

**OBJET :**

1 - DÉBAT SUR LES ORIENTATIONS DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Mesdames, Messieurs,

Règlement Local de Publicité intercommunale (RLPi) est un instrument de planification locale de la publicité pour des motifs de protection du cadre de vie. Sa mise en place répond à la volonté d'adapter le règlement national de publicité aux spécificités du territoire en adoptant des prescriptions plus restrictives que ce dernier. Il s'agit notamment d'apporter, grâce au zonage du RLPi, une réponse adaptée au patrimoine architectural et paysager qu'il convient de préserver.

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

Le Conseil communautaire a prescrit l'élaboration du RLPi par délibération le 6 mars 2024.

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du RLPi ont ainsi été définis :

- Réguler l'implantation et le développement des dispositifs publicitaires ;
- Protéger le cadre de vie et lutter contre la pollution visuelle ;
- Proposer un traitement cohérent des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire à travers une approche différenciée des espaces et une adaptation des règles nationales ;
- Considérer les besoins et les intérêts des habitants, ainsi que les besoins de communication extérieure des acteurs économiques, institutionnels, culturels et touristiques locaux ;
- Assurer un équilibre entre droit à l'expression, la diffusion d'information et la protection du cadre de vie ;
- Prendre en compte l'évolution des technologies et les impératifs de sobriété écologique/énergétique.

Présentation des orientations du RLPi

L'article L.581-14-1 du Code de l'Environnement prévoit que le RLPi est élaboré conformément aux procédures d'élaboration des Plans Locaux d'Urbanisme intercommunaux (PLUi).

Le RLPi ne comporte pas de Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD) comme les PLUi, mais l'article R.581-73 du Code de l'Environnement énonce que le rapport de présentation du RLPi « s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ». Autrement dit, il est fait référence à des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure.

Dans le cadre de l'élaboration d'un PLUi, conformément à l'article L.153-12 du Code de l'Urbanisme, les orientations générales du PADD doivent être soumises au débat du Conseil Municipal, au plus tard deux mois avant l'examen du projet du PLUi.

Par analogie, en application des dispositions combinées des articles L.581-14-1 du Code de l'Environnement et L.153-12 du Code de l'Urbanisme, il a été décidé d'organiser un débat sur les orientations générales du RLPI.

Les orientations générales du projet de RLPI sont les suivantes :

Afin de répondre aux objectifs qu'elle avait définis dans le cadre de l'élaboration du RLPI cités ciavant, la communauté de communes s'est fixée les orientations suivantes :

En matière de publicités et préenseignes :

1. Orientation 1 : Déroger à l'interdiction de publicité en autorisant certaines publicités de manière limitative dans quelques secteurs du territoire visés au Code de l'Environnement, article L.581-8, pour préserver les espaces patrimoniaux tout en permettant une information locale suffisante.
2. Orientation 2 : Adapter la densité des dispositifs publicitaires et éventuellement leur format sur le territoire de la communauté de communes de Blaye afin d'être en accord avec la réalité du territoire et favoriser une meilleure intégration des publicités et préenseignes dans le paysage.

En matière de publicités, enseignes et préenseignes :

- Orientation 3 : Réglementer localement les supports lumineux (publicités, enseignes et préenseignes) notamment via une plage d'extinction nocturne renforcée pour limiter l'impact de ces dispositifs (y compris numériques et /ou installés à l'intérieur des vitrines) sur le territoire tout en permettant leur utilisation avec parcimonie.

En matière d'enseignes :

1. Orientation 4 : Limiter voire interdire l'utilisation de certaines enseignes (ex : sur auvents, sur toiture) pour privilégier des installations en façade moins impactantes en termes d'intégration paysagère, notamment dans les espaces patrimoniaux sensibles : Site Patrimonial Remarquable, périmètres aux abords des monuments classés ou inscrits et sites classés ou inscrits, etc.
2. Orientation 5 : Maintenir voire renforcer la qualité des enseignes en façade (parallèles et perpendiculaires) en limitant leur nombre, leur taille, leur saillie ou encore en posant des dispositions esthétiques de façon à privilégier une bonne lisibilité des activités signalées et assurer une meilleure intégration de ces enseignes en s'appuyant sur les pratiques (ex : prescriptions de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF)) et documents existants (ex : règlement de la citadelle de Blaye).
3. Orientation 6 : Réduire l'impact des enseignes scellées ou installées directement sur le sol ayant un impact conséquent sur le paysage sans omettre d'encadrer les enseignes inférieures ou égales à 1 m<sup>2</sup> ne bénéficiant pas de dispositions nationales spécifiques ;
4. Orientation 7 : Encadrer l'utilisation des enseignes sur clôture en maîtrisant leur nombre et/ou leur format et/ou leur taille pour limiter l'impact de ces supports tout en prenant en compte leur importance pour certaines activités du territoire (ex : activités isolées, agricoles, viticoles).

5. Orientation 8 : Renforcer les règles concernant les enseignes temporaires pour en limiter l'impact négatif sur le paysage.

Après cet exposé, le débat sur les orientations générales du RLPi est ouvert.

- Retranscription du débat entre les élus : voir procès-verbal du conseil municipal.
- Le débat sur les orientations générales du RLPi est épuisé à XXhXX.

Au vu de ces éléments, la tenue du débat sur les orientations générales du RLPi sera formalisée par la présente délibération. Il est proposé ensuite à l'assemblée qu'il soit donné acte de la présentation et du débat sur les orientations générales du RLPi en application des dispositions combinées des articles L.514-14-1 du Code de l'Environnement et L.153-12 du Code de l'Urbanisme.

Le Conseil Municipal, après en avoir délibéré,

- Vu le Code de l'Environnement, et notamment ses articles L.581-14 et suivants ainsi que R.581-72 et suivants,
- Vu le Code de l'Urbanisme, et notamment ses articles L.151-1 et suivants ainsi que L.153-1 et suivants,
- Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,
- Vu la délibération du conseil communautaire du 6 mars 2024 prescrivant l'élaboration du RLPi précisant les objectifs poursuivis, les modalités de la concertation et les modalités de collaboration entre les communes membres,
- Vu les objectifs et les orientations générales du RLPi présentés aux élus,

Prend acte de la présentation et de la tenue d'un débat en séance sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunal, en application des dispositions combinées des articles L.581-14-1 du Code de l'Environnement et L.153-12 du Code de l'Urbanisme.

La commission n°7 (Urbanisme / Habitat / Revitalisation Urbaine / Mobilités / Patrimoine Urbain Et Fortifié) s'est réunie le 20 janvier 2025 et a émis un avis favorable.

# COTECH n°1- Communauté de communes de Blaye

**Lieu** : Espace France Services – Blaye

**Date** : le 09 décembre 2024

**Animation de la réunion et rédaction du compte rendu** : Julie Fauvel – Go Pub Conseil

**Présents** : M. BALDES (CCB/BLAYE) / M. AUDOUIN (SAMONAC) / M. PAGE (SAINT-GIRONS d'AIGUEVIVES) / M. ZORRILLA (CARS) / Mme GADRAT (GAURIAC) / M. CAGNATO (ST MARTIN LACAUSSADE) / M. BELIS (FOURS) / M. SERAFFON (BLAYE) / MME GIROTTI (BLAYE) / Mme PICQ (SAINT-CHRISTOLY-DE-BLAYE) / M. DUBAU (GENERAC) / Mme. GIOVANNUCCI (SAMONAC) / Mme VALENTIN SEIGNETTE (CCB)

**Excusés** : C. GAYDON (UDAP) / M. HARMAND (UDAP) / M.C SOULARD (SAUGON)

L'objectif est :

- De confirmer les éléments du précédent COTECH du 4 novembre 2024 ;
- De pré-valider, certains éléments discuter lors du précédent COTECH afin de préparer le COPIL du 20 janvier 2025 ;
- De restituer aux élus les observations de l'UDAP, qui n'a pas pu être représentée ce jour.

Code couleur du CR :

- En noir : les éléments n'ayant pas soulevé de commentaire durant le COTECH ;
- En vert : les éléments ayant été pré-validés durant le COTECH ;
- En rouge : les points n'ayant pas été retenus lors de le COTECH.

Tableau de synthèse des règles proposées en matière de publicités et préenseignes :

	Trame a et b : secteurs patrimoniaux	ZP1a et b : secteurs en agglomération	ZP2a et b : Espaces hors agglomération	Règles nationales
Interdiction	Toute publicité sauf affichage d'opinion et publicité apposée sur mobilier urbain	Publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu / publicité sur clôture / publicité sur mur de pierre apparente	Toutes publicités et préenseignes hors préenseignes dérogatoires (C. env. L.581-7 et L.581-19 du C. env.)	Interdiction de toute publicité en secteurs patrimoniaux.
Publicité sur mur	-	4,7 m <sup>2</sup> / 6 m de hauteur au sol (C. env.) Saillie 0,10m	-	4,7 m <sup>2</sup> / 6 m de hauteur au sol (C. env.) Saillie 0,25m
Publicité scellée ou installée sur le sol	-	Interdite (art. R.581-31 C. env.)	-	Interdite (art. R.581-31 C. env.)
Densité	-	1 publicité par mur et par unité foncière	-	Linéaire de l'unité foncière entre 0 et 80 m : 2 publicités autorisées + 1 publicité par tranche de 80 m incomplète.
Publicité sur mobilier urbain	2 m <sup>2</sup> / 3 m de hauteur au sol Favoriser la visibilité des informations d'intérêt général / local vis-à-vis de la face publicitaire au sein des espaces patrimoniaux.	2 m <sup>2</sup> / 3 m de hauteur au sol	-	2 m <sup>2</sup> / 3 m de hauteur au sol
Publicité lumineuse	22h -6h			Règles identiques à la publicité non-lumineuse
Extinction nocturne				1 h – 6 h (sauf abris-bus)
Supports lumineux en vitrines	<p align="center"><b>Soumis à la plage d'extinction nocturne ci-avant.</b>  <b>Pour les supports numériques uniquement : 10% de la surface de la façade dans la limite de 2m<sup>2</sup> de surface cumulée par voie bordant l'activité. 1m<sup>2</sup> de surface unitaire par support.</b></p>			Pas de disposition nationale

Dispositions générales proposées en matière d'enseignes :

Disposition d'insertion paysagère :

- Les enseignes ne doivent pas recouvrir ou masquer les éléments architecturaux (modénatures, éléments décoratifs de façades, etc.) des bâtiments sur lesquels elles sont apposées ;

Interdictions des enseignes :

- les équipements concernant la circulation ;
- les arbres ou plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution d'électricité ;
- les poteaux de télécommunication ;
- les installations d'éclairage public ;
- le garde-corps de balcon et balconnet ;
- les auvents / marquises;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu.

Enseignes temporaires :

- Interdictions identiques aux enseignes permanentes ;
- Enseigne parallèle : 1 seule par voie bordant l'activité ; ~~pour les agences immobilières une seule par bien et à l'intérieur (UDAP)~~
- Enseigne perpendiculaire : interdite ;
- Enseigne sur clôture : bâche autorisée 2 m<sup>2</sup> et 6 m<sup>2</sup> si plus de 3 mois (opération immobilière / travaux publics).
- Enseigne scellée au sol : 6 m<sup>2</sup>.

Tableau de synthèse des règles proposées en matière d'enseignes :

	ZP1a : secteurs patrimoniaux en zones d'activités et ZP1-c : centres anciens	Dispositions spécifiques à l'intérieur de la Citadelle	ZP1b : secteurs patrimoniaux hors zones d'activités	ZP1a : zones d'activités et ZP2b : zones d'activités hors agglomération	ZP1b : zone d'habitat / d'équipement et ZP2b : zones hors agglomération hors zones d'activités	Règles nationales
Interdiction	-	La mention de publicité est interdite sur le mobilier de terrasse	Enseignes rétro-éclairées, néons ou défilantes (sauf service d'urgence / pharmacie).	-	-	Pas d'interdiction nationale
Enseigne parallèle au mur	Installation dans les limites du rez-de-chaussée si activité exercée en rez-de-chaussée.	<i>RAL 7040 et RAL 8016 et police : HELVETICA NEUE</i> Format 1,10 m X 0,05 m	Installation dans les limites du rez-de-chaussée si activité exercée en rez-de-chaussée. Réalisation en lettres / signes découpés / lettres peintes ou avec panneau de fond transparent. <del>1 seule par voie bordant l'activité.</del>	Installation dans les limites du rez-de-chaussée si activité exercée en rez-de-chaussée.		Ne pas dépasser des limites du mur ou de l'égout du toit Règle de la surface cumulée des enseignes : 25% de la façade si façade de moins de 50m <sup>2</sup> et 15% de la façade si façade de plus de 50m <sup>2</sup>
Enseigne perpendiculaire au mur	1 par voie bordant l'activité 0,80 m de saillie (règlement de voirie départemental)	Format 0,6 m (H) et 0,3 m (L) avec épaisseur 0,5 m 1 par voie bordant l'activité	1 par voie bordant l'activité Saillie et hauteur : 0,60 m Implantation dans l'alignement de l'enseigne parallèle au mur principal <del>sauf impossibilité technique ou architecturale.</del>	1 par voie bordant l'activité 0,80 m de saillie (règlement de voirie départemental)		Ne pas dépasser des limites du mur Pas d'installation sur balcon ou devant une fenêtre Règle de la surface cumulée des enseignes : 25% de la façade si façade de moins de 50m <sup>2</sup> et 15% de la façade si façade de plus de 50m <sup>2</sup>
Enseigne scellée / installée sur le sol (+ d'1m <sup>2</sup> )	1 par voie bordant l'activité Surface : 6 m <sup>2</sup> / 6 m de hauteur au sol Pas de cumul avec une enseigne sur clôture Regroupement si installation sur la même unité foncière. Pas de cumul (sur la même voie) avec une enseigne sur clôture	Interdite	Interdite sauf station-service ou activité en retrait de la voie (5 m) surface : 2 m <sup>2</sup> / 3 m de hauteur au sol – Si station-service 6 m <sup>2</sup> / 6 m de hauteur au sol	1 par voie bordant l'activité Surface : 6 m <sup>2</sup> / 6 m de hauteur au sol Regroupement si installation sur la même unité foncière. Au-delà de 4 activités signalées, possibilité d'un support supplémentaire Pas de cumul (sur la même voie) avec une enseigne sur clôture	1 par voie bordant l'activité Surface : 4 m <sup>2</sup> / 4 m de hauteur au sol Pas de cumul (sur la même voie) avec une enseigne sur clôture	6 m <sup>2</sup> / 6,5 à 8 m de hauteur au sol en fonction de la largeur de l'enseigne / 1 par voie bordant l'activité
Enseigne scellée / installée sur le sol (d'1m <sup>2</sup> ou moins)	2 par voie bordant l'activité Hauteur au sol 6 m	1 par voie bordant l'activité De type chevalet avec un format 1,10 m (H) et 0,6 m x 0,75m.	1 par voie bordant l'activité 1,5 m de hauteur au sol Ne pas entraver la circulation Être installé au droit de l'activité	2 par voie bordant l'activité Hauteur au sol 6 m	1 par voie bordant l'activité 1,5 m de hauteur au sol Ne pas entraver la circulation Être installé au droit de l'activité	Pas de disposition nationale
Enseigne sur clôture	1 seule par voie bordant l'activité 2 m <sup>2</sup>	Interdite	Uniquement sur clôture aveugle <del>Lettres / signes découpés, peintes en façade ou panneau de fond transparent</del> 1 seule par voie bordant l'activité ; 1 m <sup>2</sup> maximum. Interdire les dispositifs sur bâche (sauf si temporaire)	1 seule par voie bordant l'activité 2 m <sup>2</sup> Interdire les dispositifs sur bâche (sauf si temporaire)		Pas de disposition nationale
Enseigne lumineuse / numérique						Enseigne clignotante interdite sauf pour service d'urgence et pharmacie. Enseignes lumineuses soumises aux règles des enseignes non-lumineuses.
Extinction nocturne			22h -6h sauf activité e cours			1 h -6 h avec extinction 1h après la fin de l'activité et allumage 1h avant le début de l'activité

## Durant la réunion, voici les échanges qui ont eu lieu :

- **L'arrêté de limites d'agglomération** : Selon le **Code de la route**, une **agglomération** est définie comme un espace où sont groupés des bâtiments rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux spécifiques (panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération). Cependant, **la jurisprudence (Conseil d'État) fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti** (CE, section, 02/03/1990, Sté Publi-system, n° 68134). Cela est particulièrement important pour les décisions relatives à la publicité extérieure car la réglementation change selon que l'on soit en agglomération (publicités et préenseignes autorisées) ou hors agglomération (publicités et préenseignes interdites). Néanmoins, il convient de rappeler que les arrêtés de limites d'agglomération et leur plan sont des annexes obligatoires au RLPi (art. R.581-78 du C. env.).
- **Sur le fait de préserver l'interdiction de publicité dans les secteurs patrimoniaux** : Il est possible de maintenir l'interdiction du Code de l'environnement au sein des secteurs patrimoniaux. Un tel maintien doit être mûrement réfléchi par l'ensemble des communes car si l'une d'elles souhaite installer du mobilier urbain financé en partie par de la publicité, ces supports n'y seront pas autorisés. Sur la CCB, ces secteurs patrimoniaux couvrent la majorité des centres-bourgs. Une révision du RLPI serait par la suite nécessaire si certaines communes émettaient le souhait de pouvoir disposer de ce type de dispositifs.
- **Sur les extensions de l'agglomération** : Le RLPi pourra faire l'objet de modifications dans le cas d'extensions de l'agglomération (exemple : urbanisation des zones AU). Il est important que ces extensions soient significatives et qu'elles comportent des enjeux pour la CCB. En effet, l'extension de l'agglomération n'a d'intérêt que pour faire correspondre la réalité du territoire avec les dispositions locales en matière de publicités et préenseignes.
- **Rappel des échéances pour les communes** :
  - o D'ici fin février 2025 et après le conseil communautaire du 18 décembre 2024, durant lequel seront débattues les orientations, passage de la délibération prenant acte du débat sur les orientations dans chaque commune<sup>1</sup>. ;
  - o Retour sur les limites d'agglomération et l'arrêté proposé d'ici février 2025 ;
  - o Retour sur les lieux d'installation des panneaux d'affichage libre pour fin 2025. Ces éléments seront annexés à la page internet du RLPi.

Il est proposé d'associer les services de l'UDAP (ABF) et DDTM au prochain COTECH.

### Document à transmettre aux communes :

- Le support de la réunion
- Les propositions de limites d'agglomération

---

<sup>1</sup> Nota : modèles d'arrêt et propositions de délimitation d'agglomération à ajuster et annexer à l'arrêté déjà transmis.



COMMUNAUTÉ  
DE COMMUNES  
**BLAYE**



# Règlement Local de Publicité intercommunal

COTECH n°1

9 décembre 2024



[www.ccb-blaye.com](http://www.ccb-blaye.com)





## SOMMAIRE

- Contexte local
- Objectifs et orientations
- Synthèse du diagnostic et orientations
- Planning prévisionnel



# Contexte local



# RAPPEL DES DÉFINITIONS

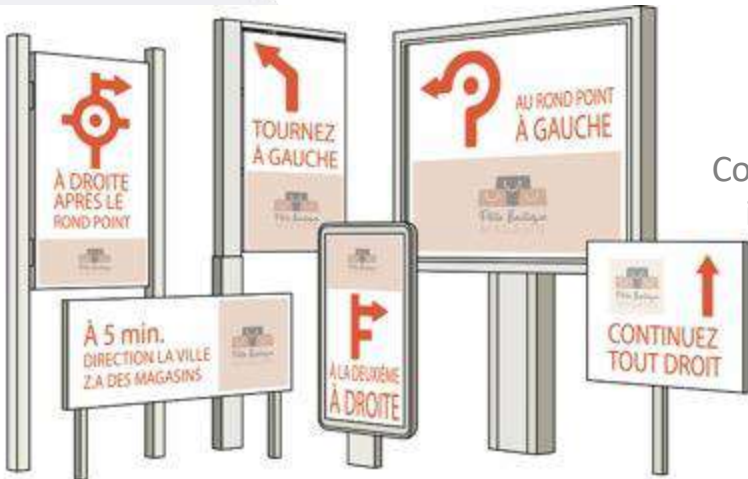
## > LES ENSEIGNES

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 2° du code de l'environnement).



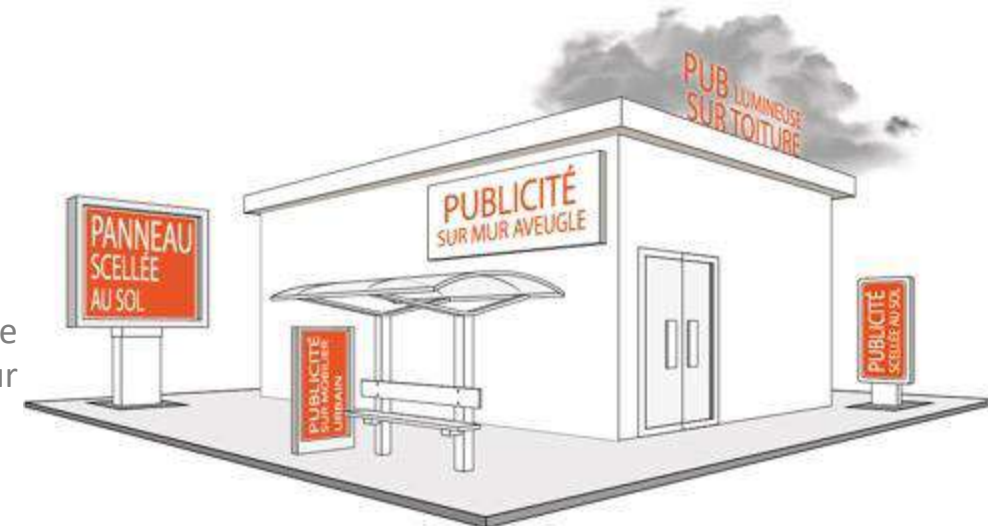
## < LES PREENSEIGNES

Constitue une préenseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité où s'exerce une activité déterminée.  
(Article L 581-3 3° du code de l'environnement).



## > LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Constitue une publicité, toute inscription destinée à informer ou attirer le public. Panneau affichant une publicité sur le domaine privé et public, sur une voie ouverte à la circulation publique.  
(Article L 581-3 1° du code de l'environnement).



# FORMATS AUTORISÉS

	Agglomération de - de 10 000 habitants hors d'une unité urbaine de + de 100 000 habitants	Agglomération de - de 10 000 habitants dans une unité urbaine de + de 100 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants
Publicité sur un mur ou une clôture	surface $\leq 4,7 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$
Publicité scellée / installée sur le sol	<b>INTERDIT</b>	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$
Bâches publicitaires / dispositifs de dimensions exceptionnelles	<b>INTERDIT</b>	<b>INTERDIT</b>	<b>AUTORISÉES</b>
Publicité lumineuse	surface $\leq 4,7 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	Règles de la publicité non lumineuse	Règles de la publicité non lumineuse
Publicité numérique	<b>INTERDIT</b>	surface $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$
Enseigne scellée / installée sur le sol	surface $\leq 6 \text{ m}^2$	surface $\leq 6 \text{ m}^2$	surface $\leq 12 \text{ m}^2$

# INTERDICTIONS ABSOLUES DE PUBLICITÉ



## Publicités et préenseignes interdites hors agglomération

**Exceptions : les préenseignes dérogatoires (art. L.581-19 C. env.), à savoir :**

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- A titre temporaire, des opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

**Produits du terroir :** Expression désignant les 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. \*



Préenseigne dérogatoire d'activité de vente de produit du terroir  
(Vente de Côtes de Bordeaux – Périmètre AOC)

# INTERDICTIONS ABSOLUES DE PUBLICITÉ



**publicité (ou préenseigne)**  
sur un mur ou une clôture de  
jardins publics et clôture non-  
aveugle



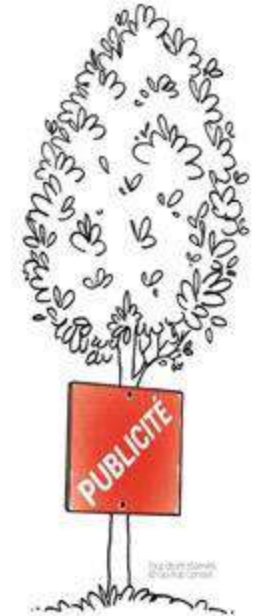
**sur les équipements publics**  
relatifs à la circulation



**sur les poteaux**  
de transport et de  
distribution  
d'électricité



**sur les murs**  
de cimetières



**sur les arbres**  
et plantations

# INTERDICTIONS ABSOLUES ET RELATIVES DE PUBLICITÉ

## Interdictions absolues :

- sur les 16 monuments historiques classés ou inscrits du territoire ;
- dans le parc naturel marin de l'estuaire de la Gironde et de la mer des Pertuis qui couvre les communes de Bayon-sur-Gironde, Blaye, Fours, Gauriac, Plassac, Saint-Genès-de-Blaye, Villeneuve.

## Interdictions relatives :

- dans le site patrimonial remarquable (SPR) de Blaye ;
- aux abords des 16 monuments historiques classés ou inscrits (périmètres de 500m ou PDA) (s'ajoute à ces périmètres : le domaine de Valette et le Moulin à vent de la Garde de Roland sur les communes de Mazon et Saint-Seurin-de-Cursac) ;
- dans le site inscrit « Corniche de la Gironde » ;
- dans les zones Natura 2000 du territoire :
  - Estuaire de la Gironde : Marais du Blayais (Blaye, Fours, Saint-Genès-de-Blaye) ;
  - Estuaire de la Gironde (Bayon-sur-Gironde, Blaye, Gauriac, Plassac, Saint-Genès-de-Blaye, Villeneuve) ;
  - La Dordogne (Saint-Seurin-de-Bourg) ;
  - La Garonne (Bayon-sur-Gironde) ;
  - Vallée et palus du Moron (Saint-Christoly-de-Blaye) ;
  - Etc.



Contrairement aux interdictions absolues de publicités, les interdictions relatives peuvent être levées via l'élaboration ou la révision d'un RLP(I).

# Objectifs et orientations





# DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION DU RLPI DU 6 MARS 2024

## ► Objectifs poursuivis :

- Réguler l'implantation et le développement des dispositifs publicitaires ;
- Protéger le cadre de vie et lutter contre la pollution visuelle ;
- Proposer un traitement cohérent des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire à travers une approche différenciée des espaces et une adaptation des règles nationales ;
- Considérer les besoins et les intérêts des habitants, ainsi que les besoins de communication extérieure des acteurs économiques, institutionnels, culturels et touristiques locaux ;
- Assurer un équilibre entre droit à l'expression, diffusion d'information et protection du cadre de vie ;
- Prendre en compte l'évolution des technologies et les impératifs de sobriété écologique/énergétique.



# PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES



1. Déroger à l'interdiction de publicité en autorisant certaines publicités de manière limitative dans quelques secteurs du territoire visés au Code de l'environnement (article L.581-8 du Code de l'environnement) pour préserver les espaces patrimoniaux tout en permettant une information locale suffisante.
2. Adapter la densité des dispositifs publicitaires et éventuellement leur format sur le territoire de la communauté de communes de Blaye afin d'être en accord avec la réalité du territoire et favoriser une meilleure intégration des publicités et préenseignes dans le paysage.



Faire respecter la réglementation nationale



Eviter les phénomènes de doublons des supports sur mur



Tenir compte du caractère spécial du mobilier urbain supportant de la publicité comme réponse à un besoin des administrés en l'autorisant dans les espaces patrimoniaux (Blaye en SPR et Gauriac en site inscrit).



# PROPOSITION D'ORIENTATIONS MIXTES (PUBLICITÉS, ENSEIGNES ET PRÉENSEIGNES)



1. Réglementer localement les supports lumineux (publicités, enseignes et préenseignes) notamment via une plage d'extinction nocturne renforcée pour limiter l'impact de ces dispositifs (y compris numériques et /ou installés à l'intérieur des vitrines) sur le territoire tout en permettant leur utilisation avec parcimonie.



Support lumineux (numérique) installé en vitrine à Blaye.



Enseignes numériques



Enseigne éclairée par projection

# PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS ENSEIGNES

1. Limiter voire interdire l'utilisation de certaines enseignes (sur auvents, sur toiture, etc.) pour privilégier des installations en façade moins impactantes en termes d'intégration paysagère, notamment dans les espaces patrimoniaux sensibles : Site Patrimonial Remarquable, périmètres aux abords des monuments classés ou inscrits et sites classés ou inscrits, etc.
2. Maintenir voire renforcer la qualité des enseignes en façade (parallèles et perpendiculaires) en limitant leur nombre, leur taille, leur saillie ou encore en posant des dispositions esthétiques de façon à privilégier une bonne lisibilité des activités signalées et assurer une meilleure intégration de ces enseignes en s'appuyant sur les pratiques (ex : prescriptions de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF)) et documents existants (ex : règlement de la citadelle de Blaye).



# PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS ENSEIGNES



1. Réduire l'impact des enseignes scellées ou installées directement sur le sol ayant un impact conséquent sur le paysage sans omettre d'encadrer les enseignes inférieures ou égales à 1 m<sup>2</sup> ne bénéficiant pas de dispositions nationales spécifiques ;
2. Encadrer l'utilisation des enseignes sur clôture en maîtrisant leur nombre et/ou leur format et/ou leur taille pour limiter l'impact de ces supports tout en prenant en compte leur importance pour certaines activités du territoire (ex: activités isolées, agricoles, viticoles).
3. Renforcer les règles concernant les enseignes temporaires pour en limiter l'impact négatif sur le paysage.



Enseignes scellées au sol de grand format



Enseignes installées sur le sol de petit format



Enseigne sur clôture

# IMPACTS DU RLPI – DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ





	Infraction au Code de l'environnement	Infraction au RLPI
Publicités, préenseignes et supports lumineux en vitrines	Mise en conformité sans délai	Mise en conformité dans un délai de 2 ans à compter de l'approbation du RLPI
Enseignes		Mise en conformité dans un délai de 6 ans à compter de l'approbation du RLPI

Application du RLPI dès son approbation pour les demandes d'autorisations préalables (enseignes) et déclarations préalables (publicités et préenseignes).

Le sursis à statuer n'est pas possible dans le cadre de l'élaboration d'un RLPI.

# Echange : zonage et règles\*



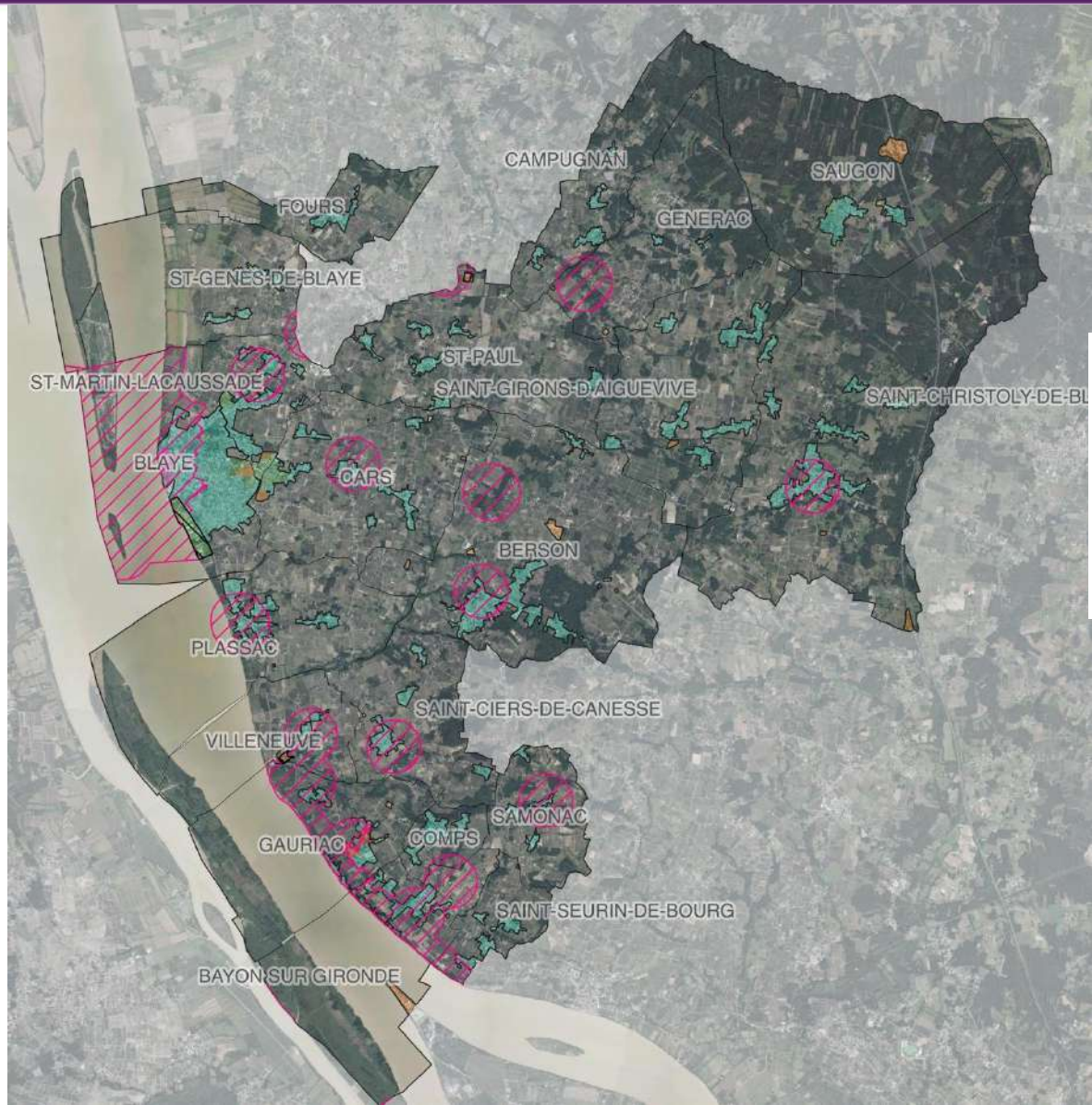
\*Les  et  permettent de visualiser des supports conformes ou non vis-à-vis des propositions de règles locales et ne tiennent pas compte des éventuelles infractions aux dispositions nationales.

## Zonage :

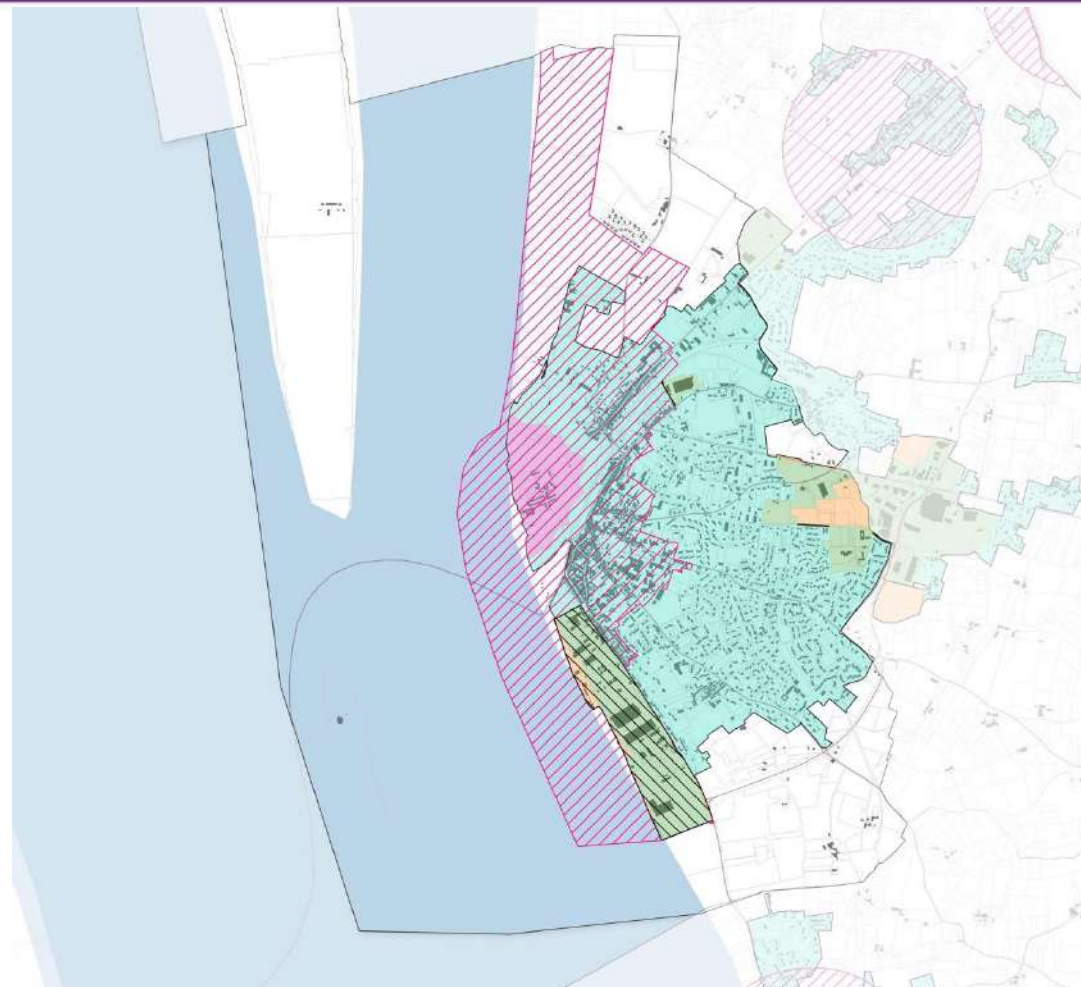
- Un zonage unique publicités, enseignes et préenseignes ;
- Deux grandes zones en et hors agglomération ;
- Elles-mêmes divisées en sous-zones pour tenir compte 1.de la Citadelle de Blaye, 2.des zones d'activités (en ou hors agglomération) et 3. des espaces urbains mixtes (pouvant accueillir des commerces de proximité, de l'habitat et des équipements) ;
- Imposer une trame patrimoniale en excluant les zones Natura 2000.



# LES GRANDS PRINCIPES DU ZONAGE - PROPOSITIONS



# LES GRANDS PRINCIPES DU ZONAGE - PROPOSITIONS



- Zonage
- ZP1a : zone d'activité en agglomération
  - ZP1b : espaces d'habitats en agglomération
  - ZP1d : citadelle
  - ZP2a : zone d'activité hors agglomération
  - ZP2b : zone hors agglomération hors zone d'activité

- Trame paysagère en zone d'activité
- Trame paysagère hors zones d'activités
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

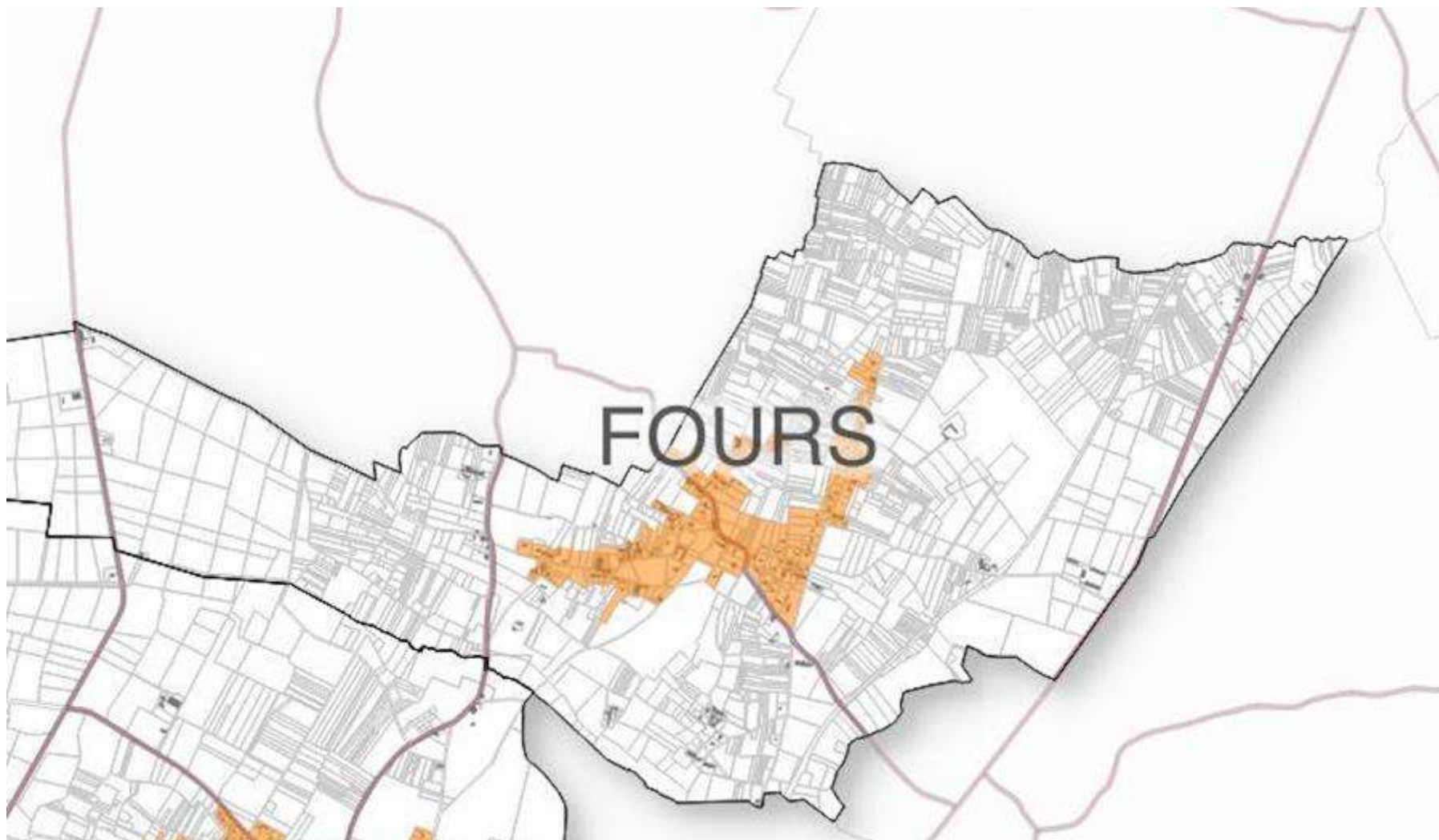
0 0,7 1,4 km



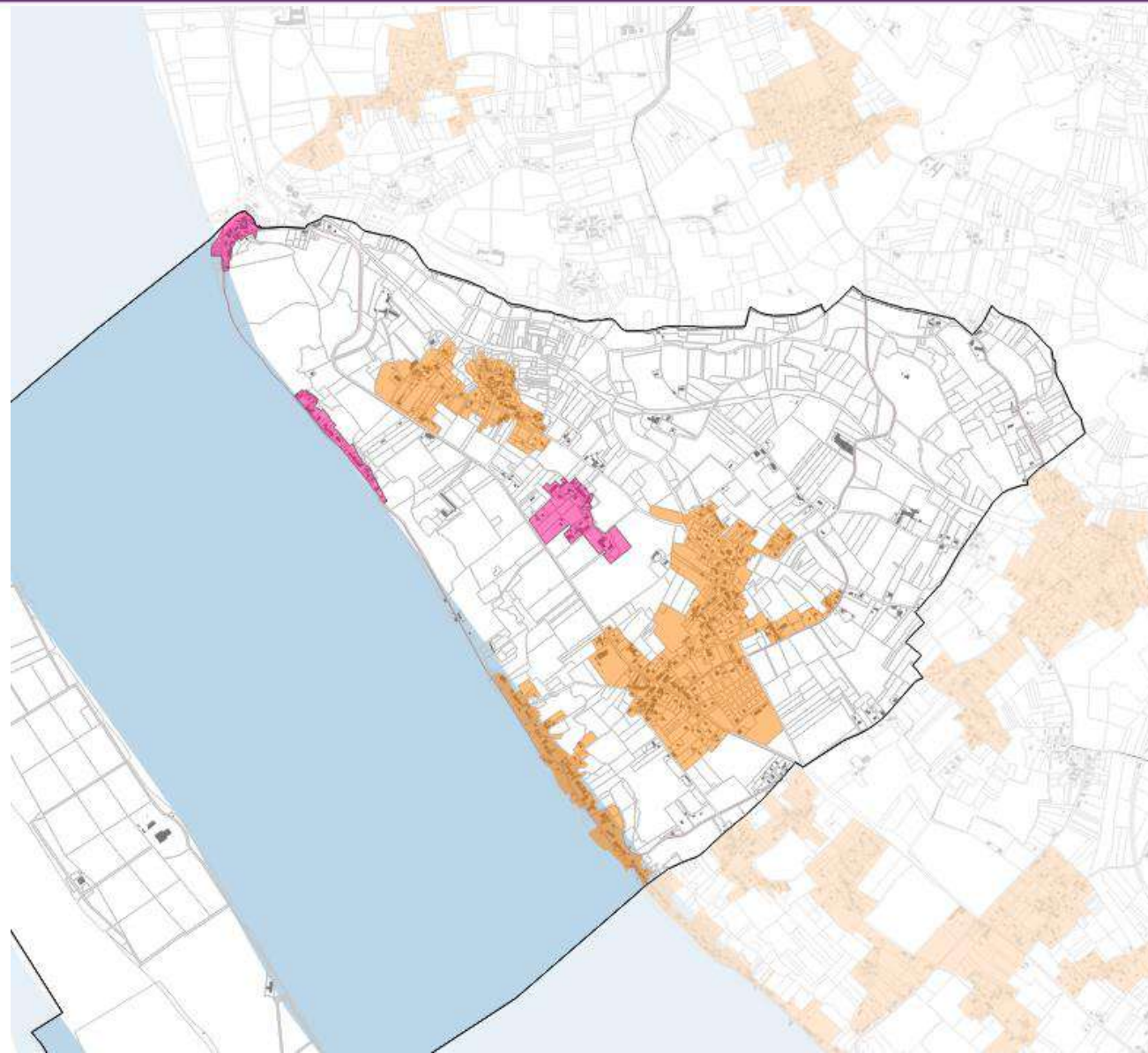
Document adopté en Conseil de Communauté le  
xxxxxx  
Document soumis à l'approbation en Conseil de  
Communauté le xxxxxxxx

Source :  
Trame paysagère : DREAL/DAP/PNRA2000 - INPN  
Parcelles, bâtis et communes : Origine : DGFIP Cadastre © Droits de l'Etat  
réservés © 2023  
Réseau routier : BD Topo © 2023 - © IGN  
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil le 15/11/2024

# LES GRANDS PRINCIPES DU ZONAGE - PROPOSITIONS



# LES GRANDS PRINCIPES DU ZONAGE - PROPOSITIONS



# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

Echanges  
et débats

## Dans les espaces patrimoniaux :

- Maintenir la possibilité d'avoir de l'affichage libre / de l'affichage d'opinion ;
- Maintenir la possibilité d'avoir du mobilier urbain supportant à titre accessoire de la publicité ;
  - Imposer le rétro-éclairage si le support est lumineux ;
  - Favoriser la visibilité des informations d'intérêt général / local vis-à-vis de la face publicitaire.



Mobilier urbain (Blaye)



Affichage d'opinion (Cars)

# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

Echanges  
et débats

## Sur le reste du territoire en agglomération :

### Rappel et maintien des dispositions nationales :

- Mobilier urbain autorisé dans la limite de 2 m<sup>2</sup> et 3 m de hauteur au sol pour les dispositifs de type « sucette » ;
- Publicité installée sur mur / clôture dans la limite de 4,7 m<sup>2</sup> et 6 m de hauteur au sol.

### Proposition :

- Interdire les publicités sur les toitures / terrasses en tenant lieu (absentes sur le territoire. *Cf diagnostic*) ;
- Interdire les publicités sur les clôtures (peu présentes sur le territoire. *Cf diagnostic*) ;
- Interdire les publicités sur mur de pierres apparentes ;
- Limiter le nombre / la densité de publicité sur mur : 1 seule par unité foncière et saillie limitée à 0,10 m sur les voiries départementales (*cf. règlement de voirie + mention de celui-ci*).

# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

Sur le reste du territoire en agglomération : illustrations des propositions\*



Format supérieure à 4,7m<sup>2</sup> (Blaye)



Format de à 4,7m<sup>2</sup> (Saint-Paul)



Plus d'une publicité par unité foncière (Plassac)



Publicité interdite sur mur de pierre apparente et sur clôture (Saint-Christoly-de-Blaye et Saint-Girons-D'Aiguevives)

# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

Echanges  
et débats

## Hors agglomération :

- ❑ Rappel et maintien des dispositions nationales : **publicités et préenseignes interdites hors agglomération**

## Exceptions : les préenseignes dérogatoires (art. L.581-19 C. env.), à savoir :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- A titre temporaire, des opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

**Produits du terroir :** Expression désignant les 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. \*



Préenseigne dérogatoire d'activité de vente de produit du terroir (Vente de Côtes de Bordeaux – Périmètre AOC – Saint-Martin-Lacaussade)



# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX SUPPORTS LUMINEUX (Y COMPRIS EN VITRINE)

Echanges  
et débats

Sur le reste du territoire en agglomération :

- ❑ Extinction nocturne :
  - ❑ 22h – 6h ;
  - ❑ 10% de la façade commerciale OU 1 m<sup>2</sup> de surface unitaire dans la limite de 2 m<sup>2</sup> de surface cumulée par voie bordant l'activité.



## Sur l'ensemble du territoire :

- Les enseignes ne doivent pas recouvrir ou masquer les éléments architecturaux (modénatures, éléments décoratifs de façades, etc.) des bâtiments sur lesquelles elles sont apposées ;
  
- Interdictions des enseignes suivantes :
  - Sur garde-corps de balcon / balconnet (non constaté sur le territoire) ;
  - Sur auvent / marquise (non constaté sur le territoire) ;
  - Sur toiture ou terrasse en tenant lieu (7 supports tous non-conformes) ;
  - Sur les arbres, plantations, équipements concernant la circulation, poteau de transport et de distribution d'électricité, poteaux de télécommunication, installations d'éclairage public.



Exemple d'enseigne sur toiture (Berson)

# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX ENSEIGNES

Echanges  
et débats

## Sur l'ensemble du territoire :

- ❑ Enseigne lumineuse soumise à une extinction nocturne :
  - ❑ Identique à la publicité : 22h – 6h ;



Exemple d'enseigne numériques (Blaye, Cars et Saint-Martin-Lacaussade)

# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX ENSEIGNES

Echanges  
et débats

Dans le cœur de la Citadelle : reprendre les dispositions du règlement de la Citadelle.

- ❑ La mention de publicité est interdite sur le mobilier de terrasse – reprendre afin d’être conforme au C. env ;
- ❑ *RAL 7040 et RAL 8016 et police : HELVETICA NEUE (Attention à l’intégration de ces éléments dans le RLPi) ;*
- ❑ Enseigne autorisée :
  - ❑ Parallèle : format 1,10 m X 0,05 m
  - ❑ Perpendiculaire : format 0,6 m (H) et 0,3 m (L) avec épaisseur 0,5 m
  - ❑ Installée au sol : de type chevalet avec un format 1,10 m (H) et 0,6 m x 0,75m.



Exemples d'enseignes au sein de la Citadelle (Blaye)

# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX ENSEIGNES

Echanges  
et débats

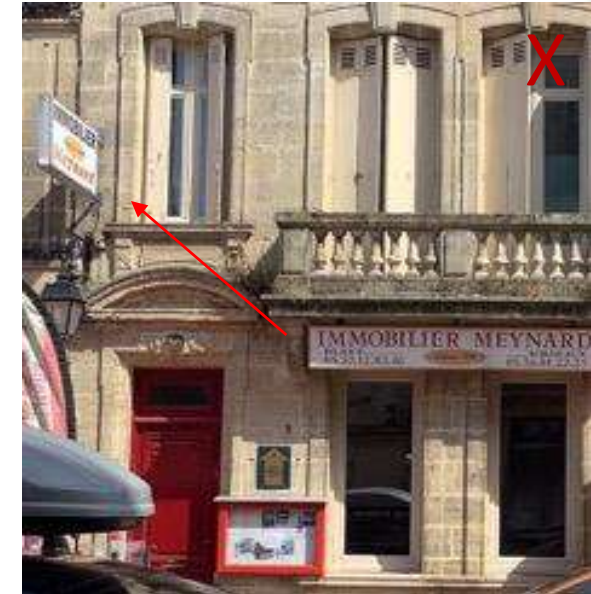
## Sur les secteurs patrimoniaux :

### ❑ Interdictions :

- ❑ Enseignes rétro-éclairées, néons ou défilantes (sauf service d'urgence / pharmacie ?) (cf. règlement ZPPAUP).

### ❑ Enseignes perpendiculaires :

- ❑ Format : 0,60 m X 0,60 m (cf. règlement ZPPAUP) ;
- ❑ 1 seule par voie bordant l'activité / façade commerciale (cf. règlement ZPPAUP) ;
- ❑ Alignement à l'enseigne parallèle au mur (sauf incompatibilité).



# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX ENSEIGNES

Echanges  
et débats

## Sur les secteurs patrimoniaux :

- ❑ Enseignes parallèles :
  - ❑ Réalisation en lettres / signes découpés, peintes en façade ou panneau de fond transparent (cf. règlement ZPPAUP) ;
  - ❑ 1 par façade commerciale (cf. règlement ZPPAUP – attention à l'impact) ;
  - ❑ Installation dans les limites du rez-de-chaussée si activité exclusivement installée en rez-de-chaussée ;
  - ❑ Autorisée sur lambrequin du store.



Enseignes perpendiculaires au mur (Plassac et Blaye)

# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX ENSEIGNES

Echanges  
et débats

## Sur les secteurs patrimoniaux :

- ❑ Enseignes scellées / installées au sol petit format (- ou = à 1 m<sup>2</sup>) :
  - ❑ Format chevalet uniquement : 1,5 m de hauteur au sol dans la limite d'1 par voie bordant l'activité ;
  - ❑ Implantation au droit de l'activité **sans entraver la circulation**.
  
- ❑ Enseignes scellées / installées au sol petit format (+ d'1 m<sup>2</sup>) :
  - ❑ Uniquement pour signaler une activité en retrait de la voie
  - ❑ Format à définir : identique au mobilier urbain 2 m<sup>2</sup> / 3 m de hauteur au sol et 6 m<sup>2</sup> / 6 m de hauteur au sol pour les stations services.



# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX ENSEIGNES

Echanges  
et débats

- ❑ Enseignes sur clôture :
  - ❑ Uniquement sur clôture aveugle ;
  - ❑ 1 seule par voie bordant l'activité ;
  - ❑ 1 m<sup>2</sup> maximum ;
  - ❑ Bâches interdites (sauf manifestations temporaires).



Enseigne sur clôture (périmètre MH – Bayon-sur-Gironde)



# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX ENSEIGNES

Echanges  
et débats

## Sur les secteurs d'habitat / d'équipements et dans les zones d'activités :

- ❑ Enseignes parallèles :
  - ❑ Installation dans les limites du rez-de-chaussée si activité exclusivement installée en rez-de-chaussée.
  
- ❑ Enseignes perpendiculaires :
  - ❑ Format : 0,80 m de saillie (cf. règlement de voirie départemental) ;
  - ❑ 1 par voie bordant l'activité.



Enseigne parallèle au mur (Villeneuve)

# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX ENSEIGNES

Echanges  
et débats

## Sur les secteurs d'habitat / d'équipements :

- Enseignes scellées / installées au sol petit format (- ou = à 1 m<sup>2</sup>) :
  - Format chevalet uniquement : 1,5 m de hauteur au sol dans la limite d'1 par voie bordant l'activité ;
  - Implantation au droit de l'activité **sans entraver la circulation**.
  
- Enseignes scellées / installées au sol petit format (+ d'1 m<sup>2</sup>) :
  - 1 par voie bordant l'activité (C. env.) ;
  - 4 m<sup>2</sup> et 4 m de hauteur au sol ;
  - Regroupement si installation sur une même unité foncière (au-delà de 4 activités, possibilité d'un support supplémentaire) ;**
  - Non-cumul (**sur une même voie**) avec une enseigne sur clôture.
  
- Enseignes sur clôture :
  - 1 par voie bordant l'activité et 2 m<sup>2</sup>.



Enseigne scellée au sol Saint-Paul)



Enseigne sur clôture et scellée au sol (Villeneuve)

# LES GRANDS PRINCIPES RELATIFS AUX ENSEIGNES

Echanges  
et débats

## Sur les secteurs d'activités :

- Enseignes scellées / installées au sol petit format (- ou = à 1 m<sup>2</sup>) :
  - 2 par voie bordant l'activité et 6 m de hauteur au sol.
  
- Enseignes scellées / installées au sol petit format (+ d'1 m<sup>2</sup>) :
  - 1 par voie bordant l'activité (C. env.) ;
  - 6 m<sup>2</sup> et 6 m de hauteur au sol ;
  - Regroupement si installation sur une même unité foncière (au-delà de 4 activités, possibilité d'un support supplémentaire) ;
  - Non-cumul (sur une même voie) avec une enseigne sur clôture.
  
- Enseignes sur clôture :
  - 1 par voie bordant l'activité et 2 m<sup>2</sup>.



Enseigne scellée au sol de moins de 6 m<sup>2</sup> (Blaye)



Enseigne sur clôture de moins de 2 m<sup>2</sup> (Berson)

# Calendrier RLPi



# CALENDRIER - PLANNING DES RÉUNIONS\*

- ✓ 16 septembre 2024 : Démarrage (visioconférence) ;
- ✓ 30 septembre 2024 : Présentation du diagnostic (visioconférence) ;
- ✓ 23 - 24 octobre 2024 : Présentation du diagnostic aux PPA et réunions thématiques avec les communes ;
- ✓ 4 novembre 2024 : COTECH n°1 de choix / zonage ;
- ✓ 9 décembre 2024 : COTECH n°2 de choix / zonage ;
- **Entre novembre 2024 et février 2025 : débats sur les orientations en CM et en Conseil communautaire ;**
- **Janvier 2025 : COPIL de validation des choix / zonage ;**
- **Février 2025 : Rédaction et validation du RLPi rédigé par l'intercommunalité + Préparation du temps fort de la concertation ;**
- **Mars 2025 : Réunions de concertation (PPA, publique, professionnels et associations) ;**
- Avril 2025 : Ajustements avant arrêt ;
- Mai 2025 : **Arrêt en conseil communautaire.**
- **Juin – aout 2025 : Avis PPA et CDNPS (3 mois incompressibles) ;**
- **Septembre 2025 : Enquête publique ;**
- **Octobre 2025 : Rapport du commissaire enquêteur ;**
- **Novembre 2025 : Ajustements du RLPi ;**
- **Décembre 2025 : Approbation du RLPi en conseil communautaire.**



**Julie Fauvel**

**06 75 89 18 37 • [julie.fauvel@gopubconseil.fr](mailto:julie.fauvel@gopubconseil.fr)**

12 rue Henri Becquerel - PIBS - CP67

Immeuble Piren - 56000 Vannes

[www.gopubconseil.fr](http://www.gopubconseil.fr)

[partenariats@gopubconseil.fr](mailto:partenariats@gopubconseil.fr)

02 49 49 03 00

## EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS

Conseillers en exercice : 37  
Conseillers présents : 29  
Conseillers votants : 33

Pour : 32  
Contre : 1  
Abstention : 0

Délibération n°21-240306-22

L'an deux mil vingt-quatre, le 06 mars, le Conseil Communautaire, dûment convoqué s'est réuni, à Saint Paul, convocation légale en date du 27 février, sous la présidence de M. Denis BALDÈS  
Secrétaire de séance : M. Philippe DUBAU

### **PRESENTS :**

**Bayon sur Gironde :** M. GAYRARD ; **Berson :** M. TREBUCQ ;  
**Blaye :** MM. BALDÈS, BROSSARD, CARREAU, SABOURAUD, MMES SARRAUTE, GIROTTI, PAIN-GOJOSSE, SANCHEZ ; **Campugnan :** M. LAÉ ; **Cars :** MME DELAUGE ; **Fours :** M. BELIS ; **Gauriac :** M. RODRIGUEZ ; **Générac :** M. DUBAU ; **Plassac :** M. BERNARD ; **St Christoly :** MMES PICQ, VIRUMBRALES, MM. GRIMEE, DEBET ; **St Genès :** M. SARTON ; **St Girons d'Aiguevives :** M. PAGE, MME MOLBERT ; **St Martin Lacaussade :** M. BEDIS ; **St Paul :** M. ANNÉREAU (suppléant) ; **St Seurin de Bourg :** M. BESSON ; **Samonac :** MME GIOVANNUCCI ; **Saugon :** MME SOULARD ; **Villeneuve :** MME VERGÈS ;

### **ABSENTS EXCUSES :**

**Blaye :** M. RENAUD ; **Cars :** M. ZORRILLA ; **Comps :** M. BAYARD ;  
**St Paul :** M. DUEZ ;

### **POUVOIRS :**

MME TREBUCQ à M. LAÉ  
MME MERCHADOU à MME GIROTTI  
M. ROBIN à M. TREBUCQ  
M. BONNEAU à M. BEDIS

Formant la majorité en exercice,

**OBJET : URBANISME : PRESCRIPTION D'ELABORATION D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (M. TREBUCQ)**

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,  
Vu le Code de l'Environnement, notamment les articles L 581-1 et suivants, L 581-14-1 et suivants,  
Vu le Code de l'Urbanisme, notamment ses articles L 151-1 et suivants,  
Vu la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II,  
Vu le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes,  
Vu la délibération n°111-191113-02 du 13 novembre 2019 de la Communauté de Communes enclenchant la procédure de transfert de la compétence PLU,  
Vu l'arrêté préfectoral en date du 30 mars 2020 actant du transfert de la compétence PLU (I) à la Communauté de Communes de Blaye,

Considérant la procédure d'élaboration du PLUI-H en cours prescrite par délibération du conseil communautaire en date du 30 juin 2021,

Considérant l'avis de la conférence intercommunale préalable à la délibération en date du 12 février 2024 sur les modalités de concertation et les objectifs poursuivis,

### **Les objectifs poursuivis sont les suivants :**

- Réguler l'implantation et le développement des dispositifs publicitaires,
- Protéger le cadre de vie et lutter contre la pollution visuelle,
- Proposer un traitement cohérent des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire à travers une approche différenciée des espaces et une adaptation des règles nationales,
- Considérer les besoins et les intérêts des habitants, ainsi que les besoins de communication extérieure des acteurs économiques, institutionnels, culturels et touristiques locaux,
- Assurer un équilibre entre droit à l'expression, diffusion d'information et protection du cadre de vie,
- Prendre en compte l'évolution des technologies et les impératifs de sobriété écologique/énergétique.

### **Les modalités de concertation :**

- **Avec les communes**

Conformément à l'article L153-8 du Code de l'Urbanisme, la procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal s'élabore en collaboration avec les communes. Il est proposé de décliner la charte de gouvernance adoptée pour l'élaboration du PLUI-H.

#### Les instances techniques

Elles sont chargées d'identifier et de coordonner les connaissances et les enjeux en vue de proposer des stratégies et des pistes de réflexion sur les objectifs et les orientations.

#### Trois entités sont identifiées :

- L'Equipe conduite de projet PLUI : le Vice-Président au PLUI et la Directrice du Pôle PLUI- Développement Economique,
- Le groupe projet : la Directrice Générale des Services, le Directeur Général Adjoint du CIAS, la Directrice du Pôle Communication, le Directeur du Pôle Développement Territorial et la Directrice du Pôle PLUI-Développement Economique,
- Le groupe projet élargi : le groupe projet, les référents techniques communaux et/ou partenaires).

#### Les instances opérationnelles

Elles sont chargées d'étudier et analyser les pistes de stratégies, les objectifs et les orientations en vue d'arbitrer les propositions qui seront présentées aux instances collaboratives. Les réunions de ces deux instances donnent lieu par principe à chaque fois en fin de séance à des prises de décisions sur la ou les thématique(s) inscrite(s) à l'ordre du jour.

#### Deux entités sont identifiées :



- Le Comité de Pilotage : la Commission urbanisme : elle est composée de 20 membres avec (un représentant référent et un remplaçant sont identifiés par commune). Les membres sont les référents-rapporteurs des avancées du projet auprès de leur commune et leur conseil municipal,
- Des groupes de travail thématiques et évolutifs (facultatifs).

### Les instances collaboratives (obligatoires)

Elles sont un espace de collaboration, d'information et de validation ou d'infirmerie des arbitrages stratégiques opérés par le comité de pilotage.

### Deux types d'entités identifiés :

- La Conférence Intercommunale - les maires du territoire communautaire sont règlementairement convoqués a minima pour valider les modalités de concertation et les objectifs de l'élaboration du RLPi et pour la présentation du projet de RLPi après l'enquête publique,
- Les conseils municipaux.

### L'instance décisionnelle

C'est l'instance de lancement des procédures (à l'exception des modifications simplifiées) et des prises de décisions définitives et formelles :

#### → Le Conseil Communautaire

- **Avec la population**

La concertation du public sera ouverte durant toute la durée d'élaboration du RLPi et prendra fin à la clôture des registres.

Les modalités suivantes sont proposées :

- Information du public :
  - o Publications dans la presse locale,
  - o Informations relatives à l'avancée de la démarche sur le site internet de la CCB.
- Echange / débat
  - o Organisation d'une réunion publique a minima.
- Expression
  - o Mise à disposition d'un registre dématérialisé et d'un registre papier (clôture : 30 jours avant l'arrêt du règlement) pour recueillir les demandes et observations,
  - o Création d'une adresse mail spécifique ([rlpi@ccb-blaye.com](mailto:rlpi@ccb-blaye.com)) pour recueillir les demandes et observations.

Ces modalités pourront être complétées par toute initiative complémentaire que la CCB jugera pertinente ou innovante pour favoriser l'information et une concertation de qualité.

Les acteurs du monde économique pourront également être associés au travail d'élaboration du RLPI.

Après débat, il est proposé au Conseil Communautaire :

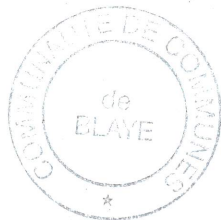
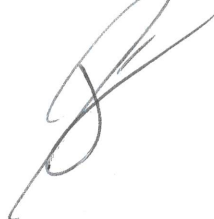
- De prescrire l'élaboration du Règlement local de publicité intercommunal,
- D'approuver les objectifs poursuivis et modalités de concertation,
- De notifier la délibération aux personnes publiques associées et procéder aux obligations d'affichage de la délibération,
- D'autoriser le président à signer toutes les pièces nécessaires à l'exécution de la délibération.

A la majorité (32 pour, 1 contre (MME SANCHEZ), 0 abstention)), le Conseil accepte ces propositions et mandate le Président pour la signature des pièces relatives à cette opération.

Fait et délibéré les jours, mois et an ci-dessus.  
Pour copie conforme, le 07 mars 2024

Le Secrétaire de Séance

Philippe DUBAU



Le Président de la  
Communauté de Communes  
De Blaye

Denis BALDÈS

