



Tome 1 : rapport de présentation

**Vu pour être annexé à la délibération d'arrêt du conseil
communautaire du 19 mars 2025.**



Sommaire

Tables des abréviations	4
Introduction	5
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	8
1. Définitions	9
1.1. Le règlement local de publicité intercommunal.....	9
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement	10
1.3. La notion d'agglomération et d'unité urbaine.....	12
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	17
2.1. Les interdictions absolues.....	17
2.2. Les interdictions relatives	21
3. Les règles applicables au territoire	23
3.1. La réglementation locale existante.....	23
3.2. La Charte du Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne.....	23
3.3. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires.	30
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	31
4.1. L'autorisation préalable	31
4.2. La déclaration préalable.....	31
4.3. L'instruction	31
5. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	33
6. Les délais de mise en conformité.....	33
II. Les enjeux liés au parc d'affichage	35
1. Le contexte paysager de la communauté de communes du Val de l'Eyre	35
1.1. Démographie.....	35
1.1. Mobilité	36
1.2. Économie.....	38
1.3. Environnement et cadre de vie.....	41
2. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes	44
2.1. Généralités	44
2.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	48
2.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture.....	51
2.4. La densité	53
2.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain	55

2.6. Dispositifs de petit format (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.	58
2.7. Publicités / préenseignes lumineuses.....	59
3. Les enjeux en matière d'enseignes	63
3.1. Généralités	63
3.2. Enseignes parallèles au mur	66
3.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon	72
3.4. Enseigne sur clôture.....	74
3.5. Enseignes perpendiculaires au mur	77
3.6. La surface cumulée des enseignes.....	81
3.7. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	82
3.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....	88
3.9. Enseignes lumineuses	90
3.10. Enseignes et préenseignes temporaires.....	92
III. Les supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines.	95
IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure.....	96
1. Les objectifs.....	96
2. Les orientations.....	97
V. Justification des choix retenus	102
1. Le zonage retenu	102
2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	108
3. Les choix retenus en matière d'enseignes	110
4. Les choix retenus en matière de supports lumineux installés en vitrine.....	115

Tables des abréviations

ABF	Architecte des bâtiments de France
AVAP	Aire de mise en valeur de l'Architecture et du Patrimoine
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan local d'urbanisme
PLUi	Plan local d'urbanisme intercommunal
RLP	Règlement local de publicité
RLPi	Règlement local de publicité intercommunal
RNP	Règlement national de publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
SPR	Site patrimonial remarquable
ZAC	Zone d'aménagement concerté
ZP	Zone de publicité

Introduction

La Communauté de communes du Val de l'Eyre est intégralement située dans le département de la Gironde. Elle regroupe 5 communes et 22 073 habitants¹.

Communes	Nombre d'habitants
Belin-Béliet	6 141
Le Barp	5 654
Lugos	1 083
Saint-Magne	1 184
Salles	8 011
Total	22 073

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et des préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression², qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif, et les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

Au regard des enjeux fondamentaux dans ces matières, le législateur a entendu créer ainsi un régime particulier et dérogatoire d'encadrement de l'activité publicitaire lorsqu'elle est exercée par le biais d'enseignes ou de préenseignes ; ce choix particulier s'opère par le biais d'un régime de police administrative spéciale.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre législatif qui garantit la liberté d'expression constitutionnelle. Ainsi, toute mesure réglementaire locale visant la publicité extérieure ou l'enseigne ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, de la lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴, afin de transformer les Règlements Locaux de Publicité (RLP), en de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des

¹ Données démographiques issues du recensement 2021 de l'INSEE (population totale)

² L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

³ Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

⁴ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes.

dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation et à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement local de publicité (intercommunal) (RLP(i)) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions juridiques résultant de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment, sans que cela soit exhaustif :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- La réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- La précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de tailles et de fonctionnement ;
- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP(i) et un PLU(i) peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du Code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU(i) qui est également compétente pour la révision du RLP(i)⁵.

En outre, l'article L.581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré normalement à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

⁵ Article L 581-14 du Code de l'environnement

La Communauté de communes du Val de l'Eyre dispose de la compétence en matière de PLU(i)⁶, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient. **Le Règlement local de publicité devient donc intercommunal (RLPi).**

Le RLP(i) est élaboré sur la même base normative que les PLU(i) et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité concernée (intercommunalité ou commune) en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **Les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci, ce qui leur confère la même force juridique. Les limites de l'agglomération, fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la route, sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité afin de permettre une meilleure coordination entre le champ d'application des différentes législations.

Le présent document constitue ainsi le « *rapport de présentation* » de ce RLP(i) et élabore en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

⁶ Article L.5219-5 I. du code général des collectivités territoriales.

I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques. Néanmoins, depuis la loi « Climat et Résilience » du 22 août 2021⁷, il est désormais possible, dans le cadre de la mise en place d'un RLP ou RLPi, d'encadrer les dispositifs lumineux apposés à l'intérieur d'un local fermé et visibles depuis une voie publique.

En application du code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation, mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc.

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires, tel le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, etc.).

Le Code de l'environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

Depuis le 1^{er} janvier 2024, les compétences de police en matière de publicité extérieure sont désormais réparties de la manière suivante :

- Si l'EPCI est compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i) : les maires sont compétents dès le 1^{er} janvier 2024. Ils disposent d'un délai de 6 mois soit jusqu'au 30 juin 2024 pour s'opposer au transfert de compétence automatique au président de l'EPCI. Le Président de l'EPCI dispose d'un délai d'un mois à compter de cette date pour renoncer ou non à ce transfert de compétence.
- Si l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU(i) ou de RLP(i) : les maires sont compétents dès le 1^{er} janvier 2024.

Dans le cas de la communauté de communes du Val de l'Eyre, l'ensemble des maires sont compétents en matière de police (et donc d'instruction) de la publicité extérieure depuis le 1^{er} janvier 2024. Le président de l'EPCI a renoncé à l'exercice de ses compétences suite à l'opposition des maires.

Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP(i). C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises,

⁷ Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, au sein des périmètres délimités des abords (PDA), mais également au sein des sites patrimoniaux remarquables.

Enfin, le code de l'environnement renvoie également aux dispositions du code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard des impératifs de sécurité routière. En effet, les articles R.418-1 à R.418-9 du Code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou leur efficacité. Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et, de sa situation dans une agglomération.

1. Définitions

1.1. Le règlement local de publicité intercommunal

Le RLPi est un acte réglementaire, opposable à tous, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité et de le suppléer ou de le compléter, le cas échéant, aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

Le RLPi comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles nationales.

Le Code de l'environnement et le règlement national de publicité constituent en effet des règles nationales qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales⁸.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 10,5 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règle nationale), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règle locale).

Le RLPi approuvé est annexé au PLUi (mis à jour par arrêté du Président de l'EPCI) afin de garantir son accessibilité dans un but de sécurité juridique.

⁸ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains.

1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

Constitue **une publicité**⁹, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.



En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter des inscriptions, formes ou images publicitaires, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

Toutefois, ne constituent pas des publicités, les inscriptions, formes ou images régies par des dispositions spécifiques, dont les panneaux de signalisation routière, ferroviaire, aérienne, fluviale ou maritime, les panneaux et marques à caractère réglementaire ou obligatoire (affichage en matière d'urbanisme par exemple).

Constitue **une enseigne**¹⁰ toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



⁹ Article L581-3-1° du code de l'environnement

¹⁰ Article L581-3-2° du code de l'environnement

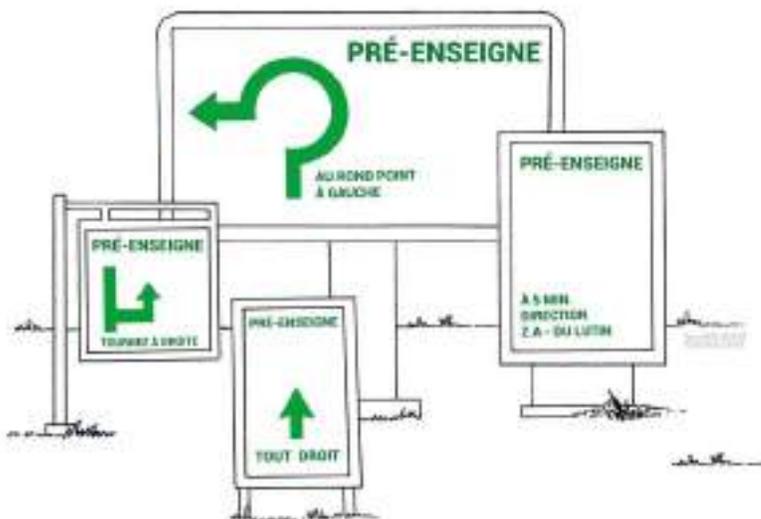
Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « *relatif à une activité* » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit, et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public.

Ne seront cependant jamais considérés comme des enseignes, les éléments régis par des législations spécifiques ayant un caractère obligatoire ou protégé (inscriptions intégrées à une protection au titre des monuments historiques par exemple).

Il est précisé que le RLPi régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue **une préenseigne**¹¹ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message de signalétique correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP(i) n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

La notion de surface unitaire du dispositif mentionnée dans les articles du Code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹² ou non¹³ apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

¹¹ Article L581-3-3° du code de l'environnement

¹² CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

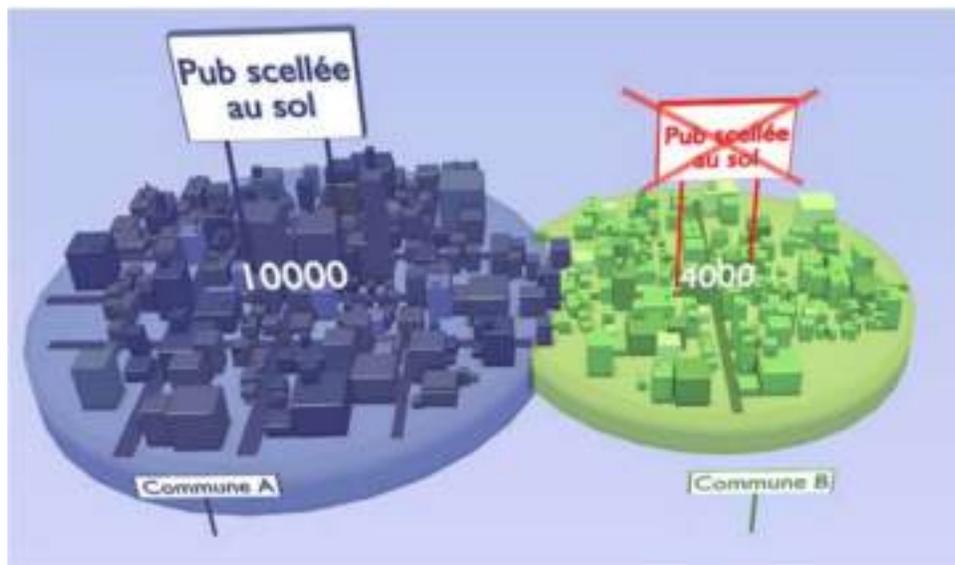
¹³ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

1.3. La notion d'agglomération et d'unité urbaine

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les affiches, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route »¹⁴. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations, en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde », conformément à l'article R.110-2 du code de la route. Cette notion s'apprécie strictement dans les limites communales et ses limites sont fixées normalement par arrêté du Maire et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité¹⁵.

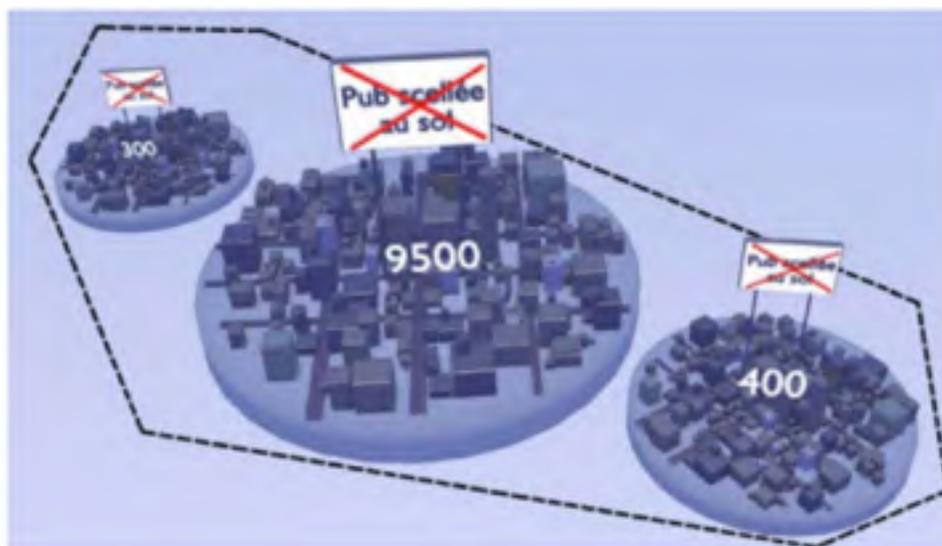
La notion d'agglomération est donc définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).



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

¹⁴ Article L581-7 du code de l'environnement

¹⁵ Article R.581-78 alinéa 2 du code de l'environnement



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

16

Si la définition des agglomérations est centrale dans le cadre de la publicité extérieure et donc d'une procédure d'élaboration ou d'évolution d'un RLPI, c'est qu'aux termes de l'article L 581-7 du code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière¹⁷, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places¹⁸. Elles peuvent aussi être autorisées par le RLP(i) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, les activités peuvent être signalées par des préenseignes dites dérogatoires¹⁹.

A contrario, la notion d'agglomération n'a pas une importance centrale pour la définition des zonages d'enseignes puisque l'enseigne est un droit (contraint par les règles locales ou à défaut le code de l'environnement) nonobstant la situation géographique de l'activité.

¹⁶ Schémas issus du Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure du Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie.

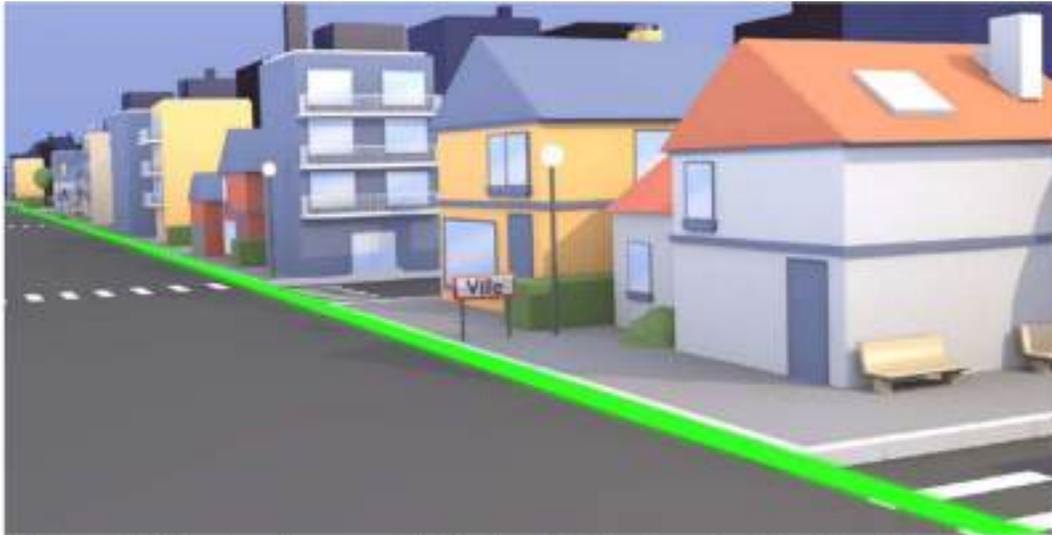
¹⁷ Article R 110-2 du code de la route

¹⁸ Article L581-3-3° du code de l'environnement

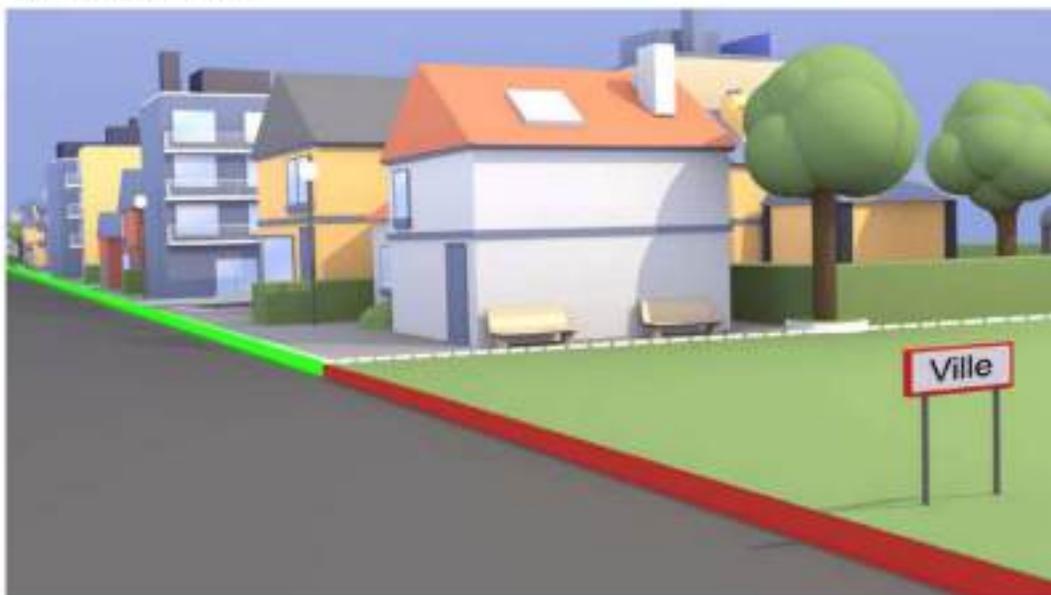
¹⁹ Article L581-19 du code de l'environnement.

Ainsi, si des activités sont ou venaient à être situées dans les secteurs considérés comme étant hors agglomération, celles-ci pourront toujours se signaler par leurs enseignes dans les limites des règles choisies dans le RLPi ou, à défaut, les règles nationales.

Dans l'appréhension de l'affichage publicitaire, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (cf. décision du 2 mars 1990, « Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports contre Société Publi-System », n °68134).



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



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

20

²⁰ Schémas issus du Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure du Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie.

Le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée et, le cas échéant, par le nombre d'habitants de l'unité urbaine à laquelle appartient cette agglomération.

Les agglomérations du territoire intercommunal se déterminent commune par commune conformément à la réglementation nationale.

Sur le territoire intercommunal du Val de l'Eyre aucune agglomération ne compte plus de 10 000 habitants.

La notion d'**unité urbaine** est définie par l'INSEE et repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. Constitue une unité urbaine, une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Pour l'application de la réglementation des affiches et enseignes, le seuil de référence est de 100 000 habitants.

Toutes les communes de la Communauté de Communes du Val de l'Eyre sont des unités urbaines monocommunes. Elles sont dites communes isolées selon la définition d'unité urbaine donnée par l'INSEE.

RUPI de Val de l'Eyre

Limites d'agglomération

Légende
■ Limites d'agglomération

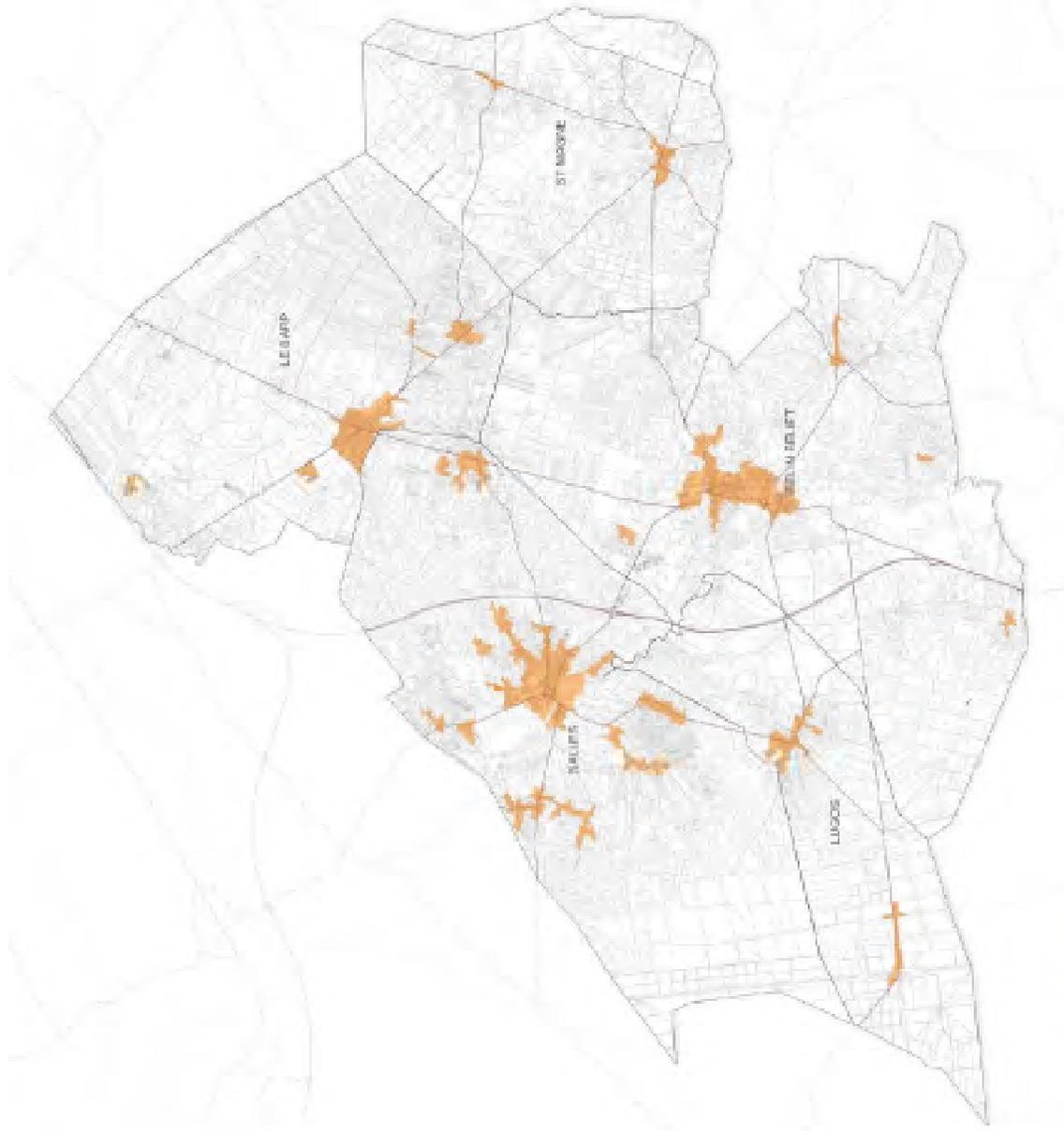
- Voies
- Bât
- Parcelle
- Commune



Scale

Le ruisseau d'agglomération : Bureau d'études G&P&S
pour l'urbanisme - 1 rue de la République - 33000 Bordeaux
Téléphone : 05 57 00 00 00 - Site Internet : www.gps.fr
Projet financé par le Département de la Gironde - 2015-2016

Modèle : Bureau d'études G&P&S
1/100000



2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

2.1. Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L.581-4 du code de l'environnement :

- I. - *Toute publicité est interdite :*
 - 1° *Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*
 - 2° *Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
 - 3° *Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
 - 4° *Sur les arbres.*

Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation, hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporé au classement de protection.

Outre l'interdiction absolue de publicité sur les arbres, le territoire du Val de l'Eyre est concerné par l'interdiction absolue de publicité sur :

- Les 5 monuments historiques classés ou inscrits suivants :
 - A Belin-Béliet :
 1. Église Saint-Pierre de Mons ;
 2. Croix de cimetière (voisine à l'église Saint-Pierre de Mons) ;
 3. Fontaine Saint-Clair ;
 4. Obélisque « Croix des Pèlerins ».
 - A Lugos :
 1. Église du vieux Lugos.
- le site classé des étangs du Bran et du Martinent et leurs abords sur la commune de Lugos.

RLPI de Val de l'Eyre

Zone d'interdiction absolue de publicité

Légende

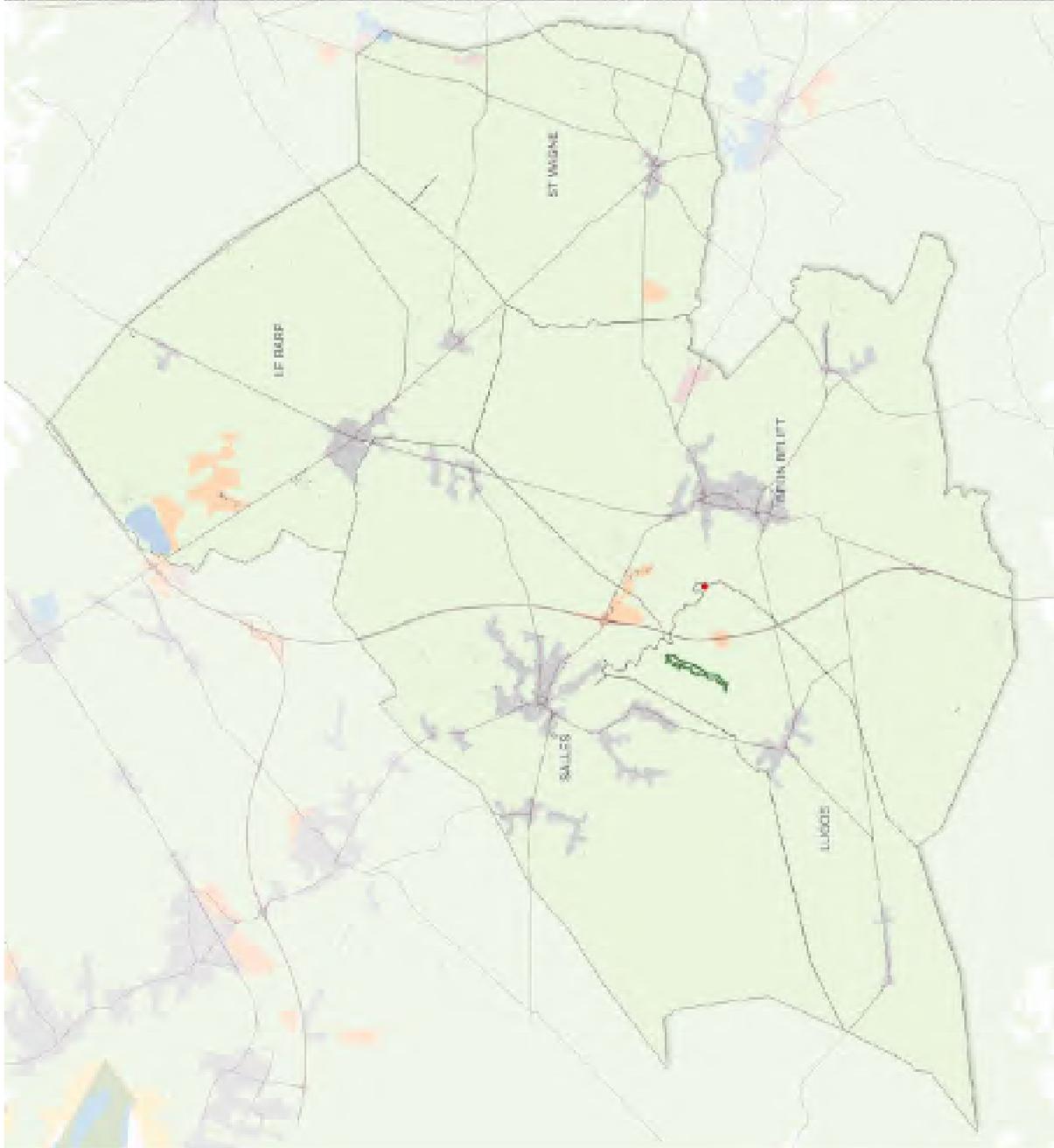
- Immeuble classé ou inscrit
- Monument naturel et classé

- Voie
- Sol
- Commune
- Occupation du sol
- Secteurs bâtis hors zones d'activités
- Espaces à vocation économique
- Corridors, abançons
- Espaces à vocation naturelle et agricole
- Espaces naturels minéral
- Espaces aquatiques



Maître

Direction Générale de l'Urbanisme
 Zone d'interdiction absolue de publicité
 Bât et Commerce - Région Île-de-France - Paris
 Direction Générale de l'Urbanisme - Paris



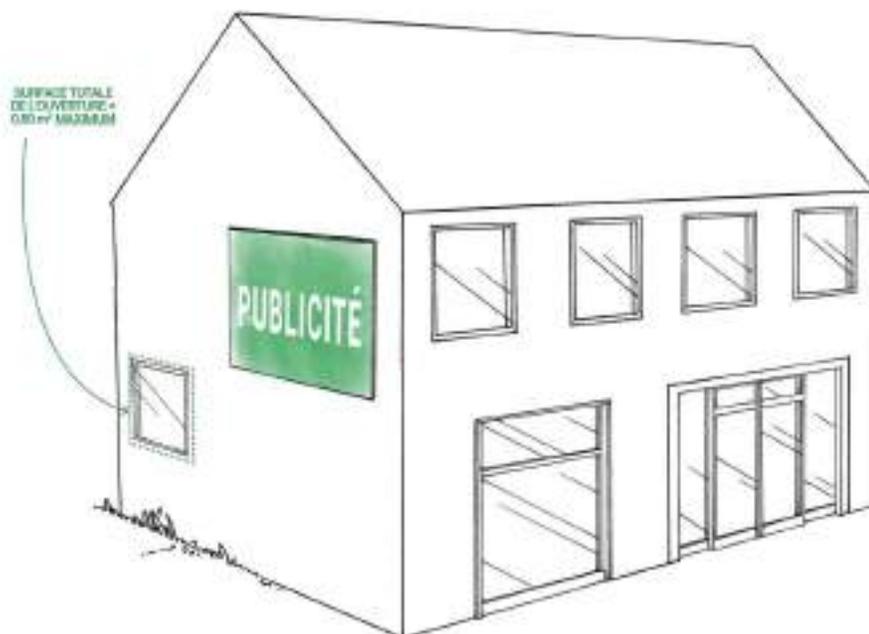
La partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions²¹.

Ainsi, la publicité est également interdite :

1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



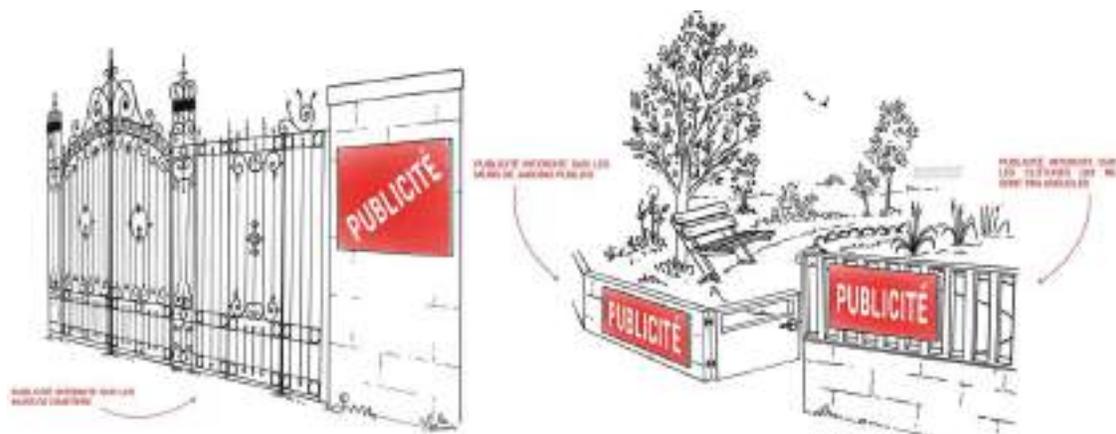
2° Sur les murs des bâtiments, sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



²¹ Article R.581-22 du Code de l'environnement.

3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

4° Sur les murs de cimetière et de jardin public.



2.2. Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP(j)²².

Ces interdictions relatives concernent :

- 1° Les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine ;*
- 2° Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code ;*
- 3° Les parcs naturels régionaux ;*
- 4° Les sites inscrits ;*
- 5° Les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 du code de l'environnement ;*
- 6° (abrogé)*
- 7° L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
- 8° Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du code de l'environnement.*

Le territoire du Val de l'Eyre est concerné dans sa totalité par l'interdiction de publicité au sein des parcs naturels régionaux. En effet, les 5 communes du territoire sont couvertes par le Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne.

Outre cette interdiction majeure, le territoire est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci* »²³ En l'espèce, cette protection s'applique à la liste des monuments classés et inscrits énumérés ci-avant via un périmètre délimité des abords ou un périmètre de protection de 500 mètres.

L'interdiction relative de publicité s'applique également :

- dans les 2 sites inscrits du territoire :
 - o l'Eglise de Mons et ses abords ;
 - o le Val de l'Eyre et la vallée de la Leyre.

- dans les 3 zones Natura 2000 du territoire :
 - o Les vallées de la Grande et de la petite Leyre (ZSC) ;
 - o Les lagunes de Saint-Magne et Louchats (ZSC) ;
 - o Le réseau hydrographique du Gât Mort et du Saucat (ZSC).

²² Article L.581-8 du code de l'environnement.

²³ Article L.621-30 du code du patrimoine.

RLPI de Val de l'Eyre

Zone d'interdiction relative de publicité

Légende

-  Périmètre des abords des établissements industriels
-  Parc naturel régional
-  Site Inscrit
-  Zone Nature 2000

Voies

 Bitu

 Communs

Occupation du sol

 Secteurs bâtis hors zones d'activités

 Espaces à vocation économique

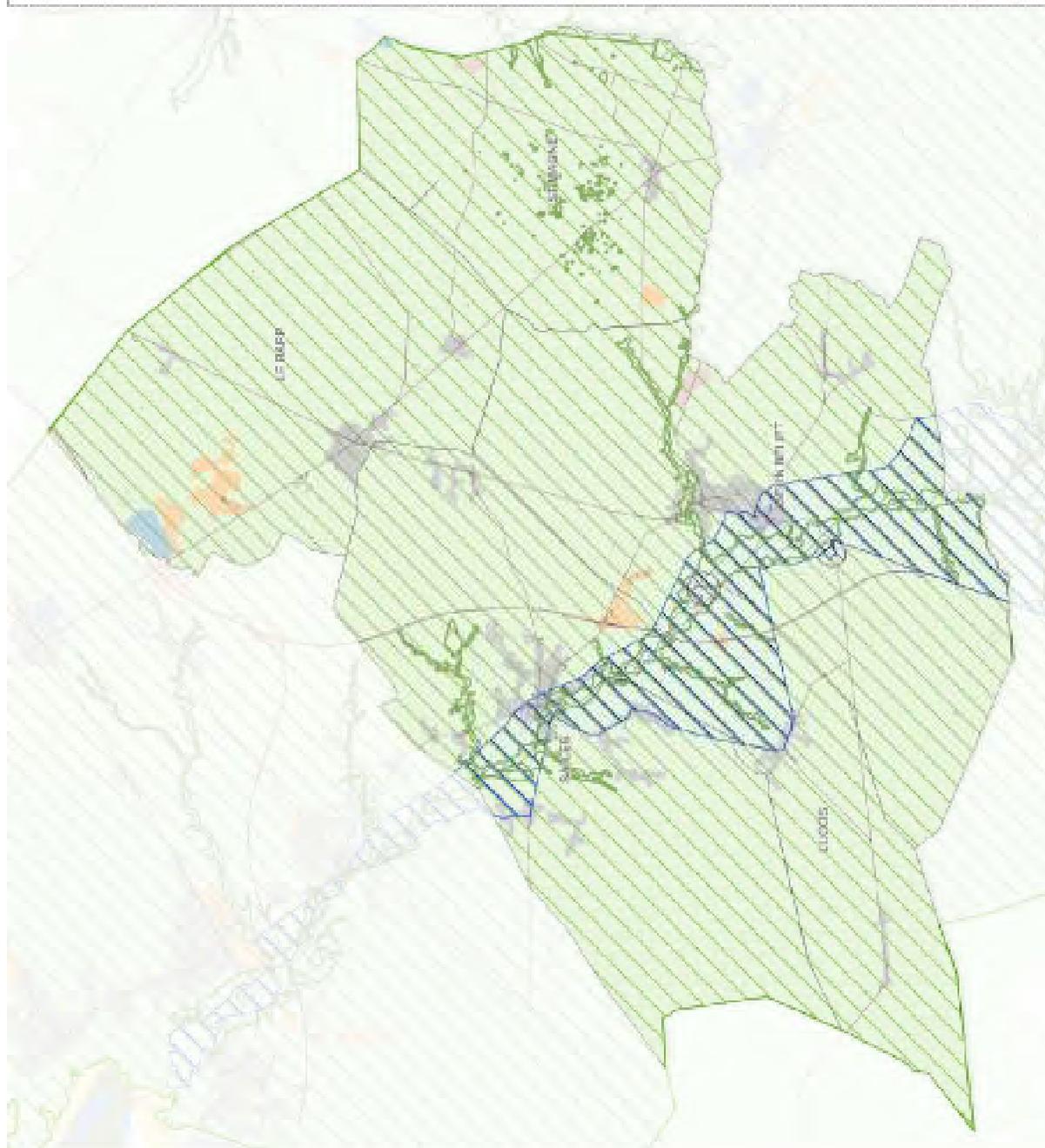
 Carrière, décharge

 Espaces à vocation naturelle et agricole

0 0,5 1km



Source :
 Nouvelle Banque d'Atlas De l'Alsace
 Zone d'habitation : DSDA, URPA 1983/2000 - 1991
 MA et plans de zonage (Plan d'occupation des sols)
 Révisés le 28/02
 Transparence des sols : SPCR 001101/04 - 2012
 Occupation des sols : données cadastre 2012
 Bâtiments : données de l'Insee
 04/2013/04



3. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la communauté de communes sont celles :

- des agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

3.1. La réglementation locale existante

Aucune des communes de l'intercommunalité ne dispose ou n'a disposé d'un règlement local de publicité (RLP) jusqu'à maintenant. Depuis la genèse des règles relatives à la publicité extérieure, seule la réglementation nationale s'est appliquée sur la communauté de communes du Val de l'Eyre.

3.2. La Charte du Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne

Le Code de l'environnement précise que « sur le territoire d'un parc naturel régional, **le règlement local de publicité peut autoriser la publicité** dans les conditions prévues aux articles L. 581-7 et L. 581-8 **lorsque la charte du parc contient des orientations ou mesures relatives à la publicité**, après avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du Parc.

Les dispositions du Règlement Local de Publicité doivent être compatibles avec la Charte. »

La thématique de la publicité extérieure se retrouve dans la mesure n°45 de la Charte « *Limiter et qualifier les publicités, enseignes et préenseignes dérogatoires : mesure phare* ». Cette mesure découle de la priorité politique n°4 du Parc « *pour un urbanisme et un habitat dans le respect des paysages et de l'identité* » et de l'objectif opérationnel 4.3 « *Amener à la reconnaissance de la valeur des paysages* ».

Échéancier de réalisation
Territoire couvert par un état des lieux de la publicité en 2015.

La loi du 29 décembre 1979 relative à la publicité par enseignes et pré-enseignes interdit la publicité dans les parcs naturels régionaux.
Avec le Grenelle :

- la publicité reste interdite dans les Parcs naturels régionaux (Loi Grenelle)
- les pré-enseignes illégaux (y compris certaines pré-enseignes jusqu'à aujourd'hui dites dérogatoires) devront être supprimées pour 2015 (attente parution décret)
- la réglementation en matière d'enseignes va évoluer (attente parution décret)

Il peut cependant être dérogé à cette interdiction par l'institution de règlements locaux de publicité.

→ Mettre en place des Chartes qualitatives de la publicité et enseignes sur le Parc, proposant des solutions adaptées aux différentes composantes du territoire.



→ Encadrer les pré-enseignes dérogatoires par l'élaboration de Charte signalétiques à destination des gestionnaires de voirie.

→ Veiller à la compatibilité des règlements locaux de publicité avec la Charte.

→ Établir un état des lieux de la publicité sur le territoire.

→ Veiller à l'intégration architecturale paysagère des enseignes des bâtiments industriels et commerciaux.

RÔLE DU PARC

CONNAISSANCE

- Affiner et diffuser l'analyse paysagère sur le territoire en développant la connaissance des entités paysagères.

MO - Inventorier les points de vue et leur sensibilité aux mutations et à la fréquentation.

- Veiller au maintien de la qualité paysagère des axes stratégiques en évaluant les aménagements de ces axes ou des aménagements en co-visibilité

- Améliorer la connaissance des bourgs remarquables et de leurs spécificités.

MO - Repérer les points noirs paysagers et proposer leur résorption et leur traitement.

- Proposer de nouveaux itinéraires paysagers à valoriser.

- Poursuivre la conduite et la finalisation du projet de requalification paysagère et d'extension de classement de la vallée de la Leyre.

RECHERCHES ET EXPÉRIMENTATION

- Rechercher, développer et proposer des solutions d'aménagement en lien avec les valeurs paysagères du territoire.

- Participer aux dynamiques de réseaux de partenaires à l'échelle du territoire pour les réflexions et actions en faveur du paysage.

ANIMATION/SENSIBILISATION/ ACCOMPAGNEMENT DE PROJET

- Sensibiliser les élus et les acteurs locaux à la prospective paysagère intégrant les notions d'anticipation et d'innovation.

- Sensibiliser les acteurs locaux aux enjeux de préservation des paysages identitaires et les impliquer dans les démarches de préservation et de valorisation.

- Accompagner les communes dans la valorisation paysagère des projets d'aménagement.

- Sensibiliser les collectivités et les gestionnaires opérateurs des voies à la préservation et valorisation des paysages dans le traitement qualitatif des axes.

- Développer des missions de conseil technique pour aider les porteurs de projets, publics ou privés, dans leurs démarches en faveur des paysages.

MO - Aider les communes à l'application de la loi relative à la publicité dans le Parc.

MO - Assister et accompagner les communes dans l'application des dispositifs réglementaires relatifs à la publicité et dans le démantèlement des panneaux publicitaires illégaux.

- Accompagner les communes dans l'élaboration de règlements de publicité.

OUTILS

- Participer à l'élaboration de Chartes qualitatives de la publicité, enseignes et pré-enseignes sur le Parc et suivre leur application.

PRINCIPE GÉNÉRAL

- Avoir un rôle de veille, d'alerte et d'anticipation en matière de paysages.

RÔLE DES CENTRES D'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT

- Sensibiliser les habitants à la préservation des paysages.

ENGAGEMENTS DES SIGNATAIRES

ENGAGEMENTS DE TOUS :

- Veiller à la cohérence et la complémentarité des politiques publiques paysagères.
- Inciter et participer aux réflexions collectives sur les paysages et à la mise en œuvre de démarches du type Charte paysagère.
- Intégrer la protection et la valorisation du patrimoine paysager dans la commande publique
- Éviter les réponses standardisées dans les programmes publics d'aménagement.
- Participer à l'élaboration des Chartes qualitatives de la publicité, enseignes et pré-enseignes dérogatoires sur le Parc.
- Prendre en compte les dimensions de co-visibilité depuis les axes stratégiques et dans la conception des nouveaux aménagements.
- Inciter à la réflexion et à l'émergence de projets alliant innovation et identité paysagère.

ENGAGEMENTS DE CHACUN :

> UNITE

- Soutenir la conduite et la finalisation par le Parc du projet de requalification paysagère et d'extension de classement de la Vallée de la Leyre.
- Associer le Parc au groupe de travail sur l'élaboration des règlements de publicité.
- Accompagner les communes dans l'élaboration des règlements de publicité.
- Mobiliser ses propres moyens pour l'application de la réglementation de la publicité sur les territoires de Parcs.
- Inciter les porteurs de projets et les concessionnaires au traitement paysager des voies et à l'enfouissement des réseaux en prenant en compte les potentielles incidences environnementales et paysagères.
- Définir les mesures de protection réglementaire des éléments paysagers à forte valeur patrimoniale.

> LES CONSEILS GÉNÉRAUX :

- Intégrer aux programmes d'aménagement le traitement paysager des voies et l'enfouissement des réseaux en prenant en compte les potentielles incidences environnementales et paysagères.
- Conforter les actions de reconstruction paysagères à l'instar de l'opération d'arbres en arbres

> LES COMMUNES ET LE PNR :

- Systématiser une prise en compte de la spécificité des airiaux et des quartiers lors de l'élaboration et de la révision des documents d'urbanisme : inventaire, zonage et règlement spécifique.
- Traduire dans les documents d'urbanisme et de planification, notamment dans les règlements de PLU, les préconisations du Parc en matière de paysage.
- Sensibiliser les habitants à la préservation des paysages.
- Intégrer aux programmes d'aménagement le traitement paysager des voies et l'enfouissement des réseaux.
- Développer les Chartes paysagères à l'échelle intercommunale.
- Mettre en œuvre les dispositifs relatifs à la publicité, enseignes et pré-enseignes dérogatoires dans les PNR.
- Poursuivre la requalification des centres bourgs (façades, espaces publics, cheminements...).
- Réaliser l'inventaire des points noirs en matière d'architecture et de paysage lors de l'élaboration ou la révision de leur document d'urbanisme.

Communes bordant l'unité paysagère du Delta de l'Eyre



- Veiller au maintien du caractère identitaire et patrimonial des ports du Bassin.

Le Parc propose ainsi d'accompagner les communes dans l'élaboration de règlements locaux de publicité, mais la Charte du PNR ne contient aucune disposition spécifique relative aux publicités, enseignes ou préenseignes. Néanmoins, plusieurs documents réalisés par le parc naturel régional pourront être des appuis à l'élaboration du RLPI de la communauté de communes du Val de l'Eyre et notamment, le guide de signalétique du parc et le mode d'emploi de l'éclairage public au sein du parc.

Le guide de signalétique du parc naturel régional des Landes de Gascogne

Ce guide réalisé en janvier 2022 a pour objectif d’offrir un socle commun pour donner des orientations sur la publicité extérieure (publicité, enseigne et préenseignes) en matière d’emplacement, d’image ou encore de densité qu’il est possible de retranscrire dans un règlement local de publicité. Aussi, ce guide propose plusieurs recommandations qualitatives adaptées au paysage du parc. Il offre également une vision plus large de la publicité extérieure en ce que ce document balaie également les autres formes de signalisation comme la Signalétique d’information Locale (SIL). **Le tableau ci-dessous retranscrit de manière synthétique les préconisations du Parc par type de support :**

Typologie de support	Préconisation du PNR Landes de Gascogne
Les préenseignes dérogatoires	<p>Taille : 60 cm * 100 cm</p> <p>Regroupement des préenseignes par superposition (jusqu’à 4) sur un même support ou mât.</p> <p>Matériaux : privilégier les matériaux traditionnels dont le bois.</p> <p>Palette de couleurs : utiliser la palette définie pour le Parc (voir ci-après et p.48 du guide de signalétique du parc.</p> <p>Éviter toute implantation devant des ouvertures paysagères de type panorama, vue sur le village, patrimoine, etc.</p>
Les publicités murales	<p>Elles peuvent être réintroduites uniquement dans les communes de plus de 10 000 habitants via un RLP en respectant les caractéristiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Installation dans les zones d’activités économiques (UY et UI) ; - 1 publicité par unité foncière ; - Emplacement sur mur aveugle d’un bâti déjà existant de l’unité foncière ; - Encadrement qualitatif de la publicité par moulure.
Les publicités scellées ou installées directement sur le sol	<p>Maintien de l’interdiction issue des dispositions nationales et notamment de l’article L.581-8 du Code de l’environnement.</p>
Les publicités apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain	<p>Limiter leur nombre à 1 mobilier urbain (hors abris-voyageurs) pour 1 000 habitants.</p> <p>Éviter l’implantation en centre historique et/ou à proximité immédiate de bâtiments classés ou identifiés comme d’intérêt patrimonial par le parc ;</p> <p>Favoriser la visibilité des informations d’intérêt général : Pour les abris-bus : publicité à l’intérieur et information générale à l’extérieur. Pour les sucettes : information générale dans le sens de la circulation.</p>
Extinction nocturne	<p>Entre 23h et 6h et 1h après la fin de l’activité économique ou commerciale.</p> <p>Interdiction de l’éclairage par néon et de l’éclairage vers le haut direct ou indirect (ex : spots en pied de mur ou en recul, etc.).</p> <p>Privilégier le rétro-éclairage pour une lumière diffuse, avec une température entre 1900 – 2400° Kelvin.</p>

Typologie de support	Préconisation du PNR Landes de Gascogne
Interdictions des enseignes	Sur les clôtures (aveugle ou non), sur auvents ou marquises, sur les stores (sauf lambrequins), sur les garde-corps de balcon ou balconnet et sur les toitures.
Les enseignes perpendiculaires au mur	Limitation 1 par façade d'activité Alignement avec l'enseigne parallèle principale en façade (en respectant la hauteur minimale de 2,20 m pour garantir le passage). Surface : 0,60m ² Saillie : 0,80m.
Les enseignes parallèles au mur	Surface cumulée des enseignes : 10% pour une façade supérieure à 50 m ² et 15% pour une façade inférieure à 50 m ² . Ne doivent pas figurer en enseigne des informations commerciales.
Les enseignes scellées ou installées directement sur le sol	Interdire sauf établissement situé en retrait de la voie dans ce cas : 1 seule par voie bordant l'activité Limiter leur nombre à 1 mobilier urbain (hors abris-voyageurs) pour 1 000 habitants. Éviter l'implantation en centre historique et/ou à proximité immédiate de bâtiments classés ou identifiés comme d'intérêt patrimonial par le parc ;
Extinction nocturne	Entre 23h et 6h et 1h après la fin de l'activité économique ou commercial. Interdiction de l'éclairage par néon et de l'éclairage vers le haut direct ou indirect ex : spots en pied de mur ou en recul, etc.). Privilégier le rétro-éclairage pour une lumière diffuse, avec une température entre 1900 – 2400° Kelvin.

Éclairage public – mode d'emploi

Ce mode d'emploi vise à présenter des recommandations techniques en matière d'éclairage public pour limiter l'impact et la pollution lumineuse sur le territoire du parc dans l'optique d'une labellisation Réserve International de Ciel Étoilé (RICE). Plusieurs de ces préconisations techniques proposées en matière d'éclairage public peuvent être transposées à la publicité extérieure lumineuse, notamment la limitation en lumens/m², en termes d'extinction nocturne (le mode d'emploi préconise une extinction entre 23h et 6h) ou encore de limitation des Kelvin pour limiter la température des couleurs.

Extraits du mode d'emploi :

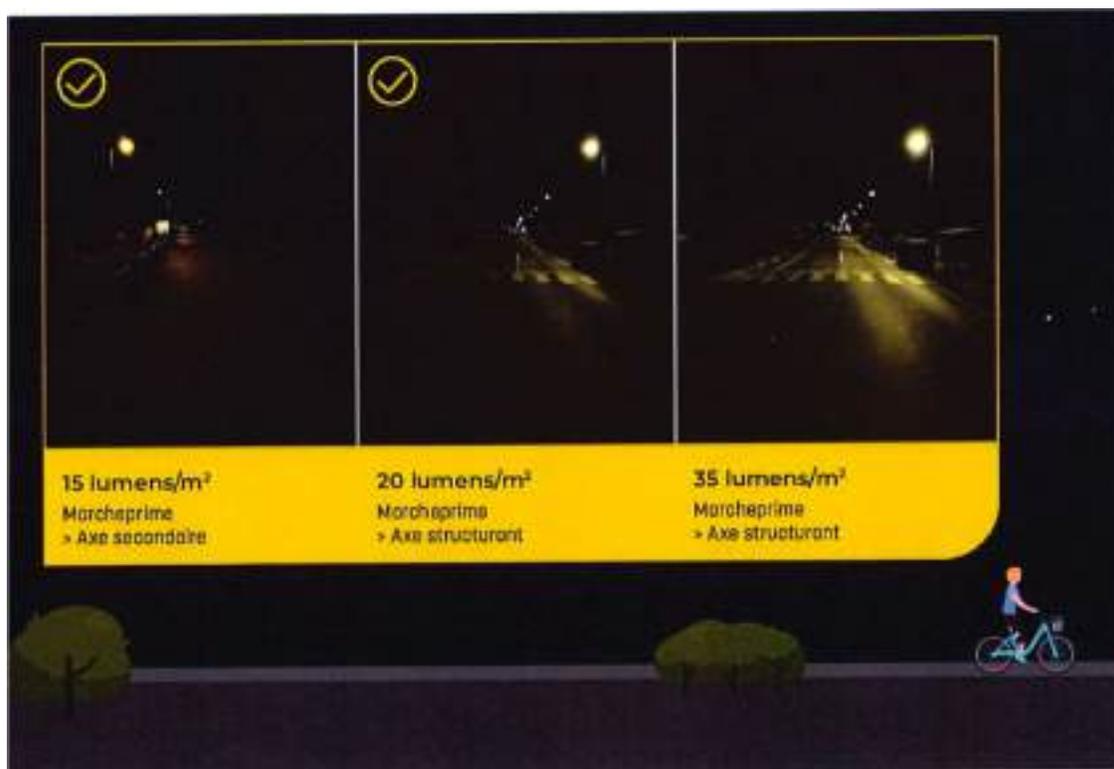
Une puissance bien adaptée au projet RICE.

L'arrêté ministériel de décembre 2018 sur la réduction des nuisances lumineuses fixe la puissance maximale à installer à :

- 35 lumens/m² en agglomération
- 25 lumens/m² hors agglomération
- 10 lumens/m² hors agglomération pour les parcs et jardins

Pour le projet de labellisation RICE, les recommandations techniques sont portées à :

- **20 lumens/m² pour les axes structurants** (route départementale)
- **15 lumens/m² pour les axes secondaires** (voirie de lotissement)
- **7 lumens/m² pour les secteurs à enjeux forts de biodiversité nocturne** (parcs, corridors écologiques).

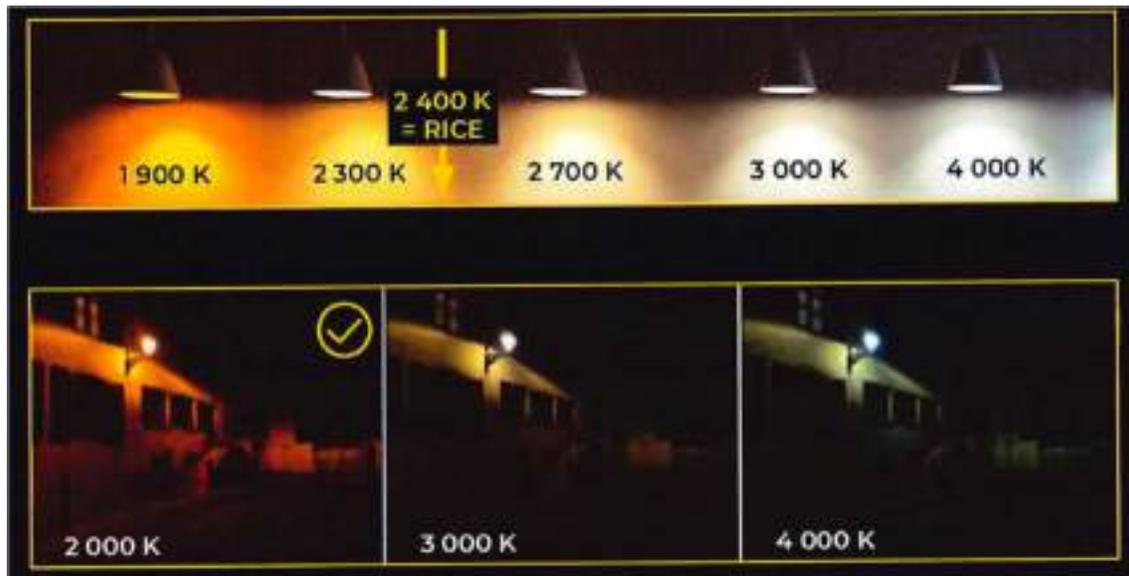


En matière de limitation des Kelvin, voici les préconisations du parc :

Plus la **température est faible**, moins elle impacte la **biodiversité nocturne**.

L'arrêté ministériel a donc fixé à 3 000 K (Kelvin) la température de couleur à ne pas dépasser.

Pour le projet de labellisation RICE, il est recommandé de **ne pas dépasser 2 400 K** et, pour les secteurs à fort enjeu de biodiversité, 1 900 K.



3.3. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- 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,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)		
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol		
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement		
Durée d'installation	Permanente		

Le guide de signalétique du parc naturel régional des Landes de Gascogne précise que « Les entreprises locales dont l'activité principale est la transformation ou la vente de produits régionaux bénéficiant de la marque « Valeurs Parc Naturel Régional » peuvent se signaler par des préenseignes dérogatoires dès lors qu'elles se situent sur le territoire du parc naturel régional. Les produits locaux doivent être reconnus officiellement comme tels : huîtres du bassin, miel de Callune, asperges des Sables des Landes, artisanat traditionnel et artisanat d'art...

En application de l'article L.581-19 du Code de l'environnement, ne sont pas concernés les services (restauration, hôtellerie, visites guidées...). Ces derniers peuvent être signalés par les dispositifs de signalétique d'information routière (SIL).

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

4.1. L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser, quel que soit leur lieu d'implantation.

Un formulaire CERFA permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

4.2. La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Un formulaire CERFA permet d'effectuer une déclaration préalable.

4.3. L'instruction

La demande d'autorisation ou de déclaration préalable doit être déposée en cas de :

- Nouvelle installation d'un support ;
- De remplacement d'un support ;
- De modification d'un support.

L'autorité compétente dispose d'un délai de 2 mois (si le dossier est complet) pour transmettre sa réponse au déclarant.

Elle doit également solliciter l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) pour :

- Les enseignes permanentes sur monuments historiques (art. R.581-16-II-1° du C. env.) ;
- Les enseignes permanentes (en agglomération) aux abords des monuments historiques et dans les Sites Patrimoniaux Remarquables (art. R.581-16-II-1° du C. env.) ;

- Les enseignes temporaires installées pour plus de 3 mois (travaux publics ou opérations immobilières) installées sur les immeubles ou dans les lieux d'interdictions absolues de publicité (art. R.581-17 du C. env.) ;
- Les publicités ou préenseignes installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu (art. R.581-11 du C. env.).

Ou encore le préfet de région pour :

- Les enseignes permanentes installées en site classé ou sur un monument naturel, dans le cœur de parc national, dans les réserves naturelles ou sur les arbres (art. R.581-16-II-2° du C. env.).

5. Les compétences en matière de publicité extérieure

Depuis le 1^{er} janvier 2024, les maires des communes de la Communauté de Communes du Val de l'Eyre sont compétents en matière de police de la publicité extérieure.

Ce pouvoir de police sera transféré automatiquement au président de l'EPCI si celui-ci est compétent en matière de PLU(i) ou RLP(i) (ce qui est le cas pour le territoire du Val de l'Eyre). Ce transfert interviendra au plus tard au 1^{er} août 2024. Néanmoins, la loi Climat et Résilience prévoit que, durant un délai de 6 mois à compter du 1^{er} janvier 2024, soit au plus tard le 30 juin 2024, les maires peuvent s'opposer au transfert des compétences de police en matière de publicité extérieure au président de l'EPCI.

Le Président de l'EPCI avait un mois à compter du 30 juin 2024 pour renoncer ou non à l'exercice de ces compétences de police en matière de publicité extérieure.

A l'heure actuelle, tous les maires des communes du Val de l'Eyre exercent les compétences de police et d'instruction.

6. Les délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous²⁴ :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction au RLPi
Publicités et préenseignes et supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines	Mise en conformité sans délai	Délai de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
Enseignes		Délai de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité

²⁴ Articles L.581-43 et R.581-88 du Code de l'environnement.

En l'absence de mise en conformité dans les délais impartis, plusieurs sanctions sont possibles :

- **Sanction administrative** : via la mise en place d'une amende administrative prononcée par le maire (uniquement pour certaines infractions²⁵) ;
- **Sanctions pénales** : via une astreinte pénale (entre 15 et 150€ par jour et par support en infraction) ou encore par une amende délictuelle ou contraventionnelle en fonction de l'infraction. Ces sanctions sont prononcées par le procureur de la République.
- **Mesures de police** : via la suppression d'office du support par l'autorité de police avec refacturation des frais à la charge du contrevenant ou mise en demeure pouvant conduire à une astreinte (env. 230€ par jour et par support en infraction, le montant de l'astreinte est réévalué tous les ans) ou à une exécution d'office.

²⁵ Cette amende peut être prononcée uniquement dans les cas suivants : publicité soumise à déclaration préalable, implantée sans déclaration préalable ou dans des conditions qui ne respectent pas les termes de la déclaration (**art. L.581-26 du C. env.**) / publicité installée dans des lieux d'interdiction absolue de publicité (**art. L.581-4 du C. env.**) / publicité installée sur un immeuble (unité foncière) sans l'accord du propriétaire (**art. L.581-24 du C. env.**) / Publicité ne mentionnant pas le nom et l'adresse ou la dénomination ou raison sociale de la personne qui l'a apposée ou fait apposer (**art. L.581-5 du C. env.**).

II. Les enjeux liés au parc d'affichage

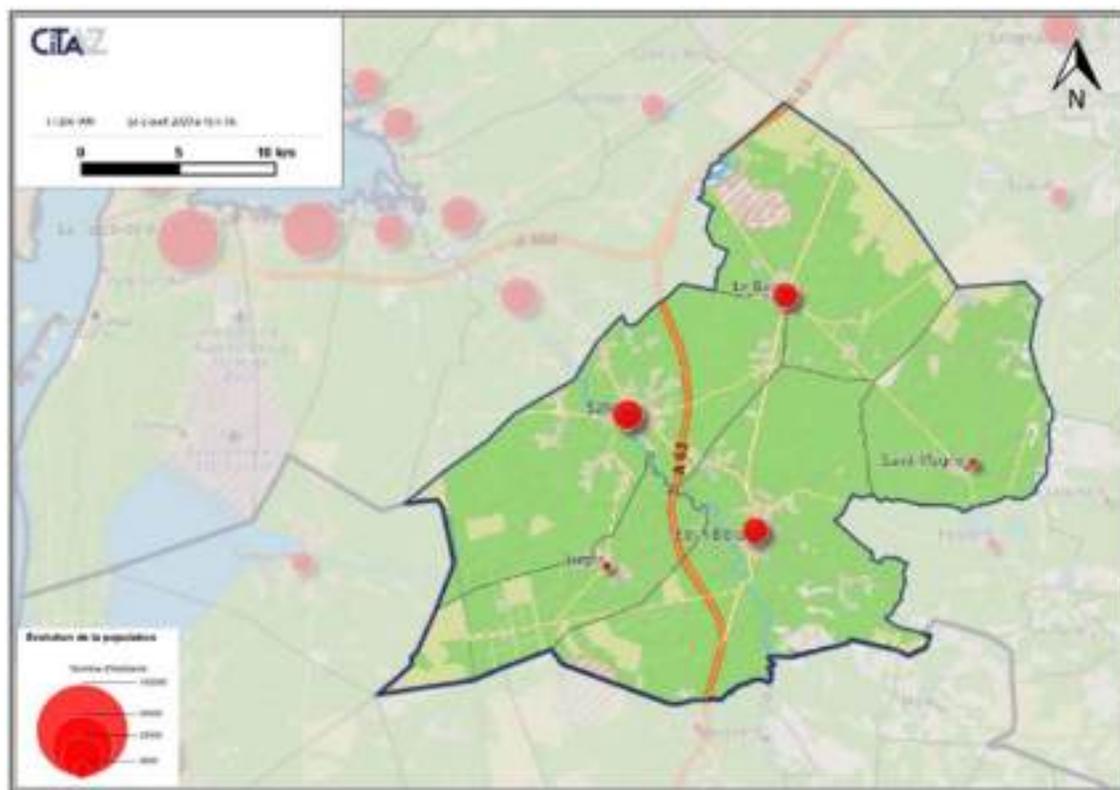
Avant de préciser l'impact de la publicité extérieure observé sur le territoire du Val de l'Eyre, il est nécessaire de rappeler le contexte paysager de l'intercommunalité.

1. Le contexte paysager de la communauté de communes du Val de l'Eyre

1.1. Démographie

Le PLUi-H met en exergue la hausse de la démographie depuis 1999 qui a connu une régulation entre 2008 et 2019.

Les communes de Le Barp, Belin-Beliet et Salles représentent 90% de la démographie du territoire qui s'élève à plus de 22 000 habitants. A contrario les communes de Lugos et de Saint-Magne sont plus rurales et ne comptabilisent que 6 à 5% de la démographie.



Source : PLUi-H du Val de l'Eyre.

La Communauté de Communes du Val de l'Eyre est un territoire attractif dont la population s'accroît de manière stable depuis les années 2000. Le PLUi-H identifie une nécessité pour le territoire de garantir la préservation de son cadre de vie et de sa qualité environnementale à laquelle les nouvelles populations sont particulièrement attachées.

Ce dynamisme s'explique par :

- la situation géographique du territoire à proximité de l'agglomération Bordelaise (30km) et du bassin d'Arcachon (20 km) ;

- les opportunités de création d'emploi et de dynamisation de l'économie de la communauté de communes (création d'un espace de co-working : l'espace 21 et d'un hôtel d'entreprise, création d'une agence de développement). Le territoire bénéficie également d'une économie diversifiée : commerces de proximité, artisanat, industrie, service avec l'installation de petites et moyennes entreprises en majorité ;
- la richesse du patrimoine tant bâti que naturel du territoire (principalement basé sur son appartenance au Parc naturel régional des Landes de Gascogne).

1.1. Mobilité

La communauté de communes du Val de l'Eyre bénéficie d'une situation géographique stratégique. Traversé par l'autoroute A63 permettant de relier Bordeaux au Pays basque, le territoire se trouve à égale distance entre l'agglomération Bordelaise (30 km) et le bassin d'Arcachon (20km).

Un réseau de voies départementales permet également de favoriser les déplacements au sein du territoire. La D110, la D1010 et la D3 sont les principaux axes qui structurent les flux routiers du territoire.

S'ajoutent à cette desserte viaire, les transports périurbains qui permettent des liaisons avec le Bassin d'Arcachon et la Métropole de Bordeaux grâce notamment au réseau TransGironde.



L'offre de transport interurbain
Source : dépliant CdC Val de l'Eyre



L'offre de transport interurbain du Val de l'Eyre
Source : dépliant CdC Val de l'Eyre

Source : PLUi-H du Val de l'Eyre.

Des modes de transports alternatifs sont également développés sur le territoire : Rezo Pouce (réseau solidaire pour partager les trajets quotidiens), offre de covoiturage (une aire à Salles et une à Belin-Beliet), une offre cyclable (avec une piste départementale (D802), voie verte Hostens-La Brède, etc.), etc.

Les flux routiers générés par les axes départementaux demeurent importants à l'échelle du Val de l'Eyre. Il est naturel d'y constater une pression publicitaire plus forte que sur les axes secondaires du territoire. C'est en tout cas ce qui a été constaté lors du relevé de terrain.

1.2. Économie

La communauté de communes du Val de l'Eyre compte deux zones d'activités principales :

- **La ZAE Eyrialis** : Implantée sur la commune du Barp, cette zone se décompose en deux entrées. La première avec une vocation artisanale et industrielle et la seconde à vocation plutôt commerciale.



Entreprises de la première entrée à vocation plutôt artisanale et industrielle, Val de l'Eyre, Le Barp, mai 2024.



Entreprises de la deuxième entrée à vocation commerciale, Val de l'Eyre, Le Barp, mai 2024.

- **La ZAE Sylva** : Implantée sur la commune de Belin-Beliet, cette zone accueille des activités artisanales, industrielles, tertiaires et commerciales. LE site couvre 1 hectare et est occupé par une trentaine d'entreprises en sus de la pépinière d'entreprises. Une extension de la zone est prévue pour répondre aux demandes des entreprises.

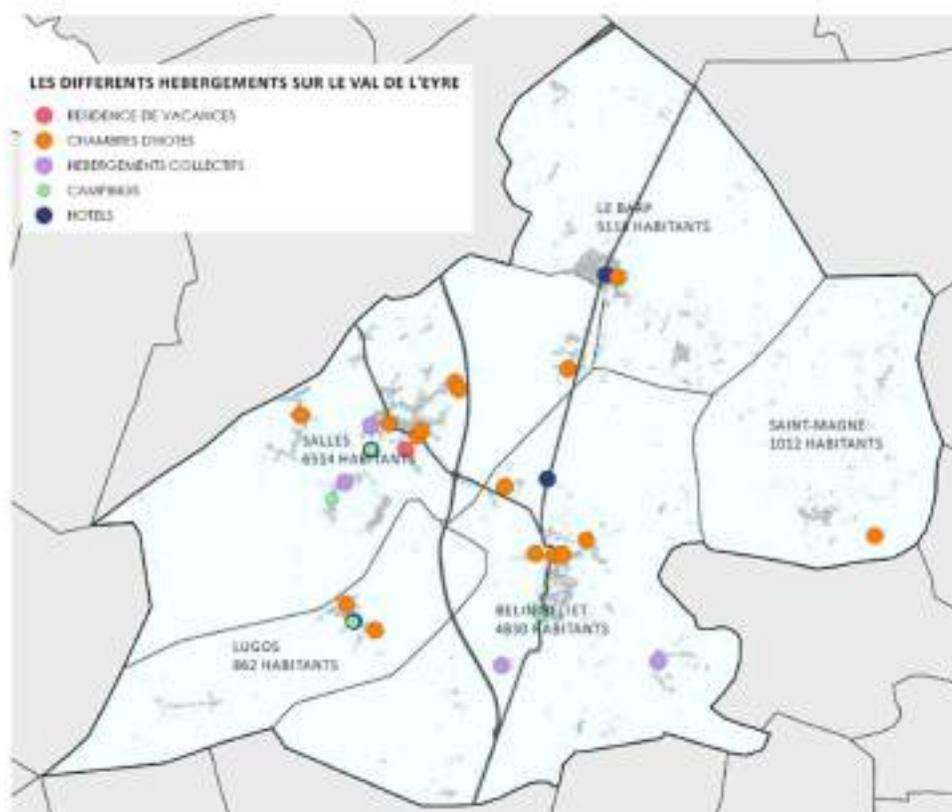


Vue de la ZAE Sylva, Val de l'Eyre, Belin-Beliet, mai 2024.

Deux entreprises se démarquent sur le territoire :

- CEA-Cesta au Barp (constructeur du Laser Mégajoule) : Ce site regroupe plus de 1 000 emplois. La communauté de communes a développé de nouvelles filières et notamment le pôle de compétitivité « Route des Lasers », labellisé en 2005.
- Beynel-Manustock à Belin-Béliet (leader européen de la production de palette). Avec plusieurs sites sur l'intercommunalité, cette entreprise est l'un des moteurs du territoire dans la filière du bois.

Compte tenu de la proximité avec le bassin d'Arcachon, le territoire bénéficie d'une faible retombée touristique sur son territoire. En effet, elle attire la population préférant une offre d'hébergement plus accessible sur la communauté de communes que sur le bassin. Une visibilité accrue de l'offre serait bénéfique pour le territoire, malgré les hébergements déjà existants.



Localisation des hébergements sur la communauté de communes du Val de l'Eyre. Source : PLUi-H.



Nécessité d'associer les activités touristiques à la réflexion autour de la publicité, Val de l'Eyre, mai 2024.

L'attractivité touristique est néanmoins accentuée grâce à l'adhésion de l'ensemble des communes de l'intercommunalité au Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne. Pour dynamiser ce développement, un pôle touristique a été créé : l'«Écotourisme Landes de Gascogne ».

Plusieurs activités touristiques se développent sur le territoire et notamment les activités saisonnières liées aux pratiques de canoë et de kayak compte tenu de la Vallée de l'Eyre et du cours d'eau de la Grande Leyre qui traverse le territoire. Pour ces activités, il y a également un fort enjeu de visibilité à ne pas déconnecter des enjeux du RLPi.



Activités de location de canoë et de Kayak, Val de l'Eyre, Salles et Belin-Beliet, mai 2024.

Une opportunité de développer le tourisme vert ou de « *pleine nature* » s'offre au Val de l'Eyre, à laquelle le RLPi peut participer.

Enfin, commerces et services sont essentiellement tournés vers une offre de proximité. Les trois communes les plus peuplées du territoire disposent chacune d'un supermarché complétant l'offre des centres-bourgs des communes de Belin-Beliet, Le Barp et Salles.

Les zones d'activités précédemment identifiées et les centres-bourgs génèrent le plus de pression liée aux enseignes. Aussi, c'est au sein des communes de Belin-Beliet, Le Barp et Salles que se concentrent la majorité des enjeux en matière de publicité extérieure.



Enseignes sur les communes de Belin-Beliet et du Barp, Val de l'Eyre, mai 2024.

La communauté de communes a mis en place la plateforme Rcommerces permettant aussi bien aux résidents qu'aux estivants de bénéficier d'une visibilité des commerces et activités s'exerçant sur le territoire. Cette alternative à la signalisation classique sera mise en avant dans le cadre de l'élaboration du RLPi.

1.3. Environnement et cadre de vie

La communauté de communes se caractérise par une forte présence de paysage forestier. Ce paysage est traversé par la vallée de l'Eyre et ses nombreux affluents.



Vue vers les massifs forestiers, Val de l'Eyre, Belin-Béliet, mai 2024

Ce paysage est le fruit de la sylviculture pratiquée depuis la seconde moitié du XIX^{ème} siècle.

D'autres espaces naturels d'envergure se déploient sur les territoires, et notamment la Vallée de l'Eyre. Le caractère patrimonial de ce secteur naturel est mis en avant par le site inscrit qui le couvre²⁶.



Berges de l'Eyre à proximité de Belin-Béliet



Zone humide en bord de l'Eyre à Belin-Béliet



L'Eyre à Salles



Berges de l'Eyre à Salles

²⁶ Requalification du site inscrit en cours. Source : PLUi-H du Val de l'Eyre.

Source : PLUi-H du Val de l'Eyre.

Dans les zones urbaines, le patrimoine bâti et paysager côtoie le patrimoine local. Le territoire compte aujourd'hui :

- 1 monument historique classé ;
- 4 monuments historiques inscrits ;
- 1 site classé ;
- 2 sites inscrits ;



Eglise du vieux Lugos



Eglise de Mons

Source : PLUi-H du Val de l'Eyre.

Le PLUi-H a d'ores et déjà identifié plusieurs enjeux auquel le RLPi pourra apporter une réponse et notamment :

- La préservation des motifs paysagers ;
- La protection des paysages naturelles de la Vallée de l'Eyre ;
- La mise en valeur des caractéristiques urbaines des bourgs et du patrimoine industriel ;
- La maîtrise de l'aménagement des entrées de ville majeures (Belin-Beliet, Salles et Le Barp) ;
- L'optimisation du foncière, le traitement paysager et le lien aux centres bourgs des ZAE ;
- La prise en compte des protections réglementaires.

La communauté de communes du Val de l'Eyre dispose donc d'un cadre de vie de qualité, d'une richesse patrimoniale variée que le RLPi pourra préserver ou améliorer tout en tenant compte des autres enjeux du territoire et notamment des besoins des acteurs économiques locaux. L'emplacement et le statut du Val de l'Eyre en tant que pôle industriel et commercial local, mais également en tant que pôle touristique, sont autant d'éléments à concilier pour encadrer la publicité extérieure sur la communauté de communes du Val de l'Eyre.

Pour affiner la vision du territoire par le prisme de la publicité extérieure, un échantillonnage des supports de publicité extérieure (publicités, enseignes et préenseignes) situés sur le territoire intercommunal du Val de l'Eyre a été effectué en mai 2024²⁷.

Ce travail de terrain a permis d'identifier la localisation des dispositifs, les modalités de leurs implantations, de leurs dimensions et de leurs caractéristiques permettant d'identifier les

²⁷ Sauf mention contraire, l'ensemble des photographies présentes dans ce rapport date de cette époque.

enjeux présents sur le territoire intercommunal. C'est sur la base de ces données que le présent diagnostic a été réalisé.

2. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

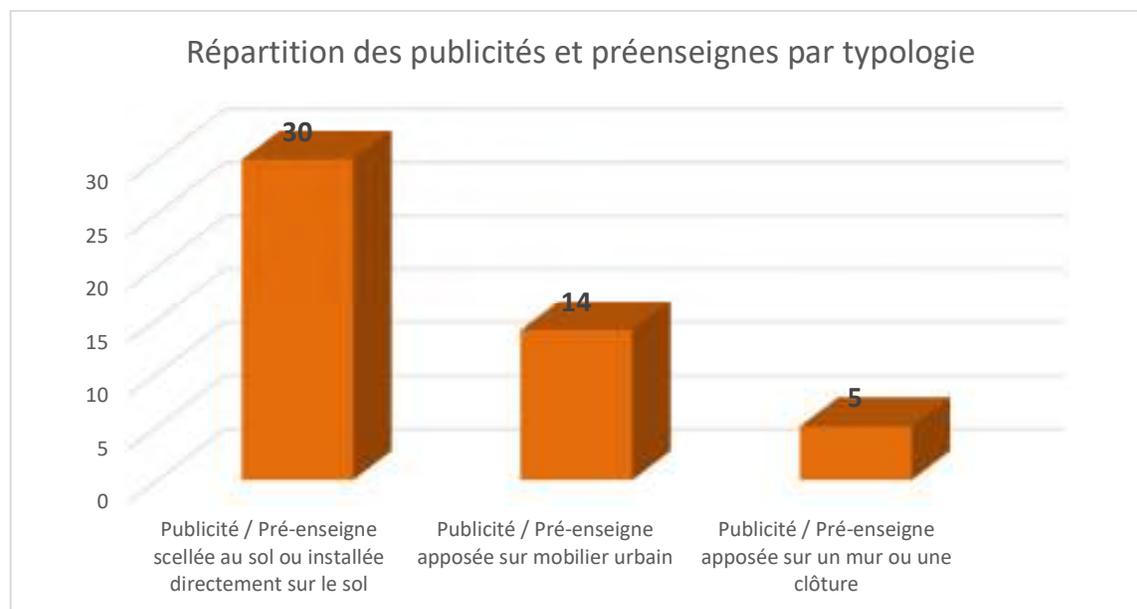
2.1. Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d’affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l’exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C’est pourquoi ces dispositifs font l’objet d’une analyse commune.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le Code de l’environnement précise que « *Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l’adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l’a apposée ou fait apposer* ».

« *Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d’entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent* »²⁸.

49 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire du Val de l’Eyre. Elles représentent au total près de 80m² de surface d’affichage.



Le graphique ci-avant illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire du Val de l’Eyre en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (60% des dispositifs de la communauté de communes). La publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain représente la deuxième catégorie de support la plus présente sur le territoire (28% des supports de l’intercommunalité). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire intercommunal (12%). Il s’agit pourtant de dispositifs qui s’intègrent mieux au paysage²⁹.

²⁸ Article R581-24 du code de l’environnement

²⁹ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul de la surface des dispositifs publicitaires

La majorité des dispositifs publicitaires et des préenseignes est installée sur les axes structurants du territoire qui captent la majorité des flux routiers et notamment la RD3, la RD1010 et la RD110. Les supports relevés sont répartis de la manière suivante sur le territoire :

Communes	Nombre de supports relevés
Belin-Beliet	16
Le Barp	9
Lugos	11
Saint-Magne	2
Salles	11
Total	49

On compte une dizaine de supports exploités par des professionnels de l’affichage (Védiaud, Publi Aquitaine, etc.). Les autres dispositifs sont des publicités ou préenseignes exploitées directement par les annonceurs.

RLPI de Val de l'Eyre

Localisation des publicités et préenseignes

Légende

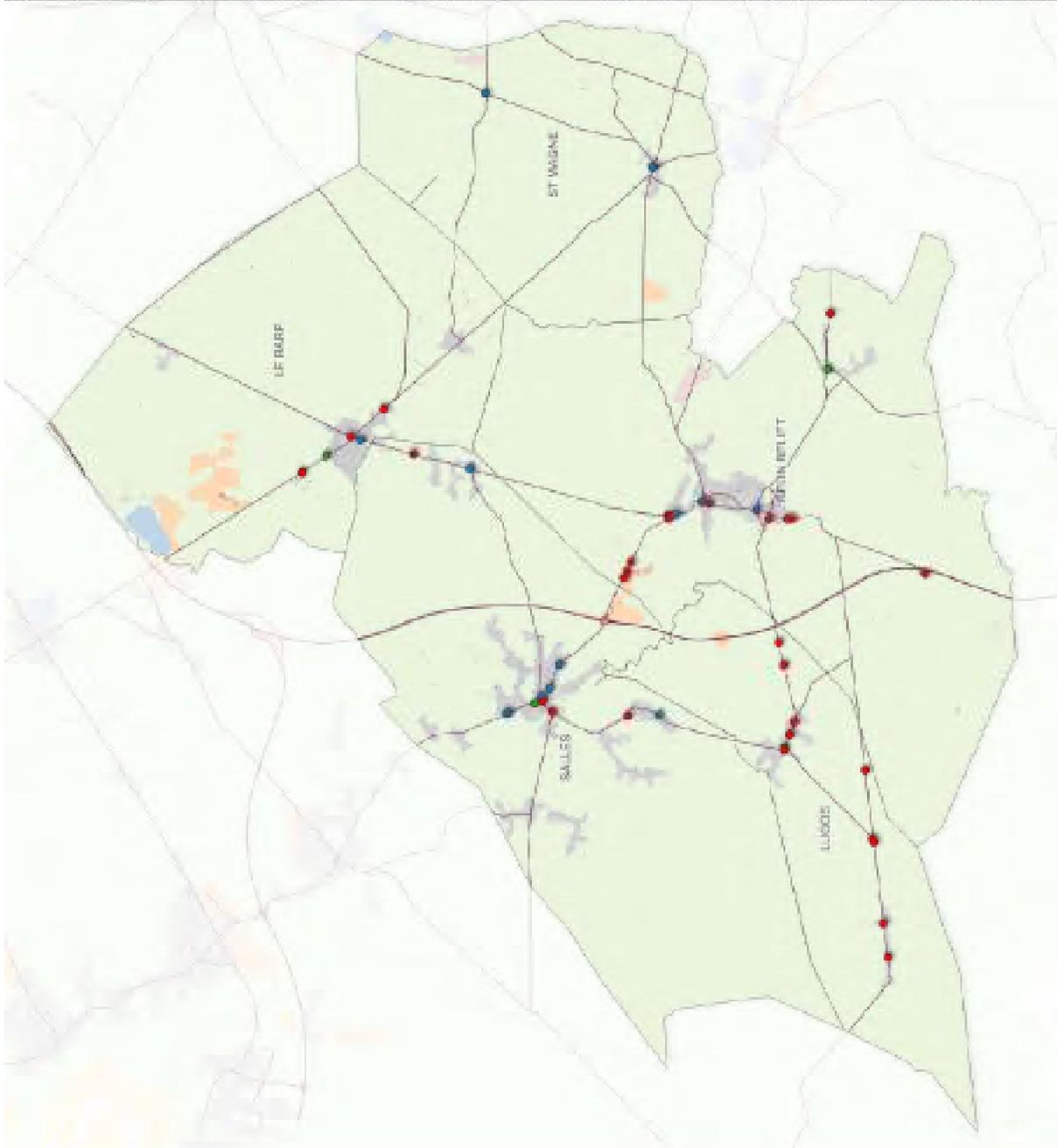
-  Publicité ou préenseigne apposée sur un mur ou une clôture
-  Publicité ou préenseigne posée au sol ou installée directement sur la sol
-  Publicité ou préenseigne apposée sur mobilier urbain
-  Voie
-  Bâti
-  Commune
-  Occupation du sol
-  Secteurs bâtis hors zones d'activités
-  Espaces à vocation économique
-  Carrière, décharge
-  Espaces à vocation naturelle et agricole

0 1 2km



Source :
 Données : Banque d'Atlas DeL'At-Canal
 Bât et Commune : Open Street Map / OpenStreetMap contributors
 Projections : UTM 32
 Traçage : AutoCAD
 Date de mise à jour : 03/04/2024

Collecteur : Bureau d'études DeL'At-Canal
 03/04/2024



La totalité des supports présents sur l'intercommunalité est non-conforme à la réglementation nationale. En effet, celle-ci interdit la publicité sur le territoire des Parcs Naturels Régionaux. Or, l'ensemble des communes de la Communauté de Communes du Val de l'Eyre font partie du Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne.

S'ajoute à cette infraction d'autres infractions liées à l'implantation des supports :

- Hors agglomération (plus de 20 supports) ;
- En site inscrit (env. 10 supports) ;
- En site Natura 2000 (1 support) ;
- Sur des éléments listés à l'article R.581-22 du Code de l'environnement (mur ou clôture non-aveugle, sur poteaux de transport d'électricité, etc.) (env. 5 supports) ;

Enfin, les supports scellés au sol ou installés directement sur le sol implantés sur la Communauté de communes sont également non-conformes au titre du Code de l'environnement car ils sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. C'est le cas pour toutes les communes du Val de l'Eyre.

Ainsi, sur les 49 dispositifs non-conformes au Code de l'environnement, on relève plus de 115 infractions. En effet, la quasi-totalité des supports fait l'objet de deux infractions à la réglementation nationale.



Exemples de dispositifs non-conformes à la réglementation en vigueur, Val de l'Eyre, mai 2024.

La prise de compétence par les maires des pouvoirs de police en matière de publicité extérieure permet désormais de mettre en conformité les dispositions a priori non-conformes. Le RLPi permettra quant à lui la mise en place d'une réglementation locale adaptée aux enjeux du territoire de la communauté de communes du Val de l'Eyre.

2.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La publicité scellée au sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. C'est le cas pour toutes les communes de l'intercommunalité.

Le seul cas où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est autorisée est le cas des préenseignes dérogatoires³⁰.

Malgré leur interdiction, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la catégorie de publicité la plus recensée sur le territoire (60% des dispositifs).

Ils sont principalement utilisés comme préenseigne pour signaler des activités du territoire. Aussi, les formats utilisés sont relativement faibles. Sur les 30 supports relevés, environ la moitié n'excède pas 1,5 m². Les plus grands formats observés sur la Communauté de communes du Val de l'Eyre ne dépassent pas 2,5 m².



Exemples de préenseignes scellées au sol relevées sur le territoire du Val de l'Eyre d'un format inférieur à 1 m² et d'environ 1,5 m², mai 2024.



Exemples de supports scellés au sol dont le format excède 1,5 m², Val de l'Eyre, mai 2024.

³⁰ [Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires](#)



Exemples de supports scellés au sol dont le format excède 1,5 m², Val de l'Eyre, mai 2024.

Sur l'ensemble de ces supports, aucun ne respecte la réglementation nationale, car ils ne sont pas autorisés sur la Communauté de communes du Val de l'Eyre. D'autres infractions s'ajoutent à cette interdiction, comme des implantations hors agglomération, sur des éléments à préserver, etc.



Préenseigne installée hors agglomération, Val de l'Eyre, mai 2024.



Publicités / préenseignes installées à des secteurs stratégiques (dispositifs installés sur des poteaux de transport d'électricité, non conformes au code de l'environnement), Val de l'Eyre, mai 2024.



Installation de publicités / préenseignes pour signaler des activités en retrait de la voie publique, Val de l'Eyre, mai 2014.

Conformément à la définition du Code de l'environnement, les supports de présignalisation situés en dehors de l'unité foncière de l'activité signalée sont considérés comme des publicités ou des préenseignes (en fonction de leur contenu). Aussi, il est fréquent de rencontrer ce type de supports au sein des centres-villes ou centres-bourgs du territoire des communes du Val de l'Eyre. Bien que remis tous les soirs, ces supports participent également à une forme de pollution visuelle sur le territoire. Par ailleurs, ils sont interdits, car bien souvent installés dans des agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol relèvent principalement du respect de la réglementation nationale en vigueur. L'application du Code de l'environnement permettra d'éviter les impacts de ces supports sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment le long des axes structurants.

2.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

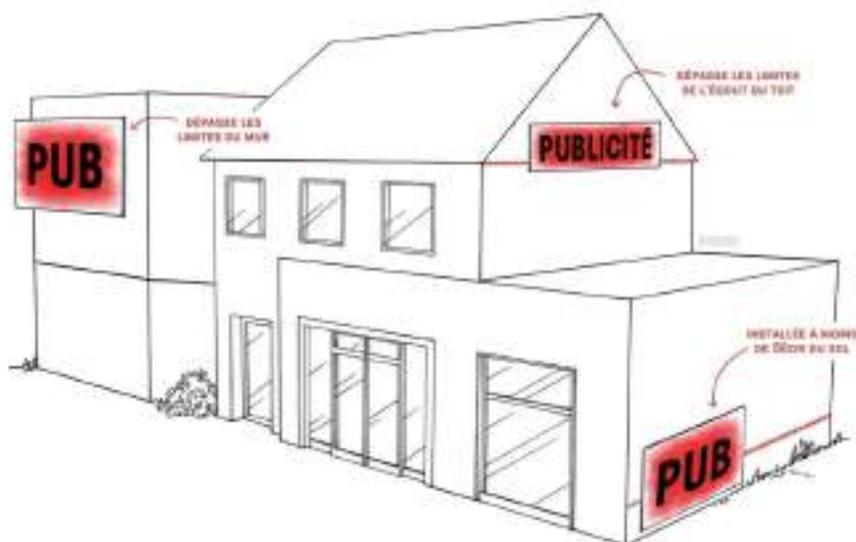
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

Surface unitaire maximale $\leq 4,7 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

- Apposées à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépassent les limites du mur qui la supporte,
- Dépassent les limites de l'égout du toit,
- Apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existantes au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.

Seules 5 les publicités apposées sur mur ou clôture ont été relevées sur la communauté de communes du Val de l'Eyre. Pourtant, il s'agit des dispositifs qui s'intègrent mieux à l'environnement : « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »³¹.

Un seul support dispose d'un format d'environ $4,7 \text{ m}^2$, les autres ont tous un format inférieur à 1 m^2 . L'impact de ces dispositifs est donc extrêmement limité actuellement sur l'intercommunalité.

³¹ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités.



Préenseigne apposée sur mur aveugle d'un format d'environ 4,7 m², Val de l'Eyre, mai 2024.

La quasi-totalité des supports sont installés sur clôture non-aveugles et font donc l'objet d'une non-conformité supplémentaire au Code de l'environnement.



Installation de publicités et préenseignes sur clôture non-aveugle, Val de l'Eyre, mai 2024.

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont liés au respect de la réglementation nationale. Ces dispositifs ne semblent pas privilégiés pour signaler les activités et entreprises du territoire ; aussi, le maintien de l'interdiction sera privilégié en cohérence avec les prescriptions du guide sur la signalétique du parc naturel régional des Landes de Gascogne.

2.4. La densité

Outre les règles d'implantations spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le Code de l'environnement pose la règle de densité suivante³² applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaires.

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

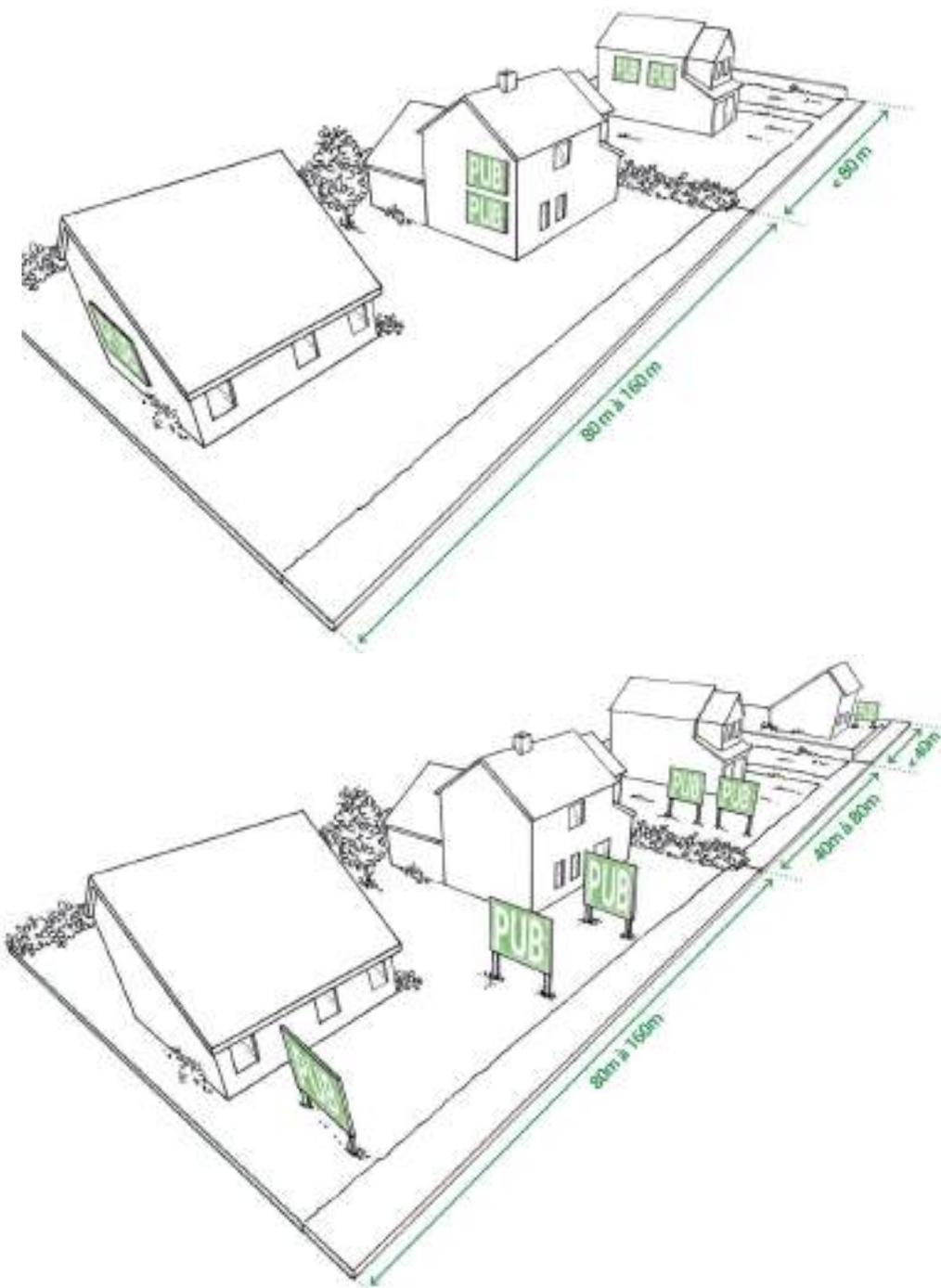
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaires, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

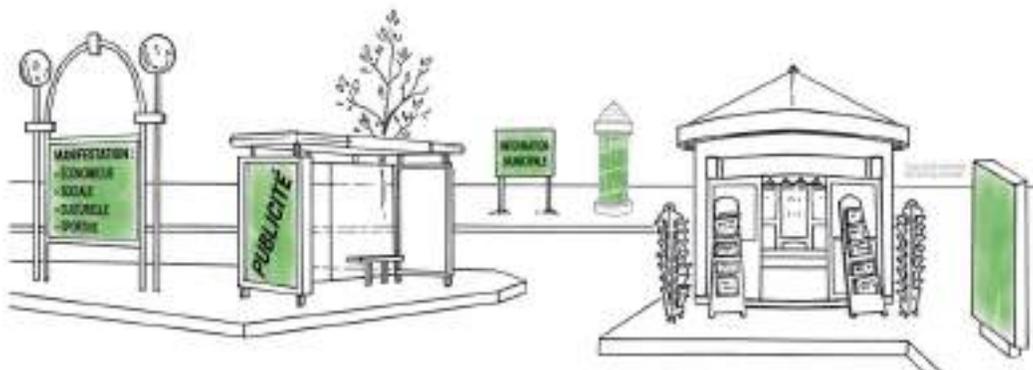
³² Article R581-25 du code de l'environnement



Aucun phénomène de densité publicitaire n'a été constaté sur le territoire. Quelques dispositifs installés sur la même clôture ont été identifiés, mais ils sont déjà non-conformes à la réglementation nationale.

2.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$.
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; ne peut ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 2 mètres carrés.

Le mobilier urbain peut donc, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité numérique.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 113-1 du Code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories, mais seulement deux sous-catégories de publicités apposées sur mobilier urbain sont présentes sur la communauté de communes du Val de l'Eyre, à savoir :

- les abris destinés au public supportant de la publicité ;
- les mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* ».

Les publicités supportées par les mobiliers sont toutes de petit format (2m²).



Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques supportant de la publicité de petit format, Val de l'Eyre, mai 2024.

Les abris-bus supportant de la publicité posent peu de problèmes paysagers. Leur installation est conditionnée par les circuits des transports en commun. Le format de ces supports est de 2m² également.



Abris-bus supportant de la publicité de petit format, Val de l'Eyre, mai 2024.

Aujourd'hui, la problématique majeure de ces supports est leur installation au sein d'espaces patrimoniaux protégés (PNR, abords de monuments historiques, etc.). En effet, la communauté de communes du Val de l'Eyre est dotée d'un patrimoine architectural, bâti et historique particulièrement important qui impacte aujourd'hui l'installation de mobilier urbain supportant de la publicité.

D'autres supports sortant du champ d'application de la publicité extérieure ont été détectés sur le territoire comme :

- Un journal électronique d'information numérique ;
- De l'affichage administratif.



Journal électronique d'information numérique et affichage administratif, Val de l'Eyre, mai 2024.

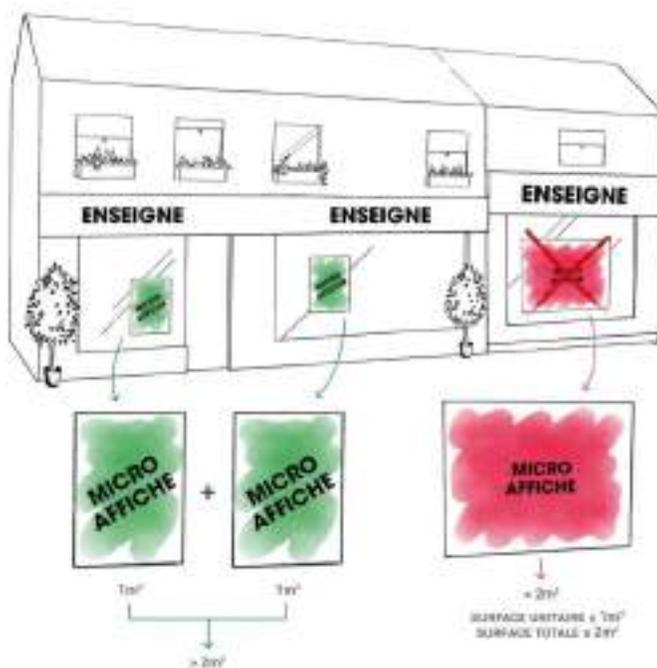
2.6. Dispositifs de petit format (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le Code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerce* ».

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueillent en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit également d'une source de revenu pour ces activités.

Le Code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leur surface cumulée ne peut recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales, notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Aucun support de ce type n'a été relevé sur la communauté de communes du Val de l'Eyre.

2.7. Publicités / préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 90 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieur des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire national.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh³³.



Source : <http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

³³ https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf

Les enjeux liés à la publicité numérique sont abordés par le guide de la signalétique du Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne qui indique que « *La lumière artificielle nocturne possède un pouvoir d'attraction ou de répulsion sur les animaux vivant la nuit (...) L'éclairage artificiel, dont l'usage est souvent excessif et inadapté au besoin réel, peut ainsi former des zones infranchissables pour certains animaux et fragmenter les habitats naturels. En réduisant la présence des insectes pollinisateurs, l'éclairage artificiel a aussi un impact sur la flore.*

Cette pollution lumineuse a ainsi de nombreuses conséquences préjudiciables -on parle d'effets en cascade- sur la biodiversité. Il apparaît alors indispensable de préserver et restaurer un réseau écologique propice à la vie nocturne que l'on appelle la trame noire.

La prise en compte de la Trame noire dans tout projet d'aménagement est une nécessité réglementaire, renforcée depuis la loi biodiversité de 2016. La publication de l'arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la limitation des nuisances lumineuses a édicté des mesures concrètes de mise en œuvre de la lutte contre la pollution lumineuse. »

La loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité reconnaissant les enjeux liés à la pollution lumineuse a été reconnue. En effet, pour la première fois en 2016, le législateur a reconnu les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du Code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le Code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles supportées par les mobiliers urbains affectés aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel³⁴.

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

La publicité numérique, et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence, est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse, à savoir :

- Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$;
- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$.

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par l'arrêté ministériel³⁵, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

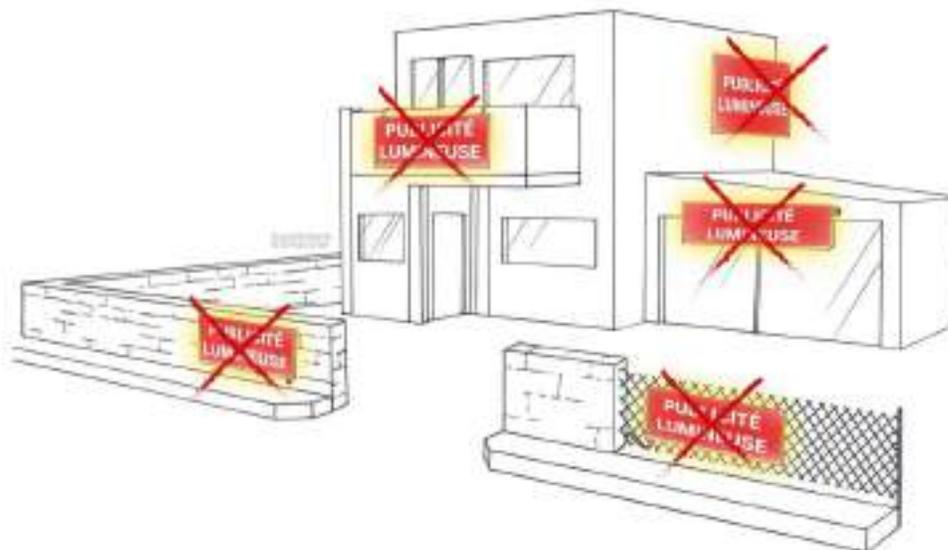
La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

³⁴ Arrêté ministériel non publié à ce jour

³⁵ Arrêté ministériel non publié à ce jour

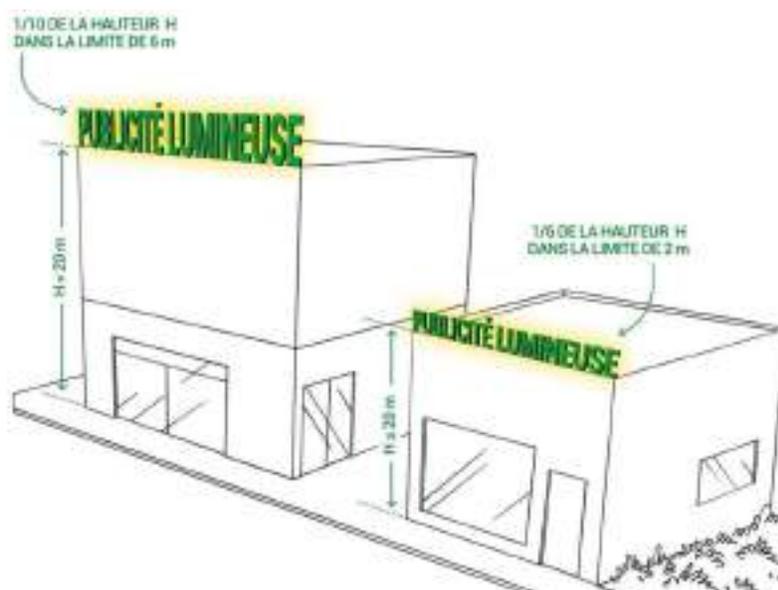
La publicité lumineuse ne peut :

- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Être apposée sur une clôture.



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade \leq 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2m
Hauteur de la façade $>$ 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6m



En l'espèce, la publicité lumineuse est quasiment inexistante sur le territoire de la communauté de communes du Val de l'Eyre.

Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques.

Cependant, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- **Sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière**, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire. Si les lampes sont surdimensionnées, leur puissance doit être réduite. Remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;
- **Moduler la durée d'éclairage**, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

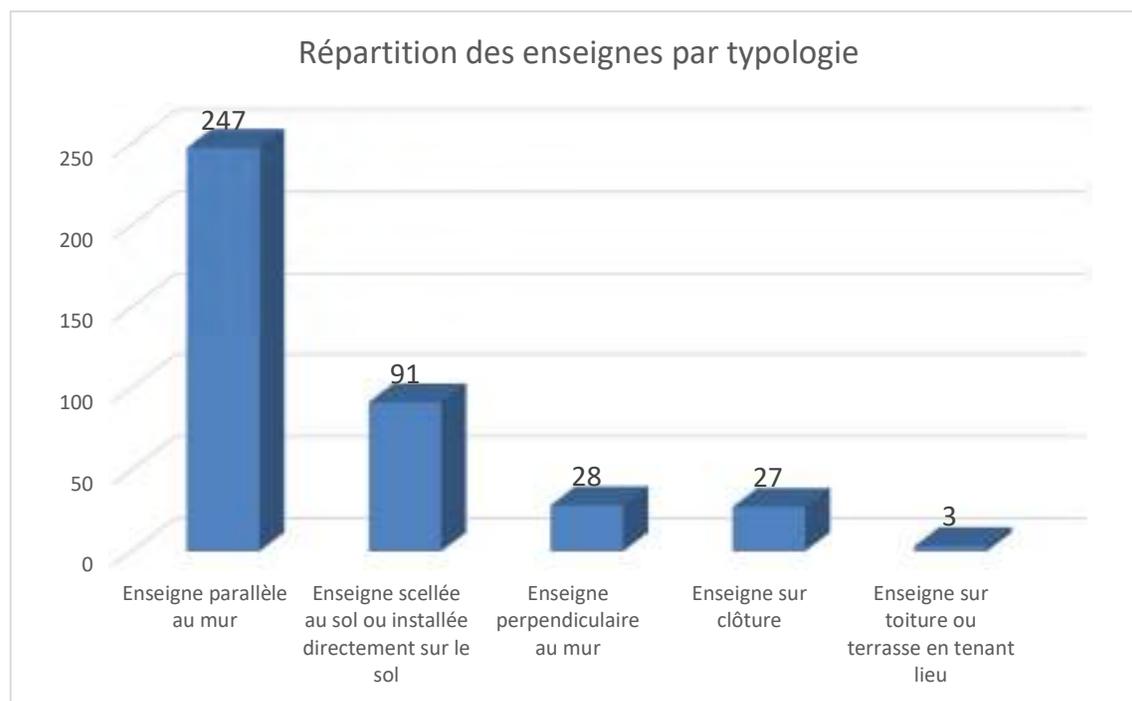
Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

3. Les enjeux en matière d'enseignes

3.1. Généralités

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou en secteur où il y a peu d'enseignes.

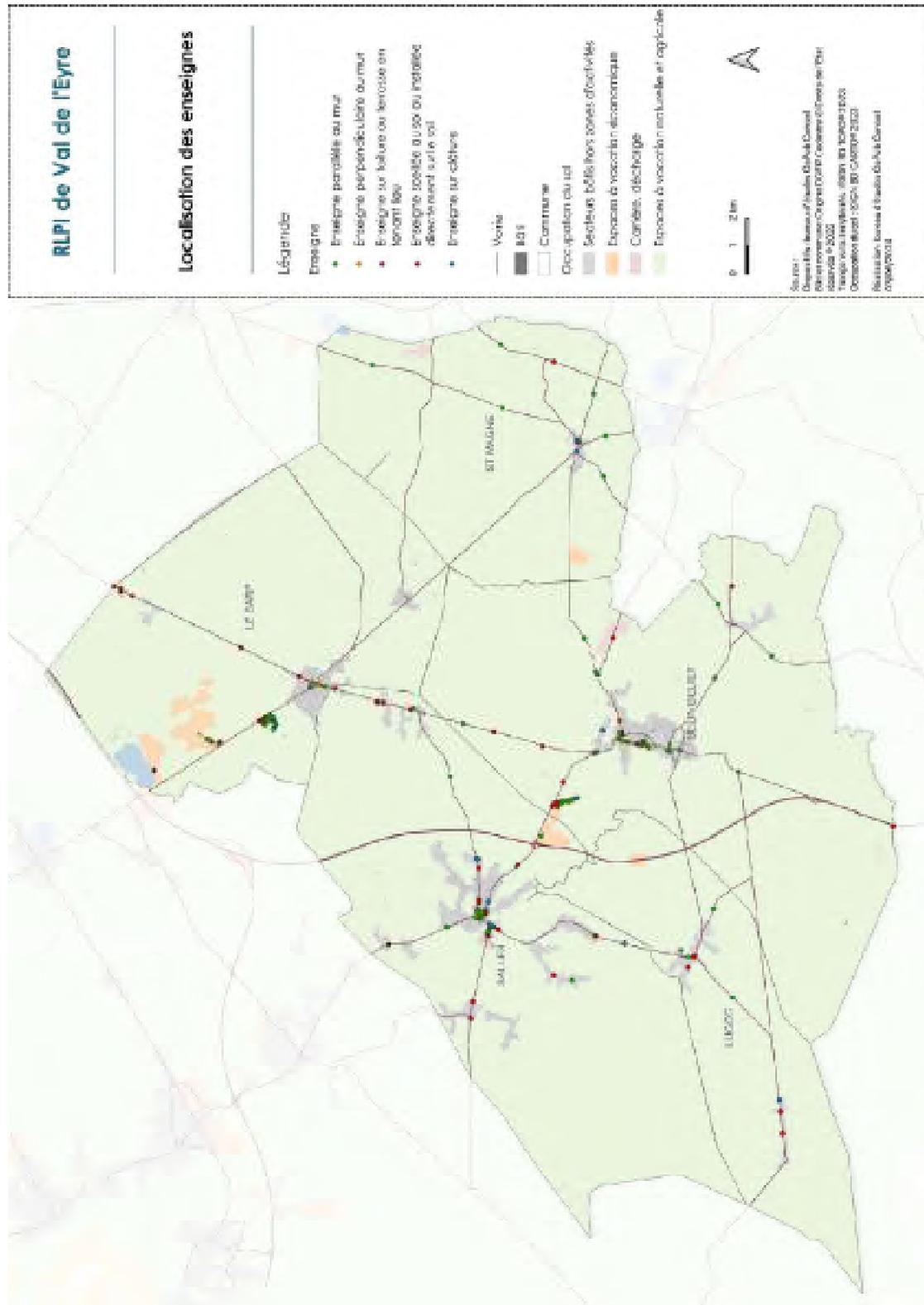
Dans le cadre du diagnostic, environ 400 enseignes ont été relevées sur le territoire. Il apparaît que cinq grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire de Val de l'Eyre. Elles sont réparties de la manière suivante :



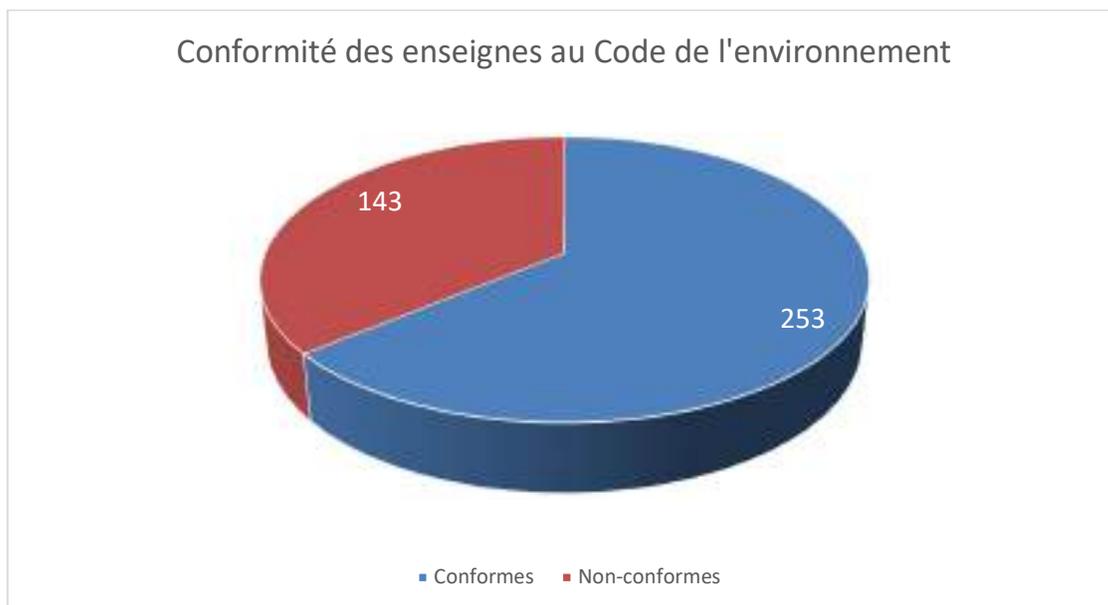
Quel que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes doivent être :

- Constituées par des matériaux durables,
- Maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et que les lieux soient remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est le plus dense (zones d'activités, centre-ville, centre-bourg, etc.).



Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant que plusieurs dispositifs sont aujourd'hui non conformes au Code de l'environnement.



On constate qu'environ 140 dispositifs, soit près de 35% des enseignes relevées, sont non conformes au Code de l'environnement. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. Comme pour les publicités et les préenseignes, on relève donc plus d'infractions que de supports non-conformes.

Les principales infractions pèsent sur les enseignes parallèles au mur et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol et concernent :

- des façades saturées d'enseigne (surface cumulée excédant 25% ou 15% de la façade) : environ **75** supports en infraction ;
- le surnombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol : plus de **30** supports en infraction ;
- le non-respect des surfaces maximum prévues (6 m² ou 10,5 m²) pour les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol : environ **15** supports en infraction.

3.2. Enseignes parallèles au mur

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ce type d'enseigne représente plus de 60% des enseignes relevées sur le Val de l'Eyre. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sous forme d'affiche.



Enseignes réalisées en lettres ou signes découpés directement sur la façade, Belin-Beliet et Le Barp, Val de l'Eyre, mai 2024.



Enseignes réalisées avec un panneau de fond et enseigne sur store-banne, Le Barp et Salles, Val de l'Eyre, mai 2024.



Enseignes en lettres peintes directement sur la façade, Salles et Saint-Magne, Val de l'Eyre, mai 2024.



Enseigne de type « vitrophanie », Le Barp, Val de l'Eyre, mai 2024.

Cette grande diversité des enseignes devra être prise en compte dans le RLPI pour permettre à chaque activité de pouvoir se signaler selon les contraintes de sa façade commerciale et selon sa créativité.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface³⁶. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

- Ne pas dépasser les limites de ce mur
- Ne pas constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm
- Ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.

Une quinzaine d'enseignes ne respectant pas la réglementation nationale a été repérée sur le territoire.

³⁶ [La surface cumulée des enseignes](#)



Enseignes dépassant des limites de l'égout du toit à Belin-Beliet, Le Barp et à Lugos, Val de l'Eyre, mai 2024. -

On constate plusieurs façades dont les enseignes sont bien intégrées et permettent de préserver le cadre de vie de la communauté de communes. Ces installations ont permis de valoriser les activités et les devantures commerciales. Ces installations sont présentes plutôt en cœur de ville / cœur de bourg, mais on les remarque également dans les zones d'activités récentes du territoire qui comptent de nombreuses enseignes nationales.



Enseignes parallèles au mur discrètes permettant de mettre en valeur le patrimoine bâti local (pierre apparente et pierre bordelaise), Le Barp et Lugos, mai 2024.



Enseignes sur store-banne tenant compte des caractéristiques du bâtiment dans lequel s'exerce l'activité, Salles et Belin-Beliet, Val de l'Eyre, mai 2024.



Enseigne en lettres découpées, bien intégrée au bâti, Salles, Val de l'Eyre, mai 2024.

Ces façades de qualité se retrouvent également dans les zones d'activités commerciales. Cette qualité d'enseigne s'explique par la présence de zones d'activités commerciales relativement récentes sur le territoire ayant pu bénéficier des changements de chartes graphiques de grandes enseignes qui soignent de plus en plus leur signalisation.



Enseignes en lettres découpées sur bâtiment d'activité, Belin-Beliet, Val de l'Eyre, mai 2024.



Enseignes parallèles au mur bien intégrées au bâtiment, problématique liée aux enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol n'apportant aucune plus-value à l'activité et nuisant à la visibilité des enseignes en façade, Le Barp, Val de l'Eyre, mai 2024.

Si les enseignes installées dans les zones d'activité à caractère industriel ou artisanal sont moins qualitatives, elles ne génèrent pas pour autant de problèmes paysagers particuliers. En effet, le nombre d'enseignes en façade est très souvent limité et les formats ne sont pas excessifs au regard de la taille des bâtiments.



Enseigne parallèle au mur en lettres découpées, bien intégrée au bâtiment, Le Barp, Val de l'Eyre, mai 2024.



Enseignes parallèles au mur de petit format, zone d'activité de Belin-Beliet, Val de l'Eyre, mai 2024.

Enfin, la commune de Le Barp est concernée par la présence de polarités commerciales dont les devantures des activités se situent sous des arcades. Ce positionnement particulier interroge sur l'implantation des enseignes en façades (qu'il s'agisse d'enseigne parallèle ou perpendiculaire au mur). En effet, cette architecture spécifique peut poser des problèmes de visibilité pour les activités présentes.



Installation des enseignes parallèles au mur entre les piliers des arcades et directement sur la façade de l'activité, Le Barp, Val de l'Eyre, mai 2024.

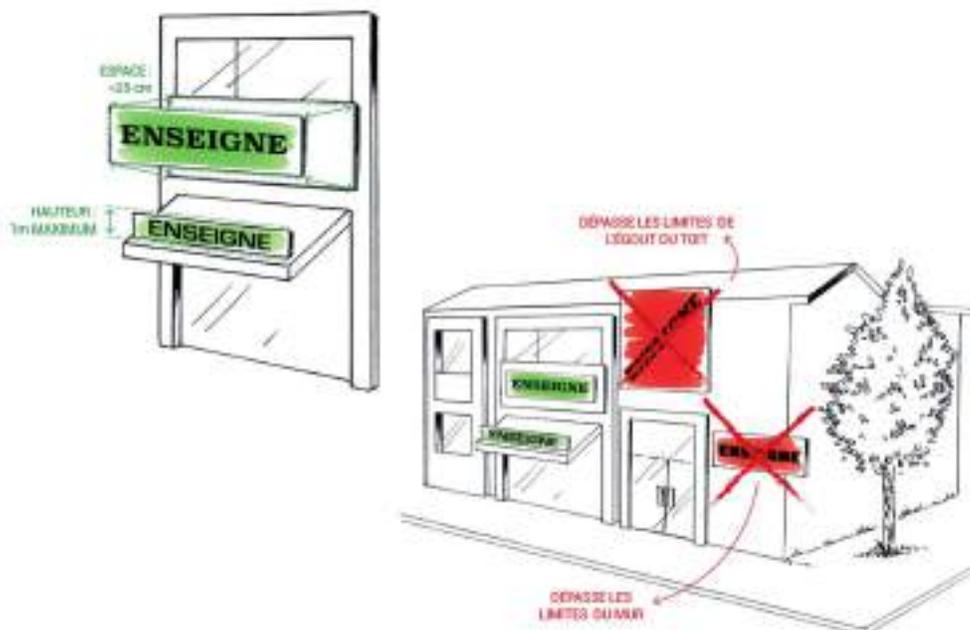


Installation des enseignes parallèles au mur entre les piliers des arcades et directement sur la façade de l'activité, Le Barp, Val de l'Eyre, mai 2024.

3.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon

Sont traitées dans la continuité des enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées sur le territoire, si elles respectent les règles suivantes :

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.



Ces supports sont quasiment absents du territoire. Néanmoins, trois supports de ce type ont été identifiés. Le premier cas concerne une enseigne installée sur marquise. Dans le dernier cas, l'installation de l'ensemble sur marquise a peu d'intérêt compte tenu de la taille de la façade commerciale et des informations transmises par l'enseigne sur la marquise. L'intégration paysagère de ce support est peu qualitative.



Enseigne sur marquise, Salles, Val de l'Eyre, mai 2024.

Dans les deux autres cas, les coffrages des auvents sont utilisés pour accueillir les supports d'enseigne. Aucune des enseignes ne dépasse de l'auvent, ce qui permet d'éviter des atteintes au modénature de façade ou aux particularités du bâti.



Enseignes sur auvent identifiées sur le Val de l'Eyre, Belin-Beliet, mai 2024.

Malgré leur rareté, ces enseignes peuvent malgré tout masquer les éléments décoratifs des façades. Aussi, le RLPI pourra encadrer leur utilisation en pérennisant les bonnes pratiques observées sur le territoire pour favoriser une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs.

3.4. Enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture représentent environ 7% des enseignes relevées sur le Val de l'Eyre. Ce type d'enseignes est disséminé sur l'ensemble du territoire, aussi bien en zones d'activités que dans les espaces plus ruraux. Ces dispositifs sont présents sous forme de bâches, de pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non.



Enseignes sur clôtures non-aveugles de type « bâche » et de type « pancarte » pour signaler des activités dont l'une est située hors agglomération (vente directe à la ferme), Belin-Beliet et Salles, Val de l'Eyre, mai 2024.

Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau national. A ce titre, elles sont traitées dans la continuité de la partie dédiée aux enseignes parallèles au mur. Sur le territoire du Val de l'Eyre, on constate quelques enseignes sur clôture qui dépassent de la clôture ou du mur de clôture.



Enseignes sur clôtures non-aveugles dépassant des limites de la clôture, Val de l'Eyre, Lugos et Salles, mai 2024.

Pour autant, leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface, peut être particulièrement important. En effet, on constate que 20 enseignes sur clôture (sur 27) ont un format compris entre 0 et 3 m². Les formats les plus importants relèvent d'enseignes installées sur clôture non-aveugle.



Enseigne de très grand format (15 m²) présente sur le Val de l'Eyre, Salles, mai 2024.

Bien qu'elle puisse avoir un intérêt pour les activités situées en retrait de la voie ou dont les enseignes ne sont pas suffisamment visibles, l'enseigne sur clôture est souvent associée à une redite du message déjà diffusé par les enseignes installées en façade de l'activité. Au même titre que les balcons, auvents ou marquises, les clôtures peuvent participer à une identité architecturale locale. Aussi, l'intérêt de ces messages redondants installés sur clôture en tenant compte des enjeux de visibilité des activités, des secteurs et des formats des dispositifs pourra être discuté dans le cadre du RLPi.



Enseignes sur clôture dont le message est identique à celui qui est véhiculé par les enseignes en façade, Val de l'Eyre, Belin-Beliet et Saint-Magne, mai 2024.



Enseignes sur clôture non-aveugle permettant de signaler l'activité en l'absence d'enseigne en façade ou de visibilité de celle-ci, Val de l'Eyre, Le Barp, mai 2024.



Enseigne sur clôture non-aveugle en fer forgé, Val de l'Eyre, Salles, mai 2024.

Au même titre que les autres enseignes, les enseignes sur clôture pourront faire l'objet d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLPi. Cela permettra de mieux maîtriser leur implantation et de mettre en place des règles plus appropriées aux caractéristiques de ces enseignes pour permettre une meilleure insertion de ces enseignes dans leur environnement.

3.5. Enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent 7% des enseignes relevées. Elles disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville et centre-bourg.



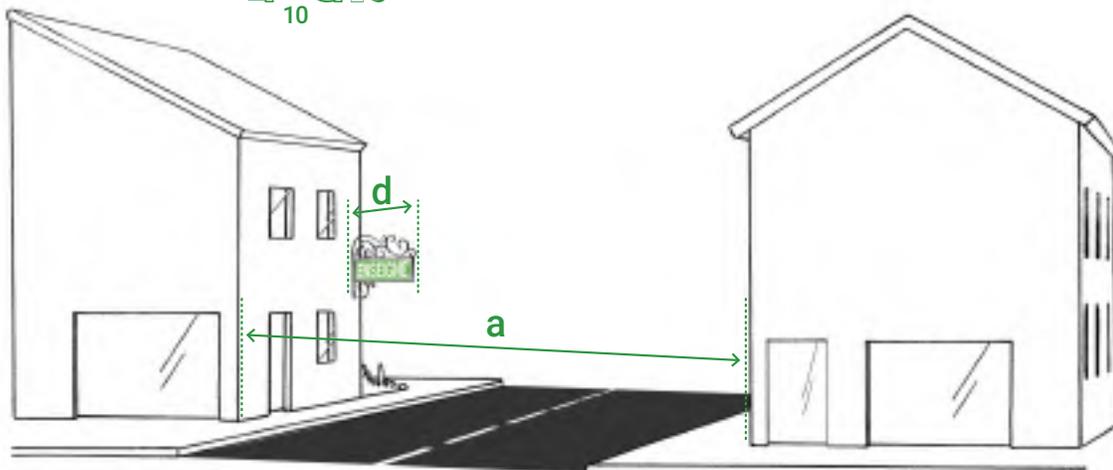
Diversité des formes et des formats des enseignes perpendiculaires au mur, Val de l'Eyre, Le Barp et Salles, mai 2024.

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- Ne dépassent la limite supérieure de ce mur,
- Ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Ne constituent pas, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$\leq \frac{1}{10}$$



Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre, parfois important, sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain, notamment dans les rues étroites des centres-villes et centres-bourgs.



Nombre important d'enseignes perpendiculaires signalant une même activité et enseigne perpendiculaire dépassant des limites du mur, Belin-Beliet et Le Barp, Val de l'Eyre, mai 2024.

Pour les deux cas ci-dessus, le Code de l'environnement ne fait aucune distinction entre des activités réglementées (éventuellement soumises à des obligations de signalisation) et les autres formes d'activités. Par ailleurs, l'obligation de signaler son activité n'est pas forcément incompatible avec le respect des dispositions nationales en matière de publicité extérieure.



Recherche de mutualisation des supports (presse + tabac) sur cette activité, Salles, Val de l'Eyre, mai 2024.

Enfin, on constate plusieurs installations d'enseignes en étage dans les centres-villes et centres-bourgs. L'alignement de l'enseigne perpendiculaire avec l'enseigne parallèle au mur

principal permet une bonne insertion des enseignes et garantit une meilleure prise en compte des lignes architecturales du bâti.



Installation de l'enseigne perpendiculaire en étage alors que l'activité est exercée au rez-de-chaussée, Val de l'Eyre, Belin-Beliet et Le Barp, mai 2024.



Enseignes perpendiculaires alignées sur l'emplacement de l'enseigne parallèle au mur principal, Val de l'Eyre, Salles, mai 2024.

Certaines activités disposent d'une enseigne perpendiculaire avec une potence en fer forgé ou totalement réalisée en fer forgé ou encore d'une enseigne figurative.



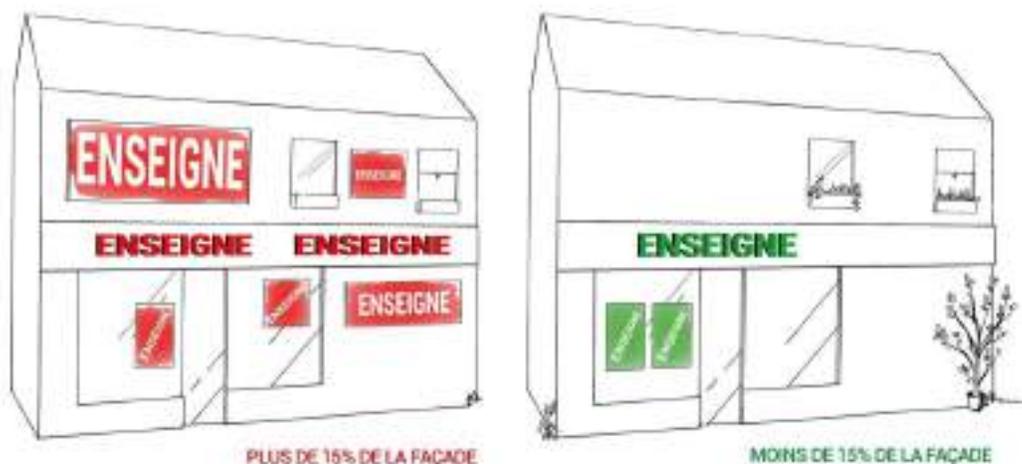
Enseigne en fer forgé ou figurative, Val de l'Eyre, Le Barp, Salles et Lugos, mai 2024.

Le futur RLPi pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité, notamment dans les espaces patrimoniaux protégés.

3.6. La surface cumulée des enseignes

Cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée³⁷ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

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



On rencontre quelques façades saturées d'enseignes sur le territoire. Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale (ex : centre historique). Cette règle nationale est apparue dans le cadre de la « grenelisation » des règles applicables à la publicité extérieure.



Exemple de façades saturées d'enseignes, Val de l'Eyre, Le Barp et Salles, mai 2024.

³⁷ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

3.7. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue (plus de 20%). Elles sont particulièrement présentes sur les zones d'activités économiques du territoire et participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important du fait de leur implantation, de leur nombre et de leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation du même support (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».

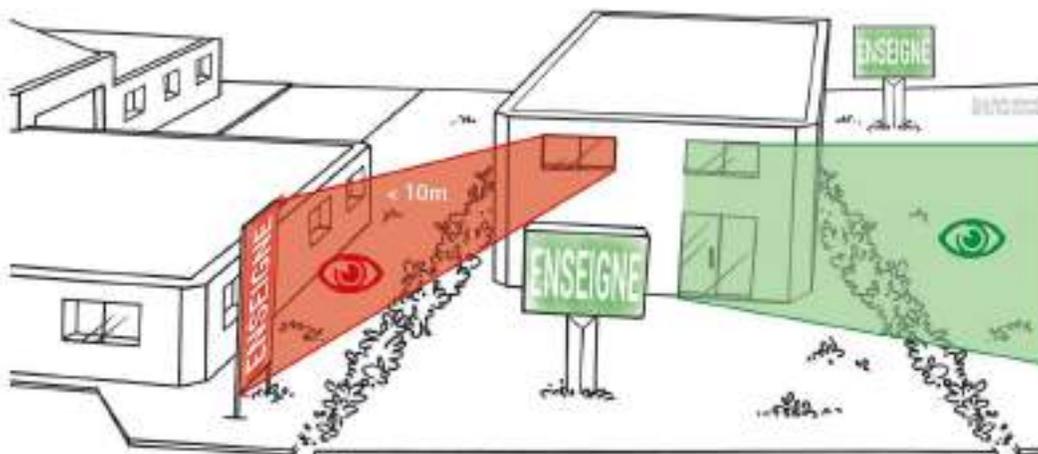


Enseignes scellées / installées sur le sol de type « drapeau », de type « totem » et de type « panneau », Val de l'Eyre, Belin-Beliet et Le Barp, mai 2024.

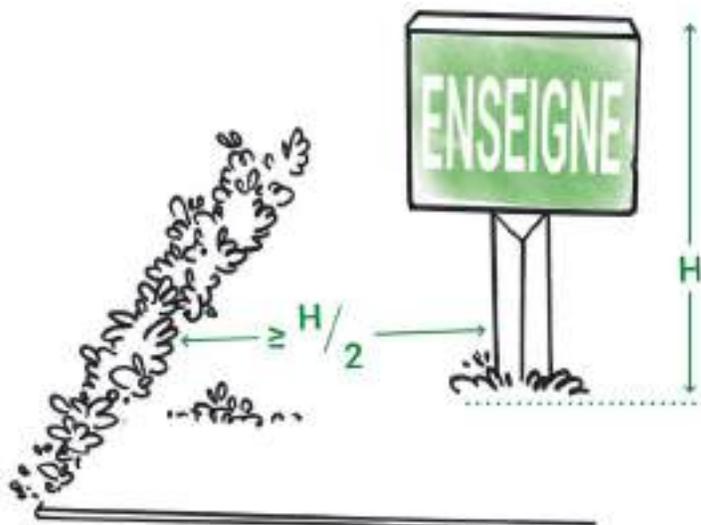


Enseignes scellées / installées sur le sol de type « mât » et de type « porte-menu », Val de l'Eyre, Salles et Le Barp, mai 2024.

Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations. Les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



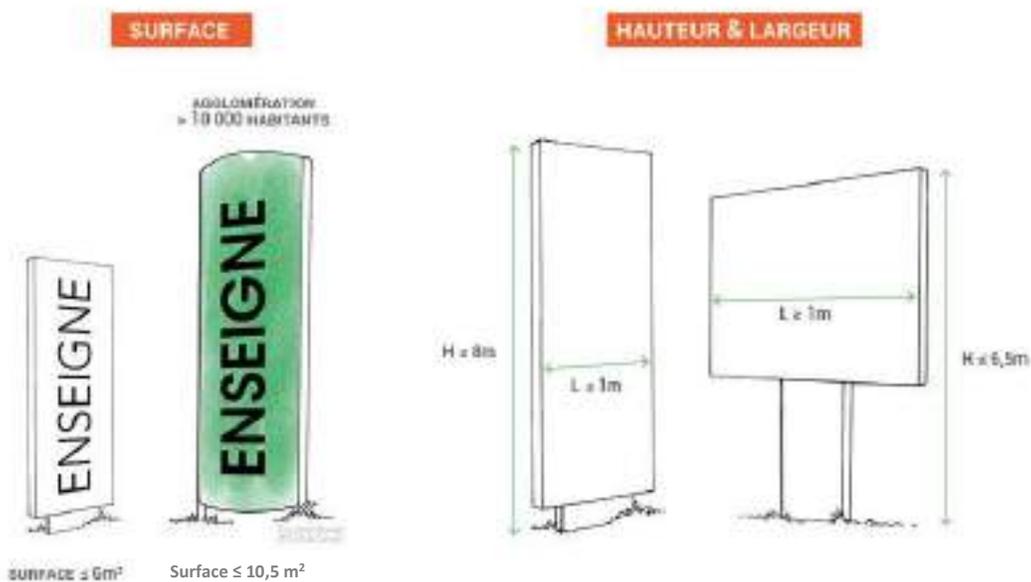
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 10,5 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



On relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule. Les enseignes ne respectant pas les règles de surface ou de hauteur sont également fréquentes sur le territoire.

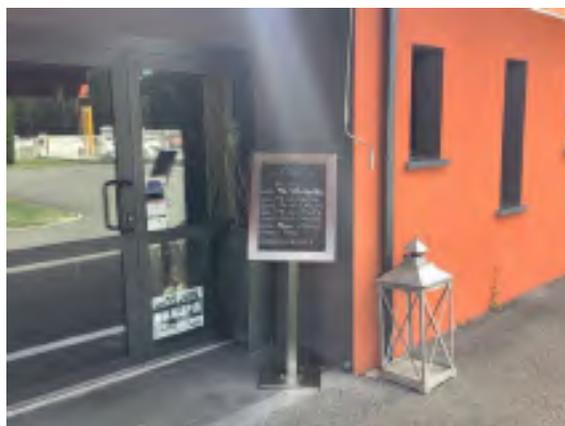


Enseignes scellées au sol ne respectant pas la limitation de nombre fixée par le code de l'environnement, Val de l'Eyre, Salles, Le Barp et Belin-Beliet, mai 2024.



Enseignes scellées au sol dont le format excède 6 m², Val de l'Eyre, Salles et Le Barp, mai 2024.

On relève également des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, inférieures ou égales à 1 mètre carré. Néanmoins, certains supports relèvent de la publicité ou de la préenseigne compte tenu de leur implantation sur le domaine public. En effet, pour être qualifiées d'enseignes, le support doit être installé sur l'unité foncière de l'activité, sinon, il s'agit de publicité ou de préenseigne. Lorsque l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public liée à son activité (restaurateur, etc.), le support est qualifié d'enseigne (ex : porte-menu sur une terrasse de restaurant). Ces supports sont surtout présents dans les centres-villes et centres-bourgs.



Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m², Val de l'Eyre, Le Barp, mai 2024.



Exemples de publicités ou préenseignes pouvant être assimilées à des enseignes, Salles, Lugos et Le Barp, mai 2024.

Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifique en vue de réduire leur impact. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre, y compris pour les enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune règle nationale.

3.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

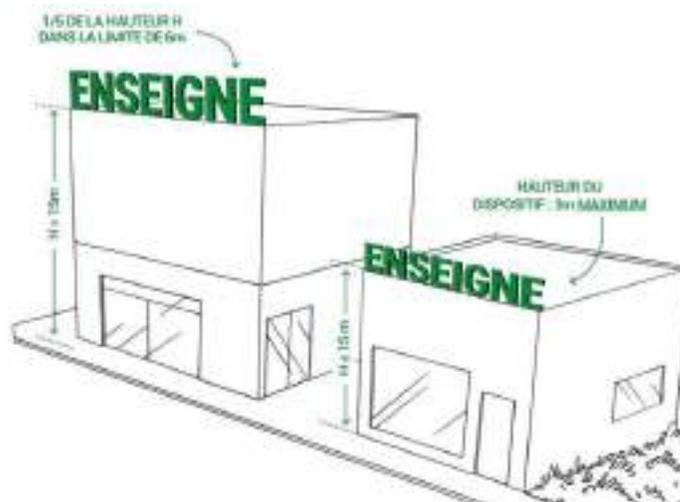
L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu est essentiellement présente en zone d'activités. Elle compte pour seulement 1% du total des enseignes relevées. 3 enseignes ont été identifiées. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



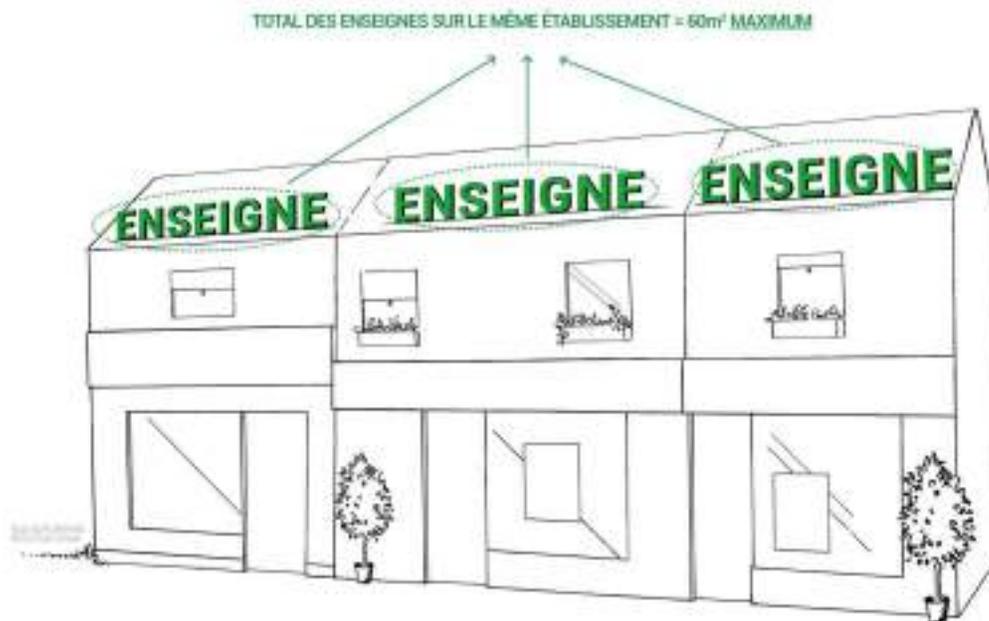
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu, Val de l'Eyre, Belin-Beliet, mai 2024.

Du fait de leur format et de leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu. Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

Hauteur maximale des enseignes sur toiture	
Hauteur de la façade \leq 15 m	3 m
Hauteur de la façade $>$ 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La surface cumulée³⁸ des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m².



On compte un support non-conforme à la réglementation nationale sur la communauté de communes.



Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu réalisée sans lettres découpées, Val de l'Eyre, Salles, mai 2024.

³⁸ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

3.9. Enseignes lumineuses

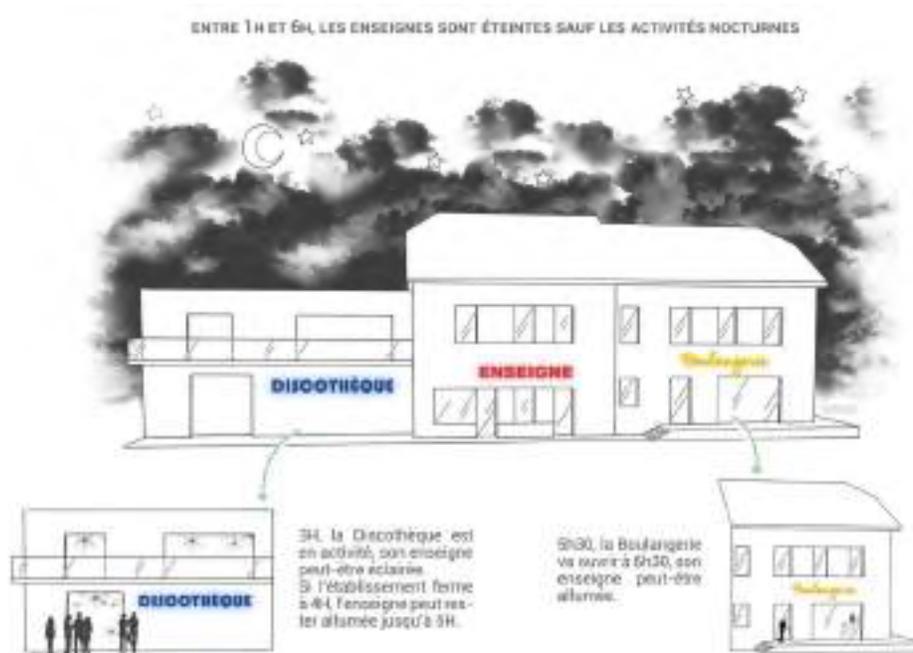
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type³⁹.

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴⁰.

Elles sont éteintes⁴¹ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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



Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R.581-59 du Code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées en néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc. Sur le territoire intercommunal, 23% des enseignes sont lumineuses.

³⁹ [Publicités / préenseignes lumineuses](#)

⁴⁰ Arrêté non publié à ce jour

⁴¹ L'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et le rétroéclairage.



Enseigne éclairée par projection (spots), Val de l'Eyre, Salles, mai 2024.

Quelques enseignes numériques ont été relevées sur le territoire intercommunal signalant principalement des services d'urgences, pharmacie, ou stations-service. Il s'agit donc d'enseignes avec un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



Enseignes numériques, Val de l'Eyre, Belin-Beliet et Le Barp, mai 2024.

3.10. Enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- 1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- 2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires sont soumises « *partiellement*⁴² » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentées précédemment, notamment :

- Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁴³ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴⁴.

Enfin, en fonction de leur typologie, les enseignes temporaires doivent respecter les règles suivantes :

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie ≤ 25 cm ;
- Ne doivent pas dépasser les limites du mur support ;
- Ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit.

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
- Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m.

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale ≤ 60 m²

⁴² Cf. d. les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires (p.29) du I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure du présent rapport

⁴³ Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

⁴⁴ Arrêté non publié à ce jour

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
- Surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ (si 2° alinéa).

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes sur une clôture non aveugle, d'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol, ou d'enseigne parallèle au mur pour des opérations immobilières ou la promotion de locaux vacants. Elles peuvent posséder de grands formats et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.



Enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol et enseigne temporaire sur clôture, Val de l'Éyre, Saint-Magne, Belin-Beliet et Le Barp, mai 2024.

Le futur RLPi pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le territoire.

III. Les supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines.

La loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets dite « Climat et Résilience » a introduit la possibilité d'encadrer les supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines.

Le Code de l'environnement introduit directement et explicitement une dérogation à l'article L.581-2 dudit Code. Cet article précise le champ d'application des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes :

- Visibles de toute voie ouverte à la circulation publique ;
- Sans s'appliquer aux supports situés à l'intérieur d'un local (sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité).

Grâce au nouvel article L.581-14-4 du Code de l'environnement un règlement local de publicité (intercommunal) « peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses. ».

Le RLPi pourra donc encadrer ces nouveaux types de supports qui sont aujourd'hui en recrudescence sur le territoire national.



Exemples de supports numériques et de supports éclairés par projection installés à l'intérieur de vitrines, Val de l'Eyre, Belin-Beliet et Salles, mai 2024.

IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Par une délibération en date du 2 décembre 2020, la Communauté de Communes du Val de l'Eyre a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- **Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble** au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire
- **Protéger et préserver** la qualité de la ville et du cadre de vie ;
- En relation avec les réflexions portées par le PLUi-H, **traiter les entrées de ville** pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville de façon à assurer la qualité visuelle et paysagère des principaux axes structurants de la communauté de communes ;
- **Apporter de nouvelles règles favorisant l'amélioration de la sécurité** en adéquation avec les dispositifs du code de la route ;
- **Tenir compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologiques** en matière de publicité, enseignes et préenseignes, tous supports confondus y compris numériques et les réglementer en conséquence.

2. Les orientations

L'article L.581-14-1 du code de l'environnement prévoit que le RLPi est élaboré conformément aux procédures d'élaboration des PLU.

Le RLPi ne comporte pas de Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD) comme les PLU, mais l'article R.581-73 du code de l'environnement énonce que le rapport de présentation « 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, les orientations générales du PADD doivent être soumises au débat au conseil communautaire et aux conseils municipaux, au plus tard deux mois avant l'examen du projet de 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, un débat sur les orientations générales du RLPi doit être organisé en conseil communautaire et au sein des conseils municipaux.

En matière de publicité et préenseignes :

Orientation n°1 :

Déroger à l'interdiction de publicité en autorisant la publicité de manière limitative dans certains secteurs du territoire visés au code de l'environnement (article L.581-8 du code de l'environnement).

Cette orientation permet de maintenir le mobilier urbain (abris-bus, sucette, etc.) actuellement installé sur le territoire afin de tenir compte du service public rendu par ces dispositifs aux administrés. Cette dérogation s'applique en agglomération sur l'ensemble des espaces patrimoniaux.

Par ailleurs, le faible format (2m²) et le faible nombre de ces supports permettent de tenir compte du patrimoine de la communauté de communes et des caractéristiques des communes disposant de publicité apposée à titre accessoire sur mobilier urbain tout en maintenant la qualité de service public au sein de ces espaces privilégiés du territoire.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- **Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble** au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire
- **Protéger et préserver** la qualité de la ville et du cadre de vie.

En matière de publicités, enseignes et préenseignes :

Orientation n°2 :

Règlementer localement les supports lumineux (publicités, enseignes et préenseignes) et proposer une plage d'extinction nocturne renforcée pour limiter l'impact des supports lumineux (y compris numériques) sur le territoire tout en permettant leur utilisation avec parcimonie

Cette orientation permet de mettre en place une plage d'extinction nocturne et de limiter l'utilisation de certains supports lumineux notamment numériques (enseigne) sur le territoire. Cette orientation permettra donc de limiter l'impact des supports lumineux y compris numériques sur le cadre de vie des habitants du Val de l'Eyre.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- **Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble** au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire
- **Protéger et préserver** la qualité de la ville et du cadre de vie ;
- **Apporter de nouvelles règles favorisant l'amélioration de la sécurité** en adéquation avec les dispositifs du code de la route ;
- **Tenir compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologiques** en matière de publicité, enseignes et préenseignes, tous supports confondus y compris numériques et les réglementer en conséquence.

Orientation n°3 :

Instituer une réglementation locale pour les supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines afin d'encadrer leur utilisation, en les soumettant, a minima une plage d'extinction renforcée.

Cette orientation permet de répondre directement aux évolutions législatives et réglementaires de la réglementation de la publicité extérieure. En effet, la loi Climat et Résilience d'août 2021 donne désormais la possibilité aux RLPi d'encadrer les supports lumineux à l'intérieur des vitrines. Le RLPi du Val de l'Eyre saisit donc cette opportunité afin de limiter l'impact de ces supports en expansion sur le territoire.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- **Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble** au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire
- **Protéger et préserver** la qualité de la ville et du cadre de vie ;
- **Apporter de nouvelles règles favorisant l'amélioration de la sécurité** en adéquation avec les dispositifs du code de la route ;
- **Tenir compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologiques** en matière de publicité, enseignes et préenseignes, tous supports confondus y compris numériques et les réglementer en conséquence.

En matière d'enseignes :

Orientation n°4 :

Interdire certaines implantations d'enseignes impactantes en matière d'intégration paysagère sur tout ou partie du territoire (sur balcon, sur toiture, etc.).

Cette orientation permet d'interdire certaines formes d'enseignes peu utilisées sur le territoire intercommunal et dont l'utilisation a un impact visuel et paysager important. L'objectif est de favoriser l'installation d'enseignes plus qualitatives comme les enseignes en façade.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- **Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble** au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire
- **Protéger et préserver** la qualité de la ville et du cadre de vie ;
- En relation avec les réflexions portées par le PLUi-H, **traiter les entrées de ville** pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville de façon à assurer la qualité visuelle et paysagère des principaux axes structurants de la communauté de communes.

Orientation n°5 :

Renforcer la qualité des enseignes en façade (parallèles et perpendiculaires) notamment dans les centres-bourgs en limitant leur nombre, leur taille, leur saillie ou encore en posant des dispositions esthétiques de façon à privilégier une bonne lisibilité des activités qu'elles signalent et à assurer une meilleure intégration dans l'environnement en cohérence avec le guide de signalétique du PNR Landes de Gascognes.

Cette orientation permet *a minima* de maintenir la qualité des enseignes sur le territoire mais surtout de valoriser et de pérenniser les bonnes pratiques observées sur l'intercommunalité. Ces actions seront possibles grâce à la mise en place de prescriptions esthétiques, de règles d'implantation, de format ou encore de limitation en nombre. Ces dispositions s'appuient sur le guide de la signalétique réalisé par le PNR en janvier 2022.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- **Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble** au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire
- **Protéger et préserver** la qualité de la ville et du cadre de vie ;
- En relation avec les réflexions portées par le PLUi-H, **traiter les entrées de ville** pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville de façon à assurer la qualité visuelle et paysagère des principaux axes structurants de la communauté de communes.

Orientation n°6 :

Encadrer le format et la densité des enseignes scellées au sol ou installées directement au sol (drapeau, chevalet) impactant fortement le paysage et notamment celles de plus d'un mètre carré.

Cette orientation permet d'encadrer les enseignes scellées ou installées sur le sol qui ont un impact similaire aux publicités de même type. L'objectif est d'éviter leur implantation anarchique tout en permettant leur utilisation par les acteurs locaux. Cette orientation permettra également de prévoir une réglementation locale pour les enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées ou installées sur le sol qui ne font l'objet d'aucune réglementation à l'échelle nationale.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- **Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble** au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire
- **Protéger et préserver** la qualité de la ville et du cadre de vie ;
- En relation avec les réflexions portées par le PLUi-H, **traiter les entrées de ville** pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville de façon à assurer la qualité visuelle et paysagère des principaux axes structurants de la communauté de communes.

Orientation n°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.

Cette orientation permet d'encadrer l'utilisation des enseignes sur clôture en nombre, en matériaux ou encore en format. Elle permettra de limiter leur utilisation pour favoriser l'installation d'enseignes plus durables. En effet, l'utilisation de bâche est particulièrement nuisible à la qualité du cadre de vie sur la commune et l'absence de règles dédiées spécifiquement aux enseignes sur clôture dans le Code de l'environnement ne permet pas de résorber les problématiques observées.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- **Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble** au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire
- **Protéger et préserver** la qualité de la ville et du cadre de vie ;
- En relation avec les réflexions portées par le PLUi-H, **traiter les entrées de ville** pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville de façon à assurer la qualité visuelle et paysagère des principaux axes structurants de la communauté de communes.

Orientation n°8 :

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

Cette orientation permet de simplifier les règles applicables aux enseignes temporaires tout en proposant des installations globalement plus qualitatives pour ces enseignes. En effet, les règles issues du Code de l'environnement ne permettent pas de résorber les problématiques observées sur le territoire intercommunal.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- **Harmoniser et donner une cohérence d'ensemble** au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire
- **Protéger et préserver** la qualité de la ville et du cadre de vie ;
- En relation avec les réflexions portées par le PLUi-H, **traiter les entrées de ville** pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville de façon à assurer la qualité visuelle et paysagère des principaux axes structurants de la communauté de communes.

Ces orientations ont été débattues en conseil communautaire le 4 décembre 2024 et au sein des conseils municipaux entre le 3 décembre 2024 et le 19 décembre 2024.

V. Justification des choix retenus

1. Le zonage retenu

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et unique, en cohérence avec les caractéristiques et enjeux du territoire de la communauté de communes de Val de l'Eyre. Ainsi, les deux zones de publicités et d'enseignes sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les parties agglomérées de la communauté de communes. Ce secteur est divisé en 3 sous-catégories :
 - o ZP1-a : Les zones d'activités du territoire ;
 - o ZP1-b : Les centres-bourgs et linéaires commerciaux du territoire ;
 - o ZP1-c : Les secteurs résidentiels mixtes à vocation principale d'habitat ou d'équipements du territoire.

- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les parties **non** agglomérées de la communauté de communes.

ZP1-a : les zones d'activités situées en agglomération.

Cette zone couvre exclusivement les zones d'activités du territoire situées en agglomération et identifiées comme zones d'activités au titre du PLUi-H. Il s'agit d'espaces qui nécessitent un traitement spécifique et homogène sur le territoire intercommunal pour favoriser la visibilité des activités et des acteurs économiques locaux. Il convient également de mettre en place des règles permettant d'encadrer les enseignes. Cette zone sera néanmoins la plus souple en matière de réglementation.

ZP1-b : les centres-bourgs et linéaires commerciaux en agglomération

Cette zone couvre les espaces où se concentrent les commerces de proximité du territoire. Ils représentent les cœurs de vie des communes de l'EPCI. Aussi, il convient d'apporter des réponses réglementaires permettant de maîtriser la pression des enseignes et de garantir une intégration de ces dernières respectueuse de leur environnement.

Un travail de conciliation des besoins des acteurs économiques et de la préservation du patrimoine, mis en avant par l'appartenance au PNR Landes de Gascogne, permettra de valoriser le cadre de vie de ces espaces.

ZP1-c : les secteurs urbains mixtes à vocation principale d'habitat ou d'équipement en agglomération

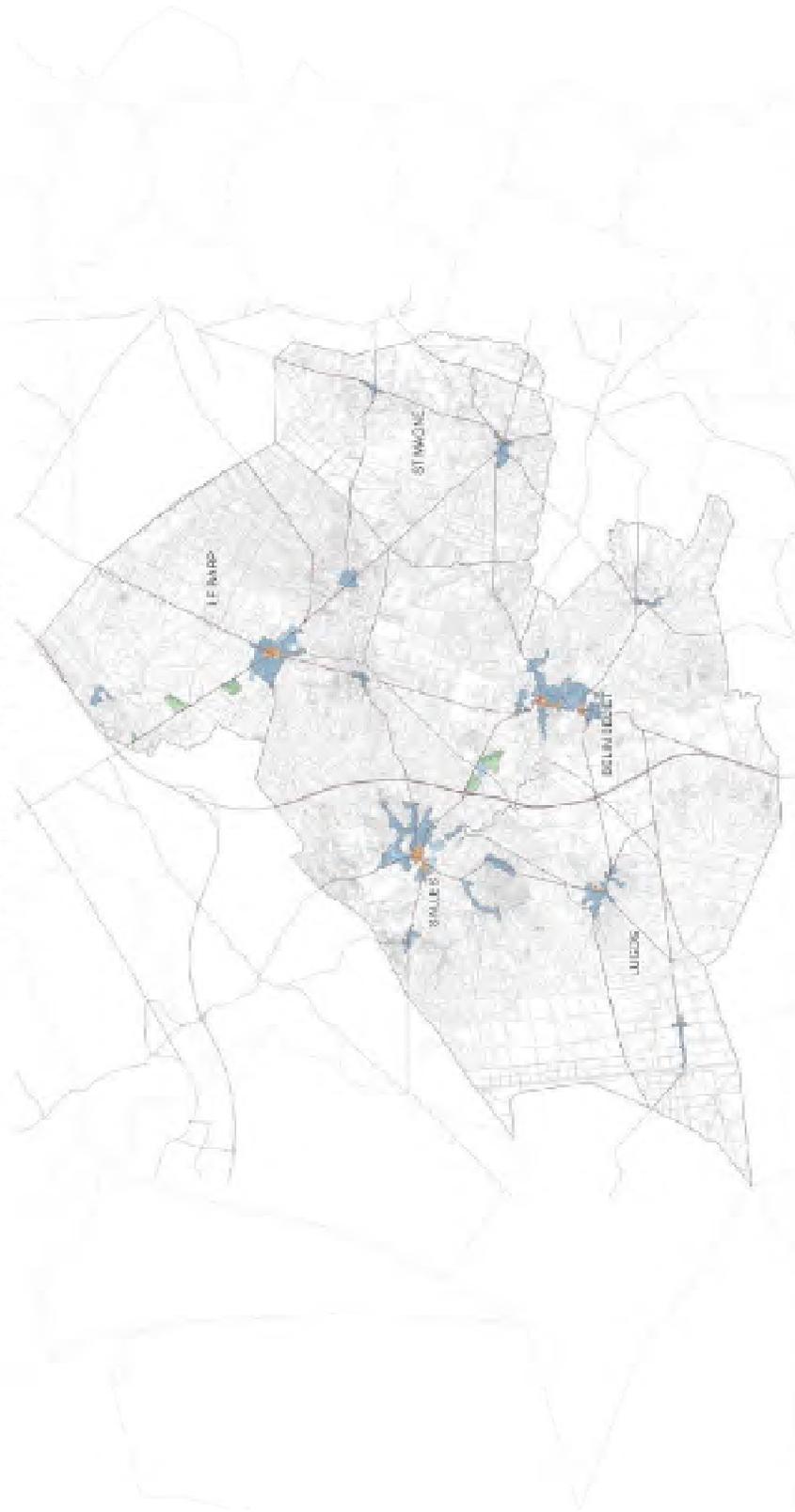
Cette zone couvre principalement les secteurs à vocation principale d'habitat, d'équipement. Cette zone couvrant des espaces variés, il y a un fort enjeu de conciliation entre la préservation des paysages et la possibilité pour les acteurs locaux de pouvoir disposer d'une latitude suffisante pour réaliser une communication/signalisation économique minimale et appropriée à leurs besoins.

*ZP2 : les secteurs **hors** agglomération*

Les caractéristiques urbaines du territoire et le mitage des espaces bâtis ont conduit à la création d'une ZP2 permettant de tenir compte des espaces agricoles et naturels où l'on observe la présence de hameaux, de bâtis ou encore d'activités isolées. L'objectif ici est de proposer une réglementation des enseignes en cohérence avec les enjeux de cette zone. La réglementation proposée est donc harmonisée avec celle qui est applicable aux secteurs résidentiels mixtes afin de privilégier une meilleure insertion des enseignes dans leur environnement en tenant compte des enjeux naturels et paysagers de ce secteur.

Dans les espaces d'interdictions absolues de publicité listés à l'article L.581-4 du Code de l'environnement, les règles nationales demeurent applicables.

RUPI de Val de l'Eyre - Zonage



- Zonage**
- ZP1a : zones d'activités en agglomération
 - ZP1b : centre bourg et linéaires commerciaux
 - ZP1c : habitat et équipements en agglomération
 - ZP2 : espace hors agglomération

- Vigne
- Bâti
- ▨ Pâtissière
- Commune



Document issu de l'application en version
communiqué le 10/03/2018

Source :
Fichier SIG issu de la base SIG de l'Etat
Mars 2018
Mars 2018
Mars 2018
Mars 2018

Avant d'évoquer les dispositions générales et particulières de chaque zone, il convient de rappeler les modalités de calcul des supports publicitaires.

Les formats donnés sont systématiquement des formats dits « hors tout » c'est-à-dire encadrement compris, à l'exception des publicités sur mobilier urbain pour lesquelles le format doit systématiquement s'entendre comme étant le format « d'affiche » du support conformément à la jurisprudence⁴⁵ et à la fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités⁴⁶.

Ladite fiche confirme que « *pour apprécier les formats maximums des publicités prévus dans le code de l'environnement, il convient donc de prendre en compte la surface du panneau, encadrement compris, et ce, quel que soit le procédé (publicité non lumineuse, publicité ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence, publicité lumineuse autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ou publicité numérique).* ».

Elle précise également que « *si le Conseil d'État n'a pas encore eu l'occasion de se prononcer sur la prise en compte ou non du « pied » du panneau publicitaire pour calculer la surface d'une publicité, la Cour administrative d'appel de Nancy a quant à elle considéré que « Pour calculer cette surface unitaire, il convient de prendre en compte, non pas la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau litigieux tout entier⁴⁷. En revanche, il n'y a pas lieu de prendre en compte les éléments auxquels est accroché ou fixé le panneau constituant le dispositif publicitaire, dès lors que leur principal objet est de soutenir celui-ci et non de recevoir la publicité.* »⁴⁸.

Enfin, ladite fiche indique que « *par ailleurs, la lecture combinée des articles L. 581-3 et R. 581-42 du Code de l'environnement conduit à considérer que les arrêts du Conseil d'État ne sont pas transposables à la publicité apposée sur du mobilier urbain mentionné aux articles R. 581-42 et suivants (abris de bus, kiosques à journaux, colonnes, mâts porte-affiches et mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires). En effet, l'article R. 581-42 n'autorise l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction. Les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires, le mobilier urbain ne devant pas avoir pour destination principale de recevoir des publicités. Dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.* ».

⁴⁵ Conseil d'État, 20 octobre 2016, « Commune de Dijon », n°395494 et Conseil d'État, 8 novembre 2017, « SARL OXIAL », n°408801.

⁴⁶ Voir <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/modalit%C3%A9%20calcul-format-publicit%C3%A9.pdf>

⁴⁷ Conseil d'État, 20 octobre 2016, « Commune de Dijon », n°395494.

⁴⁸ CAA de Nancy, 1^{ère} chambre, 18 mai 2017, n°16NC00986.

Ces éléments ont été repris par le décret du 30 octobre 2023 qui a ajouté les articles suivants :

- Art. R.581-24-1 : « *Le calcul de la surface unitaire des publicités s'apprécie en prenant en compte le dispositif dont le principal objet est de recevoir la publicité. »*
- Art R.581-42-1 : « *Par dérogation à l'article R. 581-24-1, le calcul de la surface unitaire des publicités supportées par le mobilier urbain s'apprécie en prenant uniquement en compte la surface de l'affiche ou de l'écran. »*
- Art. R.581-64-1 : « *Le calcul de la surface unitaire des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol s'apprécie en prenant en compte le dispositif dont le principal objet est de recevoir l'enseigne. ».*

2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

La communauté de communes a souhaité mettre en place une réglementation simple en cohérence avec la réalité de la pression publicitaire retranscrite par le diagnostic et les enjeux du territoire, dont l'appartenance au PNR des Landes de Gascogne ou encore l'affiliation au label RICE (Réserve Internationale de Ciel Étoilé) témoignent de la richesse patrimoniale et naturelle de l'intercommunalité.

Pour harmoniser les règles applicables à l'échelle intercommunale, un socle commun de règles ciblant la protection et la préservation de la qualité du cadre de vie a été défini. Ces dispositions générales s'appliquent à l'ensemble des zones en agglomération sans distinction.

ZP1 : Espaces en agglomération :

Dérogation

En agglomération, la publicité est interdite dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du Code de l'environnement. Le Code de l'environnement prévoit que le RLPi peut lever cette interdiction.

La communauté de communes du Val de l'Eyre a fait le choix de déroger à cette interdiction pour :

- La publicité apposée sur mobilier urbain :

En effet, dans les secteurs concernés (abords des monuments historiques, sites inscrits, Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne etc.) l'objectif est de ne pas dévitaliser ces espaces en offrant des réponses aux besoins de communication et d'information de la population compte tenu des enjeux touristiques de ces espaces. Le mobilier urbain étant par définition « *un ensemble des équipements publics mis au service des usagers de la voie publique répondant à un besoin des habitants de la commune*⁴⁹ », l'intercommunalité souhaite préserver des possibilités d'installation de la publicité à titre accessoire sur le mobilier urbain conformément aux possibilités offertes par le cadre national.

La jurisprudence a d'ailleurs confirmé le caractère spécial du mobilier urbain en précisant que « *le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés* »⁵⁰.

Aussi, lorsqu'elle est admise, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut excéder 2 mètres carrés et 3 mètres de hauteur au sol pour garantir une bonne qualité d'insertion paysagère de ces supports dans des espaces patrimoniaux sensibles. Il convient de préciser que

⁴⁹ Réponse parlementaire du 20/03/2012 à la question parlementaire n°94211 de Mme Zimmermann du 23/11/2010.

⁵⁰ CAA Nancy, 19 octobre 2021, n°19NC02575

ces supports ne peuvent être numériques. L'objectif étant de préserver l'équilibre existant entre le besoin de communication et d'information aux habitants et à la population et la préservation de ces espaces patrimoniaux bâtis.

- Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif :

L'affichage culturel, social, associatif ou encore sportif (communication institutionnelle, affichage d'opinion, publicité des associations sans but lucratif, la publicité et les préenseignes) participe pleinement de cette animation urbaine, mais doit être encadré. Cela permettra également de remplir les obligations relatives à l'affichage d'opinion dans les secteurs d'interdiction relative mentionnés aux articles L.581-13 et R.581-2 à 4 du Code de l'environnement.

Publicités apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain

La publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain est autorisée dans la limite de 2 m² et 3 mètres de hauteur au sol. Le RLPi limite le nombre de mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques à un support par tranche (incomplète) de 500 habitants. Cette disposition permet de rejoindre partiellement les dispositions de la charte signalétique du PNR.

Ce type de support permet également de concilier, du fait de son faible format, les besoins d'information et de communication auprès des habitants avec l'amélioration de leur cadre de vie et la richesse du patrimoine présent sur l'intercommunalité.

Extinction nocturne et publicités lumineuses

L'ensemble des publicités et préenseignes lumineuses devront être éteintes entre 23 h et 6 h à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services.

Par ailleurs, seuls les dispositifs éclairés par transparence seront autorisés. L'intensité des supports lumineux est également encadrée dans le respect des préconisations du label RICE et de l'appartenance au PNR des Landes de Gascogne.

Il s'agit de limiter les nuisances lumineuses générées impactant le cadre de vie et la population, la nuit. Ces dispositions participent également à la réduction des consommations énergétiques en répondant aux préoccupations du territoire.

ZP2 : Espaces hors agglomération :

Ces espaces étant situés hors agglomération, la réglementation nationale s'applique. Aussi, les publicités et préenseignes, à l'exception des préenseignes dérogatoires, sont interdites.

3. Les choix retenus en matière d'enseignes

Comme pour les publicités et préenseignes, un socle commun de règles ciblant les enseignes a été défini. Ces dispositions générales s'appliquent à l'ensemble des zones sans distinction.

Interdictions

Plusieurs dispositifs sont interdits pour éviter leur impact paysager :

- **Les enseignes sur les arbres et plantations** : cette forme d'enseigne est extrêmement rare sur le territoire. Par ailleurs, la publicité est déjà interdite sur les arbres et les plantations (articles L.581-4 et R.581-22). Un mimétisme s'opère donc également pour les enseignes. Ces éléments n'ont pas vocation à recevoir de la signalisation, au risque d'en altérer l'état de manière irrémédiable.
- **Les enseignes sur les garde-corps de balcon ou balconnet et sur les auvents ou marquises** : l'ensemble de ces éléments participe directement de la qualité architecturale des façades, notamment au sein des cœurs de villes et bourgs commerçants à forte valeur patrimoniale ainsi que de la qualité du cadre de vie. Ils peuvent également présenter un aspect esthétique au regard de l'usage de certains matériaux de qualité (feronnerie par exemple). De ce fait, et là aussi pour empêcher toute installation qui viendrait dégrader ces éléments, le RLPi interdit ces enseignes sur l'ensemble du territoire.
- **Les enseignes sur les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage et les équipements concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne** : par mimétisme avec la réglementation applicable aux publicités et préenseignes, Val de l'Eyre a fait le choix d'interdire également les enseignes installées sur ces supports. Répondant potentiellement à des caractéristiques de format ou de qualité équivalente, cette mise en harmonisation permet d'éviter l'implantation d'enseignes peu qualitatives sur le territoire.
- **Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu** : cette forme d'enseigne est rare sur le territoire, mais l'impact de ces supports est important sur les perspectives paysagères. Aussi, l'interdiction de ces supports permettra de privilégier des installations d'enseignes en façade sans nuire à la bonne visibilité de l'activité signalée.
- **Les enseignes sur stores-bannes, à l'exception des lambrequins** : Cette forme d'enseigne est rare, mais peut avoir un impact conséquent sur les paysages en fonction de la taille de la bannière. Une simple inscription sur le lambrequin permet une meilleure intégration du support dans son environnement.

Insertion paysagère des enseignes

Les enseignes doivent s'inscrire dans la devanture commerciale et respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade.

Enseignes en façade

Les enseignes parallèles au mur ne peuvent être installées au-dessus du rez-de-chaussée, si l'activité s'exerce en rez-de-chaussée, et les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par façade de l'activité.

Ces dispositions permettent de proposer un cadre minimum pour favoriser la bonne intégration des enseignes sur le bâti.

Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires peuvent avoir un impact non négligeable sur le cadre de vie et les paysages. Aussi, le RLPi prévoit de les encadrer comme les enseignes permanentes, sauf exceptions spécifiquement précisées.

Ces dispositions permettront d'avoir des supports de qualité, y compris s'ils sont temporaires.

Enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées uniquement si elles signalent des services d'urgences, des pharmacies ou des stations-services dans la limite d'une seule par activité et 2 m².

Par ailleurs, seuls les dispositifs éclairés par transparence seront autorisés. L'intensité des supports lumineux est également encadrée dans le respect des préconisations du label RICE et de l'appartenance au PNR des Landes de Gascogne.

Certaines formes d'enseignes lumineuses sont proscrites (ex : enseigne à rayonnement laser, etc.) et le RLPi incite à l'utilisation des enseignes éclairées par transparence.

Ces dispositions permettent d'encadrer l'utilisation de ces supports particulièrement énergivores et dont l'impact visuel est particulièrement impactant pour le cadre de vie des habitants. Elle pose également un cadre réglementaire à cette catégorie d'enseigne non réglementée par le Code de l'environnement.

Extinction nocturne

Afin d'harmoniser les règles en matière d'extinction nocturne et de tenir compte des enjeux touristiques du territoire, la Communauté de communes a mis en place une extinction nocturne renforcée entre 23 heures et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé. Si l'activité cesse ou commence entre 22 heures et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les activités en cours durant ces périodes pourront voir leurs enseignes lumineuses allumées. En effet, cette plage d'extinction nocturne renforcée tient compte des besoins des activités de se signaler durant leurs horaires d'ouverture. Elle tient donc compte des activités que l'on peut qualifier de nocturnes (extinction tardive d'un restaurant, d'un bar, d'un cinéma, etc.) ou avec une ouverture matinale (boulangerie, etc.). Cette règle s'inscrit dans la volonté de réduire les consommations énergétiques en répondant aux préoccupations du territoire. Cette disposition est en parfaite compatibilité avec le guide du PNR.

ZP1-a : les zones d'activités situées en agglomération et ZP2-a : les zones d'activités situées hors agglomération

Au regard du diagnostic réalisé, il apparaît que les **enseignes en façades** des espaces d'activités ne posent pas de problématiques paysagères majeures. En effet, ces enseignes sont relativement bien intégrées. Aussi, outre les dispositions générales applicables, les enseignes perpendiculaires sont limitées en saillie et en hauteur (1 m).

Ces dispositions, couplées avec l'application de la réglementation nationale,, permettent de résorber les problématiques ponctuellement observées sur ces secteurs.

Les **enseignes supérieures à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont limitées à 6 m² et 6 m de hauteur au sol. Cette réglementation reprend la réglementation applicable à ces enseignes (6 m²) et d'harmoniser / limiter les hauteurs au sol de ces enseignes. Le regroupement des enseignes sur un même support est également imposé dès lors que les activités sont situées sur la même unité foncière pour éviter l'accumulation de dispositifs de ce type sur les espaces d'activités denses.

Ces formats plus importants s'expliquent également par les caractéristiques des zones d'activités. Il s'agit souvent d'espaces excentrés des centres urbains où les déplacements se font principalement en voiture avec des bâtiments en retrait des voies nécessitant une visibilité accrue des activités signalées.

Les **enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont autorisées dans la limite de deux par voie bordant l'activité et 6 m de hauteur au sol, dans un souci de cohérence avec les autres supports de même type (enseignes, publicités ou préenseignes). Un nombre supérieur d'enseignes est autorisé dans cette zone pour tenir compte des besoins accrus des activités dans ce secteur (entrée, sortie, drive, livraison, etc.) tout en limitant leur utilisation pour éviter de nuire à la bonne lisibilité de l'information avec une surenchère de dispositifs.

Les **enseignes sur clôture** sont limitées en nombre (une seule par voie bordant l'activité) et en surface (3 m²). Cette possibilité permet, en fonction des caractéristiques et des besoins de l'activité de disposer de divers moyens pour se signaler, notamment lorsqu'il s'agit d'un bâtiment situé en retrait de la voirie. Les bâches sont également interdites pour disposer d'enseignes permanentes de qualité. La réalisation en lettres / signes découpés, peintes sur la clôture ou avec un panneau de fond transparent est privilégiée sur les clôtures aveugles.

ZP1-b : Les centres-bourgs et centralité

Les **enseignes installées en façade** devront être particulièrement soignées afin de préserver la qualité des bâtiments sur lesquels elles sont installées. Les **enseignes parallèles** au mur devront être réalisées en lettres ou signes découpés, peintes sur la devanture ou éventuellement avec un panneau de fond transparent pour mettre en valeur la qualité du bâti.

La vitrophanie fait également l'objet de dispositions particulières. Elles doivent être réalisées, au même titre que les autres enseignes parallèles au mur, en lettres ou signes découpés pour mentionner uniquement : le nom, la raison sociale de l'entreprise, l'activité du commerce ou encore ses horaires d'ouverture.

Le RLPi privilégie également une typographie sobre et lisible conformément aux prescriptions de la Charte signalétique du PNR, jointe en annexe du RLPi.

L'objectif ici est de concilier l'amélioration du cadre de vie par la mise en place d'enseignes en façade de qualité tout en s'adaptant au mieux aux différentes situations des commerces et entreprises de ce secteur.

Les **enseignes perpendiculaires au mur** sont, elles, limitées en nombre (une seule par façade et par voie bordant l'activité), en saillie et en hauteur (0,80 m maximum). Ces enseignes devront, sauf incompatibilité, être alignées à l'enseigne parallèle au mur principale. L'implantation de ces enseignes est également encadrée pour privilégier des enseignes de petits formats, s'intégrant facilement au bâti sans saturer les rues étroites que l'on retrouve plus fréquemment sur les centralités commerciales. Le RLPi préconise également l'emploi de fer forgé pour ces enseignes.

L'objectif de ces règles est d'avoir des enseignes parfaitement intégrées à ce cadre patrimonial exceptionnel du PNR.

Les **enseignes supérieures à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont interdites, à l'exception de celles signalant les activités en retrait de la voie (5 m) et des stations-services compte tenu des obligations spécifiques liées à ce type d'activité (affichage du coût du carburant, etc.). Lorsqu'elles sont autorisées, des prescriptions spécifiques de format s'appliquent pour favoriser des enseignes de petits formats et de qualité (2 m² à 6 m² maximum uniquement pour les stations-services compte tenu des obligations réglementaires de ces activités). Comme en ZP1-a, le regroupement des enseignes sur un même support est également imposé dès que les activités sont situées sur la même unité foncière.

L'objectif est de garantir une parfaite intégration de ces enseignes au cœur des espaces de vie quotidienne des habitants en limitant la pression liée aux enseignes au sein des centralités.

Les **enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont autorisées, mais leur utilisation est encadrée afin d'éviter la surenchère de supports. Aujourd'hui, ces enseignes ne font l'objet d'aucune règle nationale. Le RLPi interdit les enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol. Les enseignes de même type installées sur le sol sont quant à elles limitées en nombre (un seul par voie bordant l'activité) et en hauteur à 1,5 mètre de hauteur au sol. Pour respecter les prescriptions du PNR, le RLPi préconise également l'emploi de bois et/ou d'ardoise.

Les **enseignes sur clôture sol** sont interdites, à l'exception de celles signalant les activités en retrait de la voie (5 m). Lorsqu'elles sont admises, elles sont limitées à 1 m². Les bâches sont interdites afin de disposer d'enseignes de qualité dans ces espaces et les enseignes sur clôture aveugle ne peuvent être réalisées qu'en lettres ou signes découpées, peintes sur la clôture ou avec un panneau de fond transparent. Il s'agit ici d'avoir un mimétisme avec les enseignes en façade permettant d'harmoniser les règles esthétiques d'intégration des enseignes dans ces secteurs.

Les règles proposées permettent de concilier les besoins de préservation du patrimoine et ceux de visibilité des activités économiques locales.

ZP1-c : les secteurs urbains mixtes à vocation principale d'habitat ou d'équipement en agglomération et ZP2 : les secteurs hors agglomération

Dans ces secteurs mixtes, les **enseignes en façades** font l'objet de quelques règles d'intégration renforcées sur le bâti. Ces dispositions spéciales ne concernent que les enseignes perpendiculaires au mur. Ces dernières sont limitées à 0,80 m de saillie et de hauteur.

En ZP1-c, les enseignes supérieures à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont encadrées comme en ZP1-b. En effet, ces espaces à vocation d'habitat doivent être préservés de la pression des enseignes et leur installation doit être strictement encadrée tout en permettant leur utilisation au regard des besoins des acteurs locaux.

En ZP2, les enseignes supérieures à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont strictement encadrées, car elles ne peuvent excéder 4 m² et 6 m de hauteur au sol. Comme sur le reste du territoire, le regroupement des enseignes sur un même support est également imposé dès lors que les activités sont situées sur la même unité foncière. Le format réduit de ces enseignes permet de limiter sensiblement leur impact sur le cadre de vie dans ces secteurs hétérogènes. Ces règles permettent de favoriser la sobriété du message pour gagner en lisibilité. Le cadre de vie en sera apaisé.

Les enseignes **inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont autorisées comme dans les zones d'activités (2 par voie bordant l'activité et 6 m de hauteur au sol) afin de limiter la surabondance des messages et permettre de dédensifier les enseignes dans des secteurs où un cadre de vie apaisé doit être recherché. Pour autant, la présence d'obstacles naturels est prise en compte pour permettre la signalisation des activités en fonction de leurs caractéristiques.

La réglementation nationale ne prévoit pas de disposition dédiée aux **enseignes sur clôture**. Elles font donc l'objet d'une réglementation locale identique à celle des zones d'activités (une seule par voie bordant l'activité, 3 m², bâches interdites et lettrage découpé ou panneau de fond transparent privilégié sur clôture aveugle). Ces limitations permettent d'éviter à ces enseignes de dégrader les espaces de vie quotidienne ou à dominante naturelle / agricole dans lesquels elles s'insèrent.

4. Les choix retenus en matière de supports lumineux installés en vitrine

Depuis la loi dite « Climat et Résilience » d'août 2021, les RLPI peuvent mettre en place des prescriptions spécifiques pour les supports lumineux situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial en matière « *d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.* ».

Dans cette optique, le RLPI de la Communauté de communes du Val de l'Eyre actionne deux leviers :

- **L'extinction nocturne** : la plage d'extinction nocturne retenue pour les publicités, et préenseignes lumineuses extérieures, soit entre 23 heures et 6 heures, lorsque l'activité a cessé, sera également applicable aux supports (publicités, enseignes et préenseignes) lumineux « *intérieurs* ».

Cette harmonisation vise à permettre de réduire la consommation énergétique de ces dispositifs, de limiter la pollution lumineuse, et donc de participer à la qualité du cadre de vie avec des ambiances nocturnes apaisées.

- **La surface maximale** : elle sera limitée 1 m² de surface unitaire et 2 m² de surface cumulée **pour les supports numériques**. Cette dernière disposition ne s'applique pas aux activités ou établissements culturels afin de tenir compte de la particularité de ces activités / établissements.

Cette disposition vise à éviter les phénomènes d'occultation des devantures par des supports numériques plus agressifs que les autres supports lumineux. Elle participe aussi directement de l'atteinte des objectifs visant à encadrer les dispositifs consommateurs d'énergie ou source de pollution lumineuse pour privilégier un cadre de vie de qualité.