



# RÉVISION DU RÉGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## Rapport de présentation

Novembre 2018



# Sommaire

Introduction	3
<b>PARTIE I</b>	
Les objectifs du RLP de La Baule-Escoublac.....	4
<b>PARTIE II</b>	
<b>Le contexte.....</b>	<b>6</b>
2.1 Localisation et topographie de la commune.....	7
2.2 Les caractéristiques générales de la commune.....	8
<b>PARTIE III</b>	
<b>Les secteurs à enjeux.....</b>	<b>9</b>
3.1 Le Parc Naturel Régional de Brière.....	10
3.2 Le site patrimonial remarquable (SPR).....	11
3.3 Le document d'orientation et d'objectif (DOO).....	11
<b>PARTIE IV</b>	
<b>La procédure de révision du règlement local de publicité.....</b>	<b>12</b>
4.1 Les principales étapes de la procédure.....	13
4.2 Les éléments constitutifs du RLP.....	15
4.3 Les dispositifs visés.....	16
4.4 La question des limites d'agglomération.....	25
4.5 Le régime des autorisations et des déclarations.....	28
<b>PARTIE V</b>	
<b>Le diagnostic.....</b>	<b>32</b>
5.1 Méthode de recensement.....	34
5.2 Les chiffres clef de la publicité.....	36
5.3 Les règles du RNP applicables sur le territoire de La Baule-Escoublac.....	41
5.4 Les dispositions du règlement local de publicité de juillet 1991.....	47
5.5 Les autres constats en matière de publicité.....	56
5.6 Les autres constats en matière d'enseignes.....	54
<b>PARTIE VI</b>	
<b>Orientations.....</b>	<b>60</b>
6.1 Orientations en matière de publicité.....	61
6.2 Orientations en matière d'enseignes.....	61
<b>PARTIE VII</b>	
<b>Explications des choix.....</b>	<b>62</b>
Les règles communes pour la publicité.....	63
Les règles communes pour les enseignes.....	63
Zonage publicité.....	64
Zonage enseignes.....	65



## Introduction

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a procédé à une refonte du droit de la publicité extérieure dont la portée se mesure notamment à l'occasion de l'institution par les communes ou leurs groupements d'un règlement local de publicité (RLP).

Ce document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, lorsqu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, a pour but, dans un objectif de protection du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale de la publicité (RNP) aux caractéristiques des territoires en permettant l'institution de règles plus restrictives que celles issues du RNP.

Aujourd'hui, ce sont les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) qui disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLP). A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document. La ville de La Baule-Escoublac est compétente pour élaborer un RLP puisqu'elle appartient à la communauté d'agglomération Cap Atlantique ne détenant pas la compétence en matière de PLU.

Les évolutions tant législatives et réglementaires, qu'urbanistiques, commerciales et démographiques de la commune, l'obsolescence du règlement datant de juillet 1991 ont conduit son conseil municipal à prescrire, par délibération en date du 20 novembre 2015, la révision de sa réglementation.

Le décret d'application de la loi 12 juillet 2010, en date du 30 janvier 2012, prévoit qu'un RLP est constitué au moins par :

- un rapport de présentation ;
- un règlement et ses documents graphiques ;
- des annexes (arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération, document graphique portant sur les limites d'agglomération).

Il est précisé que le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune. Prenant en compte les secteurs à forts enjeux environnementaux, architecturaux ou paysagers et l'harmonisation sur le territoire, il explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.



## **PARTIE I**

# **Les objectifs du RLP de La Baule-Escoublac**

Par délibération en date du 20 novembre 2015, la commune a donc prescrit la révision de son règlement local de publicité (RLP) du 29 juillet 1991 (dont une analyse est présentée au point 5.4) afin de l'actualiser.

Au cours de cette délibération, les objectifs suivants ont été fixés :

**🔗 Point 1**

Adapter le règlement local de publicité aux évolutions du code de l'environnement ;

**🔗 Point 2**

Harmoniser les objectifs de la loi et les harmoniser aux enjeux de développement du territoire ;

**🔗 Point 3**

Créer un zonage en adéquation avec le périmètre et les prescriptions de l'AVAP et du Parc Naturel Régional de Brière, de sorte d'établir une cohérence entre les enjeux de publicité, les enjeux patrimoniaux et la protection de l'environnement ;

**🔗 Point 4**

Limiter la pollution visuelle des dispositifs d'information, en réglementant leur quantité et leurs modalités d'implantation ;

**🔗 Point 5**

Prendre en compte le développement des nouveaux modes de communication publicitaire consacrés à la réforme de l'affichage, qu'il s'agisse notamment de la publicité lumineuse et numérique ou des dispositifs de très grand format.





# **PARTIE II**

## **Le contexte**

## 2.1 Localisation et topographie de la commune

Située à l'ouest de la Loire-Atlantique, sur la presqu'île de Guérande, La Baule-Escoublac est une station balnéaire de grande renommée.





## **2.2** **Les caractéristiques** **générales de la** **commune**

La ville de La Baule-Escoubiac est desservie par la route départementale 213 (RD 213) surnommée la Route bleue. Cette départementale reliant Les Moutiers-en-Retz à Guérande constitue un axe majeur en longeant une grande partie du littoral de la Loire-Atlantique. La ville est aussi traversée par l'ancienne route nationale 171 formée par les avenues du Maréchal-De-Lattre-de-Tassigny, du Bois-d'Amour, de l'Étoile et du Rhuy's permettant de relier Le Pouliguen à Pornichet via le centre de La Baule et de desservir la gare. L'avenue Charles-De-Gaulle constitue la principale rue commerçante, reliant l'entrée nord de la station balnéaire aux boulevards longeant le front de mer.





## **PARTIE III**

# **Les secteurs à enjeux**

## 3.1

### Le Parc Naturel Régional de Brière

Le parc, créé par décret ministériel du 16 octobre 1990, est l'un des plus anciens Parcs naturels régionaux français. La charte originelle a été révisée plusieurs fois et la dernière en date est celle de 2014.

La démarche traduit les ambitions des acteurs locaux à maintenir au territoire un caractère exemplaire en matière de développement durable et solidaire.



## 3.2

### Le site patrimonial remarquable (SPR)

Le SPR a vu son règlement modifié en janvier 2013.

## 3.3

### Le document d'orientation et d'objectif (DOO)

L'objectif 2-4-3 du document d'orientation et d'objectif du Schéma de cohérence territoriale est d'assurer la qualité des entrées de ville et lisères urbaines par la maîtrise et la mise en cohérence des supports de publicité extérieure et mobiliers urbains.





## **PARTIE IV**

# **La procédure de révision du règlement local de publicité**

## 4.1

### Les principales étapes de la procédure

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur celle du PLU. Comme il l'a été indiqué, la commune de La Baule-Escoubac étant compétente en matière de PLU, elle l'est donc en matière de RLP. La procédure de révision de son règlement de publicité est placée sous l'autorité du maire.

La délibération prescrivant la révision du règlement de publicité du 20 novembre 2015 a précisé les objectifs poursuivis et a défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de la révision du RLP (Art. L.123-6 du code de l'urbanisme). Celles-ci revêtiront la forme suivante :

- Affichage en mairie de la présente délibération pendant toute la durée de la concertation ;
- Information sur l'avancement de la révision du RLP insérée dans le bulletin municipal et sur le site internet de la ville ;
- Association des services de l'État et autres Personnes Publiques Associées (PPA) ;
- Consultation à leur demande des autres personnes publiques ;
- Mise à disposition d'un registre consultable aux jours et heures d'ouvertures de la mairie ;
- Organisation d'au moins une réunion publique.

Cette délibération est notifiée aux personnes publiques associées (PPA). Le préfet transmet à la collectivité le porter-à-connaissance qui synthétise les recommandations de l'Etat pour le projet.

Durant la procédure de révision du règlement, un débat sur les orientations devra être organisé deux mois au moins avant son arrêt. Lors de la délibération arrêtant le projet, le bilan de la concertation sera tiré. Le projet sera ensuite soumis pour avis aux PPA ainsi qu'à la commission départementale nature, paysage et site (CDNPS). A la suite de quoi, le projet, objet d'une enquête publique et éventuellement de modifications mineures pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, sera définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, il entrera en vigueur. Le RLP sera d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son entrée en vigueur que deux ans plus tard (art. R.581-88 du code de l'environnement) et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du code de l'environnement).

Les dispositifs non-conformes au RNP ou au RLP actuel ne disposent d'aucun délai.

## La procédure de révision du RLP - identique à la procédure d'élaboration - est résumée dans le schéma ci-dessous :



## 4.2

### Les éléments constitutifs du RLP

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, lexique, etc.

**Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure, à savoir la publicité, les préenseignes et les enseignes sur le territoire, en mesurant son impact sur le cadre de vie et en analysant sa conformité au RNP et au RLP. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport définit les orientations et objectifs en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il présente les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié.

**La partie réglementaire** comprend les prescriptions applicables sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables à la commune.

**Les annexes** sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres (secteurs hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation - art. L.561 -7 du code de l'environnement) identifiés dans le rapport de présentation et le règlement. A ceci s'ajoute l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le document graphique les matérialisant.

## 4.3 Les dispositifs visés



**Exemple de supports** destinés à recevoir de la publicité (pris sur un autre territoire)

Constitue une **publicité** « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, la structure en elle-même constitue une publicité.



**Scellée au sol**  
Avenue Guy de la Morandais

Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut donc générale. Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, sur bâches, publicité apposée sur du mobilier urbain) ;
- leur taille ;
- leur caractère lumineux ou non.



**Sur mur**  
Boulevard de Caqueray



## LA BAULE ESCOUBLAC



**Sur abri voyageur**  
Avenue des Salines



**Affichage sauvage**



**Sur mobilier urbain**  
Boulevard Hennecart



**Colonne culturelle**  
Esplanade François André

## LA BAULE ESCOUBLAC

Dans certaines conditions, la publicité peut être supportée par des bâches de grande dimension. Ces différents types de publicité font l'objet de régimes spécifiques fixés par le RNP.



**Affichage libre**  
Avenue Saint Georges



**Publicité lumineuse numérique**  
Illustration prise sur une autre commune



**Bâche publicitaire**  
Illustration prise sur une autre commune

## LA BAULE ESCOUBLAC

**Constitue une enseigne** « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3 du code de l'environnement).



**Enseigne perpendiculaire**  
Avenue de Gaulle

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;



**En façade à plat**  
Avenue de Gaulle

- enseignes en toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol
- enseignes lumineuses.



**En façade à plat**  
Avenue de la Noue

**LA BAULE ESCOUBLAC**



**Perpendiculaires et à plat**  
Avenue Bertho



**Scellées au sol**  
Avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny et Boulevard Hennecart



**LA BAULE ESCOUBLAC**



**En toiture**  
Esplanade Lucien Barrière



**Lumineuse**  
Avenue Pavie

**Constitue une préenseigne** « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 du code de l'environnement).

La préenseigne informe le public de la proximité du lieu d'exercice d'une activité, généralement par l'adjonction d'une information de direction ou de distance. Les chevalets installés sur le domaine public constituent des préenseignes. Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les préenseignes qui y sont installées sont considérées comme des enseignes.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19 du code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier.

Toutefois, parmi les préenseignes, existent des préenseignes dites « dérogatoires » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération. Pour bénéficié de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre

(2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques ouverts à la visite.

**Toutes les préenseignes situées hors agglomération signalant d'autres activités sont illégales depuis le 13 juillet 2015.**

**LA BAULE ESCOUBLAC**



**Préenseigne**  
Avenue Henri Bertho et chevalier Esplanade Lucien Barrière



**Préenseigne dérogatoire illégale**  
Avenue Henri Bertho

**Les dispositifs ne relevant du RNP**

D'autres formes de publicité extérieure ne sont pas visées par le RNP et ne peuvent donc être réglementées par un RLP.

La publicité apposée sur les véhicules de transport en commun, les taxis, à l'intérieur des galeries marchandes n'entre pas dans le champ du code de l'environnement.

La signalisation d'information locale (SIL), même si son aspect peut l'assimiler à certaines préenseignes, relève du code de la route. Des prescriptions très précises la réglementent. De la même manière, les journaux lumineux d'information, dont les messages sont exclusivement dédiés à l'information citoyenne, ne sont pas concernés par les dispositions du code de l'environnement.



Journal électronique d'information



Signalisation d'information locale



## 4.4

### La question des limites d'agglomération

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'importance de ce point est renforcée par l'obligation d'annexer au futur RLP l'arrêté municipal fixant les dites limites ainsi que le document graphique afférent.

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du code de la route qui prévoit qu'il s'agit du secteur où sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et signalé par des panneaux d'entrée et de sortie (EB-10/EB-20).

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, il convient de vérifier que les panneaux sont correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.

L'implantation des panneaux d'entrée ou de sortie d'agglomération à La Baule-Escoubiac apparaît en adéquation avec la réalité du terrain.



**Panneaux d'entrée** (EB 10) et de sortie (EB 20) d'agglomération

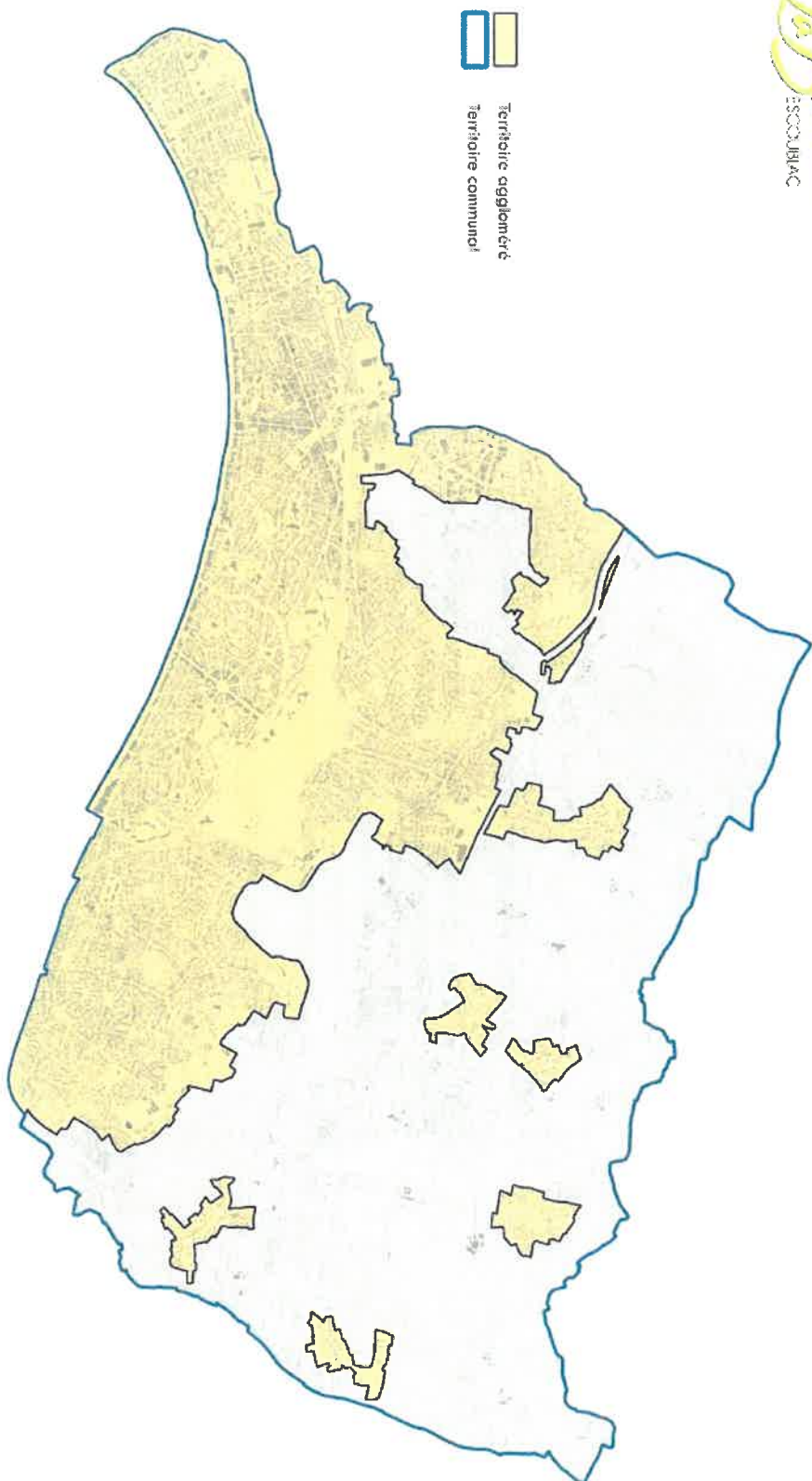
**Limites communales**



Cadre et Cite, Septembre 2016



## Distinction entre territoire communal et territoire aggloméré



## 4.5

# Le régime des autorisations et des déclarations

### Publicité

Les principales formes de publicités sont soumises à déclaration préalable.

La publicité numérique, les bâches de chantier supportant de la publicité et les bâches publicitaires sont soumises à autorisation.

Les articles L.581-6, R.581-6 et suivants en fixent les modalités.

### Article L.581-6

«L'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs ou matériels qui supportent de la publicité sont soumis à déclaration préalable auprès du maire et du préfet dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat».

### Article R.581-6

«Sous réserve de l'application des dispositions de l'article R.581-9, font l'objet d'une déclaration préalable, l'installation, le remplacement ou la modification :

-d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité ;  
-de préenseignes dont les dimensions excèdent 1 mètre en hauteur ou 1,50 mètre en largeur.

Le remplacement ou la modification des bâches comportant de la publicité fait aussi l'objet d'une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police en vertu de l'article L.581-14-2.»

L'affichage de petit format est également soumis à déclaration.



### Enseignes et publicités

Sur une commune couverte par un RLP, toutes les enseignes, exception faite de celles scellées au sol ou installées directement sur le sol d'une surface inférieure à 1m<sup>2</sup>, sont soumises à autorisation préalable. En outre, dans le Site Patrimonial Remarquable et le Parc Naturel Régional, l'architecte des bâtiments de France est consulté à l'occasion de l'instruction des demandes d'autorisation des enseignes.

La publicité numérique, les bâches de chantier supportant de la publicité et les bâches publicitaires sont également soumises à autorisation préalable.

Les autorisations répondent aux articles L.581-21, R.581-9 et suivants.

#### Article L.581-9

Dans les agglomérations, et sous réserve des dispositions des articles L.581-4 et L.581-8, la publicité est admise. Elle doit toutefois satisfaire, notamment en matière d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien et, pour la publicité lumineuse, d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses au sens du chapitre III du présent titre, à des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat en

fonction des procédés, des dispositifs utilisés, des caractéristiques des supports et de l'importance des agglomérations concernées. Ce décret précise également les conditions d'utilisation comme supports publicitaires du mobilier urbain installé sur le domaine public.

Peuvent être autorisés par arrêté municipal, au cas par cas, les emplacements de bâches comportant de la publicité et, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites, l'installation de dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires. Les conditions d'application du présent alinéa sont déterminées par le décret mentionné au premier alinéa.

L'installation des dispositifs de publicité lumineuse autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou par transparence est soumise à l'autorisation de l'autorité compétente.

Tout système de mesure automatique de l'audience d'un dispositif publicitaire ou d'analyse de la typologie ou du comportement des personnes passant à proximité d'un dispositif publicitaire est soumis à autorisation de la Commis-

sion nationale de l'informatique et des libertés.

#### Article L.581-18

Un décret en Conseil d'Etat fixe les prescriptions générales relatives à l'installation et à l'entretien des enseignes en fonction des procédés utilisés, de la nature des activités ainsi que des caractéristiques des immeubles où ces activités s'exercent et du caractère des lieux où ces immeubles sont situés. Ce décret fixe également des prescriptions relatives aux enseignes lumineuses afin d'économiser l'énergie et de prévenir ou limiter les nuisances lumineuses mentionnées au chapitre III du présent titre.

Le règlement local de publicité mentionné à l'article L.581-14 peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.

Sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8, ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation. Les enseignes à faisceau de rayonnement laser sont soumises à l'autorisation de l'autorité compétente en matière de police.

**Article L.581-21**

« Les autorisations prévues aux sections 2 et 3 du présent chapitre sont délivrées au nom de l'autorité compétente en matière de police. Le refus de ces autorisations doit être motivé.

Un décret en Conseil d'Etat fixe le délai à l'expiration duquel le défaut de notification de la décision de l'autorité compétente équivaut à l'octroi de l'autorisation. Ce délai ne pourra excéder deux mois à compter de la réception de la demande.

Le délai pourra être porté à quatre mois pour les autorisations relatives aux installations d'enseignes sur un immeuble classé monument historique ou inscrit à l'inventaire supplémentaire, ainsi que dans un site classé ou dans un secteur sauvegardé».

**Cette déclaration doit se faire sur l'imprimé CERFA 14798.**


**Demande d'autorisation préalable**

de nouvelle installation

de remplacement

de modification

N° 14798\*01



**d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité, une préenseigne ou une enseigne**

Libre V - Titre VIII - Chapitre 1er - art. L. 581-9 et L. 581-44, R. 581-9 à R. 581-21 du code de l'Environnement

Date de réception : \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

le \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

à la préfecture de région

**Code statant à l'administration**

Dossier transmis à : \_\_\_\_\_

AP \_\_\_\_\_

N° de notification : \_\_\_\_\_

**Compléter la partie concernant le dispositif visé par la demande d'autorisation**

Un imprimé ne peut concerner qu'un seul type de dispositif, même lorsqu'un seul imprimé peut être enregistré. Lorsque plus de 3 enseignes sont installées pour une même activité, un second imprimé doit être enregistré.

**1. Identité du déclarant projetant d'exploiter le dispositif**

Vous êtes un particulier :  Madame  Monsieur

Vous êtes une personne morale : \_\_\_\_\_

Dénomination : \_\_\_\_\_ Raison sociale : \_\_\_\_\_

N° SIRET : \_\_\_\_\_ Représentant de la personne morale : Madame  Monsieur  Femme juridique

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_

**2. Coordonnées du déclarant**

Adresse : Numéro \_\_\_\_\_ Extension \_\_\_\_\_ Lieu-dit ou boîte postale \_\_\_\_\_

Ville \_\_\_\_\_ Code postal \_\_\_\_\_ Localité \_\_\_\_\_

N° de téléphone \_\_\_\_\_ N° de télécopie \_\_\_\_\_

Adresse électronique \_\_\_\_\_

**3. Localisation d'installation du ou des dispositifs**

Département \_\_\_\_\_ Commune \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

**4. Enseignes**

**4.1. Enseigne n°1**

Situation de l'activité RDC  Etage(s) n° \_\_\_\_\_

**Support de l'enseigne projetée :**

Sur toiture  Scellée au sol ou installée directement sur le sol (supérieurs à 1 m)

Sur façade  Parcellaire à la façade  Perpendiculaire à la façade

Sur clôture  Sur auvent ou marquise  Sur garde-corps

Enseigne d'ascenseur de rayonnement laser  Présence de la source \_\_\_\_\_

**Type d'enseigne**

Lettrés individualisés  Bandeau support  Enseigne double-face

Autre (préciser) : \_\_\_\_\_



# PARTIE V

## Le diagnostic



## LA BAULE ESCOUBLAC



Le diagnostic a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Cette analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP et du RLP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Elle s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les orientations de la commune telles qu'elles ont été fixées par la délibération du 2 octobre 2015 :

- la publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec le bâti et les plantations, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique ;
- la qualité de vie des riverains et des usagers de l'espace public : nuisances visuelles, intrusions, pollutions diverses ;
- l'impact des dispositifs lumineux et numériques s'il y a lieu.

## 5.1

### Méthode de recensement

#### 5.1.1 Publicité

Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée à son territoire, la ville de La Baule-Escoubiac a souhaité que la totalité du territoire soit analysée.

Un recensement exhaustif de la publicité de surface supérieure à 1,5 m<sup>2</sup> a été réalisé en août 2016, recueillant sur le terrain toutes les caractéristiques

de l'affichage publicitaire, y compris sur le mobilier urbain. Une base de données SIG a été constituée sur la base des relevés terrain, permettant d'établir une cartographie de répartition des dispositifs recensés. Pour chaque dispositif, les données sont présentées sous forme d'une fiche détaillée représentant tous les éléments nécessaires à son suivi :

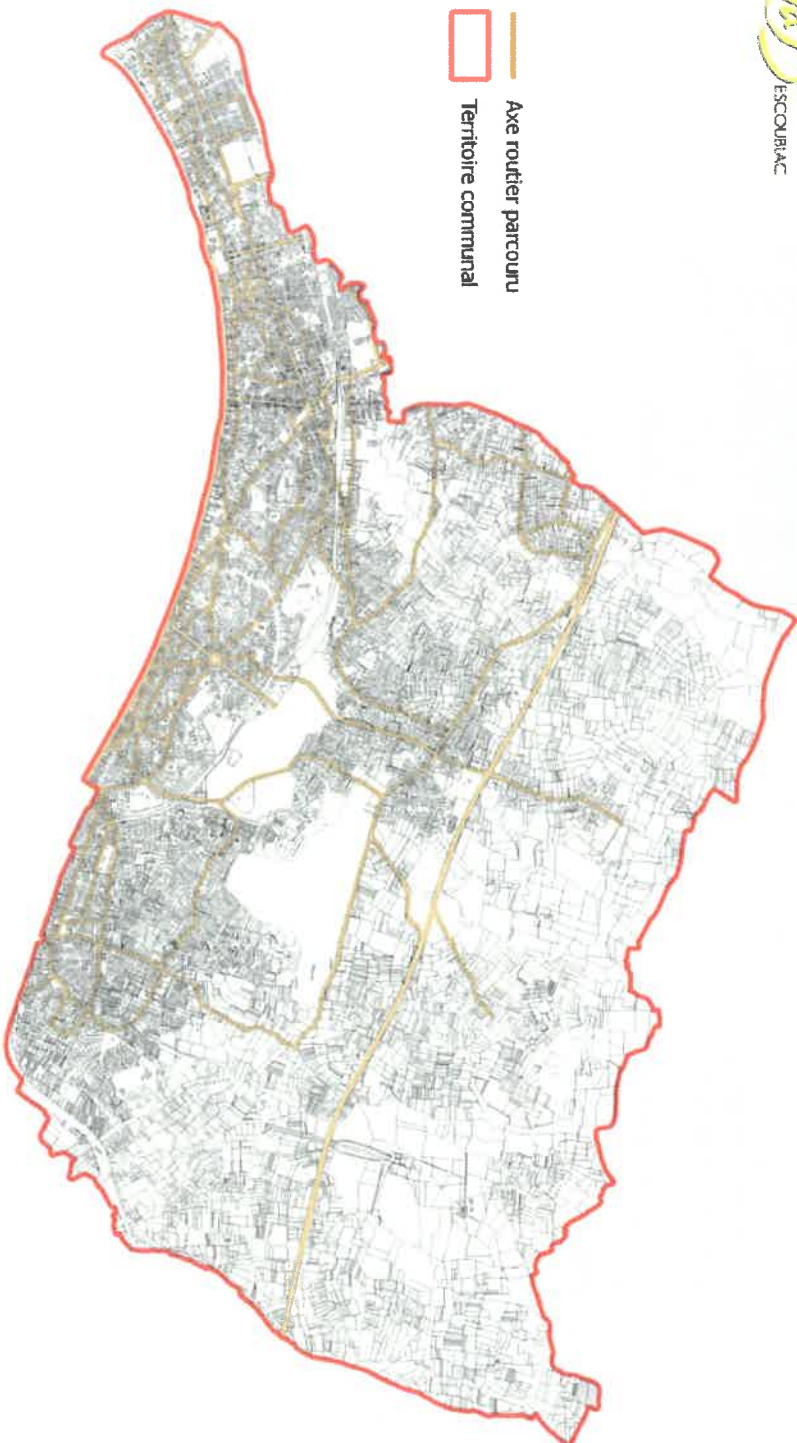
- nature du dispositif ;
- nom de l'exploitant ou du bénéficiaire ;
- adresse du dispositif ;
- photo(s) ;
- surface ;
- éclairage ;
- situation légale (ou non) au regard du RLP et/ou du RNP

#### 5.1.2 Enseignes

Un repérage détaillé qualitatif sur l'agglomération en matière d'enseignes est réalisé, permettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans l'environnement.



### Axes parcourus pour effectuer le recensement



## LA BAULE ESCOUBLAC

<b>Géopano</b>		26/09/2016	
Numéro du panneau :	<input type="text" value="2"/>	Date de déclaration préalable :	<input type="text"/>
		Date d'installation :	<input type="text"/>
		Date de retrait :	<input type="text"/>
Adresse :	<input type="text" value="109 Boulevard de l'Océan"/>		
Code postal :	<input type="text" value="44500"/>	Ville :	<input type="text" value="La Baule Escoublac"/>
Société :	<input type="text" value="JC Decaux"/>		
Adresse locale de la société :	<input type="text"/>		
Propriété :	<input type="text"/>		
Support :	<input type="text"/>		
Scelle :	<input type="text"/>		
Pied :	<input type="text"/>		
Mobilier Urbain :	<input type="text"/>		
Autre mobilier :	<input type="text"/>		
Légalité :	<input type="text"/>		
Illégalité :	<input type="text"/>		
Autre infraction :	<input type="text"/>		
Commentaire :	<input type="text"/>		
Code attribué par la société exploitante :	<input type="text"/>		
Latitude :	<input type="text" value="47.27324"/>	Longitude :	<input type="text" value="-2.958374"/>
			
Date de création de la fiche panneau :	<input type="text"/>	Date de modification de la fiche panneau :	<input type="text" value="26/09/2016"/>
Nombre de fiches :	<input type="text" value="1"/>		
1/1			

## 5.2 Les chiffres clef de la publicité

Le recensement des publicités et préenseignes de plus de 1,5 m<sup>2</sup> prend en compte le mobilier urbain dans l'étude.

Le nombre de dispositifs relevés effectués s'élève à **96**.

Les différentes caractéristiques de chaque dispositif sont regroupées sous forme de fiche individuelle (modèle ci-contre).

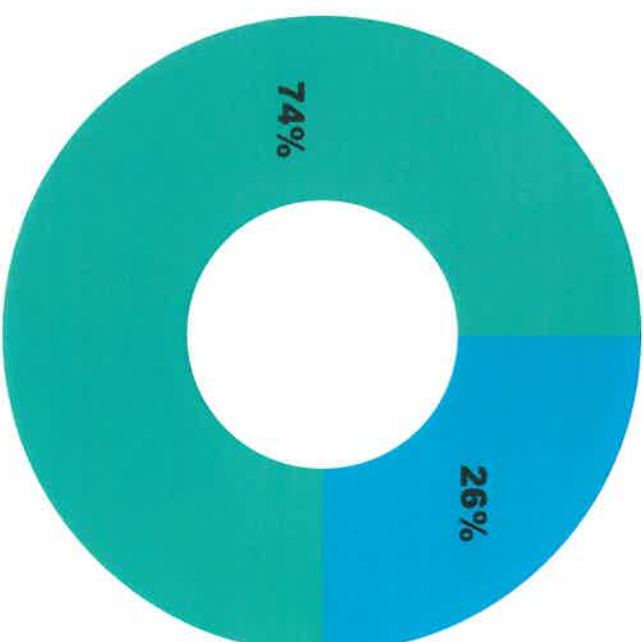
Ce recensement donne une connaissance parfaite de la structure de la publicité sur le territoire communal.

### La répartition par domanialité est la suivante

Total des dispositifs	Propriétés privées	Domaine public
96	25	71
%	26	74

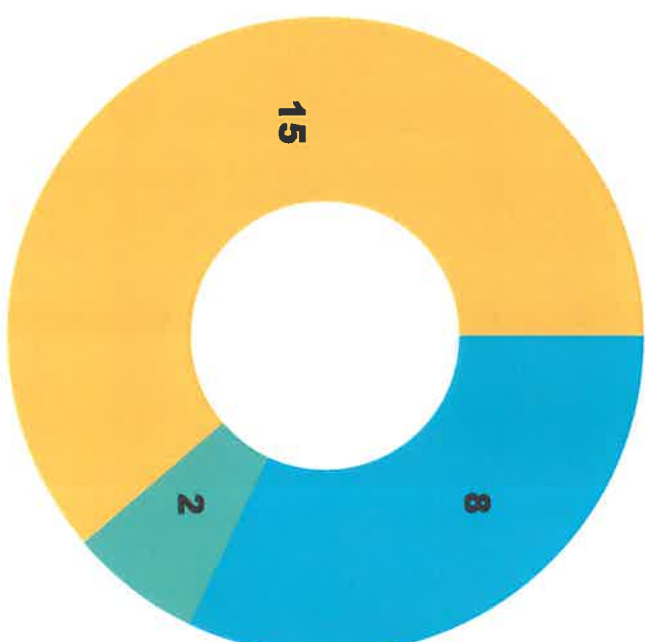
Pourcentages par domanialité

■ Privée ■ Public



## Sur les propriétés privées, la segmentation par surface est la suivante

Format	≤ à 2 m <sup>2</sup>	> 2 m <sup>2</sup> et < 12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>
Nombre	8	2	15
%	2	14	84



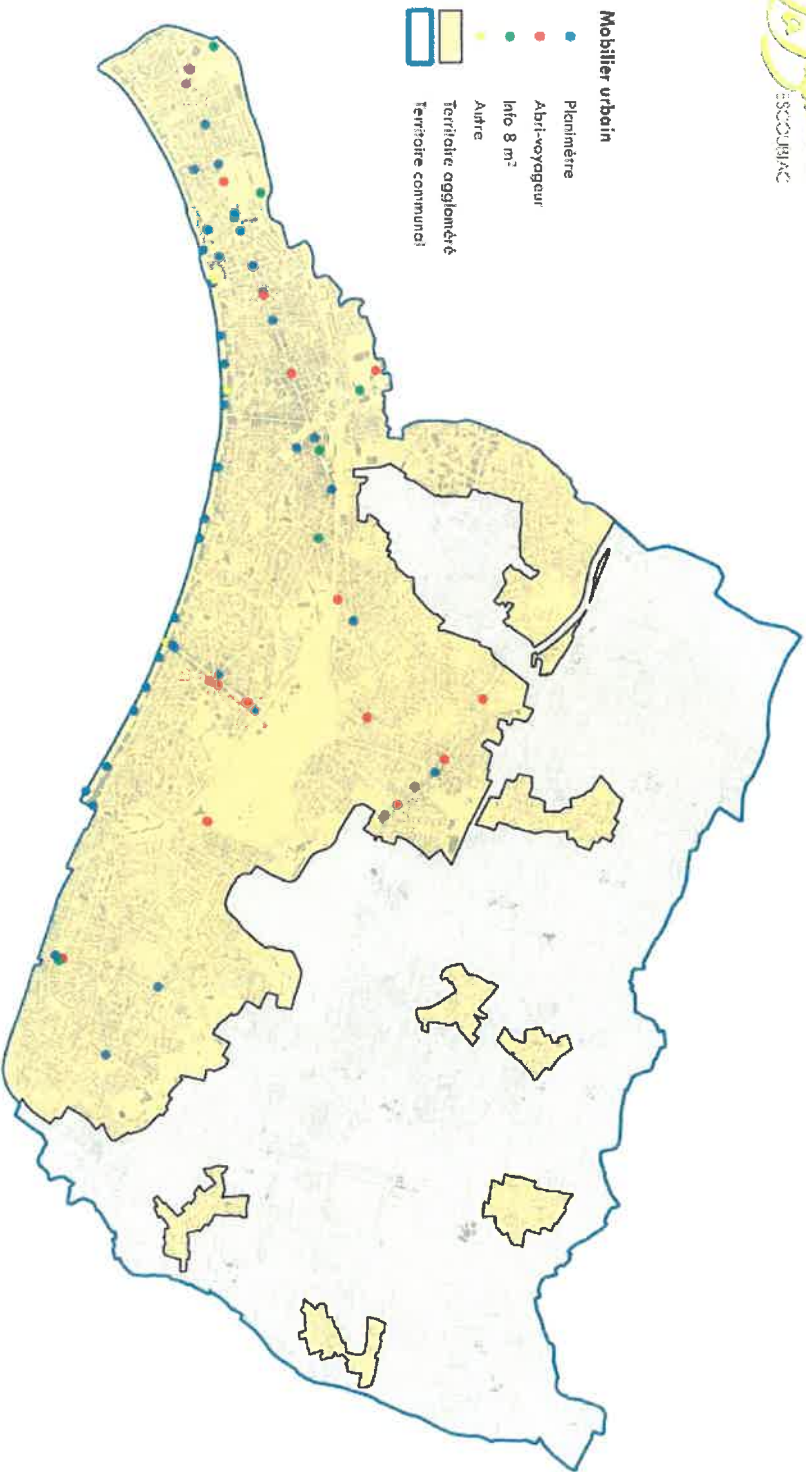
### Segmentation par surface sur domaine privé

■ < à 2 m<sup>2</sup>    
 ■ 2 m<sup>2</sup> < X < 12 m<sup>2</sup>    
 ■ 12 m<sup>2</sup>

Les dispositifs de publicité lumineuse de type numérique sont absents à La Baule Escoublac.



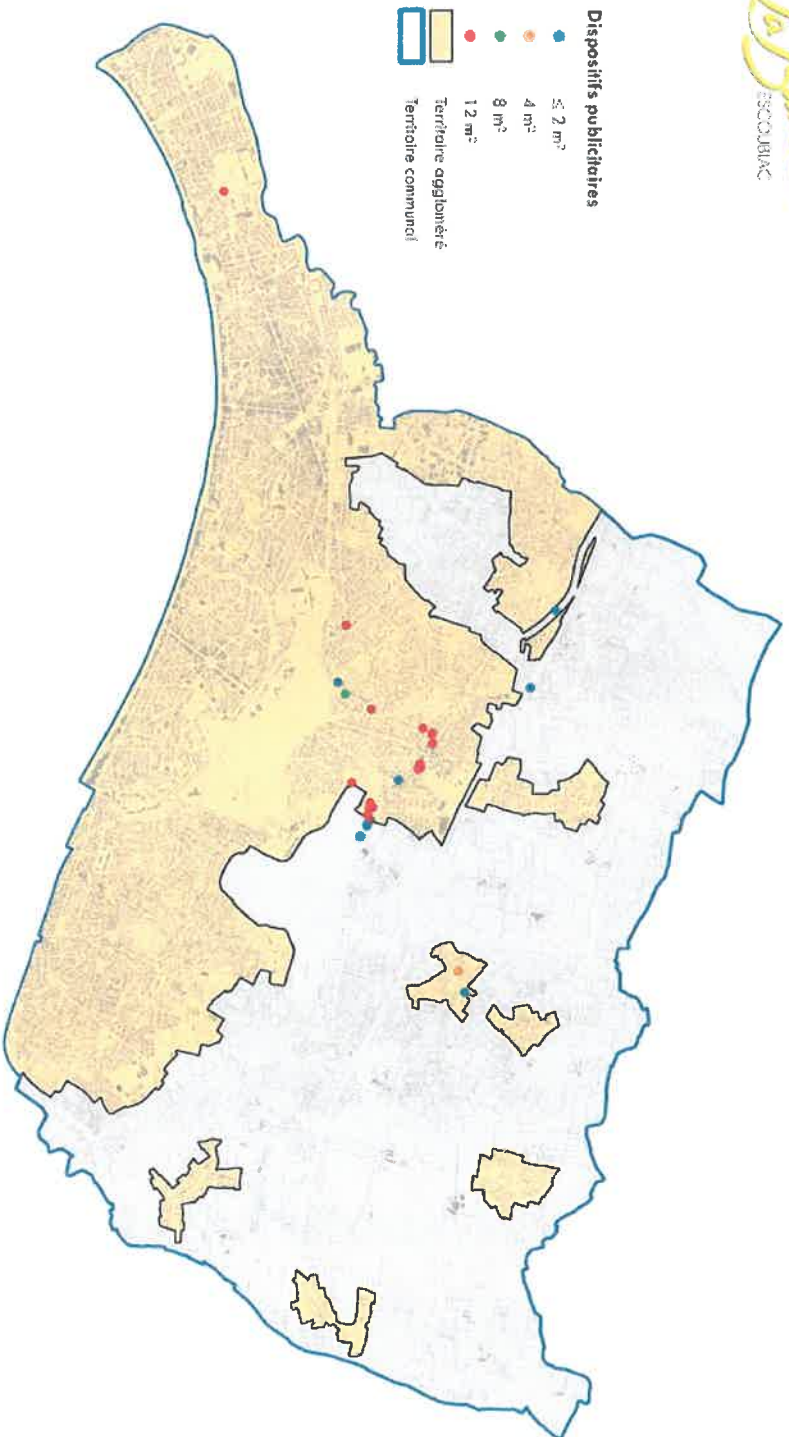
### Localisation des dispositifs de mobilier urbain



Cadre en Crtb, Avril 2017



## Localisation des dispositifs sur domaine privé



Carte en Crtb, Avril 2017



## 5.3

### Les règles du RNP applicables sur le territoire de La Baule-Escoublac

La population totale de La Baule-Escoublac est de 16 193 habitants (source INSEE 2013 en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2016).

#### En matière de publicité

La publicité est donc admise dans les conditions les plus larges de la réglementation nationale. Les règles sont :

- surface limitée à 12 m<sup>2</sup> ;
- dispositifs scellés au sol admis ;
- publicité sur bâches admise ;
- publicité numérique autorisée.

Le mobilier urbain (article R.581-42 et suivants) peut à titre accessoire supporter de la publicité.

- surface limitée sur abris à 2 m<sup>2</sup> par tranche entière de 4,5 m<sup>2</sup> de surface abritée au sol ;
- surface unitaire maximale de 2 m<sup>2</sup> sans que la surface totale n'excède 6 m<sup>2</sup> sur les kiosques à journaux ;
- les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles ;
- les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface unitaire de 2 m<sup>2</sup> utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ;
- surface limitée à 12 m<sup>2</sup> pour les mobiliers destinés à recevoir des informations à caractère général ou local.

#### En matière d'enseigne

Tous les types d'enseigne peuvent être installés sous réserve de respecter les limites fixées par le RNP.

Ainsi, les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées, ne pas dépasser 3 m de hauteur ni une superficie maximale de 60 m<sup>2</sup>.

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires à la façade qui les supportent ne doivent pas dépasser une superficie cumulée supérieure à 15 % de la superficie de la dite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50 m<sup>2</sup> ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

Les enseignes scellées au sol ont une surface limitée à 12 m<sup>2</sup>. Une seule est autorisée par voie bordant l'établissement.

#### Horaires d'extinction

Ils sont déterminés pour les deux types de dispositif : de 1 heure à 6 heures.

## Tableau synthétisant les principales règles applicables à La Baule-Escoublac

Publicité		Enseignes		Horaires d'extinction
Support	mural ou scellé au sol	Support	scellées au sol ≤ 12 m <sup>2</sup>	De 1 h à 6 h du matin
Surface	≤ à 12 m <sup>2</sup>	Surface sur façade	% de la surface de façade commerciale	
Densité	fonction du linéaire de l'unité foncière	En toiture	Autorisées	
Numérique	≤ à 8 m <sup>2</sup>	Numérique	Autorisées	
Bâches publicitaires	sur mur aveugle			

### 5.3.1 La situation de la publicité au regard du RNP

Les **96** dispositifs installés sont analysés au regard des prescriptions du RNP. Les **71** dispositifs de mobilier urbains sont conformes au RNP. L'analyse affinée portera sur les **25** dispositifs installés sur domaine privé.

Lieu	Nombre de dispositifs	Illégaux
En agglomération	19	2
Hors agglomération	6	6
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>8</b>

## LA BAULE ESCOUBLAC

Sur les 6 dispositifs implantés hors agglomération, 4 se situent avenue Henri Bertho, 1 sur le RD 213 (route Bleue) et 1 route de Ker Rivaud.



**3 panneaux situés hors agglomération**  
Avenue Henri Bertho

2 dispositifs dépassent la ligne d'égout du pignon qui les supporte.



**Dépassement de la ligne d'égout**  
Avenue Guy de la Morandais

### 5.3.2 La situation des enseignes au regard du RNP

Les règles entrainees sont les suivantes :



En facade dépassant les limites du mur  
Avenue de Latre de Tassigny



Scellée au sol à moins de 10 m des baies voisines  
Boulevard Hennecart

## LA BAULE ESCOUBLAC



**Plus d'1 enseigne scellée au sol sur la voie bordant l'établissement**  
Avenue Marie-Louise



**Surface supérieure à 25 % de la façade commerciale**  
Avenue Georges Clémenceau



**Ne respecte pas le H/2 de la propriété voisine**  
Avenue de Lyon

## 5.4

### Les dispositions du règlement local de publicité de juillet 1991

La ville de La Baule Escoublac s'est dotée d'un règlement local de publicité en juillet 1991.

En application de l'article R.581-14-2, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire au nom de la commune. Ces compétences concernent l'instruction des autorisations et le pouvoir de sanction.

#### 1 - Dispositions générales

Les publicités et enseignes lumineuses visibles de la mer sont soumises à avis du Service Maritime et de Navigation.

Quel que soit le dispositif implanté (publicité, enseigne ou préenseigne), il devra faire l'objet d'une recherche d'intégration dans l'environnement. Les faces non exploitées des dispositifs devront être traitées avec cette approche.

Le mobilier urbain est autorisé sur l'ensemble du territoire aggloméré, exception faite de la ZPR a).

Le plan de zonage prévaut sur le texte en cas d'interprétation.

#### 2 - Zonage

5 ZPR sont définies sur le territoire aggloméré.

##### À La ZPR a

couvre les «zones vertes» (EBC - Forêt d'Escoublac, parc des dryades, parc paysager) et toutes les parcelles limitrophes ou les parcelles limitrophes des voies bordant ces zones, à l'exception des avenues qui limitent le jardin de la place de la Victoire.

##### Publicité

Toute forme de publicité est interdite.

##### Enseignes

#### PARALLÈLE

1 par activité commerciale ou par façade aspectant la voie publique.

Le point le plus haut est à une hauteur inférieure à celle de la gouttière.

Elle ne déborde pas de la façade.

La saillie reste inférieure à 0,25 m.

#### PERPENDICULAIRE

1 par façade et par activité

La base ne peut être inférieure à 2,5 m, la saillie de 1 m maximum.

En toiture ou terrasse limitée à 1.

Scellée au sol limitée à 1 par activité

Lumineuse interdite.

##### À La ZPR b

«bord de mer» couvre la plage, les voies privées ou publiques qui la longent, toutes les voies débouchant sur le bord de mer jusqu'au premier carrefour ou sur une longueur de 20 m à compter de l'intersection avec la voie longeant le bord de mer, ainsi que les parcelles limitrophes.

##### Publicité

Interdite

Admise sur le mobilier urbain. Éclairage par transparence uniquement.

Peintures murales autorisées avec avis du Maire.

##### Enseignes

#### PARALLÈLE

1 par activité commerciale ou par façade aspectant la voie publique.

Le point le plus haut est à une hauteur inférieure à celle de la gouttière.

Elle ne déborde pas de la façade.

La saillie reste inférieure à 0,25 m.

**PERPENDICULAIRE**

1 par façade et par activité  
La base ne peut être inférieure à 2,5 m, la saillie de 1 m maximum.

En toiture ou terrasse limitée à 1.  
Scellée au sol limitée à 1 par activité  
Lumineuses autorisées en respect des règles de la ZPR b.



«voies de transit» couvre la RN 171, le boulevard Guy de la Morandais, l'avenue de Rochefort jusqu'à la forêt, le boulevard de la forêt entre la voie ferrée et l'avenue de Lyon, l'avenue de Lyon du boulevard de la forêt à l'allée des Topazes, le boulevard Guy de Champssavin et l'avenue de Joyeuse jusqu'à la limite communale.

**Publicité**

1 seul dispositif admis par parcelle  
Sur mur, surface limitée à 12 m<sup>2</sup> avec linéaire > à 10 m  
Scellé au sol, linéaire < à 20 m = 0  
Linéaire > à 20 m = 1  
Interdistance de 75 m entre 2 dispositifs  
Recul du domaine public = à la hauteur du dispositif.

**Enseignes**

**PARALLÈLE**

1 par activité commerciale ou par façade aspectant la voie publique.  
Le point le plus haut est à une hauteur inférieure à celle de la gouttière.  
Elle ne débord pas de la façade.  
La saillie reste inférieure à 0,25 m.

**PERPENDICULAIRE**

1 par façade et par activité  
La base ne peut être inférieure à 2,5 m, la saillie de 1 m maximum.  
En toiture ou terrasse limitée à 1.

Scellée au sol limitée à 1 par activité  
Lumineuses autorisées en respect des règles de la ZPR c.



correspond aux «avenues commerciales», soit les avenues Lajarrige, Sarah Bernhardt, Edmond Rostand, Général de Gaulle, Carnélias, place de la Victoire, du Marché, des Ibis, des Pétréls, de Noirmoutier et les avenues débouchant sur l'avenue du Général de Gaulle ou l'avenue Lajarrige à partir de cette avenue jusqu'au premier carrefour. La zone intègre les parcelles limitrophes aux voies citées.

**Publicité**

Sur mur, règlement national  
Scellée au sol interdite  
Autorisée en toiture ou sur terrasse  
Autorisée sur mur, interdite si autre forme de publicité existe sur le même mur.  
Les véhicules publicitaires respectent le décret 82-764.  
Admise sur le mobilier urbain. Éclairage par transparence uniquement.  
Peintures murales autorisées avec avis du Maire.

**Enseignes**

**PARALLÈLE**

1 par activité commerciale ou par façade aspectant la voie publique.  
Le point le plus haut est à une hauteur inférieure à celle de la gouttière.  
Elle ne débord pas de la façade.  
La saillie reste inférieure à 0,25 m.  
Elle est disposée en linteau, dans le clair de la baie.

**PERPENDICULAIRE**

1 par façade et par activité  
La base ne peut être inférieure à 2,5 m, la saillie de 1 m maximum.  
En toiture ou terrasse limitée à 1.  
Scellée au sol limitée à 1 par activité  
Lumineuses autorisées en respect des règles de la ZPR d.



 correspond au reste du territoire aggloméré.

**Publicité**

Sur mur, limitée à 6 m de haut et 9 m<sup>2</sup> de surface  
Scellée au sol interdite  
En toiture ou sur terrasse, règlement national  
Autorisée sur mur, interdite si autre forme de publicité existe sur le même mur.  
Admise sur le mobilier urbain. Eclairage par transparence uniquement.  
Peintures murales autorisées avec avis du Maire.  
Les véhicules publicitaires respectent le décret 82-764.

**Enseignes**

**PARALLÈLE**

1 par activité commerciale ou par façade aspectant la voie publique.  
Le point le plus haut est à une hauteur inférieure à celle de la gouttière.  
Elle ne déborde pas de la façade.  
La saillie reste inférieure à 0,25 m.

**PERPENDICULAIRE**

1 par façade et par activité  
La base ne peut être inférieure à 2,5 m, la saillie de 1 m maximum.

En toiture ou terrasse limitée à 1.

Scellée au sol limitée à 1 par activité

Lumineuses autorisées en respect des règles de la ZPR e.

## Synthèse du règlement local de publicité de 1991

Publicités					
	ZPR a	ZPR b	ZPR c	ZPR d	ZPR e
Densité	/	/	1 par parcelle	/	1 par bâtiment
Murale	Interdite	Interdite	12 m <sup>2</sup> si parcelle > à 10 m	RNP	12 m <sup>2</sup>
Scellée	Interdite	Interdite	12 m <sup>2</sup> - parcelle > à 20 m - 75 m d'interdistance - H du domaine public	Interdite	Interdite
Toiture ou terrasse	Interdite	Interdite	/	RNP	RNP
Mobilier urbain	Interdit	autorisé	autorisé	autorisé	autorisé
Peintures murales	Interdites	autorisées	autorisées	autorisées	autorisées
Lumineuse	Interdite	Interdite	autorisée si pas d'autre forme de publicité sur le mur	autorisée si pas d'autre forme de publicité sur le mur	autorisée si pas d'autre forme de publicité sur le mur
Véhicules	Interdit	Interdit	RNP	RNP	RNP

## Synthèse du règlement local de publicité de 1991

Enseignes					
	ZPR a	ZPR b	ZPR c	ZPR d	ZPR e
Parallèle	1 par activité ou par façade Hauteur < à la gouttière	1 par activité ou par façade Hauteur < à la gouttière	1 par activité ou par façade Hauteur < à la gouttière	1 par activité ou par façade Hauteur < à la gouttière	1 par activité ou par façade Hauteur < à la gouttière
	Saillie < à 0,25 m	Saillie < à 0,25 m	Saillie < à 0,25 m	Saillie < à 0,25 m	Saillie < à 0,25 m
Perpendiculaire	Pas de débordement de façade 1 autorisée	Pas de débordement de façade 1 autorisée	Pas de débordement de façade 1 autorisée	Pas de débordement de façade 1 autorisée	Pas de débordement de façade 1 autorisée
	Base > à 2,5 m du sol Saillie < à 1 m	Base > à 2,5 m du sol Saillie < à 1 m	Base > à 2,5 m du sol Saillie < à 1 m	Base > à 2,5 m du sol Saillie < à 1 m	Base > à 2,5 m du sol Saillie < à 1 m
Toiture ou terrasse	1 autorisée	1 autorisée	1 autorisée	1 autorisée	1 autorisée
Scellée au sol	1 par activité	1 par activité	1 par activité	1 par activité	1 par activité
Lumineuse	Interdite	Autorisée	Autorisée	Autorisée	Autorisée

### 5.4.1 La situation de la publicité au regard du RLP de 1991

Les **17** dispositifs sur domaine privé restant et conformes au RNP sont analysés au regard des prescriptions du RLP. Les infractions au nombre de **12** représentent **70 %** du nombre de dispositifs installés sur le domaine privé.

Elles sont constatées sur les différents secteurs du zonage :

Secteur	Nombre de dispositifs	Infractions
ZPR a	0	0
ZPR b	0	0
ZPR c	15	10
ZPR d	0	0
ZPR e	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>12</b>

## LA BAULE ESCOUBLAC

9 infractions en ZPR c portent sur le non respect de l'article 24 qui exige un recul égal à la hauteur du panneau.



**Non respect de la distance par rapport au domaine public**  
Avenue de Rochefort

2 infractions portant sur le non respect de l'article sur l'interdiction des dispositifs scellés au sol en ZPR e.



**Scellé au sol interdit**  
Route de Saint André des Eaux

## LA BAULE ESCOUBLAC

1 infraction porte sur le non respect de l'article 22 sur la règle de densité en ZPR c.



**Non respect de la règle de densité**  
Avenue Henri Bertho

Pour le domaine public, 1 abri voyageur est situé en ZPR a où toute forme de publicité est interdite.



**Publicité interdite en ZPR a**  
Avenue du Capitaine Flandin

### 5.4.2 La situation des enseignes au regard du RLP de 1991

Exception faite de l'interdiction des enseignes lumineuses en ZPR a, toutes les règles applicables sur les 5 ZPR sont identiques.



Enseignes parallèles en surnombre  
Allée des Carnélias

Certains établissements ne respectent pas leurs prescriptions, notamment en matière de nombre. Les enseignes parallèles ou perpendiculaires sont limitées à 1 par établissement.



Enseignes perpendiculaires en surnombre  
Avenue Georges Clémenceau



Enseignes scellées au sol en surnombre  
Avenue de Laitre de Tassigny

## 5.5

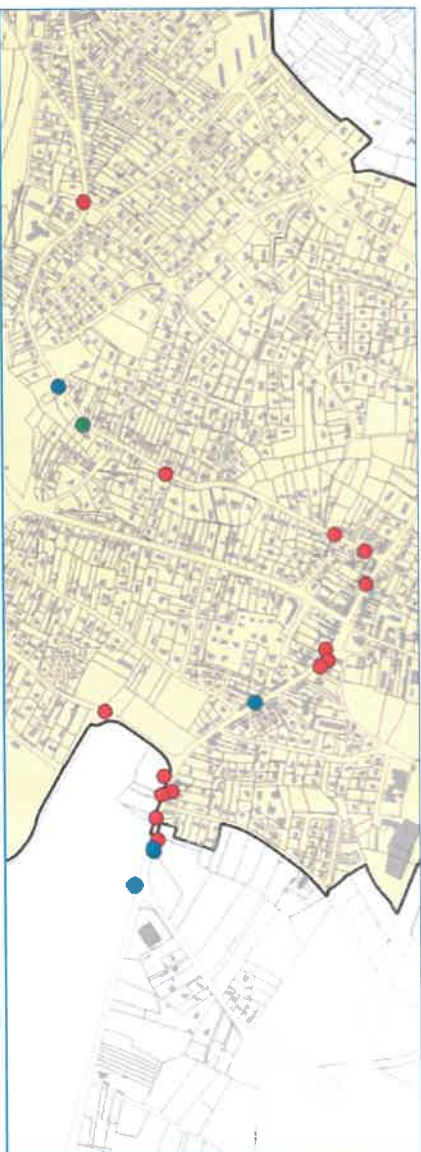
### Les autres constats en matière de publicité

#### 5.5.1 Qualité des matériels

Les quelques panneaux scellés au sol sont constitués de matériel de qualité médiocre et disparate.



Avenue Henri Bertho



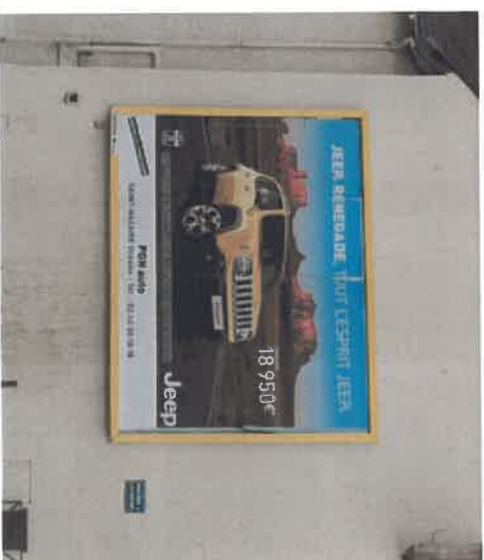
#### 5.5.2 Constat général

La plupart des dispositifs implantés sur le domaine privé sont concentrés sur la ZPR c, la moins restrictive, et plus particulièrement sur la portion haute de l'avenue Guy de la Morandais et avenue Henri Bertho.

Pour les dispositifs muraux, il n'y a pas de recherche d'intégration dans le bâti.

La publicité numérique, en fort développement dans de nombreuses villes, est à ce jour absente sur le territoire de La Baule-Escoubiac.

En application de l'article 3-2 des dispositions communes et de l'article 48 de la zone e du RLP actuel, la publicité sur mobilier urbain et sur mur est réintroduite de manière mesurée dans le PNR.



Boulevard de Caqueray



## 5.6

### Les autres constats en matière d'enseignes

Leur fort impact dans le paysage urbain, leur installation sur les bâtis, leur grand nombre, la désorganisation de l'ensemble, conduit à des situations peu satisfaisantes.

Le premier constat est la mauvaise intégration dans le bâti pour les enseignes sur façade.



**Contraste entre intégration et apposition**  
Avenue de Lattre de Tassigny



**Pas de recherche d'intégration**  
Avenue Henri Bertho



Installation sans organisation  
Avenue Marie-Louise



Disparité des enseignes en front de mer

**LA BAULE ESCOUBLAC**

On rencontre de bons exemples d'installation :



Avenue de Lattre de Tassigny



Boulevard Hennecart



Sobriété Place Lafayette



Avenue de Lattre de Tassigny



# **PARTIE VI**

## **Orientations**

## 6.1 Orientations en matière de publicité

Au vu des objectifs fixés par la commune et des éléments du diagnostic, les orientations suivantes ont été débattues au sein du conseil municipal.

Définir les conditions dans lesquelles la publicité peut être réintroduite dans les secteurs d'interdiction relative (SPR, PNR) ;  
Réglementer la publicité sur les murs de clôture ;  
Réduire la surface des dispositifs ;  
Limiter la densité des publicités ;  
Exiger un matériel de qualité ;  
Encadrer la publicité numérique.

## 6.2 Orientations en matière d'enseignes

Adopter des mesures très qualitatives pour les enseignes dans le site patrimonial remarquable ;  
Adapter les enseignes en toiture à leur environnement ;  
Traiter la plage de manière spécifique ;  
Définir un gabarit homogène et réduire la surface des enseignes scellées au sol ;  
Maîtriser le développement des enseignes numériques.



# **PARTIE VII**

## **Explication des choix**

Au regard des enjeux, des orientations et du diagnostic qui a permis d'identifier différents secteurs sur le territoire communal et de définir la topographie des lieux à protéger, le règlement de La Baule-Escoubiac prescrit un certain nombre de règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux enseignes.

Les secteurs en matière de protection sont différents pour les enseignes et la publicité. Il est donc créé 3 zones pour la publicité et 4 zones pour les enseignes.

### **Les règles communes pour la publicité**

Pour améliorer l'insertion de la publicité dans son environnement, les règles retenues traitent de la qualité des matériels et de l'obligation d'entretien.

Pour harmoniser avec différents mobiliers urbains présents sur la ville (bancs...), la couleur des dispositifs doit se conformer à un nuancier de 8 teintes qui va du blanc au gris.

Pour une meilleure insertion dans l'environnement, la surface est limitée à 8 m<sup>2</sup> dans les zones où elle est admise.

L'installation des dispositifs sur les façades est encadrée pour respecter l'architecture du bâtiment.

Sur les clôtures où elles sont admises, afin de réduire l'effet de dégradation diffuse des paysages, le nombre est limité à un et les dimensions réduites à 0,15 m x 0,10 m.

Des dispositions sont prises pour une meilleure présentation de la publicité scellée au sol. Les dispositifs concernés adoptent la forme de monopied si leur surface est supérieure à 2 m<sup>2</sup>, les panneaux simple-face ont un dos carrossé pour ne pas exposer la structure du dispositif.

Les chevalets, utiles pour certains commerces, sont admis avec des dimensions spécifiques et des précisions quant à leur positionnement. Les drapeaux sont interdits car impactant trop fortement l'espace visuel.

La ville ne souhaite pas de véhicules publicitaires inadaptés au caractère paisible de la commune, même en période estivale.

Ville de bord de mer et animée par de nombreuses activités tout au long de l'année, les horaires d'extinction du RNP sont conservés.

### **Les règles communes pour les enseignes**

Pour préserver les espaces et les lieux végétalisés, les enseignes sont interdites sur les haies, les arbres ou les plantations arbustives.

Les enseignes sur clôture, nécessaires pour certains établissements, sont encadrées pour éviter les débordements. Limitées à une, leur surface est réduite et fonction du linéaire de la clôture.

Les enseignes temporaires voient leur durée d'exposition réduite, car la multiplication de ces dispositifs nuit à l'image de la ville.

Les horaires d'extinction, aux mêmes motifs que pour la publicité, sont ceux fixés par le RNP.

## Zonage publicité

### Zone 1

**les espaces boisés classés, les zones N repérées au PLU en agglomération et le parc naturel régional de Brière**

Dans le PNR, le règlement local a la possibilité d'admettre la publicité. Cette option n'a pas été retenue, afin de préserver les espaces naturels.

### Zone 2

**les axes structurants de la commune**

La publicité avait trouvé sa place sur ces axes dans le précédent RLP. Il est souhaité d'y maintenir l'installation de dispositifs. Quelques modifications sont intervenues sur leur désignation. L'avenue de Lattre de Tassigny est supprimée, car située en plein cœur de ville. L'ajout des routes du Radeau et du Parc Neuf, au nord, crée une continuité logique avec l'avenue Bertho.

Afin de limiter la densité des publicités, elles sont interdites si le linéaire de l'unité foncière est inférieur à 20 m. Cette longueur était de 10 m dans le précédent règlement. Pour éviter la prolifération de publicité, un seul dispositif est admis par unité foncière dont le linéaire de façade est supérieur à 20 m.

La publicité numérique est autorisée.

La durée d'apposition des préenseignes temporaires est réduite pour éviter leur superposition dans la durée. Leur surface est limitée pour ne pas créer de gêne excessive.

### Zone 3

**le site patrimonial remarquable et le territoire aggloméré non compris en zone 1 ou 2**

Le site patrimonial remarquable couvre une grande partie du territoire de puis le bord de mer vers l'intérieur de l'agglomération.

La similitude typologique entre le SPR et le territoire aggloméré hors SPR conduit à réglementer la publicité de manière identique dans ces deux secteurs.

L'interdiction totale de la publicité est levée partiellement par le RLP.

Pour répondre aux besoins de communication de la ville, seul le mobilier urbain est admis avec une surface réduite.

Pour répondre à la nécessité de l'attractivité commerciale et du dynamisme économique, la publicité de petit format est admise, limitée à 1 m<sup>2</sup> par devanture commerciale contre 2 m<sup>2</sup> prévus par le code de l'environnement.

La publicité numérique sur mobilier urbain est autorisée mais réduite à 2 m<sup>2</sup>.

La durée d'apposition des préenseignes temporaires est réduite pour éviter leur superposition dans la durée. Leur surface est limitée pour ne pas créer de gêne excessive.



## Zonage enseignes

### Zone 1

#### La plage

Ce lieu, en cours de réaménagement, est à privilégier en matière d'intégration des enseignes.

Une règle limitant le nombre d'enseignes sur bâtiment à une seule (sur façade ou perpendiculaire) est instituée. Les lettres découpées, leur mode d'apposition sont prévus, dans l'esprit d'harmoniser la présence des enseignes sur le site.

Plusieurs types d'enseignes pouvant nuire à l'esthétique générale de la plage sont interdites : vitrophanies, numériques, en toiture ou encore gonflables.

### Zone 2

#### Le site patrimonial remarquable

Les règles du SPR sont reprises pour ne pas créer de distorsion entre les deux règlements :

- une seule enseigne à plat apposée par baie ;
- elles ne doivent pas dépasser le niveau des appuis du 1<sup>er</sup> étage ;
- les établissements dont l'activité s'exerce en étage installent leur enseigne sur lambrequin ;
- constituée de lettres séparées, par lettres peintes sur support bois ou métal ;
- la pose des enseignes sur des maçonneries ouvragées doit s'intégrer dans le décor de la façade ; elles ne doivent, en aucune façon, altérer les éléments décoratifs de la façade ou la composition de la vitrine existante ;
- elles sont inscrites dans la devanture ou le tympan des entrées ;

- une seule enseigne perpendiculaire par façade ;
- sont apposées en limite de propriété ;
- sont placées, sauf impossibilité, au minimum à 2,50 mètres du sol et dans l'alignement du bandeau ;
- leur surface est limitée à 0,50 m<sup>2</sup> et leur épaisseur inférieure à 0,15 mètre ;
- elles ne doivent pas dépasser le niveau des appuis du 1<sup>er</sup> étage ;
- leur saillie est de 0,70 mètre maximum par rapport à la façade, scellement compris.

Différents types d'enseignes ne sont pas pris en compte dans le règlement du SPR et nécessitent d'être encadrés.

Les enseignes collées sur vitrines (vitrophanies) sont interdites pour assurer une meilleure transparence aux devantures des établissements.

La surface et la forme des enseignes scellées au sol de plus d'1 m<sup>2</sup> sont déterminées pour harmoniser leur présentation.

Les enseignes scellées au sol de moins d'1 m<sup>2</sup> sont contingentes en fonction du linéaire de façade de l'établissement concerné, alors que le code l'environnement laisse leur nombre libre.

Les enseignes numériques, autorisées en façade uniquement, voient leur surface limitée à 8 m<sup>2</sup>, dans le respect du pourcentage fixé par le code de l'environnement.

Les enseignes en toiture, lorsqu'elles respectent le règlement national (lettres découpées), s'intègrent dans les perspectives et n'altèrent pas les bâtiments. Elles sont autorisées.

**Zone 3**

**le reste du territoire aggloméré**

Les règles pour les enseignes en façades reprennent celles du SPR pour harmoniser l'aspect des commerces sur la ville.

Les enseignes scellées au sol de plus d'1 m<sup>2</sup>, les enseignes numériques et les enseignes en toiture suivent également les prescriptions fixées dans le SPR.

Cependant, ces lieux nécessitant une moindre protection que dans le SPR, les enseignes sur balcons, auvents et marquises sont autorisées.

De même, la vitrophanie y est autorisée, sous réserve de respecter un pourcentage d'occupation de la devanture fixé à 10 %.

Le nombre d'enseignes de moins d'1 m<sup>2</sup> scellées au sol est limité à 3 pour éviter leur multiplication sur certains sites.

**Zone 4**

**le territoire hors agglomération**

Dans l'esprit d'harmonisation sur le territoire, il a été choisi d'y appliquer des règles similaires à celles prévues en agglomération. Les règles sont celles de la zone 3, exception faite de l'interdiction des enseignes en toiture ou des enseignes numériques qui ne trouvent pas leur place dans ces lieux.