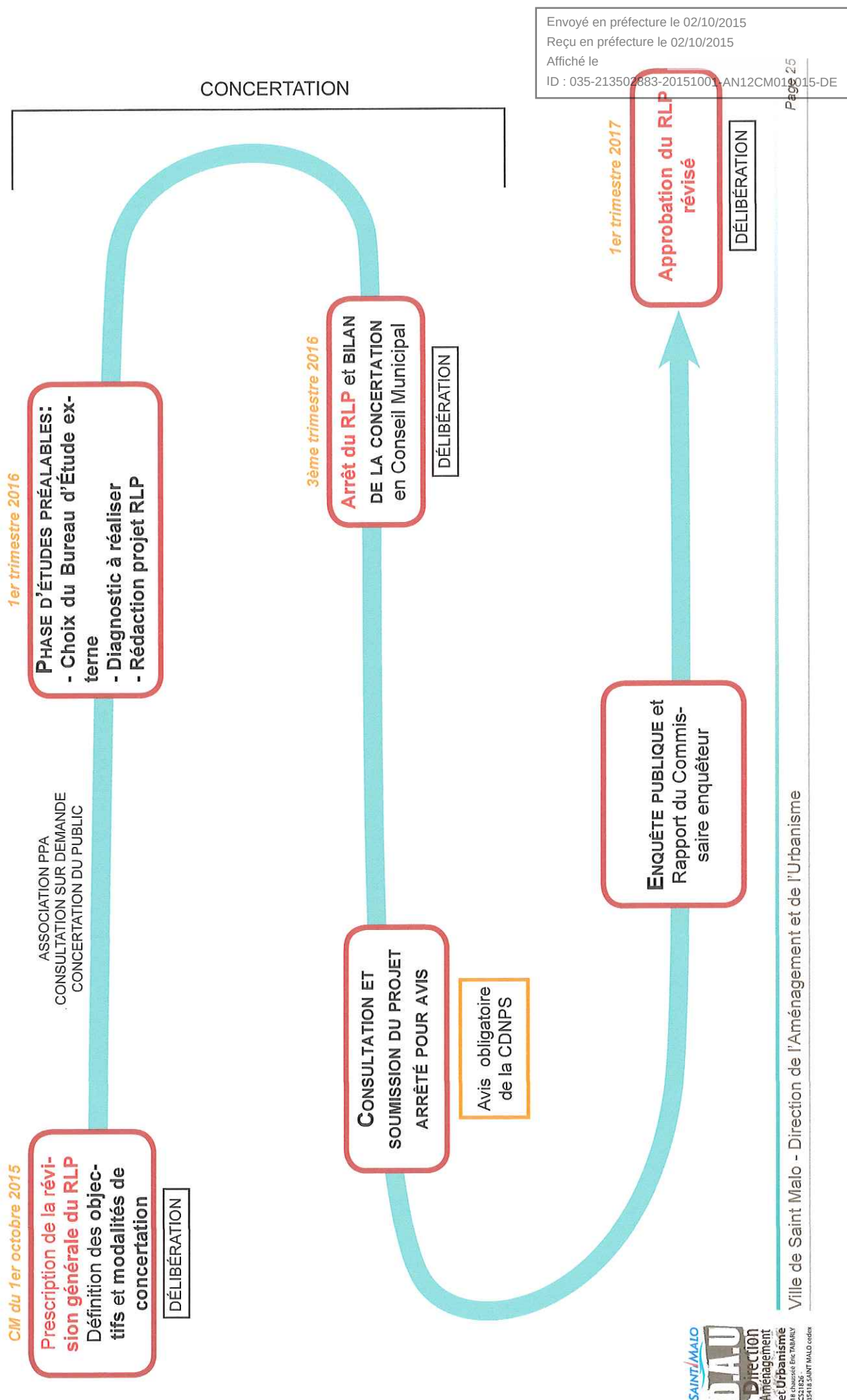
Possibilité de tirer simultanément le bilan de la concertation.
Art. R.123-18 du CU

Avis obligatoire de la CDNPS.
Soumission du projet aux PPA.
Art L.581-14-1 du CDE

Possibilité de mener une **enquête publique** unique pour la révision du RLP et la révision du PLU.
Art L.581-14-1 du CDE

- Annexion du RLP approuvé au PLU.
- Mise à disposition du RLP révisé.
Art L.581-14-1 du CDE

PLANNING RÉVISION GÉNÉRALE DU RLP



PROPOSITION OBJECTIFS DE LA RÉVISION DU RLP

Article L.123-6 du code de l'urbanisme (objectifs à intégrer à la délibération de prescription)

Conformément au code de l'environnement, le RLP doit répondre aux **objectifs généraux** suivants :

- PROTECTION DU CADRE DE VIE
- PRÉVENTION DES NUISANCES VISUELLES
- RÉDUCTION DES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES

OBJECTIFS DE LA REVISION DU RLP:

- Mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire, actualiser le document pour le mettre en adéquation avec la réalité locale,
- Maîtriser l'implantation de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire de Saint-Malo,
- Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural et paysager de la Ville de Saint-Malo en prescrivant des règles adaptées au centre-ville, aux quartiers historiques et aux secteurs de sensibilité paysagère,
- Trouver une cohérence avec la révision en cours du PLU en harmonisant les règlements et les zonages des deux documents,
- Valoriser les entrées de Ville et édicter des règles adaptées aux zones d'activités diversifiées,
- Garantir le développement économique et commercial de la Ville, notamment pour les quartiers centraux (Intra-muros, Saint-Servan, Paramé-centre et Courtoisville, quartier Gare-Rocabey),
- Limiter la densification de l'affichage le long des axes structurants,
- Limiter la présence de dispositifs de publicité lumineuse,
- Encourager la réalisation d'économies d'énergie en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux.

Envoyé en préfecture le 02/10/2015
Reçu en préfecture le 02/10/2015
Affiché le

ID : 035-213502883-20151001-AN12CM0115-DE

Page 26

Ville de Saint Malo - Direction de l'Aménagement et de l'Urbanisme

PROPOSITION MODALITÉS DE CONCERTATION DURANT LA PROCÉDURE DE RÉVISION

Article L.300-2 du code de l'urbanisme
(modalités à intégrer à la délibération de prescription)



Organisation de réunions de travail avec les représentants des commerçants et des entreprises.

Mise à disposition d'un dossier de synthèse du RLP avec les documents communicables, consultable à l'accueil de la Direction de l'Aménagement et de l'Urbanisme (Fort du Naye – 18 chaussée Eric Tabarly) et sur le site internet de la collectivité.



CONCERTATION AVEC LA POPULATION

Un affichage de la délibération à la Mairie pendant 1 mois conformément aux règles de publicité.

Des articles dans le journal d'information municipale et dans la presse locale.



Autre possibilité offerte aux habitants de formuler leurs observations, soit par courrier (à l'adresse suivante: Monsieur le Maire - Concertation pour le Règlement Local de Publicité - Hôtel de Ville Place Chateaubriand - CS 21826 - 35418 SAINT-MALO cedex), soit par message électronique sur une page d'accueil créée sur le site internet de la Ville.



Ouverture d'un registre en vue de recueillir les observations du public pendant toute la durée de la procédure, disponible à l'accueil de la Direction de l'Aménagement et de l'Urbanisme aux jours et heures d'ouverture habituels du service.

