



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Côte Basque – Adour

Rapport de présentation

Version soumise à l'arrêt

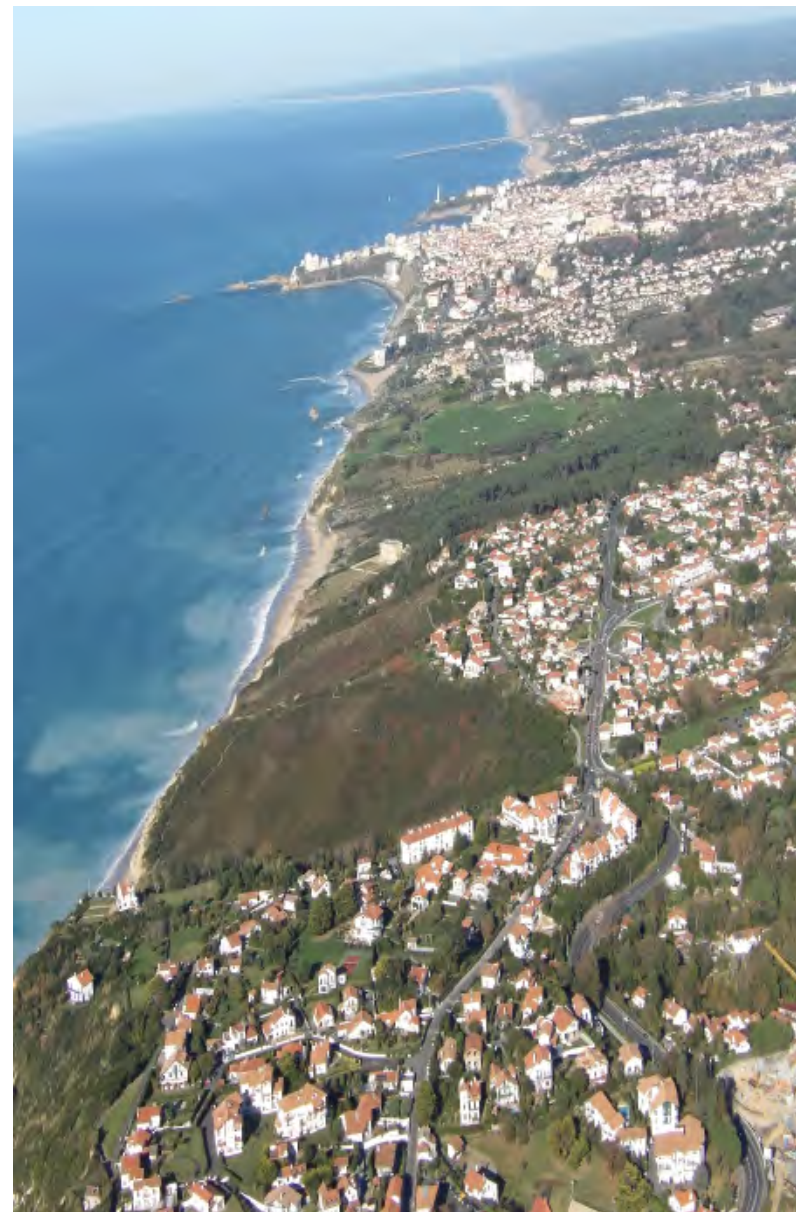


TABLE DES MATIERES

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL	1
COTE BASQUE – ADOUR	1
RAPPORT DE PRESENTATION	1
PRÉAMBULE	4
CARTE ZONE AGGLOMERE	7
PARTIE 1 > ANALYSE TERRITORIALE URBAINE ET PAYSAGERE	8
Chapitre 1 données generales	9
1.1 Situation géographique	9
1.2 Présentation du	10
chapitre 2 contexte démographique, économique et urbain	11
2.1 Poids et évolution démographique	11
2.2 Poids et évolution économique	14
chapitre 3 Caractéristiques territoriales et enjeux pour l’affichage publicitaire	17
3.1 Le patrimoine naturel, forestier et agricole	17
⇒ Les terres agricoles	21
3.2 Le patrimoine bâti	24
3.3 Les abords du Tram’bus	31
3.4 Les centralités	35

3.5 Les voies structurantes et les entrées de villes	38
3.6 Les zones d’activités (économiques et commerciales)	42
3.7 L’aéroport	45
3.8 Les enceintes sportives	47
3.9 Le port	49
3.10 Le parc des expositions	51
chapitre 4 Synthèse des enjeux	53
Patrimoine naturel, agricole et forestier	54
Patrimoine bâti	54
Abords du Tram’bus	54
Les centralités	54
Les voies structurantes et les entrées de villes	54
Les zones d’activités (économiques et commerciales)	54
L’aéroport / enceintes sportives / port / parc des expositions	54

PARTIE 2 > ANALYSE DES DISPOSITIONS APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE CÔTE BASQUE-ADOUR

Chapitre 1 Le champ d’application du droit de la publicité extérieure	58
1.1 Le champ d’application matériel	58
1.2 Champ d’application géographique	66
Chapitre 2 Les dispositions du RNP applicables sur le territoire Côte Basque-Adour	70
2.1. Population et droit de la publicité extérieure	70

2.2. Le régime applicable à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes	72	1.2 Les secteurs à enjeux ayant fait l'objet d'un zonage spécifique	119
Chapitre 3 Analyse des Règlements locaux de publicité	83	Chapitre 2 Le choix des règles	121
PARTIE 3 > ANALYSE DE LA SITUATION DE LA PUBLICITE SUR LE TERRITOIRE CÔTE BASQUE-ADOUR	85	2.1 Explication du choix des règles de la zone 1	121
Chapitre 1 La situation de la publicité	86	2.2 Explication du choix des règles de la zone 2a	123
1.1 Les entrées de ville	87	2.3 Explication du choix des règles de la zone 2b	124
1.2 Les espaces naturels en agglomération	90	2.4 Explication du choix des règles de la zone 3	124
1.3 Les zones d'activités économiques et/ou commerciales	92	2.5 Explication du choix des règles de la zone 4	126
1.4 Les secteurs dits résidentiels	93	2.6 L'explication du choix des règles de la zone 5a	127
1.5 Les principales infractions en matière de publicité	94	2.7 Explication du choix des règles de la zone 5b	128
Chapitre 2 La situation des enseignes	96	2.8 Explication du choix des règles de la zone 6	129
2.1 La situation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	96		
2.2 La situation des enseignes sur toiture	100		
2.3 Les enseignes murales	101		
Chapitre 3 Une situation particulière : Les dispositifs numériques	108		
PARTIE 4 > LES ORIENTATIONS	112		
Les orientations en matière de publicité	113		
Les orientations en matière d'enseigne	115		
PARTIE 5 > L'EXPLICATION DES CHOIX	117		
Chapitre 1 Le choix du zonage	118		
1.1 Les secteurs à enjeux qui n'ont pas fait l'objet d'un zonage spécifique	118		

PRÉAMBULE

⇒ Les objectifs du RLPi

Le 1^{er} janvier 2017, en application du schéma départemental de coopération intercommunale, la communauté d'agglomération Côte Basque Adour a fusionné avec neuf autres intercommunalités pour former la communauté d'agglomération du Pays basque.

Le territoire Côte Basque-Adour est un pôle territorial de la communauté d'agglomération Pays Basque, regroupant cinq communes : Bayonne, Anglet, Biarritz, Boucau et Bidart.

La Communauté d'Agglomération Pays Basque, compétente en matière d'urbanisme, reprend et poursuit toutes les procédures d'urbanisme initiées par l'ex-Agglomération Côte Basque-Adour et notamment, les PLU communaux, le PLUi et le RLPi. Ainsi, le PLUi Côte Basque-Adour (délibération de prescription du 4 mars 2015), et le RLPi (délibération de prescription du 28 septembre 2016) sont conduits de façon concomitante, ce qui permet de plus la mutualisation des réflexions communes aux deux procédures.

L'élaboration du RLPi par conséquence abrogera les règlements locaux existants (Bayonne, Biarritz, Anglet, Bidart et Boucau) et établira un document commun à l'échelle des cinq communes composant le territoire Côte Basque-Adour.

Définis par la délibération de prescription, les objectifs poursuivis sont les suivants :

- établir un RLPi en prenant en compte la nouvelle réglementation nationale issue du Grenelle II ;
- harmoniser et donner une cohérence d'ensemble au traitement de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communautaire ;
- Protéger et préserver la qualité de la ville eu cadre de vie, notamment en :
 - limitant l'impact des dispositifs publicitaires sur le patrimoine naturel et/ou bâti,
 - réglementant strictement publicité, enseignes et préenseignes dans les secteurs des périmètres de protection pour valoriser les principaux centres historiques et patrimoniaux de l'Agglomération, en interdisant les publicités dans les secteurs des périmètres de protection listés à l'article L.581-8-1° du code de l'environnement
 - fixant des règles de densité, de format, d'implantation, de hauteur (gabarit) des dispositifs publicitaires en agglomération sur le territoire communautaire ;
- en lien avec les réflexions portées par le PLUi, traiter les entrées de villes pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes, de façon à assurer la qualité visuelle et

paysagère des principaux axes structurants de l'Agglomération (harmonisation des différentes règles existantes et mise en place de règles adaptées pour les différents dispositifs permanents ou temporaires) ;

- apporter de nouvelles règles favorisant l'amélioration de la sécurité en adéquation avec les dispositions du code de la route ;
- tenir compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologies en matière de publicité, enseignes et préenseignes, tous supports confondus y compris numériques et les réglementer en conséquence.



⇒ **Méthodologie**

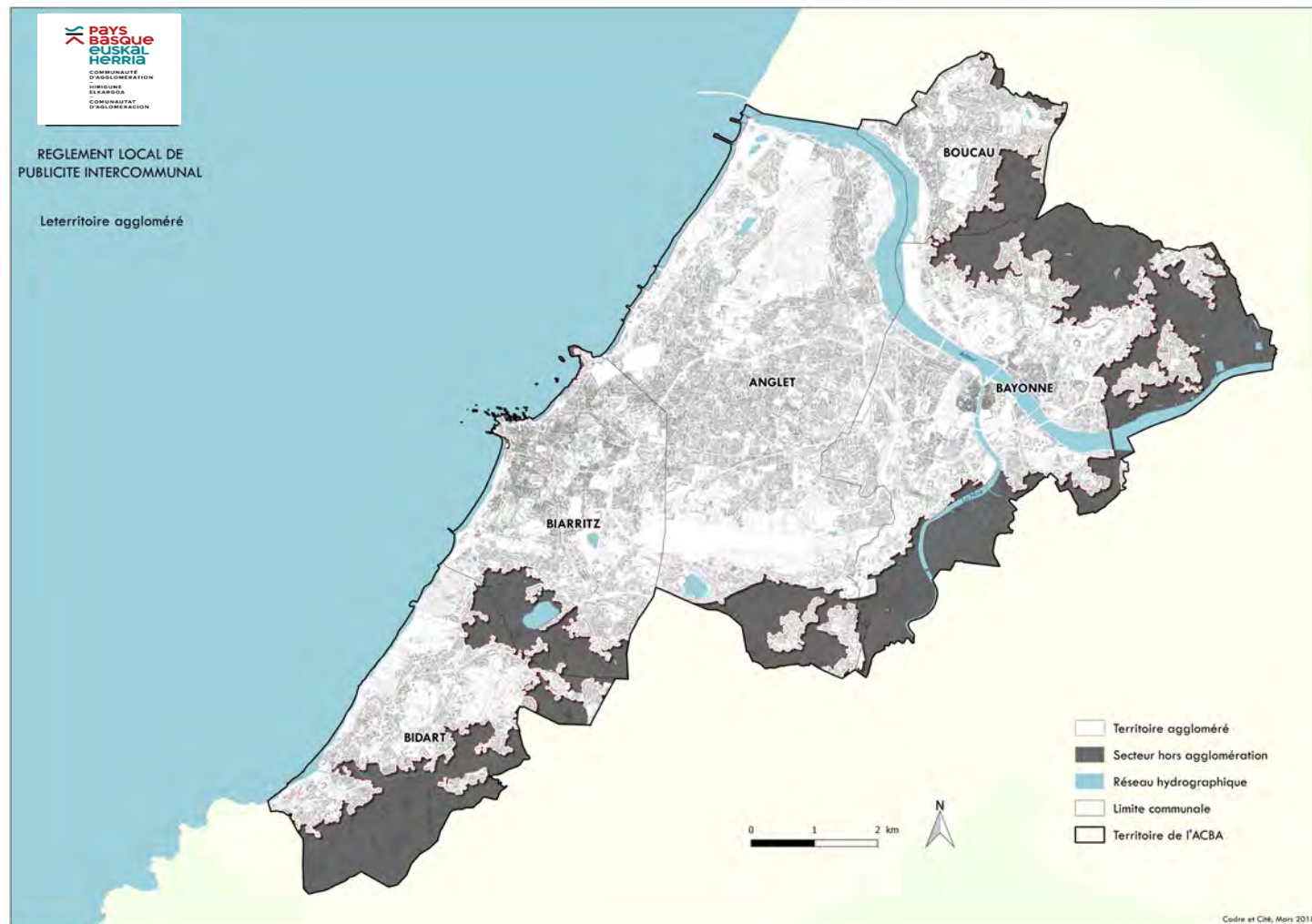
Afin de définir des stratégies visant à rendre les dispositifs d'information commerciale harmonieux et intégrés, il s'agit de définir des espaces en fonction de leur caractéristique urbaine et au regard des enjeux paysagers, architecturaux et patrimoniaux. Pour ce faire la méthodologie mise en oeuvre s'est appuyée sur:

- La définition d'enjeux théoriques sur l'impact visuel et fonctionnel des panneaux publicitaires et des enseignes sur le cadre urbain et les ambiances paysagères, ainsi que sur leur stratégie de localisation,
 - La lecture analytique des documents mis à disposition (PADD du PLUi en cours d'élaboration, volet paysager du PLUi, état initial de l'environnement, chiffres clés du territoire),
 - Le repérage sur le terrain des entités territoriales et urbaines ayant des enjeux singuliers,
 - L'analyse et un reportage photo de l'impact de l'implantation de la publicité et des enseignes dans ces entités territoriales et urbaines
- La cartographie et le traitement SIG des enjeux par entités
 - La mise en œuvre d'un travail collaboratif avec les 5 communes sous la forme de réunions de travail.
 - La fixation de la zone agglomérée sur la base de la démarche d'élaboration du PLUi pour l'application de la loi Littoral.

A cette fin, la communauté et les communes ont entrepris une réflexion visant à établir les limites de leur enveloppe urbaine. La méthode employée, encore au stade de la réflexion et non encore validée au moment de la rédaction du présent document, est néanmoins pertinente. Elle servira de base à l'établissement de la cartographie. En effet, et ainsi qu'on le verra plus loin, l'un des principes fondamentaux du droit de la publicité est que, hors agglomération, la publicité est interdite (article L.581-7 du code de l'environnement). Elle est en revanche admise en agglomération. Dès lors, les parties situées en dehors des zones agglomérées ne constituent pas des secteurs à enjeux pour l'établissement du RLPI.

La carte ci-après permet à ce stade d'identifier une première image de la partie agglomérée du pôle territorial Côte Basque-Adour.

Carte zone agglomérée



PARTIE 1 > ANALYSE TERRITORIALE URBAINE ET PAYSAGERE

CHAPITRE 1 DONNEES GENERALES

1.1 Situation géographique

Située entre les Pyrénées et la façade littorale Atlantique, la morphologie du territoire Côte Basque-Adour est marquée par un relief contrasté jouant le rôle de belvédère sur le grand paysage.

Dominée par la vallée de l'Adour, son réseau hydrologique est complété par la Nive et l'Uhabia. Si la croissance urbaine a contribué à atténuer l'empreinte de l'eau dans le grand paysage, le réseau hydrographique demeure un élément fort dans la structuration du territoire.

Les boisements qui ne représentent qu'une faible part du territoire du pôle Côte Basque-Adour se concentrent sur le littoral anglois avec la Pignada, sur sa frange Est au contact de l'arrière-pays, sur les coteaux situés au Nord de Boucau et Bayonne (Moulins de habas, Bois Guillou,...) et à Biarritz sud (Marion, Moriscot...).

L'agriculture couvre une infime partie du territoire dominée par des petites exploitations (céréales, élevage, maraichers,...) qui ont amené à une certaine singularité du paysage. Face à la pression urbaine, l'agriculture tend à s'éloigner du cœur du territoire Côte Basque-Adour.



Vue sur les Pyrénées depuis le littoral

1.2 Présentation du territoire Côte Basque-Adour

Le 1^{er} janvier 2017, une nouvelle Communauté d'Agglomération Pays Basque est née de la fusion des dix anciennes intercommunalités du Pays Basque. Sa création, concrétisée dans le cadre de la loi Notre, résulte de la forte mobilisation des élus et de la société civile. Forte de ses 158 communes et 300 000 habitants, cette nouvelle Agglomération se hisse au rang des plus importantes intercommunalités de France, la 2^{ème} de la Région Nouvelle Aquitaine.

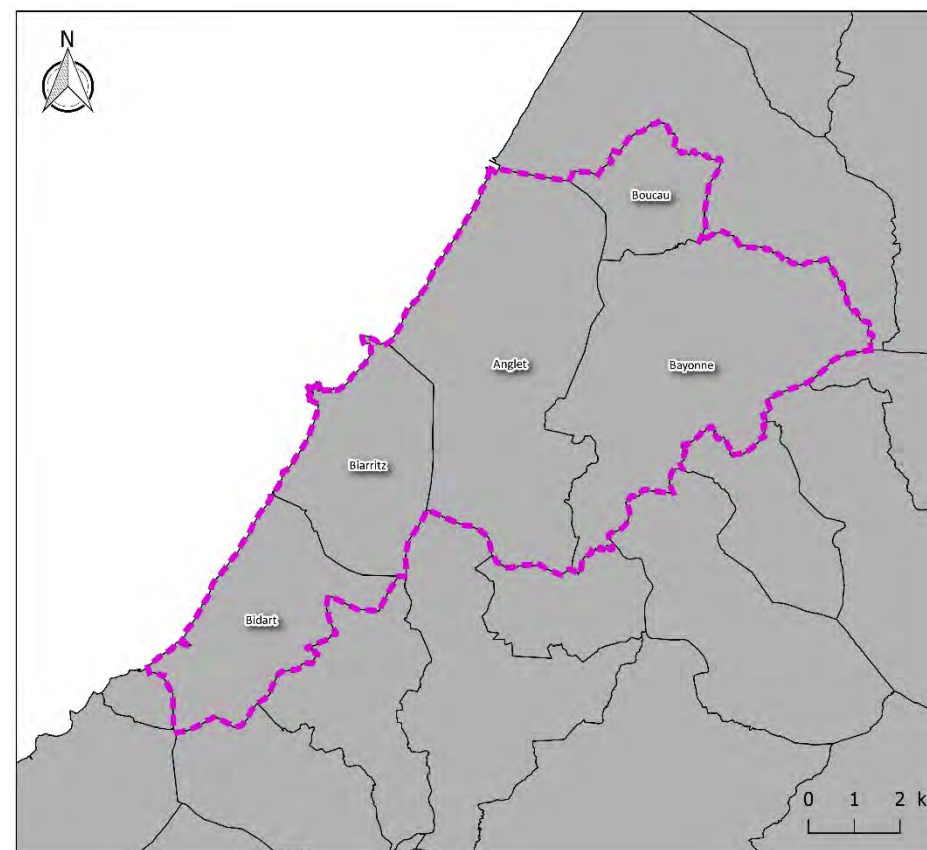
Le territoire Côte Basque-Adour est un des dix pôles territoriaux de la Communauté d'Agglomération Pays Basque, regroupant cinq communes : Bayonne, Anglet, Biarritz, Boucau et Bidart.

Il comptait 126 072 habitants en 2013 ce qui le positionne, outre la métropole Bordelaise, dans les premiers rangs des agglomérations de la région Nouvelle-Aquitaine.

Il est composé de communes hétérogènes en termes de superficie et de densité de population :

Nom	Superficie (km ²)	Population (2014)	Densité (hab./km ²)
Anglet	26,93	38 633	1 435
Bayonne	21,68	48 178	2 222
Biarritz	11,66	24 713	2 119
Bidart	12,15	6 575	541
Boucau	5,82	7 893	1 356
Pôle CBA	78,24 km²	125 992 hab.	1 610 hab./km²

Le pôle Côte Basque-Adour compte 3 communes de plus de 10 000 habitants et 2 communes de moins de 10 000 habitants.



Source : bd topo

CHAPITRE 2 CONTEXTE DEMOGRAPHIQUE, ECONOMIQUE ET URBAIN

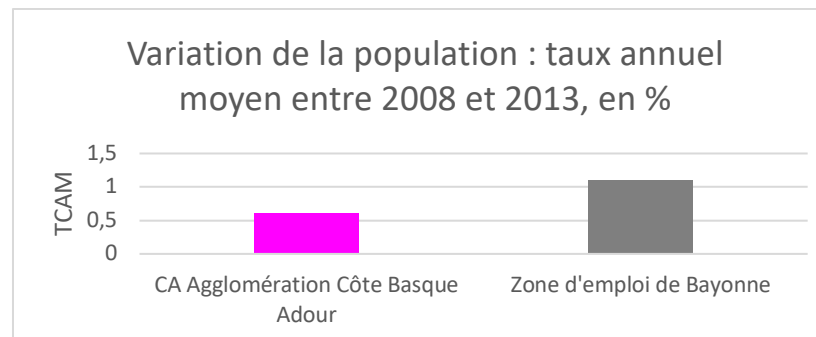
2.1 Poids et évolution démographique

⇒ Un territoire attractif

Le territoire Côte Basque-Adour regroupait sur son territoire 126 072 habitants en 2013. Sur la période de 2008 à 2013, la croissance démographique a connu une légère augmentation avec un taux de croissance annuel moyen de + 0,6%, notamment grâce à un solde migratoire positif (+ 0,7%).

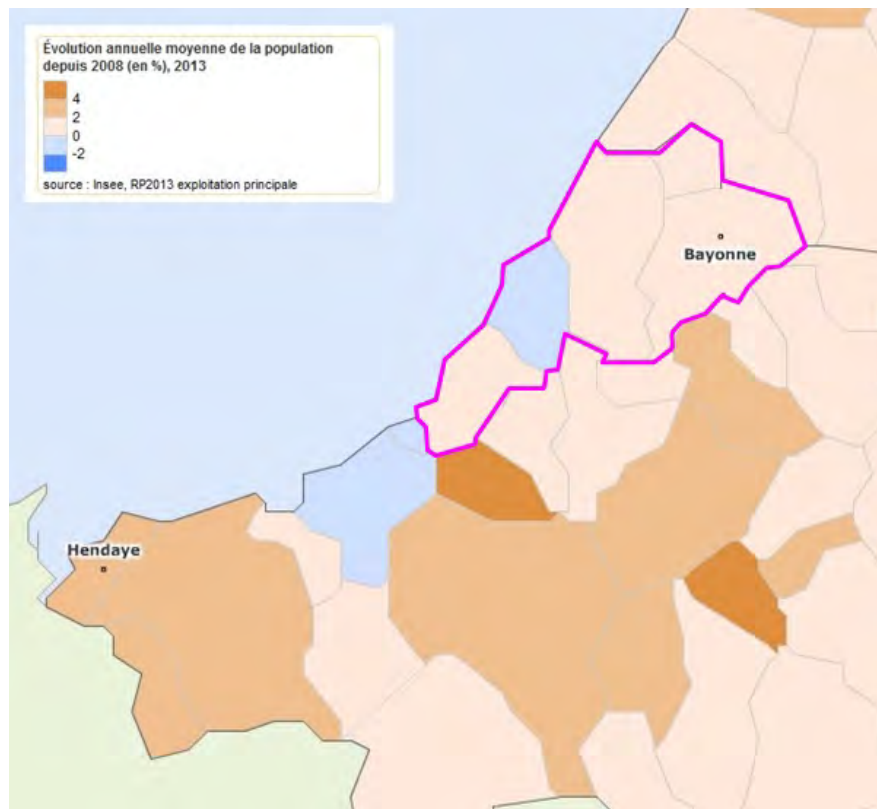
Sur cette même période, la zone d'emploi de Bayonne¹, dans sa géographie actuelle de 137 communes pour 325 155 habitants, a enregistré une croissance démographique plus forte avec un taux annuel moyen de + 1,1%.

Malgré son poids démographique, 38% de la zone d'emplois avec seulement 5 communes, on constate néanmoins que la progression a été plus forte en dehors du territoire Côte Basque-Adour.

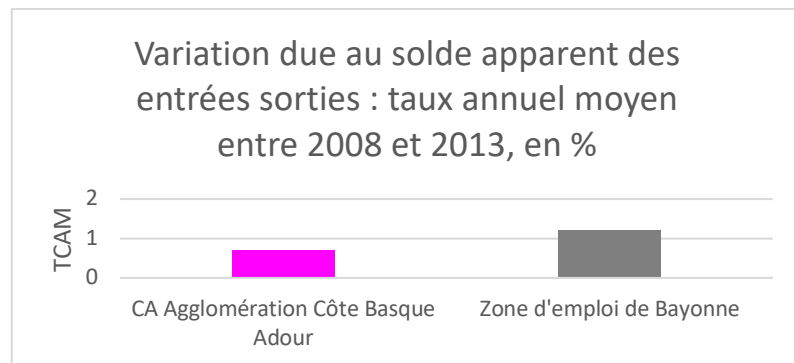


Source : Insee

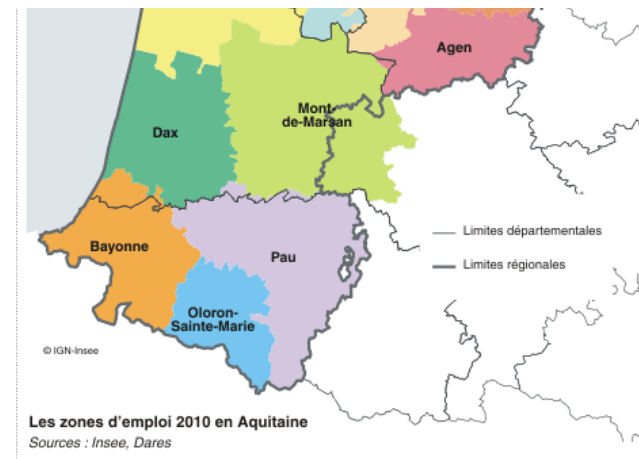
¹ Le découpage des zones d'emplois se fonde sur les flux de déplacement domicile-travail des actifs observés lors du recensement de 2006.



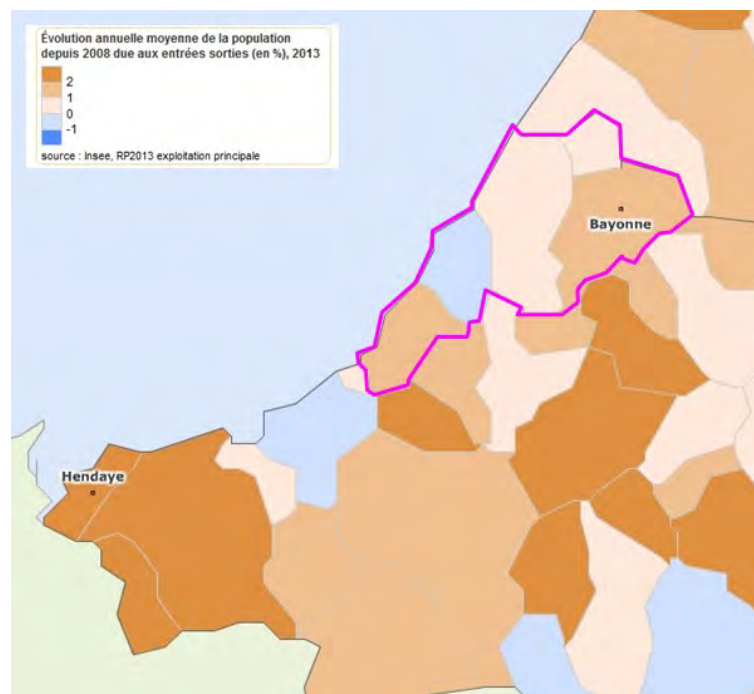
Source : Insee



Source : Insee

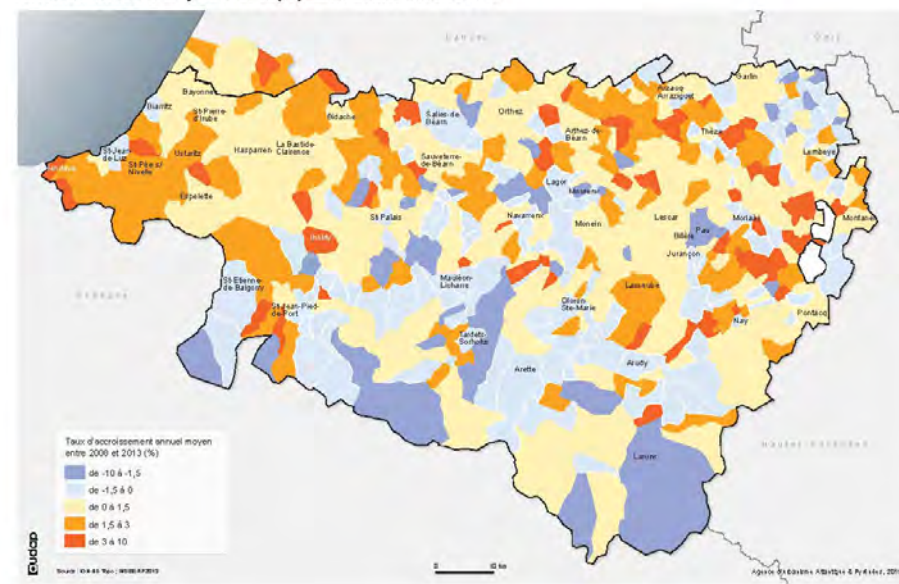


Source : Insee



Source : Insee

Évolution annuelle moyenne de la population entre 2008 et 2013

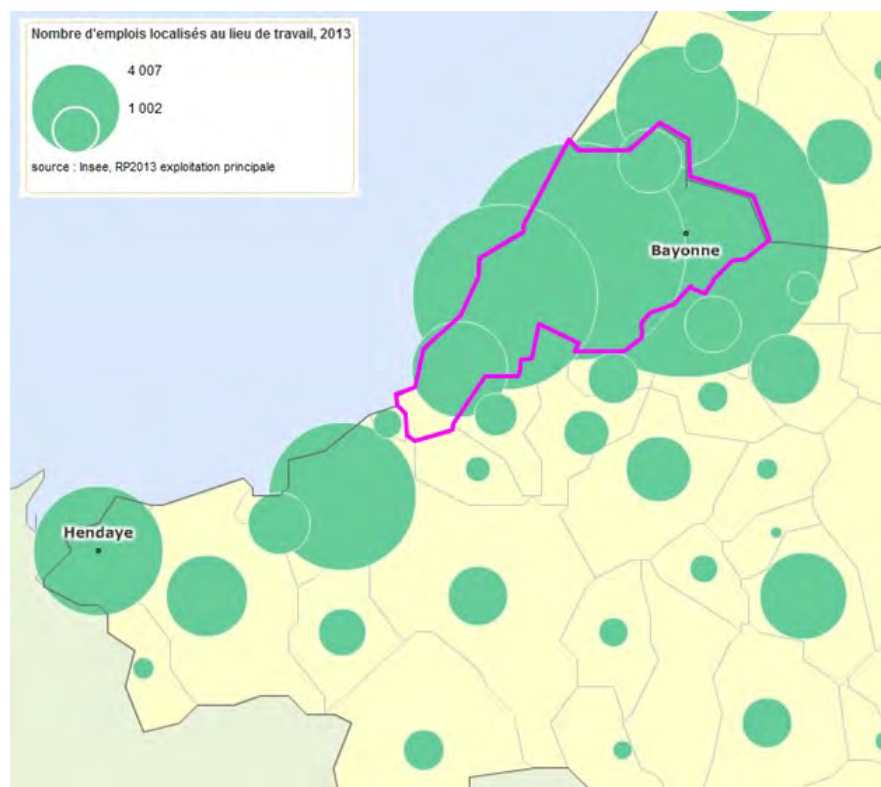


Source : AUDAP

2.2 Poids et évolution économique

⇒ Une économie créatrice d'emplois

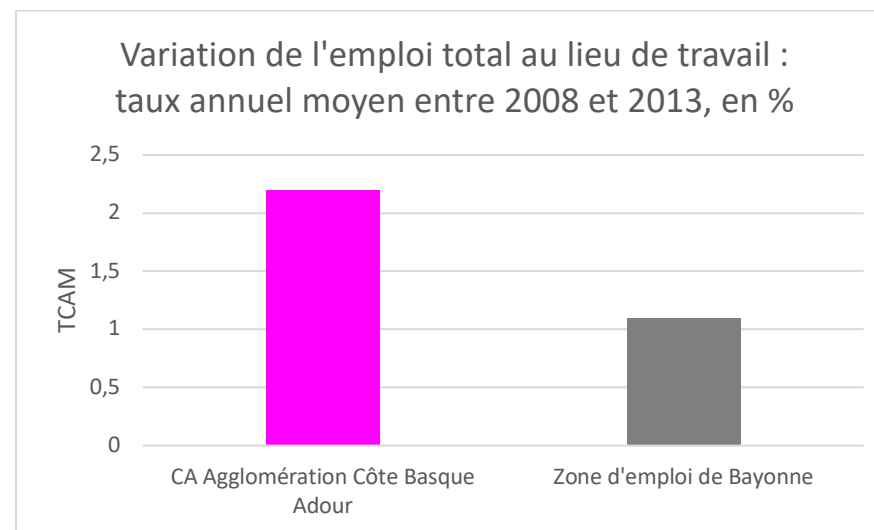
Le territoire Côte Basque-Adour accueille sur son territoire au total 65 409 emplois, soit plus de 50% de la zone d'emplois de Bayonne.



Source : Insee

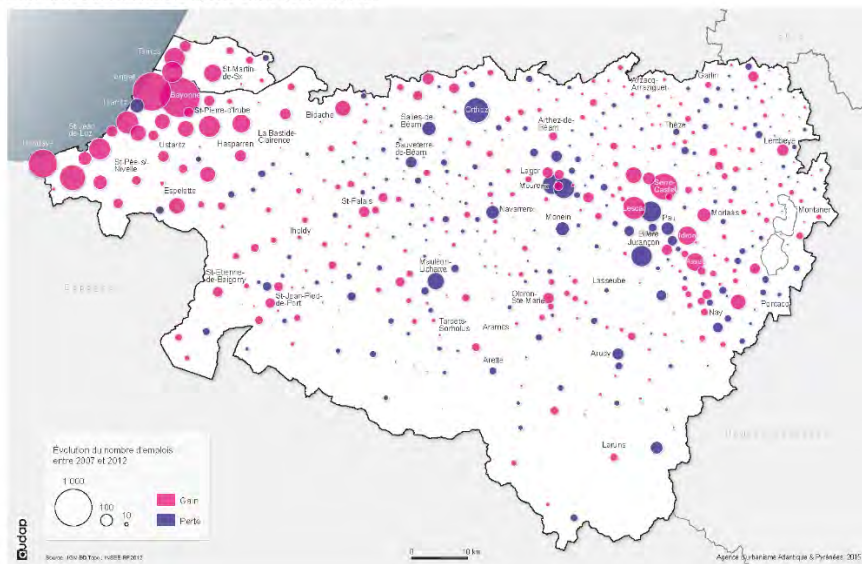
⇒ Une dynamique qui perdure malgré la crise économique

En termes de dynamique, le territoire Côte Basque-Adour se distingue des autres grandes agglomérations régionales par sa capacité à créer des emplois. Le taux de variation de l'emploi entre 2008 et 2013 est de + 2,2%. Cette dynamique est plus forte que dans la zone d'emplois de Bayonne qui n'est que + 1,1% sur la même période.



Source : Insee

Évolution du nombre d'emplois entre 2007 et 2012



Technopole Izarbel – Bidart

2.3 Le développement urbain de l'agglomération

⇒ Evolution de l'enveloppe urbaine et du réseau viaire

Les cartes présentées ci-après permettent d'observer l'évolution du développement urbain de l'agglomération sur une période longue, débutant en 1900 jusqu'à nos jours.

Cette analyse historique illustre l'impact du développement du réseau viaire sur l'enveloppe urbaine. D'une logique de concentration autour des centres historiques (Bayonne, Biarritz), l'urbanisation s'est diluée, décennies après décennies, en s'appuyant sur les principaux axes routiers de l'agglomération (A63, RD810, RD260, RD810...).

Synthèse

Ce dynamisme démographique, économique et urbain du territoire Côte Basque-Adour, source d'attractivité et de développement de la publicité et des enseignes, accroît les enjeux de préservation de l'identité du territoire métropolitain.

Réseaux de transports et bâti en 1900

!! Seul le bâti à vocation résidentielle est daté et donc représenté

— réseau ferré (train / tram)
— réseau routier principal
• bâti

3 | HÉRARCHISATION DES VOIRIES - ACBA - STACBA | Août | 2015

Réseaux de transports et bâti en 1985

!! Seul le bâti à vocation résidentielle est daté et donc représenté

— réseau ferré (train / tram)
— réseau routier principal
• bâti

7 | HÉRARCHISATION DES VOIRIES - ACBA - STACBA | Août | 2015

Réseaux de transports et bâti en 1950

!! Seul le bâti à vocation résidentielle est daté et donc représenté

— réseau ferré (train / tram)
— réseau routier principal
• bâti

5 | HÉRARCHISATION DES VOIRIES - ACBA - STACBA | Août | 2015

Réseaux de transports et bâti en 2012

!! Seul le bâti à vocation résidentielle est daté et donc représenté

— réseau ferré (train / tram)
— réseau routier principal
• bâti

9 | HÉRARCHISATION DES VOIRIES - ACBA - STACBA | Août | 2015

CHAPITRE 3 CARACTERISTIQUES TERRITORIALES ET ENJEUX POUR L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE

Le territoire Côte Basque-Adour offre une multiplicité de paysages qui possèdent tous une identité spécifique méritant une attention particulière du point de vue de la publicité. Au-delà des prescriptions d'ordre réglementaire ou général qui peuvent s'appliquer, il y a lieu de tenir compte des ambiances particulières des espaces, au regard de leur attrait paysager et d'une typologie de contextes. 10 espaces à enjeux spécifiques liés à l'implantation de la publicité et des enseignes ont été identifiés :

- Le patrimoine naturel, forestier et agricole,
- Le patrimoine bâti,
- Les abords du « trambus »,
- Les centralités
- Les voies structurantes et les entrées d'agglomération,
- Les zones activités économiques et commerciales,
- L'aéroport,
- Le port,
- Le parc des expositions,
- Les enceintes sportives.

3.1 Le patrimoine naturel, forestier et agricole

Ces espaces de nature, plus ou moins aménagés, ne sont pas appréhendés au regard de leur valeur écologique proprement dite, mais pour leurs rôles comme éléments du paysage, du cadre de vie de l'agglomération. L'enjeu est de recenser ces espaces afin de les préserver des logiques d'implantation publicitaire.

⇒ La trame bleue (l’océan, les cours d'eau, les lacs, zones humides)

La Trame Bleue du territoire Côte Basque-Adour se compose de deux grands systèmes : le littoral et les eaux continentales.

Le littoral, avec ses 14 km de côte, se compose lui de 3 entités paysagères :

- Le cordon dunaire et les lacs associés au Nord d'Anglet.
- Les falaises de Biarritz
- Les rochers et landes d'Erretegia de Bidart

Les eaux continentales s'étendent quant à elles sur 94 km de cours d'eau. Les masses d'eau superficielles sont intégrées à trois bassins hydrographiques qui dépassent les limites administratives du territoire Côte Basque-Adour :

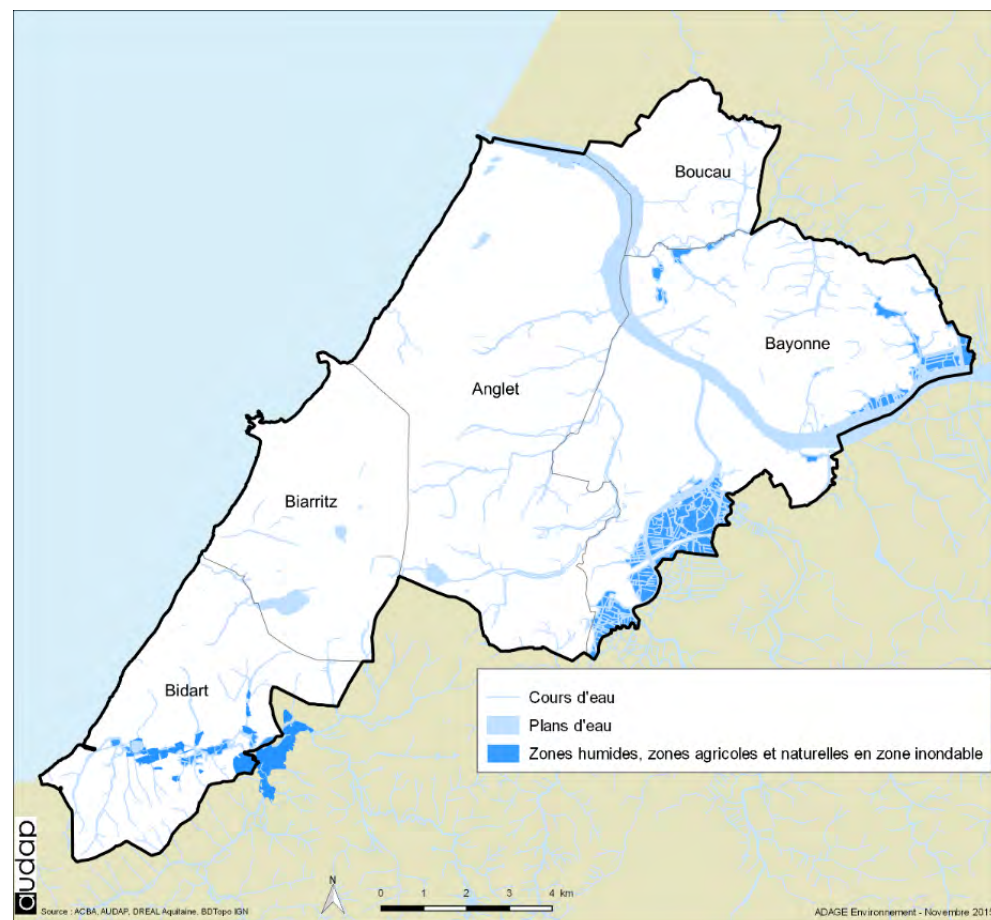
- Le Bassin de l'Adour, lui-même constitué de plusieurs sous-bassins versants (ruisseau du moulin, Escantepan et

Anges en rive droite et Aritxague et Maharin en rive gauche)

- Le Bassin de la Nive, constitué par le ruisseau de l'Urdainz, Pétaboure, ruisseau des Salines, Hillans.
- Le Bassin des Côtiers basques, Uhabia + cours d'eau côtiers (Lamoulie, Barchalot, Barbot)

Ces systèmes alluvionnaires sont ponctués par les lacs Marion, Mouriscot et Brindos issus de l'évolution des formations de Gypses.

La Trame Bleue entretient ainsi une grande diversité de paysages et de milieux comportant une bonne qualité de vie, une identité paysagère et un grand potentiel de biodiversité.

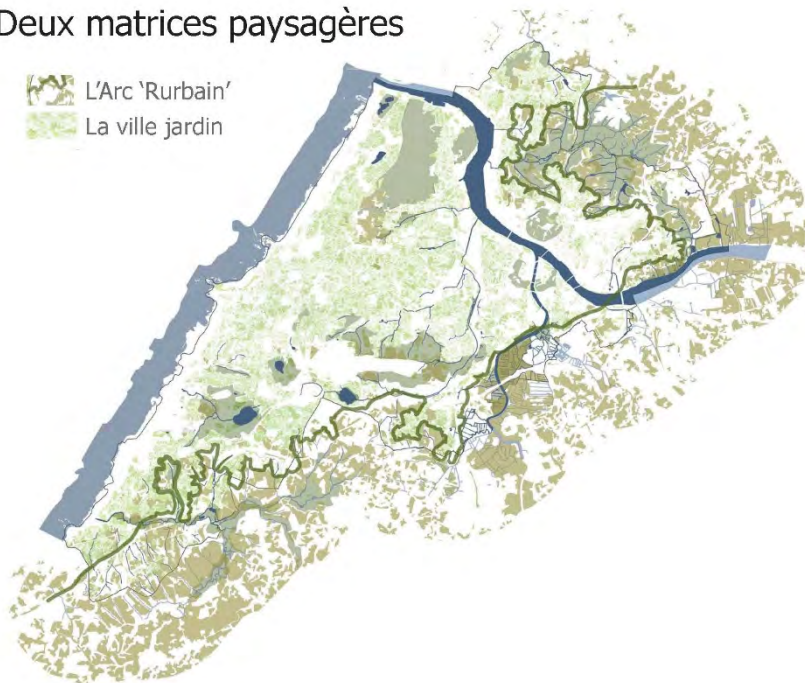


Source : ADAGE Environnement – Document de travail

⇒ **La trame verte (réservoirs de biodiversité ZNIEFF, ZICO, site NATURA 2000, zones d'intérêt local, Espaces Boisés Classés)**

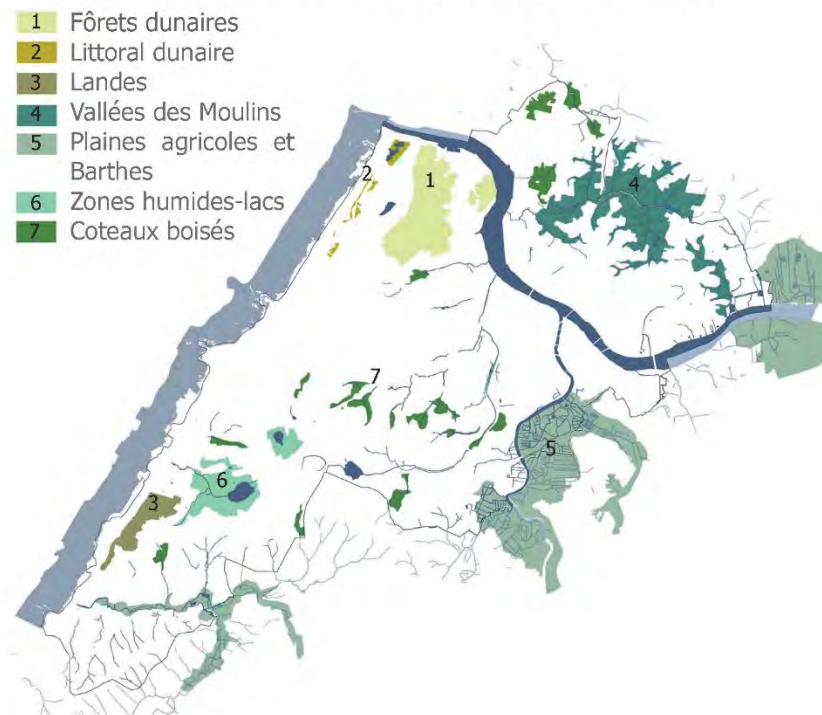
La trame verte du territoire Côte Basque-Adour s'appuie sur deux grands systèmes : la ville-jardin au cœur de l'agglomération, constituée majoritairement de jardins domestiques et d'espaces verts associés, et de l'arc rural, composé d'une mosaïque agro-forestière habitée de faible densité, qui contourne l'agglomération.

Deux matrices paysagères



Source : CAPB

Entités principales de la Trame verte et bleue



Source : CAPB

La trame verte se compose de sept entités paysagères :

- Les forêts dunaires (les pinèdes de Lazaret et de la Pignada) ;
- Le littoral dunaire ;
- Les landes ;

- Les vallées des Moulins (Bois Guillou, Moulins de Pey et de Habas) ;
- Les plaines agricoles et Barthes (les barthes de l'Urdainz et la plaine d'Ansot) ;
- Les zones humides et les lacs (Marion, Mouriscot et Brindos) ;
- Les coteaux boisés.

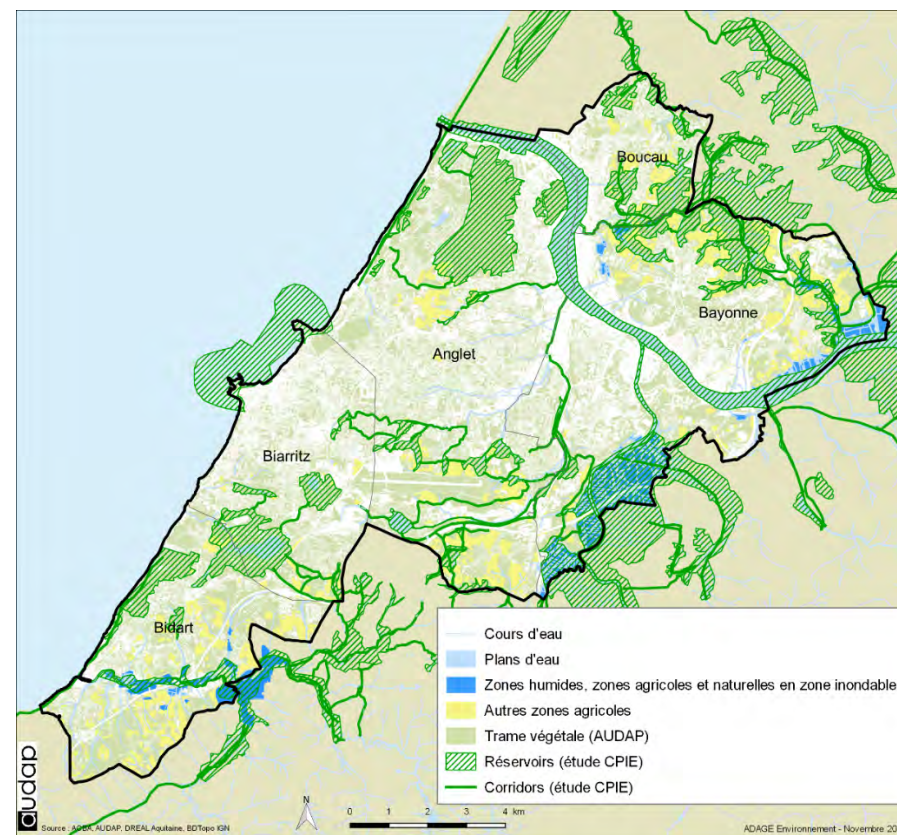
Ces grands paysages participent amplement à l'appréhension de la ville soit parce qu'ils sont au contact des espaces constitués soit parce qu'ils structurent ses limites ou un ensemble de logiques visuelles (horizons). Ces entités paysagères imposent des enjeux de préservation.



⇒ Les terres agricoles

Le territoire accueille une agriculture à la fois professionnelle et vivrière non négligeable mais concurrencée par un développement urbain important.

En 2013, le territoire Côte Basque-Adour comptait 26 fermes actives. Une ferme active est une exploitation agricole ayant une activité de production et de commercialisation des produits. Ces 26 fermes exploitent 158 ha sur le territoire. Les activités agricoles du territoire sont diverses : maraîchage, horticulture, huiles essentielles, céréales, apiculture, élevage...



La trame verte et bleue – document de travail

⇒ ENJEUX pour le RLPI

- Proposer un règlement adapté à la protection de ces espaces agricoles, forestiers et naturels situés dans le territoire aggloméré
- Encadrer l'implantation des enseignes dans les bases de loisirs et les espaces verts à signaler

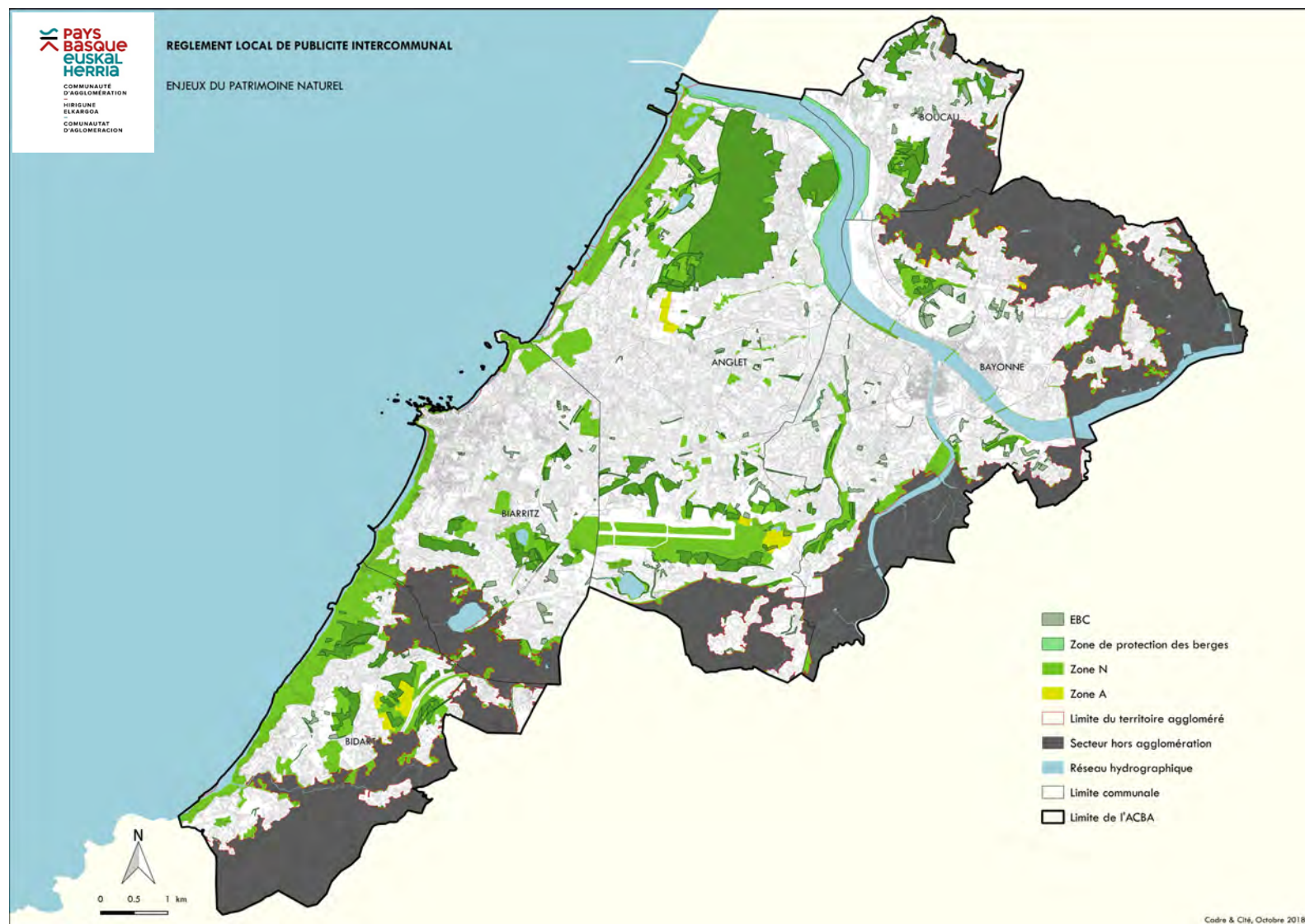


Publicité non conforme dans un espace naturel



Publicité non conforme dans un espace naturel

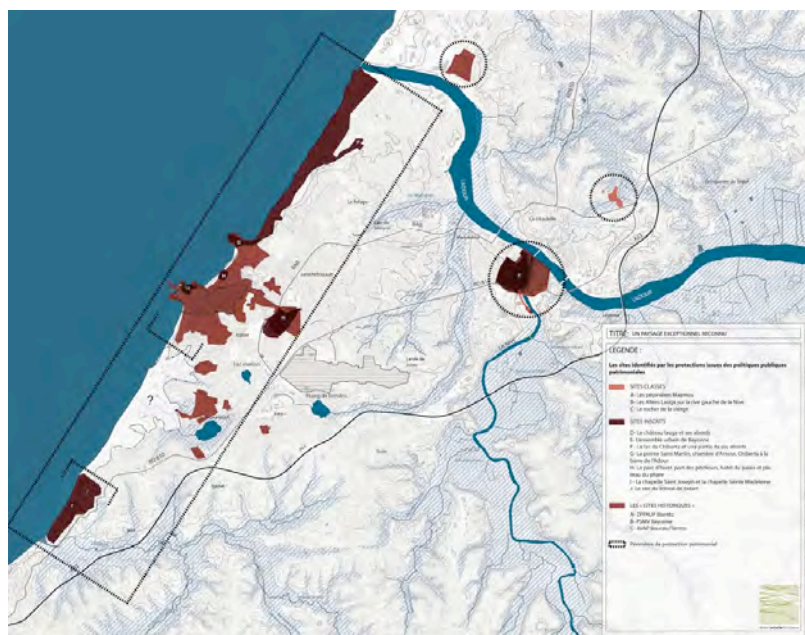
Carte enjeux RLPi patrimoine naturel



3.2 Le patrimoine bâti

Les sites et le bâti d'intérêts patrimoniaux participent au cadre de vie par leurs valeurs architecturales, urbaines et paysagères. De fait, elles s'imposent aux logiques commerciales. L'enjeu est de recenser ces sites et ce bâti afin de les préserver des risques de pollution visuelle.

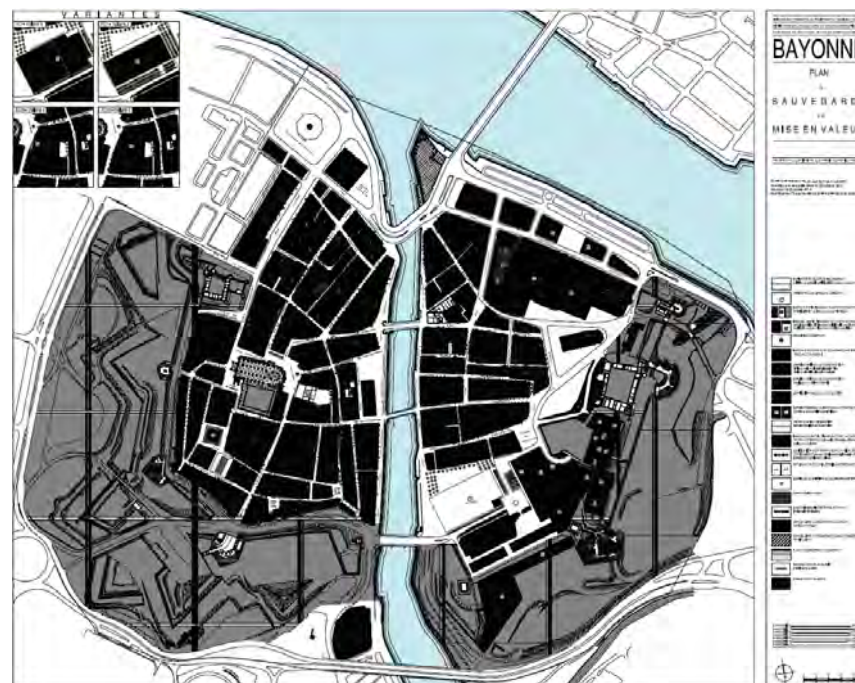
A noter que la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de création, à l'architecture et au patrimoine a créé les sites patrimoniaux remarquables (SPR) qui remplacent les secteurs sauvegardés, les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP).



Source : Atelier ARCADIE – document de travail PLUi

⇒ Le plan de sauvegarde et de mise en valeur de Bayonne

Le plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) de la ville de Bayonne, approuvé par arrêté ministériel du 7 mai 2007, comporte un patrimoine architectural et urbain exceptionnel dont la préservation et la mise en valeur exigent une réglementation très restrictive.



Périmètre du PSMV de Bayonne

⇒ **L'aire de valorisation de l'architecture et du patrimoine de Biarritz**

La ville de Biarritz a également souhaité protéger son patrimoine architectural original. Une ZPPAUP a été créée en 1996. Ainsi 837 habitations dont 230 villas sont préservées de toutes modifications irréversibles. La ZPPAUP instaure des règles d'architecture pour harmoniser les constructions, sans interdire toutefois les innovations de style. Lors du Conseil Municipal du 13 décembre 2013, il a été décidé la transformation de la ZPPAUP en AVAP. Celle-ci a été arrêtée par délibération du 12 avril 2017.



Extrait de l'AVAP de Biarritz

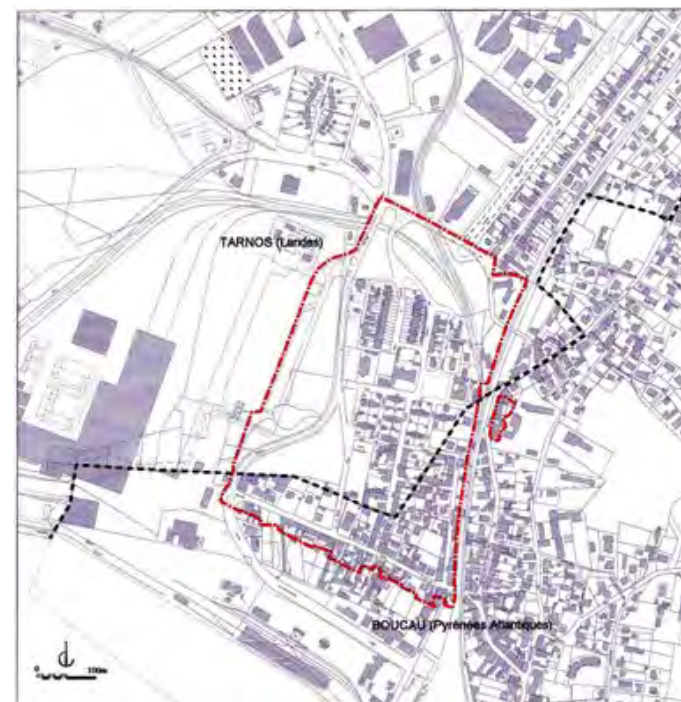
⇒ **Le Site patrimonial remarquable de Bidart**

La ville de Bidart travaille en dialogue avec la Communauté d'Agglomération Pays Basque afin de définir un périmètre d'étude SPR dans la perspective d'initier un Plan de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (PVAP). Cette réflexion est menée en

s'appuyant sur les études qui ont été engagées, mais qui n'ont pas encore abouti, pour l'institution d'un SPR.

⇒ **La zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager de Boucau**

La ZPPAUP, créée le 31 août 2006, qui s'étend sur le territoire des communes de Tarnos dans les Landes et de Boucau, vise à protéger la cité des Forges, cité ouvrière à l'architecture singulière.



Périmètre de la ZPPAUP de Boucau

⇒ Les monuments historiques inscrits et classés

Le territoire Côte Basque-Adour compte quarante Monuments Historiques protégés au titre du code du patrimoine, dont neuf font l'objet d'un classement, la mesure de protection la plus forte.

Liste des MH du territoire Côte Basque-Adour

ANGLET		
Monuments Historiques	Classés	Inscrits
Eglise Sainte-Marie		
TOTAL classés	0	
TOTAL inscrits		1
TOTAUX	1	

BIDART		
Monuments Historiques	Classés	Inscrits
TOTAL classés	0	
Atalaye de Guéthary		
Château d'Ilbarritz		
Église Notre-Dame-de-l'Assomption de Bidart		
TOTAL inscrits		3
TOTAUX	3	

BIARRITZ		
Monuments Historiques	Classés	Inscrits
Chapelle impériale		
Château Boulard		
Eglise Saint-Martin		
Hôtel Plaza		
Casino municipal		
Hôtel du Palais		
Villa Natacha		
Domaine de Françon		
Pâtisserie Miremont		
Phare de la pointe Saint-Martin		
Monuments aux morts		
Eglise orthodoxe		
TOTAL classés	3	
TOTAL inscrits		9
TOTAUX	12	

BAYONNE		
Monuments Historiques	Classés	Inscrits
Cathédrale Sainte-Marie de Bayonne		
Château de Marracq		
Château-Vieux		
Fontaine Saint-Léon		
Fortifications de Bayonne		
Maison de Dagourette		
Synagogue de Bayonne		
TOTAL classés	6	
Château du Vigneau		
Château-Neuf		
Cimetière juif de Bayonne		
Citadelle de Bayonne		
Église Saint-Esprit de Bayonne		
Ancien Fort du Réduit		
Hôtel de Belzunce		
Maison Lapeyre		
Maison Saubist		
Manège de Marracq		
Mikve de Bayonne		
Monument aux morts de la Guerre 1914-1918 de Bayonne		
Remparts du Petit Bayonne		
Immeuble (5)		
TOTAL inscrits		18
TOTAUX	24	

La protection au titre des Monuments Historiques prend en compte le bâti en lui-même mais aussi les enjeux de co-visibilité à l'intérieur d'un périmètre de 500 mètres autour de ce bâti dans lequel toute publicité est interdite.



Cathédrale Sainte-Marie de Bayonne

⇒ Les sites inscrits et classés

Le territoire Côte Basque-Adour compte 3 sites classés et 7 sites inscrits protégés par arrêtés ou décrets ministériels.

- Les sites classés sont l'allée de Lauga et la pépinière Maymou à Bayonne, ainsi que le rocher de la vierge à Biarritz.

- Les sites inscrits sont l'ensemble urbain de Bayonne, le site littoral de Bidart et les Chapelles Saint-Joseph et Sainte-Madeleine, le château Lauga et ses abords immédiats à Bayonne, le Parc d'hiver, le port des Pêcheurs, l'hôtel du Palais et le plateau du Phare à Biarritz, la Pointe St-Martin, la Chambre d'Amour, de Chiberta à la barre de l'Adour, le lac de Chiberta et une partie de ses abords à Anglet.

⇒ **L'inventaire du patrimoine bâti communal à protéger**

Dans le cadre de leurs documents d'urbanisme locaux, les communes ont engagé une démarche volontaire de repérage des éléments de patrimoine non concernés par les périmètres de protection.

Les Eléments Bâti Protégés (EBP) sont identifiés par les PLU visant à garantir leur valorisation (article L.151-19 du Code de l'urbanisme).

⇒ **Les vues remarquables**

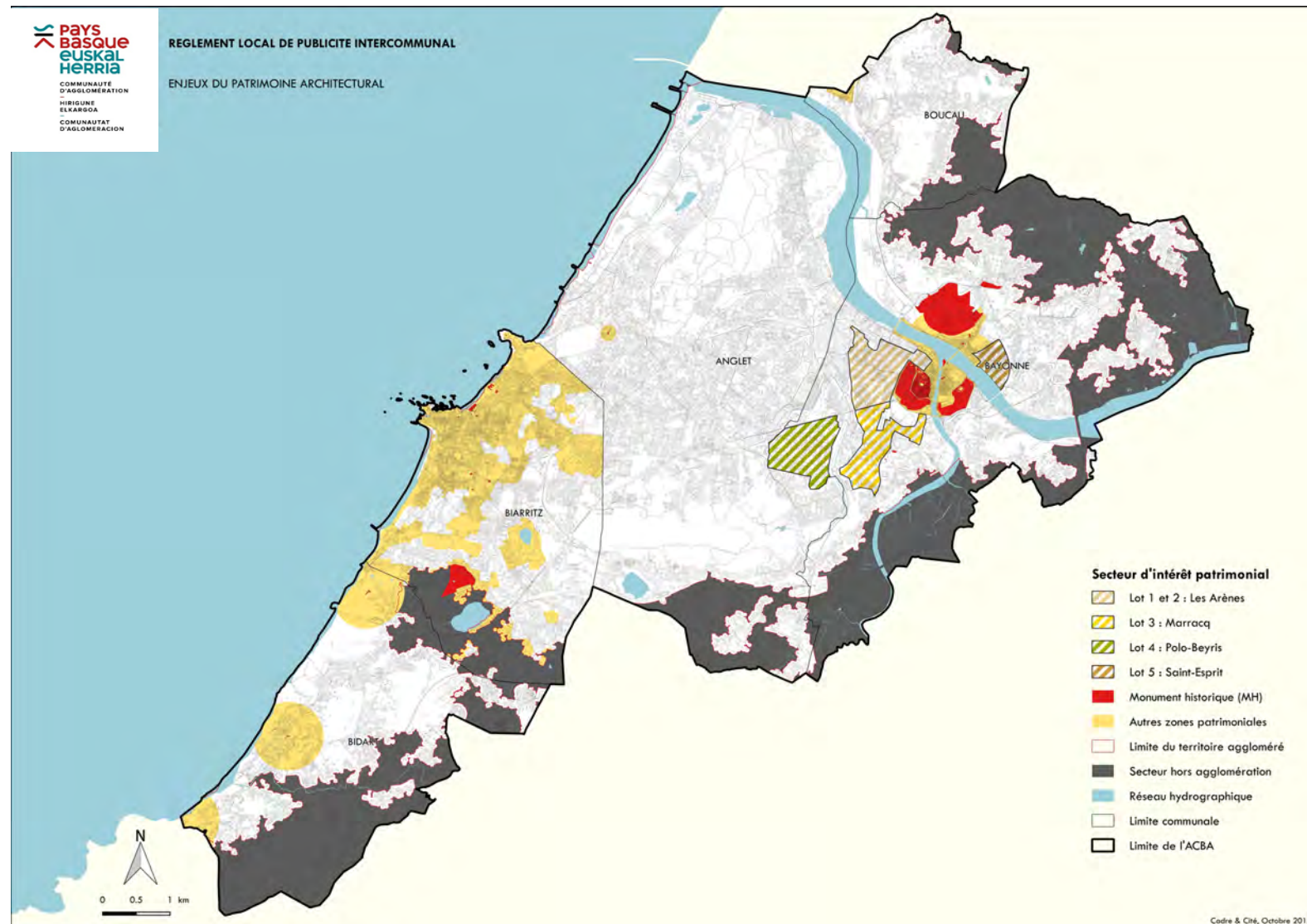
Des vues magnifiques émerveillent le regard au cours de promenade sur le territoire, au bord du littoral, vers l'arrière-pays grâce au relief escarpé mais aussi vers le SPR de Bayonne avec ses remparts.

Ces vues nécessitent d'être préservées de toute pollution visuelle pouvant obstruer le champ de vision.



Vue sur l'Adour – commune de Boucau

Carte enjeux RLPi patrimoine bâti



⇒ ENJEUX pour le RLPi

- Adapter le RLPi pour tenir compte des enjeux de mise en valeur du patrimoine dans le territoire aggloméré et permettre une implantation harmonieuse de la publicité et des enseignes.
- Proposer un traitement spécifique pour les secteurs patrimoniaux remarquables.



Centre-ville de Biarritz



Centre-ville de Bidart

⇒ **ENJEUX pour le RLPI**

- Protéger les façades de part et d'autre de l'axe du Tram'bus,
- Harmoniser la publicité et les enseignes avec le traitement des emprises publiques et le mobilier urbain du Tram'bus.



Rue Maubec à Bayonne ©Patrick Arotcharen Architecture



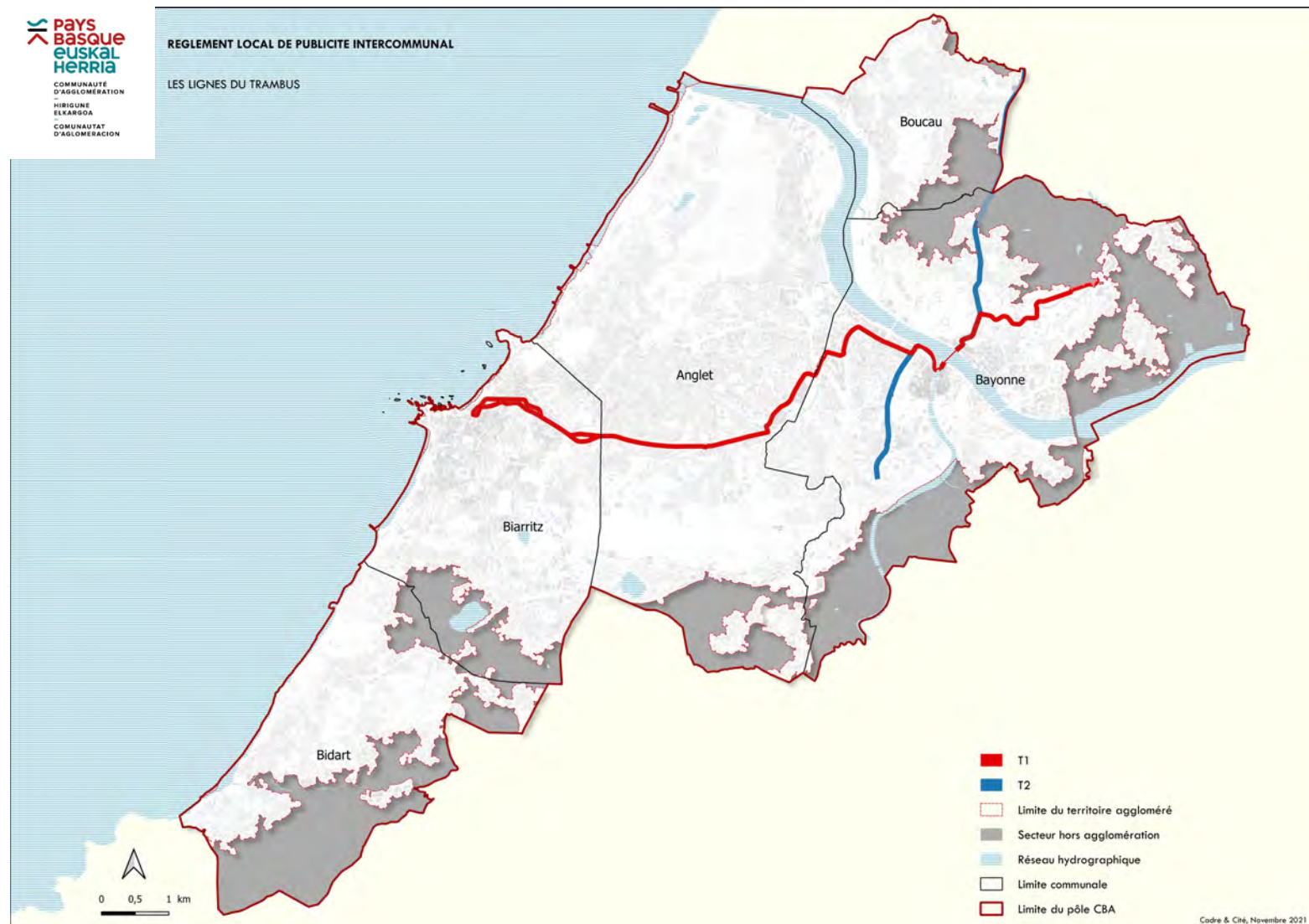
Avenue Reine Victoria à Biarritz ©Patrick Arotcharen Architecture



Place Saint-Jean à Anglet ©Patrick Arotcharen Architecture



Carte enjeux RLPI trambus



3.4 Les centralités

⇒ Les centralités

A l'échelle du territoire, les centralités urbaines occupent une surface très limitée mais représentent un véritable enjeu. Il convient de préserver le caractère et l'authenticité de ces centralités.

Ces centralités de proximité sont des lieux de mixité urbaine, support d'échanges commerciaux et sociaux, mais aussi des espaces publics structurants à l'échelle des quartiers.

Ces centralités et leur périmètre sont étudiés à ce jour dans le cadre de l'élaboration du PLUi Côte Basque-Adour.

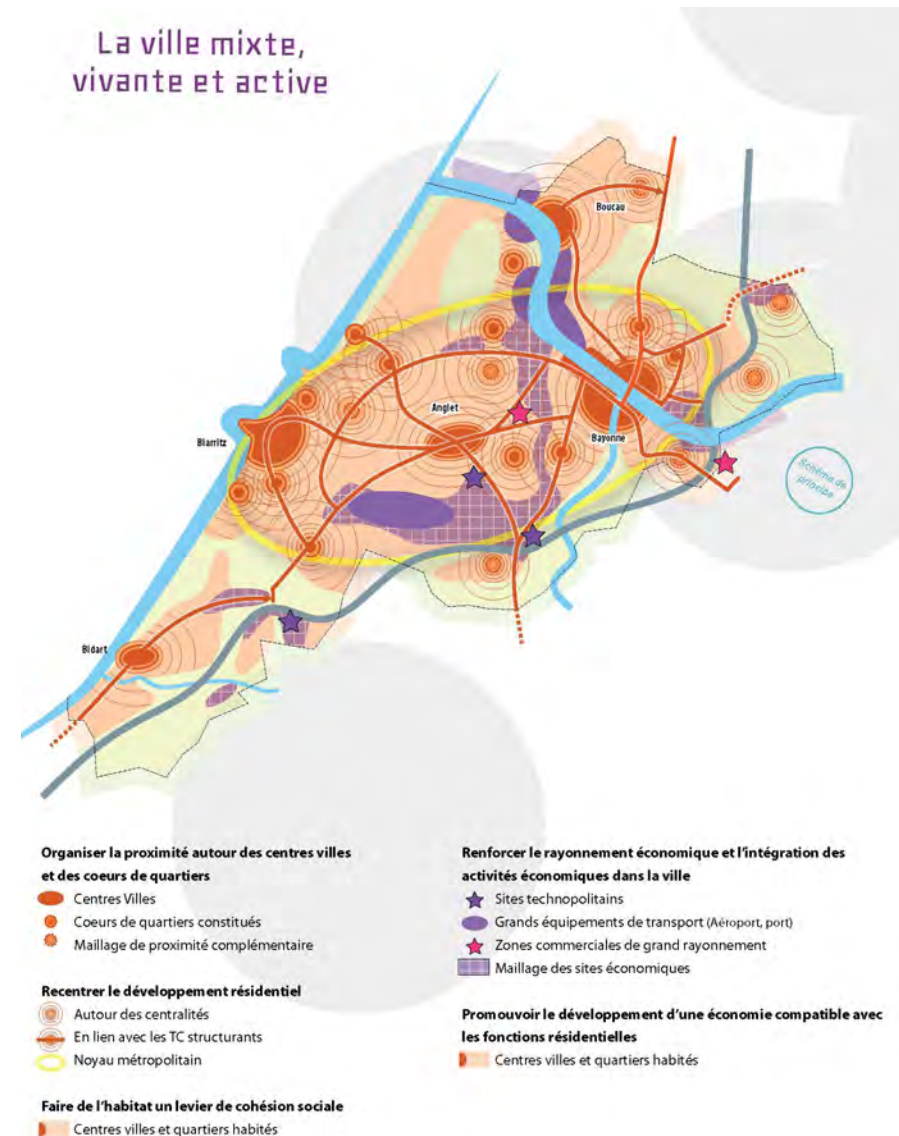


Schéma de principe extrait du PADD du PLUi

⇒ ENJEUX

- Tenir compte des caractéristiques des centralités ayant une vocation commerciale en matière d'implantation des enseignes.

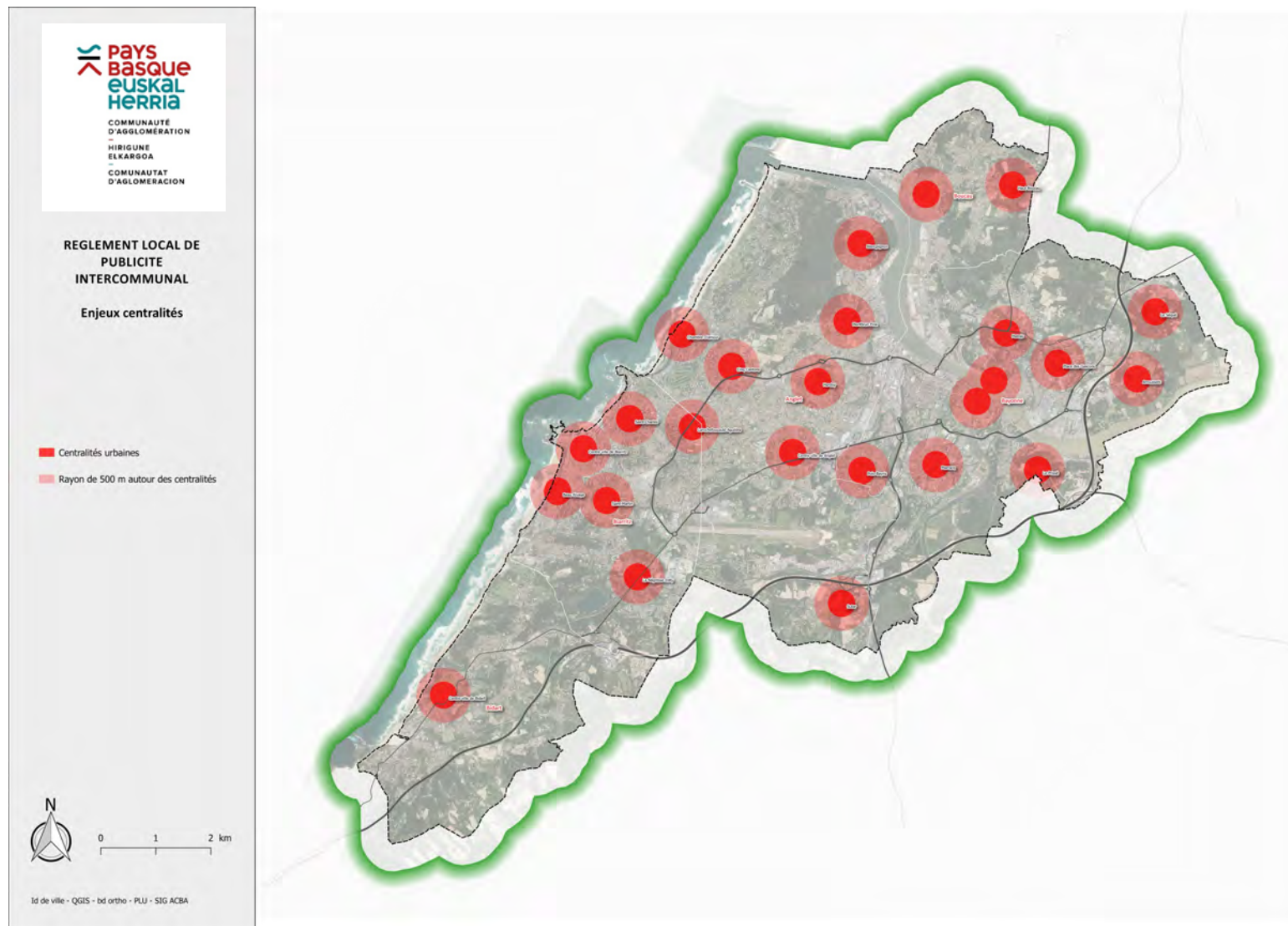


La Chambre d'Amour à Anglet



Les abords de la gare ferroviaire de Biarritz

Carte enjeux RLPI centralités



3.5 Les voies structurantes et les entrées de villes

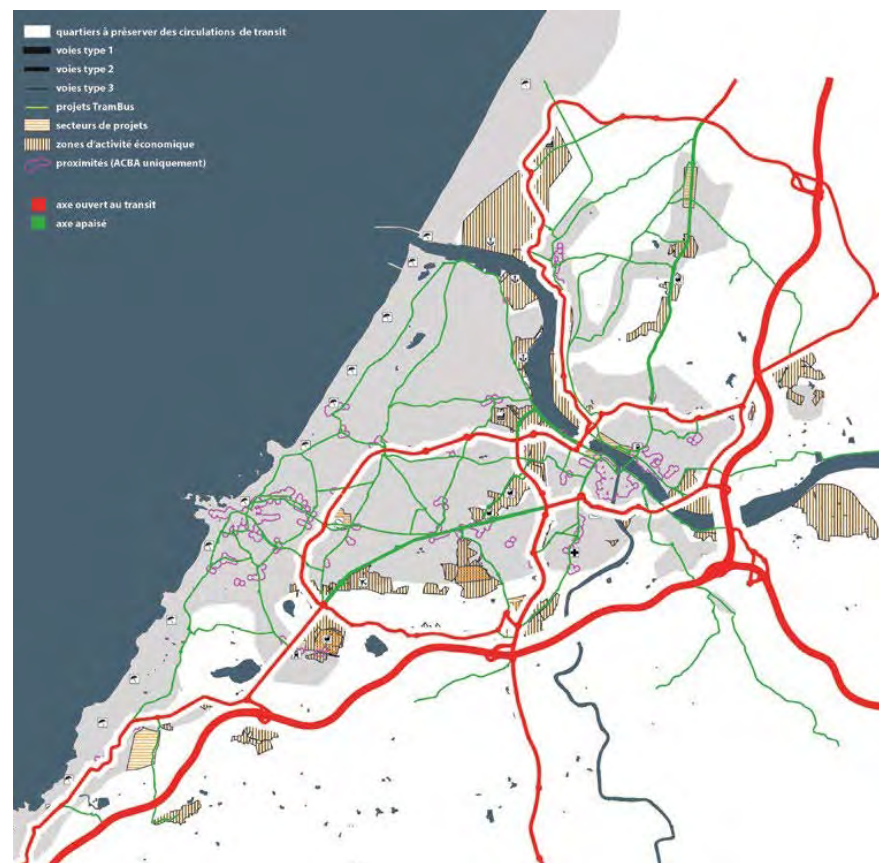
⇒ La hiérarchisation du réseau viaire

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

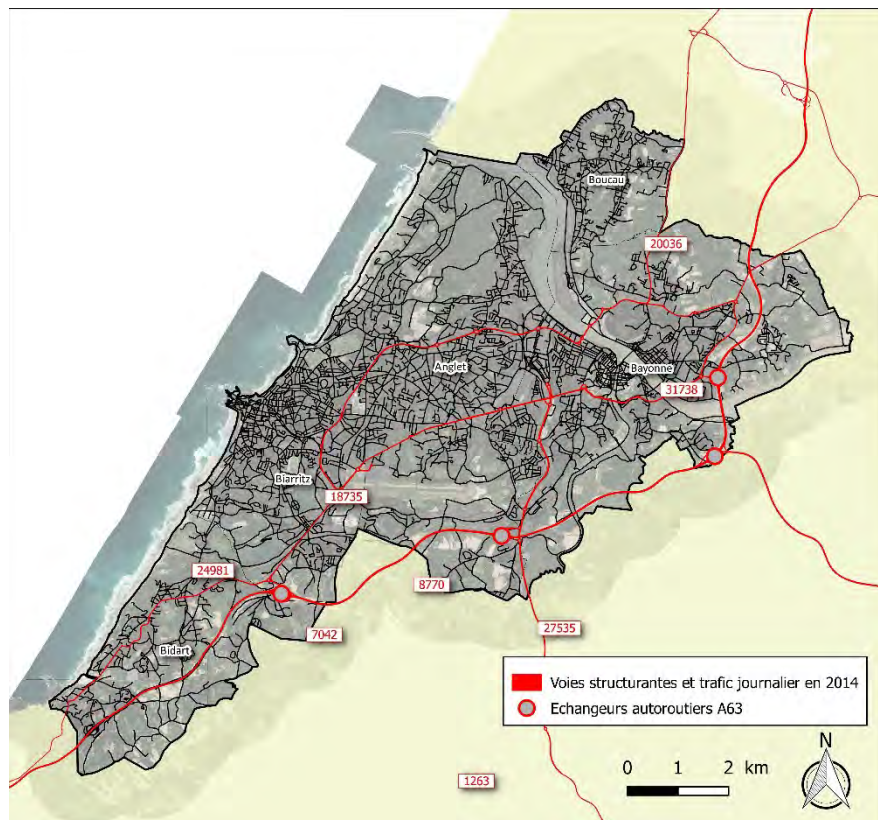
- les voies de type 1 (autoroutes)
- les voies de type 2 (structurantes d'agglomération)
- les voies de type 3 (voiries principales de ville)

En cours d'établissement, ce classement est issu du chantier de hiérarchisation des voiries réalisé en 2016 dans le cadre du PLUi. Cette hiérarchie vise à améliorer la lisibilité du réseau viaire et la cohérence entre l'aménagement de la voirie, sa fonction et le tissu urbain existant.

Le trafic le plus important sur ces voiries est enregistré sur les autoroutes et les voies routières de desserte. La publicité est interdite aux abords des autoroutes, qu'elles soient en ou hors agglomération, notamment pour des raisons de sécurité routière.



Hiérarchisation des voies - extrait des travaux du PLUi



Face à cette interdiction, les voies privilégiées pour l'implantation des publicités sont les voies structurantes de l'agglomération (et plus précisément aux carrefours, aux ronds-points et aux échangeurs routiers). Le RLPi permet toutefois de préserver ces espaces de croisement des flux de la publicité par l'instauration notamment de servitude de recul pour des raisons de sécurité routière.

Les voies et nœuds de communication ont, les premiers, servi d'accroche au développement de l'agglomération. Ils conservent

une place prépondérante encore aujourd'hui, à l'heure où la croissance de l'agglomération continue de faire reculer ses limites. La notion de « porte » de la ville disparaît cependant au profit d'un « continuum » hétérogène et souvent déqualifié et banalisé avec le temps.

Constituées sans véritable cohérence d'aménagement, ces entrées d'agglomération sont devenues le territoire d'une implantation excessive d'activités économiques, industrielles, artisanales ou commerciales, que les centres villes traditionnels ne peuvent ou ne veulent plus accueillir et où se trouvent parfois encore mêlées quelques zones d'habitat. Par l'importance de leur emprise, elles constituent des paysages à part entière, mais ressemblent trop souvent à un agencement peu ordonné de bâtiments sans caractère et de panneaux publicitaires multiples, en mutation perpétuelle.

Cette dynamique s'étire sur les abords des principales grandes infrastructures qui convergent vers le cœur d'agglomération : RD810, RD65, RD817, RD261, RD 260, RD 932, RD 254, RD 255, RD 655, RD355. La priorité donnée à la voiture a mené à la création d'aménagements majoritairement « routiers », ne permettant pas d'autres usages de l'espace public : absence d'aménagement pour les circulations douces, défaut d'accessibilité.

Comme sur beaucoup d'agglomérations, l'affichage publicitaire envahit depuis quelques décennies la périphérie et les principaux axes permettant d'accéder au cœur de la métropole. Il représente d'ailleurs un des principaux facteurs de dégradation des paysages d'entrées de ville (cf. l'analyse de l'implantation publicitaire, plus loin).

⇒ ENJEUX

Traiter les séquences des voies structurantes suivant les enjeux paysagers traversés (centres villes, espaces à enjeux patrimoniaux bâti et naturel, zones commerciales) uniquement à l'intérieur du territoire aggloméré.



Entrée de ville – commune de Boucau



Entrée de ville – commune de Bidart

Carte enjeux RLPi voies structurantes



3.6 Les zones d'activités (économiques et commerciales)

Les zones d'activités économiques sont des lieux privilégiés pour les annonceurs, et plus particulièrement les zones commerciales. L'enjeu pour ces zones est de concilier la possibilité de se signaler pour les activités économiques et commerciales et la nécessité de ne pas dégrader les paysages voire de les valoriser.

⇒ Les zones commerciales

L'ACBA accueille plusieurs zones commerciales réparties sur l'ensemble de son territoire. Les principales zones commerciales sont :

- BAB 2 Anglet Bayonne (31 700 m² de grandes surfaces + 120 boutiques)
- Leclerc Bayonne nord
- Intermarché à Bidart
- Iraty à Biarritz



Aux portes de l'agglomération, deux grands centres commerciaux complètent l'offre du territoire : le pôle Carrefour océan à Tarnos et le centre commercial Ametzondo à cheval sur les communes de Bayonne, Mouguerre et Saint-Pierre-d'Irube.

Cependant, plusieurs zones d'activités dites "mixtes" sans vocation dominante accueillent à la fois du commerce et d'autres types d'activités. Dans le cadre du règlement du RLPI, une délimitation plus fine sera peut-être nécessaire pour identifier les secteurs dédiés au commerce.

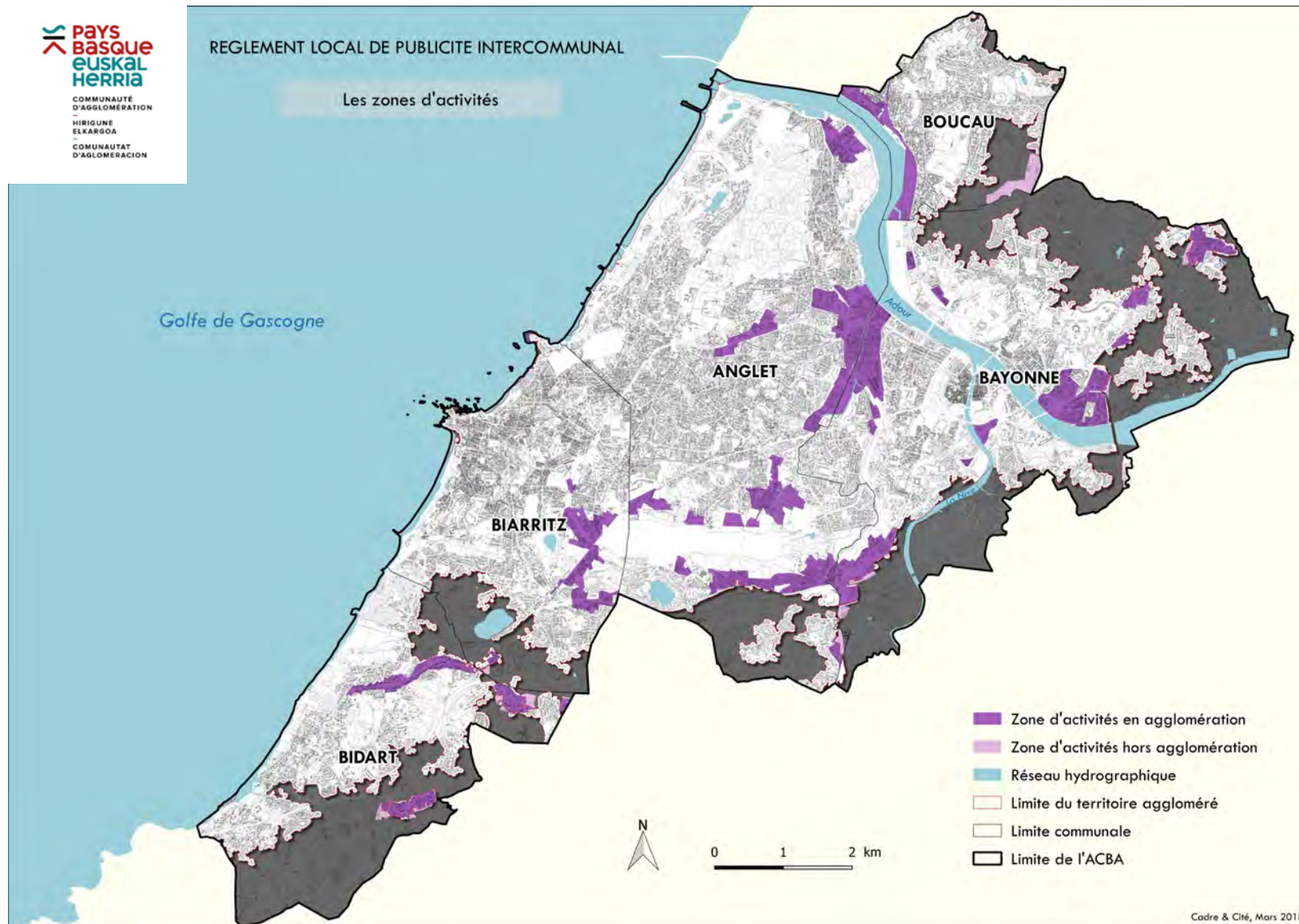
⇒ Les zones commerciales en projet ?

Plusieurs quartiers ou zones d'activités en projet intègrent une vocation commerciale future :

⇒ **ENJEUX**

- Encadrer la publicité dans les zones d'activités,
- Anticiper, s'il y a lieu, la création de nouvelles zones commerciales à court terme (1 ou 2 ans).

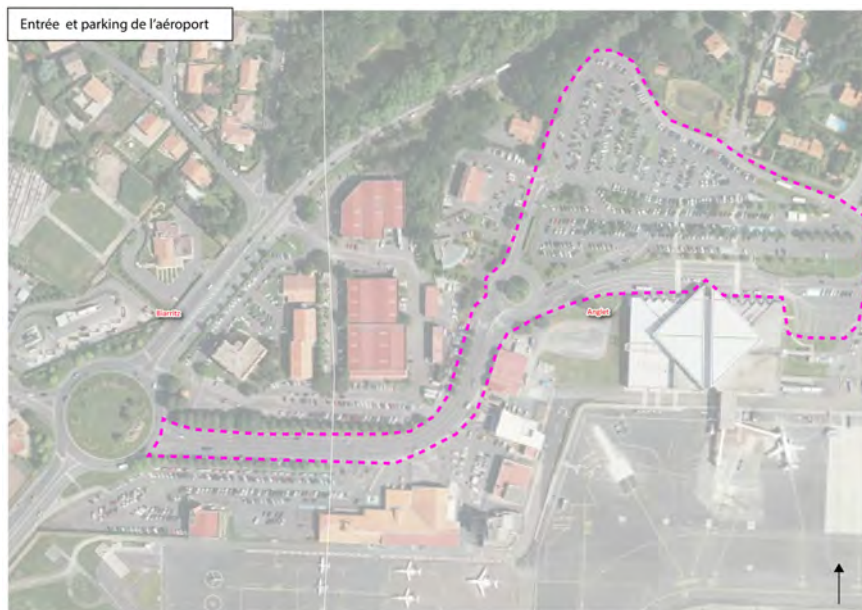
Carte enjeux RLPi Zones d'activités économiques



3.7 L'aéroport

Les sites aéroportuaires sont des espaces de développement de la publicité. La croissance du trafic aérien en nombre de voyageurs sans compter le public venu accompagner ou accueillir ces passagers assurent une excellente visibilité aux annonceurs.

L'aéroport international de Biarritz-Parme, est inclus dans le territoire aggloméré. Les besoins de financement pour assurer son développement ainsi que les vastes espaces offerts par cette infrastructure sont propices à un futur essor de la publicité. Le RLPi pourrait proposer un traitement spécifique pour cet espace notamment sur la réglementation des formats de publicité.



L'aéroport se positionne en 16^{ème} position en termes de trafic voyageurs avec 0,6% du trafic total des aéroports de France métropolitaine.

L'aéroport de Biarritz-Parme a connu une diminution de 2,3% du nombre de passagers locaux pour l'année 2015 avec 1 039 729 passagers. Le nombre de passagers internationaux (227 003) a diminué de 1,7% par rapport à l'année 2014 et celui des passagers nationaux (812 726) a diminué de 3,2%.

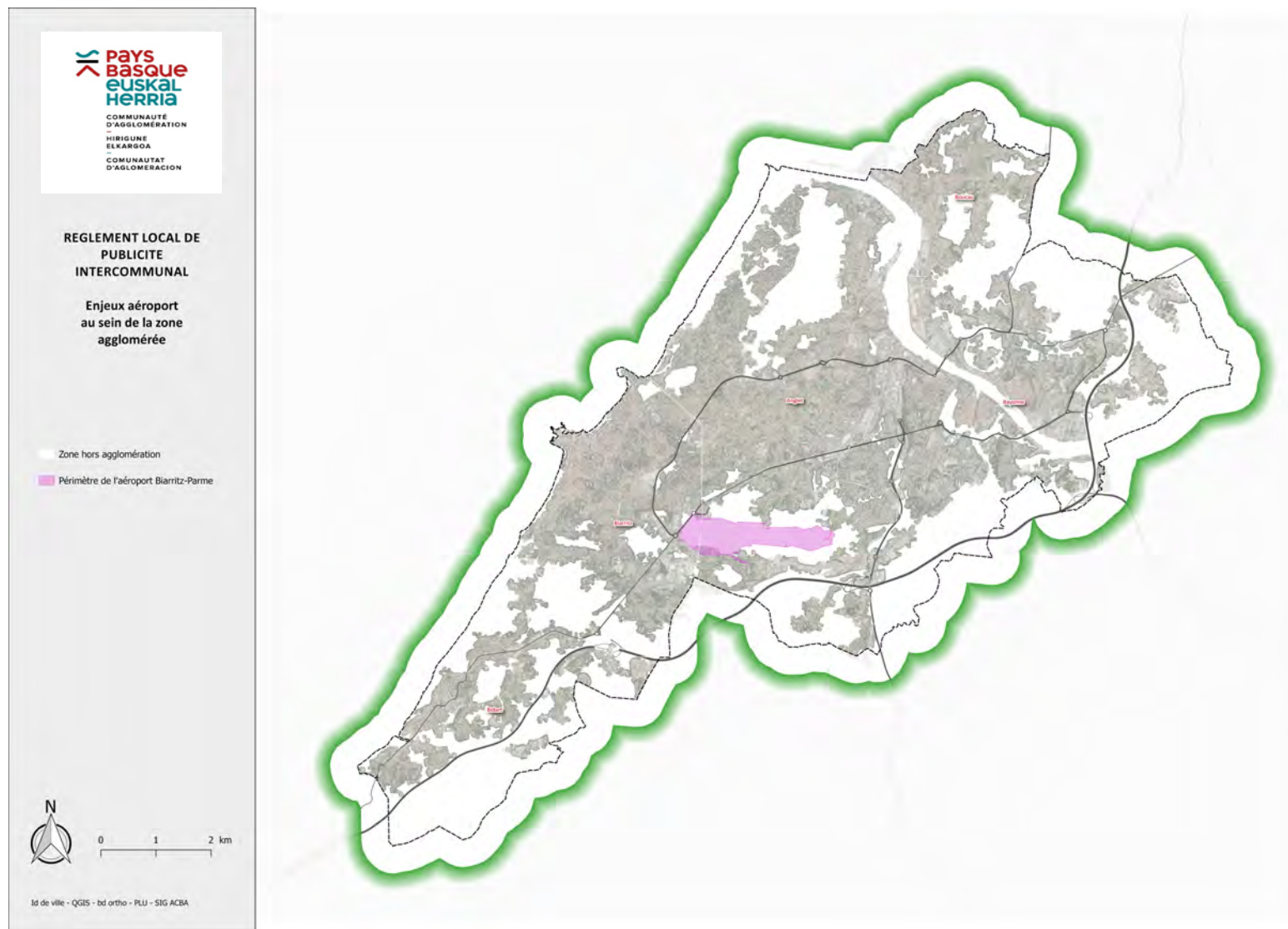
⇒ ENJEUX

- Proposer un traitement spécifique du secteur de l'aéroport (format et densité des publicités)



Aéroport de Biarritz-Parme

Carte enjeux RLPI aéroport



3.8 Les enceintes sportives

Lorsqu'elles comportent plus de 15 000 places assises, les enceintes sportives sont propices à l'implantation de publicités de grand format. Dans leur emprise, la publicité doit faire l'objet d'un traitement spécifique.

Le territoire dispose de deux enceintes sportives importantes :

- Le **stade Jean Dauterive** situé à Bayonne qui peut accueillir 16 934 spectateurs dont plus de 14 500 places assises) ;
- Le **parc des sports d'Aguiléra** situé à Biarritz qui peut accueillir 13400 spectateurs dont 9450 places assises



Le stade Jean Dauterive

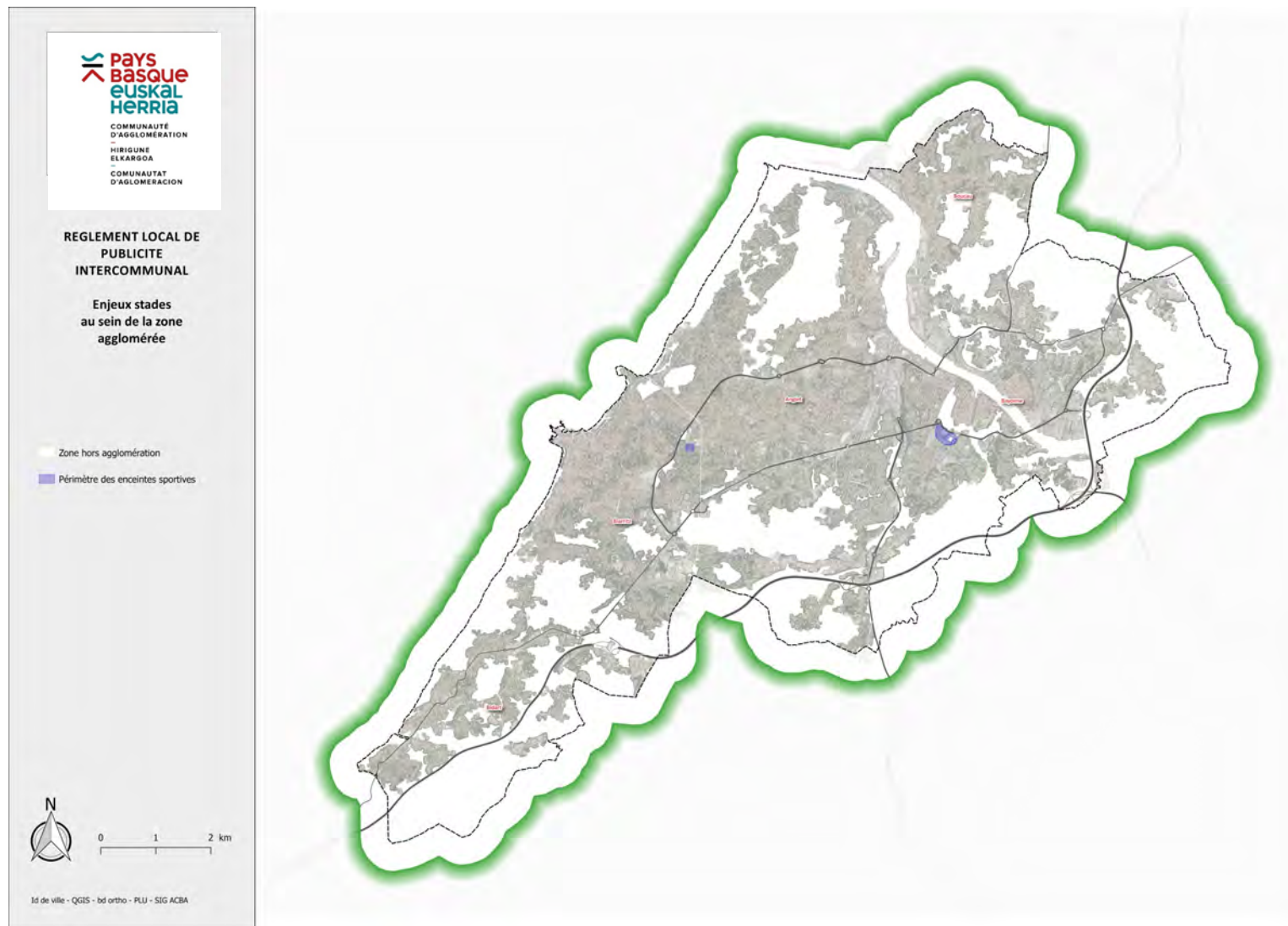


Le parc des sports d'Aguiléra

⇒ ENJEUX

- Proposer un traitement spécifique dans l'emprise des enceintes sportives (format des publicités) dès lors que les dispositifs sont visibles des voies ouvertes à la circulation publique
- Localiser l'implantation de la publicité dans l'emprise des enceintes sportives de manière notamment à préserver les vues vers et depuis le SPR de Bayonne

Carte enjeux RLPi stade



3.9 Le port

Le port de Bayonne, à cheval sur Anglet, Bayonne, Tarnos et Boucau, est une plateforme industrielle et économique essentielle pour le développement de l'agglomération du sud des Landes. Son développement appelle à une vigilance en termes de protection des populations contre les risques industriels et de préservation des activités touristiques.

Le port de Bayonne, concédé par la Région Nouvelle Aquitaine à la CCI de Bayonne Pays basque jusqu'au 31 décembre 2023, se hisse en 9^{ème} position des ports de commerce français. Son trafic en 2020 s'établit à 2,2 millions de tonnes.

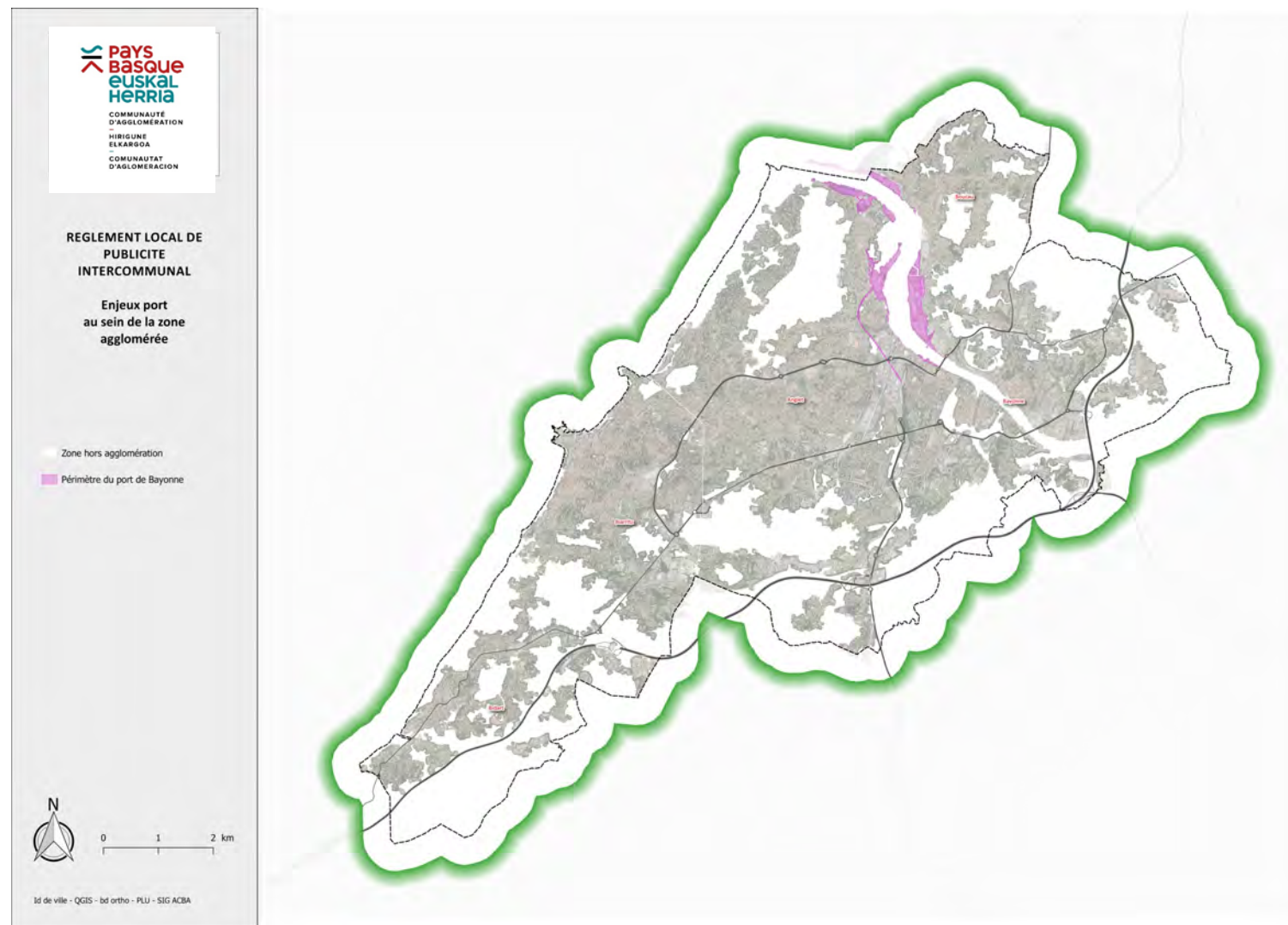
Selon une étude réalisée sur ses activités de 2009, l'impact économique du port est estimé à 530 millions d'euros. Il est à l'origine de près de 3 500 emplois (1 000 emplois directs, 2 500 emplois induits). 56 établissements forts de 970 emplois - dont 43 % dans les industries portuaires - y sont par ailleurs répertoriés.

⇒ ENJEUX

- Proposer un traitement spécifique dans l'emprise du port (format des publicités)
- Limiter l'impact de la publicité d'une rive à l'autre et dans les cônes de vue de l'Adour



Carte enjeux RLPI port



3.10 Le parc des expositions

A Biarritz, le Parc d'Expositions du Pays Basque - la Halle d'Iraty a accueilli en 2016 un total de 25 événements qui ont réuni plus de 120 000 visiteurs et participants.

Depuis son ouverture en 2010, la Halle d'Iraty a permis de développer sur le territoire Côte Basque-Adour l'activité salons et congrès avec exposition, un secteur important du tourisme d'affaires, contribuant fortement à la dynamique économique du territoire par le développement de sociétés spécialisées en aménagement de stands, signalétique, nettoyage, sécurité, distribution électrique, décoration, etc.

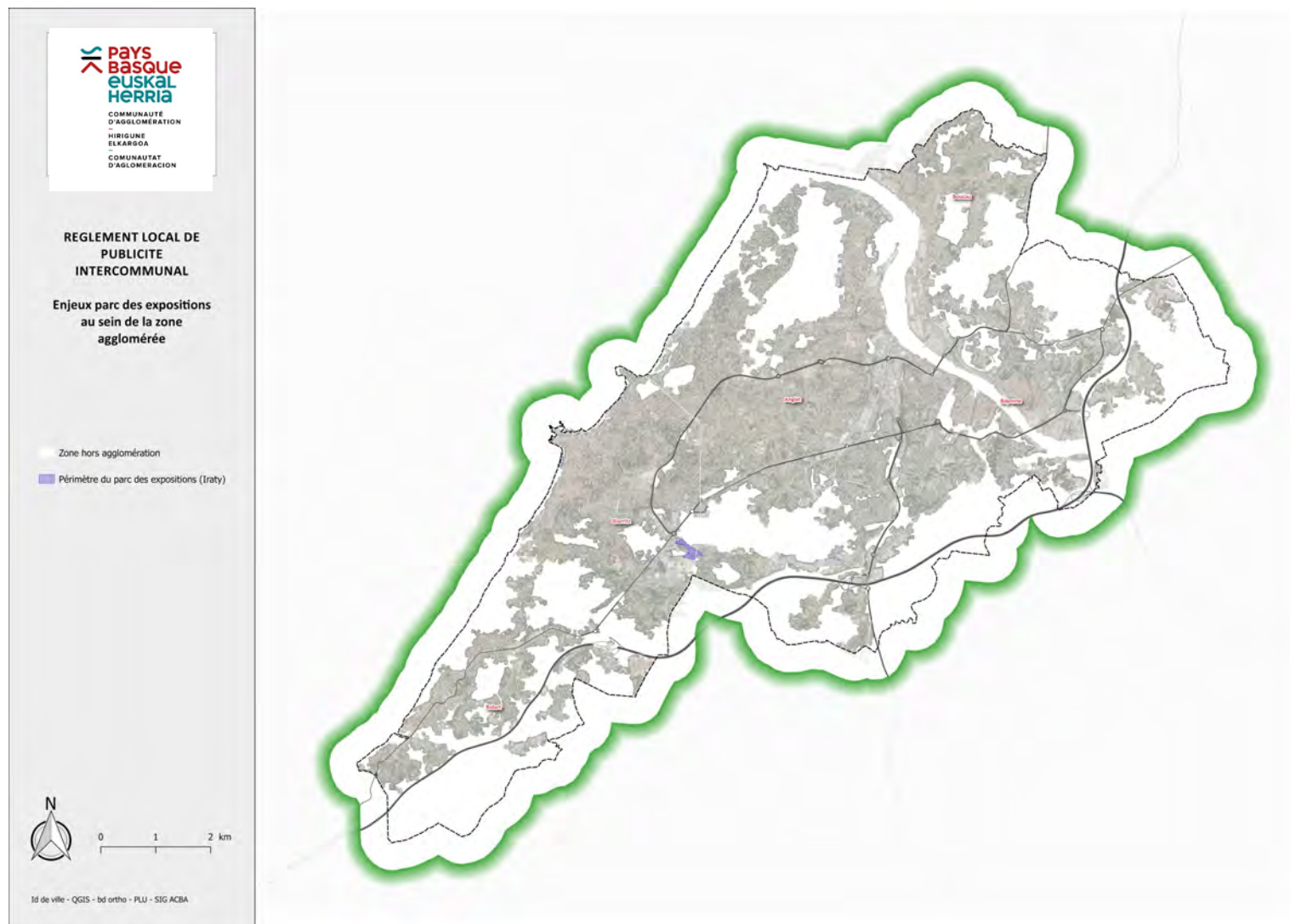
Les 16 salons accueillis en 2016 à la Halle d'Iraty ont représenté plus de 1 500 sociétés exposantes directes pour 20 000 m² de stands et plus de 105 000 visiteurs. Les retombées économiques de ces salons peuvent être estimées à 17.7 millions d'euros.

⇒ ENJEUX

- Proposer un traitement spécifique dans l'emprise du parc des expositions (format des publicités)
- Tenir compte de la topographie des lieux pour déterminer l'implantation des dispositifs



Carte enjeux RLPI parc des expos



CHAPITRE 4 SYNTHÈSE DES ENJEUX

Le RLPI doit être l'outil d'une préservation de sites à forte valeur patrimoniale et de paysages urbains habités au quotidien. Cette préservation doit être contextualisée et modulée selon l'intérêt des lieux pour trouver le bon équilibre entre :

- d'une part, la volonté de favoriser l'essor et la vitalité de l'économie locale en permettant aux entreprises de se signaler au public ;
- d'autre part, le souci de valoriser le cadre de vie aussi bien pour les personnes qui y résident ou le fréquentent que pour les touristes appelés à le visiter.

A cette fin, la hiérarchie suivante peut être établie pour définir le niveau de protection réglementaire adapté, en distinguant :

- le patrimoine à préserver et mettre en valeur « pour lui-même », c'est-à-dire pour ses qualités urbaines, paysagères, architecturales et environnementales propres, qui doit faire l'objet du plus haut niveau de protection ;
- le cadre de vie résidentiel à préserver soit pour les qualités d'ambiance urbaine propre à certains quartiers, pour les motifs exposés ci-avant, soit pour supprimer ou prévenir ce que la plupart des habitants considèrent – parce qu'elles

s'imposent à eux quotidiennement - comme des nuisances visuelles dans leur environnement ;

- les entrées de ville et les grands axes routiers, qui ne constituent pas nécessairement par eux-mêmes des lieux d'une grande qualité paysagère (sauf ceux qui ont fait l'objet d'un aménagement spécifique et peuvent de ce fait rejoindre la catégorie précédente) mais qui sont en revanche, par leur plus grande fréquentation, très exposés aux flux et aux vues des usagers de la route ;
- les lieux dédiés exclusivement à l'accueil d'activités industrielles ou commerciales, de moindre intérêt paysager, et qui, lorsqu'ils se situent en dehors des grands axes de circulation précédemment définis, font l'objet d'une fréquentation moins intense et moins continue. Cela ne signifie pas que ces lieux ne doivent pas faire l'objet d'une attention particulière vis-à-vis des pollutions visuelles, mais que, compte-tenu de leur vocation économique, de leur moindre intérêt paysager et de la nature de leur fréquentation, des dispositions moins permissives qu'ailleurs peuvent être envisagées.

Patrimoine naturel, agricole et forestier

- Proposer un règlement adapté à la protection de ces espaces agricoles, forestiers et naturels situés dans le territoire aggloméré,
- Réglementer les enseignes pour les bases de loisirs et les espaces verts à signaler,
- Assurer la protection des berges de l'Adour et de la Nive lorsque celles-ci sont situées en agglomération

Patrimoine bâti

- Adapter le RLPi pour tenir compte des enjeux de mise en valeur du patrimoine dans le territoire aggloméré et permettre une implantation harmonieuse de la publicité et des enseignes,
- Proposer un traitement spécifique pour les sites patrimoniaux remarquables (centralité commerciale de Bayonne et de Biarritz),

Abords du Tram'bus

- Protéger les façades de part et d'autre de l'axe du tram'bus,
- Harmoniser la publicité et les enseignes avec le traitement des emprises publiques et le mobilier urbain du tramway,

Les centralités

- Tenir compte des caractéristiques des centralités ayant une vocation commerciale en matière d'implantation des enseignes.

Les voies structurantes et les entrées de villes

- Traiter les séquences des voies structurantes suivant les enjeux paysagers traversés (centres villes, espaces à enjeux patrimoniaux bâti et naturel, zones commerciales) uniquement à l'intérieur du territoire aggloméré,
- Traiter les séquences des entrées d'agglomération suivant les enjeux paysagers traversés (centres villes, espaces à enjeux patrimoniaux bâti et naturel, zones commerciales) uniquement à l'intérieur du territoire aggloméré,

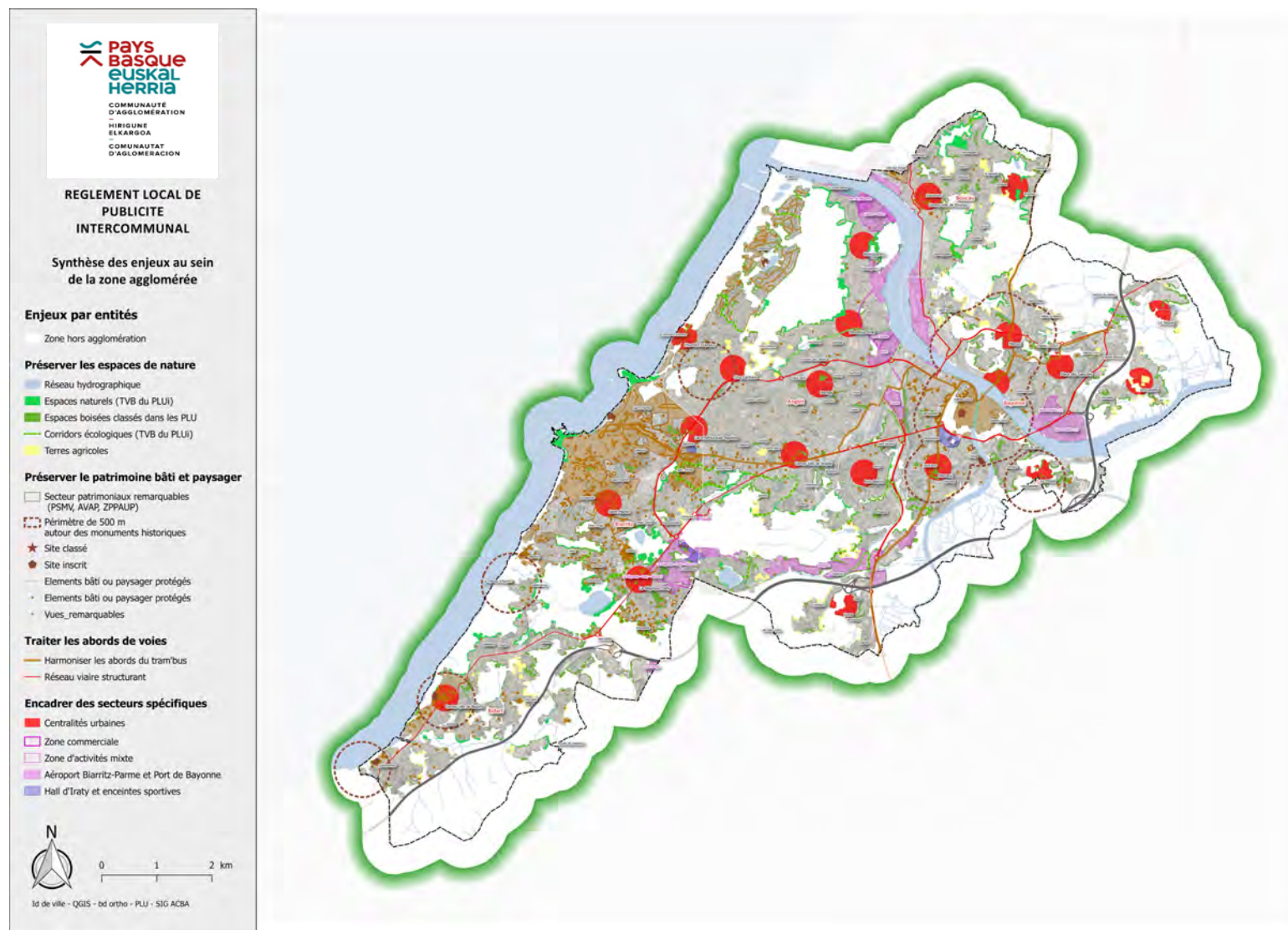
Les zones d'activités (économiques et commerciales)

- Encadrer la publicité dans les zones d'activités,
- Anticiper la création de nouvelles zones commerciales à court terme (1 ou 2 ans),

L'aéroport / enceintes sportives / port / parc des expositions

- Proposer un traitement spécifique en termes de format des publicités et d'implantation adapté aux spécificités des secteurs considérés

Carte enjeux RLPi synthèse



PARTIE 2 > ANALYSE DES DISPOSITIONS APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE CÔTE BASQUE-ADOUR

Le droit de la publicité extérieure est organisé aux articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement. Son objectif est la préservation du cadre de vie (art. L.581-2) tout en veillant au respect de la liberté d'expression.

L'état actuel du droit résulte principalement de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, complétée par un décret du 30 janvier 2012, modifié qui forme le règlement national de la publicité (RNP). Le RNP est entré en vigueur le 1^{er} juillet 2012. Ces dispositions s'appliquent :

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

Cet ensemble de dispositions permet aux établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) d'adopter des règlements locaux de publicité intercommunaux (RLPi) dont les dispositions sont, en principe, plus restrictives que celles du RNP. Pour adopter un RLPi, il convient de connaître les dispositions du RNP (Chapitre 2). Au préalable, il convient d'identifier le champ d'application de la réglementation (Chapitre 1). Par ailleurs, il convient d'effectuer une analyse des règlements de publicité établis sur le périmètre d'étude (Chapitre 3). La connaissance des dispositions tant nationales que locales sera utile à la compréhension du diagnostic de la situation de la publicité extérieure établie dans la 3^{ème} partie.

CHAPITRE 1 LE CHAMP D'APPLICATION DU DROIT DE LA PUBLICITE EXTERIEURE

1.1 Le champ d'application matériel

1.1.1 Les dispositifs concernés par la réglementation

En vertu de l'article L.581-3-1° du code de l'environnement constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

La publicité peut ainsi être supportée par tout type de dispositif dans des conditions fixées par le RNP et qui seront examinées plus loin.



Publicité scellée au sol à Bayonne



Publicité numérique à Anglet



Publicité supportée par du mobilier urbain à Biarritz

Sont assimilés à de la publicité, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscription, forme ou image.



Dispositif publicitaire nu à Bayonne

⇒ **L'enseigne**

Selon l'article L.581-3-2° du code de l'environnement, constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Comme pour la publicité, le RNP détermine les prescriptions applicables en fonction de leurs modalités d'installation...



Enseigne sur toiture à Anglet



Enseigne murale au Boucau



Enseigne murale perpendiculaire à Biarritz



Enseigne scellée au sol à Anglet

... selon qu'elles sont lumineuses y compris numériques ou non.



Enseigne numérique à Biarritz

⇒ La préenseigne

Selon l'article L.581-3-3° du code de l'environnement, la préenseigne se définit comme étant toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Proche de la publicité, elle s'en distingue par l'indication d'un itinéraire à suivre (flèche, plan) ou d'un temps de trajet pour rejoindre l'activité signalée. Proche également de l'enseigne, elle s'en distingue toutefois par une implantation sur une unité foncière (parcelle ou ensemble de parcelles mitoyennes appartenant à un même propriétaire ou une même indivision) distincte de celle où s'exerce l'activité signalée. Les chevalets au droit des commerces, souvent installés sur le domaine public relèvent de la catégorie des préenseignes directement installées sur le sol.



Préenseigne installée directement sur le sol à Anglet

Comme le montre les photos suivantes, par son aspect la préenseigne ne se distingue pas de la publicité. Cela explique que

l'article L.581-19 précise que les préenseignes sont soumises au même régime que la publicité.

Remarque : C'est la raison pour laquelle, le diagnostic de la situation de la publicité doit également s'analyser comme s'appliquant aux préenseignes. De même, les préconisations en matière de publicité s'appliquent aux préenseignes.



Préenseigne murale à Anglet



Préenseigne scellée au sol à Bayonne



Préenseigne sur mobilier urbain à Biarritz

1.1.2 Les dispositifs non concernés

Certains dispositifs, bien que ressemblant à de la publicité, ne sont néanmoins pas concernés par la réglementation. C'est en particulier le cas des dispositifs installés par les communes et dont la vocation est de communiquer au public des informations d'ordre général.



Mobilier urbain d'information générale à Biarritz



Mobilier urbain d'information générale à Bayonne



Fresque à Anglet

Figurent également dans cette catégorie les fresques ou les trompe-l'œil.



Fresque au Boucau



Trompe-l'œil à Biarritz

Sont également concernés les dispositifs dits de « microsignalétique » dont la vocation est d'informer de la proximité d'une activité. Leur régime relève toutefois des dispositions du code de la route et non du code de l'environnement.



Microsignalétique à Bidart



Microsignalétique à Biarritz



Microsignalétique au Boucau

1.2 Champ d'application géographique

1.2.1 La notion d'agglomération

L'article L.581-7 du code de l'environnement pose le principe que la publicité est interdite hors agglomération, entendue au sens des dispositions du code de la route. Elle sera admise en agglomération sous réserve de respecter les dispositions du RNP évoquées plus bas.

L'agglomération est un secteur sur lequel sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et signalés par des panneaux d'entrée et de sortie (article R.110-2 du code de la route).

Mais, s'il n'existe pas une exacte concordance entre l'élément matériel (secteur où sont situés des immeubles bâtis rapprochés) et l'élément fonctionnel (des panneaux d'entrée et de sortie type EB-10 et EB-20), et en cas de contentieux, le juge administratif fait prévaloir la matérialité de l'agglomération sur l'élément fonctionnel. Autrement dit, le bâti prime sur les panneaux.



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



*Illustrations tirées du guide pratique « la réglementation de la publicité extérieure »,
ministère de l'écologie, du développement durable et de l'Énergie, avril 2014.*

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 doit être annexé au RLP.



Panneau d'entrée d'agglomération mal implanté à Biarritz



Panneau d'entrée d'agglomération bien implanté au Boucau

Comme il a été indiqué dans la partie méthodologie du présent document, la démarche entreprise par les communes en vue de l'élaboration de leur PLUi pour l'application de la loi Littoral, bien que non encore validée, est pertinente. La prééminence donnée par le juge administratif aux secteurs bâtis sur les panneaux EB-10/EB-20 est en adéquation avec la méthode qui a conduit à la détermination de la zone agglomérée des communes du territoire Côte Basque-Adour I.

A cet égard, l'implantation actuelle des panneaux, conformément aux arrêtés municipaux, doit conduire les communes à réinterroger leurs limites d'agglomération. La carte ci-dessous montre en effet l'absence de concordance entre agglomération au sens matériel et agglomération au sens formel.



Implantation des panneaux (EB-10/EB-20) au vu des arrêtés municipaux sur le territoire aggloméré

1.2.2 La question de la visibilité d'une voie ouverte à la circulation publique

Selon l'article L.581-2 du code de l'environnement, seule la publicité, les enseignes et les préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique sont soumises à la réglementation, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une unité foncière.



Publicités non visibles depuis la voie publique à Aguiléra

A l'inverse, lorsqu'elles sont installées dans un local dont l'utilisation n'est pas principalement celle d'un support de publicité, elles n'entrent pas dans le champ d'application de la réglementation (article L.581-2).



Enseignes derrière une baie à Bayonne

Certaines pratiques conduisent toutefois à détourner l'esprit de la réglementation lorsque le dispositif est apposé juste derrière une baie.



Enseigne numérique implantée derrière la baie à Bayonne

CHAPITRE 2 LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE CÔTE BASQUE-ADOUR

Dès lors que selon l'article L.581-14 du code de l'environnement, le RLP définit des zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national, il convient de connaître les dispositions du RNP. Une grande partie d'entre elles repose sur des seuils de population des agglomérations dans lesquelles sont installées publicités (et préenseignes) et enseignes.

2.1. Population et droit de la publicité extérieure

La question du nombre d'habitants se pose en des termes différents selon le régime de la publicité et des enseignes.

2.1.1. Population et publicité

Le régime de la publicité est distinct selon qu'elle est implantée dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou dans une agglomération de moins de 10 000 habitants et, dans ce dernier cas, si l'agglomération est incluse dans une unité urbaine de moins de 100 000 habitants ou de plus de 100 000 habitants. Au surplus et spécifiquement pour la publicité lumineuse, les règles diffèrent selon

qu'elle est implantée dans une agglomération faisant ou non partie d'une unité urbaine de plus de 800 000 habitants.

De la combinaison de ces éléments, quatre hypothèses sont à envisager :

1. le cas des agglomérations de plus de 10 000 habitants
2. le cas des agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
3. le cas des agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
4. le cas des agglomérations appartenant ou non à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants.

Il convient de préciser que la publicité implantée dans les communes relevant du premier et du deuxième cas sera soumise aux mêmes dispositions du RNP².

⇒ La situation des communes du territoire Côte Basque-Adour

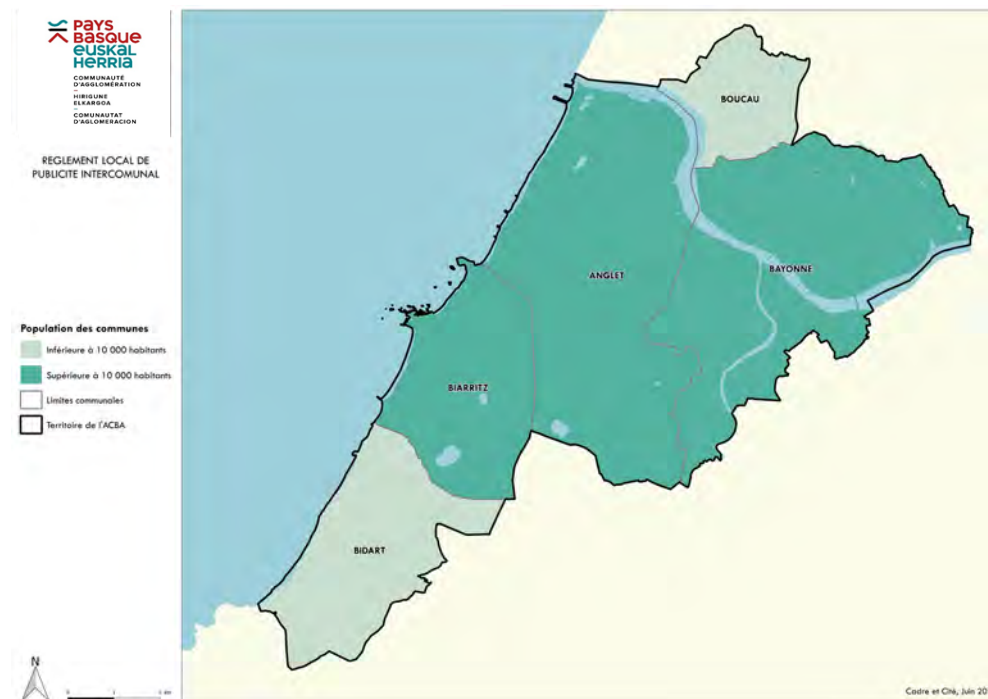
Au vu des éléments indiqués plus haut tels qu'ils résultent de l'INSEE, les communes du territoire Côte Basque-Adour relèvent des première et deuxième catégories. En effet, si Bidart et Boucau

² Hormis les bâches publicitaires

comptent moins de 10 000 habitants, toutes font partie de l'unité urbaine de Bayonne qui compte plus de 100 000 habitants. Par conséquent, le régime de la publicité sera identique quelle que soit la commune d'implantation, qu'il s'agisse d'Anglet, Bayonne, Biarritz, Bidart ou Boucau.

2.1.2. Population et enseigne³

Seules les dispositions applicables aux enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol nécessitent de connaître le chiffre de la population de l'agglomération concernée. En effet, les règles les concernant sont différentes selon qu'elles sont installées dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou dans une agglomération de moins de 10 000 habitants sans qu'il faille s'interroger sur leur appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants voire de 800 000 habitants.



Population des communes en fonction des seuils réglementaires de population

³ Les règles applicables aux bâches publicitaires suivent la même distinction que les enseignes.

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 ajoute les lieux suivants où la publicité est également interdite :

- les sites patrimoniaux remarquables (SPR) (nouvelle appellation depuis la loi patrimoine du 7 juillet 2016 des secteurs sauvegardés et des zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) ;
- les sites inscrits ;
- les abords des monuments historiques (classés ou inscrits). Ces derniers sont délimités par l'autorité administrative sur proposition de l'architecte des Bâtiments de France ou, à défaut, dans un rayon de 500 m et en co-visibilité avec le monument ;

- dans les zones Natura 2000.

Dans l'ensemble des lieux visés par l'article L.581-8, un RLP peut lever l'interdiction publicitaire.

2. Les interdictions particulières

À côté des interdictions applicables à tout type de dispositif publicitaire, 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 à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols, c'est-à-dire, dans les zones N des documents d'urbanisme.

⇒ La règle nationale de densité

Afin de limiter le nombre global de dispositifs publicitaires susceptibles d'être implantés dans une agglomération une règle nationale de densité a été instituée. Elle est établie en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière, susceptible d'accueillir une publicité, bordant une voie ouverte à la circulation publique (article R.581-25).

Si le linéaire de façade de l'unité foncière est inférieur ou égal à 80 m, il peut être installé deux dispositifs publicitaires muraux à la condition d'être 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.

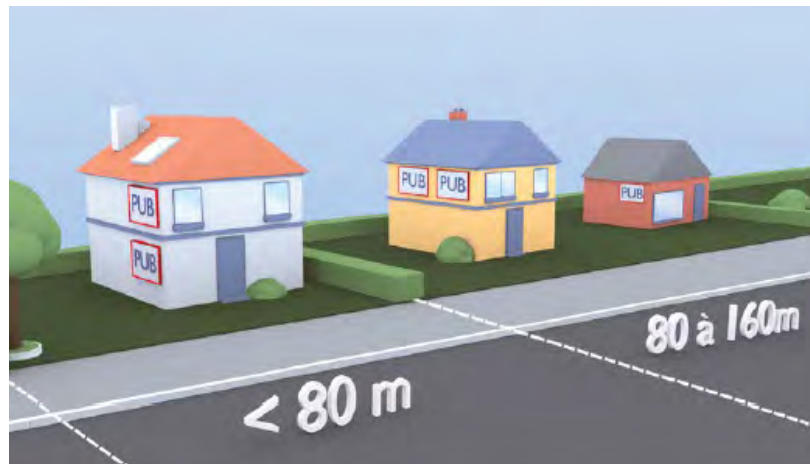


Illustration tirée du guide pratique « La réglementation de la publicité extérieure », ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, 2014

Lorsqu'ils sont scellés au sol ou installés directement sur le sol, il peut y avoir un dispositif publicitaire si le linéaire de façade de l'unité foncière est inférieur à 40 m, deux dispositifs si le linéaire de façade de l'unité foncière est compris entre 40 m et 80 m et un dispositif supplémentaire par tranche de 80 m entamée. 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.



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

La publicité sur mobilier urbain n'est pas soumise à cette règle de densité.

⇒ **Le régime des dispositifs publicitaires muraux non lumineux**

Sous réserve du respect de la règle de densité précédente, les dispositifs publicitaires muraux doivent suivre les règles suivantes en plus des interdictions énoncées plus haut (Art. R.581-27 et R.581-28 du code de l'environnement).

Quelle que soit la taille de l'agglomération où ils sont implantés, 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.

En outre, ils ne peuvent être installés sur un mur qui comporte une ouverture d'une surface unitaire supérieure à 0,50 m².

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants leur surface maximale est limitée à 12 m² et leur hauteur à 7,5 m.

⇒ **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).

Lorsqu'ils sont admis et quelle que soit la taille de l'agglomération considérée, 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.





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 lumineuse⁴. 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.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, 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 édicté 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).

Par ailleurs, la publicité numérique est soumise à une obligation d'extinction nocturne. C'est ainsi qu'elle doit être éteinte entre 1 h et 6 h du matin. Il peut toutefois être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

⁴ 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.

Synthèse des surfaces et des hauteurs maximales en fonction du procédé d'implantation de la publicité

Procédé d'implantation	Surface maxi	Hauteur maxi
Publicité murale	12 m ²	7,5 m
Publicité scellée au sol	12 m ²	6 m
Publicité numérique	8 m ²	6 m

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

1- Les bâches comportant de la publicité

La réglementation nationale 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.

Il convient de préciser qu'à la différence des autres procédés publicitaires, le régime des bâches publicitaires ne tient pas compte de l'appartenance ou non de la commune à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Ainsi, elles sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, elles sont admises sous réserve que la surface de la publicité sur la bâche de chantier n'excède pas 50 % de la surface totale de celle-ci. Cette surface peut être supérieure lorsque les travaux de rénovation projetés permettent à l'immeuble d'obtenir le label « bâtiment basse consommation rénovation ».

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.

En tout état de cause, elles sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération.

2- 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, 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.

3- 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 totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m² (Art. R.581-48).

⇒ **Le cas particulier des préenseignes dérogatoires**

Comme indiqué plus haut, les préenseignes sont soumises au régime de la publicité (art. L.581-19 du code de l'environnement). Mais, sous certaines conditions d'activités signalées de format et d'implantation, elles peuvent s'implanter hors agglomération, ce que l'article L.581-7 interdit à toute publicité. Seules les activités suivantes peuvent être signalées par des préenseignes dites dérogatoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits ouverts à la visite
- les opérations qui signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation ;
- les manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique

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 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 (voir plus haut).

Leurs dimensions 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. Ces préenseignes doivent être implantées 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 2 par activité signalée, portée à 4 dispositifs pour les monuments.

2.2.2. Le régime des enseignes

La réglementation nationale fixe le régime des enseignes en fonction de leur procédé d'installation, 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. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

⇒ Le régime des enseignes sur 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.

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 sur 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 cessé, 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).



Enseignes parallèles au mur qui les supporte à Biarritz

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).



Enseignes perpendiculaires à Bayonne

La surface cumulée des enseignes murales parallèles et/ou perpendiculaires ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m² la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.



Enseignes murales appliquant la règle de densité à Biarritz

⇒ **Le régime de l'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol**

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'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 lorsque l'enseigne a une surface supérieure à 1 m². Ainsi, 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 mesure 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.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, la surface unitaire maximale de l'enseigne scellée au sol est limitée à 6 m², portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Tableau des surfaces maximales des enseignes scellées au sol par application de la réglementation dans les différentes communes du territoire Côte Basque-Adour :

Communes	Surface maximale des enseignes scellées au sol
Anglet	12 m ²
Bayonne	12 m ²
Biarritz	12 m ²
Bidart	6 m ²
Boucau	6 m ²

⇒ Le régime de l'enseigne lumineuse

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 aux mêmes règles que précédemment en fonction de leur procédé d'installation (sur toiture, murales ou scellées au sol). En outre, elles 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.



3 heures, la discothèque est en activité, son enseigne peut être éclairée. Si l'établissement ferme à 4 heures, l'enseigne peut rester allumée jusqu'à 5 heures.



Jusqu'à 1 heure, toutes les enseignes peuvent être éclairées.



5 h 30, la boulangerie va ouvrir à 6 h 30, son enseigne peut être allumée.

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



Croix de pharmacie à Bayonne

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

Par ailleurs, les enseignes lumineuses ne peuvent clignoter sauf lorsqu'elles signalent des pharmacies ou des services d'urgence.

CHAPITRE 3 ANALYSE DES REGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITE

⇒ Remarques préliminaires

Les cinq communes du territoire Côte Basque-Adour sont actuellement dotées d'un règlement de publicité. Ces règlements ont tous en commun d'être antérieur à l'adoption de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement. Ce sont donc des règlements dits de « première génération » qui doivent être impérativement « grenelés » avant le 13 juillet 2022 sous peine de caducité. Cela signifierait que leurs dispositions restrictives disparaîtraient au profit de la réglementation nationale.

La présente démarche d'élaboration d'un RLPi vise à éviter cette caducité.

⇒ Des règlements anciens

Comme on l'a indiqué plus haut, les règlements sont tous antérieurs à la loi du 12 juillet 2010. Si le plus ancien date du 25 août 1988 (Bidart), les plus récents datent respectivement du 26 septembre 2006 (Anglet) et du 14 novembre 2006 (Bayonne)⁵.

⁵ Bayonne est dotée de deux règlements du même jour, un consacré à la publicité, l'autre aux enseignes.

Par voie de conséquence, ils ne prennent pas toujours en compte les procédés actuels de publicité que sont les bâches publicitaires et plus encore la publicité et les enseignes numériques. Par exemple, il est difficile de savoir si les enseignes numériques sont concernées par l'article 1.3 du règlement des enseignes de Bayonne qui interdit le défilement, l'intermittence et le clignotement des enseignes lumineuses.

En outre, le tissu urbain a évolué depuis leur adoption ce qui conduit à une inadéquation de leurs zonages au regard des limites d'agglomération.

⇒ Des formats variés

Chaque règlement a déterminé le format publicitaire maximum admissible du point de vue de la protection du cadre de vie. Cela conduit à des disparités. Ainsi la surface publicitaire maximum à Bayonne est de 8 m², alors qu'elle est de 12 m² à Anglet, Biarritz et Bidart. Au Boucau, elle varie entre 4 m² et 12 m². Il est à noter que le règlement de Biarritz prend en compte l'encadrement de l'affichage publicitaire pour déterminer la surface maximale du dispositif publicitaire ; celui d'Anglet distingue la surface maximale de l'affiche par rapport à la surface encadrements et supports compris. Celui de Bidart détermine des formats uniquement réservés à l'affichage et enfin celui de Bayonne est silencieux sur ces différentes distinctions.

⇒ **Des préoccupations communes**

La présence de secteurs présentant de grandes qualités architecturales (ZPPAUP à Biarritz, secteur sauvegardé à Bayonne) ou paysagères (Anglet) a conduit à une réflexion poussée en termes d'intégration des enseignes murales sur les immeubles où sont exercées les activités signalées. Le diagnostic montre à cet égard (cf. plus loin) l'apport qualitatif des règles adoptées sur les enseignes installées en ces lieux. Dès lors, les règles qui ont été adoptées sont susceptibles d'être reprises dans le futur RLPi et généralisées dans d'autres parties du territoire des cinq communes concernées.

Parallèlement, dans ces secteurs protégés, la publicité y est soumise à un régime spécifique, soit qu'elle y est fortement limitée, soit qu'elle y est interdite.

En dehors des secteurs protégés, là où la présence de la publicité est plus largement admise, les règlements limitent néanmoins sa présence par l'institution de règles de densité. Si elles sont différentes d'une commune à l'autre, elles présentent la caractéristique commune d'être instituées sur la base du linéaire de façade de l'unité foncière qui les reçoit sur la voie ouverte à la circulation publique (Bayonne, Bidart, Boucau⁶) ou en limitant à un dispositif par unité foncière (Biarritz) sous réserve que le linéaire soit supérieur à un certain seuil (Anglet).

⇒ **Une place privilégiée accordée à la publicité sur mobilier urbain**

Dans les règlements qui ont institué des zones où la publicité est interdite, bénéficie d'une dérogation générale la publicité supportée par du mobilier urbain que ce soit dans les secteurs que les communes souhaitent préserver en raison de leurs qualités (Anglet, Bayonne, Biarritz) ou dans les secteurs où la publicité peut être une source de danger pour la sécurité des usagers des voies publiques (certains carrefours de Bayonne).

Ce régime dérogatoire s'explique pour plusieurs raisons :

- la maîtrise de l'implantation des mobiliers urbains par les communes ;
- le service public rendu (abri voyageurs, mobilier d'information, etc.)

⁶ Le règlement de Boucau se réfère non à l'unité foncière mais aux parcelles cadastrales

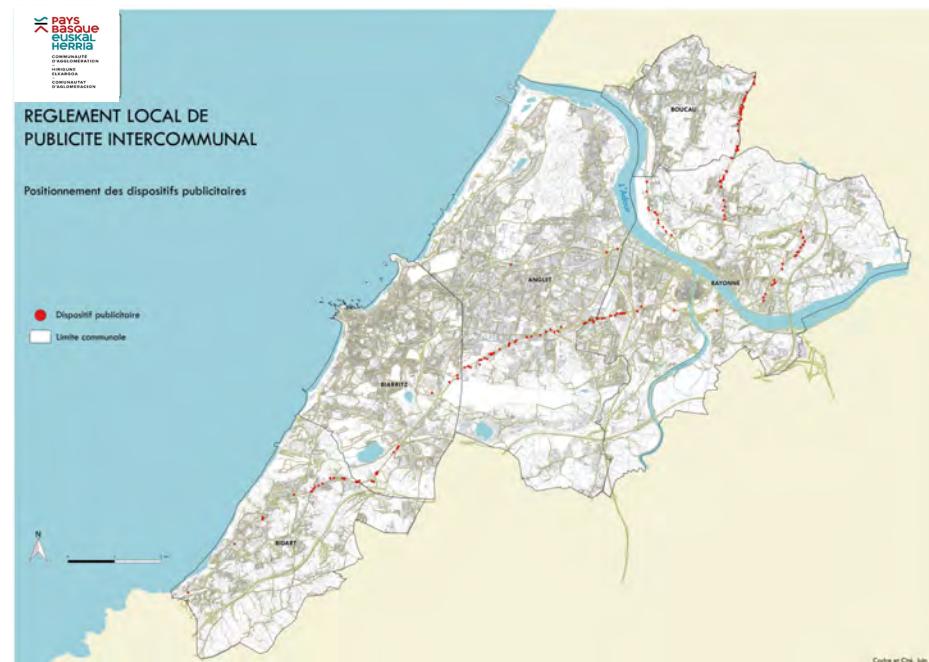
PARTIE 3 > ANALYSE DE LA SITUATION DE LA PUBLICITE SUR LE TERRITOIRE CÔTE BASQUE-ADOUR

La présente partie a pour objet d'examiner la situation respective de la publicité (y compris des préenseignes) et des enseignes sur le territoire des cinq communes. Comme on le verra, certaines situations ne se comprennent qu'au regard des caractéristiques des communes limitrophes et des règles en matière de publicité qui y sont applicables ou y seront applicables.

Ainsi, la communauté de communes du Seignanx, établissement public de coopération intercommunale limitrophe, a engagé une procédure d'élaboration de son RLPi. Prescrit le 27 novembre 2013, il a été approuvé le 5 juillet 2017. Il sera fait état de ses dispositions en cas de besoin.

CHAPITRE 1 LA SITUATION DE LA PUBLICITE

Les entretiens menés en commune ont montré l'importance attachée à l'analyse de la situation de la publicité sur les axes principaux du périmètre d'études que sont la RD810, la RD817 et dans une moindre mesure la RD309 et le boulevard du BAB. Un recensement exhaustif de la publicité a donc été réalisé aux abords de ces voies publiques. Il révèle, ainsi que la carte ci-dessous le montre, une concentration importante de dispositifs publicitaires aux abords de ces axes.

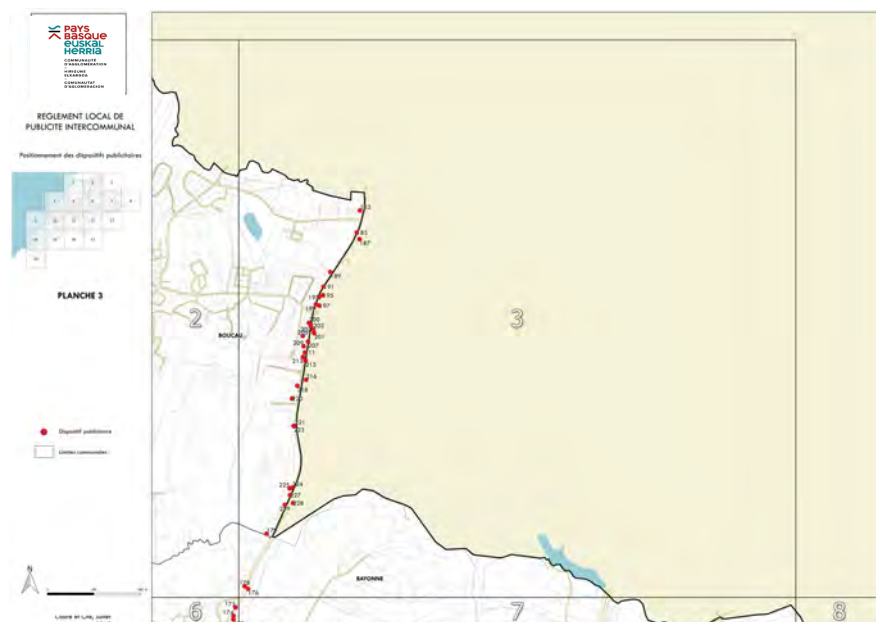


Implantation des panneaux publicitaires

1.1 Les entrées de ville

On peut considérer que l'entrée de ville est la partie d'une commune où l'on passe d'un espace plutôt naturel ou faiblement bâti à un espace plus densément urbanisé. C'est ainsi le point de contact entre le « dedans » et le « dehors ».

Si l'on procède par zoom sur les entrées de ville, on constate une densité excessive de la publicité. C'est le cas de l'entrée de ville nord du Boucau sur la RD810.



État de l'implantation publicitaire sur la RD810 à l'entrée nord du Boucau

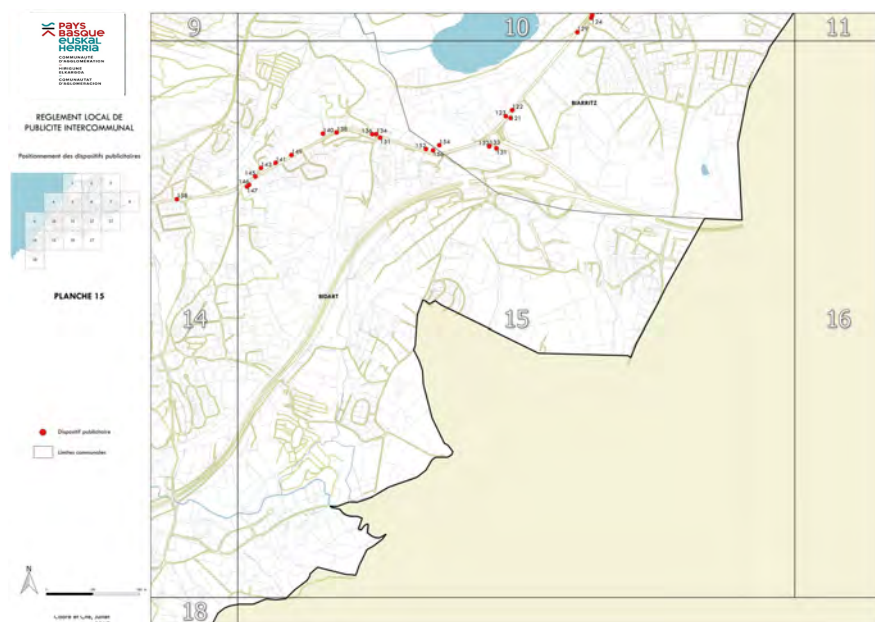


Entrée nord de Boucau

Cette situation peut notamment s'expliquer par la présence, de l'autre côté de la RD810, sur la commune de Tarnos (faisant partie de la communauté de communes du Seignanx) d'un pôle commercial. Les dispositifs publicitaires y sont également nombreux

et le RLPi du Seignanx, adopté le 5 juillet 2017, ne compte pas remédier à cet état. En effet, l'article 1 du chapitre IV de la section II du titre IV du règlement prévoit que sur les unités foncières dont le linéaire de façade sur la voie publique est supérieur à 100 m (cas de l'emprise de la zone commerciale en cause), il peut y avoir deux dispositifs publicitaires et un dispositif supplémentaire par tranche de 100 m entamée. Leur format est de 12 m² (article 1 du chapitre VIII de la section II du titre IV).

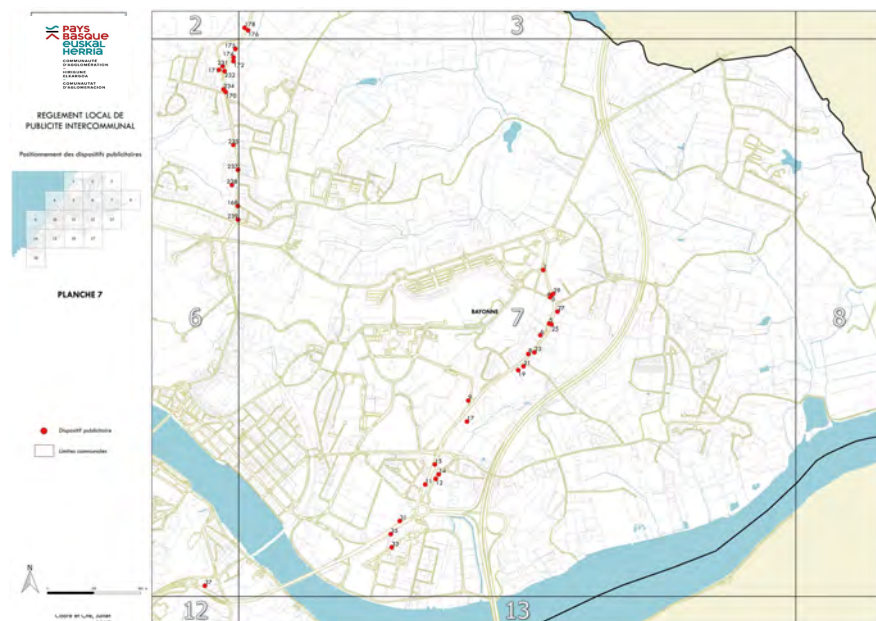
C'est également le cas de l'entrée nord de Bidart sur la RD810



État de l'implantation publicitaire sur la RD810 à l'entrée nord de Bidart



C'est aussi le cas de l'entrée nord de Bayonne sur la RD817



État de l'implantation publicitaire sur la RD817 à l'entrée nord de Bayonne



Entrée nord de Bayonne

Les entrées de ville d'Anglet et de Biarritz ne sont en revanche pas concernées par ce phénomène. En effet, la plus grande partie de l'agglomération d'Anglet est insérée dans les parties agglomérées de Biarritz et de Bayonne ce qui fait qu'elle n'a pas d'entrée de ville au sens défini plus haut.

Biarritz se trouve dans une situation comparable pour sa partie limitrophe d'Anglet. Pour sa partie limitrophe de Bidart, la partie agglomérée de Biarritz est « tangente » par la RD810 ce qui conduit à ce qu'elle n'ait pas non plus d'entrée de ville à cet endroit. Elle est néanmoins confrontée à une autre situation du point de vue de l'implantation publicitaire.

1.2 Les espaces naturels en agglomération

L'analyse territoriale de la situation de la publicité a montré qu'au sein des parties agglomérées du périmètre d'étude résidaient des « poches non agglomérées » constituées le plus souvent d'espaces naturels, protégés ou non au titre du code de l'urbanisme voire des terres agricoles. Dans ces espaces, de nombreux dispositifs publicitaires ont été recensés alors que l'on peut considérer que la publicité n'a absolument pas sa place



Publicité scellée au sol à Anglet

publicité est interdite. Dans la mesure où le juge administratif fait prévaloir la réalité matérielle de l'agglomération, les espaces non agglomérés sont de son point de vue des zones hors agglomération interdites à toute forme de publicité.



Préenseigne scellée au sol à Biarritz

Pour d'autres qui ne sont pas strictement des zones hors agglomération comme indiqué plus haut, les situations constatées interrogent néanmoins, la publicité étant le plus souvent installée dans des espaces fortement végétalisés.

Pour certains, leur présence n'est pas pertinente voire est illégale. En effet, comme on l'a indiqué plus haut, hors agglomération la



Préenseigne scellée au sol à Biarritz

⇒ **Le cas d'Anglet Sutar**

Dans cette même perspective, on peut s'interroger sur la situation de la publicité sur le quartier d'Anglet Sutar. Bien qu'il ne soit pas traversé par l'une des voies structurantes systématiquement étudiée, des publicités ont été recensées et elles semblent trancher avec l'ambiance paysagère de cette partie emblématique de la commune.



Publicités scellées au sol à Anglet Sutar

1.3 Les zones d'activités économiques et/ou commerciales

Une des principales caractéristiques du périmètre d'étude est de comporter des centres commerciaux qui sont pleinement intégrés dans le tissu urbain. Dès lors, si la publicité est un élément d'attractivité incontestable, sa présence pourrait être davantage encadrée.



Publicités et préenseignes scellées au sol à Anglet

A l'inverse, dans les zones d'activité en retrait des zones d'habitation, le besoin d'encadrement de la publicité pourrait être moindre, l'impact sur le cadre de vie n'étant pas aussi primordial.



Publicités scellées au sol dans la zone d'activité de Maignon à Anglet

1.4 Les secteurs dits résidentiels

En dehors des abords des axes structurants du périmètre d'étude et des secteurs à enjeux précédemment identifiés, la publicité est également présente. Les secteurs résidentiels des communes sont ainsi concernés. Compte tenu des caractéristiques des lieux qui accueillent le plus souvent de l'habitat pavillonnaire, la publicité détonne par sa hauteur au regard des habitations proches, par son nombre et plus généralement par son implantation.



Publicités scellées au sol à Anglet

1.5 Les principales infractions en matière de publicité

Comme indiqué plus haut, les communes concernées par le périmètre d'étude sont toutes dotées d'un règlement de publicité. Il est à noter que malgré leurs limites, les dispositions qu'ils comportent sont dans l'ensemble respectées. Néanmoins, il a été constaté la présence de nombreux dispositifs publicitaires en infraction à la réglementation nationale.



Dispositifs scellés au sol dont les affiches sont visibles d'une bretelle d'autoroute à Bayonne



Dispositifs scellés au sol dont les affiches sont visibles de l'autoroute à Bayonne



Activités ne pouvant pas être signalées par des préenseignes dérogatoires à Bayonne



Publicité numérique dépassant le mur qui la supporte à Anglet

CHAPITRE 2 LA SITUATION DES ENSEIGNES

La situation des enseignes sur le périmètre d'étude n'a pas été appréhendée de la même manière que la publicité. Il s'est davantage agi ici de faire état « d'ambiance » en parcourant différentes parties du périmètre d'étude plutôt que de recenser les dispositifs de manière exhaustive. Une attention particulière a toutefois été portée aux centres villes de Bayonne et de Biarritz tous les deux en secteurs patrimoniaux remarquables. L'analyse a été réalisée au travers des différents procédés d'implantation des enseignes.

2.1 La situation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Le territoire parcouru a permis de recenser de bons exemples d'enseignes scellées au sol. Ces bons exemples se traduisent par deux types de préoccupation. Le premier est de parvenir à une rationalisation de l'occupation de l'espace public en rassemblant sur un seul dispositif les différentes activités s'exerçant sur une même unité foncière. Le second est de faire en sorte que le dispositif en question, par ses dimensions et ses proportions, se distingue d'un dispositif publicitaire scellé au sol.



Enseignes scellées au sol à Anglet



Enseignes scellées au sol à Biarritz

D'autres, imposantes par leur format, ressemblent à des dispositifs publicitaires ce qui contribue à encombrer l'espace public.



Enseignes scellées au sol au Boucau et à Anglet

D'autres dispositifs recensés sont de moindre qualité et, partant, parviennent difficilement à s'intégrer dans les lieux environnants.



Enseignes scellées au sol à Anglet



Enseignes et publicités scellées au sol à Bayonne

D'autres enfin sont en infraction avec la réglementation nationale ou locale.



Enseigne implantée directement sur le sol à Anglet de plus de 12 m²



Enseigne scellée au sol à Bayonne de plus de 8 m²⁷

A l'origine, cantonnées aux concessions automobiles, les oriflammes envahissent désormais tous les secteurs d'activité. Ce phénomène, relativement récent, a été rencontré dans la plupart des communes concernées. Il est inquiétant car les propriétaires de ces dispositifs ne savent pas qu'ils sont, pour la plupart, en infraction avec la réglementation nationale. En effet, les oriflammes sont des enseignes installées directement sur le sol en raison de leur caractère amovible (installées le matin, rangées le soir). Or, l'article R.581-64 du code de l'environnement dispose que les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'une surface supérieure à 1 m² sont limitées en nombre à un dispositif placé le

⁷ Le règlement des enseignes à Bayonne limite le format des enseignes scellées au sol sur l'avenue Maréchal Soult à 8 m². Par ailleurs, si l'activité a changé, le format de l'enseigne lui n'a pas été réduit.

long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



Oriflammes à Anglet et Bayonne



Oriflammes à Bidart et Bayonne

2.2 La situation des enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture sont les dispositifs qui sont le plus souvent en infraction avec la réglementation nationale. Les communes concernées par le périmètre d'étude n'échappent malheureusement pas à cette situation. La plupart des dispositifs recensés méconnaissent l'obligation d'être constitués de lettres découpées.



Enseigne sur toiture en infraction à Bayonne



Enseignes sur toiture en infraction à Bidart



Enseigne sur toiture en infraction à Anglet

Des dispositifs en conformité avec la réglementation ont néanmoins été observés, même s'ils sont rares.



Enseigne sur toiture à Bayonne dont les structures sont visibles

2.3 Les enseignes murales

L'enjeu d'un RLPI en matière d'enseignes murales est de parvenir à leur meilleure intégration dans l'architecture des bâtiments qui les reçoivent. Dans la mesure où les communes concernées se caractérisent par la présence de sites patrimoniaux remarquables (secteur sauvegardé à Bayonne, ZPPAUP à Biarritz), cette exigence d'intégration est d'autant plus forte. On constate à cet égard une belle intégration des enseignes murales dans ces lieux. Les dispositions des règlements de publicité des deux communes en question ne sont évidemment pas étrangères à cette situation.

Au surplus, la réglementation impose l'avis ou l'accord de l'architecte des Bâtiments de France (ABF) à l'occasion de l'instruction des demandes d'autorisation d'implantation (article R.581-16 du code de l'environnement) ce qui constitue un nouveau gage de bonne intégration des dispositifs. En effet, l'ABF s'assure du respect de l'intérêt public attaché au patrimoine, à l'architecture, au paysage naturel et urbain, à la qualité des constructions et à leur insertion harmonieuse dans le milieu environnant (article L.632-2 du code du patrimoine).



Enseignes murales en centre-ville de Bayonne



Enseignes murales en centre-ville de Biarritz

Toutefois, lorsque l'on compare l'implantation des enseignes murales perpendiculaires dans les deux SPR, on constate qu'à Bayonne, et contrairement à Biarritz, elles sont, la plupart du temps, implantées au-dessus du rez-de-chaussée, au niveau du 1^{er} étage du bâtiment, c'est-à-dire là où l'activité signalée n'est pas exercée.





Enseignes murales perpendiculaires à Bayonne



Enseignes murales perpendiculaires à Biarritz

Il pourrait être envisagé de les descendre au niveau du rez-de-chaussée comme à Biarritz. Toutefois, compte tenu de l'étroitesse des rues, cette préconisation doit être compatible avec le règlement de voirie de la ville qui veille à la sécurité du passage des véhicules

de lutte contre l'incendie et impose notamment des contraintes pour les dispositifs en saillie du domaine public.

Ailleurs que dans les SPR, s'il y a des dispositifs s'insérant harmonieusement dans l'immeuble où l'activité est signalée...



Enseignes murales à Bayonne



Enseignes murales à Anglet

... il convient de reconnaître que ce n'est pas toujours le cas, des situations de surcharge ou de mauvaise intégration ont été observées.



Enseignes murales à Anglet



Enseignes murales à Biarritz



Enseignes murales à Bayonne



Enseignes murales au Boucau

En outre, de trop nombreux dispositifs de type « carotte de tabac », « presse », « française des jeux » et autres « PMU » sont installés. L'espace public pourrait être libéré, seules les carottes étant réglementairement obligatoires (arrêté du 13 février 2020)



Enseignes murales à Boucau



Enseignes murales à Biarritz

CHAPITRE 3 UNE SITUATION PARTICULIERE : LES DISPOSITIFS NUMERIQUES

Les dispositifs numériques sont en pleine expansion, les progrès technologiques permettant l'installation d'équipements économiquement plus rentables et la réglementation nationale organisant leur régime. Le territoire d'étude n'échappe pas à ce phénomène et l'on trouve sur la plupart des communes des écrans publicitaires à affichage dynamique, qu'ils soient scellés au sol ou muraux.



Publicité numérique murale à Anglet



Publicité numérique murale à Anglet



Publicité numérique scellée au sol à Anglet



Publicité numérique scellée au sol à Bayonne



Publicité numérique scellée au sol à Bidart

Les enseignes numériques sont également présentes sur le territoire. On les trouve principalement dans les zones d'activités, mais également dans les SPR.



Enseigne numérique scellée au sol à Anglet Maignon

L'information qui est diffusée par ce média, par nature changeante, peut à cet égard constituer une source de difficulté juridique. En effet, selon les messages diffusés, une enseigne numérique peut se muer en publicité numérique. Or, si certains règlements locaux autorisent les enseignes lumineuses (ce qu'est une enseigne numérique), ils interdisent les publicités lumineuses (ce qu'est une publicité numérique). Et ainsi un dispositif initialement légal se transforme en dispositif illégal.



Enseigne numérique scellée au sol à Bayonne...





... qui devient une publicité numérique

Partie 4 > LES ORIENTATIONS

LES ORIENTATIONS EN MATIERE DE PUBLICITE⁸

⇒ **Orientation n°1 : Généraliser le format de 8 m² à l'échelle du territoire**

L'analyse des différents règlements communaux actuellement en vigueur a montré une diversité des formats publicitaires que la démarche intercommunale d'élaboration d'un règlement local de publicité doit désormais gommer. Le format de 8 m², hors encadrement, devient le format standard que la publicité ne peut dépasser sur le territoire Côte Basque-Adour.

⇒ **Orientation n°2 : Interdire la publicité dans les espaces naturels (EBC, ZN et ZA) enclavés de l'agglomération**

L'analyse territoriale a révélé l'existence de zones naturelles à l'intérieur du périmètre d'étude où la publicité n'a pas sa place. Partant, l'interdiction de la publicité dans ces lieux

répond à l'objectif de préservation du cadre de vie et des paysages.

⇒ **Orientation n°3 : Renforcer les règles de densité afin de limiter l'impact visuel des dispositifs en entrée de ville et aux abords des axes structurants**

Le diagnostic a montré qu'en entrée de ville et aux abords des axes structurants la publicité est fortement présente au point d'être considérée comme une nuisance visuelle. Des règles de densité plus sévères que la règle nationale permettront d'espacer les dispositifs publicitaires et limiter leur impact visuel.

⇒ **Orientation n°4 : Tenir compte des spécificités de la publicité sur mobilier urbain**

Comme le prévoit la plupart des règlements communaux actuels, la publicité sur mobilier urbain présente une spécificité que le RLPi doit continuer à préserver eu égard à l'utilité qu'il présente. Néanmoins, à travers ce RLPi, la

⁸ Comme il déjà été indiqué, les orientations en matière de publicité s'appliquent également aux préenseignes puisque ces dernières sont soumises au même régime que les premières.

collectivité fait le choix d'encadrer plus strictement ce procédé publicitaire pour garantir sa meilleure insertion dans l'environnement.

⇒ **Orientation n°5 : Adapter la présence publicitaire en fonction des caractéristiques des secteurs d'implantation**

Dans les secteurs résidentiels où se concentrent les populations, la présence publicitaire doit être fortement réduite. Ce sont en effet des zones souvent situées en dehors des axes stratégiques où la publicité ne présente pas nécessairement d'utilité.

La publicité est un élément d'animation dans les zones d'activités économiques et commerciales. Cela n'exonère cependant pas de prévoir des règles d'implantation de la publicité en tout cas plus restrictives que la réglementation nationale notamment lorsque ces zones sont situées à proximité voire au cœur des zones d'habitation.

⇒ **Orientation n°6 : Interdire la publicité numérique dans certains lieux tout en l'accueillant de manière modérée dans d'autres**

La publicité numérique est un procédé qui, progressivement, marque son empreinte sur les territoires. Tout en étant consacré par le législateur, son impact visuel est différent des procédés traditionnels de publicité : il est lumineux même en journée, il est dynamique. Cela explique notamment qu'il soit soumis à autorisation à la différence des procédés non lumineux. Partant, si certains lieux ne sont pas adaptés à sa présence, d'autres pourront l'accueillir de manière modérée en particulier par l'institution de règles de densité différentes de celles applicables à la publicité non lumineuse.

⇒ **Orientation n°7 : Limiter les nuisances de la publicité lumineuse**

La publicité lumineuse est soumise à une règle nationale d'extinction nocturne que la collectivité estime insuffisante. Le RLPI la renforce et l'applique également à la publicité sur mobilier urbain.

LES ORIENTATIONS EN MATIERE D'ENSEIGNE

⇒ **Orientation n°1 : Reprendre et généraliser les prescriptions d'intégration des enseignes murales en secteurs protégés**

Les dispositions des actuels règlements applicables dans le secteur sauvegardé de Bayonne et dans la ZPPAUP de Biarritz ont donné de bons résultats en termes d'intégration des enseignes murales. Elles doivent être reconduites.

⇒ **Orientation n°2 : Adopter des dispositions exigeantes dans les centralités autres que les secteurs protégés**

Les sites patrimoniaux remarquables ne sont pas les seuls à justifier de mesures d'intégration des enseignes, les centralités identifiées sur le périmètre d'étude doivent également bénéficier de règles qualitatives.

⇒ **Orientation n°3 : Prendre en considération le développement de l'enseigne numérique**

Comme les publicités, les enseignes numériques se développent. Aucune règle nationale ne tient compte de leur spécificité hormis l'obligation d'extinction nocturne. Le RLPi pourrait remédier à cette lacune en instituant des règles spécifiques les concernant en fonction des différentes zones du RLPi. En effet, si leur présence peut être admise dans certains lieux, elle est mal venue dans d'autres.

⇒ **Orientation n°4 : Comblent les lacunes de la réglementation nationale**

La réglementation nationale ne prévoit pas de règles pour les enseignes sur clôtures. Le RLPi peut pallier cette carence.

De même, et le diagnostic l'a montré, le développement des enseignes installées directement sur le sol dont la surface est inférieure à 1 m² n'est pas encadré par la réglementation nationale. Le RLPi pourrait en limiter le nombre en les soumettant à une règle de densité.

Enfin, les enseignes adhésives collées sur les baies sont un procédé publicitaire qui se répand en raison d'une absence de règles nationales particulières les concernant à la différence par exemple de la publicité de petit format (voir plus haut). Le RLPi pourra combler cette lacune en encadrant leur développement.

⇒ **Orientation n°5 : Limiter les nuisances
des enseignes lumineuses**

Comme en matière de publicité lumineuse, le RLPi impose une plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses plus large que celle issue de la règle nationale.

Partie 5 > L'EXPLICATION DES CHOIX

L'analyse territoriale du point de vue de la publicité extérieure et des enseignes a mis en lumière plusieurs secteurs à enjeux définis dans le diagnostic de ce rapport de présentation. Ils traduisent l'objectif de préservation de la qualité du cadre de vie de l'Agglomération.

Au regard des enjeux révélés par le diagnostic, l'Agglomération fait le choix de renforcer les qualités paysagères de la conurbation Côte Basque-Adour en se dotant d'un cadre plus exigeant et contextualisé qu'illustrent son choix de zonage et de règles associées.

CHAPITRE 1 LE CHOIX DU ZONAGE

Certains secteurs à enjeux n'ont pas fait l'objet d'une traduction réglementaire pour les raisons exposées ci-dessous (I). D'autres sont désormais des zones du RLPi (II).

1.1 Les secteurs à enjeux qui n'ont pas fait l'objet d'un zonage spécifique

Figurent dans cette catégorie les secteurs à enjeux suivants : les enceintes sportives, la zone portuaire et la zone d'Iraty.

⇒ **Les enceintes sportives « Jean Dauger » et « Aguiléra »**

La réglementation nationale prévoit dans l'emprise des équipements sportifs disposant de plus de 15 000 places assises des dispositions permettant l'installation de dispositifs publicitaires, y compris numériques, d'une surface de 50 m². Permettre l'implantation de dispositifs d'un tel format serait en contradiction avec les objectifs du RLPi qui visent à lutter contre la pollution visuelle et à réduire la consommation énergétique de certains dispositifs. Par conséquent, les emprises des deux stades sont soumises aux dispositions restrictives du RLPi en fonction des zones dans lesquelles sont implantées ces équipements : zone X pour le stade Jean Dauger et zone X pour Aguiléra.

⇒ **La zone portuaire**

La zone portuaire constitue une zone d'activités économiques justifiant un traitement particulier. En conséquence, elle est incluse dans la zone « activités économiques » (cf. plus bas).

⇒ **La zone d'Iraty**

Au même titre que la zone portuaire, il a été tenu compte des spécificités de la zone d'activités dite « Iraty » en l'intégrant dans le zonage plus général « activités économiques ».

1.2 Les secteurs à enjeux ayant fait l'objet d'un zonage spécifique

Huit types de zone ont été définies dans le RLPi. Elles répondent à des enjeux paysagers distincts et hiérarchisés en fonction de l'impact de la publicité et des enseignes sur le cadre de vie. Elles traduisent la volonté de l'Agglomération de renforcer les qualités paysagères de la conurbation Côte Basque-Adour en se dotant d'un cadre tout à la fois plus exigeant et contextualisé pour la publicité et les enseignes.

Rappel : l'article L.581-7 du code de l'environnement interdit la publicité hors agglomération. Par ailleurs, l'article R.110-2 du code de la route définit l'agglomération comme étant un espace sur lequel sont établis des immeubles bâtis rapprochés. La combinaison de ces deux dispositions conduit à ce que les espaces hors agglomération du territoire ne constituent pas un enjeu du RLPi du point de vue de la publicité puisqu'elle y est interdite. Ces espaces ont été identifiés sur le plan de zonage en gris.

⇒ La zone 1 : le patrimoine naturel

Les espaces identifiés « patrimoine naturel », en vert sur le plan de zonage, comprennent les espaces boisés classés, ainsi que les zones naturelles et les zones agricoles identifiées dans les PLU des communes. Y figurent

également, notamment, les sites classés du Rocher de la Vierge à Biarritz et de la pépinière Maymou à Bayonne, les sites naturels inscrits lorsqu'ils sont en agglomération, ainsi que les quartiers littoraux de Bidart (Ilbarritz...) et d'Anglet (Pointe Saint Martin, Chambre d'Amour, 5 cantons, Chiberta, la Barre, Pignada...) dont les ambiances et qualités paysagères (intimement liées à la proximité de l'océan et de vastes espaces naturels ou forestiers) justifient leur inscription en zone 1.

⇒ La zone 2a : le patrimoine architectural

La zone 2a, en rouge sur le plan de zonage, est composée des périmètres délimités dans le cadre des sites patrimoniaux remarquables de Bayonne et de Biarritz, ainsi que de la ZPPAUP de la cité des Forges dont une partie est à Boucau (l'autre étant sur le territoire de Tarnos, en dehors du champ territorial du RLPi). Les abords des monuments historiques au sens de l'article L.621-30 du code du patrimoine sont également inclus dans cette zone. Au nombre de trois, ils sont implantés sur le territoire de la commune de Bidart (Atalaye, château d'Ilbarritz, église Notre-Dame-de-l'Assomption). Il convient de préciser qu'en cas de superposition avec la zone 1, cette dernière prime du fait de son régime plus protecteur. C'est la raison pour laquelle les abords de l'église Sainte-Marie d'Anglet, monument historique inscrit, n'apparaissent pas sur le plan de zonage en zone 2 mais se trouvent totalement intégrés dans la zone 1. L'ensemble de ces lieux fait l'objet d'un régime distinct en matière de publicité puisque par principe,

ils sont interdits à la publicité sauf si un RLPi prévoit de lever cette interdiction, ce que fait le présent RLPi dans des conditions énoncées plus loin. Ces lieux font également l'objet d'un traitement spécifique en matière d'enseigne, faisant en particulier intervenir l'architecte des bâtiments de France lors de l'instruction des demandes d'autorisation.

⇒ **La zone 2b : quartiers d'intérêt patrimonial de Bayonne**

La zone 2b, en rose sur le plan de zonage, est constituée de quartiers dits « d'intérêt patrimonial » à Bayonne. Il s'agit des quartiers des Arènes, Marracq, Polo-Beyris et Saint-Esprit qui, sans être situés dans le périmètre du SPR de Bayonne, justifient, par la qualité patrimoniale des ensembles urbains qui les composent, un traitement spécifique en matière de publicité et d'enseigne.

⇒ **La zone 3 : les abords des axes structurants**

Le diagnostic a montré une concentration importante de publicités, qu'elles soient scellées au sol ou murales, aux abords des voies publiques les fréquentées, notamment aux abords des RD 817 et RD 810, mais aussi du boulevard du BAB à Bayonne, Anglet et Biarritz ou avenues du Président Kennedy à Biarritz ou de l'Adour à Anglet. Cette situation

s'est traduite par l'institution d'une zone 3 dite « abords des axes structurants », repérée en bleu sur le plan de zonage.

⇒ **La zone 4 : les zones d'activités économiques et/ou commerciales**

La zone 4 est constituée des zones d'activités économiques existantes. Du point de vue des domaines d'activité exercés, elles ne présentent pas les mêmes caractéristiques, une grande majorité étant pluri-activité, d'autres plutôt industrielles ou artisanales, d'autres enfin plutôt commerciales. Mais ces différences de destination ne justifient pas, du point de vue de la publicité et des enseignes, un traitement distinct. Elles sont rassemblées dans une même zone « zones d'activités économiques » repérée en violet sur le plan de zonage.

⇒ **Les zones 5a et 5b : les autres espaces urbains**

Afin de couvrir la totalité des zones agglomérées, une zone 5 a été instituée, intitulée « autres espaces urbains ». Celle-ci se décline en deux sous-zones, la zone 5a, repérée en jaune clair sur le plan de zonage, et la zone 5b, repérée en jaune foncé sur le plan de zonage.

La zone 5a est constituée des espaces urbains des communes comptant plus de 10 000 habitants, à savoir Anglet, Bayonne et Biarritz. La zone 5b est constituée des espaces urbains des communes comptant moins de 10 000 habitants, à savoir Bidart et Boucau. Comme on l'a vu plus

haut, la distinction entre ces deux catégories réside dans le fait que le RNP établit un régime de la publicité qui diffère selon qu'elle est implantée dans une commune de plus ou moins 10 000 habitants. Mais cette distinction disparaît lorsque les communes de moins de 10 000 habitants font partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Dans ce cas, la publicité est soumise au même régime que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. C'est le cas de Bidart et Boucau, incluses dans l'unité urbaine de Bayonne qui compte plus de 100 000 habitants. Le RLPI rétablit en quelque sorte cette distinction en prévoyant un régime de la publicité qui diffère selon qu'elle est implantée en zone 5a ou en zone 5b.

⇒ **La zone 6 : l'emprise de l'aéroport**

La zone 6 « emprise de l'aéroport », repérée en marron sur le plan de zonage, est composée des pistes et des bâtiments inclus dans l'emprise de l'aéroport à l'exception des voies d'accès au parc de stationnement et du parc de stationnement lui-même, lesquels sont classés en zone 4 « zone d'activités économiques ». La nature particulière de l'activité exercée y justifie un traitement spécifique de la publicité et des enseignes.

CHAPITRE 2 LE CHOIX DES REGLES

Le règlement comporte autant de chapitre qu'il y a de zones identifiées.

2.1 Explication du choix des règles de la zone 1

⇒ **En matière de publicité**

Toute forme de publicité est en principe interdite dans cette zone qui vise à préserver les espaces naturels du territoire situés en agglomération. Toutefois, et en dehors des sites classés où l'interdiction de la publicité est absolue, quelques exceptions sont instituées. Elles concernent les dispositifs publicitaires directement installés sur le sol que sont les chevalets. Limités en format et en nombre, ils ne peuvent être implantés sur le domaine public qu'au plus près de l'établissement qu'ils signalent (article 1.4).

Il est également possible d'implanter des dispositifs publicitaires scellés au sol, dans la limite de deux, dans l'emprise des équipements sportifs situés dans la zone 1 (la Floride à Bayonne et Girouette à Anglet) (idem).

Enfin, pour limiter leurs impacts sur l'environnement et le cadre de vie, les publicités sur mobilier urbain sont limitées à

2 m² et soumises à une plage d'extinction nocturne (23h-07h).

Néanmoins, l'extinction nocturne ne concerne pas la publicité apposée sur les abris-voyageurs pour assurer la qualité du service de transport en commun.

⇒ **En matière d'enseigne**

Les enseignes étant soumises à un régime d'autorisation préalable, l'instruction des demandes conduit à apprécier leur insertion sur le bâtiment qui les accueillent. Afin de guider les instructeurs, au-delà des dispositions particulières qui leur sont applicables, est établi un principe général d'adéquation de l'aspect extérieur de l'enseigne à son environnement proche est établi.

Depuis la loi du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises, un RLP(i) peut définir des zones dans lesquelles tout occupant commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère où à l'intérêt des lieux avoisinants (article 1.12). C'est ce que fait le présent RLPi dans cette zone ; cette règle est au demeurant généralisée à l'ensemble des zones.

Seule la publicité est interdite sur les plantations conformément au 1° de l'article R.581-22 du code de l'environnement. Cette interdiction est étendue aux enseignes (article 1.12).

Les enseignes apposées parallèlement ou perpendiculairement au mur qui les supporte font l'objet de mesures d'intégration visant à respecter l'architecture de l'immeuble qui accueille les activités signalées. Notamment, leur nombre est limité.

Une attention particulière est portée aux enseignes adhésives sur baie – appelées également vitrophanies – ou installées immédiatement derrière dont la surface est limitée à 15 % de la surface de la baie (article 1.13).

Lorsqu'elle est lumineuse, l'enseigne est soumise à une règle d'extinction nocturne sur une plage horaire identique à celle de la publicité lumineuse sous réserve toutefois que l'activité ait cessé (article 1.19). Sa source d'éclairage ne peut résulter d'un spot ou d'une rampe en raison de leur caractère inesthétique (article 1.14).

Procédé ayant le plus fort impact sur le cadre de vie, l'enseigne sur toiture est interdite à l'exclusion des commerces implantés à la chambre d'Amour. Ici, la hauteur des lettres découpées est très limitée puisqu'elle ne peut dépasser 0,50 m (article 1.17).

Compte-tenu également de leur impact, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites, sauf si plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière et que celles-ci regroupent leur signallement sur un même dispositif. Dans ce cas, ce dernier a une surface limitée à 4 m² et une hauteur limitée à 4 m (article 1.15).

2.2 Explication du choix des règles de la zone 2a

⇒ En matière de publicité

La zone 2 reprend les mêmes interdictions—que la zone 1, compte tenu de la qualité patrimoniale des secteurs en cause. Deux des trois exceptions sont également reprises hormis celles relatives aux équipements sportifs qui ne sont pas concernés (articles 2a.4 et 2a.7).

Par ailleurs, eu égard à l'importance de l'emprise en sol des abris-voyageurs du Tram'bus situés dans l'hyper centre de Bayonne qui, par application du règlement national de publicité, permettrait l'installation de plusieurs caissons publicitaires, leur nombre est réduit à un seul caisson de 2 m² de façon à ne pas altérer les qualités patrimoniales du secteur. Sont concernés les arrêts « Mairie de Bayonne », « Echauguette-Museoak » et « Gare de Bayonne » (idem).

⇒ En matière d'enseigne

Les caractéristiques des bâtiments situés dans la zone 2a justifient des mesures sévères d'implantation des enseignes murales afin de garantir leur meilleure intégration et éviter toute surcharge. Cela explique l'interdiction des enseignes sur balcons ou, spécialement à Bayonne, sous les arceaux et sous les plafonds des passages couverts (article 2a.12).

C'est pourquoi les enseignes parallèles sont limitées à un dispositif par façade, lequel doit s'inscrire dans la largeur de la baie commerciale. Si le commerce comporte plusieurs baies, l'installation de plusieurs enseignes est admise afin de garantir l'esthétique de l'ensemble (article 2a.13).

Est également reprise la disposition limitant à 15% la surface des enseignes adhésives ou installées immédiatement derrière une baie vitrée par rapport à la surface de cette baie. Mais lorsque l'enseigne est numérique, elle est interdite (article 2a.12)

Les enseignes perpendiculaires sont également limitées à un seul dispositif sauf si l'établissement est à l'angle de deux rues. Dans ce cas, une deuxième enseigne est admise sur la deuxième façade. Sa surface maximum est limitée en fonction de la largeur de la voie publique afin d'éviter des dispositifs disproportionnés. De même, une hauteur de 2,40 m minimum est imposée afin d'assurer le passage des véhicules de secours et de lutte contre l'incendie notamment dans les rues étroites du centre-ville de Bayonne (article 2a.14).

Les activités économiques pouvant se signaler aux moyens des enseignes murales, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (article 2a.15), les enseignes sur clôture (article 2a.16) et les enseignes sur toiture (article 2a.17) sont interdites. Une même interdiction frappe les enseignes sur les arbres (article 2a.12).

La plage d'interdiction de la zone 1 est reprise (article 2a.19)

2.3 Explication du choix des règles de la zone 2b

⇒ En matière de publicité

Bien que les secteurs couverts par cette zone, propre à Bayonne, ne fassent pas l'objet d'une protection législative et réglementaire identique à celle de la zone 2a, ils accueillent néanmoins des immeubles bâtis d'une qualité justifiant un traitement publicitaire adapté. Aussi les règles de la zone 2a sont reprises à l'exception de celles applicables à la publicité de petit format qui demeure soumise aux dispositions du RNP (article 2b.8). En effet, par sa décision du 26 avril 2021, SNPE et autres, req. n°19BX0164, la Cour Administrative de Bordeaux a jugé qu'un RLP(i) ne pouvait adopter des dispositions restrictives envers ce type de publicité en dehors des lieux et immeubles protégés au titre de l'article L.581-8 du code de l'environnement. Or ces lieux et immeubles sont identifiés dans la zone 2a et non dans la zone 2b.

⇒ En matière d'enseigne

Les dispositions adoptées en matière d'enseigne sont globalement comparables à celles instituées en zone 2a, visant toujours à assurer leur meilleure intégration dans l'architecture du bâtiment qui les reçoivent tant pour les

enseignes parallèles (article 2b.13) que pour les enseignes perpendiculaires (article 2b.14).

Le tissu urbain étant moins dense qu'en zone 2a, les enseignes scellées au sol sont autorisées permettant ainsi à un établissement de se signaler depuis la rue s'il est en retrait de l'alignement. Leur surface est alors limitée à 4 m² et elles doivent respecter des règles de proportion afin de présenter l'aspect d'un « totem » (article 2b.15). L'objectif ainsi visé est de bien distinguer enseignes et publicités. Le diagnostic a identifié sur le territoire de telles enseignes que le RLPi généralise.

Comme en zone 2a, les enseignes sur balcons (idem), sur clôture (article 2b.16) ou sur toiture (article 2b.17) sont interdites, leur présence ne se justifiant pas dans la zone.

2.4 Explication du choix des règles de la zone 3

⇒ En matière de publicité

Cas particulier. Les aménagements urbains réalisés aux abords des voies affectées partiellement ou totalement au Tram'bus, spécialement à Anglet, Bayonne et Biarritz conduisent à valoriser les immeubles et paysages situés à leurs abords. Ils justifient un traitement spécifique de la publicité identifiée dans la partie enjeu du présent document.

Les dispositifs publicitaires y sont par conséquent interdits à l'exception de la publicité sur mobilier urbain dont l'impact sur le cadre de vie est réduit par une limitation de sa surface à 2 m². Les mêmes règles s'appliquent aux abords du boulevard du BAB qui a vocation à devenir un axe de circulation plus apaisée (article 3.2).

Cas général. La publicité est admise aux abords des axes structurants mais fait l'objet d'un encadrement en termes de surface et de densité. La surface est ainsi réduite par rapport à la surface maximale admise par le RNP puisqu'elle passe de 12 m² à 10,5 m² (articles 3.4 et 3.5) et à 2 m² aux abords des carrefours à sens giratoire et des carrefours à feu. L'objectif est ici de garantir la qualité des aménagements réalisés (article 3.2).

La densité est également réduite par rapport à la règle nationale. Deux règles de densité sont instituées dans cette zone qui tiennent compte de la nature de la publicité. Ces règles sont renforcées pour les publicités numériques, dont l'impact visuel est plus important (article 3.3).

La publicité numérique est interdite à Bidart et Boucau, afin de garantir un niveau de protection comparable à celui résultant de leurs anciens RLP (article 3.6).

Les dispositifs lumineux y compris ceux supportés par du mobilier urbain sont soumis à une règle d'extinction nocturne sur une plage horaire plus large que la réglementation nationale puisqu'ils devront être éteints de 23 h à 7 h du matin, soit 3 h supplémentaires. Néanmoins, l'extinction

nocturne ne concerne pas la publicité apposée sur les abris-voyageurs pour assurer la qualité du service de transport en commun (article 3.11).

Une règle de prospect est également fixée afin de préserver les perspectives. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol doivent respecter une servitude de recul de trois mètres par rapport à la voie ouverte à la circulation publique la plus proche (article 3.4).

La publicité sur les palissades de chantier est laissée libre d'implantation comme le prévoit la réglementation nationale (article 3.10). En revanche, compte tenu de son impact sur le cadre de vie, la publicité sur bâche est interdite (article 3.9).

⇒ **En matière d'enseigne**

Les bâtiments installés aux abords des voies structurantes ne présentent pas des qualités architecturales comparables à celles des zones 2a et 2b. Aussi des dispositions plus permissives ont été instituées. Seules sont interdites les enseignes sur les balcons et les enseignes numériques (article 3.12).

S'agissant des enseignes murales parallèles, leur nombre est toujours limité à un dispositif par établissement signalé voire un deuxième s'il est à l'angle de deux rues.

L'enseigne adhésive ou installée immédiatement derrière la baie doit respecter la même règle de proportion que dans les zones 2a et 2b (article 3.13).

La surface des enseignes perpendiculaires est limitée afin d'éviter une trop importante saillie sur la voie publique. Une hauteur minimale est imposée afin de garantir la sécurité du passage (article 3.14).

Les enseignes scellées au sol sont autorisées avec la même exigence qu'en zone 2b : de présenter une forme de totem les distinguant ainsi des dispositifs publicitaires scellés au sol. Lorsque plusieurs activités sont exercées sur une même unité foncière, il est imposé que les messages soient regroupés afin de limiter le nombre de dispositifs (article 3.15).

La réglementation nationale n'a envisagé aucune disposition particulière pour les enseignes sur clôture. Aussi sont-elles autorisées à la condition de respecter des règles de densité et de surface, l'objectif étant de limiter leur prolifération, (article 3.16).

Les enseignes sur toiture sont autorisées à condition que la hauteur des lettres soit limitée à 2 mètres. Elles sont interdites (article 3.18) aux abords du boulevard du BAB, lorsque le bâtiment comporte plus d'un étage, afin d'éviter l'effet de surplomb.

2.5 Explication du choix des règles de la zone 4

⇒ En matière de publicité

Les zones d'activités économiques sont les plus propices à la présence de dispositifs publicitaires. Pour autant, les exigences de protection du cadre de vie imposent leur encadrement au-delà de ce que prévoit la réglementation nationale. C'est la raison pour laquelle la surface des dispositifs publicitaires (scellés au sol ou muraux) est limitée à 10,5 m² (articles 4.4 et 4.5).

De même une règle de densité, différenciée selon qu'il s'agit de dispositifs numériques ou non, est adoptée. Elle est moins sévère que celles fixées dans la zone 3, tout en étant plus que celle issue de la règle nationale (article 4.3).

Comme en zone 3, et afin de maintenir un niveau de protection au moins comparable à celui qui existait dans leurs anciens RLP, la publicité numérique est interdite à Bidart et Boucau (article 4.6).

Pour le reste, les règles adoptées en zone 4 sont identiques à celles de la zone 3, y compris aux abords des voies affectées ou partiellement affectées au Tram'bus, à l'exception de la publicité sur bâche qui se conforme ici à la réglementation nationale (article 4.9).

⇒ **En matière d'enseigne**

Les bâtiments implantés dans les zones d'activités économiques présentent des caractéristiques permettant l'installation d'enseignes dans des conditions plus souples que la zone 3.

C'est pourquoi les enseignes murales parallèles ou perpendiculaires sont soumises aux dispositions nationales (articles 4.13 et 4.14). Les exigences de protection du cadre de vie imposent toutefois leur interdiction pour certaines d'entre elles, telles les enseignes numériques ou les enseignes sur balcons (article 4.12) ou un encadrement plus restrictif que la réglementation nationale pour d'autres. Tel est le cas des enseignes scellées au sol où l'exigence d'adopter une forme de totem est aussi applicable. Leur surface est limitée à 6 m² à l'exception d'Anglet qui admet une surface de 8 m².

Comme en zone 3, lorsque plusieurs activités sont exercées sur une même unité foncière, les messages doivent être regroupés sur le même support afin de limiter le nombre de dispositifs.

La même nécessité de réduire le nombre d'enseignes scellées au sol a conduit à fixer une règle de densité pour celles qui ont une surface inférieure ou égale à un mètre carré, ce que ne prévoit pas la réglementation nationale (article 4.15).

Les enseignes sur toiture sont autorisées à la condition toutefois que le secteur ne soit pas inséré dans une zone

d'habitat. Dans ce cas, elles sont interdites en raison de leur fort impact visuel (article 4.17).

2.6 L'explication du choix des règles de la zone 5a

⇒ **En matière de publicité**

La zone 5a couvre des secteurs à dominante résidentielle des communes d'Anglet, Bayonne et Biarritz qui n'ont pas vocation à accueillir de la publicité en nombre. Une règle plus sévère de densité qu'en zone 3 est en conséquence instituée (article 5a.3). En outre, la publicité n'est admise que si elle est murale, au format maximum de 10,5 m² (article 5a.5) ramené à 2 m² aux abords des carrefours à sens giratoire ou à feux (article 5a.2).

Pour les raisons indiquées plus haut, la publicité de petit format est également admise dans les conditions de la réglementation nationale (article 5a.8)

Compte tenu de son impact visuel, la publicité numérique est interdite sauf si elle est supportée par du mobilier urbain. La publicité sur mobilier urbain, numérique ou non, est limitée à 2 m² (article 5a.7).

Une extinction nocturne identique aux zones précédentes est instituée, entre 23 h et 7 h du matin (article 5a.11).

⇒ **En matière d'enseigne**

Les dispositions applicables aux enseignes murales s'inspirent de celles adoptées dans les zones patrimoniales (zones 2a et 2b) en veillant à garantir leur parfaite intégration dans l'architecture du bâtiment qui les reçoit. Leur nombre est ainsi limité en principe à un dispositif parallèle ou perpendiculaire sauf si l'établissement est à l'angle de deux rues (articles 5a.13 et 5a.14).

Disgracieux, l'éclairage au moyen de spots ou de rampes est interdit pour les enseignes perpendiculaires (article 5a.14).

Comme en zone 3, lorsque la configuration des lieux le permet et afin d'assurer la visibilité de l'activité depuis la rue, les enseignes scellées au sol sont autorisées à la condition de respecter la forme totem et d'avoir une surface comprise entre 1 et 4 m². L'objectif visé par cette surface plancher est d'éviter la prolifération des petits dispositifs dont l'utilité du point de vue de la signalisation de l'activité n'est pas démontrée (article 5a.15).

Les enseignes sur clôture sont également autorisées avec application d'une règle de densité afin d'en limiter le nombre. Leur surface est limitée (article 5a.16).

Eu égard à leur fort impact visuel, les enseignes sur toiture sont en revanche interdites (article 5a.17).

2.7 Explication du choix des règles de la zone 5b

⇒ **En matière de publicité**

La zone 5b couvre des secteurs à dominante résidentielle des communes de Bidart et de Boucau. Eu égard à une densité urbaine moins dense que les autres communes du territoire couvert par le RLPi, des règles d'implantation de la publicité plus sévères sont instituées. C'est ainsi que la publicité scellée au sol ou murale est interdite (articles 5b.4, 5b.5 et 5b.6). Les seules exceptions concernent la publicité de petit format dont on a indiqué qu'il n'est pas possible de la réglementer dans un RLPi (article 5b.8), la publicité sur les palissades de chantier (article 5b.10) et la publicité sur mobilier urbain limitée à 2 m² (article 5b.7).

⇒ **En matière d'enseigne**

Les activités économiques implantées dans les secteurs résidentiels des communes de la zone 5b ne sont pas fondamentalement différentes que celles de la zone 5a. Aussi les enseignes y sont-elles soumises aux mêmes règles.

2.8 Explication du choix des règles de la zone 6

⇒ En matière de publicité

Les caractéristiques de l'emprise de l'aéroport incluse dans la zone 6 justifie une interdiction de principe de toute forme de publicité. Les seules exceptions concernent, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, la publicité de petit format et s'il y a lieu la publicité sur les palissades de chantiers soumises toutes les deux à la réglementation nationale (articles 6.8 et 6.10).

⇒ En matière d'enseigne

Les caractéristiques des bâtiments implantés dans l'emprise de l'aéroport ne justifient pas l'adoption de règles plus restrictives que celles issues de la réglementation nationale. Aussi celle-ci s'applique pour toutes les enseignes. En revanche, comme la réglementation nationale ne comporte pas de règles applicables aux enseignes sur clôture, une règle de densité est adoptée afin d'en limiter le nombre (article 6.16).