



- RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ DE GUÉTHARY -

RAPPORT DE PRÉSENTATION

Version soumise à l'approbation _____

- TABLE DES MATIÈRES -

PRÉAMBULE	2	3ÈME PARTIE : LES ORIENTATIONS	31
1ÈRE PARTIE : LES OBJECTIFS.....	4	TITRE 1 ORIENTATIONS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ.....	31
2ÈME PARTIE : LE DIAGNOSTIC.....	5	TITRE 2 ORIENTATIONS EN MATIÈRE D'ENSEIGNE	31
TITRE 1 ANALYSE URBAINE ET PAYSAGÈRE.....	5	4ÈME PARTIE : L'EXPLICATION DES CHOIX	32
1.1. Présentation.....	5	TITRE 1 EXPLICATION DU CHOIX DE ZONAGE.....	32
1.2. Le patrimoine naturel et architectural	7	TITRE 2 EXPLICATION DU CHOIX DES RÈGLES	32
TITRE 2 ANALYSE DES DISPOSITIONS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ EXTÉRIEURE APPLICABLES À GUÉTHARY	9	2.1. Explication du choix des règles applicables à la publicité	32
2.1. Quelques éléments déterminants	10	2.2. Explication du choix des règles applicables aux enseignes.....	33
2.2. Le régime applicable à la publicité et aux enseignes.	12		
2.3. Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation	22		
TITRE 3 LA SITUATION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE À GUÉTHARY	23		
3.1. La situation de la publicité	23		
3.2. La situation des enseignes	25		

- PRÉAMBULE -

➔ L'objet d'un règlement local de publicité

Un règlement local de publicité (RLP) est un document de planification qui régit la publicité, les enseignes et les préenseignes visibles des voies ouvertes à la circulation publique. Poursuivant un objectif de protection du cadre de vie (article L.581-2 du code de l'environnement), il permet notamment d'embellir les entrées de ville et de préserver l'architecture et les paysages urbains ou naturels, remarquables ou ordinaires tout en garantissant la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie.

Il est élaboré par les établissements publics de coopération intercommunale ou à défaut par les communes à partir d'une réglementation nationale qu'il vise à renforcer et adapter aux spécificités du territoire concerné.

➔ Les évolutions législatives récentes

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement national pour l'environnement (dite loi Grenelle II) a renforcé le droit applicable en la matière qui n'avait pas connu de toilettage majeur depuis la loi du 29 décembre 1979. La loi a notamment entraîné :

- la réduction des surfaces maximales des dispositifs publicitaires ;
- la limitation de la surface cumulée des enseignes murales ou en toiture ;
- l'institution d'une règle nationale de densité pour les publicités ;
- la suppression d'une grande partie des préenseignes dérogatoires ;
- Un encadrement des dispositifs publicitaires numériques.

Cette loi a également établi une nouvelle répartition du pouvoir de police et de l'instruction, qui tient compte de l'existence, ou non, d'un RLP. Les sanctions ont été alourdies et davantage de dispositifs sont désormais soumis à autorisation préalable.

➔ Présentation formelle d'un RLP

Conformément à l'article R.581-72 du code de l'environnement, un RLP est au moins composé :

- d'un rapport de présentation ;
- d'une partie réglementaire accompagnée de documents graphiques ;
- d'annexes (arrêté délimitant l'agglomération et document graphique afférent).

Le rapport de présentation, selon l'article R.581-73 du code de l'environnement, s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

3

Le présent document constitue le rapport de présentation du RLP de Guéthary. Il se compose de quatre parties. La première partie présente les objectifs de la commune ; la deuxième fait le diagnostic de la situation de la publicité sur le territoire de la commune ; la troisième établit les orientations du règlement au vu du diagnostic et des objectifs et la quatrième est une explication des choix des dispositions réglementaires et du zonage du règlement. Dans la mesure où le RLP est annexé au PLU, il convient de se reporter à son rapport de présentation afin d'y trouver une analyse paysagère et urbaine de la commune.

- 1ÈRE PARTIE : LES OBJECTIFS -

➡ Le contexte local

4

La commune de Guéthary dispose d'un règlement de publicité qui a été approuvé le 12 avril 1988. Celui-ci a donné de bons résultats ainsi qu'on le verra dans la 2ème partie. Il sera à cet égard loisible d'y faire référence pour mettre en perspective la situation de la publicité et des enseignes sur la commune. Mais ce règlement ne peut demeurer. En effet, l'article L.581-14-3 du code de l'environnement prévoit que les règlements de publicité en vigueur le 13 juillet 2010 demeurent valables jusqu'à leur révision (ou modification) et pour une durée maximale de dix ans à compter de cette date, soit le 13 juillet 2020. Passé cette date, ils seront frappés de caducité.

C'est la raison pour laquelle, par délibération n°16 du 3 mars 2014, le conseil municipal de Guéthary a prescrit la révision de son RLP. Les objectifs définis par la commune étaient les suivants :

1. mettre un terme à l'inadaptation du règlement actuel compte tenu de l'évolution de la commune ;

2. tenir compte de l'évolution de la législation actuelle sur la publicité avec la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 dite « Grenelle II » portant engagement national pour l'environnement, et le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes.

- 2ÈME PARTIE : LE DIAGNOSTIC -

➔ Les objectifs du diagnostic

Pour comprendre la situation de la publicité extérieure sur le territoire d'étude (Titre 2), le diagnostic comporte un titre analysant les dispositions en matière de publicité extérieure applicable sur la commune (Titre 1). Le RLP étant annexé au PLU, le présent rapport de présentation ne comporte pas d'analyse paysagère et urbaine de la commune. Seuls figureront les éléments pertinents du point de vue du droit de la publicité extérieure.

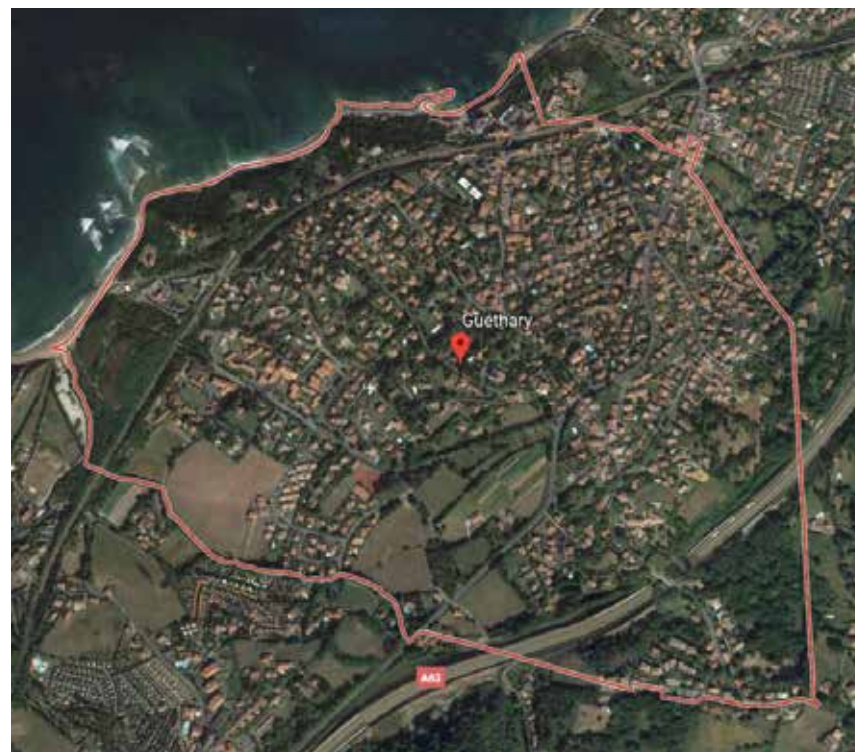
5

TITRE 1 ANALYSE URBAINE ET PAYSAGÈRE

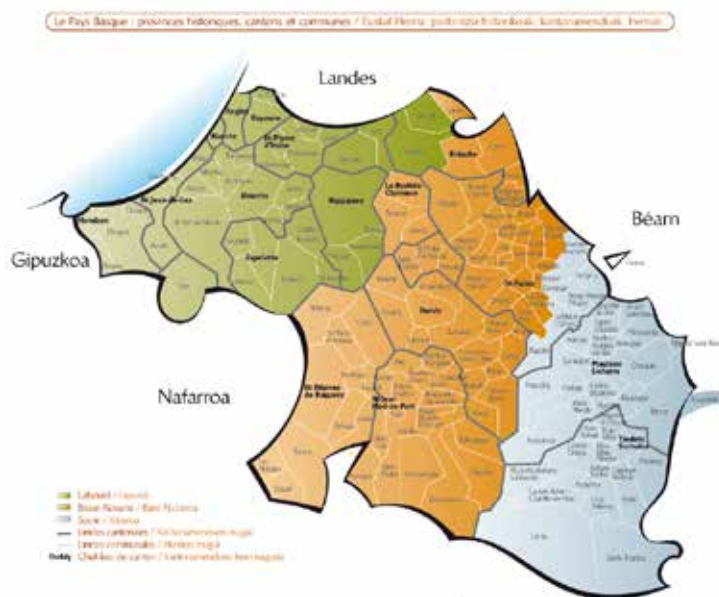
1.1. Présentation

Guéthary se situe à l'ouest du département des Pyrénées-Atlantiques dans la province du Labourd. Disposant d'une façade littorale, elle jouxte Bidart au nord, Ahetze à l'ouest et Saint-Jean-de-luz au sud. Plus petite commune des provinces basques françaises, Guéthary s'étend sur 1,44 km².

Elle compte 1 347 habitants (source INSEE RP2016). Elle est par ailleurs incluse dans l'unité urbaine de Bayonne qui compte plus de 200 000 habitants (base des unités urbaines 2010, source INSEE 2019).



Source : Google Maps



Jusqu'au 31 décembre 2016, elle faisait partie de la communauté d'agglomération Sud Pays Basque au côté d'Ahetze, Ainhoa, Arbonne, Ascain, Bariatou, Ciboure, Hendaye, Saint-Jean-de-Luz et Urrugne. Depuis le 1er janvier 2017, et à la suite du mouvement de fusion inscrit dans le schéma départemental de coopération intercommunale, elle est désormais membre de la communauté d'agglomération du Pays basque (CAPB), établissement public de coopération intercommunale nouvellement créé à cette date.

La CAPB s'est organisée en pôles territoriaux sur la base des anciennes intercommunalités et Guéthary se situe dans le pôle territorial Sud Pays Basque.

10 agglomérations et communautés de communes fusionnées,
devenues aujourd'hui 10 pôles territoriaux
10 Hirigune eta Herri elkargo bildurik gaur egun 10 Lurralde eremu bilakatuak



Les différentes intercommunalités avant la fusion



Guéthary au sein du pôle Sud Pays Basque

1.2. Le patrimoine naturel et architectural

Avec 8 % de son territoire couvert par des zones Natura 2000, Guéthary est une commune qui dispose de milieux d'intérêt écologique majeurs.



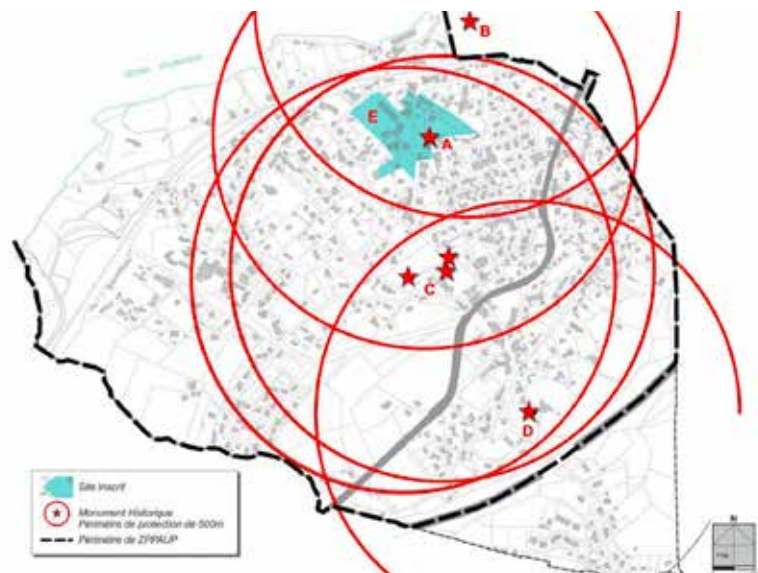
Espaces Naturels à Guéthary

Elle compte également un monument naturel inscrit « la Place » et de ses abords. Il est à noter que conformément à l'article L.581-8 du code de l'environnement, la publicité est en principe interdite dans ces différents sites.

En parallèle, la commune compte quatre monuments historiques dont l'inscription à l'inventaire est relativement récente :

- Les façades et la toiture de la mairie (1993) ;
- L'ancienne Atalaye de Guéthary à Bidart (1993) ;
- La villa Saraléguinéa (1994) ;
- L'Église Saint nicolas (2001).

Conformément aux articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement, la publicité est interdite sur les monuments, ainsi qu'à leurs abords. Les enseignes y sont soumises à autorisation après accord de l'Architecte des bâtiments de France.

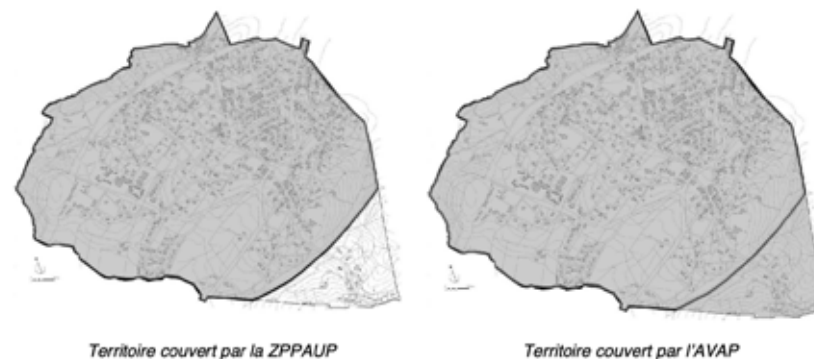


Représentation graphique issue du rapport de présentation de l'AVAP

Mais cette protection des monuments historiques s'efface, tout du moins sur le territoire de la commune, au motif que cette dernière est couverte par une Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) approuvée le 19 novembre 2014 et qui succède à une ZPPAUP approuvée le 14 mars 2003.

En effet, le régime de protection des abords des monuments historiques se trouve désormais couvert par celui de l'AVAP.

Si la ZPPAUP couvrait 91 % du territoire communal (Rapport de présentation de l'AVAP, p.4), l'AVAP a élargi ce périmètre en couvrant la partie Sud Est de la commune au-delà de l'autoroute A64 de sorte que, désormais, la totalité du territoire communal est couverte par l'AVAP. On indiquera que l'AVAP est actuellement en cours de révision.



Représentation graphique issue du rapport de présentation de l'AVAP

Du point de vue du droit de la publicité, l'existence de l'AVAP a des incidences notables puisqu'elle a pour conséquence d'y interdire par principe toute forme de publicité, conformément à l'article L.581-8 du code de l'environnement.

TITRE 2 ANALYSE DES DISPOSITIONS EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE APPLICABLES A GUETHARY

➔ Propos liminaires

9

Après avoir rappelé le principe de la liberté d'expression au moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, l'article L.581-2 du code de l'environnement précise qu'afin d'assurer la protection du cadre de vie, ces différents dispositifs font l'objet d'une réglementation particulière. Celle-ci résulte de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite Loi ENE, modifiée. Elle est complétée par des textes réglementaires qui constituent le règlement national de la publicité (RNP). Le RNP est entré en vigueur :

- Le 1er juillet 2012 pour les publicités, les préenseignes et les enseignes installées postérieurement à cette date ;
- Le 13 juillet 2015 pour les publicités installées avant le 1er juillet 2012 et régulières au regard des dispositions antérieures ;
- Le 1er juillet 2018 pour les enseignes installées avant le 1er juillet 2012 et régulières au regard des dispositions antérieures.

Conformément à l'article L.581-9 du code de l'environnement, un RLP comporte en principe des dispositions plus restrictives que celles du RNP. Aussi, pour adopter un RLP, la connaissance des dispositions du RNP applicables au territoire objet du RLP s'avère-t-elle nécessaire.

L'article L.581-14 du code de l'environnement donne compétence aux établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) ou, à défaut, aux communes pour adopter des règlements locaux de publicité (RLP). Depuis le 1er janvier 2017, la CAPB s'est substituée de plein droit aux anciennes intercommunalités, dans tous les actes et délibérations afférents à ces procédures engagées avant la date de sa création par fusion.

Compétente en matière d'élaboration des documents d'urbanisme, la CAPB est donc compétente en matière d'élaboration des RLP.

Aussi, la CAPB porte-t-elle la procédure d'élaboration du RLP engagée précédemment par la commune.

2.1. Quelques éléments déterminants

En matière de droit de la publicité extérieure, les éléments déterminants concernent le nombre d'habitants de la commune (2.1.1) et la notion d'agglomération (2.1.2).

2.1.1 Population et droit de la publicité extérieure

Pour déterminer le régime juridique des dispositifs publicitaires applicable à Guéthary, il convient de connaître au préalable dans laquelle des trois catégories suivantes la commune figure :

1. Agglomération de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
2. Agglomération appartenant ou non à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants ;
3. Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;

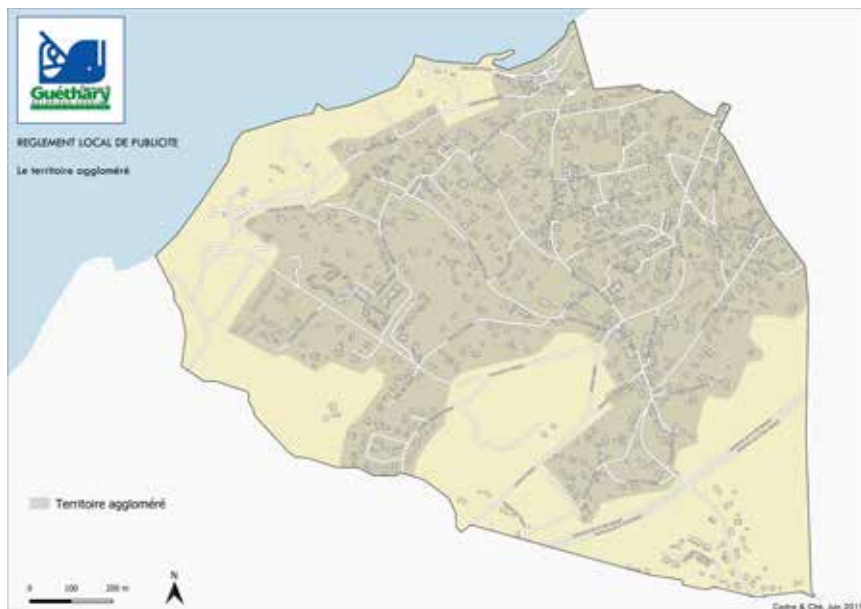
Comme on l'a vu plus haut, Guéthary est une agglomération de moins de 10 000 habitants et, selon l'INSEE, elle est incluse dans l'unité urbaine de Bayonne qui compte plus de 100 000 habitants. Elle appartient ainsi à la première catégorie. Cette dernière est la plus libérale en matière d'implantation de la publicité.

En matière d'enseigne, la question de son appartenance à l'unité urbaine de Bayonne n'a pas d'incidence, les enseignes implantées à Guéthary, spécialement celles scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont soumises au régime des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

2.1.2 La notion d'agglomération

Les limites d'agglomération ont des effets déterminants pour l'implantation de la publicité. En effet, l'article L.581-7 du code de l'environnement pose le principe selon lequel la publicité est interdite hors agglomération. Elle est en revanche admise en agglomération sous réserve de respecter les dispositions du RNP (ou d'un RLP s'il existe).

L'agglomération au sens des dispositions du code de la route est un secteur sur lequel sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et signalés par des panneaux d'entrée et de sortie. Les panneaux d'entrée et de sortie doivent alors être implantés aux limites de l'enveloppe urbaine ainsi définie et suite à un arrêté municipal. Arrêté qui doit être annexé au RLP.



Territoire aggloméré de Guéthary

Sur la RD810 qui traverse la commune du nord au sud, les panneaux ont été correctement installés ainsi que le montrent les photos ci-dessous ; leur implantation se confond avec les limites administratives de la commune :



Entrée de Guéthary, côté nord



Entrée de Guéthary, côté sud

2.2. Le régime applicable à la publicité et aux enseignes

Au préalable, il convient de préciser que, conformément à l'article L.581-19 du code de l'environnement, les préenseignes sont soumises au même régime que la publicité. Par conséquent, les développements consacrés à la publicité s'appliquent également aux préenseignes à l'exception toutefois d'une catégorie de préenseigne dites « dérogatoires » ainsi qu'on l'abordera plus loin.

2.2.1. Le régime de la publicité

➔ Les interdictions publicitaires

1. Les interdictions applicables à toute forme de publicité

Selon l'article L.581-4 du code de l'environnement, toute publicité est interdite sur les monuments historiques (classés ou inscrits), sur les monuments naturels et dans les sites classés, les réserves naturelles et sur les arbres, ainsi que sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque identifiés par le maire ou le préfet.

Comme on l'a vu plus haut, l'article L.581-8 du code de l'environnement ajoute également les lieux suivants :

- les sites inscrits ;
- les abords des monuments historiques (classés ou inscrits) dans un rayon de 500 mètres et dans leur champ de visibilité ;

- les abords des immeubles identifiés par le maire dans un rayon de 500 mètres et dans leur champ de visibilité ;
- les sites patrimoniaux remarquables (anciens secteurs sauvegardés, anciennes AVAP).

Il est à noter que le II de l'article L.581-8 permet toutefois de lever cette interdiction si un RLP le prévoit expressément.

2. Les interdictions propres à certains dispositifs

L'article R.581-22 du code de l'environnement interdit la publicité murale :

- 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 ;
- 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 ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.

L'article R.581-30 du code de l'environnement interdit quant à lui la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol dans les espaces boisés classés (EBC) et dans les zones N des PLU.

→ La règle nationale de densité

Afin de limiter le nombre de dispositifs publicitaires susceptibles d'être implantés dans une agglomération, l'article R.581-25 du code de l'environnement fixe une règle de densité en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière bordant une voie ouverte à la circulation publique.

Si le linéaire de façade de l'unité foncière est inférieur ou égal à 40 m, il peut être installé un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol ou deux dispositifs publicitaires muraux à la condition qu'ils soient alignés horizontalement ou verticalement sur le mur qui les supportent.

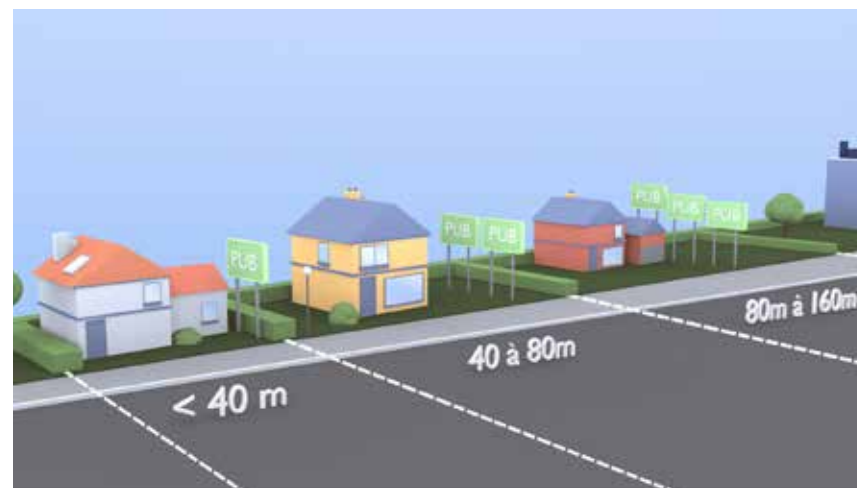
Si le linéaire de façade de l'unité foncière est compris entre 40 m et 80 m, il peut être installé deux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ou deux dispositifs publicitaires muraux à la condition qu'ils soient alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support.

Si le linéaire de façade de l'unité foncière est supérieur à 80 m, un dispositif supplémentaire peut être installé par tranche de 80 m entamée.

13



Illustrations tirées du guide pratique « La réglementation de la publicité extérieure », ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, 2014



Illustrations tirées du guide pratique « La réglementation de la publicité extérieure », ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, 2014

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol peuvent être installés librement sur l'unité foncière sous réserve de respecter les autres dispositions du RNP.

→ Le régime des dispositifs publicitaires muraux non lumineux

Quand ils ne sont pas interdits ou en surnombre par application de la règle de densité, les dispositifs publicitaires muraux ne peuvent être apposés à moins de 0,50 m du niveau du sol, ni dépasser les limites du mur qui les supportent, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R.581-27 et R.581-28 du code de l'environnement). Par ailleurs, leur surface maximale est limitée à 12 m² et leur hauteur au-dessus du niveau du sol à 7,5 m (Art. R.581-26 du code de l'environnement).



Publicité murale (photo prise sur un autre commune que Guéthary)

→ Le régime des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m² (Art. R.581-32 du code de l'environnement)



Publicité scellée au sol (photo prise sur un autre commune que Guéthary)

Par ailleurs, ils doivent être implantés :

- à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'ils se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie ;
- à une distance supérieure à la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété (règle dite du H/2).



Illustrations tirées du guide pratique « La réglementation de la publicité extérieure », ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, 2014

→ Le régime de la publicité numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse définie comme étant la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet (art. R.581-34 du code de l'environnement). Elle est dotée d'un régime juridique distinct de la publicité non lumineuse¹.

Elle peut être autorisée sous réserve que sa surface ne dépasse pas 8 m² et sa hauteur, au-dessus du niveau du sol, est limitée à 6 m si sa consommation électrique n'excède pas des niveaux définis par arrêté ministériel (non pris à ce jour). Si elle dépasse ces niveaux de consommation, la publicité numérique ne peut avoir une surface supérieure à 2,1 m² et sa hauteur ne peut dépasser 3 m au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-34 du code de l'environnement).



Publicité numérique de 8 m² (photo prise dans une autre commune que Guéthary)

La publicité numérique est soumise à une obligation d'extinction nocturne entre 1h et 6h du matin.

¹ Sauf si son mode d'éclairage s'effectue par projection ou par transparence. Dans ce cas, elle est soumise au régime de la publicité non lumineuse.

→ Les règles applicables à d'autres modes d'exercice de la publicité

Les bâches comportant de la publicité

Le RNP prévoit des dispositions applicables à la publicité lorsqu'elle est apposée sur une bâche. Deux types de bâche sont visés :

- les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

La surface de la publicité sur la bâche de chantier ne peut excéder 50 % de la surface totale de celle-ci, une surface qui peut être supérieure lorsque les travaux de rénovation projetés doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label « BBC rénovation », ce plafond peut être dépassé par décision de l'autorité compétente en matière de police.

Pour les autres bâches, la seule limite de surface publicitaire est constituée par le mur qui les supporte puisqu'elles ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit.

La publicité de petit format

L'article L.581-8 du code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petit format intégrés à la devanture commerciale dès lors qu'ils ne recouvrent que partiellement la baie. Selon l'article R.581-57 du code de l'environnement, il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1 m². La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2 m².

La publicité sur véhicules terrestres

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support de publicité, ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et à proximité des monuments historiques. Ils ne peuvent circuler en convoi ni rouler à une vitesse anormalement réduite, c'est-à-dire à une vitesse moindre que le trafic. La surface cumulée des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m² (Art. R.581-48).

→ Le cas particulier des préenseignes dérogatoires

Par principe, les préenseignes sont soumises au régime de la publicité, ce qui explique que le présent diagnostic ne les évoque pas de manière spécifique (art. L.581-19 du code de l'environnement). Mais, lorsqu'elles signalent certaines activités, elles peuvent s'implanter hors agglomération, ce que l'article L.581-7 interdit à toute publicité. Elles doivent alors respecter certaines conditions de format et d'implantation, de nombre (deux ou quatre) et d'activité signalée. Sont concernées les activités suivantes :

- 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.

Les dimensions des dispositifs admis ne peuvent excéder 1 m en hauteur et 1,5 m en largeur tout en veillant à ce que cette hauteur n'excède pas 2,20 m au-dessus du niveau du sol. Il doivent par ailleurs être implantés à moins de 5 km de l'activité signalée portée à 10 km lorsqu'il s'agit de signaler les monuments historiques. Leur nombre est limité à deux par activité signalée, portée à quatre dispositifs pour les monuments historiques.

Activité signalée	Format	Nombre	Distance
Produits du terroir	1m par 1,50m	2	5 Km
Activités culturelles		2	5 Km
Monuments Historiques ouvert à la visite		4	10 Km

Depuis le 13 juillet 2015, les activités autres que celles énumérées ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière.

Il s'agit de l'institution d'une signalisation d'intérêt local (SIL) et qui ne doit pas être confondue avec les dispositifs dit de « microsignalétique » mises en place pour signaler en agglomération commerces et/ou équipements publics et qui sont exclus du champ d'application de la réglementation (cf. infra).



Microsignalétique en centre bourg

2.2.2. Le régime des enseignes

Les dispositions du RNP applicables aux enseignes sont différentes selon qu'elles sont installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, posées à plat ou perpendiculairement à un mur ou scellées au sol ou directement installées sur le sol. Et, spécialement pour ces dernières, il faut tenir compte du chiffre de la population selon qu'il dépasse ou non le seuil de 10 000 habitants, la question de l'appartenance à une unité urbaine ne se posant pas.

Par ailleurs, lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

➔ Les enseignes en toiture

18

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu 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. Dans ce cas, les panneaux de fond ont une hauteur limitée à 0,50 mètre.



Illustrations tirées du guide pratique « La réglementation de la publicité extérieure », ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, 2014

La hauteur des enseignes ne peut excéder 3 m lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres. Lorsque la hauteur de la façade à une hauteur supérieure à 15 mètres, la hauteur des enseignes ne doit pas dépasser 20 % de cette hauteur dans une limite de 6 m. La surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m² à l'exception des établissements culturels, c'est-à-dire les salles de cinéma, les salles de spectacle et les établissements d'enseignement et d'exposition des arts plastiques.

→ Les enseignes murales

Outre, l'obligation de maintenir les enseignes en bon état d'entretien et de les supprimer lorsque l'activité qu'elles signalent a cessé, le RNP prévoit des règles d'implantation et de densité.



Enseigne murale parallèle

Les enseignes parallèles ne doivent pas dépasser les limites du mur ou du balcon qui les supporte, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. Elles ne peuvent constituer par rapport au mur ou au balcon une saillie de plus de 0,25 m. Lorsqu'elles sont installées sur auvent ou marquise, elles ne peuvent dépasser 1 m de haut (Art. R.581-60 du code de l'environnement).



Illustrations tirées du guide pratique « La réglementation de la publicité extérieure », ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, 2014

Les enseignes perpendiculaires ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur qui les supporte et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique dans une limite de 2 m sauf si un règlement de voirie plus restrictif en dispose autrement (Art. R.581-61 du code de l'environnement).



Enseigne murale perpendiculaire

20

La surface cumulée des enseignes murales, qu'elles soient parallèles ou perpendiculaires, ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade sur laquelle elles sont installées. Lorsque cette dernière est inférieure à 50 m² la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.



Illustrations tirées du guide pratique « La réglementation de la publicité extérieure », ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, 2014

→ Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les dispositions régissant les conditions d'implantation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas conditionnées par le nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont implantées. C'est ainsi que, comme la publicité scellée au sol et lorsqu'elle fait plus de 1 m², elle ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Toutefois, deux enseignes peuvent être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Une règle de densité, distincte de celle de la publicité, s'applique lorsqu'elle fait plus de 1 m². Elle est limitée à un dispositif simple ou double face, placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsqu'elle fait 1 m ou plus de large, elle ne peut dépasser 6,5 m de haut, portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large. La surface unitaire maximale de l'enseigne scellée au sol est limitée à 6 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.



Enseigne scellée au sol de 6 m² aux abords de la RD810

21

➡ L'extinction nocturne

Les enseignes lumineuses, c'est-à-dire les enseignes à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, sont soumises à une obligation d'extinction nocturne. Elles doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures lorsque l'activité a cessé. Si l'activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de l'activité.

Des dérogations peuvent être accordées à l'occasion de manifestations exceptionnelles.

2.3. Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation

Certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du droit de la publicité extérieure. Autrement dit, ils ne sont pas concernés par les éventuelles restrictions qu'imposent le code de l'environnement et, par voie de conséquence, celles que pourraient prévoir un RLP.

2.3.1 Les dispositifs d'information général

Il s'agit de dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont par exemple concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI). Il en existe à Guéthary comme le montre la photo ci-dessous :



Journal électronique d'informations aux abords de la RD810

Il peut également s'agir de mobiliers urbains remplissant le même office, sous forme de totem.



Mobilier urbain d'informations aux abords de la RD810

2.3.2. La microsignalétique

La microsignalétique, dite également dispositif de jalonnement économique, est une catégorie de dispositif installé sur le domaine public. Elle présente l'utilité de signaler les équipements publics et/ou les activités économiques du territoire. De taille modeste et composée de réglattes, elle s'apparente à de la signalétique d'information locale (SIL) ainsi qu'on l'a indiqué plus haut. C'est ainsi une forme de mobilier urbain non publicitaire non soumise par conséquent à la réglementation de la publicité extérieure.



Microsignalétique au centre-bourg

TITRE 3 LA SITUATION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE SUR LE TERRITOIRE DE GUÉTHARY

Le diagnostic a conduit à examiner la situation de la publicité et des enseignes implantées sur le territoire de la commune.

3.1. La situation de la publicité

3.1.1 Une absence de publicité

Il est remarquable de constater que la publicité est inexistante sur l'ensemble du territoire aggloméré de la commune y compris aux abords de l'axe routier (RD810) particulièrement fréquenté qui le traverse.

24



Vue de l'Océan



Vue du centre-Bourg vers l'Océan

3.1.2 Les éléments d'explication

Cette situation n'est pas le fruit d'une désaffectation des afficheurs dont on sait l'attrait pour les axes de circulation très fréquentés. L'explication de cette situation est double.

D'une part, avant que la commune ne soit couverte par une ZPPAUP, elle avait institué un règlement de publicité – datant de 1988 - assez sévère en matière d'implantation publicitaire dont les motifs avancés sont particulièrement explicites. Ainsi, ce règlement était notamment motivé par le fait que « le cadre de vie des habitants et des hôtes de la commune de Guéthary ne saurait donc voir sa qualité diminuer par l'apposition ici et là de panneaux, placards, affiches rompant, par leur présence l'esthétique recherché (...) ».

25

Aussi a-t'il interdit la publicité sur l'ensemble du territoire communal à l'exception de celui installé sur le mobilier urbain, sur les palissades de chantier et des panneaux des administrations et collectivités territoriales destinés à informer la population dans l'intérêt général. Les opérateurs de publicité n'ont donc guère de possibilité d'implantation.

D'autre part, comme on l'a vu plus haut, en 2003, la commune est couverte par une ZPPAUP qui s'est muée par la suite en AVAP. La conséquence principale est également d'y interdire toute forme de publicité ainsi que le prévoit l'article L.581-8 du code de l'environnement. Il est donc tout à fait logique que la publicité soit absente du territoire.

3.2. La situation des enseignes

Il convient de rappeler ici que les enseignes sont soumises à autorisation sur l'ensemble du territoire communal après accord de l'Architecte des bâtiments de France du fait de l'existence de l'AVAP.

3.2.1 Une relativement rare présence des enseignes scellées au sol

La configuration urbaine de la commune conduit à ce que les enseignes scellées au sol recensées sur le territoire soient relativement rares. En effet, ce n'est qu'aux abords de la RD810 que la configuration des unités foncières et l'implantation des bâtiments, en retrait de l'alignement, permettent l'installation de ces enseignes. Celles qui sont installées présentent de plutôt belles qualités en raison d'un aspect général qui distinguant des dispositifs publicitaires généralement au format 4/3.



Enseigne scellée au sol aux abords de la RD810

En outre, elles respectent les exigences de la réglementation nationale qui leur impose, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, de ne pas dépasser une surface unitaire de 6 m². De même, elles respectent la hauteur de 5 mètres compté au niveau du sol qu'impose l'article Ens.P6 du règlement de 1988.



Enseigne scellée au sol aux abords de la RD810

3.2.2 Des enseignes murales bien intégrées

➔ Les enseignes parallèles

Les enseignes murales peuvent être parallèles au mur qui les supportent (dites aussi enseignes en bandeau) ou perpendiculaires à celui-ci (dites aussi enseignes en drapeau).

Les bons exemples sont nombreux sur la commune et l'intervention de l'ABF n'y est pas étrangère. Elles sont en effet, le plus souvent discrètes, sobres et, au final, respectueuses de la composition d'ensemble de la façade sur laquelle elles sont installées tout en permettant à l'activité d'être bien signalée. Les enseignes en lettres découpées répondent parfaitement à l'ensemble de ces caractéristiques ainsi que le montrent les photos ci-dessous :



Enseigne murale en lettres découpées



Enseigne murale en lettres découpées



Enseigne murale en lettres découpées

Les services publics participent également à la belle image des enseignes murales.



Enseigne murale de la poste

Lorsqu'elles ne sont pas en lettres découpées les enseignes demeurent discrètes qu'elles soient sous forme de bandeau ou installées sur les stores.

28



Enseigne murale en bandeau



Enseigne sur store



Enseigne murale en bandeau



Enseigne sur store

→ Les enseignes perpendiculaires

Les enseignes murales perpendiculaires sont également assez mesurées dans leur format.



Enseigne perpendiculaire au format limité

Cela s'explique par le fait que l'article Ens.M2 du règlement de publicité de 1988 limite leur surplomb du domaine public à 0,80 m. Tout au plus regrettons leur implantation à une hauteur qui peut être considérée comme trop importante mais qui résulte des dispositions de l'actuel règlement de publicité. En tout état de cause, elle conduit le plus souvent à une installation au niveau du 1er étage de l'immeuble, là où l'activité n'est pas exercée.



Enseigne perpendiculaire installée au niveau du 1^{er} étage



Enseigne perpendiculaire installée au niveau du 1^{er} étage

3.2.3 Une absence d'enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont les dispositifs qui ont le plus d'impact sur le cadre de vie par l'effet de domination qu'elles engendrent. Fort heureusement, il n'en a pas été recensées sur la commune. Au surplus, l'article Ens. M6 de l'actuel règlement de publicité les interdit.

3.2.4 Les enseignes temporaires

Les enseignes temporaires ont pour objet de signaler des opérations exceptionnelles notamment de vente ou de location d'immeubles. Elles ont une durée d'implantation liée à l'opération qu'elles signalent. Leur format est limité à 12 m² (art. R.581-70 du code de l'environnement). Forcément conjoncturelles, au moment de la réalisation de ce diagnostic (printemps 2019), une seule a été recensée sur le territoire de la commune et elle respectait la réglementation nationale.



Enseigne temporaire en bordure de RD810

- 3ÈME PARTIE : LES ORIENTATIONS -

Au vu des objectifs et du diagnostic, les orientations suivantes en matière de publicité et d'enseignes sont proposées.

3.1. Orientations en matière de publicité

➔ Réintroduire la publicité de manière raisonnée

L'existence du SPR conduit à ce que la publicité soit interdite sur l'ensemble du territoire aggloméré. Mais le I de l'article L.581-8 du code de l'environnement permet de lever cette interdiction dans le cadre d'un RLP. C'est ce que prévoit le présent RLP et de manière particulièrement raisonnée puisque la publicité ne sera envisagée que sur les palissades de chantier et sous forme de chevalet dans le prolongement des activités commerciales.

3.2. Orientations en matière d'enseigne

➔ Maintenir l'impact visuel limité des enseignes scellées au sol

Afin d'éviter que les enseignes scellées au sol aient un impact visuel comparable à celui de la publicité, des règles visant à inscrire les enseignes dans une enveloppe de type « totem » sera envisagée.

➔ Intégrer les enseignes murales dans l'architecture des bâtiments

Compte tenu de l'existence du SPR, les enseignes murales feront l'objet de règles visant à assurer leur intégration dans l'architecture du bâtiment qui les reçoivent en préconisant le recours aux enseignes sous forme de lettres découpées.

➔ Interdire les enseignes en toiture

Comme on l'a vu précédemment, les enseignes en toiture sont inexistantes sur le territoire de la commune. Il convient d'inscrire dans le RLP cette situation par l'institution d'une interdiction de ce type d'implantation particulièrement impactant sur le cadre de vie.

- 4ÈME PARTIE : L'EXPLICATION DES CHOIX -

Les objectifs poursuivis par la commune en matière d'implantation publicitaire et l'analyse de la situation de la publicité et des enseignes sur son territoire a conduit à faire un choix de zonage assez simple (Chapitre 1er) et des règles associées qui mettent davantage l'accent sur l'implantation des enseignes (Chapitre 2ème).

TITRE 1 EXPLICATION DU CHOIX DE ZONAGE

32

La commune est entièrement protégée par un SPR. Compte tenu des orientations en matière de publicité, le parti a été pris de n'instituer qu'une seule zone correspondant à la partie agglomérée de la commune puisque, hors agglomération la publicité est interdite. En revanche, cette distinction entre agglomération et hors agglomération ne s'applique pas en matière d'enseigne. Par conséquent, il n'y a pas de zonage proprement dit pour les enseignes, ce dernier étant constitué par l'ensemble du territoire de la commune.

TITRE 2 EXPLICATION DU CHOIX DES REGLES

Le règlement est composé d'un chapitre unique divisé en deux parties. La première est relative à la publicité et la seconde aux enseignes

2.1. Explication du choix des règles en matière de publicité

Compte tenu des orientations en matière de publicité, les règles les concernant sont relativement simples. Un principe d'interdiction de la publicité a été institué avec de rares exceptions.

Ainsi, les seules publicités admises sont celles installées sur les palissades de chantier et sous réserve qu'elles se rapportent au projet objet du chantier. SPR oblige, le format de la publicité est limité à 4 m², ce qui correspond d'ailleurs au format maximum de la publicité murale si la commune n'avait pas été incluse dans l'unité urbaine de Bayonne (article 3).

La seconde forme de publicité admise est constituée des chevalets installés au droit des commerces. Ils sont autorisés, puisqu'installés sur le domaine public, à condition de respecter des règles de format et d'aspect. L'objectif poursuivi est d'assurer une harmonie sur le territoire de la commune (article 4).

2.2. Explication du choix des règles en matière d'enseigne

2.2.1 Dispositions générales

Les enseignes sont soumises à autorisation préalable sur l'ensemble du territoire de la commune. Il est ainsi fixé un principe général d'intégration permettant aux services instructeurs, avec l'appui de l'ABF, de s'assurer que les dispositifs respecteront les lignes de composition des façades qui les reçoivent.

2.2.2 Les interdictions

Les enseignes qui ont le plus fort impact sur le cadre de vie sont interdites, en l'occurrence, les enseignes en toiture, les enseignes numériques ou les surlignages des bâtiments.

Afin d'assurer la qualité des terrasses, les inscriptions sur les parasols sont également interdites. Il s'agit de messages le plus souvent commerciaux qui sont néanmoins qualifiés d'enseignes par application de l'article L.581-3 du code de l'environnement.

2.2.3 Les enseignes murales

Les enseignes murales, qu'elles soient parallèles ou perpendiculaires, sont fortement encadrées dans le but de préserver la qualité architecturale des façades.

S'agissant des enseignes parallèles, leur nombre est limité, ainsi que leur format avec une obligation, en cas de pluralité d'activités, de regroupement avec, là aussi, un format limité. L'objectif poursuivi ici est de limiter la multiplication des dispositifs.

La seule exception toutefois bénéficie aux enseignes parallèles d'un commerce comportant plusieurs baies où elles devront alors s'inscrire dans la largeur des baies.

Les caissons sont interdits puisque les enseignes doivent être constituées de lettres découpées.

S'agissant des enseignes perpendiculaires, leur format est limité est l'épaisseur du caisson également. Afin d'éviter l'installation d'enseignes à une trop importante hauteur, elles doivent être installées sous l'appui des baies du 1er étage.

2.2.4 Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont soumises aux dispositions du RNP qui limitent leur surface à 6 m². Mais cette règle ne s'applique que pour les enseignes implantées sur les unités foncières donnant sur la RD810, leur configuration permettant une telle installation.

Par ailleurs, afin de les distinguer des dispositifs publicitaires, généralement au format 4/3, leur aspect est encadré de manière à prendre l'aspect d'un « totem ».

En revanche, sur le reste du territoire communal, leur format est ramené à 2 m². D'une part, parce que le tissu urbain présente une densité qui ne permet pas de recevoir des dispositifs d'un format plus élevé et, d'autre part, si l'activité est exercée hors agglomération, ce format de 6 m² n'est pas compatible avec l'aspect naturel des lieux.

2.2.5 Les enseignes sur clôtures

Le RNP ne comporte aucune prescription applicable aux enseignes installées sur les clôtures. Aussi le RLP pallie-t-il cette lacune en limitant leur surface et leur nombre.

2.2.6 Les enseignes et préenseignes temporaires

Afin de limiter leur impact sur le cadre de vie, les enseignes qui signalent des opérations immobilières sont limitées en temps d'implantation dans des conditions plus sévères que le RNP. Par ailleurs, s'alignant sur le format de la publicité sur palissade, leur surface est limitée à 4 m².

Afin que leur objet ne soit pas détourné à des vocations commerciales, les opérations signalées par les préenseignes temporaires sont limitées aux seules manifestations concernant la commune.

2.2.7 L'extinction nocturne

Le RLP n'interdit pas les enseignes lumineuses mais étend la durée d'extinction par rapport aux RNP. Ainsi afin de contribuer à la réduction de la dépense énergétique et leur impact visuel nocturne, la plage d'extinction est portée de 1h-6h à 23h-7h, soit une augmentation de trois heures.