



RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

RAPPORT DE PRÉSENTATION

Juin 2021

Table des matières

PARTIE 1 : PROCEDURE DE REVISION DU RLP	3
1.1. Les principales étapes de procédure	3
1.2. Les éléments constitutifs du RLP	4
1.3. Les dispositifs visés	5
1.4. Les limites d'agglomération	13
PARTIE 2. LE CONTEXTE TERRITORIAL	14
2.1. Localisation	14
2.2. Situation administrative	14
2.3. Le patrimoine naturel	15
2.3.1. Le parc naturel régional des Landes de Gascogne	15
2.3.2. Les zones Natura 2000	15
2.4. L'activité économique	16
2.4.1. Un centre-ville en mutation	16
2.4.2. La zone commerciale les Portes du Delta	17
PARTIE 3. LES ZONES D'ENJEUX	18
PARTIE 4 : LE DIAGNOSTIC ET LES CONSTATS	19
4.1. Méthode de recensement	19
4.1.1. Publicité	19
4.1.2. Enseignes	19
4.2. Les chiffres clef de la publicité	20
4.3. Les règles du RNP applicable sur le territoire de Biganos	23

4.3.1. Analyse de la situation de la publicité et des préenseignes au regard du RNP	24
4.3.2. Analyse de la situation des enseignes au regard du RNP	25
Quelques enseignes ne respectent pas les règles nationales	25
4.4. Les dispositions du RLP du 26 avril 2006	27
4.4.1. Analyse de la situation de la publicité et des préenseignes au regard du RLP du 26 avril 2006	30
4.4.2. Analyse de la situation des enseignes au regard du RLP du 26 avril 2006	32
4.4.3. Autres constats en matière d'enseignes	34
PARTIE 5. LES OBJECTIFS ET LES ORIENTATIONS	35
PARTIE 6. L'EXPLICATION DES CHOIX	36

PARTIE 1 : PROCEDURE DE REVISION DU RLP

1.1. Les principales étapes de procédure

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur celle du PLU. La commune de Biganos étant compétente en matière de PLU, elle l'est donc en matière de RLP. La procédure de révision de son règlement de publicité est placée sous l'autorité du maire.

La délibération prescrivant la révision du règlement de publicité a été prise le 11 mai 2017. Cette délibération a fixé les objectifs du RLP. Cette délibération est notifiée aux personnes publiques associées (PPA). Le préfet transmet à la collectivité le porter-à-connaissance qui synthétise les recommandations de l'état pour le projet. Elle a également défini les modalités de la concertation qui aura lieu jusqu'à l'arrêt du projet (Art. L.123-6 du code de l'urbanisme). Celles-ci devront revêtir la forme suivante :

- Afficher la délibération du 11 mai 2017 pendant la durée de l'étude ;
- Faire paraître les articles afférents dans le bulletin municipal ;
- Informer régulièrement sur l'avancée de la procédure sur le site internet de la ville ;
- Ouvrir un registre dans les services municipaux (service urbanisme) en vue de recueillir les observations du public ;
- Offrir aux habitants la possibilité de formuler leurs observations pendant toute la durée de la concertation, à Monsieur le maire, par voie postale ou par voie électronique.

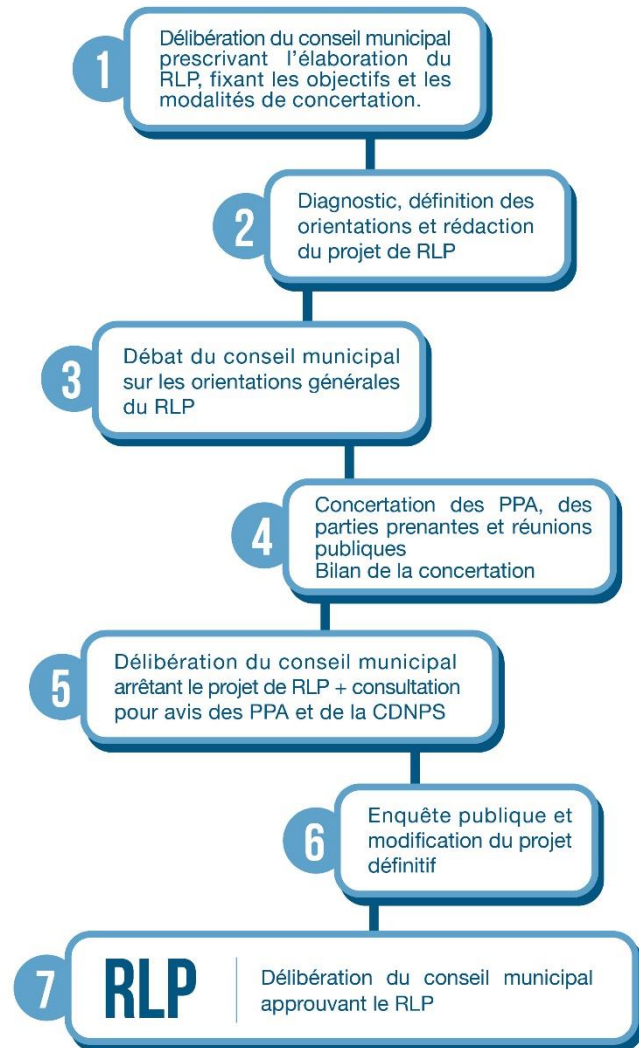
A l'issue de cette concertation, le bilan sera présenté au conseil municipal, qui délibérera et arrêtera le projet de règlement local de publicité révisé. Durant la procédure de révision du règlement, un débat sur les orientations pourra être organisé deux mois au moins avant son arrêt. Le projet sera

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

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

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

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



1.2. Les éléments constitutifs du RLP

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

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

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

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

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

1.3. Les dispositifs visés

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, la structure en elle-même constitue une publicité.



Exemple de support destiné à recevoir de la publicité

Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut donc générale. Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

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



Publicité historique



Publicité scellée au sol



Publicité sur mât porte-affiche



Publicité sur abri-voyageur



Publicité sur mobilier urbain



L'affichage d'opinion

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

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

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

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



Enseigne en façade à plat



Enseigne sur toiture



Enseignes perpendiculaires sur façade



Enseigne temporaire scellée au sol



Enseigne scellée au sol de type totem



Enseigne lumineuse



Enseigne scellée au sol de type drapeau

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

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19 du code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier.

Parmi les préenseignes, existent des préenseignes dites « dérogatoires » qui sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. Elles peuvent être implantées hors agglomération. Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite ;
- les manifestations temporaires.

Toutes les préenseignes situées hors agglomération signalant d'autres activités sont illégales depuis le 13 juillet 2015.



Préenseigne dérogatoire illégale depuis le 13 juillet 2015

Les dispositifs ne relevant du RNP

D'autres formes de dispositifs ne sont pas visées par le RNP et n'ont donc pas lieu d'être réglementées par un RLP.

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

La signalisation routière ne relève pas du Code de l'environnement.



Signalisation routière

La signalisation d'information locale (SIL), même si son aspect peut l'assimiler à certaines préenseignes, relève du code de la route.

Les journaux électroniques ou les mobiliers urbains diffusant uniquement de l'information et les colonnes culturelles ne sont pas soumis au RNP.



Signalisation d'information locale



Journal électronique d'information



Mobilier urbain réservé à la communication de la ville



Colonne culturelle place de la gare

1.4. Les limites d'agglomération

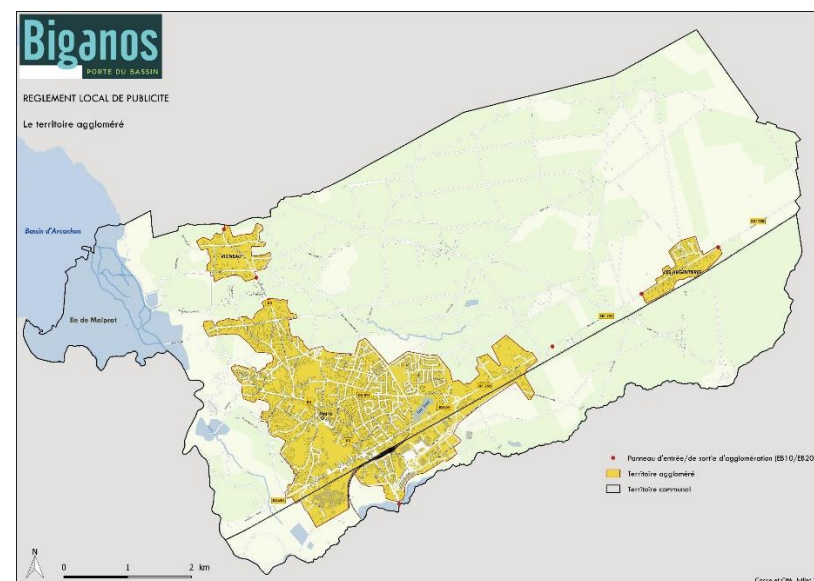
La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'importance de ce point est renforcée par l'obligation d'annexer au futur RLP l'arrêté municipal fixant les dites limites ainsi que le document graphique afférent.

L'agglomération au sens de l'alinéa 1 de l'article R.110-2 du Code de la route est « *un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* ».

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



Panneau d'entrée d'agglomération (EB10)



Carte du territoire aggloméré

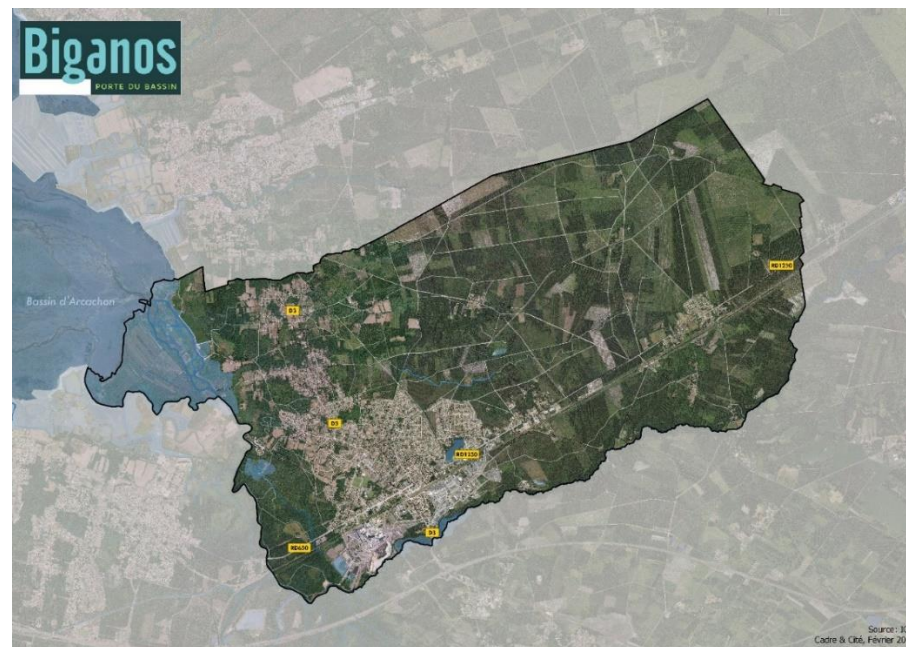
PARTIE 2. LE CONTEXTE TERRITORIAL

2.1. Localisation

Biganos est une commune située sur la côte Atlantique sud, dans le département de la Gironde. Elle possède une porte d'entrée dans le bassin d'Arcachon notamment via les ports fluviaux pittoresques de Biganos.



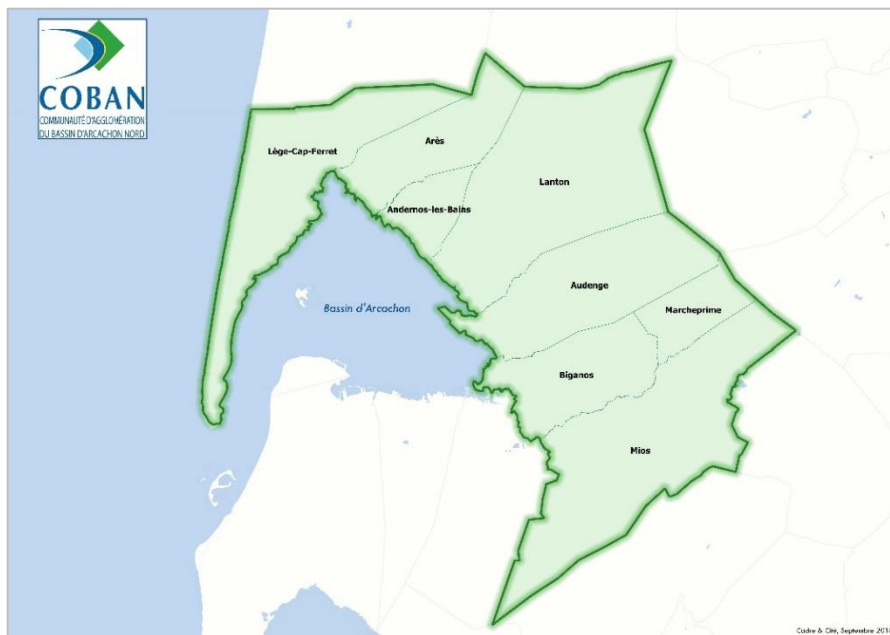
Localisation de Biganos



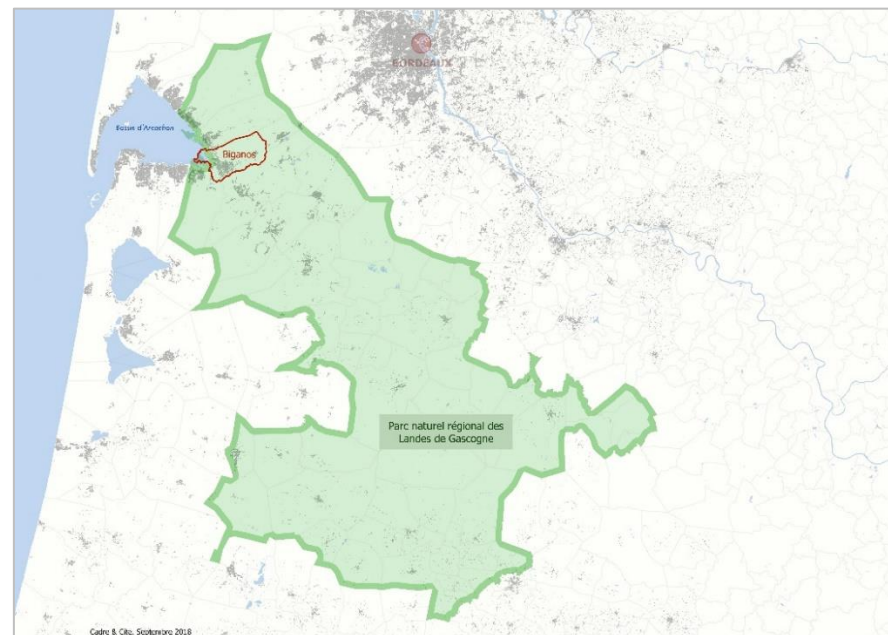
Orthophoto de la ville de Biganos (source : IGN)

2.2. Situation administrative

La communauté d'agglomération du Bassin d'Arcachon Nord ou COBAN a été créée en 2003 et regroupe 8 communes dont la ville de Biganos.



Carte des communes membre de la COBAN



Carte du PNR des Landes de Gascogne

2.3. Le patrimoine naturel

2.3.1. Le parc naturel régional des Landes de Gascogne

Le parc naturel régional des Landes Gascogne est à la fois réserve de biodiversité, source d'innovation et entité géographique. Il a été créé le 16 octobre 1970 et se compose aujourd'hui de 51 communes réparties sur les départements de la Gironde et des Landes. Le parc couvre une surface de 336 052 ha sur laquelle se trouve des espaces remarquables tant pour leur singularité écologique que pour les organisations sociales qui s'y sont développées.

La ville de Biganos est entièrement comprise dans le périmètre du parc naturel. L'ensemble de son territoire est fortement protégé par les dispositions du code de l'environnement. Ainsi, la publicité y est totalement interdite sauf si un RLP en décide autrement.

2.3.2. Les zones Natura 2000

Le réseau Natura 2000 regroupe des sites naturels ou semi-naturels au sein de l'Union européenne ayant une grande valeur patrimoniale par la grande biodiversité reconnue qu'ils contiennent.

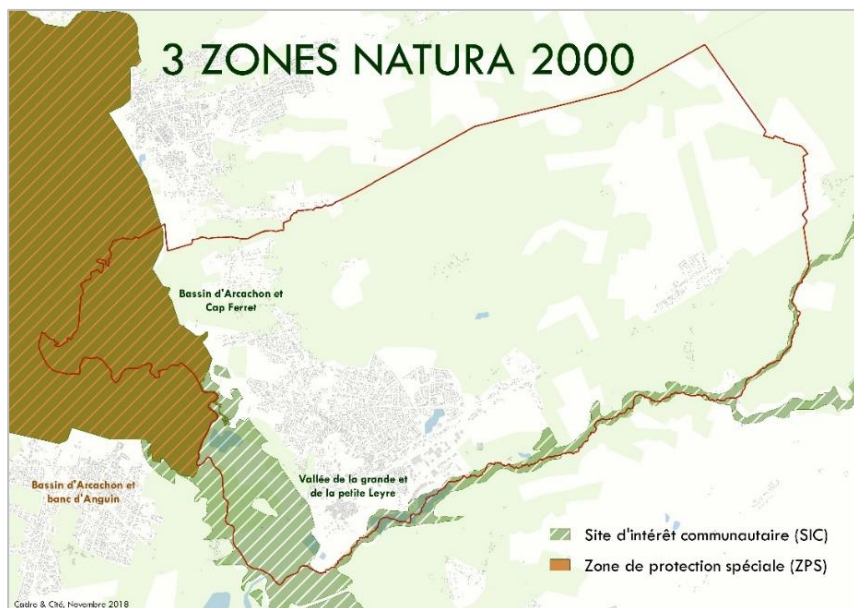
La richesse du patrimoine naturel de la ville de Biganos est mise en évidence par la présence de trois zones Natura 2000 sur son territoire.

2 sites d'intérêt communautaire (SIC) :

- la vallée de la Grande et de la Petite Leyre (FR7200721) ;
- le bassin d'Arcachon et le cap Ferret (FR7200679).

1 zone de protection spéciale (ZPS) :

- le bassin d'Arcachon et banc d'Arguin (FR7212018).



Carte des zones Natura 2000 sur la ville de Biganos

Selon le code de l'environnement, les zones Natura 2000 sont des espaces où la publicité est strictement interdite car elle peut dénaturer ou nuire aux habitats naturels d'espèces animales ou végétales, elles même éventuellement protégées.

Ces zones étant hors agglomération dans la commune de Biganos, elles ne présentent alors pas d'enjeux du point de vue de la réglementation de la publicité puisqu'elle y est déjà interdite.

2.4. L'activité économique

Biganos est une ville entreprenante qui a su prendre le tournant de la révolution industrielle en exploitant ses ressources naturelles. Verrerie, forges, tuileries, scieries... firent le renom et la richesse de la commune. La ville de Biganos concentre l'essentiel des activités du territoire. La cité dispose d'un tissu économique riche et diversifié constitué de 494 entreprises avec des leaders industriels et plus de 300 commerces.

2.4.1. Un centre-ville en mutation

La ville accueille une centaine de boutiques réparties sur différents axes et quartiers. La halle au marché et les nombreuses animations organisées tout au long de l'année agrémentent le plateau commerçant et contribuent à la convivialité et au bien-vivre à Biganos.

Biganos a engagé un programme de renouvellement urbain « ZAC centre-ville » pour penser et construire aujourd'hui sa ville de demain. Objectif : développer l'attractivité et le rayonnement du cœur urbain boïen.



Source site internet Trouillot & Hermel Paysagistes



Source site internet Trouillot & Hermel Paysagistes

La ville de Biganos possède une zone d'aménagement concerté (ZAC) à vocation commerciale exclusive. Cette zone se situe à l'entrée sud de la ville.



La zone commerciale des Portes du Delta (source : Google Earth)

2.4.2. La zone commerciale les Portes du Delta

PARTIE 3. LES ZONES D'ENJEUX

La richesse du territoire communal du Biganos lui confère un cadre de vie agréable qu'il est nécessaire de préserver. Au regard de la publicité extérieure, les enjeux du territoire sont les suivants :

- Le PNR

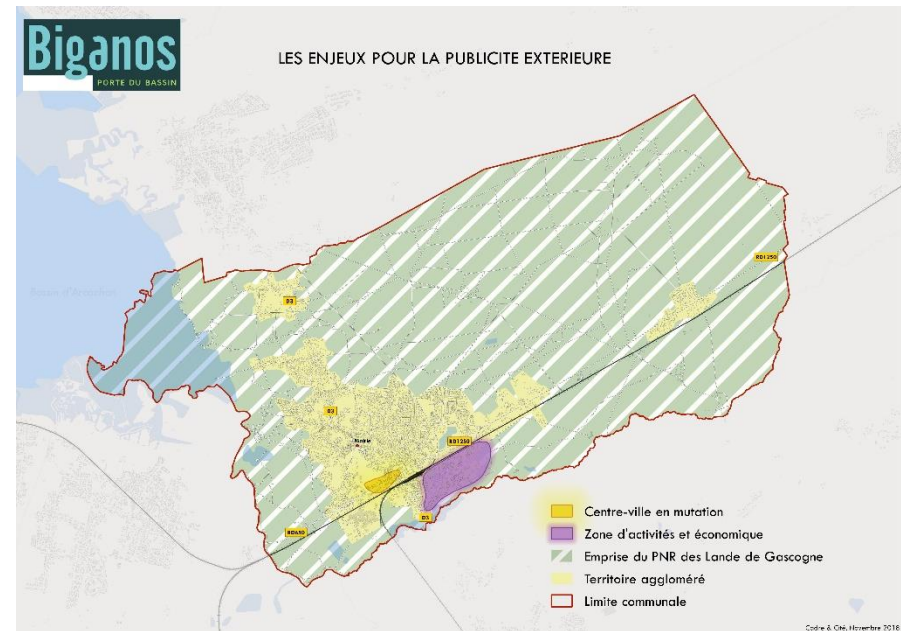
L'adhésion de la commune au parc naturel régional des Landes de Gascogne implique l'interdiction relative des dispositifs publicitaires quelle que soit leur nature.

- Le renouvellement urbain du centre-ville

Le projet implique l'installation de commerces de proximité et représente un enjeu important notamment en matière d'enseignes.

- La zone commerciale

Le regroupement de commerces et le flux de passages que génèrent cet espace en fait un secteur à très forts enjeux aussi bien en matière de publicité que d'enseignes.



Carte des enjeux pour la publicité extérieure

PARTIE 4 : LE DIAGNOSTIC ET LES CONSTATS

Le diagnostic dresse le bilan qualitatif de la publicité extérieure.

Il s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les objectifs de la commune tels qu'ils ont été fixés par la délibération du 11 mai 2017 :

- Mettre le règlement local de publicité en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire ;
- Actualiser le document pour le mettre en adéquation avec la réalité locale ;
- Maitriser l'implantation de la publicité, des enseignes et des préenseignes sur le territoire communal ;
- Participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale, industrielle de la commune, tout en préservant le cadre de vie des habitants et de la qualité paysagère du territoire ;
- Réduire la pollution visuelle, en relation avec les objectifs de la charte du parc naturel régional des Landes de Gascogne.

4.1. Méthode de recensement

4.1.1. Publicité

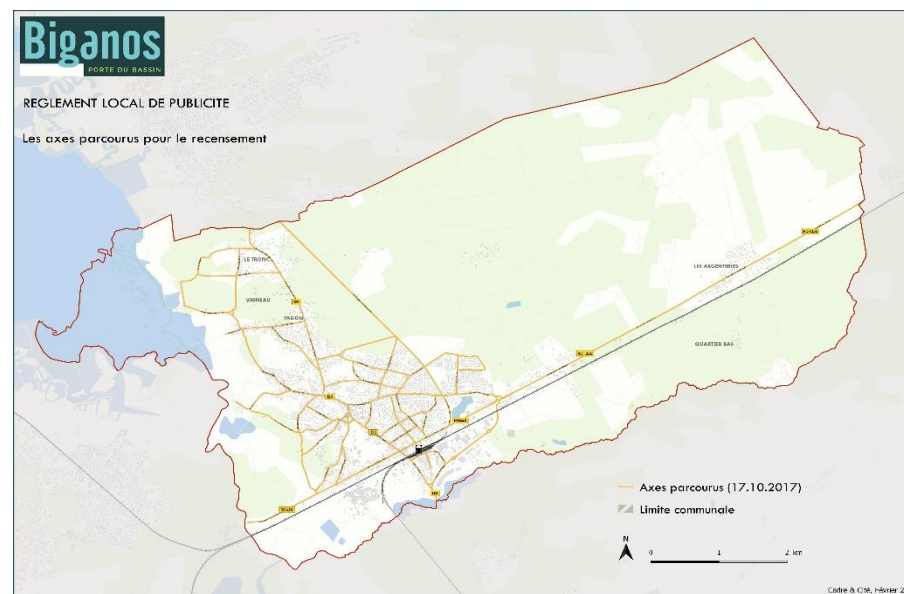
Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée à son territoire, la ville de Biganos a souhaité que la totalité de sa surface agglomérée soit analysée.

Un recensement exhaustif de la publicité de surface supérieure à 1,5 m² a été réalisé en octobre 2017, recueillant sur le terrain toutes les caractéristiques de l'affichage publicitaire. Une base de données SIG a été constituée sur la base des relevés terrain, permettant d'établir une cartographie de répartition des dispositifs recensés. Pour chaque dispositif, les données sont présentées sous forme d'une fiche détaillée reprenant tous les éléments nécessaires à son suivi :

- nature du dispositif ;
- nom de l'exploitant ou du bénéficiaire ;
- adresse du dispositif et adresse de facturation ;
- photo(s) ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- situation légale (ou non) au regard du RLP et/ou du RNP

4.1.2. Enseignes

Un **repérage détaillé qualitatif** sur l'agglomération en matière d'enseignes a été réalisé, mettant en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans l'environnement.



Carte des axes parcourus pour réaliser le recensement

4.2. Les chiffres clef de la publicité

Le recensement des publicités et préenseignes de plus de 1,5 m² s'est déroulé en octobre 2017, mobilier urbain publicitaire compris.

Le nombre de dispositifs relevés s'élève à **96**.

Les données du recensement permettent de constituer une fiche détaillée pour chacun des dispositifs, qui synthétise l'ensemble de ses caractéristiques :

- typologie
- légalité
- qualité
- lieux d'implantation
- impacts

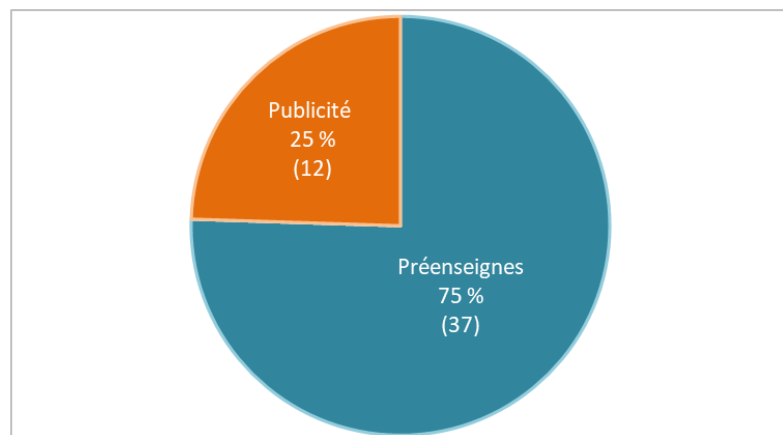
Géopano		10/03/2017
PONTOISE 95300 1, Place de l'Hôtel de ville		
Número du panneau :	6	Date de déclaration préalable :
		Date d'installation :
		Date de retrait :
Adresse :	Avenue de Verdun	
Code postal :	95300	Ville : PONTOISE
Société :	JCDecaux	
Adresse locale de la société :		
Propriété :	Publique	Format : 8
Support :		Autre format : 0,00
Scellé :	Double face	Mécanique du panneau : Fixe
Pied :	Monopied	Eclairage : Caisson
Mobilier Urbain :	Info 8m ²	
Autre mobilier :		
Légalité :	Oui	
Illégalité :		
Autre infraction :		
Commentaire :	Dos du 5	
Code attribué par la société exploitante :		
Latitude :	49.040602	Longitude : 2.089547
		
Date de création de la fiche panneau :	10/03/2017	Date de modification de la fiche panneau : 10/03/2017
Nombre de fiches : 1		1/1

Exemple de fiche publicité

Le règlement local de publicité distingue les dispositifs selon leur emplacement, domaine public ou propriété privée. Le recensement a permis d'évaluer un rapport sensiblement similaire entre ces deux types de publicité. En effet, parmi les 96 dispositifs recensés 49 se trouvent sur des propriétés privées et 47 sur des dépendances du domaine public.

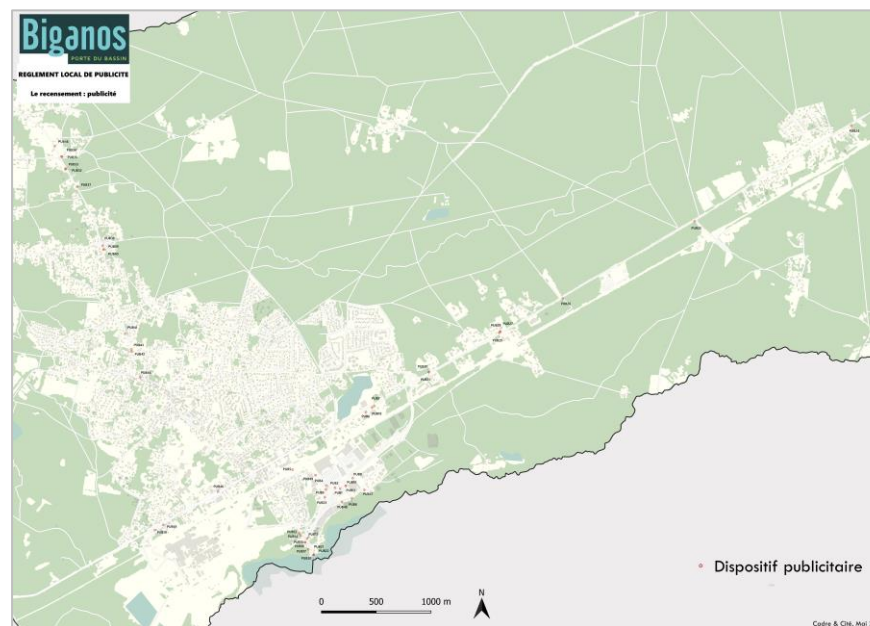
Sur propriété privée :

La majeure partie des dispositifs se trouvant sur les propriétés privées sont des préenseignes (75%). Elles ont tous des surfaces inférieures à 1,5 m² à l'exception d'un dispositif d'environ 3 m². Les publicités sont au nombre de 12 et représentent 25 % des dispositifs sur propriété privée. Leurs surfaces vont de 2 m² à 8 m².



	Préenseignes		
Surface (m ²)	1,5	2	8
Nombre	32	4	1

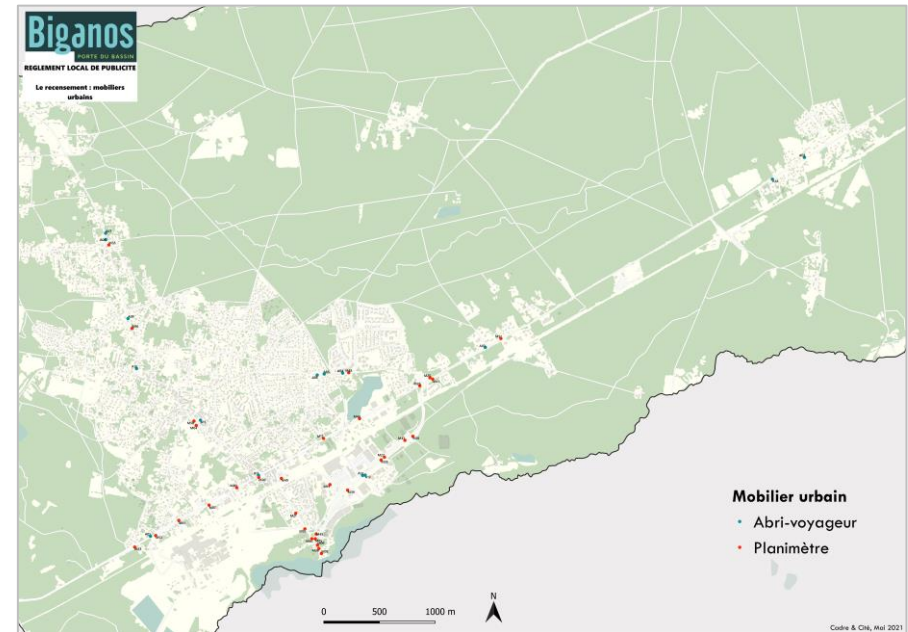
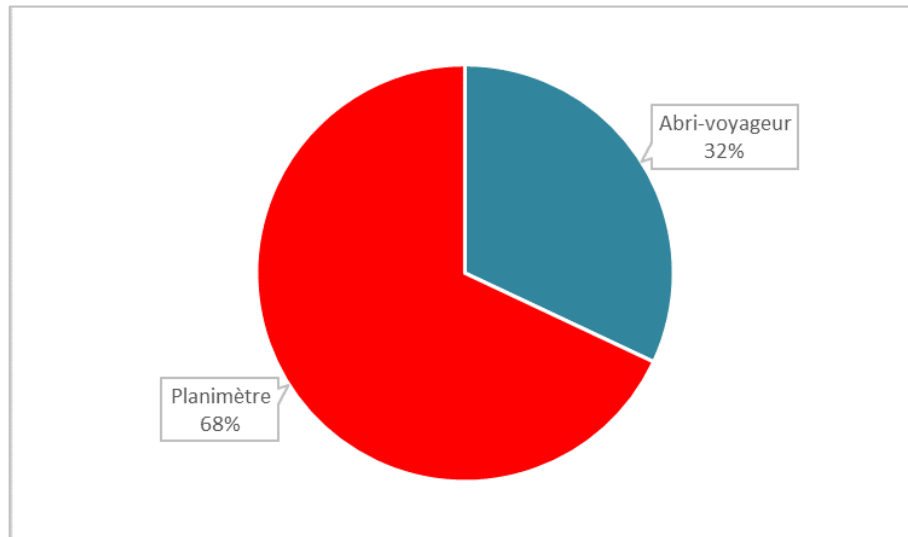
	Publicité		
Surface (m ²)	2	4	8
Nombre	10	1	1



Localisation des dispositifs sur propriété privée

Sur domaine public :

Ce sont les mobiliers urbains qui supportent la publicité sur le domaine public. Les planimètres (2 m²) sont au nombre de 32 (68 %) et les abris voyageurs de 15 (32 %).



Localisation des dispositifs sur domaine public

4.3. Les règles du RNP applicable sur le territoire de Biganos

Le Code de l'environnement est couramment dénommé Règlement National de Publicité (RNP).

La population totale de Biganos est de 11 043 habitants (source INSEE 2018 prise en compte pour 2021). Comme constaté sur la carte des territoires agglomérés, la ville de Biganos se compose 3 secteurs agglomérés distincts et chacun d'entre-deux possède une population de moins de 10 000 habitants. Par conséquent les règles pour la publicité extérieure suivent le régime des agglomérations de moins de 10 000 habitants :

- **En matière de publicité :**

Les principales règles sont :

- surface limitée à 4 m² sur mur ;
- mobiliers urbains limité à 2m² ;
- dispositifs scellés au sol interdits ;
- dispositifs numériques, bâches publicitaires interdites.

- **En matière d'enseignes :**

Tous les types d'enseigne peuvent être installés sous réserve de respecter les limites fixées par le RNP.

Ainsi, les enseignes sur toiture doivent être en lettres découpées, ne pas dépasser 3 m de haut ni une superficie maximale de 60 m².

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires à la façade qui les supportent ne doivent pas dépasser une superficie cumulée supérieure à 15 % de la superficie de la dite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50 m² ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m². Les enseignes scellées au sol ont une surface limitée à 6 m². Une seule est autorisée par voie bordant l'établissement.

Commune de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Publicité (soumise à déclaration)	
murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures de surface < à 0,50 m ²)	< à 4 m ²
	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
	hauteur < à 6 m
	bas du dispositif à plus de 0,5 m du sol
scellée au sol	Interdite
numérique	Interdite
en toiture	Interdite
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
bâches publicitaires	Interdite
petit format	surface unitaire < à 1 m ²
	surface cumulée < à 1/10 ^e de la devanture commerciale dans la limite de 2 m ²
mobilier urbain	< à 2 m ²

Enseigne (soumise à autorisation)	
sur façade (à plat + perpendiculaire)	25 % de la façade si < à 50 m ² ou 15 % de la façade si > à 50 m ²
à plat	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
perpendiculaire	saillie < à 1/10 ^{ème} de la distance séparant les deux alignements de la voie publique sans excéder 2 m
scellée au sol	1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble si surface > à 1 m ²
	hauteur < à 6,5 m si largeur > à 1 m ou hauteur < à 8 m si largeur < à 1 m
	< à 6 m ²
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
clignotantes	interdites à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence
sur toiture	lettres découpées dissimulant leurs fixations
	surface cumulée < à 60 m ² hauteur < à 3 m si hauteur bâtiment < à 15 m ou hauteur < à 6 m si hauteur bâtiment > à 15 m

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

Synthèse des règles du RNP applicables sur le territoire de Biganos

L'appartenance de la commune au parc naturel régional des Landes de Gascogne implique l'interdiction de la publicité quelle que soit sa nature et sa surface. Cette interdiction étant relative, le RLP peut y déroger.

4.3.1. Analyse de la situation de la publicité et des préenseignes au regard du RNP

Sur les **96** dispositifs installés et analysés au regard des prescriptions du RNP, **96** sont illégaux du fait de l'appartenance de la commune au PNR.



Dispositif publicitaire scellé au sol illégal



Dispositif publicitaire scellé au sol illégal



Dispositifs publicitaires scellés au sol sur propriété privée ou domaine public illégaux

4.3.2. Analyse de la situation des enseignes au regard du RNP

Quelques enseignes ne respectent pas les règles nationales.



L'enseigne murale au centre, dépasse les limites de l'égout du toit. Elle est illégale



La surface cumulée des enseignes est supérieure à 25% de la façade commerciale, elles sont donc illégales.



L'enseigne murale ne doit pas dépasser les limites du mur sur lequel elle est apposée, elle est donc illégale.

On note des exemples de bonnes réalisations.



Enseignes perpendiculaires



Enseignes perpendiculaires lumineuses



Enseignes sur façade en lettres découpées

Des enseignes sur toiture sont installées sur des établissements de la zone commerciale des Portes du Delta.



4.4. Les dispositions du RLP du 26 avril 2006

Quatre zones de publicité élargie (ZPE) ont été mises en place dans ce règlement.

Dispositions générales :

Publicité :

La surface maximum des publicités est de 2 m². La publicité lumineuse est interdite. Toute publicité apposée sur tout type de bâtiment ou de mur de clôture est interdite.

Préenseignes :

Les préenseignes dérogatoires scellées au sol et destinées aux activités utiles aux personnes en déplacement sont limitées à 2, en dehors de l'agglomération.

Enseignes :

Les enseignes scellées au sol ou installées directement au sol de moins de 1m² sont interdites.

Divers :

Les oriflammes et drapeaux sont interdits.

ZPE 1 :

Publicité :

Toute publicité est interdite sur la propriété privée. La publicité est admise sur le domaine public si sa surface est inférieure ou égale à 2m² et sa hauteur inférieure à 3m. Le nombre maximum de dispositifs autorisés est de 25.

Enseignes :

Sont interdites :

- les enseignes lumineuses
- les enseignes en toiture

Sont admises :

- les enseignes en bandeau : une par façade (2 si l'activité est à l'angle de deux rues) de surface inférieure au 1/5 de la surface de la façade ;
- Les enseignes perpendiculaires : une par façade (2 si l'activité est à l'angle de deux rues) de surface inférieure à 1m², la largeur maximum est de 0.80m avec un support inférieur à 0.20m et en retrait de 0.70m à l'aplomb de la voirie ;
- les enseignes installées directement au sol, sur le domaine public sous réserve de l'obtention d'un permis de stationnement délivré par le Maire et sous réserve de laisser une unité de passage libre sur le trottoir de 1.40m ;
- les enseignes scellées au sol sont limitées à 1m² sur le mat de hauteur maximale de 3m.

Nombre : une par commerce, largeur 0.70m, hauteur 1.20, double face.

ZPE 2 :

Publicité :

Toute publicité est interdite sur la propriété privée. La publicité est admise sur le domaine public si sa surface est inférieure ou égale à 2m² et sa hauteur inférieure à 3m. Le nombre maximum de dispositifs autorisés est de 10.

Enseignes :

Sont interdites :

- les enseignes lumineuses
- les enseignes en toiture

Sont admises :

- les enseignes en bandeau : une par façade (2 si l'activité est à l'angle de deux rues) ;
- Les enseignes perpendiculaires : une par façade (2 si l'activité est à l'angle de deux rues) de surface inférieure à 1m², la largeur

maximum est de 0.80m avec un support inférieur à 0.20m et en retrait de 0.70m à l'aplomb de la voirie ;

- les enseignes installées directement au sol, sur le domaine public sous réserve de l'obtention d'un permis de stationnement délivré par le Maire et sous réserve de laisser une unité de passage libre sur le trottoir de 1.40m.

Nombre : une par commerce, largeur 0.70m, hauteur 1.20, double face ;

- les enseignes scellées au sol : un seul totem double face de surface inférieure à 6m² de largeur inférieure à 1.5m et de hauteur inférieure à 6m, si l'immeuble est en retrait supérieure à 4m de la voie publique.

ZPE 3

Publicité :

La publicité est admise sur le domaine privé si sa surface est inférieure à 2m² et sa hauteur inférieure à 3m.

Le nombre maximum de dispositifs autorisés est :

- 1 par façade de parcelle commerciale < à 50m ;
- 2 par façade de parcelle commerciale < à 100m ;
- 3 par façade de parcelle commerciale < à 150m ;
- 4 par façade de parcelle commerciale > à 150m.

La publicité est admise sur domaine public si sa surface est inférieure à 2m² et sa hauteur inférieure à 3m. Le nombre maximum de dispositifs autorisés est de 10.

Enseignes :

Les enseignes lumineuses sont interdites.

Sont admises :

- les enseignes en bandeau : une par façade (2 si l'activité est à l'angle de deux rues) ;

- Les enseignes perpendiculaires : une par façade (2 si l'activité est à l'angle de deux rues) de surface inférieure à 1m², la largeur maximum est de 0.80m avec un support inférieur à 0.20m et en retrait de 0.70m à l'aplomb de la voirie ;
- les enseignes installées directement au sol, sur le domaine public sous réserve de l'obtention d'un permis de stationnement délivré par le Maire et sous réserve de laisser une unité de passage libre sur le trottoir de 1.40m.
Nombre : une par commerce, largeur 0.70m, hauteur 1.20, double face ;
- les enseignes scellées au sol : un seul totem double face de surface inférieure à 6m² de largeur inférieure à 1.5m et de hauteur inférieure à 6m, si l'immeuble est en retrait supérieure à 4m de la voie publique et si sa surface de vente est < à 1000 m² ; deux totems si la surface de vente est > à 1000 m².

La **ZPE 4** représente le reste de l'agglomération non compris dans les **ZPE 1, ZPE 2 et ZPE 3**

Publicité et préenseignes :

Cette zone est soumise à la réglementation nationale en matière de publicité : c'est-à-dire toute publicité est interdite. Les préenseignes sont également interdites.

Enseignes :

Sont interdites :

- les enseignes lumineuses
- les enseignes en toiture

Sont admises :

- les enseignes en bandeau : une par façade (2 si l'activité est à l'angle de deux rues) ;
- Les enseignes perpendiculaires : une par façade (2 si l'activité est à l'angle de deux rues) de surface inférieure à 1m², la largeur

maximum est de 0.80m avec un support inférieur à 0.20m et en retrait de 0.70m à l'aplomb de la voirie ;

- les enseignes installées directement au sol, sur le domaine public sous réserve de l'obtention d'un permis de stationnement délivré par le Maire et sous réserve de laisser une unité de passage libre sur le trottoir de 1.40m.

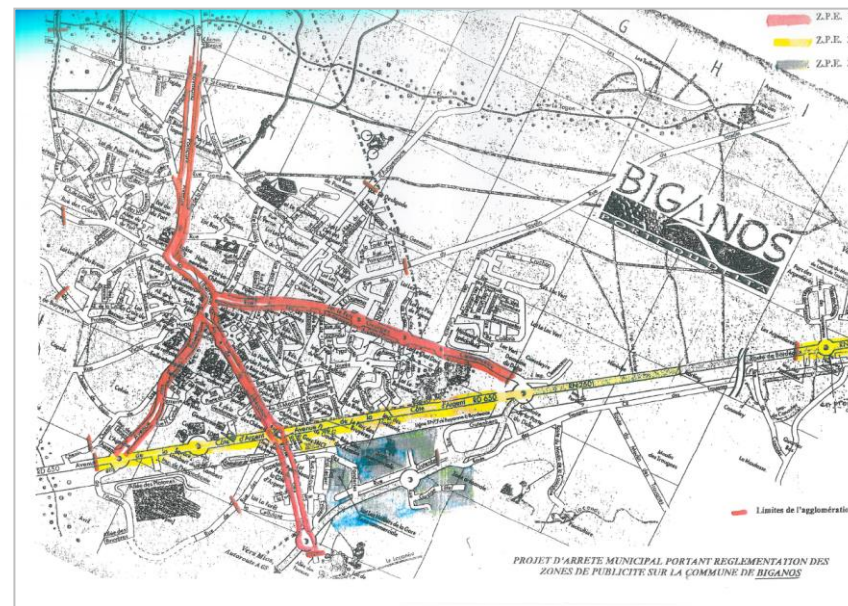
Nombre : une par commerce, largeur 0.70m, hauteur 1.20, double face ;

- les enseignes scellées au sol : un seul totem double face de surface inférieure à 1.50m² de largeur inférieure à 1.5m et de hauteur inférieure à 2.50m, si l'immeuble est en retrait supérieur à 4m de la voie publique.

Conclusion

Le règlement est très strict pour la publicité et protège la ville sur le plan quantitatif (nombre de dispositifs limité) et qualitatif (surface limitée à 2m²).

Les règles pour les enseignes sont également très strictes, notamment l'interdiction de leur éclairage sur tout le territoire.



Plan de zonage du RLP de 2006

4.4.1. Analyse de la situation de la publicité et des préenseignes au regard du RLP du 26 avril 2006

Les 96 dispositifs recensés sont maintenant analysés par rapport au RLP de 2006.

Sur propriété privée :

Sur les 49 dispositifs scellés au sol situés sur propriété privée, 4 positionnés en ZPE 3 sont en conformité avec le RLP.



1 des 4 dispositifs admis par le RLP



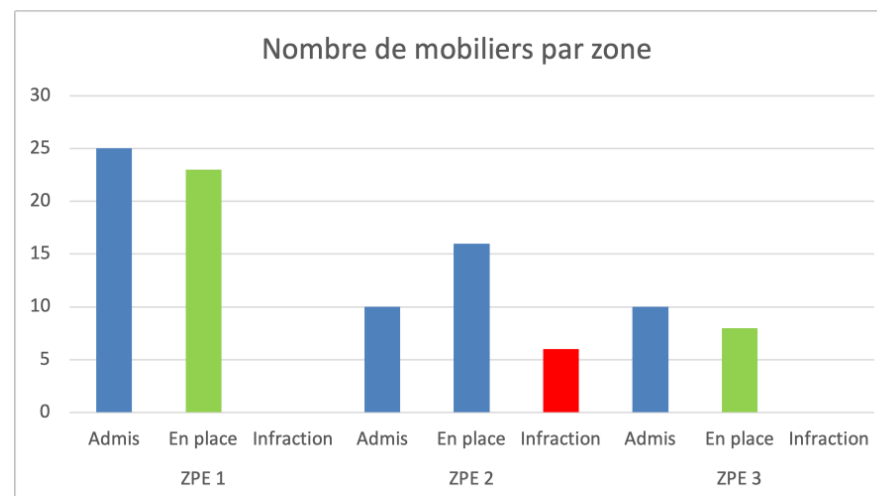
Publicité scellée au sol et d'une surface supérieure à 2 m² illégale



Publicité d'une hauteur supérieure à 3 m illégale

Sur domaine public :

Tous les dispositifs recensés (47) sont implantés dans les ZPE 1, ZPE 2 et ZPE 3 où ils sont autorisés. Pour rappel, ces 3 zones règlementent la publicité sur le domaine public de la même façon (surface maximale : 2 m² et hauteur inférieure à 3 m) à l'exception du nombre autorisé qui sont de 25 pour la ZPE 1 et 10 pour les ZPE 2 et ZPE 3.



La cause d'infraction repose sur la limitation du nombre de dispositifs par zone. En effet, celle-ci n'est pas respectée en ZPE 2 (6 infractions).

Conclusion :

Le RLP actuel limite fortement la publicité sous toutes ses formes sur le territoire.

Mais 48 dispositifs recensés sur les 96 (soit 50 %) sont en infraction avec le RLP.

4.4.2. Analyse de la situation des enseignes au regard du RLP du 26 avril 2006

Une analyse qualitative des enseignes a été faite sur l'ensemble du territoire et grand nombre d'infractions a été relevé.

Sur toute la superficie du territoire, les enseignes lumineuses sont interdites. Or un grand nombre est éclairé le soir.



Enseignes lumineuses interdites



Enseignes lumineuses interdites



Enseignes lumineuses interdites

Les oriflammes et les drapeaux sont interdits (article 5).
En ZPE 2, Les enseignes scellés au sol de plus de 6 m² sont interdites et limitées à 1 (article 11).



Enseignes de surface et de matériaux illégales

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à 1 dispositif par façade (article 11).



Enseignes en infraction avec l'article 11

4.4.3. Autres constats en matière d'enseignes

Certains dispositifs utilisés en grands nombres obstruent les perspectives, d'autres, sont de mauvaise facture et dégradent le paysage.



Enseignes temporaires apposées sur lampadaires privés



Dos non habillé d'une enseigne scellée au sol

Nombre d'enseignes scellées au sol ont une forme de totem, avec dans certains cas regroupement sur un même support des différents établissements présents sur l'unité foncière.



Totem

PARTIE 5. LES OBJECTIFS ET LES ORIENTATIONS

5.1 Les objectifs

Par délibération en date du 11 mai 2017, la commune a prescrit la révision de son règlement local de publicité dont une analyse est présentée au point 4.4.

Dans cette délibération, les objectifs suivants ont été fixés :

- mettre le règlement local de publicité en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire ;
- actualiser le document pour mettre en adéquation avec la réalité locale ;
- maîtriser l'implantation de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communal ;
- participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale industrielle de la commune, tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire ;
- réduire la pollution visuelle, en relation avec les objectifs de la Charte du PNR des Landes de Gascogne

5.2 Les orientations

Au vu des objectifs fixés par la commune et des éléments du diagnostic, les orientations suivantes ont été retenues :

5.2.1 Orientations pour la publicité :

- maintenir la forte protection du territoire en cohérence avec la charte du PNR
- renforcer la lisibilité des entrées de ville et des perspectives arborées
- réintroduire de façon mesurée la publicité sur les mobiliers urbains

5.2.2 Orientations pour les enseignes

- laisser une marge de manœuvre suffisante pour ne pas contraindre les petits commerçants
- prendre en compte la restructuration du centre-ville pour faciliter le commerce de proximité
- définir des règles qualitatives d'implantation
- anticiper le développement du numérique
- adapter les horaires d'extinction

PARTIE 6. L'EXPLICATION DES CHOIX

Le zonage créé tient compte des objectifs fixés par le conseil municipal, du diagnostic et des orientations qui en sont issues.

6.1 Le choix des zones

Ce zonage scinde le territoire aggloméré en 2 zones :

- la zone 1 correspond au centre-ville et aux zones d'habitat dont le tissu urbanisé est de type résidentiel ou petit commerce.
- La zone 2 correspond à la zone commerciale des Portes du Delta, telle que définie dans le PLU et dont l'urbanisme est industriel.

6.2 Dispositions générales

6.2.1 Publicité

Pour contribuer à réduire la facture énergétique et participer à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne, la plage horaire nationale d'extinction de 1 h à 6 h est portée de 23 h à 7 h, exception faite pour celle supportée par du mobilier urbain.

6.2.1 Enseignes

Certains types d'enseigne, dont la présence sur le territoire n'est pas en adéquation avec les objectifs de la ville en matière de qualité environnementale, sont interdits :

-
- sur les clôtures non aveugles comme c'est le cas pour la publicité dans le RNP ;

- sur les arbres ou les haies comme c'est le cas pour la publicité dans le RNP ;
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser.

Une seule enseigne de surface limitée à 1 m² sur clôture aveugle peut être apposée pour préserver les vues entre le domaine public et privé. Pour éviter leur prolifération, lorsque plusieurs établissements sont installés sur une même unité foncière, leurs messages sont regroupés sur le même support.

Les enseignes temporaires voient leur durée d'apposition réduite à 14 jours avant l'évènement qu'elles signalent et 3 jours après la fin de l'évènement, car une période de maintien plus longue ne présente aucun intérêt et contribue à l'encombrement visuel. Pour les enseignes immobilières, elles sont admises pour la durée de l'opération, leur surface étant limitée à 6 m².

A l'exception des enseignes temporaires, aucune enseigne ne peut être réalisée sur une bâche.

Au même titre que pour la publicité et dans une logique d'harmonisation, pour contribuer à réduire la facture énergétique et participer à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne, la plage horaire d'extinction de 1 h à 6 h est portée de 23 h à 7 h.

6.3 Zone 1

6.3.1 Publicité

L'interdiction relative déterminée par l'adhésion de la commune au parc naturel régional des Landes de Gascogne, reprenant le RLP de 2006, est levée pour le mobilier urbain de moins de 2 m², eu égard au service rendu aux usagers par les abris-voyageurs et aux outils de communication utilisés par la commune.

La publicité sur palissades de chantiers est admise, conformément au RNP.

Pour permettre aux associations de s'exprimer, les préenseignes temporaires sont admises sur le domaine public, leur surface étant limitée à 2 m² et leur durée d'installation réduite à 7 jours avant et 3 jours après l'évènement.

Toute autre forme de publicité est interdite pour préserver ces secteurs.

6.3.2 Enseignes

Les enseignes apposées à plat doivent s'intégrer au caractère de la façade (couleurs, matériaux, proportions et formes) pour ne pas la dénaturer.

Leur nombre est réduit à 2 par voie bordant l'établissement pour en laisser une lecture facilitée.

Toujours dans cet esprit d'intégration, des règles de positionnement sont adoptées : sous le niveau des baies du 1^{er} étage, interdiction sur les balcons,....

Pour obtenir des présentations de qualité, les enseignes sont constituées de lettres découpées ou de bandeau comportant des lettres évidées ou peintes.

Les établissements situés en étage peuvent se signaler sur des lambrequins ainsi qu'à côté de la porte d'entrée de l'immeuble.

Reprenant les règles du RLP de 2006, les enseignes perpendiculaires qui présentent un fort impact sur les perspectives sont limitées à une par voie bordant l'établissement.

Leur surface (< à 1 m²), leur largeur (< à 0,8 m) et leur épaisseur (< à 0,1 m) sont reprises du RLP de 2006.

Un assouplissement, portant à 2 ce nombre, est prévu pour les bureaux de tabac qui ont de multiples activités à signaler.

Les enseignes scellées au sol de plus de 1 m², qui sont nécessaires dans certains cas, ont une surface limitée à 3 m² pour être en relation d'échelle avec le bâti. Elles ont la forme d'un totem pour harmoniser leur aspect et regroupent les différents établissements situés sur une même unité foncière pour en réduire le nombre.

Le nombre d'enseignes de moins de 1 m² n'est pas limité par le RNP. Source de nuisance du fait de leur multiplicité, elles sont interdites.

Du fait de leur impact sur les perspectives, les enseignes sur toiture sont interdites.

Les enseignes numériques ne sont pas réglementées spécifiquement par le RNP. Des règles de surface (< à 1 m²) de densité (1 par façade) et de support (interdites sur les scellées au sol) leur sont fixées.

Dans une logique de cohérence, ces règles s'appliquent également hors agglomération.

6.4 Zone 2

6.4.1 Publicité

Dans cette zone, les règles pour le mobilier urbain, la publicité sur palissade de chantier et les préenseignes temporaires sont identiques à celles retenues pour la zone 1.

La vocation de la zone commerciale se prête à une présence contrôlée de la publicité. La publicité murale y est donc admise, assortie d'une surface limitée à 2 m² et d'une règle de densité réduite à 1 dispositif par unité foncière.

Toute autre forme de publicité est interdite.

6.4.2 Enseignes

Déjà réductrices (rapport de surface façade /enseignes), les règles du RNP pour les enseignes sur façade n'ont matière à être renforcées dans cette zone.

La surface des enseignes scellées au sol de plus de 1m² est portée à 6 m², le maximum autorisé par le RNP. Elles ont la forme d'un totem pour harmoniser leur aspect et regroupent les différents établissements situés sur une même unité foncière pour en réduire le nombre.

Pour la même raison qu'en zone 1, les enseignes de moins de 1 m² sont interdites.

Les enseignes sur toiture voient leurs dimensions ramenées de 60 à 20 m² et de 3 à 2 mètres de haut, pour ne pas générer une trop grande nuisance.

Les enseignes numériques se voient appliquer une règle de surface cumulée de 6 m² dans l'optique d'en maîtriser l'impact et de support (interdites sur les scellées au sol).