

USTARITZ  **UZTARITZE**

Révision du règlement local de publicité (RLP) d'Ustaritz

Rapport de présentation

Version du règlement local de publicité soumis à l'approbation

Communauté
D'AGGLOMERATION
PAYS BASQUE

EUSKAL
HIRIGUNE
Elkargoa

TABLE DES MATIERES	2
PRÉAMBULE	3
1ERE PARTIE : LES OBJECTIFS DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE	4
2EME PARTIE : LE DIAGNOSTIC.....	5
TITRE 1 : ANALYSE TERRITORIALE URBAINE ET PAYSAGERE.....	6
CHAPITRE 1 DONNÉES GÉNÉRALES	7
1.1/Présentation.....	7
1.2/Poids et évolution démographique	9
1.3 /Conséquences économiques	10
CHAPITRE 2 CARACTÉRISTIQUES TERRITORIALES ET ENJEUX POUR LA PUBLICITE EXTERIEURE	11
2.1/Le patrimoine naturel, forestier et agricole	11
2.2/Le patrimoine bâti.....	12
2.3/Les voies structurantes et les entrées d'agglomération.....	13
2.4/Les zones d'activités économiques et/ou commerciales	15
TITRE 2 : ANALYSE DES DISPOSITIONS EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE APPLICABLES A USTARITZ	16
2.1/Quelques éléments déterminants	17
2.2/Le régime applicable à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes	19

TITRE 3 : LA SITUATION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE SUR LE TERRITOIRE D'USTARITZ.....	29
3.1/La situation de la publicité	30
3.2/La situation des préenseignes	33
3.3/La situation des enseignes	35
3EME PARTIE : LES ORIENTATIONS.....	41
Orientations en matière de publicité	42
Orientations en matière d'enseigne	43
4EME PARTIE : EXPLICATIONS DES CHOIX	44
CHAPITRE 1 EXPLICATION DES CHOIX DE ZONAGE.....	45
CHAPITRE 2 EXPLICATION DU CHOIX DES RÈGLES.....	46
2.1/Explication du choix des règles du chapitre préliminaire	46
2.2/Explication du choix des règles de la zone 1.....	47
2.3/Explication du choix des règles de la zone 2	47
2.4/Explication du choix des règles de la zone 3	48

PRÉAMBULE

Les objectifs d'un règlement local de publicité (RLP)

Comme l'indique le guide pratique « réglementation de la publicité extérieure » un RLP est un instrument de planification locale de la publicité qui poursuit un objectif de protection du cadre de vie.

Son adoption répond à la volonté d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités d'un territoire et en fixant des règles qui sont plus restrictives que celles issues du RNP.

L'adoption d'un RLP conduit également à transférer le pouvoir de police de la publicité, qui appartient en principe au préfet, au maire qui agira au nom de la commune. L'instruction des autorisations d'enseigne appartiendra au maire.

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.

Le présent document constitue le rapport de présentation du RLP d'Ustaritz. Il se compose par conséquent 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.

Première partie

Les objectifs du règlement local de publicité

Par délibération du 25 février 2016, le conseil municipal d'Ustaritz a prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité. Formellement, il s'agit d'une révision de l'actuel règlement de publicité datant du 5 mai 1994 afin de se conformer aux prescriptions de l'article L.581-14-3 du code de l'environnement. Cette disposition 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 sont caducs.

Les objectifs définies par la commune en vue de l'élaboration du document étaient les suivants :

- 1.** améliorer le cadre de vie par la limitation des implantations des dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes, en favorisant leur harmonie et leur cohérence ;
- 2.** mettre en valeur le patrimoine architectural de la commune ;
- 3.** protéger et améliorer le cadre de vie pour les entrées de quartier notamment d'Arrauntz, d'Herauritz et du Bourg le long de la RD 932 ;
- 4.** porter une attention particulière dans la perspective de l'adoption d'une aire de valorisation de l'architecture et du patrimoine (AVAP) pour les quartiers anciens du Bourg et de Hiribehere pour l'arboretum de XoXa.

Deuxième partie

Le diagnostic

Les objectifs du règlement local de publicité (RLP)

Le diagnostic porte sur l'impact paysager des dispositifs publicitaires et des enseignes. Il recense les enjeux architecturaux et paysagers, identifie les spécificités des différents secteurs du

territoire d'étude, notamment ceux concernés par les enjeux économiques, les espaces éventuellement sous pression publicitaire (Titre 1). Pour comprendre la situation de la publicité extérieure sur le territoire d'étude (Titre 3), le diagnostic comporte un titre analysant les dispositions en matière de publicité extérieure applicable sur la commune (Titre 2).

TITRE 1 ANALYSE TERRITORIALE URBAINE ET PAYSAGERE

Méthodologie

Afin de définir des stratégies visant à rendre la publicité et les enseignes harmonieuses avec leur environnement proche, il est nécessaire de définir des espaces en fonction de leur caractéristique urbaine et paysagère. Pour ce faire, la méthodologie mise en oeuvre s'est appuyée sur :

- La définition d'enjeux de l'impact visuel des panneaux publicitaires et des enseignes ;
- La lecture des documents mis à disposition (rapport de présentation du PLU en cours d'élaboration, volet paysager du PLU, état initial de l'environnement, chiffres clés du territoire issus de l'INSEE) ;

CHAPITRE 1

DONNEES GENERALES

1.1/Présentation

Ancienne capitale de la province basque du Labourd, Ustaritz se situe à l'ouest du département des Pyrénées-Atlantiques. Selon le Document d'Orientation et d'Objectifs du Schéma de Cohérence Territoriale de l'Agglomération de Bayonne et du sud des Landes, Ustaritz est située à la frange des communes du pôle urbain. Avec Cambo-les-Bains, Hasparren Bidache et Saint-Martin de Seignanx, elle est rangée dans la catégorie des petites villes des espaces de vie de l'intérieur. Selon l'INSEE, elle est incluse dans l'unité urbaine de Bayonne qui compte plus de 100 000 habitants. Ainsi qu'il sera indiqué plus loin, cette donnée a une incidence sur le régime de la publicité applicable sur son territoire.

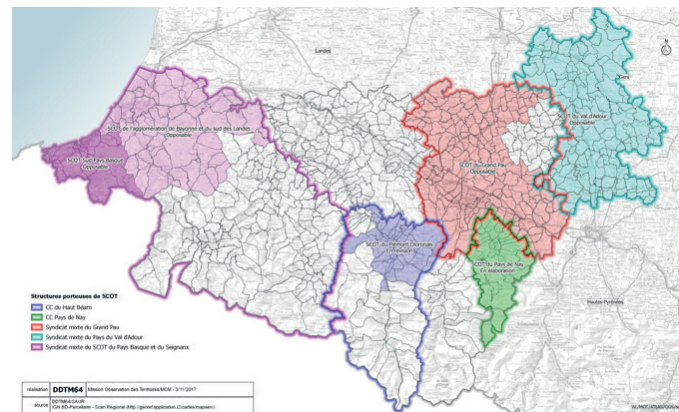
Traversée par la Nive, la commune s'étend sur plus de 32 km² et accueille de vastes ensembles forestiers et agricoles.



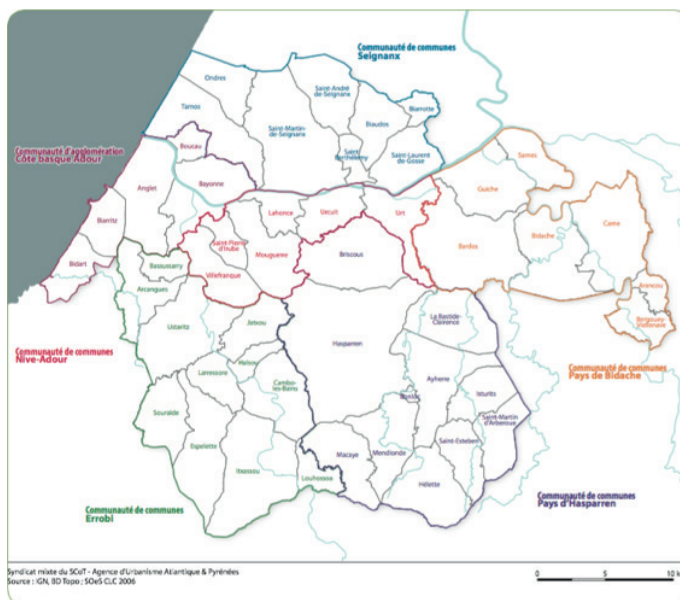


Son urbanisation est relativement éparpillée. Si le cœur historique de la commune (Bourg et Hiribehere) accueille la plupart des commerces et des habitants, deux quartiers au nord de la commune et situés de part et d'autre de la RD932 sont à relever en raison de leur importance. Ce sont les quartiers d'Arrauntz et d'Herauritz ; de sorte qu'Ustaritz se présente comme une commune composée de plusieurs zones agglomérées.

Avec les communes d'Arcangues, Bassussarry, Cambo-les-Bains, Espelette, Halsou, Ixassou, Jatxou, Larressore, Louhossoa, Souraïde, elle était membre de la communauté de communes d'Errobi jusqu'au 31 décembre 2016 et est couverte par le schéma de cohérence territoriale (SCoT) de l'agglomération de Bayonne et du sud des Landes.



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, établissement public intercommunal nouvellement créé à cette date. La communauté d'agglomération étant compétente pour élaborer les documents d'urbanisme, il lui revient désormais de poursuivre la procédure d'élaboration du RLP initiée par la commune suite à l'accord de cette dernière.

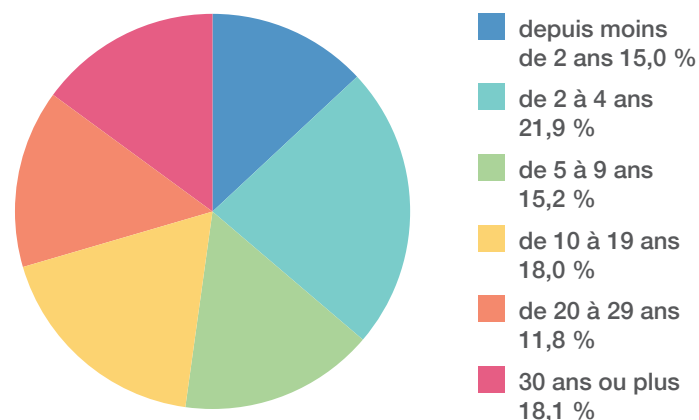


1.2/Poids et évolution démographique

La commune compte aujourd'hui 6 917 habitants (source INSEE 2016) et connaît une forte croissance puisqu'à titre d'illustration, en 1968, sa population était de 2 477 habitants. Ainsi, sur les trente dernières années, la population a doublé et s'accroît en moyenne d'une centaine d'habitants par an.

Par ailleurs, la population se renouvelle rapidement puisque la moitié de la population de la commune y réside depuis moins de 10 ans.

LOG G2 - Ancienneté d'emménagement des ménages en 2012



Source : Insee, RP2012 exploitation principale

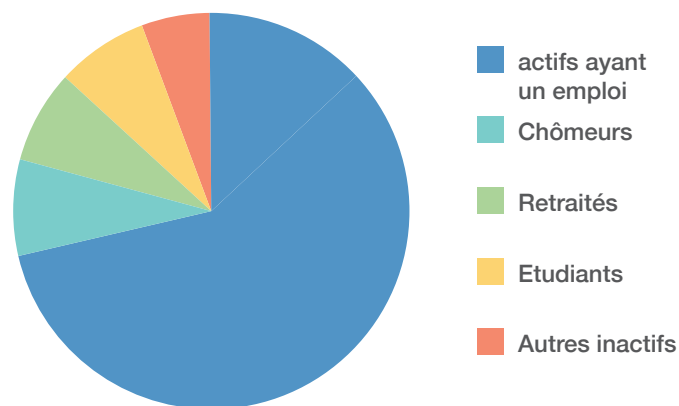
Cette attractivité de la commune, comme d'ailleurs celles des autres communes situées en périphérie de l'Agglomération bayonnaise, s'explique par la qualité de vie à Ustaritz mais aussi par les difficultés rencontrées, en terme d'offres et de coût de l'immobilier, pour se loger dans l'Agglomération bayonnaise.

1.3/Conséquences économiques

Le taux des actifs

Le nombre d'actifs s'élève à 4 152 (75,2 % de la population) et il progresse (3 725 en 2008 correspondant à 72,8 % de la population). Il est à noter que le rythme d'accroissement du nombre des actifs est plus élevé que celui de la population totale. Cela laisse donc à penser que l'augmentation de la population est principalement due aux classes d'âge actif.

Population de 15 à 64 ans par type d'activité en 2013



Source : Insee, RP2013 exploitation principale

Un fort taux de migration des emplois

Plus de 80 % de ces actifs n'exercent pas leur activité professionnelle sur le territoire de la commune - ils migrent quotidiennement et principalement vers l'Agglomération bayonnaise - Ustaritz se présente ainsi pour une large part comme une commune résidentielle.

ACT T4 - Lieu de travail des actifs de 15 ans ou plus ayant un emploi qui résident dans la zone

	2013	%	2008	%
Ensemble	2 844	100,0	2 548	100,0
Travaillent :				
dans la commune de résidence	543	19,1	527	20,7
dans une commune autre que la commune de résidence	2 301	80,9	2 021	79,3

Sources : Insee, RP2008 et RP2013 exploitations principales.

Le recours aux modes de déplacement individuel, insuffisamment compensé par des transports en commun peu attractifs ou le co-voiturage, induit par conséquent une fréquentation routière très élevée de l'axe principal Anglet-Bayonne/Cambon-Bains (RD932), dont l'impact est considérable en matière d'implantation de la publicité extérieure (cf. plus loin).

CHAPITRE 2

CARACTERISTIQUES TERRITORIALES ET ENJEUX POUR LA PUBLICITE EXTERIEURE

2.1/Le patrimoine naturel, forestier et agricole

La trame bleue

La commune est traversée par un affluent de l'Adour, la Nive. Prenant sa source en Espagne, elle se jette dans l'Adour à Bayonne. Un pont la traverse sur la partie du Bourg mais dans la mesure où aucune voie publique d'importance ne longe la rivière, ses abords ne constituent pas un enjeu du point de vue de la publicité.



La commune compte également un plan d'eau, situé rive droite de la Nive, qui était auparavant exploité. Ses abords, interdits à la circulation automobile, constituent désormais un lieu de repos et de promenade. De ce point de vue, et comme pour la Nive, il ne s'agit pas d'un enjeu pour la publicité.

2.2/Le patrimoine bâti

✎ Les monuments historiques inscrits et classés

Ustaritz comporte sur son territoire quatre édifices inscrits parmi les monuments historiques. Il s'agit :

- 1.** du Domaine d'Haïtze, inscrit par arrêté du 2 juillet 1987, château avec ses communs édifiés au XIV^{ème} et XVII^{ème} siècle. Il appartient à une personne privée ;
- 2.** de l'Eglise Saint-Vincent, inscrite par arrêté du 3 août 2001. Il s'agit d'une église paroissiale édifiée au XIX^{ème} et décorée, au XX^{ème} siècle par le peintre André Trébuchet. Elle appartient à la commune ;
- 3.** de la Maison Mokopeïta, inscrite par arrêté du 31 décembre 2008, maison édifiée au XVII^{ème} siècle et rénoverée par André Trébuchet. Elle appartient à une personne privée ;
- 4.** du Château Lota, inscrit par arrêté du 8 octobre 2013¹, Château édifié à la fin du XIX^{ème} siècle. Il appartient à la commune et abrite l'Institut culturel basque.

¹ Il est à noter que cet immeuble ne figure pas sur la carte de localisation réalisée à partir de données SIG antérieures à 2013.



Eglise Saint-Vincent

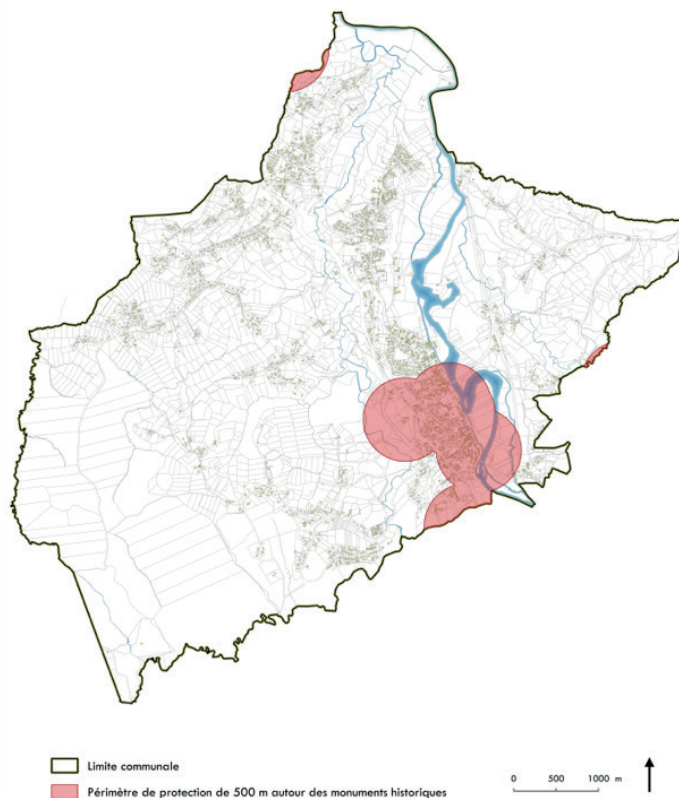


Château Lota



Maison Mokopeïta

COMMUNE D'USTARITZ



Source :
Philippe Zovall
Commune d'Ustaritz
Août 2016

Carte des périmètres de protection
des monuments historiques

2.3/Les voies structurantes et les entrées d'agglomération

🔗 La hiérarchisation du réseau viaire

La desserte automobile de l'agglomération est assurée par divers niveaux d'infrastructures :

- la voirie structurante de l'agglomération,
- la desserte locale.

Le rapport de présentation du PLU identifie, au titre de l'armature routière, trois axes principaux que sont :

- La RD 932 qui traverse le territoire de la commune du nord ou sud ;
- La RD 137 à l'est de la commune en direction de Villefranque ;
- La RD 250 au sud de la commune en direction de Saint-Pée-sur-Nivelle.

auxquelles l'on peut ajouter la RD88 et la RD 350.

Du point de vue de la fréquentation automobile, la RD 932 est la voie publique, et de loin, la plus sollicitée. On y a ainsi enregistré en 2011 (source CG64) un trafic supérieur à 16 000 véhicules/jour. Au point que dans le cadre de son plan de prévention du bruit dans l'environnement du département, le conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques a mené, en 2013, une étude de faisabilité portant sur le contournement d'Ustaritz par l'ouest de l'agglomération compte tenu des nuisances que cela occasionne et au-delà des problèmes d'aménagement urbain que cela posent.

Les entrées d'agglomération par le sud ou par le nord de la RD 932 constituent par conséquent un enjeu majeur pour l'implantation de la publicité, et par suite, un enjeu pour le RLP.



Entrée Nord



Entrée Sud

Les autres voies, en raison de leur moindre fréquentation, ne constituent pas un tel enjeu ainsi que le montre le diagnostic de l'implantation des dispositifs publicitaires (voir plus loin).



Entrée par la RD350



Entrée par la RD137

2.4/Les zones d'activités économiques et/ou commerciales

Les zones commerciales constituent en principe un enjeu en terme d'implantation publicitaire. Du fait de sa grande proximité avec l'agglomération bayonnaise, la densité commerciale d'Ustaritz est relativement modeste puisqu'elle s'élève à 18 établissements pour 1 000 habitants à comparer au 26 pour la commune voisine de Cambo-les-Bains (source rapport de présentation du PLU, p.18).

Le Document d'Orientation et d'Objectifs du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) de l'Agglomération de Bayonne et du sud des Landes avait identifié une zone d'aménagement commercial (ZACOM) rangée dans la catégorie des ZACOM de rayonnement intercommunal des espaces de vie de l'intérieur. Il s'agissait du centre commercial Capito-Harri. Mais celui-ci ne se réalisera pas. La commune compte néanmoins des commerces de proximité situés en centre bourg dont l'importance est confortée par le SCoT qui y voit une fonction urbaine à part entière. A noter en particulier, un centre commercial se situant en bordure de RD932 qui génère de nombreuses enseignes et qui devra faire l'objet d'un traitement adapté.



Pôle commercial aux abords de la RD 932



Pôles commerciaux dans le bourg

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

Propos liminaires

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. Il s'applique :

- depuis cette date pour les publicités et les enseignes installées postérieurement ;
 - depuis 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.
- Ces règles donnent compétence aux établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) ou, à défaut, aux communes d'adopter des règlements locaux de publicité (RLP) dont les dispositions sont, en principe, plus restrictives que celles du RNP. Aussi, pour adopter un RLP, la connaissance des dispositions du RNP s'avère-t-elle nécessaire.

2.1/Quelques éléments déterminants

En matière de droit de la publicité extérieure, les éléments déterminants tiennent à la détermination du nombre d'habitants de la commune (2.1.1) et à 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 Ustaritz, il convient de connaître au préalable dans laquelle des trois catégories suivantes elle figure :

- 1.** Agglomération 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, Ustaritz 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.

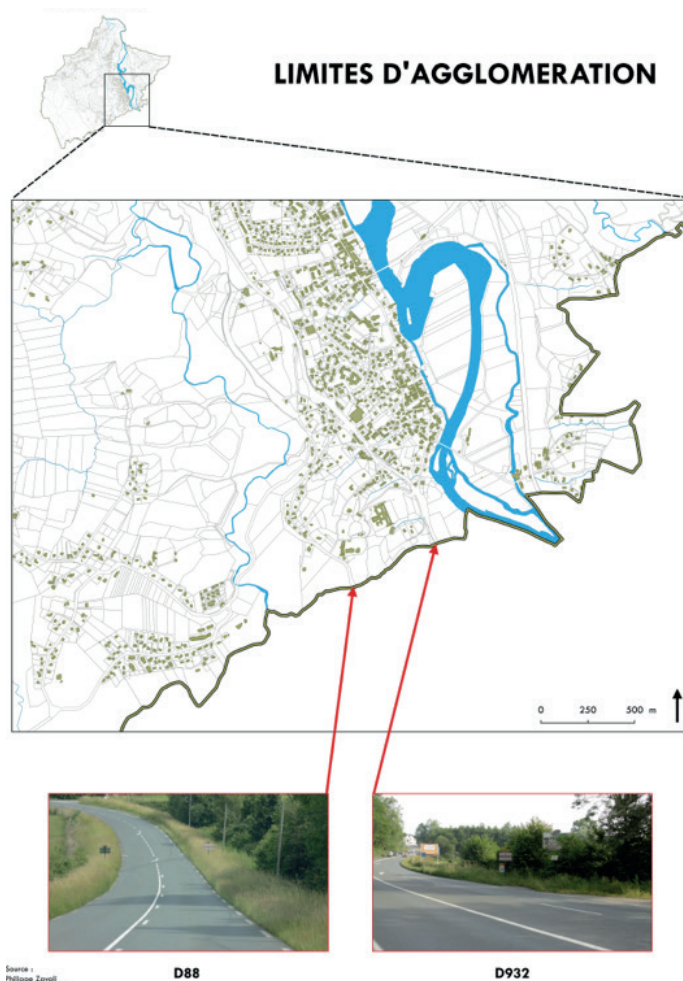
Le régime des dispositifs publicitaires dans les agglomérations relevant de cette troisième catégorie est le moins sévère en termes d'implantation et de format, ainsi qu'on le verra plus loin.

2.1.2 La notion d'agglomération

Les limites d'agglomération ont des effets déterminants au titre de la réglementation 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.

L'agglomération au sens des dispositions du code de la route applicable ici 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 sont implantés suite à un arrêté municipal qui fixe ainsi les limites de l'agglomération. Cet arrêté municipal, ainsi que la carte des limites d'agglomération, doivent être annexés au RLP.

Mais, il arrive parfois que cette concordance entre l'élément matériel (des immeubles bâtis rapprochés) et l'élément fonctionnel (des panneaux d'entrée et de sortie) n'existe pas, ce qui est d'ailleurs la situation à Ustaritz. En effet, les panneaux d'entrée ou de sortie d'agglomération (réglementairement désignés EB-10 et EB-20) ont été implantés à la limite administrative de la commune et non en limite des secteurs où sont situés les immeubles bâtis comme le montre la carte page suivante.



Dans la mesure où, en cas de contentieux, le juge administratif fait prévaloir la matérialité de l'agglomération sur son élément fonctionnel, il conviendra de reprendre un arrêté municipal afin de mettre en adéquation les panneaux EB-10 et EB-20 avec les secteurs où sont regroupés des immeubles bâtis rapprochés.

2.2/Le régime applicable à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes

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.

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 ZPPAUP/AVAP).

Le II de l'article L.581-8 permet toutefois de lever cette interdiction si un RLP le prévoit. Cela n'est cependant pas une obligation. Mais, si tel est le cas, un RLP peut être moins restrictif que la réglementation nationale.

2. Les interdictions propres à certains dispositifs

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

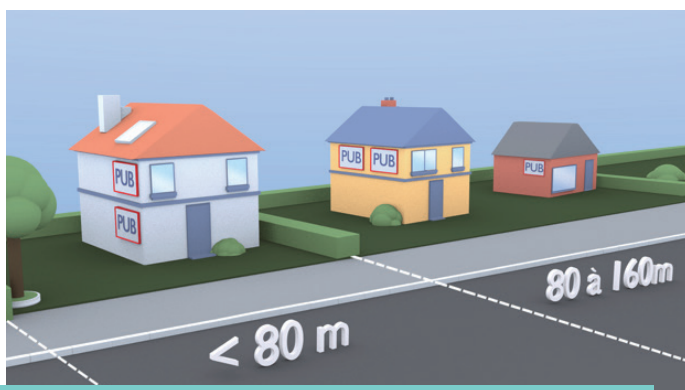
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- sur les murs des bâtiments sauf 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.



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

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.



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).

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

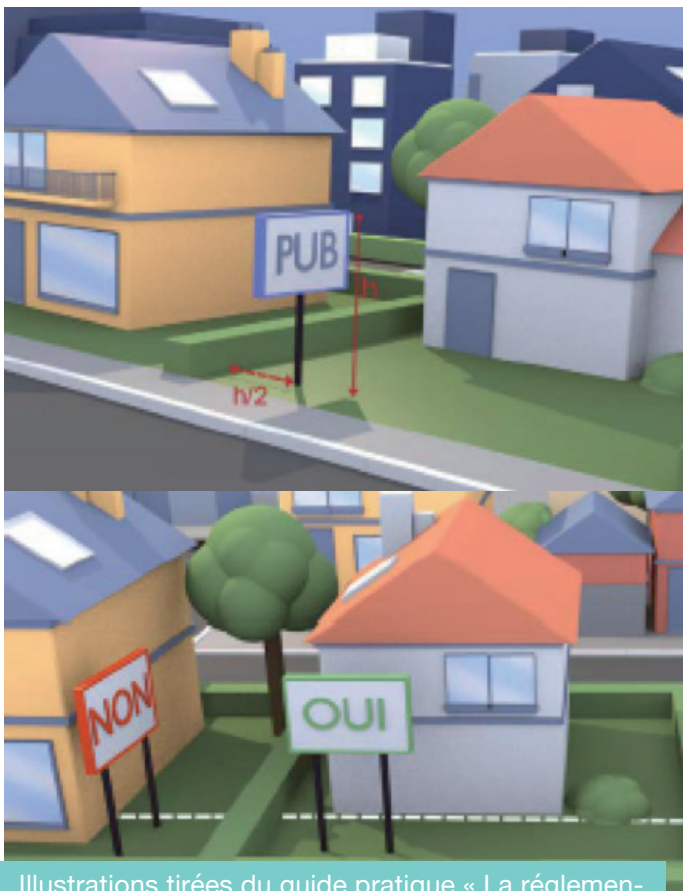
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m² (Art. R.581-32 du code de l'environnement).



Publicité scellée au sol de 12 m²
aux abords de la RD 932

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 lumineuse

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 lumineuse². La publicité lumineuse autre que numérique constitue un type de dispositif guère pratiqué par les professionnels de l'affichage. Seule la publicité numérique se développe, ce qui a conduit à ce que des dispositions particulières lui soient applicables.

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).

² 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.



Publicité numérique de 8 m² (photo prise dans une autre commune qu'Ustaritz)

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

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. 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.

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 » que les communes mettent en place pour signaler en agglomération commerces et équipements publics.



Microsignalétique en centre-bourg

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, de nombre (deux ou quatre) et d'activité signalée. Leur nombre est limité à deux par activité signalée, portée à quatre dispositifs pour les monuments historiques.



Préenseignes dérogatoires illégales depuis le 13 juillet 2015

2.2.2 Le régime des enseignes

Les dispositions du RNP applicable 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.

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

Le régime des enseignes en toiture

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.



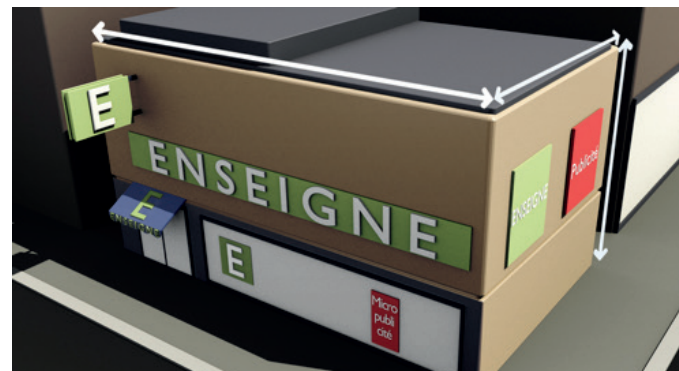
Illustrations tirées du guide pratique « La réglementation de la publicité extérieure », ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, 2014

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.

Le régime des 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 cessée, le RNP prévoit des règles d'implantation et de densité. 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).

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).



Le régime de l'enseigne scellée au sol ou installée 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.



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.

TITRE 3 LA SITUATION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE SUR LE TERRITOIRE D'USTARITZ

Le diagnostic a conduit à examiner la situation de la publicité, des préenseignes, ainsi que des enseignes implantées sur le territoire de la commune.

3.1/La situation de la publicité

3.1.1 Aux abords de la RD 932

Comme on l'a indiqué plus haut, l'axe principal de circulation à Ustaritz est la RD 932. De ce fait, on constate une concentration importante de dispositifs publicitaires scellés au sol, qu'ils soient de 12 m² ou de 8 m², aux abords de celle-ci.



Publicités scellées au sol aux abords de la RD 932

Certains sont par ailleurs mal entretenus.



Dispositif publicitaire en mauvais état d'entretien aux abords de la RD 932

Mais la plupart d'entre eux sont en infraction, dans la mesure où ils sont implantés en dehors des limites d'agglomération.





Cette situation s'explique directement par la confusion entre les limites d'agglomération et celles du territoire communal comme on l'a indiqué plus haut. Cela conduit les afficheurs à « profiter » de cette confusion pour implanter leurs dispositifs publicitaires entre les panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération tout en sachant qu'ils ne sont pas en agglomération au sens d'ensemble d'immeubles bâtis rapprochés.

Remarque : Il faut néanmoins préciser que le règlement de publicité d'Ustaritz de 1994 entretient également cette confusion puisque dans la zone de publicité restreinte où la publicité est admise, il est indiqué que la publicité est autorisée « le long du CD 932 sur les deux côtés et sur une profondeur de 20 mètres à compter du bord de la chaussée, sur la portion traversant le territoire de la commune entre les panneaux d'agglomération » (Article 1 du B du I du titre 1).

3.1.2 Dans le bourg et les principaux quartiers

La situation de la publicité dans le bourg et les quartiers d'Ar-rauntz et d'Herauritz est bien différente. Ainsi le bourg est vierge de toute publicité, pas même sur les éléments de mobilier urbain. A cet égard, la commune ne dispose pas de contrat de mobilier urbain qui lui permettrait de communiquer sur les supports mis à sa disposition. Ce qui est, comparé à d'autres communes françaises de taille comparable, à souligner. Cette situation s'explique également par les dispositions de l'actuel règlement de publicité d'Ustaritz qui interdit toute publicité dans le secteur concerné (Article I du Titre 2).



Mobilier urbain implanté dans le bourg

Dans les quartiers et parce que les voies qui les traversent ont principalement pour objet de desservir les habitations qui sont situées à leurs abords, la publicité est absente.



Vues du quartier Arrauntz vierge de toute publicité

3.2/La situation des préenseignes

En agglomération, les préenseignes sont rares. On les trouve notamment dans le quartier d'Arrauntz et dans des formats divers et variés.



Préenseignes implantées à l'entrée d'Arrauntz



On en trouve également dans le quartier d'Herauritz où elles sont en infraction parce qu'elles sont apposées sur des équipements publics ce que prohibe l'article R.581-22 du code de l'environnement.



Préenseigne installée sur un poteau télégraphique à Herauritz

Certaines sont mêmes redondantes, leur utilité restant à prouver.



Préenseigne installée sur un poteau télégraphique à Herauritz

Hors agglomération, toutes celles qui ont été relevées sont également en infraction puisqu'elles signalent des activités qui ne peuvent l'être au moyen de préenseignes soit depuis le 13 juillet 2015, soit depuis l'origine de la réglementation, c'est-à-dire depuis un décret du 21 novembre 1980.



Préenseigne signalant un poste de distribution de carburants



Préenseigne signalant une activité économique ne pouvant être signalée au moyen de ce type de dispositif

3.3/La situation des enseignes

3.3.1 Les enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol recensées à Ustaritz, bien qu'elles soient relativement rares, sont plutôt de bonne qualité. Elles respectent en outre les exigences de la règlement qui leur impose de ne pas dépasser un format de 6 m².



Enseigne scellée au sol en centre bourg



Enseigne scellée au sol aux abords de la RD 88

D'autres dispositifs, plutôt anciens, présentent en revanche des qualités esthétiques plus discutables quoiqu'ils soient parfaitement légaux.



Enseigne scellée au sol aux abords de la RD 932

3.3.2 Les enseignes murales

Les enseignes murales peuvent être parallèles au mur qui les supportent ou perpendiculaires à celui-ci.

Les bons exemples sont nombreux sur la commune notamment lorsque les enseignes sont tout à la fois discrètes, sobres, respectueuses de l'immeuble sur lequel 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.



Enseignes murales en centre-bourg



Enseignes murales en centre-bourg



Enseignes murales aux abords de la RD 932

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



Enseignes de l'hôtel de ville

Mais d'autres enseignes sont moins bien intégrées notamment parce qu'elles ne respectent pas les lignes architecturales du bâtiment qui les reçoit...



Enseignes débordant la structure du balcon

...ou dont la qualité esthétique est assez discutable lorsqu'elles sont composées de caissons lumineux.



Enseignes perpendiculaires sous forme de caisson lumineux

D'autres enfin sont en infraction notamment parce qu'elles dépassent les limites du mur qui les supportent, ce que prohibe l'article R.581-60 du code de l'environnement.



Enseigne murale dépassant le mur

3.3.3 Les enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont les dispositifs qui ont le plus d'impact sur le cadre de vie. C'est la raison pour laquelle la réglementation nationale leur impose d'être composées de lettres découpées permettant ainsi au regard de traverser la structure qu'elles forment.



Enseigne formée de lettres découpées
(photo non prise sur la commune d'Ustaritz)

Toutefois, toutes les enseignes en toiture recensées à Ustaritz ne respectent pas cette obligation. Elles sont donc en infraction.



Enseignes en toiture non formées
de lettres découpées

3.3.4 Les enseignes temporaires

Les enseignes temporaires ont pour objet de signaler de opérations exceptionnelles notamment de vente ou de location d'immeubles. Elles ont une durée d'implantation liée à l'opération qu'elle signale. La réglementation leur impose un format limité à 12 m² (art. R.581-70 du code de l'environnement). Bon nombre d'entre elles, recensées sur la commune, respectent le format réglementaire.



Enseigne temporaire à Herauritz



Enseigne temporaire à Herauritz

Ce qui n'est cependant pas le cas de toutes, notamment parce qu'elles ne respectent pas le format réglementaire.



Enseigne temporaire non réglementaire à Herauritz

Troisième partie

Les orientations

Au vu des objectifs et du diagnostic, des orientations ont été arrêtées tant en matière de publicité que d'enseignes.

ORIENTATIONS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ

Revoir les limites d'agglomération

La situation de la publicité aux abords de la RD932 est principalement due à une mauvaise implantation des panneaux d'entrée et de sortie de ville. Une nouvelle implantation, respectueuse des dispositions du code de la route, permettra d'améliorer la protection du cadre de vie en actant de l'irrégularité de nombreuses installations publicitaires.

Réduire le format publicitaire

On assiste progressivement à une standardisation du format publicitaire à 8 m². Ce serait l'occasion pour le RLP d'Ustaritz d'instituer ce format pour en faire son format standard.

Instituer une règle de densité

La règle de densité fixée par la réglementation nationale n'est pas suffisamment sévère et adaptée aux caractéristiques de la commune d'Ustaritz. Il paraît nécessaire d'en instituer une qui sera plus restrictive que la règle nationale. Cela conduira à espacer les dispositifs publicitaires notamment scellés au sol.

Maintenir l'interdiction publicitaire en centre bourg

L'actuel règlement de publicité d'Ustaritz interdit toute forme de publicité en centre bourg. Dans la mesure où la commune souhaite se doter d'une AVAP dont le périmètre correspondrait à celui du centre-bourg, l'interdiction de la publicité sera maintenue, elle contribuera à assurer la qualité architecturale des lieux considérés. Si la démarche AVAP n'est pas aboutie au moment de l'adoption du RLP, les règles les plus sévères du RLP seront établies aux abords des monuments historiques inscrits.

ORIENTATIONS EN MATIÈRE D'ENSEIGNE

Réduire l'impact visuel 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

En particulier en centre bourg, compte tenu de la création prochaine d'une AVAP ou aux abords des monuments historiques, les enseignes murales feront l'objet de règles visant à assurer leur intégration dans l'architecture du bâtiment qui les reçoivent.

Interdire les enseignes en toiture

Compte tenu de leur impact sur le cadre de vie les enseignes en toiture pourront être interdites.

Quatrième partie

Explications des choix

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

CHAPITRE 1

EXPLICATION DES CHOIX DE ZONAGE

La commune a souhaité protéger son centre bourg dans la perspective de l'adoption d'une AVAP. Au moment de l'arrêt du projet de RLP, son périmètre n'a pas encore été identifié. C'est la raison pour laquelle, le parti a été pris de maintenir le principe d'une protection du centre bourg en se basant sur le périmètre de protection des abords des monuments historiques au sens de l'article L.621-30 du code du patrimoine. Celui-ci prévoit qu'à défaut de périmètre délimité par l'autorité administrative, 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.

Par conséquent, est instituée une zone n°1 qui correspond aux périmètres de protection des monuments historiques de la commune dans un rayon de 500 m. Il convient de préciser qu'afin d'assurer une protection complète, il n'a pas été retenu le critère de la co-visibilité pour identifier cette zone.

Une zone n°2 tenant compte de la nature des activités qui s'y exercent est instituée. Ses contours reprennent ceux de la zone UY du PLU située aux abords de la RD 932 et où est notamment implanté un centre commercial. Une zone n°3 couvre le reste du territoire aggloméré non compris dans les zones n°1 et n°2.

Ainsi l'ensemble des espaces agglomérés est couvert par une réglementation spécifique.

CHAPITRE 2

EXPLICATION DES CHOIX DES REGLES

Le règlement est composé de trois chapitres. Le chapitre préliminaire comporte des dispositions générales applicables sur l'ensemble du territoire communal. Deux autres chapitres sont spécifiquement applicables à chacune des deux zones.

2.1/Explication du choix des règles du chapitre préliminaire

Le chapitre préliminaire comporte huit articles (P.1 à P.8) applicables à la publicité (et aux préenseignes) et aux enseignes.

L'article P.1 vise à assurer la qualité des dispositifs publicitaires scellés au sol en limitant le recours aux accessoires de sécurité, tels les échelles et les passerelles.

L'article P.2 fixe les règles d'extinction nocturnes des publicités et des enseignes lumineuses.

L'article P.3 généralise sur l'ensemble du territoire communal la possibilité offerte par l'article L.581-14 alinéa 3 du code de l'environnement imposant à tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue, ou à défaut au propriétaire, de veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère et à l'intérêt des lieux avoisinants.

L'article P.4 prévoit des dispositions spécifiques aux enseignes sur clôture en l'absence de règles les concernant dans le règlement national de publicité (RNP).

L'article P.5 interdit les enseignes sur les arbres comme le prévoit le RNP pour les publicités.

L'article P.6 fixe un régime spécifique pour les enseignes temporaires dont la définition est précisée dans le lexique.

L'article P.7 concerne les préenseignes temporaires définies dans le lexique et rappelle qu'elles sont soumises au régime de la publicité à l'exclusion de celles implantées hors agglomération sous réserve de respecter les dispositions du RNP (article R.581-71 du code de l'environnement).

L'article P.8 rappelle que l'affichage d'opinion et la publicité des associations peuvent être installés sur des emplacements réservés que le maire doit installer sur le territoire communal conformément à l'article R.581-2 du code de l'environnement.

2.2/Explication du choix des règles de la zone n°1

2.2.1 Explication du choix des règles applicables à la publicité

Il a été fait le choix de reconduire le principe de l'interdiction de la publicité en centre bourg comme le faisait auparavant le règlement de publicité de 1994. L'interdiction s'applique quel que soit le procédé publicitaire.

2.2.2 Explication du choix des règles applicables aux enseignes

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

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont soumises, en termes de format, aux dispositions du RNP (article R.581-65). Mais leur aspect est encadré de manière à prendre l'aspect d'un « totem ».

Les enseignes murales sont fortement encadrées dans le but de préserver la qualité architecturale des bâtiments du centre bourg. Quelles soient perpendiculaires ou parallèles, les enseignes sont interdites sur les balcons. Les caissons lumineux, souvent disgracieux, sont également interdits sauf si leur épaisseur est limitée.

2.3/Explication du choix des règles de la zone n°2

2.3.1 Explication du choix des règles applicables à la publicité

Comme cette zone se situe à proximité du centre bourg, il a été fait le choix d'appliquer le même régime d'interdiction publicitaire que celui figurant en zone n°1.

2.3.2 Explication du choix des règles applicables aux enseignes

Eu égard à la destination commerciale de la zone, les règles applicables aux enseignes sont moins sévères que celles instituées en zone n°1. C'est ainsi que les dispositions applicables aux enseignes murales sont la reprise des dispositions du RNP.

L'implantation d'enseignes numériques peut être autorisée sous réserve que leur format ne dépasse pas 2 m².

Comme en zone n°1, les enseignes en toiture sont en principe interdites. Mais cette interdiction peut être levée si l'architecture du bâtiment ne permet pas l'implantation d'autres enseignes. Ce cas peut se présenter si le toit comporte une avancée masquant en partie la devanture de l'établissement. Alors, l'enseigne en toiture est admise sous réserve que les lettres découpées qui la constituent aient une hauteur limitée à 0,40 m.

Le format maximum des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, y compris numériques, est le rappel des dispositions du RNP. Toutefois, le règlement leur impose un aspect spécifique qui vise à les distinguer des dispositifs publicitaires scellés au sol.

2.4/Explication du choix des règles de la zone n°3

2.4.1 Explication du choix des règles applicables à la publicité

Les règles adoptées en matière de publicité en zone n°3 sont moins sévères que celles des zones n°1 et n°2. La publicité n'y est pas interdite, sauf la publicité numérique et la publicité sur bâche ce qui est le rappel de la réglementation nationale (article R.581-53 du code de l'environnement). Lorsque les dispositifs publicitaires sont admis, des règles limitant leur nombre, leurs conditions d'implantation et leur format ont été adoptées.

Ainsi, une règle de densité plus sévère que la règle nationale (article R.581-25 du code de l'environnement) a été instituée tout en permettant, au vu des caractéristiques du parcellaire sur la commune, des implantations de dispositifs publicitaires muraux ou scellés au sol. Lorsque plusieurs dispositifs peuvent être installés sur une même unité foncière est afin d'éviter les doublons, une règle d'interdistance visant à les espacer dans le paysage a été adoptée.

Afin d'assurer la sécurité des usagers des voies publiques, les dispositifs scellés au sol sont éloignés des carrefours à sens giratoire, dont une définition figure dans le lexique, lorsque leur surface est supérieure à 2 m².

Le format publicitaire est limité à 8 m² étant précisé qu'il s'applique à l'affiche. Il est tenu compte de l'encadrement de la publicité qui ne doit alors pas dépasser 0,20 m de large.

La publicité sur palissades de chantier ne peut être interdite dans les zones instituées par un RLP. Aussi, des règles visant à limitant leur nombre et leur format ont-elles été instituées.

2.4.2 Explication du choix des règles applicables aux enseignes

Les caractéristiques du bâti de la zone n°3 permettent l'installation d'enseignes dans des conditions identiques à celles instituées pour la zone n°2.