

Commune de Lanester

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation



Approuvé par délibération du Conseil municipal du 30 juin 2022



Le Maire,
Gilles CARRERIC



Envoyé en préfecture le 12/07/2022

Reçu en préfecture le 12/07/2022

Affiché le

ID : 056-215600982-20220630-2022_04_04-DE

Sommaire

Introduction	4
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	6
1. Définitions.....	7
a) Le règlement local de publicité	7
b) La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement.....	8
c) La notion d'agglomération	10
d) La notion d'unité urbaine.....	12
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	13
a) Les interdictions absolues	13
b) Les interdictions relatives	16
3. Les règles applicables au territoire	18
a) La réglementation locale.....	18
b) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes	25
c) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	38
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes	39
e) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires	46
4. Régime des autorisations et déclarations préalables.....	47
a) L'autorisation préalable	47
b) La déclaration préalable.....	47
5. Les compétences en matière de publicité extérieure	48
6. Les compétences en matière de publicité extérieure	49
II. Diagnostic du parc d'affichage	50
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes	50
2. Les caractéristiques des enseignes	66
III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	78
1. Les objectifs	78
2. Les orientations.....	78
IV. Justification des choix retenus	79
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	79
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	81

Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression¹, 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.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. 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, 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 2012 ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1979, afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP), de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le 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 réglementaires 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.

¹ 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.

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 14 janvier 2021².

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 et un PLU 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 qui est également compétente pour la révision du RLP³.

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 en priorité à l'échelon intercommunal par rapport aux communes.

La commune de Lanester disposant de la compétence en matière de PLU, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient.

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

- **Tome 1 : 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.
- **Tome 2 : la partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Tome 3 : les annexes** : le ou les documents graphiques faisant 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 sont annexés dans cette partie. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route représentées sur un document graphique annexé, de même que les arrêtés municipaux fixant lesdites limites y sont inclus.
Elles prévoient également un lexique des termes techniques utilisés dans le règlement.

² Article L 581-14-3 du code de l'environnement

³ Article L 581-14 du Code de l'environnement

Le présent document constitue le rapport de présentation, en élaborant 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.

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 ou privé 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.

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.

Le Code de l'environnement admet 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.

En présence d'un RLP(i), le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des Communes concernées par le RLP(i). 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, 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 désormais 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, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU⁴.

Enfin, le Code de l'environnement renvoie également aux dispositions du Code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'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.

⁴ Article L 621-30 du Code du patrimoine

1. Définitions

a) Le règlement local de publicité

Le RLP ou RLP(i) est un document réglementaire, opposable aux tiers, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité 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 RLP(i) comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le Code de l'environnement et constituant la réglementation nationale (RNP).

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), 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 (règles locales).

Le RLP(i) approuvé est annexé au PLU(i).

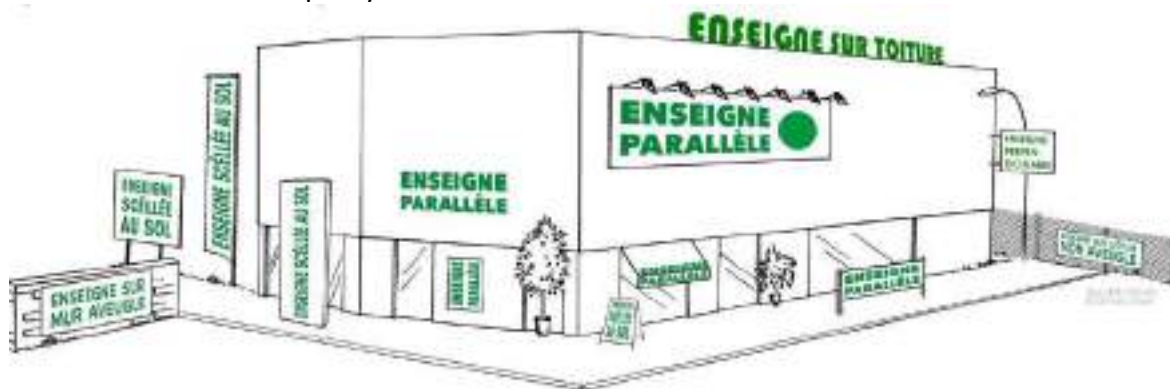
b) La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

Constitue **une publicité**⁵, 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 les inscriptions, formes ou images, qui constituent une publicité, 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.

Constitue **une enseigne**⁶ toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

⁵ Article L581-3-1° du code de l'environnement

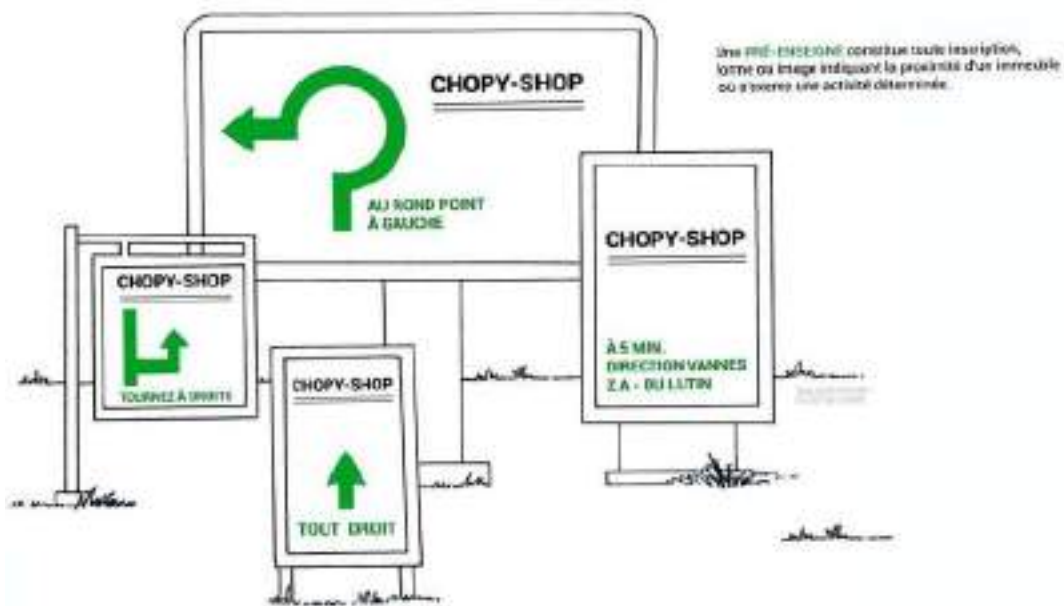
⁶ Article L581-3-2° du code de l'environnement

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.

Il est précisé que le RLP(i) régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue **une préenseigne**⁷ 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 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 lumineuse⁸ ou non⁹ 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.

⁷ Article L581-3-3° du code de l'environnement

⁸ CE, 20 octobre 2016, cne de dijon, n°395494

⁹ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

c) La notion d'agglomération

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 routière¹⁰, toute publicité est interdite, à l'exception des emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières et, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places¹¹. 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, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, etc.),
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

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) relevant du code de la route.

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur un territoire peuvent varier en fonction du nombre d'habitants des différentes agglomérations et de l'appartenance, ou non, à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. En l'espèce, la commune de Lanester compte 2 agglomérations distinctes :

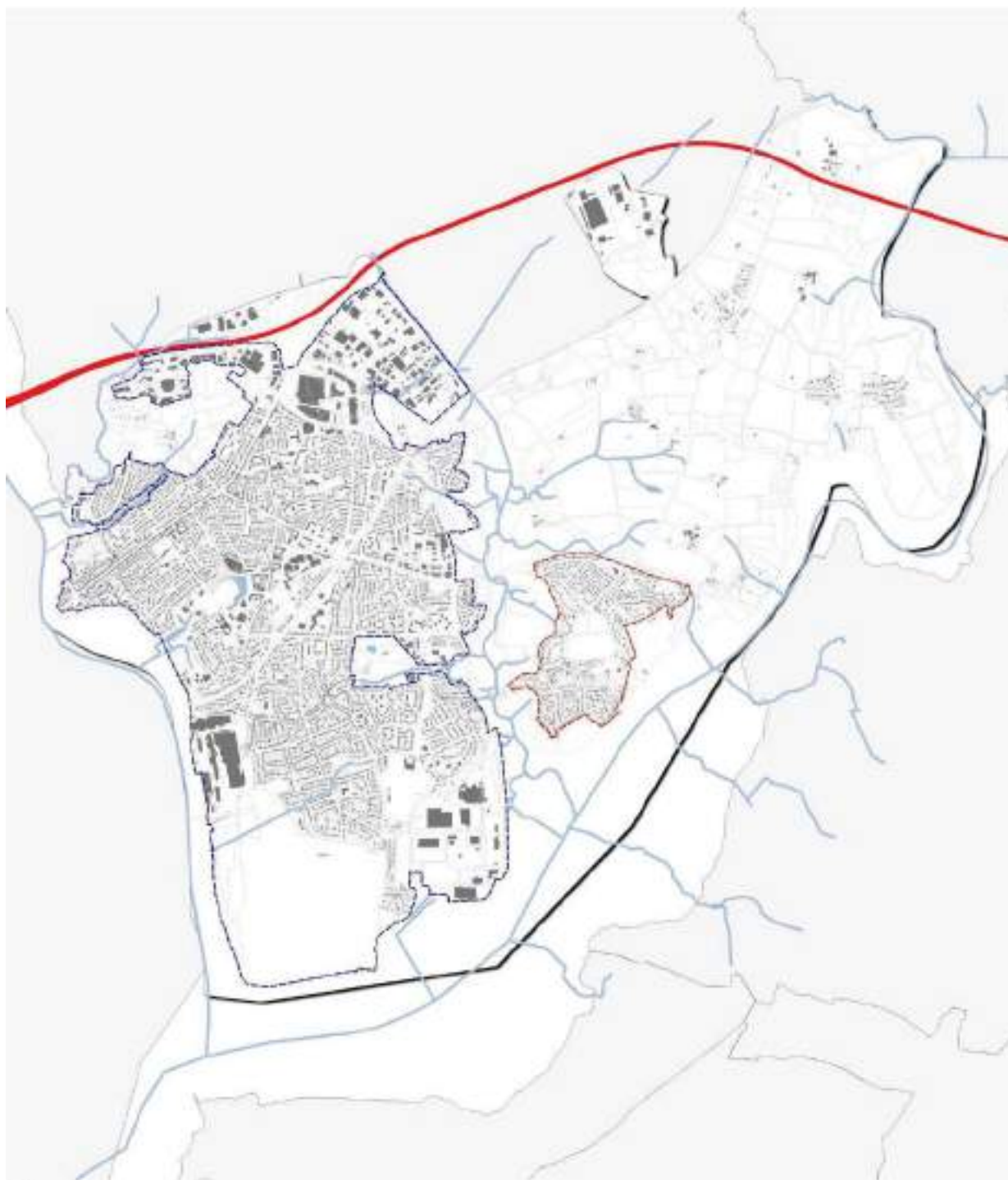
- L'agglomération principale, située à l'ouest du territoire ;
- L'agglomération secondaire située au sud de la D194 ;

Seule l'agglomération principale compte plus de 10 000 habitants. L'agglomération secondaire appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants mais compte moins de 10 000 habitants. A ce titre, lorsque le RLP ne pose pas de règles spécifiques, c'est le régime national qui s'applique sur le territoire communal, en tenant compte des caractéristiques des différentes agglomérations.

¹⁰ Article R 110-2 du Code de la route : Agglomération : espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde

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

Les agglomérations de la commune de Lanester



Légende

- Agglomération principale (plus de 10 000 habitants et appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants)
- Agglomération secondaire (de moins de 10 000 habitants et appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants)
- RN165

N



0 500 1000 m

d) La notion d'unité urbaine

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

L'unité urbaine, telle que définie par l'INSEE, est indépendante du regroupement des communes en établissements publics de coopération intercommunale.

La commune de Lanester appartient à l'unité urbaine de Lorient, avec les communes voisines de Caudan, Larmor-Plage, Lorient, Plœmeur et Quéven. Cette unité urbaine compte 121 543 habitants¹².

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes¹³ entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

¹² Démographie INSEE 2017

¹³ il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

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

a) Les interdictions absolues¹⁴

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 absolues ne permettent aucune dérogation.

La commune de Lanester est concernée par l'interdiction absolue de publicité sur les monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques. En l'espèce, cette interdiction s'applique aux Vestiges de l'usine de salaison gallo-romaine du Resto, inscrits depuis 2000.



Vestiges de l'usine de salaison gallo-romaine, source : monumentum.fr

La publicité est aussi interdite sur les arbres et dans le site classé « *le pont du Bonhomme* », classé depuis 1934.

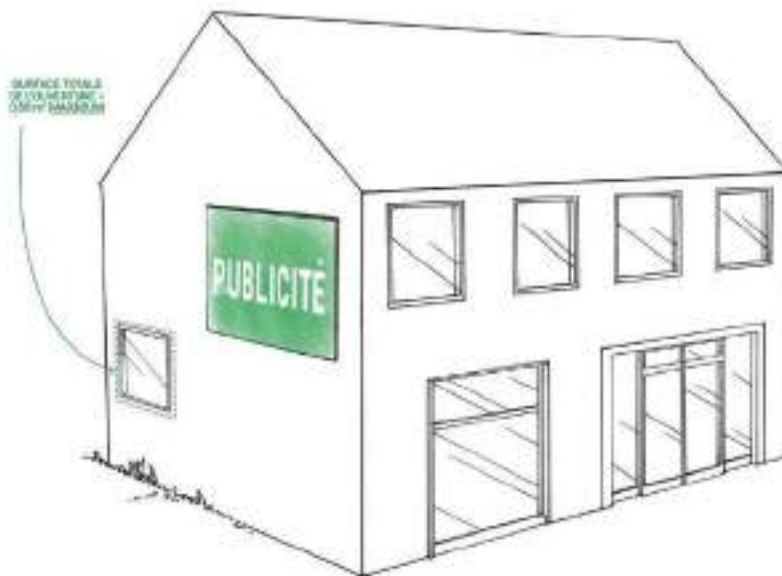
¹⁴ Article L581-4 du code de l'environnement

La partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions¹⁵. 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 ;



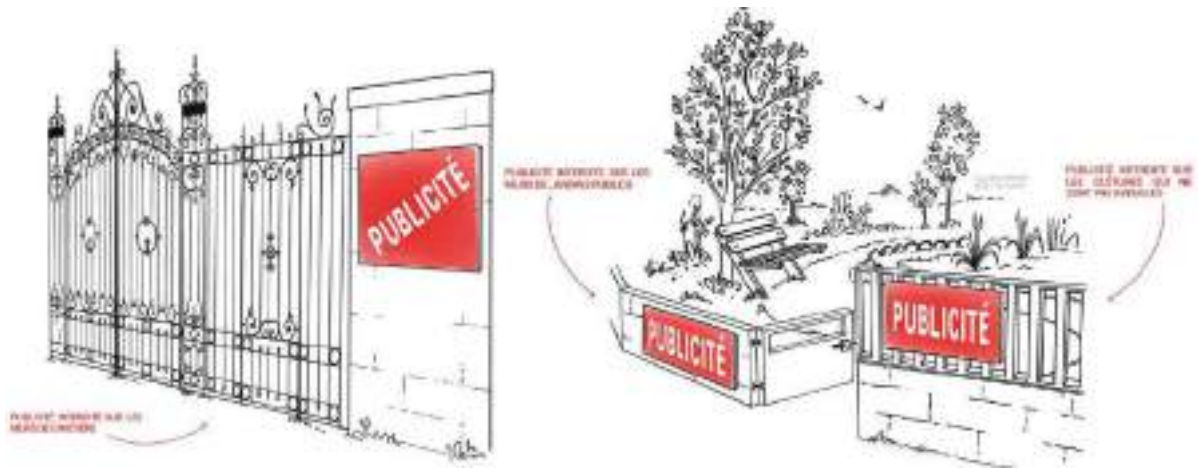
2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



¹⁵ Article R581-22 du code de l'environnement

3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

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



b) Les interdictions relatives¹⁶

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

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.*

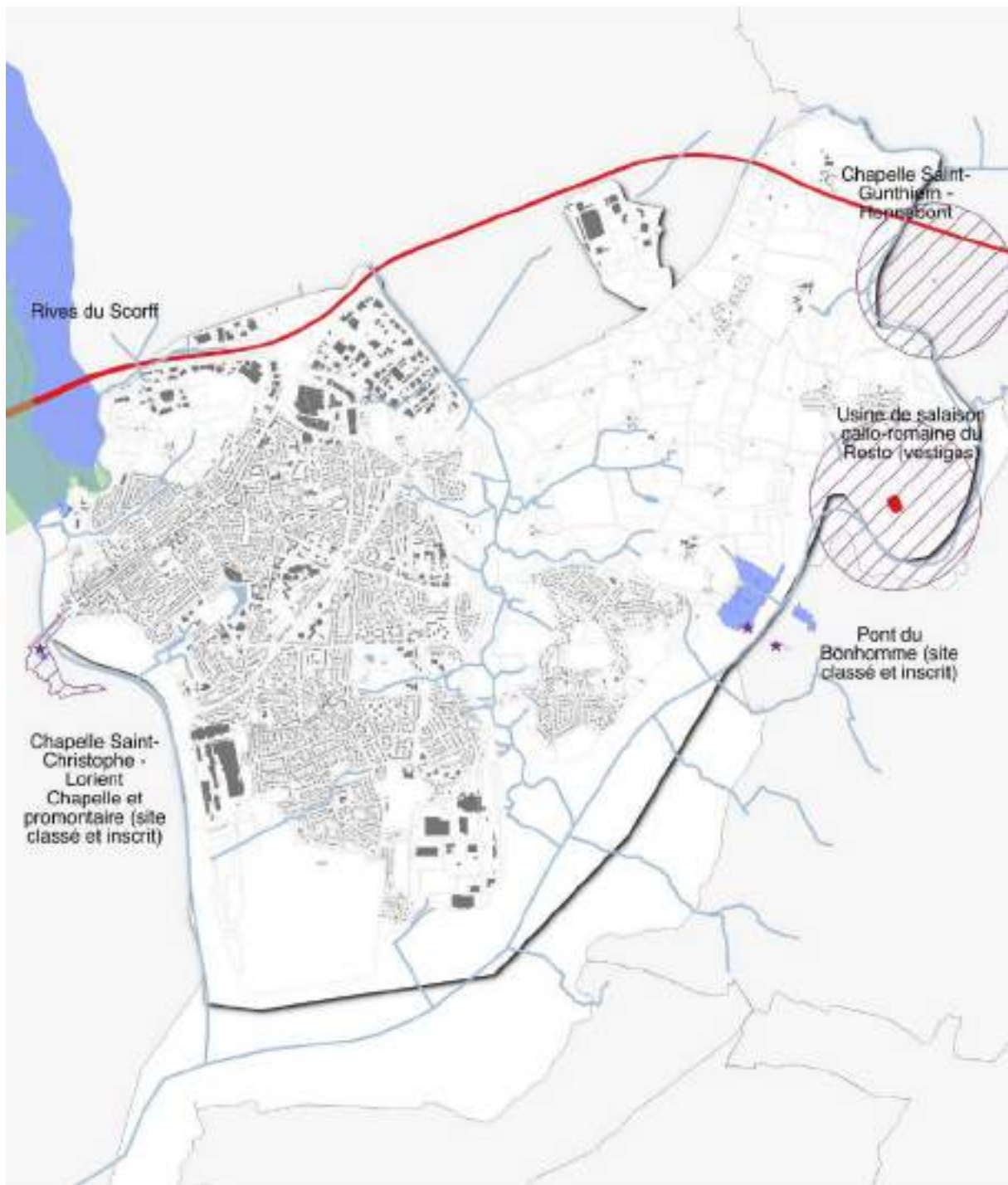
La commune de Lanester est concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016 « *la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative [...]. 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*¹⁷. ». En l'espèce cette protection s'applique aux périmètres de 500 m aux abords des vestiges de l'usine de salaison gallo-romaine du Resto et de la Chapelle Saint-Gunthiern de Locoyarn située sur la commune limitrophe d'Hennebont et au périmètre délimité de la Chapelle Saint-Christophe située sur la commune limitrophe de Lorient.

L'interdiction relative de publicité s'applique également au site inscrit « *le pont du Bonhomme* », inscrit depuis 1934 et au site Natura 2000 « *Rivière Scorff, Forêt de Pont Calleck, Rivière Sarre* ».

¹⁶ Article L581-8 du code de l'environnement

¹⁷ Article L621-30 du code du patrimoine

Interdictions absolues et relatives de publicité sur la commune de Lanester



Légende

- ★ Sites classés
- Sites inscrits
- ▭ Périmètre de protection des monuments historiques classés ou inscrits
- Monuments historiques classés ou inscrits
- Site Natura 2000 "Rivière du Scorff, forêt du Pont Calleck, Rivière Sarre"

N



0 500 1000 m



3. Les règles applicables au territoire

Les règles applicables sur le territoire communal varient d'une commune à l'autre. En effet, les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur un territoire peuvent varier en fonction du nombre d'habitants des différentes agglomérations et de l'appartenance, ou non, à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. En l'espèce, la commune de Lanester compte 22 728 habitants¹⁸ et fait partie intégrante de l'unité urbaine de Lorient, qui compte plus de 100 000 habitants.

La commune fait également partie, de l'intercommunalité Lorient Agglomération, créée en 1999, elle compte 203 309 habitants¹⁹.

Au regard de ces éléments, lorsque le RLP ne pose pas de règles spécifiques, c'est le régime national des agglomérations de plus de 10 000 habitants et de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants qui s'applique sur le territoire communal.

a) La réglementation locale

La commune de Lanester disposait d'un règlement local de publicité, datant du 7 février 1995. Ce RLP a été adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation régit par la loi de 1979 sur la publicité extérieure. Ce règlement est caduc depuis le 13 janvier 2021, conformément à la réforme de la loi « Grenelle II ».

La réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application, ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national*²⁰».

Le RLP de 1995 avait institué 3 zones de publicité restreintes (ZPR) et des prescriptions s'y rapportant :

- Zone de publicité restreinte du centre-ville ;
- Zone de publicité élargie de la zone commerciale de Kerrous ;
- Zone de publicité restreinte principale.

¹⁸ Démographie INSEE 2017

¹⁹ Idem

²⁰ Article L.581-14 du Code de l'environnement

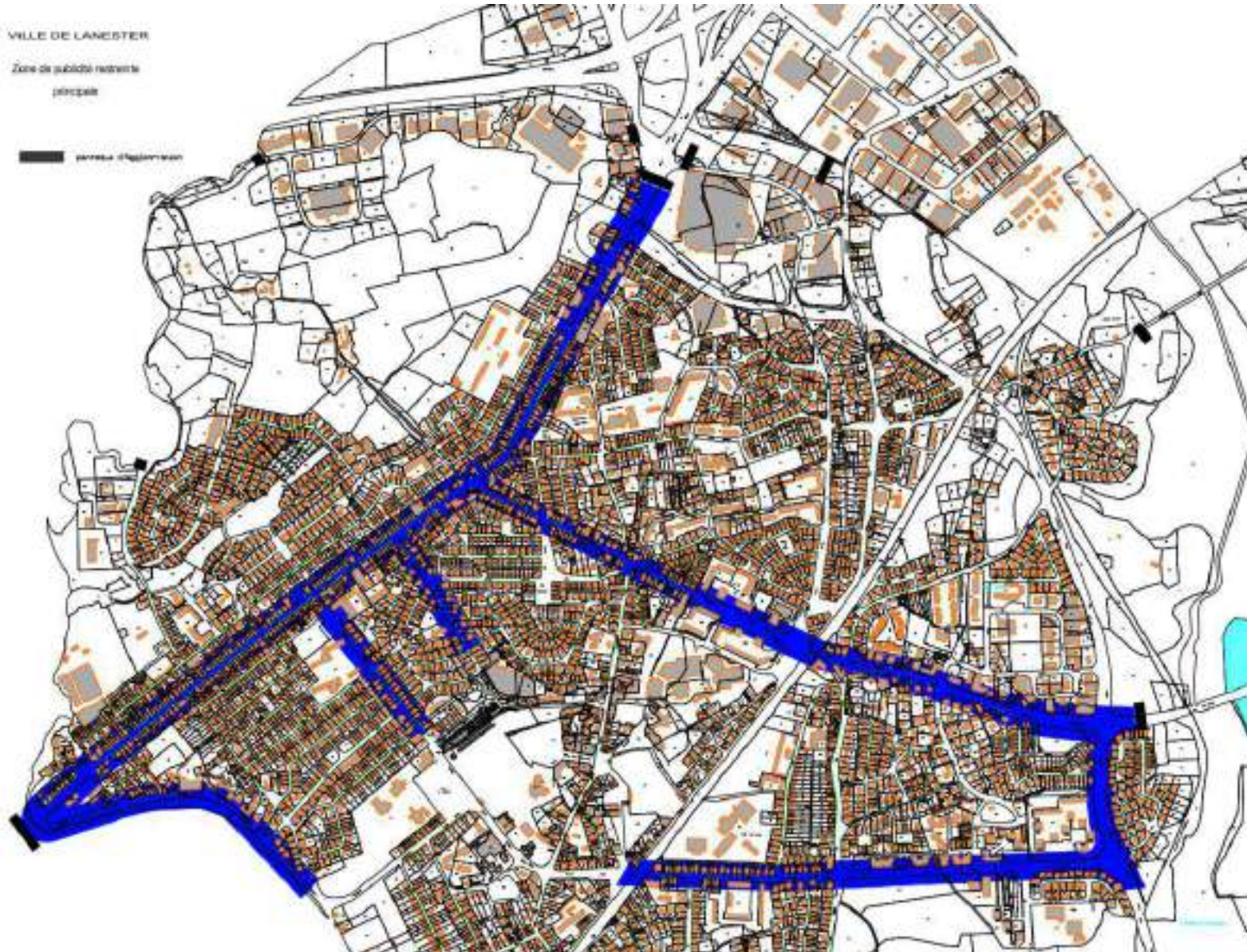
Tableau de synthèse du RLP en matière de publicités, préenseignes et enseignes :

	ZPR centre-ville	ZPR ZC de Kerrous	ZPR principale
Règles générales Publicité et préenseigne	$\leq 12 \text{ m}^2$ (surface 3,20 x 4,20 m) Le dos visible des dispositifs doit être traité par un bardage de même couleur que les piétements		
Préenseigne et enseigne temporaire	Règles nationales		
Préenseigne sur Domaine Public (chevalet)	Autorisation préalable de l'autorité municipale		
Publicité apposée sur clôture de chantier	Publicité non lumineuse uniquement $\leq 12 \text{ m}^2$		
Publicité à caractère officiel	Publicité non lumineuse uniquement, <i>concernant les devantures des établissements temporairement fermés pour réparation ou suite à une procédure de règlement judiciaire ou de liquidation de biens</i> Autorisation ≤ 12 mois Surface unitaire $\leq 1,50 \text{ m}^2$		
Publicité et préenseigne	24 emplacements 1 ou 2 pieds (surface 3,20 x 4,20 m ou 1,25 x 1,75 m) Simple ou double faces Troisième pied autorisé sous conditions	39 faces maximum Visibilité possible depuis une voie publique située hors agglomération Simple ou double faces 1 ou 2 pieds (surface 3,20 x 4,20 m) Troisième pied autorisé sous conditions	1 dispositif + 1 dispositif supplémentaire par tronçon de 30 m OU 2 dispositifs sur murs d'habitation aveugles 6 dispositifs maximum par propriété Simple ou double faces 1 ou 2 pieds (surface 3,20 x 4,20 m ou 1,25 x 1,75 m) Troisième pied autorisé sous conditions
Publicité sur mobilier urbain	Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Emplacements accordés par l'autorité municipale		
Enseigne	Règles nationales		

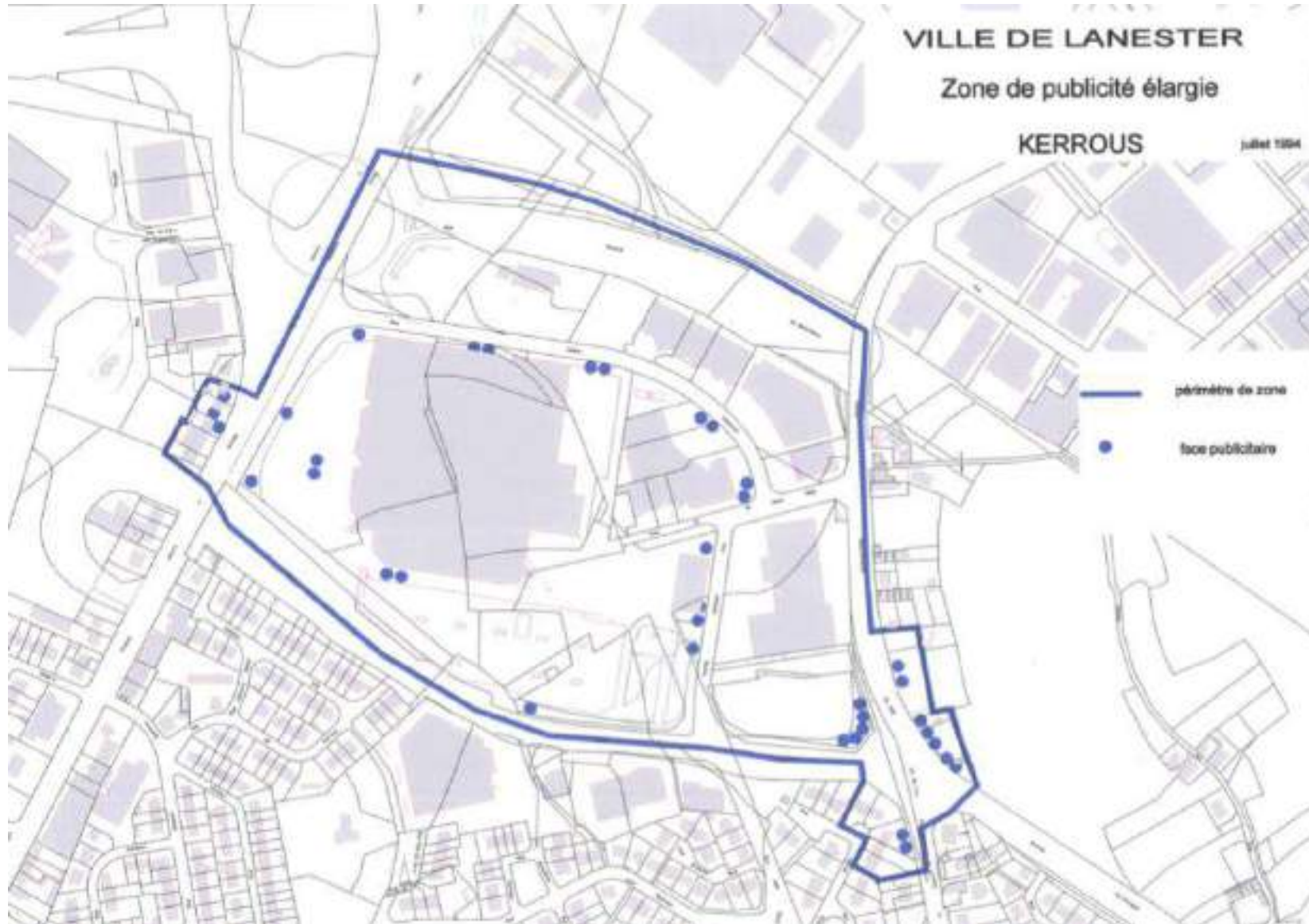
VILLE DE LANESTER

Zone de publicité réglementée
(art. 10)

■ zones d'alignement







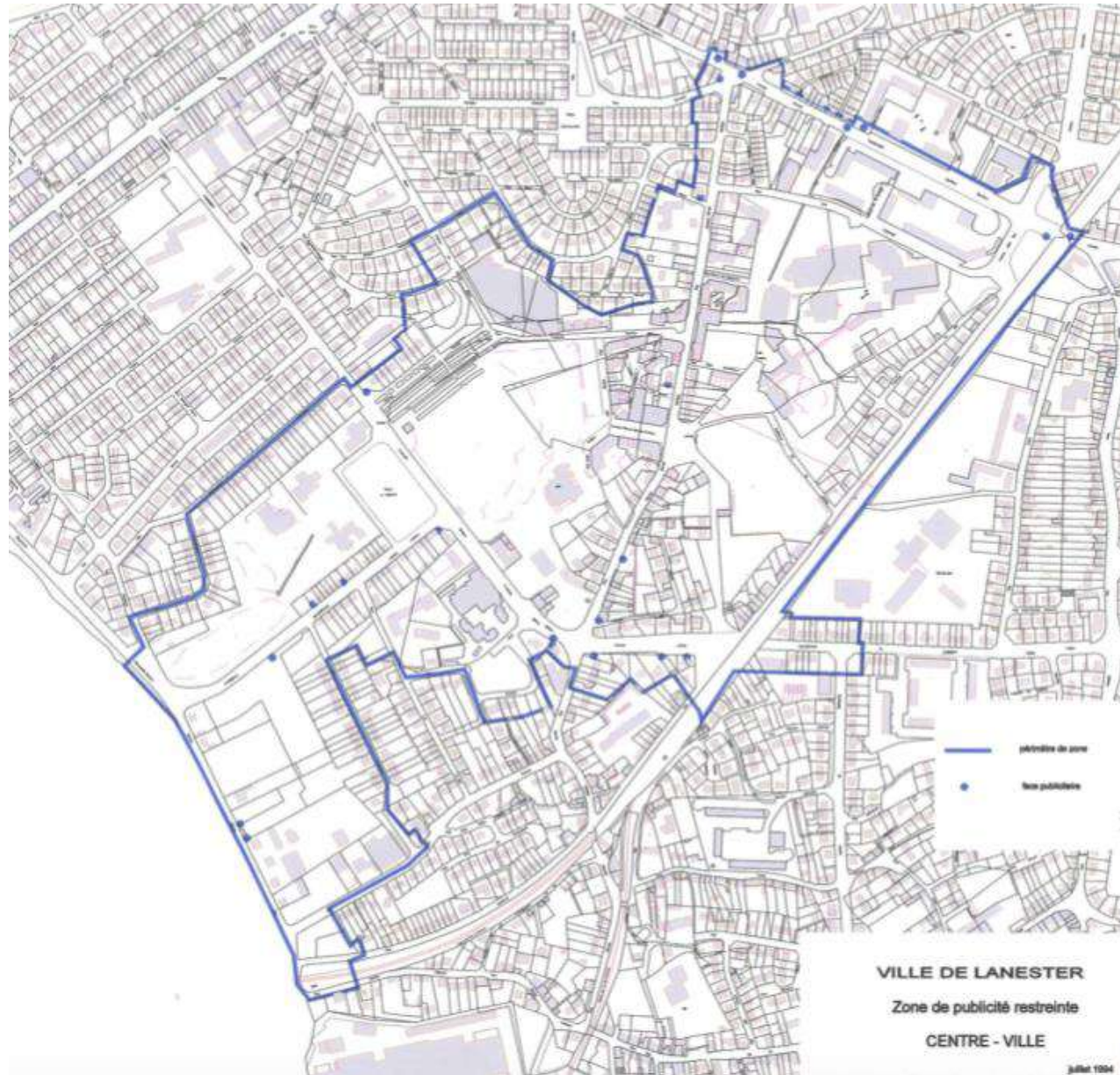


Tableau comparatif des évolutions possibles dans le cadre du futur RLP

RLP en vigueur	Futur RLP
Zonage limité à 3 zones	Conserver un zonage simple en évitant la multiplication des zones
Des surfaces publicitaires maximales de 12 m ²	Cette limitation était importante compte tenu du maximum autorisé sous l'égide de la loi de 1979 (16m ²). Cependant cette limitation ne constitue plus une « réduction » vis-à-vis de la réglementation nationale. En effet, le Code de l'environnement limite également la surface de la publicité à 12m ² . Le futur RLP pourra donc réduire cette surface maximale pour proposer des surfaces plus adaptées notamment dans les secteurs à très forte densité de bâti (centre-ville) afin de limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le territoire.
Règles de densité	Bien que le RLP actuel fixe des limitations en nombre, celles-ci ne sont plus adaptées aux règles de densité fixées par le Code de l'environnement depuis la loi Grenelle II. Il conviendra de mettre en conformité le futur RLP avec les dispositions contenues dans le Code de l'environnement.
Des enseignes temporaires soumises à la réglementation nationale	Le futur RLP pourra mettre en place une réglementation spécifique pour ce type de dispositif. Des limitations en nombre ou encore en surface pourront être envisagées suivant les secteurs et les types de dispositifs.
Publicité sur mobilier urbain	Le futur RLP pourra proposer de mettre en place une réduction de la surface de ces dispositifs et notamment des publicités apposées sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires (« sucette ») qui peuvent atteindre jusqu'à 12m ² au titre du Code de l'environnement.
Enseigne	Le RLP actuel ne pose aucune disposition spécifique en matière d'enseigne, la révision pourra donc permettre de mener une réflexion à ce sujet et de proposer des règles en fonction des différents types d'enseignes rencontrés.

b) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes

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 exploitent²¹.

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante²² 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 linéaire.

Par exception, il peut être installé :

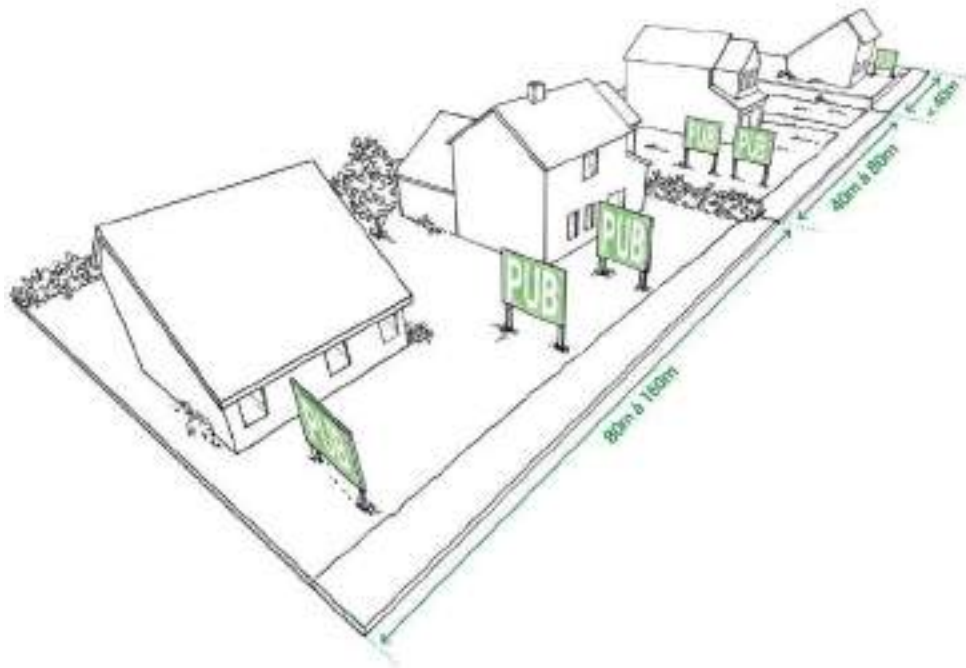
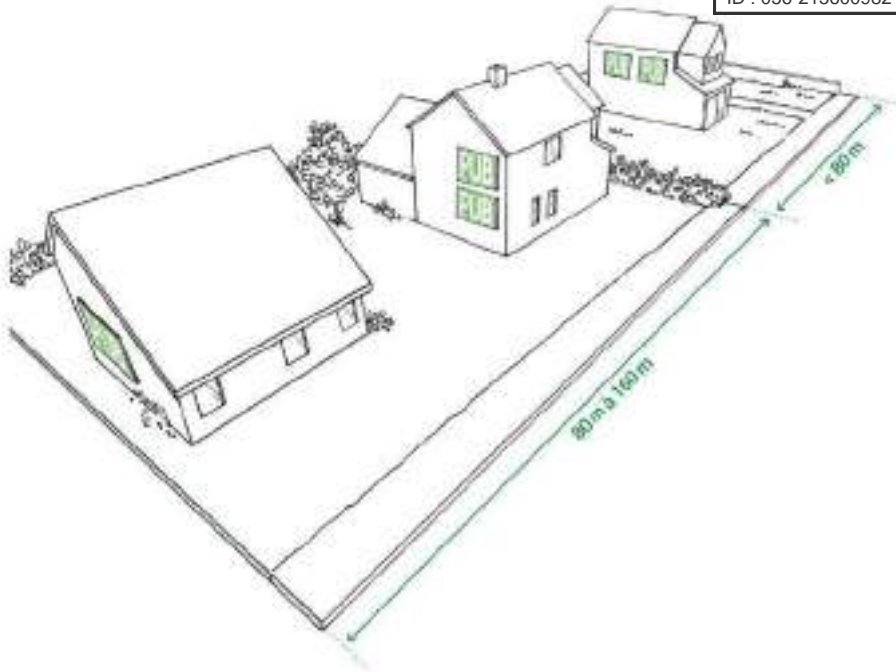
- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, 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.

²¹ Article R581-24 du code de l'environnement

²² Article R581-25 du code de l'environnement



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 linéaire, 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.

Publicité non lumineuse sur mur ou clôture

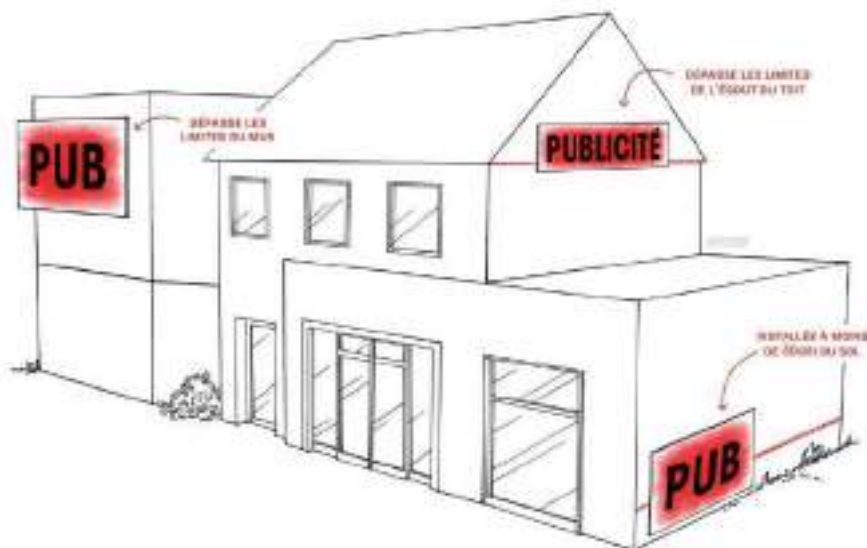
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5 \text{ m}$

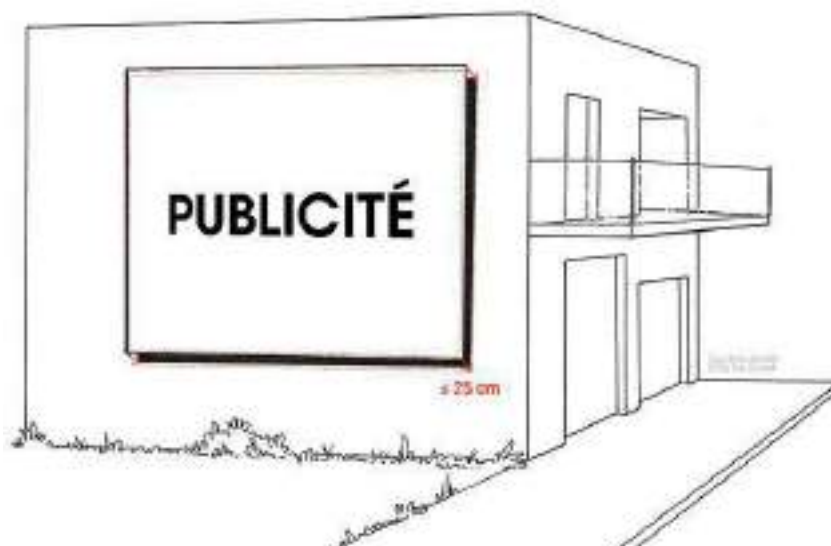
Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- Être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépasser les limites du mur qui la supporte,
- Dépasser les limites de l'égout du toit,
- Être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant 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.



Dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol

Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

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

Conditions d'installation des dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés²³,

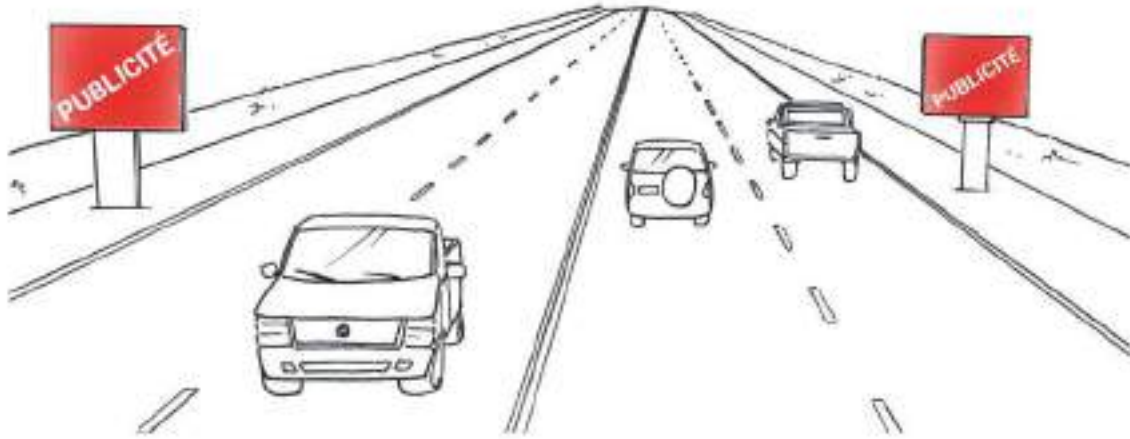
2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

Interdictions de publicité non lumineuse scellée au sol ou installée directement sur le sol sur la commune de Lanester, du fait des espaces boisés classés ou des zones à protéger figurant sur le PLU.

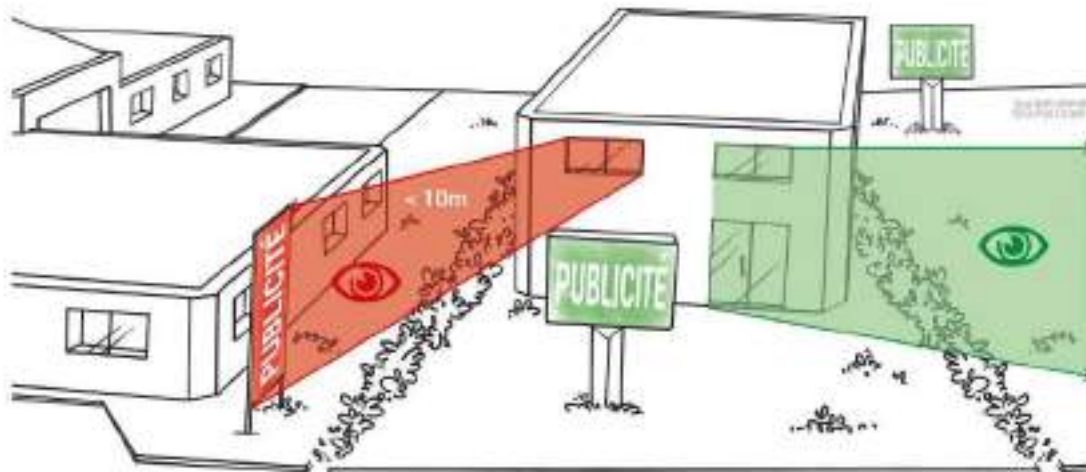


²³ Article L130-1 du code de l'urbanisme

Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent 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.



Un dispositif publicitaire non lumineux scellé au sol ou installé directement sur le sol ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



L'implantation d'un dispositif non lumineux scellé au sol ou installé directement sur le sol ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet 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 éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel²⁴.

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.

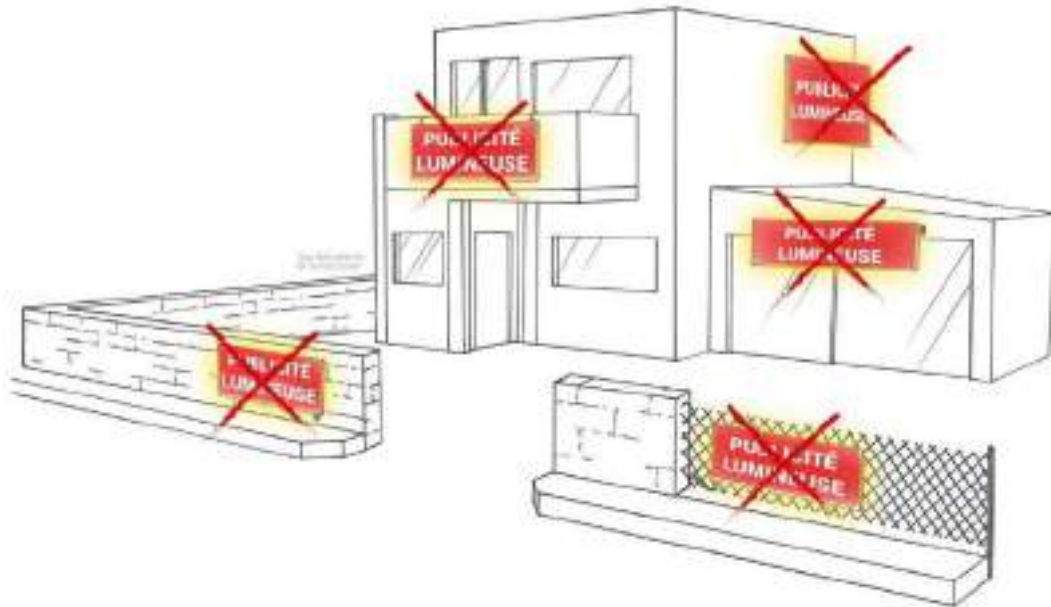
- Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$
- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

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

²⁴ Arrêté ministériel non publié à ce jour

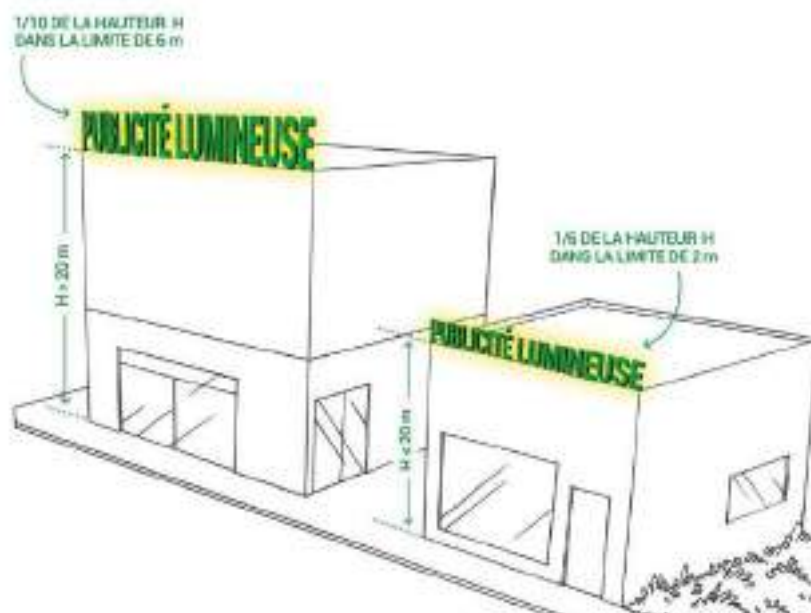
La publicité lumineuse ne peut :

- 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 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 ≤ 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade > 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m

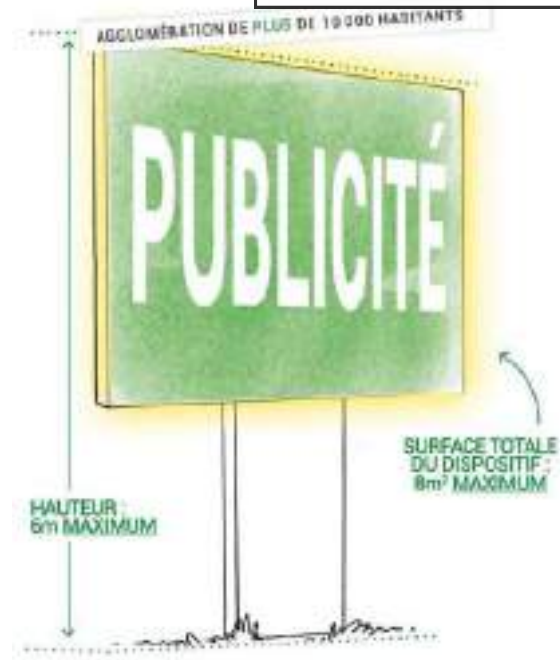


La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

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 arrêté ministériel²⁵, 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.



Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

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

- Non lumineuse ;
- Éclairée par projection ou par transparence ;
- Numérique.

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

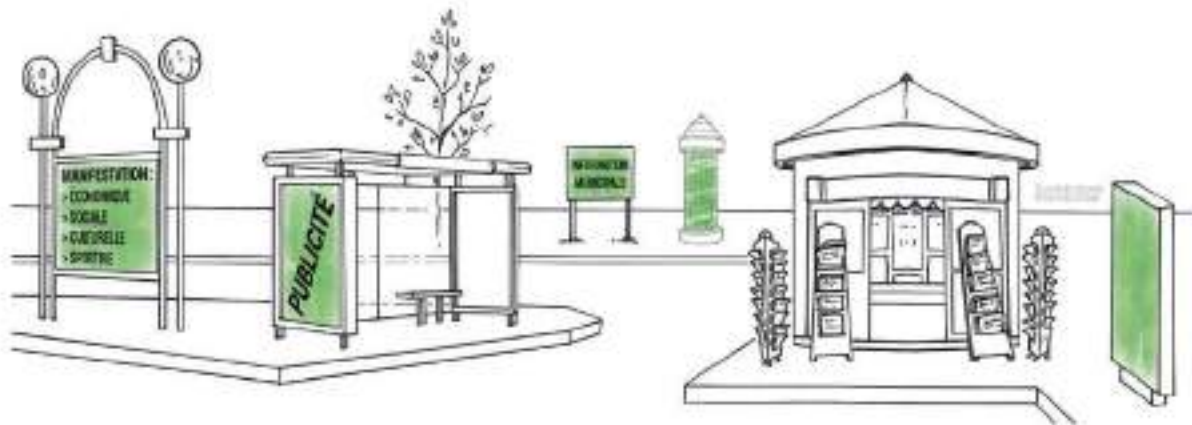
La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 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.

²⁵ Arrêté ministériel non publié à ce jour

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 ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : <ul style="list-style-type: none"> - interdit 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 ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 m^2 si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

- 1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- 2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

Les bâches ne sont pas autorisées dans l'agglomération secondaire de Lanester car elle compte moins de 10 000 habitants.

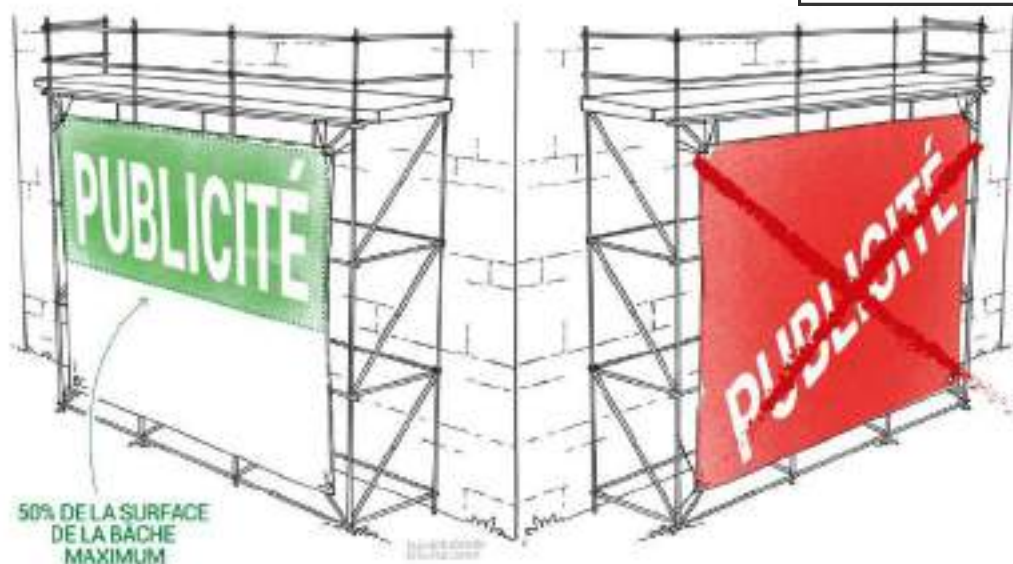
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq 50% de la surface de la bâche²⁶



²⁶ l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est 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 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci. La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Au même titre que les publicités sur bâches, les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles ne sont pas autorisés dans l'agglomération secondaire de Lanester car elle compte moins de 10 000 habitants.

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

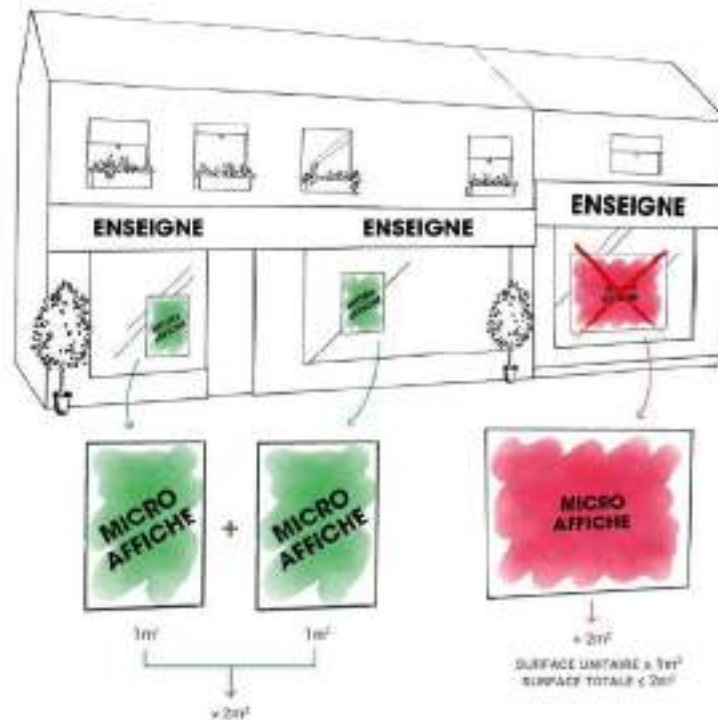
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent 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 petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

c) 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	préenseignes temporaires
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	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			Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

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

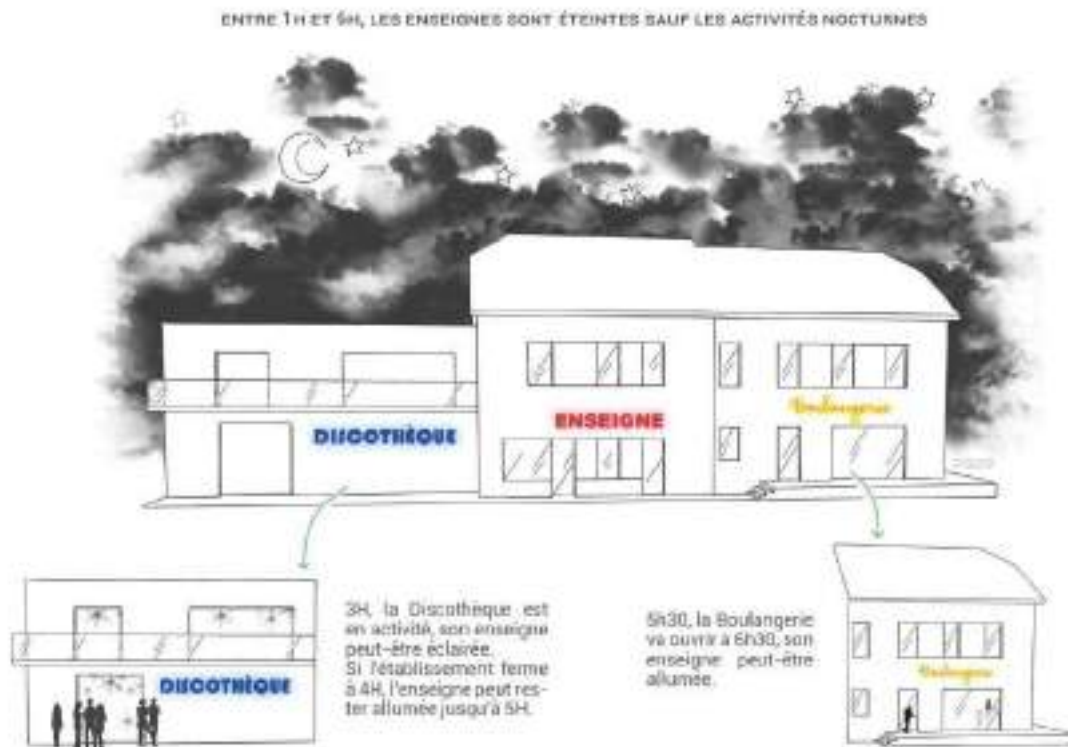
Les enseignes lumineuses

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 ministériel²⁷.

Elles sont éteintes²⁸ 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.



²⁷ Arrêté non publié à ce jour

²⁸ 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

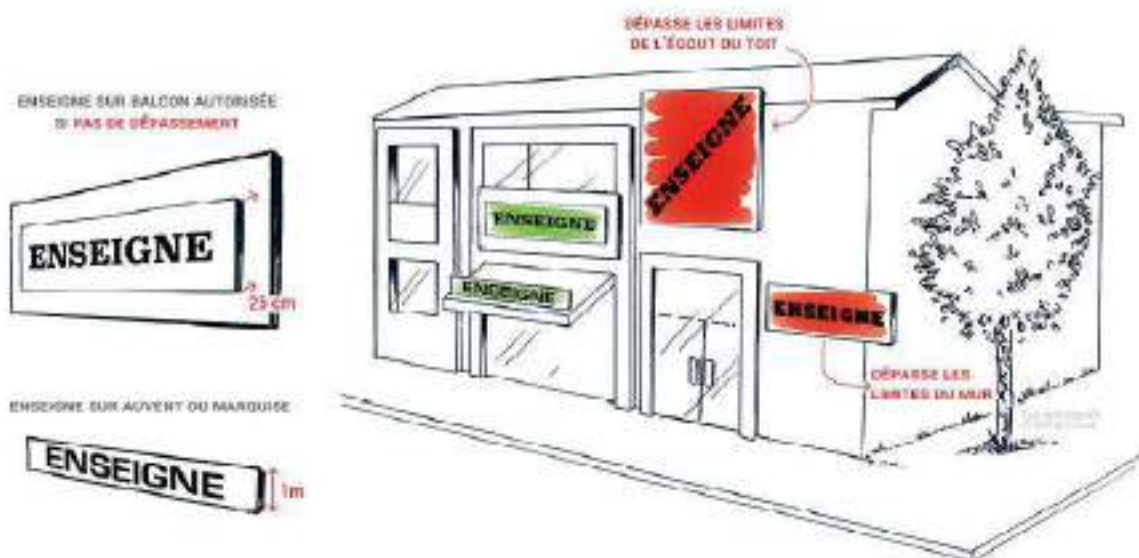
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

- Dépasser les limites de ce mur
- Constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm
- Dépasser les limites de l'égout du toit.

Des enseignes peuvent être installées :

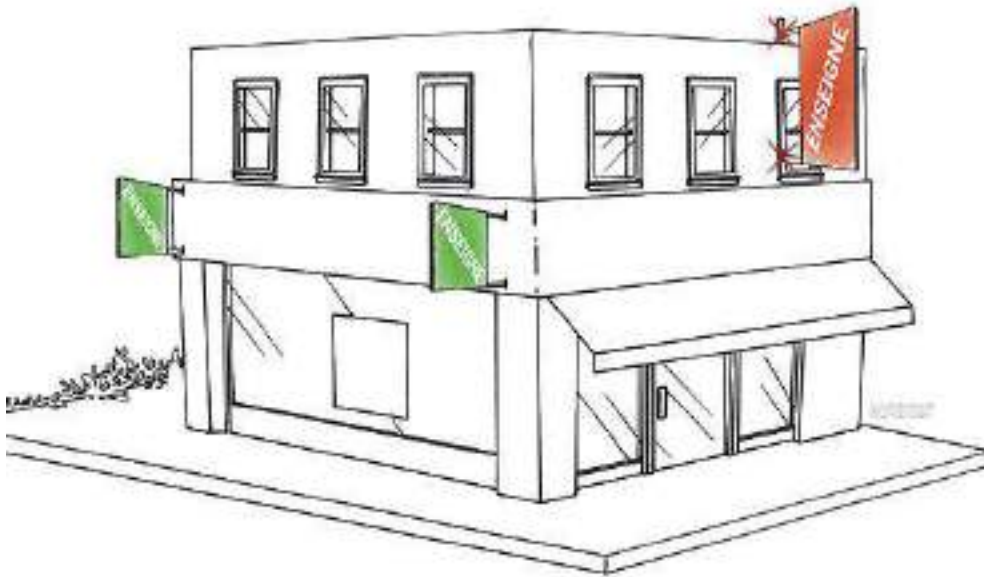
- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et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



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- Dépasser la limite supérieure de ce mur,
- Être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Constituer 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).

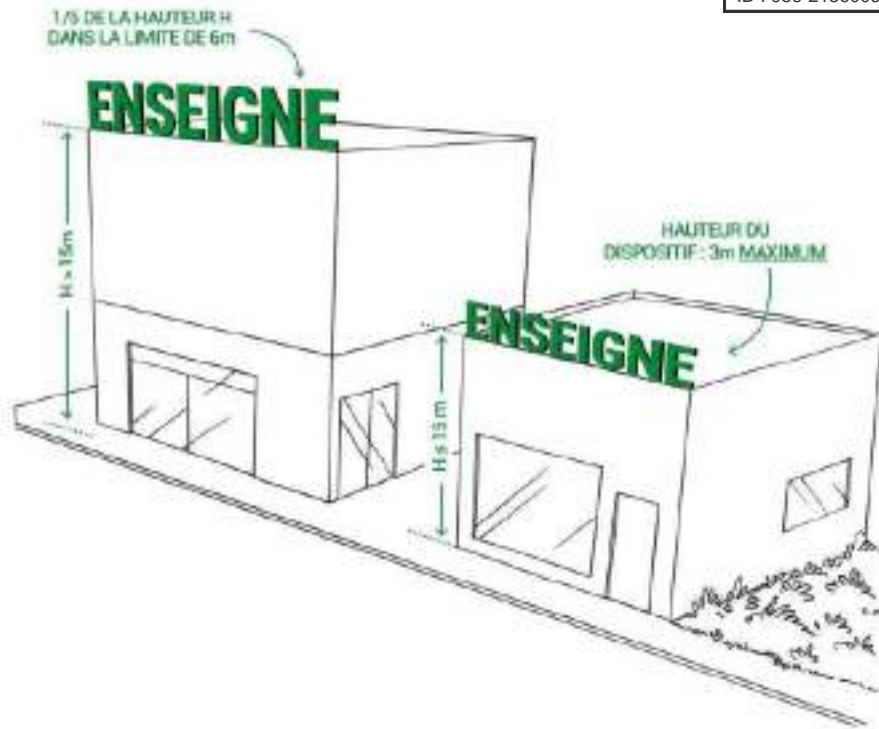


Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

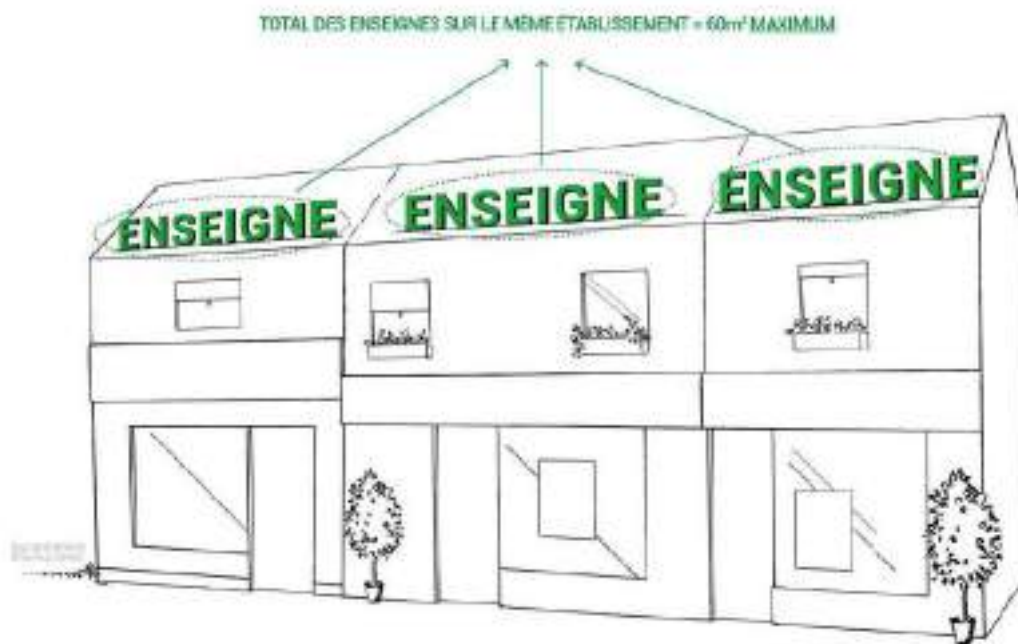
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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



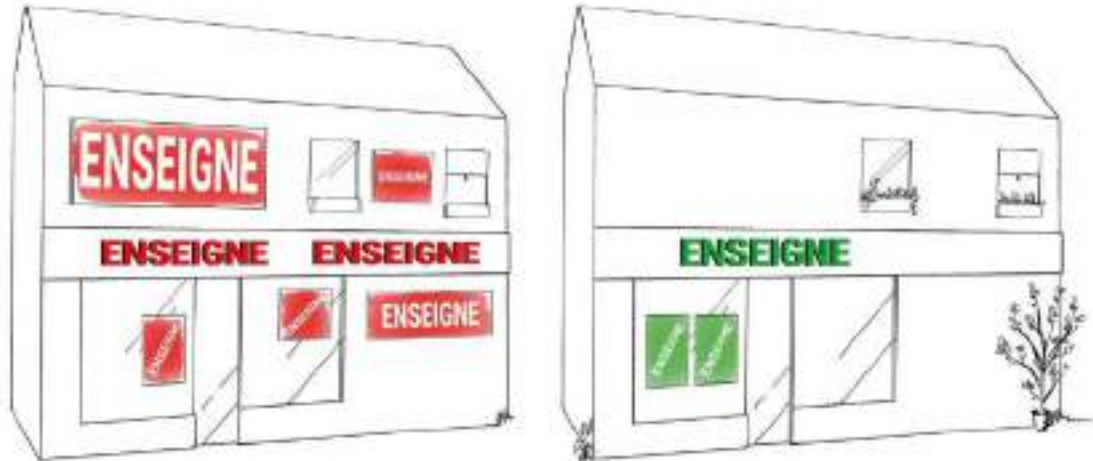
Surface cumulée²⁹ des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²



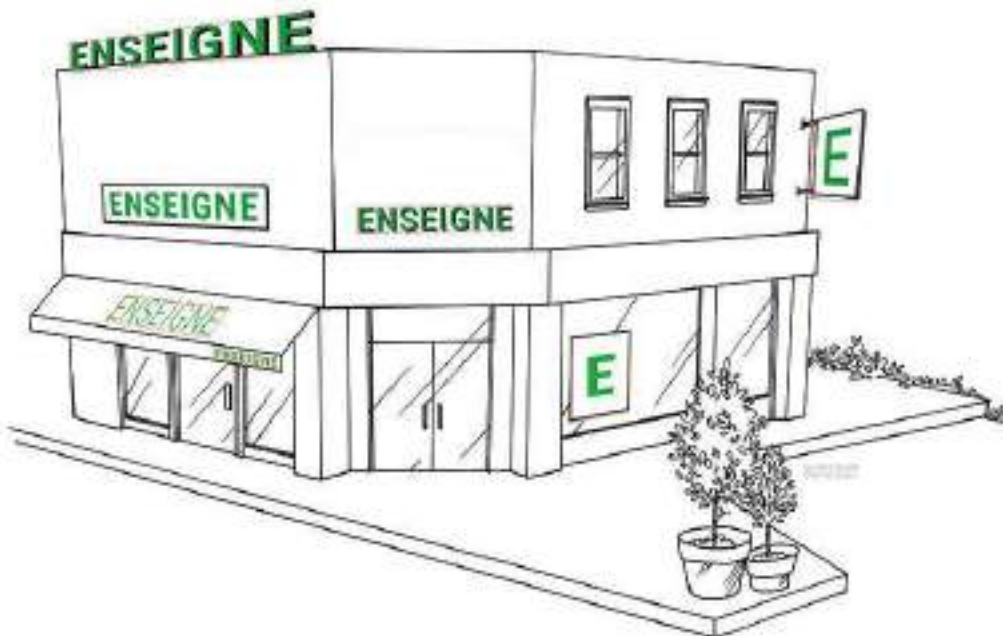
²⁹ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée³⁰ 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.



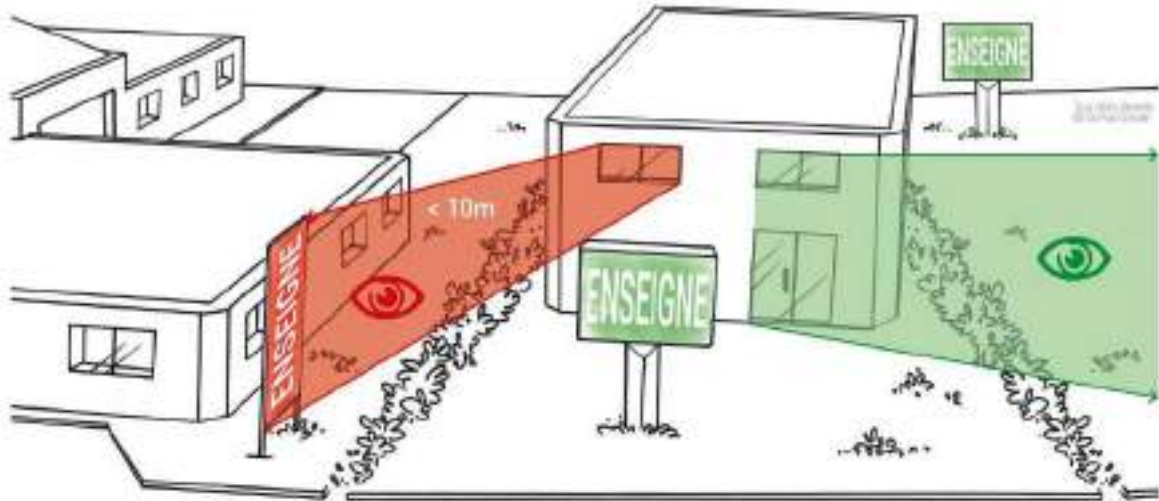
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



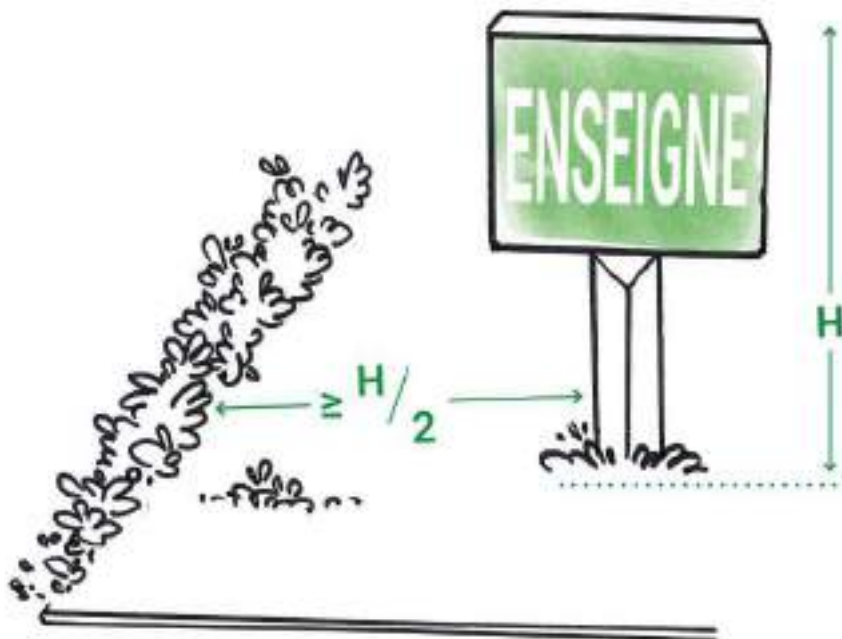
³⁰ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes, de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

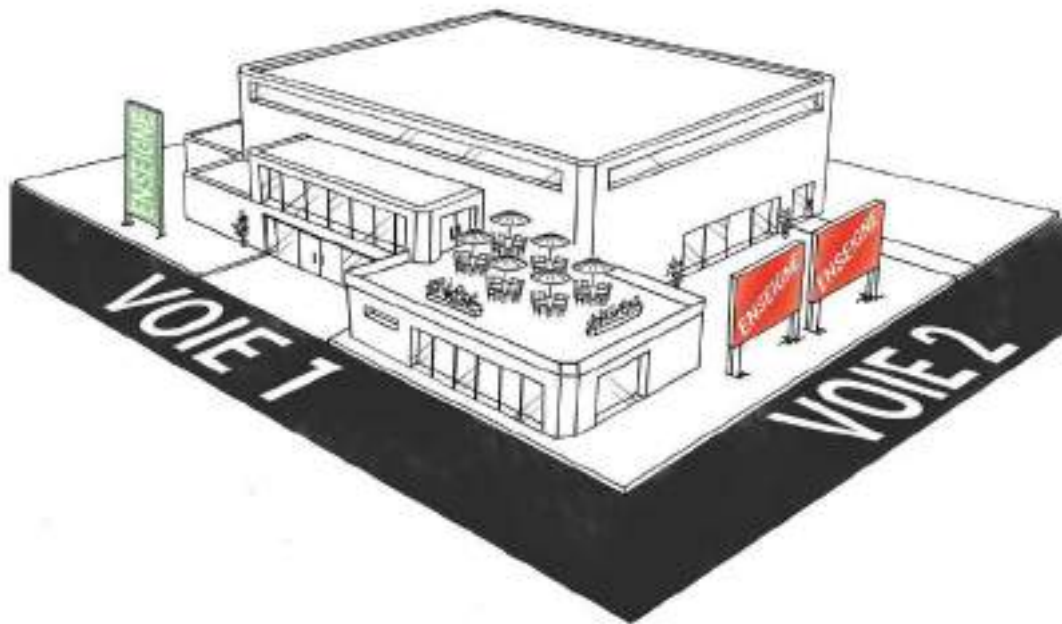
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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.



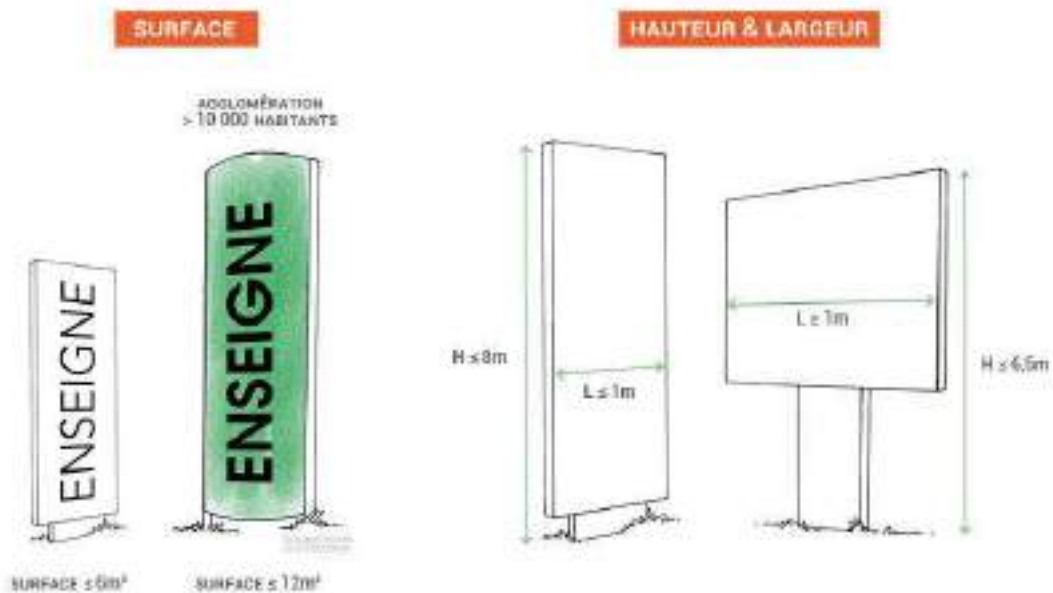
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



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 12 m² dans l'agglomération principale de Lanester car elle compte 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.



e) Les règles du code de l'environnement en matière d'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 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 éteintes³¹ 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 ministériel³².

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

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

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit 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

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 ≤ 12 m² (si 2° alinéa).

³¹ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

³² arrêté non publié à ce jour

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

a) 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.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

b) 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.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

5. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

6. Les compétences en matière de publicité extérieure

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) et en fonction du type de dispositifs en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous :

	Infractions au Code de l'environnement	Infractions au RLP
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai	Délai de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai	Délai de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

II. Diagnostic du parc d'affichage

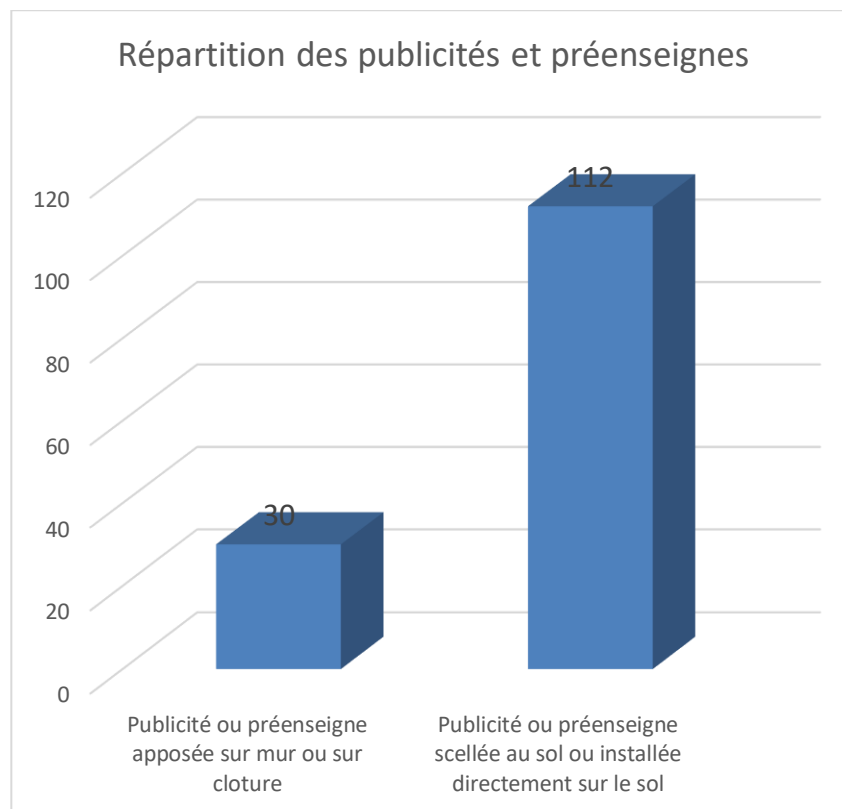
Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs supportant des publicités, enseignes et préenseignes. A ce titre, un recensement exhaustif des publicités et préenseignes situées à Lanester a été effectué en juillet 2019. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse de ce relevé a permis d'identifier les éventuels dispositifs en infraction, de localiser les lieux d'implantation des dispositifs, de prendre en compte leurs dimensions, leurs caractéristiques afin de repérer les situations qui porteraient atteintes au cadre de vie des Lanestérien et à l'environnement. Ce relevé permet donc d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

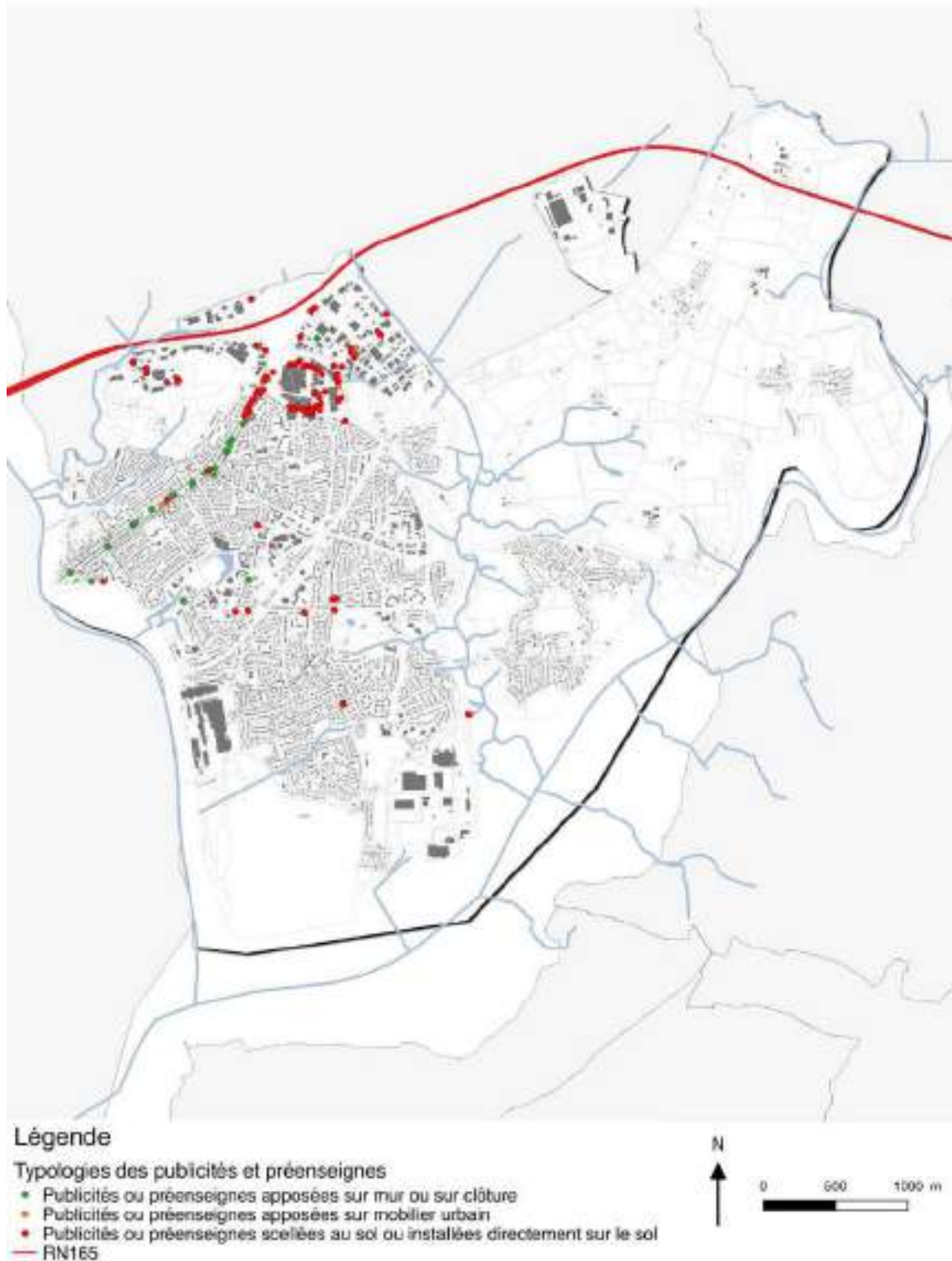
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à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

Sur le territoire communal, les publicités et préenseignes (hors mobilier urbain) sont présentes sous 2 formes distinctes :



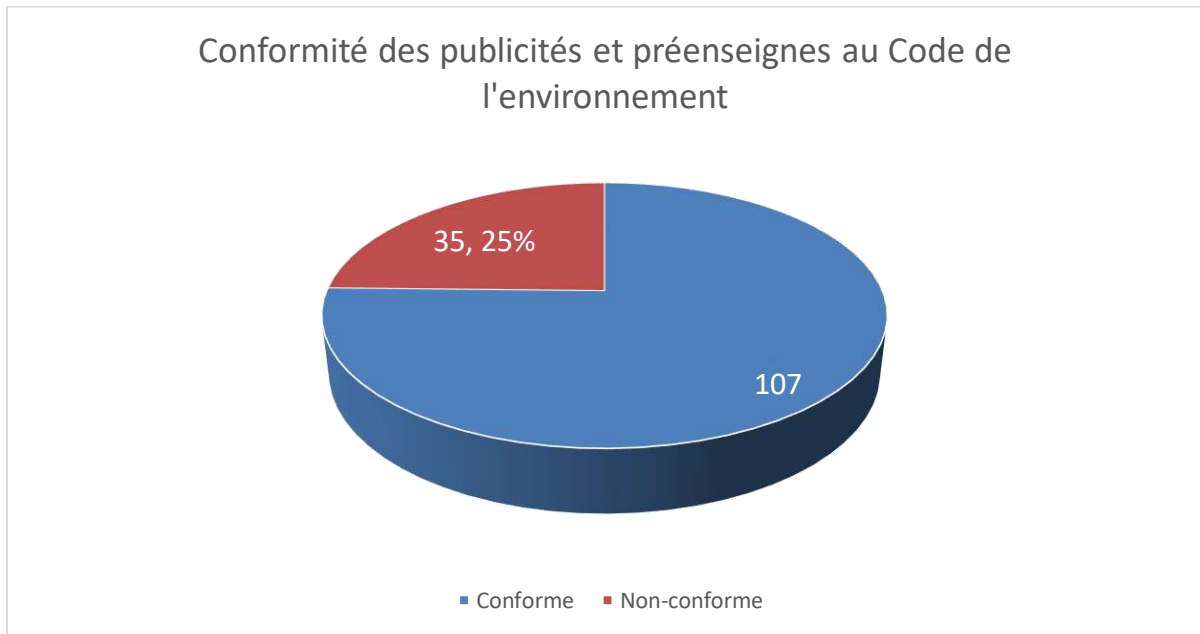
Au total, 142 publicités et préenseignes (hors mobilier urbain) ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total environ 1 150 m² de surface d'affichage.

Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de Lanester



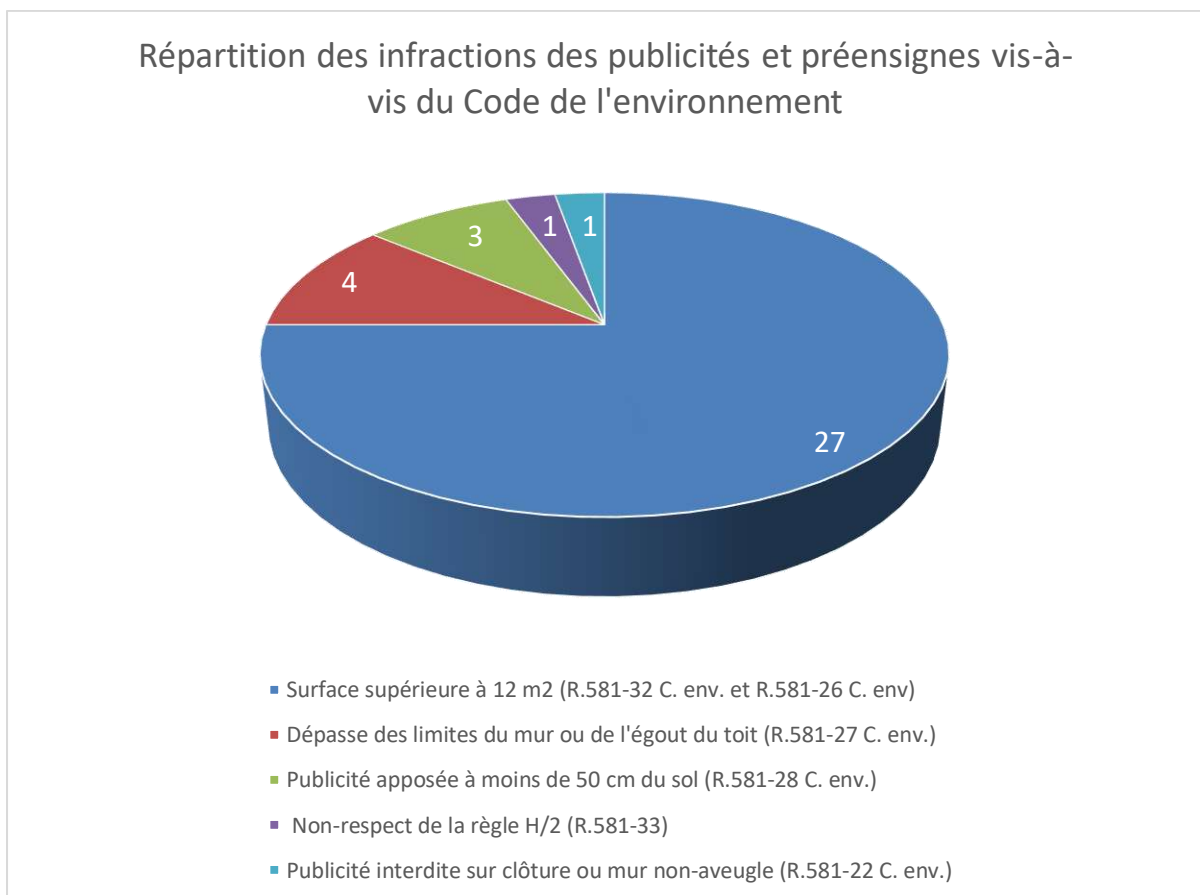
Les dispositifs publicitaires sont principalement implantés sur les zones d'activités de Kerpont, de Manebos, aux abords du centre commercial Géant Casino et sur la D724, traversant la commune d'est en ouest et permettant l'accès à la ville limitrophe de Lorient.

Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement



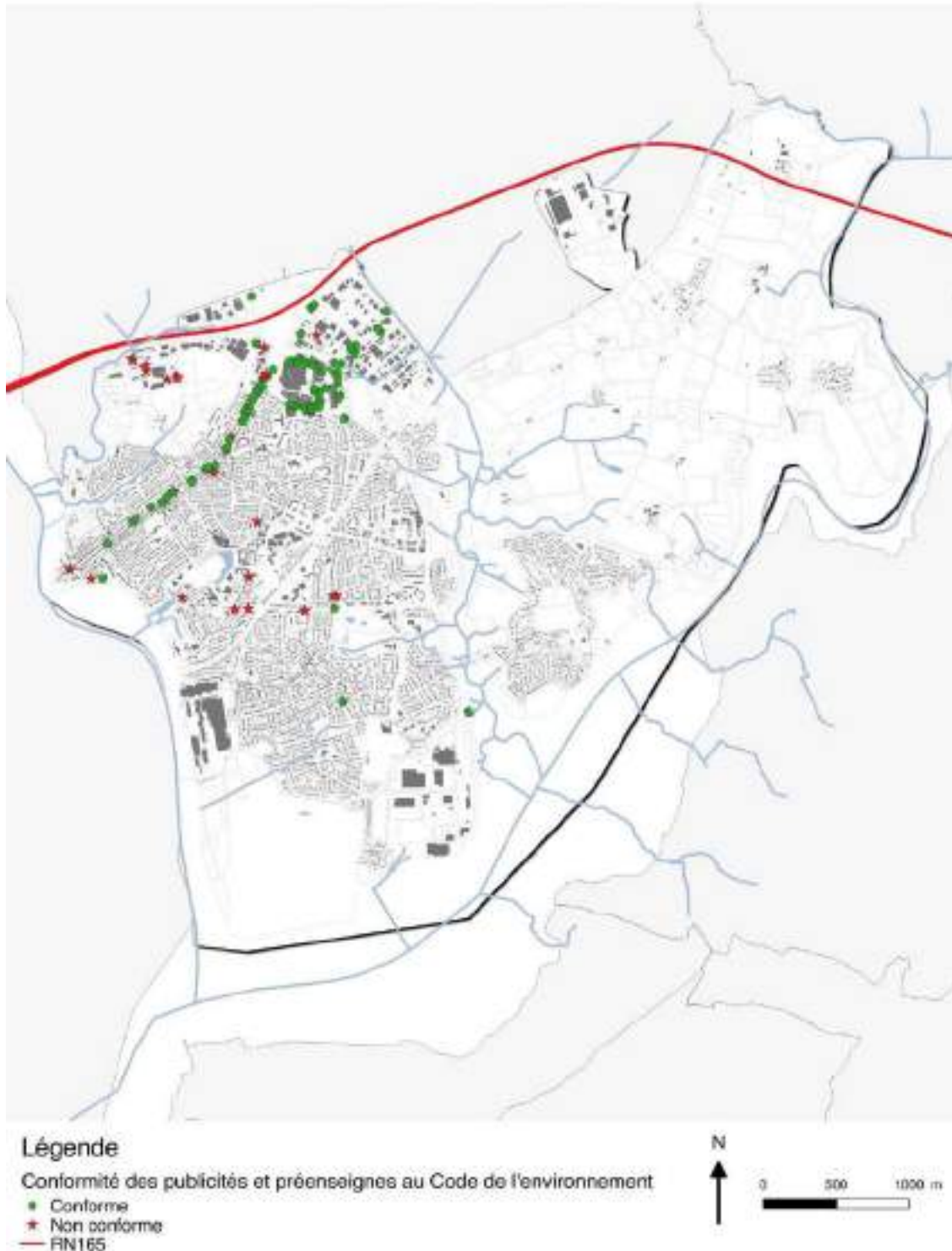
On constate 35 dispositifs non conformes au Code de l'environnement, ce qui représente 25% des publicités et préenseignes de Lanester. Une de ces publicités fait l'objet d'une double infraction. On relève donc 35 infractions pour 36 dispositifs en non conformes.

Ces infractions sont réparties de la manière suivante :



La majorité des infractions (75%) repose sur des publicités dont le format excède 12 m² (27 dispositifs). On relève également quelques dispositifs apposés sur mur dépassant des limites de l'égout du toit (4), des publicités installées à moins de 50 cm du sol (3), un dispositif non-conforme à la règle de prospect³³ et un dispositif installé sur une clôture non-aveugle.

Localisation des dispositifs publicitaires en infraction sur la commune de Lanester



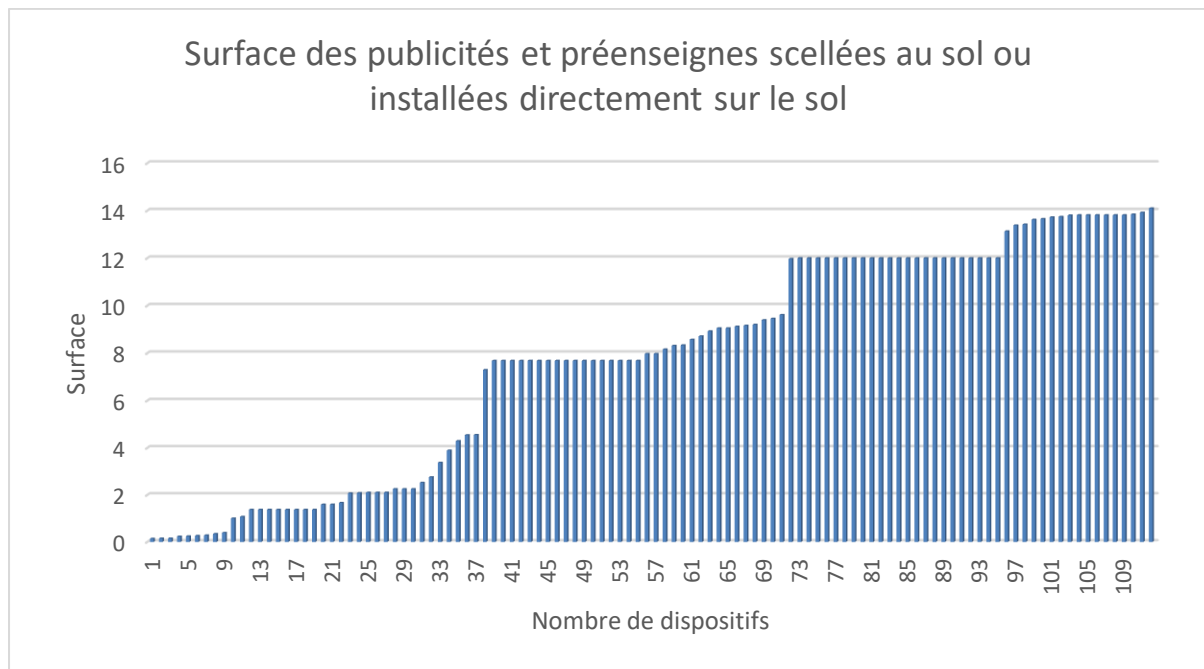
³³ Article R581-33 du code de l'environnement.

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (80 % des dispositifs de la commune).



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sur 2 pieds et monopieds, Lanester, juillet 2019.



On remarque que 51 % des dispositifs ont une surface comprise entre 8 et plus de 12 m². Le format de 12 m² correspond au maximum autorisé par le RLP de 1995 de Lanester mais aussi le maximum autorisé par le Code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II ». Enfin, sur les dispositifs restants, 29 % n'excèdent pas 3 m².

Répartition des dispositifs par tranche

TOTAL	Dispositifs de plus de 12 m ²	Dispositifs entre 12 et 8 m ²	Dispositifs entre 8 et 3 m ²	Dispositifs de moins de 3 m ²
112	17	40	23	32



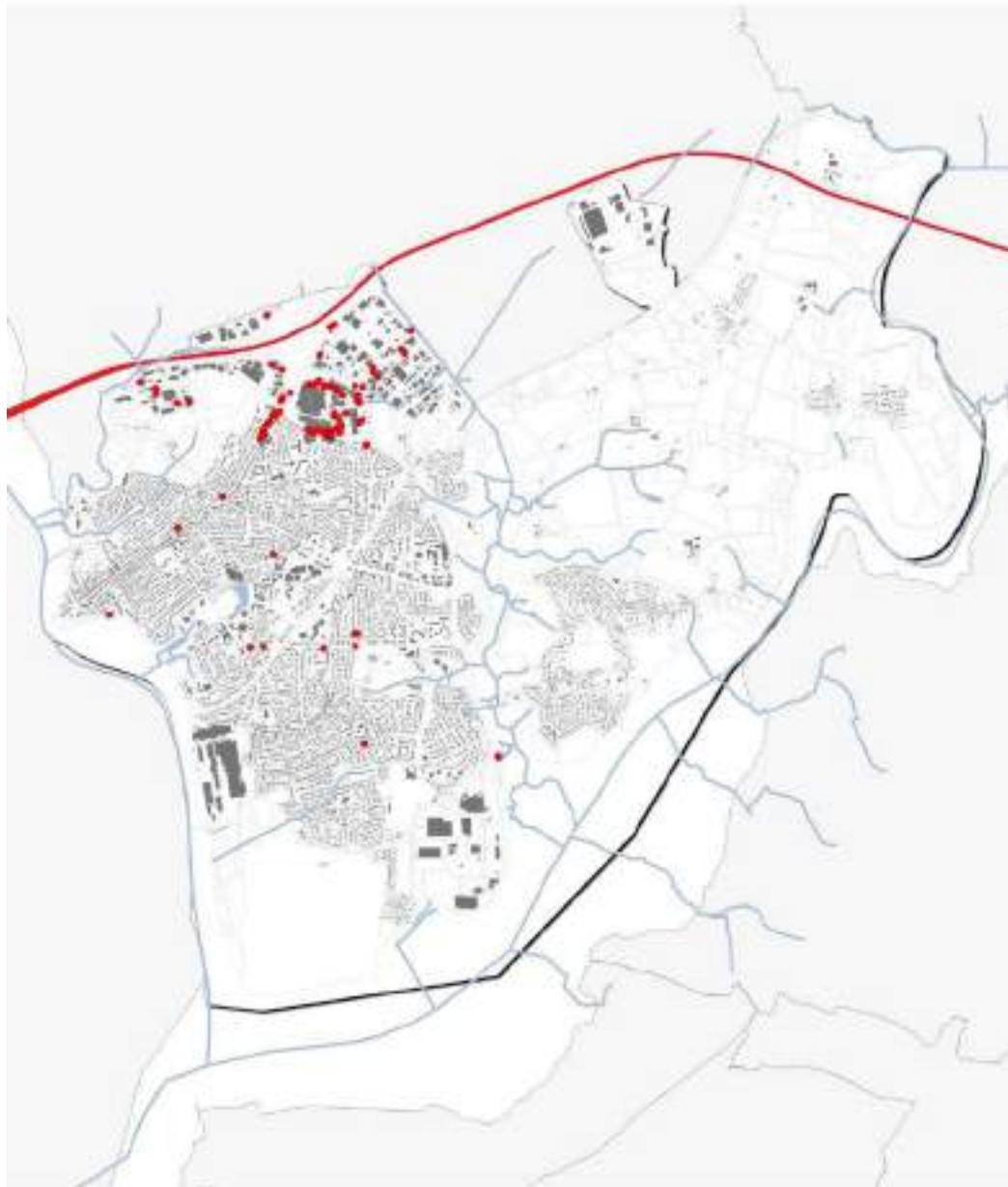
Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol de moyen format entre 4 et 8 m², Lanester, juillet 2019.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol de grand format entre 8 et 12 m², Lanester, juillet 2019.

Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont utilisés principalement dans les zones d'activités et sur la D724 permettant la desserte de la ville limitrophe de Lorient. Cette concentration s'explique notamment parce que le RLP de 1995 permettait la présence de 39 faces (maximum) de publicité sur la zone commerciale de Kerrous.

Localisation des publicités et préenseignes scellés au sol ou installées directement sur le sol sur la commune de Lanester



Légende

Typologies des publicités et préenseignes

- Publicités ou préenseignes scellés au sol ou installées directement sur le sol

— RN165

N



0 500 1000 m

Le futur RLP pourra donc préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme dans l'agglomération secondaire, les quartiers et zones pavillonnaires etc. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Malgré une réglementation globalement respectée, ces dispositifs sont impactés par des infractions telles que : des publicités excédant la surface maximale fixées par le Code de l'environnement et la réglementation locale (17 dispositifs), une publicité ne respectant pas la règle dite « H/2 » c'est-à-dire l'installation d'une publicité trop proche d'une limite séparative de propriété et une publicité installée à moins de 50 cm du sol.



Publicité scellée au sol ne respectant par la règle dite H/2 et publicité de plus de 12 m², Lanester, juillet 2019.

Les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol sont donc principalement leur format et leur densité. Les règles de densité issues du RLP de ne sont plus adaptées à la réglementation nationale ni aux nouveaux enjeux du territoire, émergés durant la dernière décennie. En effet, il est impératif de mettre en place une règle de densité qui permette d'éviter la surenchère de dispositif publicitaire.

Enfin, il existe beaucoup de dispositifs publicitaires de très grand format (12 m² ou plus) sur le territoire. Le RLP pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants. Beaucoup de collectivités instaurent une limitation de surface à 8 m². Une suppression de ces supports dans certains secteurs est également envisageable.



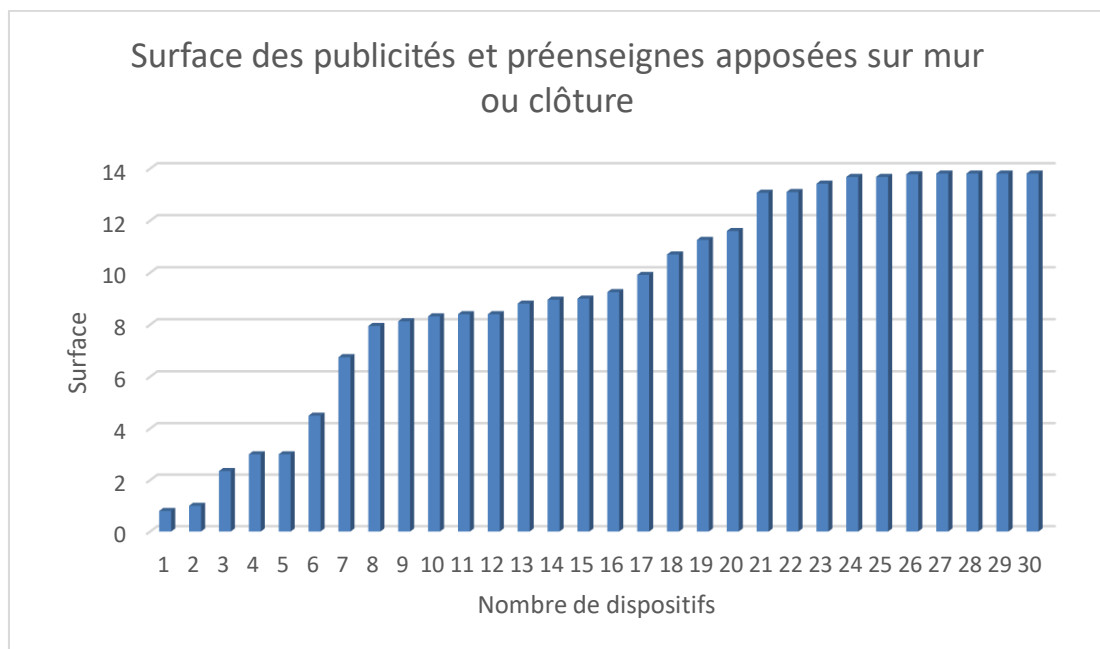
Cumul de dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol de grand format avec un impact important sur les perspectives paysagères, Lanester, juillet 2019.

La publicité apposée sur un mur ou une clôture :

Les publicités apposées sur mur ou clôture représentent 20% des dispositifs publicitaires relevés sur Lanester.



Publicités apposées sur mur aveugle, Lanester, juillet 2019.



TOTAL	Dispositifs de plus de 12 m ²	Dispositifs entre 12 et 8 m ²	Dispositifs de moins de 7 m ²
30	10	13	7

On remarque que 43 % des dispositifs ont une surface comprise entre 8 et 12 m². Le format de 12 m² correspond au maximum autorisé par le RLP de 1995 de Lanester mais aussi le maximum autorisé par le Code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II ». Enfin, sur les dispositifs restants 34 % excèdent 12 m² et 23 % ont un format inférieur à 7 m².

Plusieurs dispositifs apposés sur mur ont des formats « *atypiques* » de par leur forme ou leur taille.



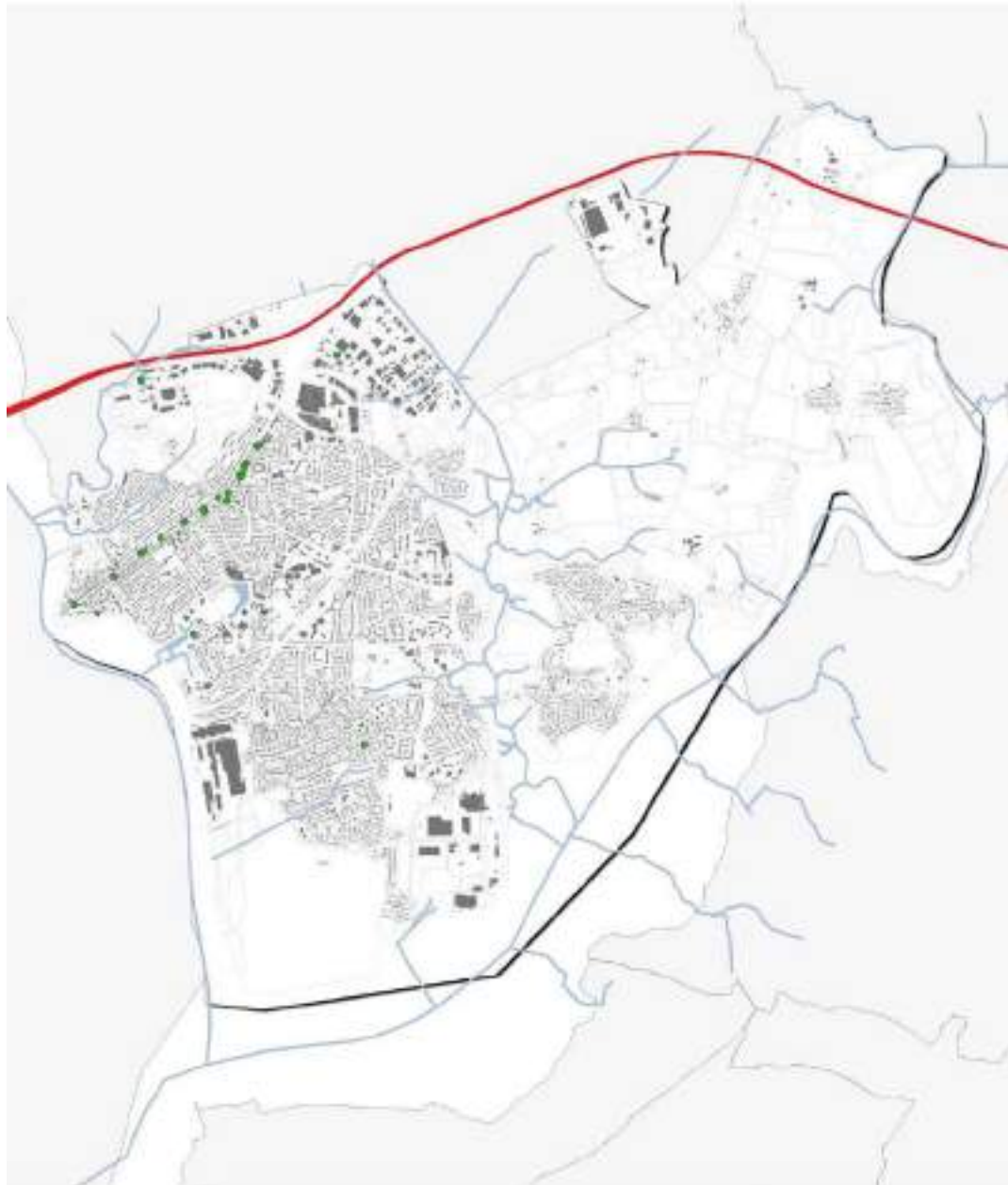
Publicités apposées sur mur de formes et tailles différentes, Lanester, juillet 2019.



Publicité apposée sur mur de de type « *cinéma* », Lanester, juillet 2019.

Les publicités apposées sur mur ou clôture sont principalement implantées sur la D724 permettant la desserte de la ville limitrophe de Lorient. Cette concentration s'explique notamment parce que le RLP de 1995 permettait l'implantation de 2 dispositifs sur murs d'habitation aveugles (6 dispositifs maximum par propriété) et par l'attractivité de cet axe majeur du territoire. Par ailleurs les caractéristiques urbaines (unités foncières moins importantes, présence d'habitations et de pignons aveugles, etc.) font de cet axe un endroit plus adapté à l'implantation des publicités apposées sur mur ou clôture.

Localisation des publicités et préenseignes apposées sur mur ou clôture sur la commune de Lanester



Légende

Typologies des publicités et préenseignes

- Publicités ou préenseignes apposées sur mur ou sur clôture
- RN165



Les publicités sur mur ou clôture sont principalement impactées par les infractions liées à des dispositifs installés à moins de 50 cm du sol, dépassant des limites de l'égout du toit ou installés sur des clôtures ou murs non-aveugles. Ces dernières sont généralement des publicités « sauvages » posées sans autorisation, parfois temporairement, souvent oubliées, et servant principalement de préenseignes pour guider les usagers vers une activité déterminée. On ne rencontre qu'une seule publicité de ce type sur la commune de Lanester. On relève également certaines publicités dont la surface excède 12 m².



Publicité apposée sur mur dépassant des limites de l'égout du toit et publicité installée sur clôture non-aveugle, Lanester, Juillet 2019.



Publicités apposées sur clôture et installées à moins de 50 cm du sol, Lanester, Juillet 2019.

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont principalement, comme pour les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, la densité et le format. En effet, le RLP de 1995 autorise les publicités sur murs aveugle d'habitation dans la limite de 2 par mur et 6 par propriété. Il est donc très fréquent de voir des dispositifs apposés sur le même mur aveugle. Cette densité a un impact non négligeable sur les perspectives paysagères notamment sur l'axe de la D724, constituant l'une des entrées de ville principale de la commune.



Publicités apposées sur mur installées sur 2 propriétés contiguës avec un fort impact visuel, Lanester, juillet 2019.



Cumul de publicité sur le même mur aveugle avec un format parfois important (photo de gauche) et impliquant un fort impact sur le cadre de vie et sur l'entrée de ville, Lanester, juillet 2019.

Comme pour les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, les règles de densité issues du RLP ne sont plus adaptées à la réglementation nationale ni aux nouveaux enjeux du territoire, émergés durant la dernière décennie. Il est possible d'instituer une règle de densité applicable indifféremment aux publicités scellées au sol et apposées sur mur pour simplifier et harmoniser le traitement de ces 2 catégories de dispositifs.

Par ailleurs aucune publicité apposée sur clôture aveugle n'a été relevé. A ce titre, le futur RLP pourra entériner cet état de fait en mettant en place une règle spécifique pour ce type de publicité.

La publicité apposée sur mobilier urbain (cette dernière se décompose en 5 sous-catégories) :

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories mais seulement deux sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain sont présentes sur Lanester, à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m².
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés communément « *sucette* ». Environ 40 dispositifs de ce type sont implantés sur le territoire communal.



Abris destinés au public supportant de la publicité et publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, Lanester, juillet 2019.

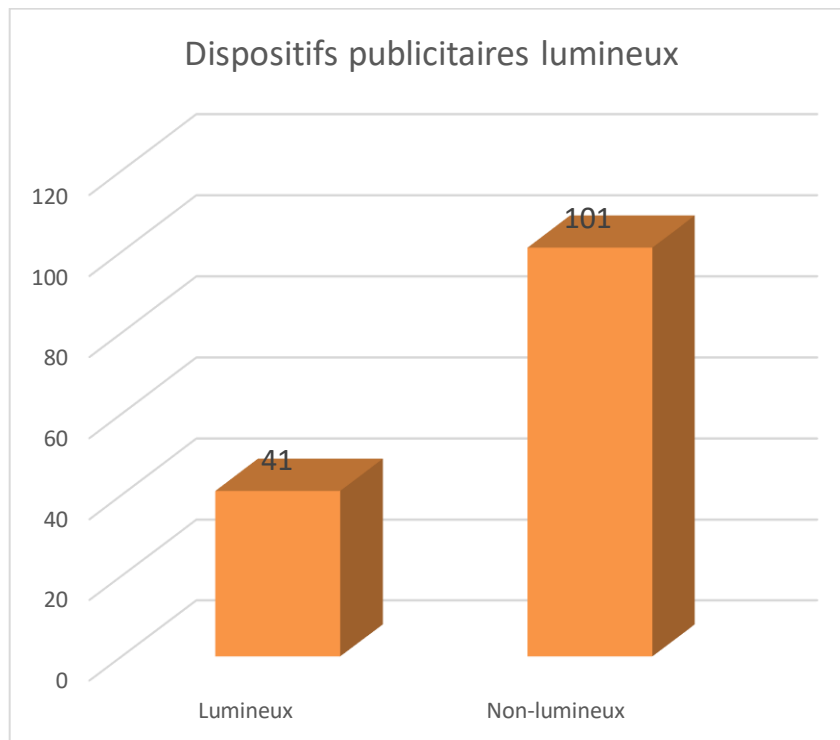


Les publicités supportées par les mobiliers sont de petit format (2 m²). Cependant, certaines publicités apposées sur mobiliers urbains de type « *sucette* » peuvent atteindre un format maximal de 12 m². Ce n'est actuellement pas le cas sur la ville de Lanester, la future RLP pourra donc privilégier l'implantation de dispositifs de petit format (maintien du 2 m²).

La place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal devra être traitée de manière spécifique dans la future réglementation locale. En effet, ce type de publicité occupe une place importante dans le paysage urbain.

La publicité lumineuse :

La publicité lumineuse représente 30% des dispositifs publicitaires (hors mobilier urbain) sur la commune de Lanester.



La publicité lumineuse est présente sous la forme de dispositifs lumineux éclairés par projection ou par transparence. Ces publicités sont soumises aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.



Publicités lumineuses éclairées par projection, Lanester, juillet 2019.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol éclairée par transparence, Lanester, juillet 2019.

Le recensement a également mis en évidence la présence de quelques de dispositifs publicitaires numériques (format 8 m² – maximum prévue par la réglementation nationale). Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Le RLP de Lanester ne pose actuellement aucune règle concernant ces dispositifs particuliers, ils sont donc encadrés dans les conditions fixées par le Code de l'environnement.



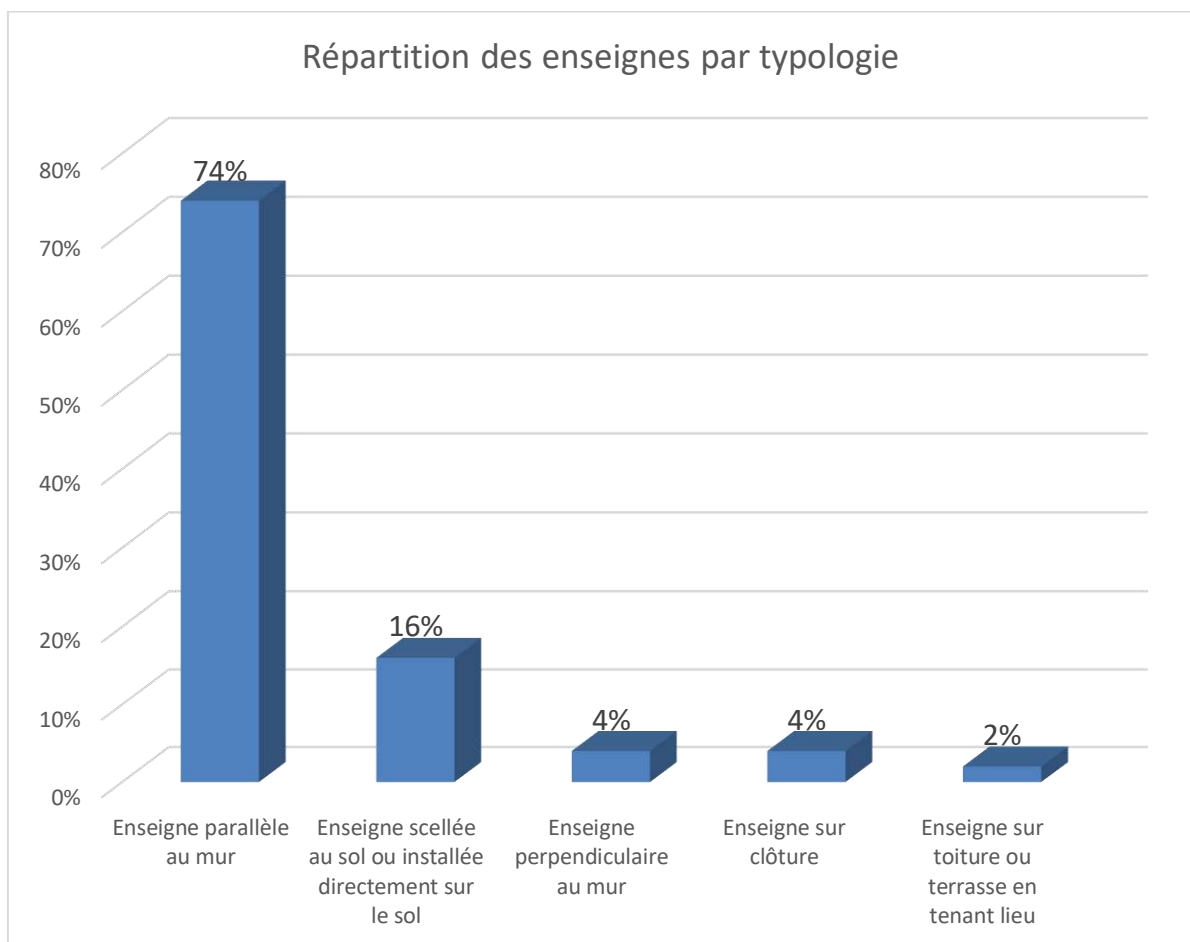
Dispositifs publicitaires numériques scellés au sol ou installés directement sur le sol de grand format (8 m²), Lanester, juillet 2019.

2. Les caractéristiques des enseignes

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.

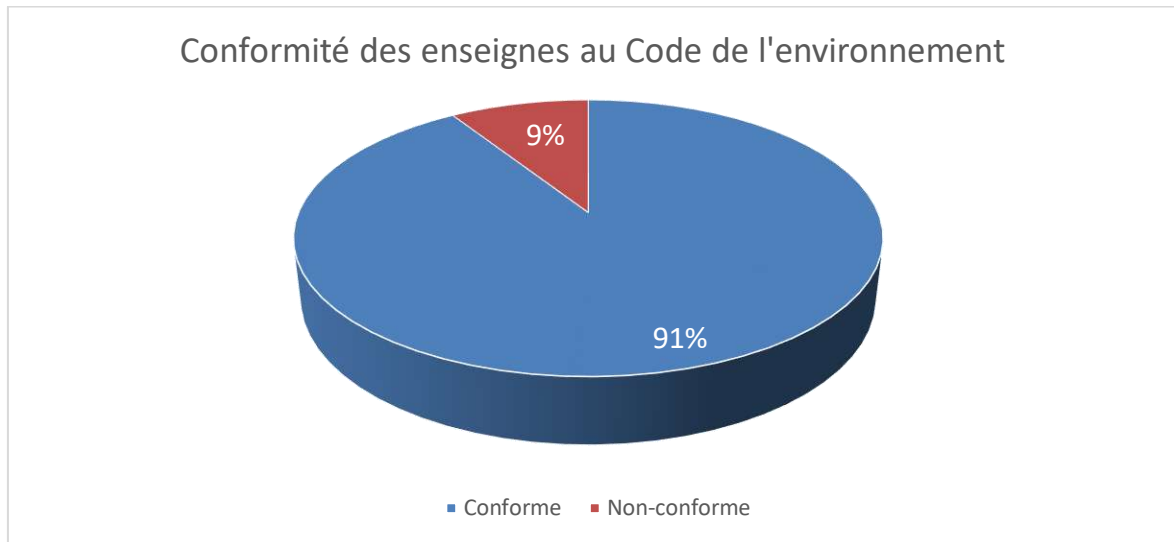
Dans un premier temps nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présente sur le territoire communal de Lanester. Puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

Quatre grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal (les enseignes parallèles et sur clôture seront traitées conjointement) réparties de la manière suivante :

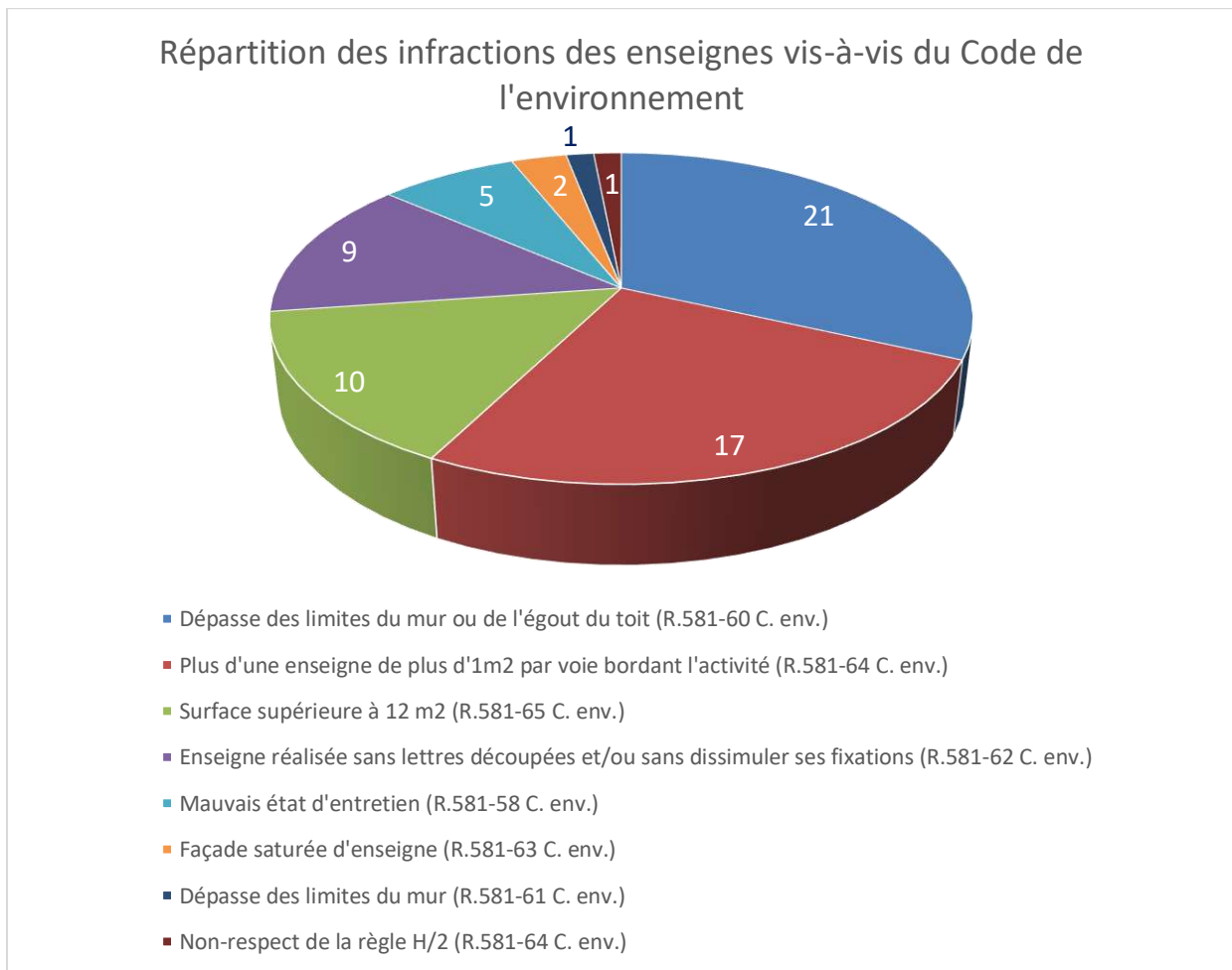


Plus de 700 enseignes ont été relevées sur le territoire communal. Ce relevé non-exhaustif a permis de dresser un état des lieux des enseignes sur le territoire de Lanester.

Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 64 dispositifs sont non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 9% des enseignes de Lanester. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On relève donc 64 dispositifs non-conformes pour 69 infractions. Ces dernières sont réparties de la manière suivante (graphique ci-après) :

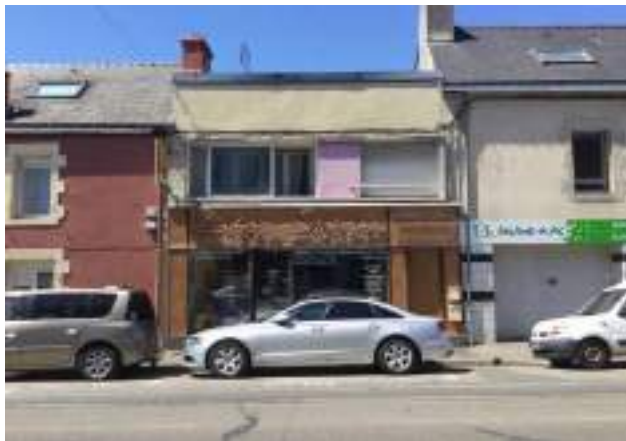


L'enseigne parallèle au mur :

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ce type d'enseigne représente 74% des enseignes relevées à Lanester et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Enseignes parallèles au mur bien intégrées au bâtiment sur lequel elles sont installées, Lanester, juillet 2019.



Enseignes réalisées en lettres découpées, Lanester, juillet 2019.



Enseigne parallèle au mur de type vitrophanie et enseigne de type « bandeau », Lanester, juillet 2019.

Sont traitées dans le même temps que les enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Généralement de petite taille, elles viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.



Enseigne parallèle au mur ne mettant pas en valeur l'architecture du bâtiment sur lequel elle est installée, Lanester, juillet 2019.



Enseigne sur auvent/marquise en lettres découpées, Lanester, juillet 2019.

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 (ne pas dépasser les limites du mur ou de l'égout du toit) et sa surface (respect de la proportion par rapport à la surface de la façade).



Façade surchargée d'enseignes et enseigne parallèle au mur en mauvais état d'entretien, Lanester, juillet 2019.



Enseignes parallèles au mur dépassant des limites du mur, Lanester, juillet 2019.



Enseignes parallèles au mur dépassant des limites de l'égout du toit, Lanester, juillet 2019.

Les enseignes sur clôture (en particulier sur clôture non aveugle) ne représentent que 4% des enseignes de Lanester. Ce type d'enseigne est plus présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau nationale. A ce titre, elles sont traitées dans la partie dédiée aux enseignes parallèles au mur. Pour autant leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface peut être particulièrement important.



Enseigne sur clôture non-aveugle, Lanester, juillet 2019.



Cumul d'enseignes sur clôture non-aveugle entravant la bonne visibilité des activités présentes et impactant fortement le cadre urbain, Lanester, juillet 2019.

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue (16%). Elles sont particulièrement présentes sur les zones d'activités économiques de la commune et participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre et 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 de 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 ».



Enseigne scellée au sol de type « mât » et enseignes scellées au sol de type « drapeaux », Lanester, juillet 2019.



Enseigne scellée au sol de type « panneau » et enseigne scellée au sol de type « totem », Lanester, juillet 2019.

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. Une seule enseigne scellée au sol ne respecte pas l'implantation à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (H/2). Enfin, plusieurs enseignes de ce type ont un format supérieur à 12 m², format maximum posé par le Code de l'environnement.



Enseignes de plus d'1m² scellées au sol ou installée directement sur le sol en surnombre par rapport à la voie bordant l'activité, Lanester, juillet 2019.



Enseignes de plus d'1 m² scellées au sol ou installée directement sur le sol en surnombre par rapport à la voie bordant l'activité et dont le format excède 12 m², Lanester, juillet 2019.



Enseignes de plus d'1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol dont le format excède 12 m², Lanester, juillet 2019.

L'enseigne perpendiculaire au mur :

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 4% des enseignes du territoire et disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.



Enseignes perpendiculaires au mur « carrées » et « allongées », Lanester, juillet 2019.



Enseignes perpendiculaires au mur avec une saillie importante et enseigne perpendiculaire au mur en fer forgé, Lanester, juillet 2019.

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 du centre-ville.



Enseigne perpendiculaire au mur dépassant des limites du mur, Lanester, juillet 2019.



Cumul d'enseignes perpendiculaires par activités, Lanester, juillet 2019.

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu :

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu ne compte que pour 2% du total des enseignes relevées. 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.



Enseignes sur toiture conforme au Code de l'environnement, Lanester, juillet 2019.

Ces enseignes sur toiture sont souvent visibles de très loin fermant parfois des perspectives alors que bien souvent elles pourraient être apposées en façade sans avoir un impact paysager trop dommageable. Une réflexion pourra être menée pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le territoire. On note que près de la moitié des enseignes sur toiture relevées sont réalisées sans lettres découpées ou avec des fixations non dissimulées.



Enseigne sur toiture ne masquant pas ses fixations (photo à gauche) et enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées (photo à droite), Lanester, juillet 2019.

L'enseigne lumineuse :

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 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 néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.



Enseigne lumineuse éclairée par transparence, Lanester, juillet 2019.

Aucune enseigne numérique n'a été relevée sur le territoire communal excepté les enseignes numériques des services d'urgences et pharmacie comme les croix de pharmacie. Il s'agit donc d'enseigne 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.



Enseigne perpendiculaire (croix de pharmacie) numérique, Lanester, juillet 2019.

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

1. Les objectifs

Par une délibération en date du 20 septembre 2018, la commune de Lanester a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- Préserver la qualité et le cadre de vie des Lanestériens sur l'ensemble du territoire communal ;
- Préserver l'image du centre-ville ;
- Améliorer la qualité visuelle des axes structurants du territoire et ce, afin de préserver les entrées de ville.

2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la commune de Lanester a retenu les orientations suivantes :

- Orientation 1 : Préserver les secteurs peu touchés par la pression publicitaires, comme le centre-ville, les quartiers résidentielles et pavillonnaires ou encore l'agglomération secondaire de Lanester ;
- Orientation 2 : Encadrer les dispositifs publicitaires en maîtrisant leur format et en mettant en place une règle de densité plus adaptées au territoire de Lanester et notamment en zones d'activités et sur la D724 ;
- Orientation 3 : Maintenir l'état actuel du territoire communal en matière de publicité apposée sur mobilier urbain notamment en proposant des formats d'affichage plus restreints que la réglementation nationale ;
- Orientation 4 : Réglementer les dispositifs lumineux et notamment numérique en instituant une plage d'extinction nocturne et une réduction des formats pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le paysage urbain ;
- Orientation 5 : Interdire ou encadrer certaines implantations d'enseignes peu qualitatives en matière d'intégration paysagère comme les enseignes sur toiture, les enseignes sur les arbres ou encore les enseignes sur balcon ;
- Orientation 6 : Encadrer l'implantation des enseignes installées en façade d'activités pour privilégier une bonne lisibilité des activités et assurer une meilleure intégration de ces enseignes dans l'environnement ;
- Orientation 7 : Réduire le format et la densité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol impactant fortement le paysage, notamment celles de plus d'1 m² ;
- Orientation 8 : Mettre en place une réglementation dédiée aux enseignes sur clôture pour privilégier une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs.

IV. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage en cohérence avec les caractéristiques et enjeux du territoire de Lanester. Ainsi, une zone de publicité unique (ZPU) a été délimitée.

La zone de publicité unique (ZPU) couvre l'ensemble de l'agglomération de Lanester

Les espaces situés en dehors de l'agglomération de Lanester ne peuvent accueillir aucune publicité ou préenseigne, à l'exception des préenseignes dérogatoires, conformément au Code de l'environnement.

Afin de mettre en valeur son territoire, la commune de Lanester a choisi d'interdire :

- Les publicités et préenseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Les publicités et préenseignes apposées sur clôture ;
- Les bâches publicitaires y compris les bâche de chantier.

Cette réglementation locale permet de tenir compte de l'absence de publicités ou préenseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu, apposées sur clôture ou encore de bâches publicitaires. Cette règle entérine donc un état de fait et permet de maintenir la qualité du territoire vis-à-vis de ces différents types de supports publicitaires.

Par ailleurs, l'interdiction des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol permet à la ville de Lanester d'avoir un RLP en cohérence avec le PLU et ses différentes OAP. En effet, le PLU fait apparaître une nécessité de l'aménagement du territoire et notamment des zones d'activités pour permettre une meilleure lecture des enseignes et publicité présentes sur la commune. En effet, l'entrée de ville par la RN165, les zones d'activités la bordant ainsi que la départementale 724 concentrent la pression publicitaire et dégradent la perception du territoire. La volonté de la ville est donc d'appliquer la réglementation des agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. L'objectif de ces règles est une protection renforcée pour rendre plus qualitatives et attractives les entrées de ville de la commune. Par ailleurs, cette réglementation permet également de préserver les quartiers d'habitat et les secteurs pavillonnaires en préservant ces espaces de l'installation de publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol pour maintenir le cadre de vie de qualité des lanestériens et lanestériennes.

A ce titre, seule la publicité apposée sur mur est autorisée sur l'ensemble de la ZPU et dans la limite de 8 m² d'affiche et 10,5 m² « hors tout » (encadrement compris) et 6 mètres de hauteur au sol. Pour atténuer l'impact de ces dispositifs publicitaires, la collectivité a également mis en place des dispositions esthétiques :

- Pour les publicités apposées sur mur ou clôture, il s'agit d'interdire les implantations à moins de 0,5 m des arêtes de ce mur ou de cette clôture ;

Outre ces prescriptions, la commune a décidé de renforcer la règle de densité applicable sur cette zone de publicité. A ce titre, une seule publicité est autorisée dès lors que l'unité foncière dispose d'un linéaire supérieur ou égal à 10 mètres. L'objectif de cette règle est de limiter l'implantation et la surenchère de dispositif publicitaire principalement sur l'avenue Ambroise Croizat et la rue Jean Jaurès qui concentrent la majorité de la pression publicitaire liée aux publicités apposées sur mur.

Il convient de préciser qu'un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy³⁴, a également précisé qu'« *il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique* » dans le cadre de l'application de la règle de densité.

La commune a choisi d'autoriser la publicité numérique apposée sur mur dans la limite de 2 m² et de 6 m de hauteur. La publicité numérique est également autorisée sur le mobilier urbain. L'objectif de cette réglementation locale est de minimiser l'impact de ces dispositifs sur le cadre de vie des Lanestériens.

La publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale³⁵ excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. La publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 2 m² d'affiche et 3 m de hauteur sur l'ensemble de la ZPU, qu'elle soit numérique ou non. L'objectif de cette réglementation locale est de tenir compte de la réalité des dispositifs de type mobilier urbain présent sur la commune. En effet, le diagnostic a démontré qu'aucune publicité sur mobilier urbain n'excédait 2 m² d'affiche.

Enfin, l'ensemble des publicités et préenseignes, y compris celles apposées sur le mobilier urbain, est soumis à la plage d'extinction nocturne. Les publicités et préenseignes, sont donc soumises à la plage d'extinction nocturne entre minuit et 6 h 00. Cette règle locale a pour but de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs. Le traitement distinct des différents types de publicité s'explique par la fonction remplie par le mobilier urbain (service public rendu aux habitants du territoire).

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la réglementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement.

³⁴ CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986.

³⁵ Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Dans un souci de cohérence, de simplification (instruction et compréhension du document) et de prise en compte des besoins du territoire, le zonage choisi pour les enseignes, est basé sur le zonage appliqué à la publicité et aux préenseignes. Ainsi, une zone de publicité unique (ZPU) a été délimitée.

La zone de publicité unique (ZPU) couvre l'ensemble de l'agglomération de Lanester

Sur l'ensemble du territoire, la commune a fait le choix d'interdire les enseignes sur :

- Les arbres et les plantations ;
- Les auvents et marquises ;
- Les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;

L'objectif de ces règles est d'interdire l'implantation de dispositifs peu qualitatifs sur la commune et de maintenir l'état actuel du territoire tout en tenant compte des besoins des acteurs économiques locaux.

Sur l'ensemble de la commune, la collectivité a choisi d'encadrer les enseignes parallèles au mur afin que leur implantation soit respectueuse des bâtiments sur lesquelles elles sont installées. L'implantation des enseignes parallèles au mur doit se faire en dessous des limites du plancher du 1^{er} étage pour les activités exercées en rez-de-chaussée. Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par activité. Leur hauteur ne peut excéder 1 m sauf si l'activité s'exerce dans plus de 50% d'un bâtiment. Cette règle locale permet de tenir compte de certaines activités spécifiques comme les hôtels ou restaurants s'exerçant dans la totalité d'un bâtiment. La saillie de ces enseignes est limitée à 0,80 m maximum. L'objectif de ces règles est de bien intégrer ces enseignes aux bâtiments sur lesquels elles sont installées et de privilégier des enseignes qualitatives sur ces espaces.

Les enseignes de plus d'1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 4 m² et 4 m de hauteur. Leur format est porté à 8 m² et 6 m de hauteur dans le cas où plusieurs activités se regroupent sur un seul support. L'objectif est de limiter l'impact de ces dispositifs dans des secteurs peu soumis à la pression publicitaire (espaces à vocation d'habitats) tout en permettant une visibilité suffisante des activités locales notamment en zones d'activités. En effet, les activités présentes disposent d'enseignes de grand format installées en façade de leur activité qui permettent une visibilité suffisante de leur activité. Il s'agit également d'encourager les bonnes pratiques d'ores et déjà visibles sur le territoire de regroupement des activités sur un seul support.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol inférieure ou égale à un mètre carré sont autorisées. Ces enseignes sont limitées à une par voie bordant l'activité et à 1,20 m de hauteur maximum sur l'ensemble du territoire. Cette réglementation a pour but de limiter le nombre de ces enseignes et leur implantation anarchique dans ce secteur, en tenant compte des besoins de signalisation des différentes activités du territoire.

Les enseignes sur clôture ne peuvent être cumulées avec des enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol. Elles sont limitées à 3 m² et sont également limitées en nombre à une par voie bordant l'activité. L'objectif de cette règle est de permettre de

limiter l'impact de ces dispositifs sur leur environnement tout en harmonisant un certain nombre de règles sur l'ensemble du territoire.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre minuit et 6 h 00 pour harmoniser et préserver le paysage nocturne.

Les enseignes numériques sont autorisées dans la limite d'une seule par activité et un format maximum d'1 m².

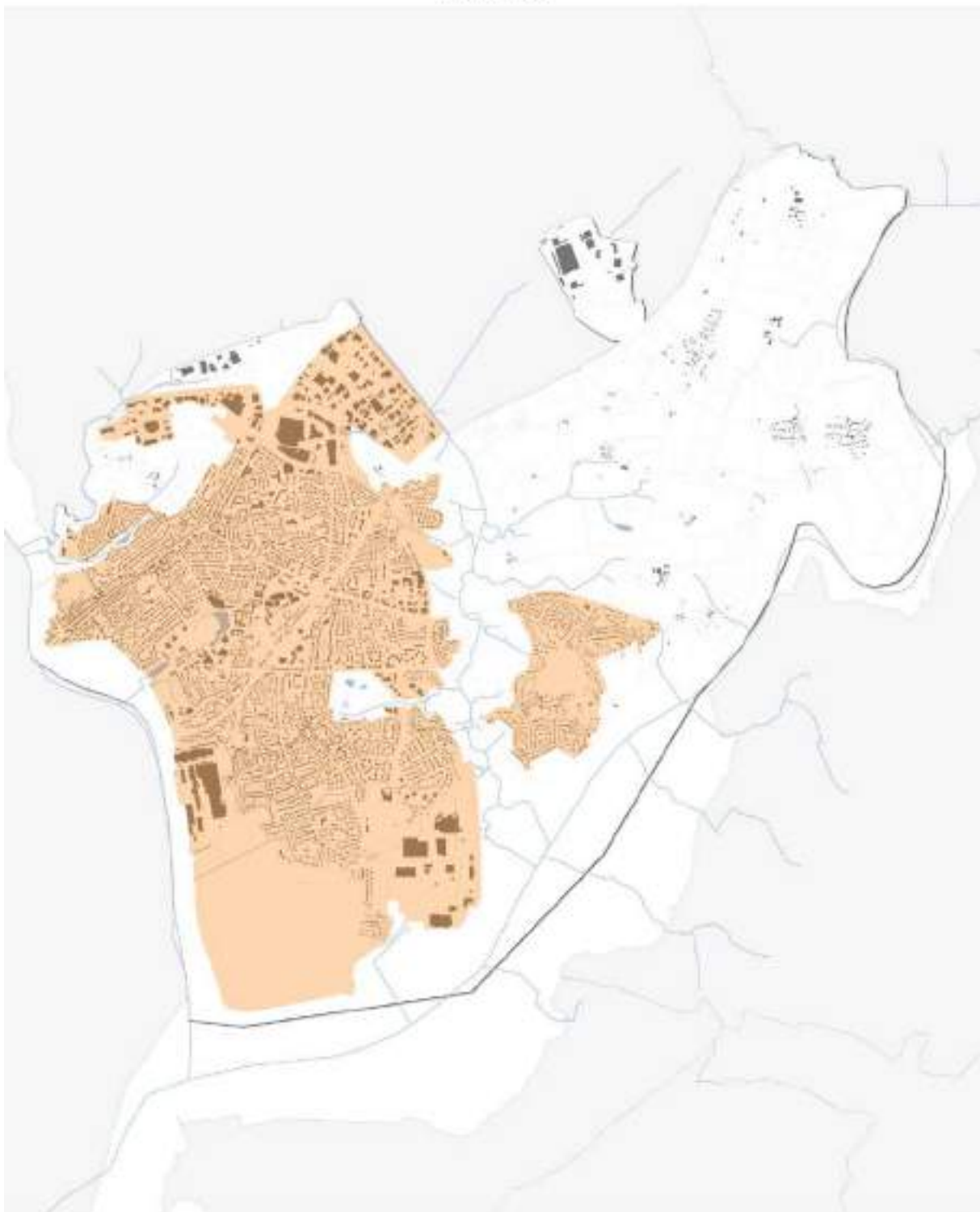
Les enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont autorisées dans la limite d'une seule par activité et leur format ne peut excéder 1 m². Ces enseignes sont soumises à la plage d'extinction nocturne du présent article et ne peuvent être cumulée avec une enseigne numérique.

La commune a également réglementé les enseignes hors agglomération. En effet, les enseignes implantées hors agglomération sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes installées dans la ZPU.

L'ensemble de ces règles a été établi de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous :

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Lanester



Légende

- Zone de publicité unique
- Espaces hors agglomération - Publicités et préenseignes (sauf dérogatoires) interdites (Art. L.581-7 C. env.)

0 500 1000 m

