

AR Prefecture

006-210600904-20230628-CM280623_41B-DE
Reçu le 13/07/2023

Département des Alpes-Maritimes

Commune de Pégomas

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

version approuvée

en conseil municipal du 28 juin 2023



Ville de **PÉGOMAS**

Sommaire

| | |
|--|----|
| Introduction..... | 3 |
| I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure | 6 |
| 1. La notion d'agglomération | 6 |
| 2. La notion d'unité urbaine | 6 |
| 3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire | 7 |
| a) Les interdictions absolues..... | 7 |
| b) Les interdictions relatives | 9 |
| 4. Les règles applicables au territoire..... | 10 |
| a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et de pré-enseignes | 10 |
| b) Les règles du code de l'environnement en matière de pré-enseignes dérogatoires | 21 |
| c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes..... | 22 |
| d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et pré-enseignes temporaires | 29 |
| e) La réglementation locale | 30 |
| 5. Régime des autorisations et déclarations préalables..... | 34 |
| 6. Les compétences en matière de publicité extérieure | 35 |
| 7. Les délais de mise en conformité | 35 |
| II. Diagnostic du parc d'affichage | 36 |
| 1. Les caractéristiques des publicités et pré-enseignes | 36 |
| 2. Les caractéristiques des enseignes..... | 49 |
| III. Enjeux en matière de publicité extérieure | 64 |
| IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure..... | 69 |
| 1. Les objectifs | 69 |
| 2. Les orientations..... | 69 |
| V. Justification des choix retenus..... | 71 |
| 1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes | 71 |
| 2. Les choix retenus en matière d'enseignes | 74 |

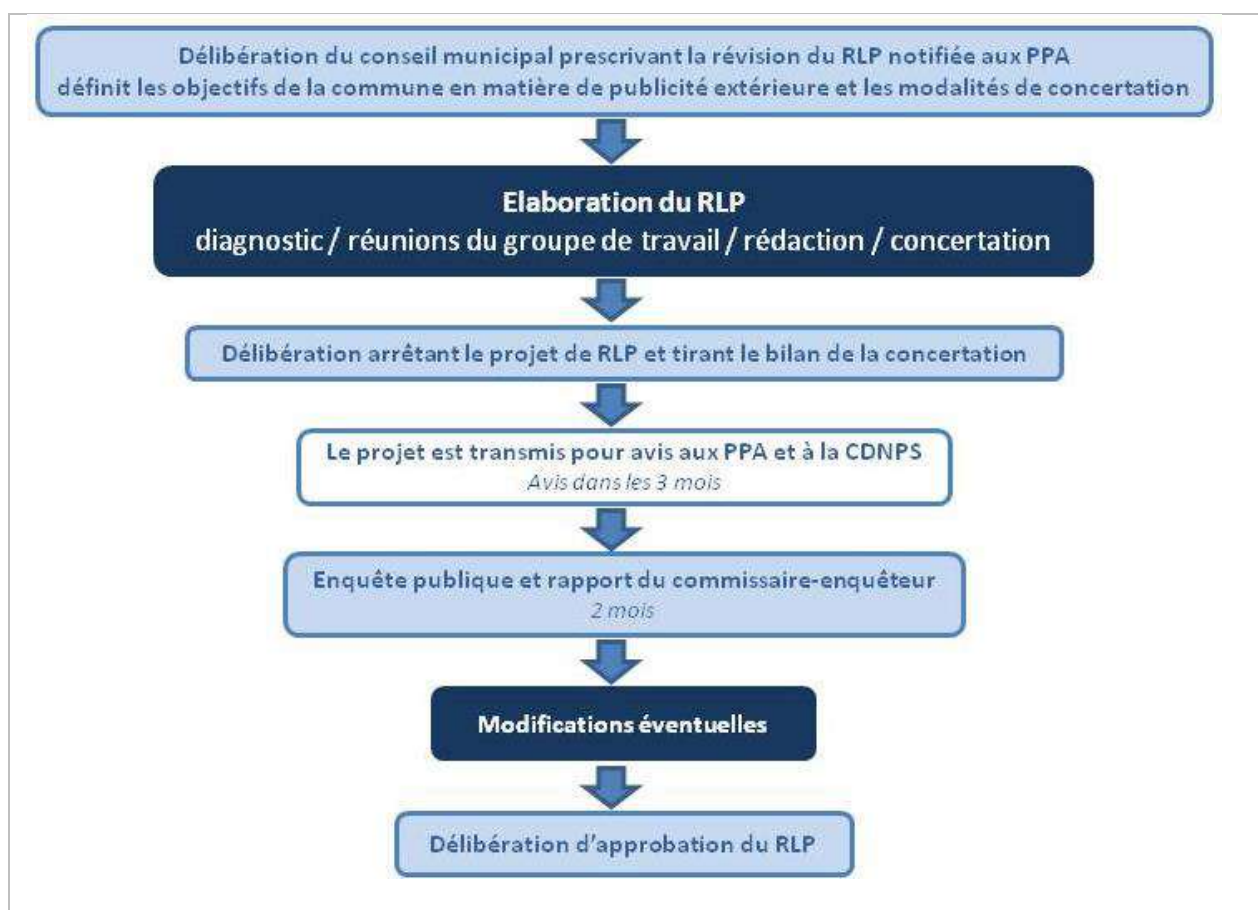
Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes vise à concilier liberté d'expression¹ et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979.

Parmi les évolutions de la réglementation issues de la loi ENE et de son décret, citons notamment :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions notamment financières ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.



Différentes phases de la procédure d'élaboration d'un RLP

¹ L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes

La loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

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

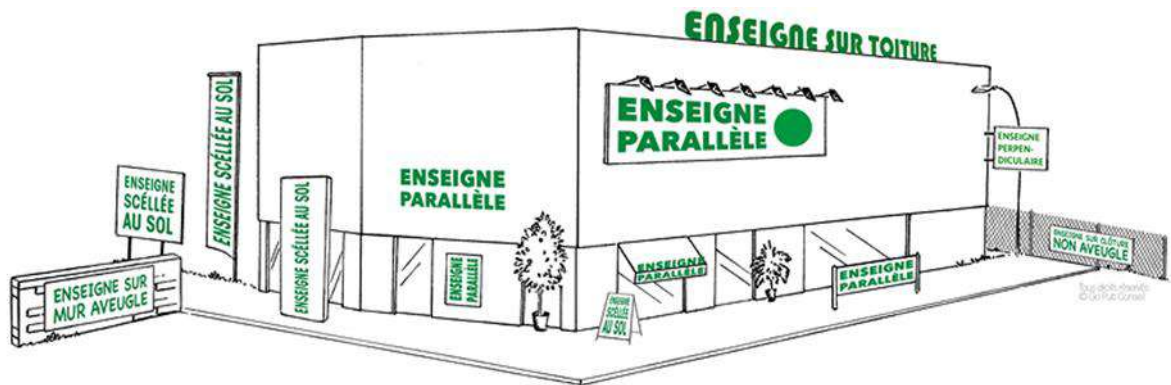
- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la Commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la Commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les pré-enseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le code de l'environnement.

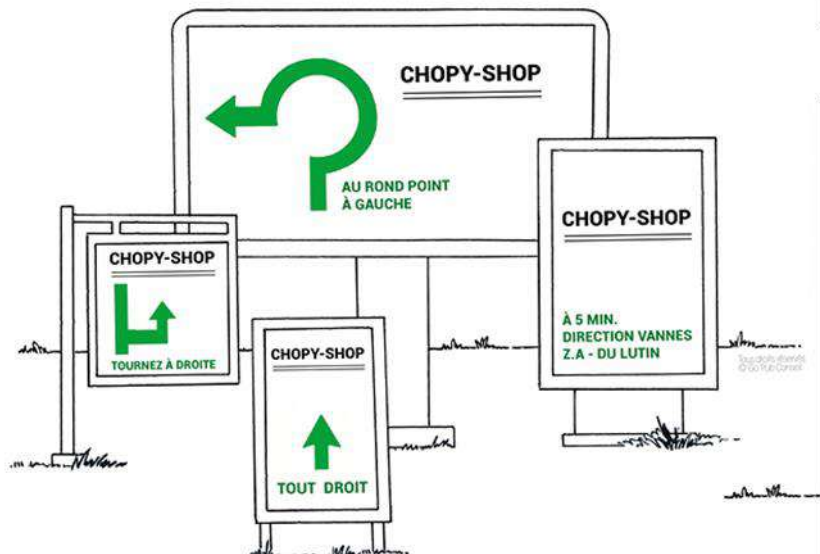
Une **PUBLICITÉ** constitue, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités (art. L.581-3-1° du code de l'environnement).



Une **ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce (art. L.581-3-2° du code de l'environnement).



Une **PRÉ-ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée



I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

La commune de Pégomas est située dans le département des Alpes-Maritimes dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Elle compte 7 845habitants².

La Commune fait également partie, depuis le 1^{er} janvier 2014, de la communauté d'agglomération du Pays de Grasse qui regroupe au total 23 communes et compte plus de 100 000 habitants.

1. La notion d'agglomération

Conformément à l'article R110-2 du code de la route, une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite³. Les pré-enseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité⁴, elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des pré-enseignes 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,
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.

2. La notion d'unité urbaine

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

La Commune forme, avec les 50 autres communes voisines, l'unité urbaine de Nice. Cette unité urbaine compte 943 354 habitants⁵.

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie

² Données démographiques issues du recensement 2015 de l'INSEE

³ Article L581-7 du code de l'environnement

⁴ Article L581-19 du code de l'environnement

⁵ Données démographiques issues du recensement 2015 de l'INSEE

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

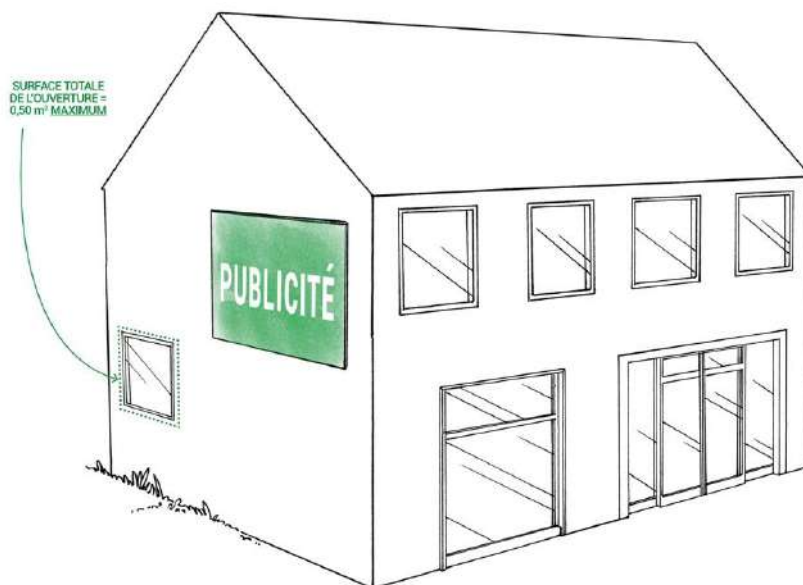
a) Les interdictions absolues⁶

La commune de Pégomas n'est concernée que par l'interdiction de publicité sur les arbres et :

1°) Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



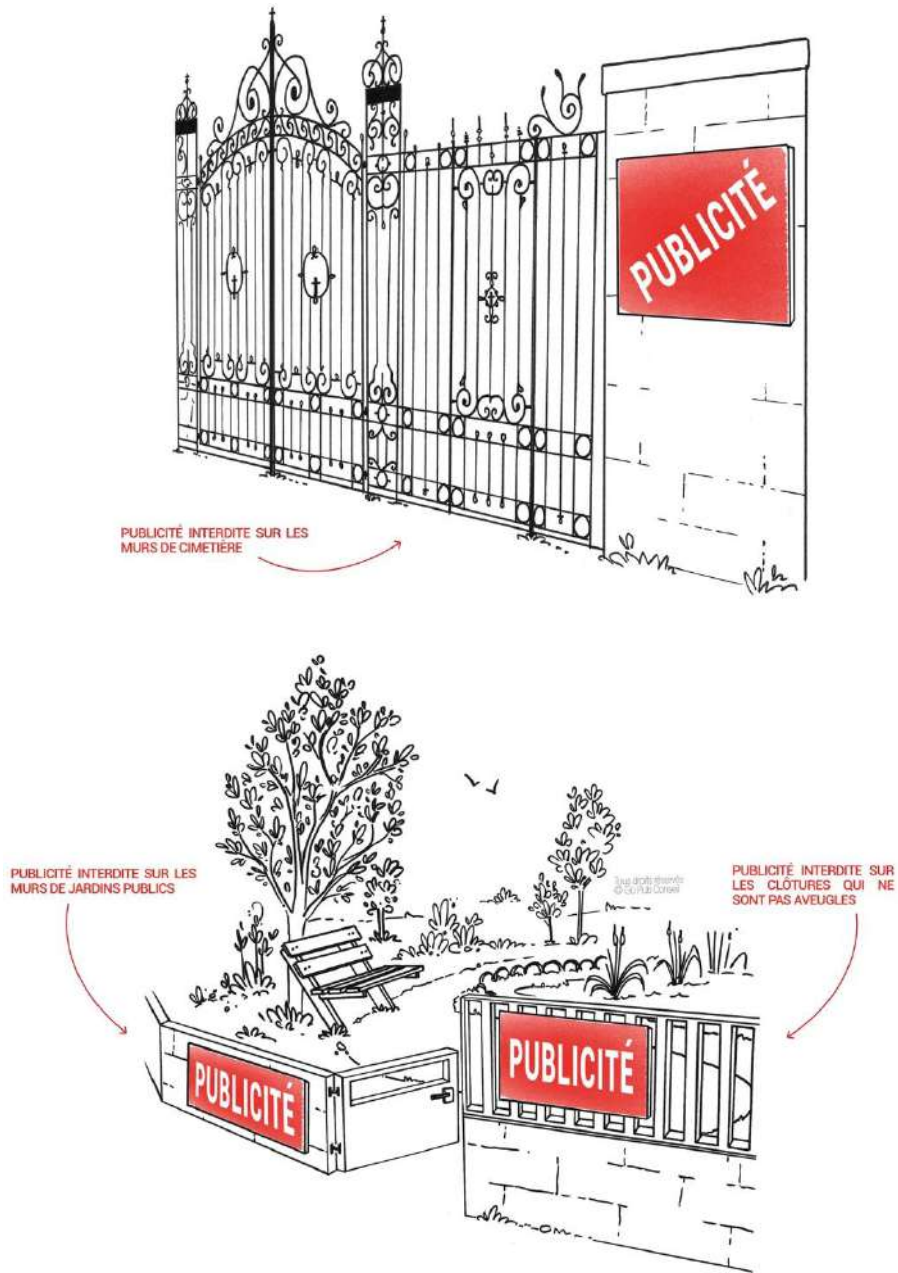
2°) Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



⁶ Article L581-4 du code de l'environnement

3°) Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

4°) Sur les murs de cimetière et de jardin public⁷.



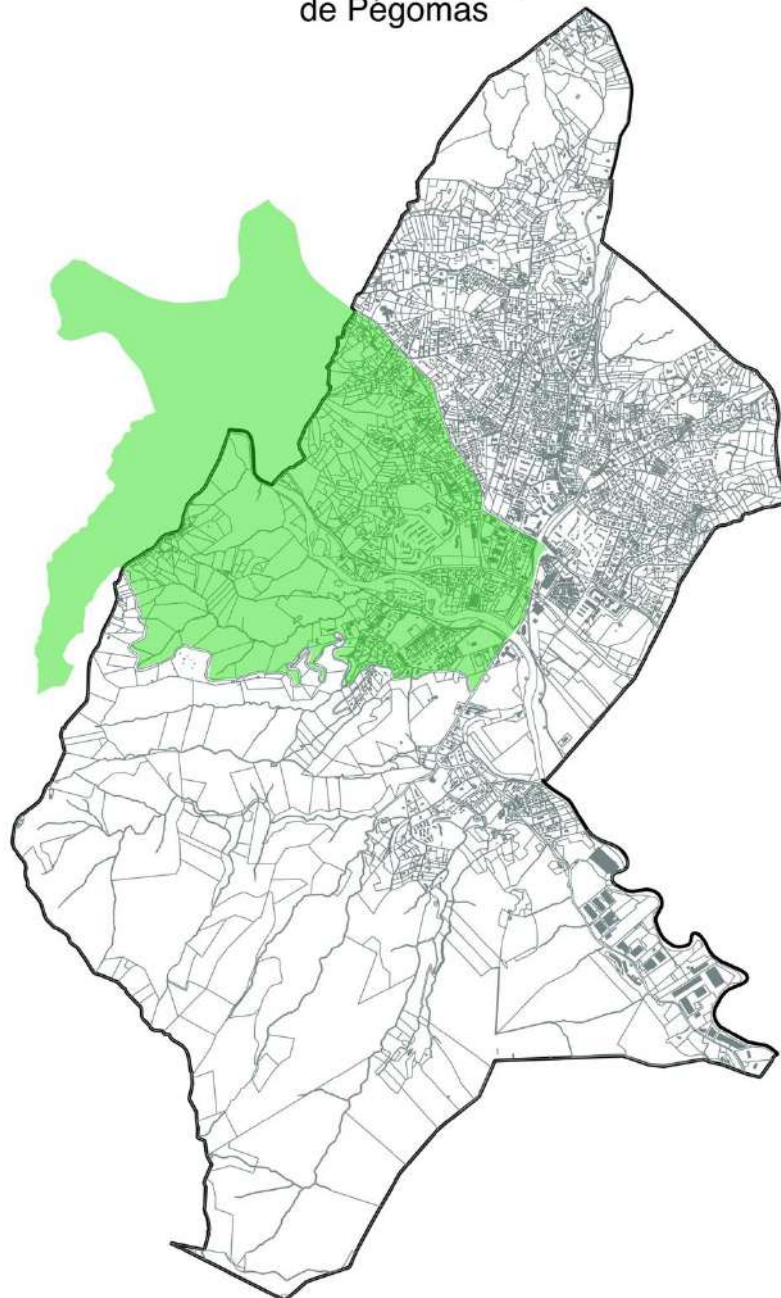
⁷ Article R581-22 du code de l'environnement

b) Les interdictions relatives⁸

Contrairement aux interdictions absolues de publicités, les interdictions relatives peuvent être levées par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur le territoire.

La commune de Pégomas est concernée par l'interdiction relative de publicité dans le site inscrit « *Village d'Auribeau sur Siagne et ses abords* », inscrit depuis 1973.

Localisation des interdictions relatives de publicité sur la commune de Pégomas



Légende

■ Site inscrit « *Village d'Auribeau sur Siagne et ses abords* »

0 250 500 m

⁸ Article L581-8 du code de l'environnement

4. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la Commune sont celles définies pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et de pré-enseignes

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent⁹.

Interdiction

Sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

- La publicité sur les bâches (de chantier ou publicitaires),
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹⁰ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

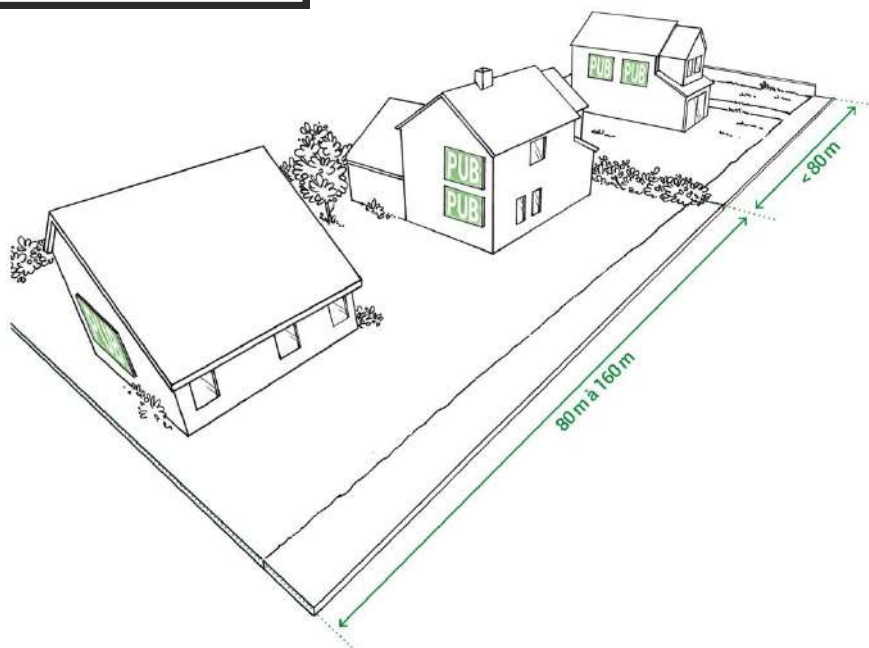
- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

⁹ Article R581-24 du code de l'environnement

¹⁰ Article R581-25 du code de l'environnement



II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

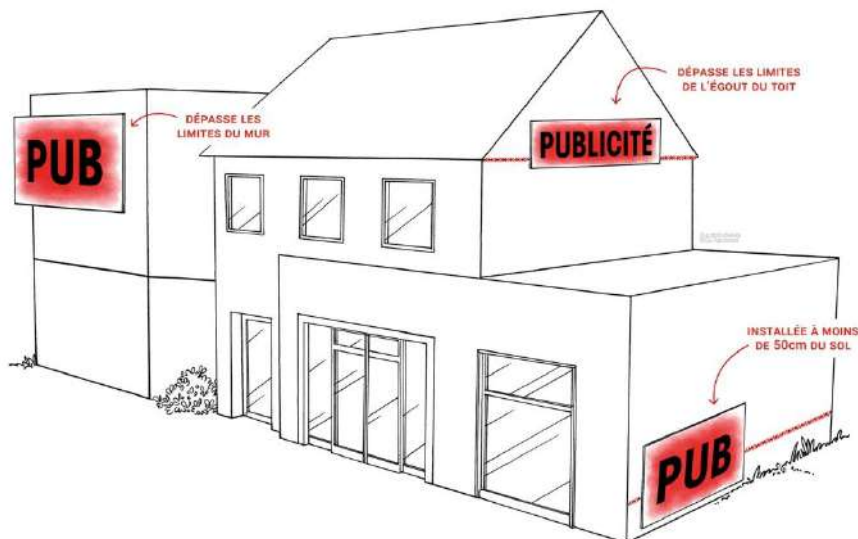
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

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

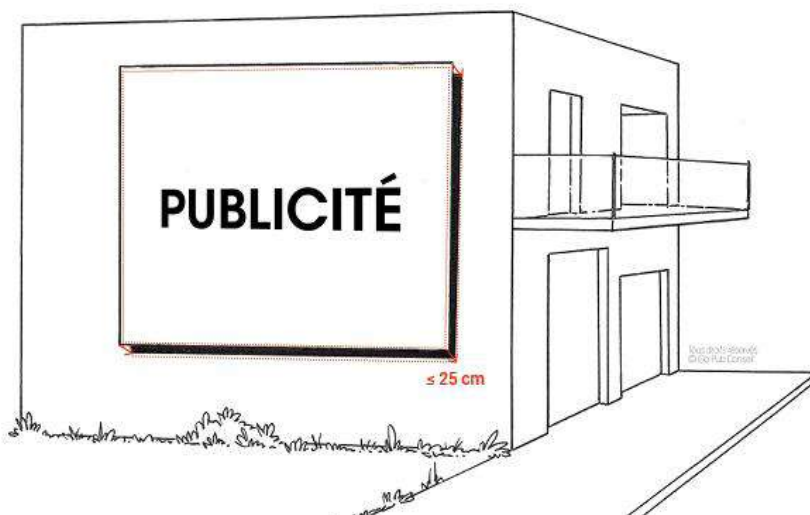
Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- Être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépasser les limites du mur qui la supporte,
- Dépasser les limites de l'égout du toit,
- Être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.



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

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

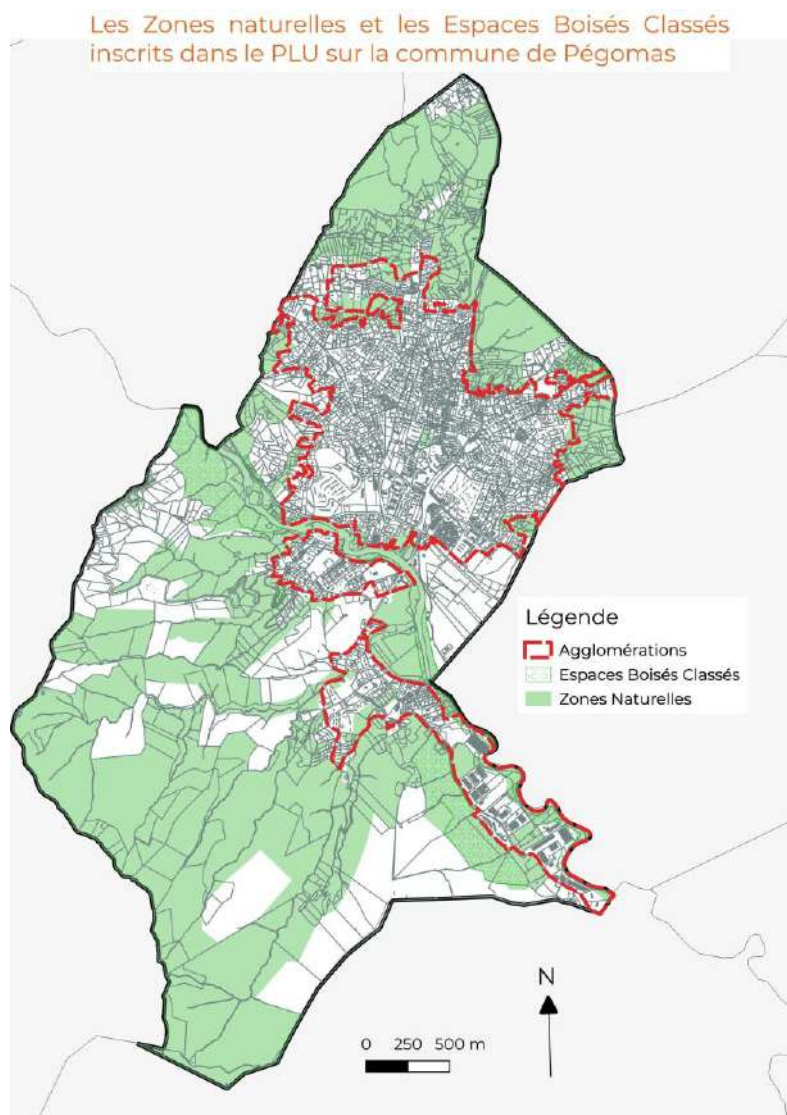
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

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

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

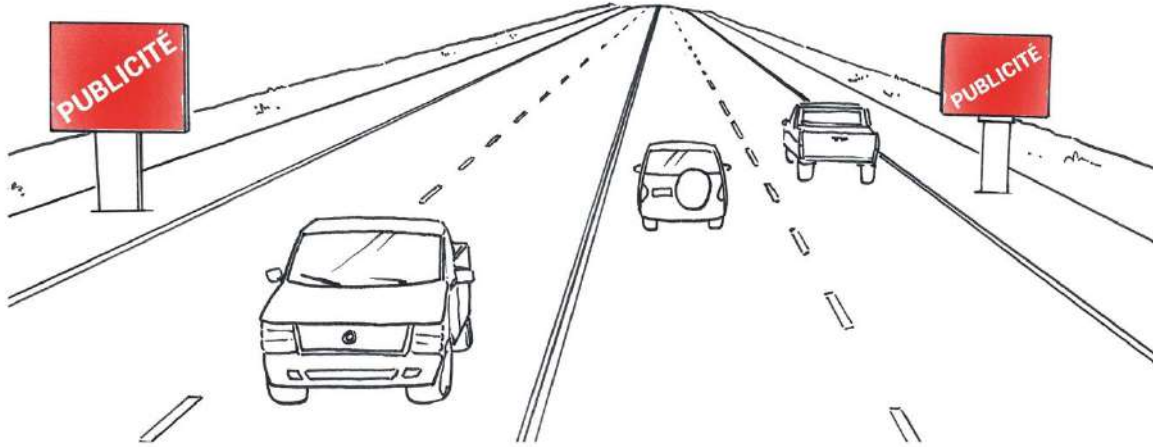
1° Dans les espaces boisés classés¹¹,

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

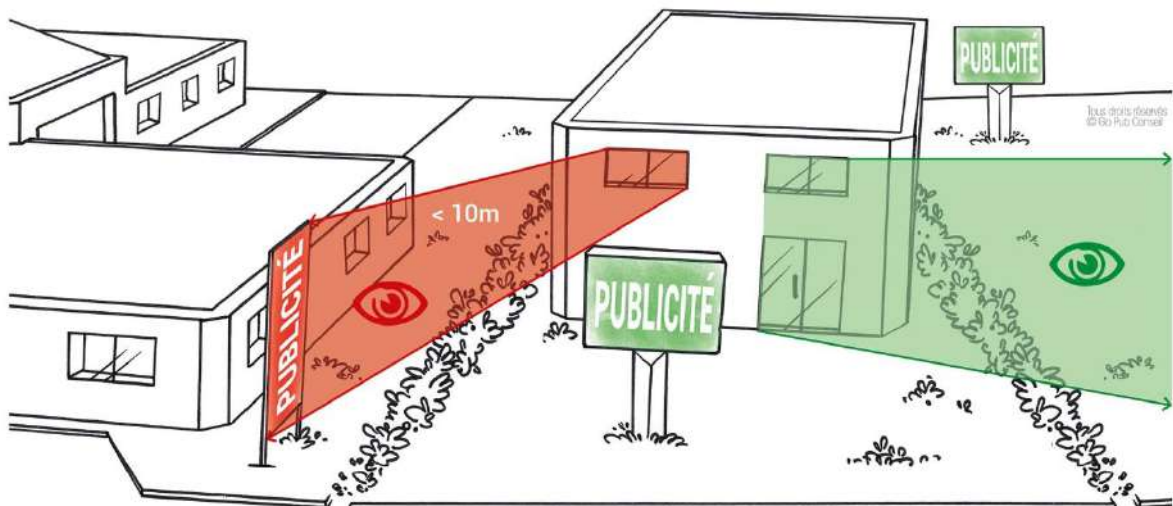


¹¹ Article L130-1 du code de l'urbanisme

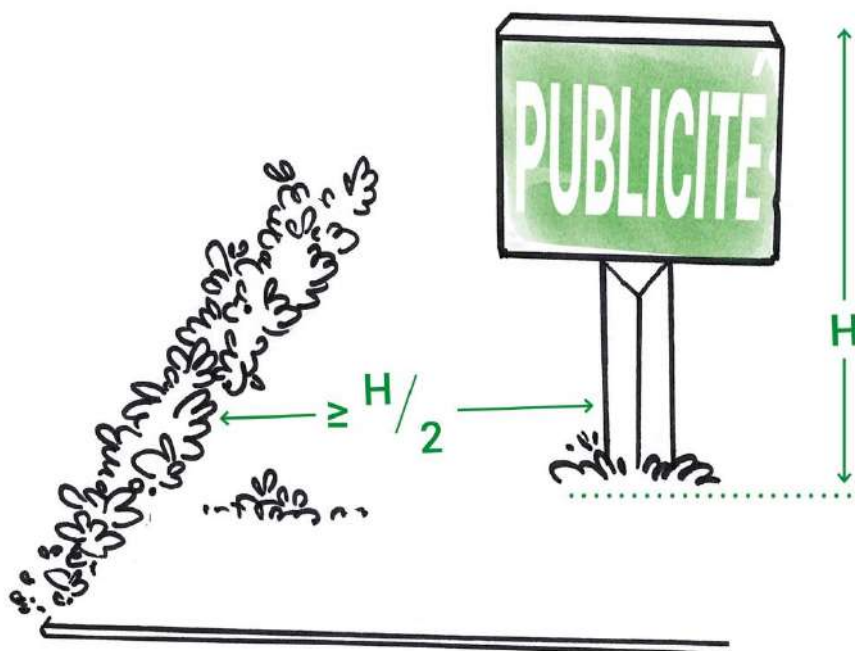
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



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



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



La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹².

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

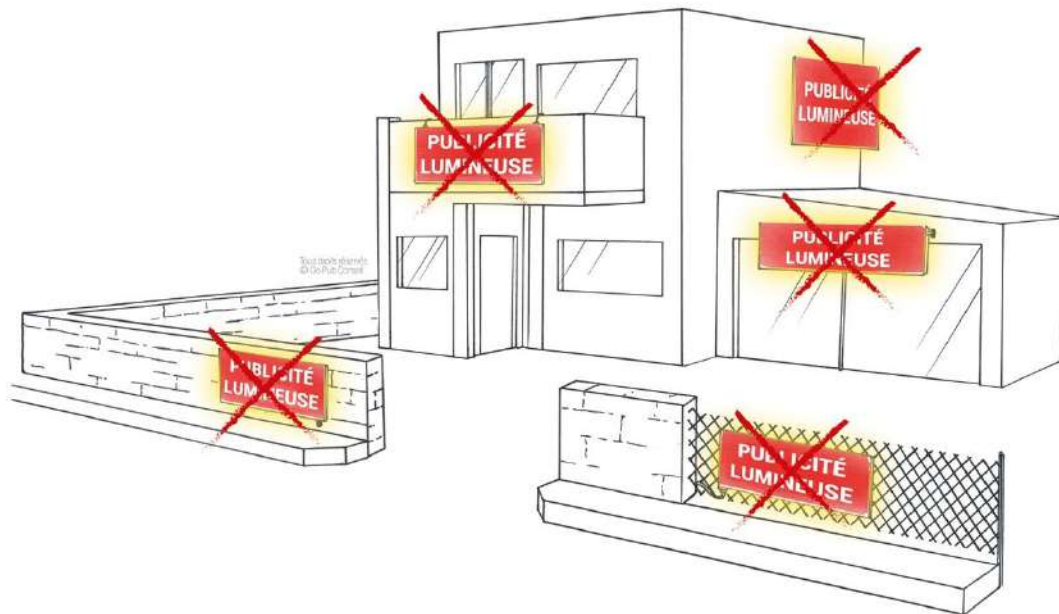
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

¹² arrêté ministériel non publié à ce jour

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

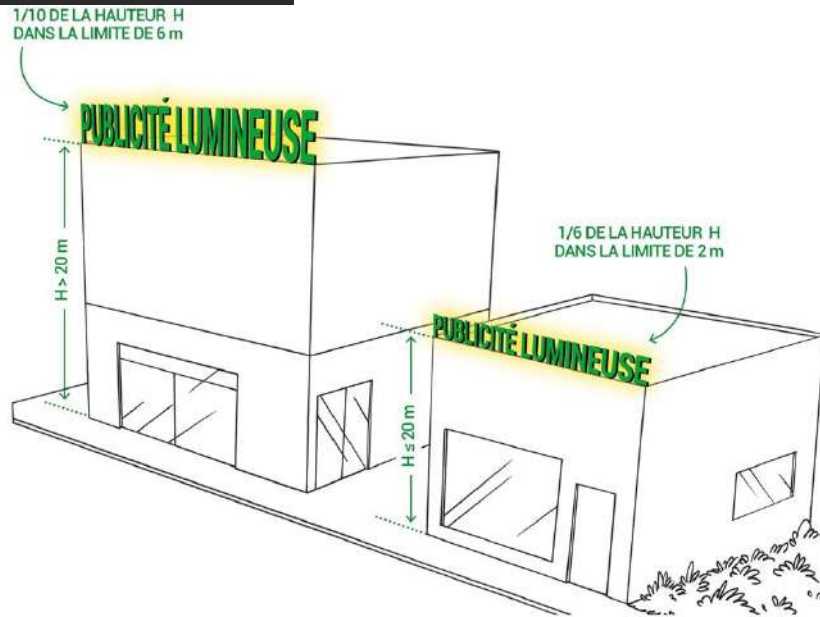
La publicité lumineuse ne peut :

- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Être apposée sur une clôture.



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

| | Hauteur maximale des publicités sur toiture |
|----------------------------------|---|
| Hauteur de la façade \leq 20 m | 1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m |
| Hauteur de la façade $>$ 20 m | 1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m |



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

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

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



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹³, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

¹³ arrêté ministériel non publié à ce jour

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

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

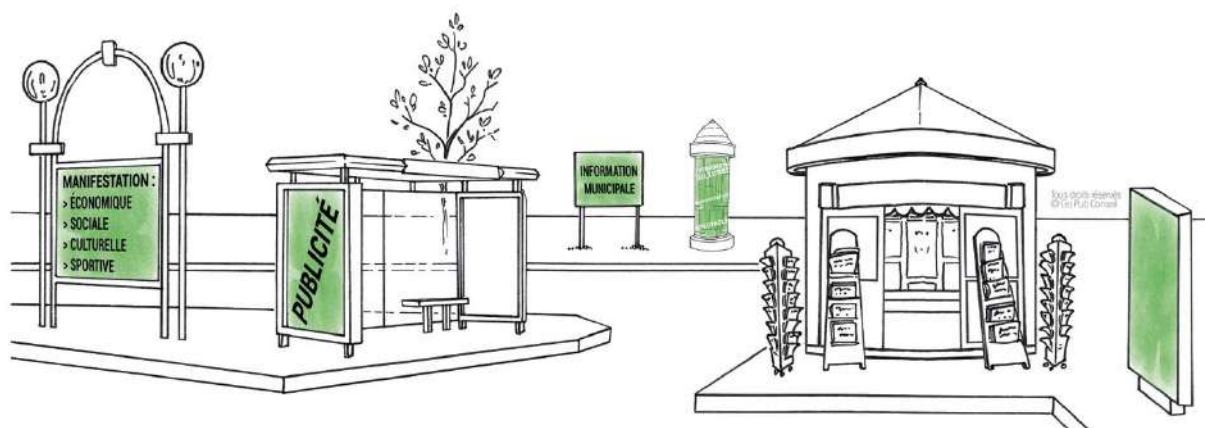
- Non lumineuse ;
- Éclairée par projection ou par transparence.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- Si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00.

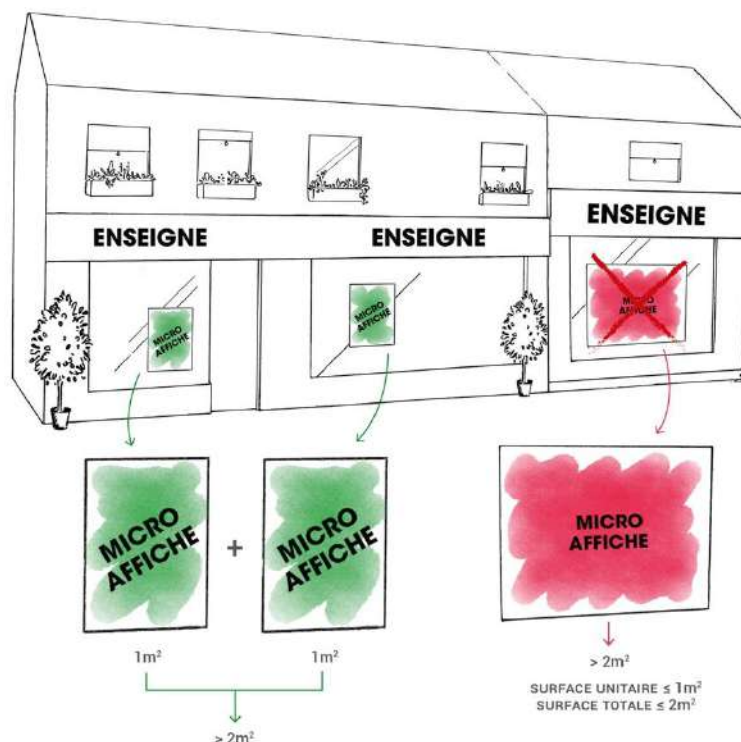
Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



| Type | Règles applicables |
|---|---|
| Abris destinés au public | Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de 4,5 m^2 de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits. |
| Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public | Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits. |
| Colonnes porte-affiches | ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles. |
| Mâts porte-affiches | ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$. |
| Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, | ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 m^2 si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. |

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Règles spécifiques applicables à l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération

| Type | Caractéristiques | |
|---|---|--|
| Publicité non lumineuse sur mur ou clôture | Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$ | Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération |
| Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux | Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6 \text{ m}$ | Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires. |
| Publicité lumineuse | Surface $\leq 8 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6 \text{ m}$ | |

b) Les règles du code de l'environnement en matière de pré-enseignes dérogatoires

Les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des pré-enseignes dérogatoires :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- Les activités culturelles,
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

| | activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales | activités culturelles | monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite | pré-enseignes temporaires |
|--|--|-----------------------|---|---|
| Type de dispositif | Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire mât mono-pied (largeur < 15 cm) | | | |
| Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument | 2 | 2 | 4 | 4 |
| Dimensions maximales | 1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol | | | |
| Distance maximale d'implantation | 5 km | 5 km | 10 km | - |
| Lieu d'implantation | Hors agglomération uniquement | | | Hors agglomération et dans les agglomération de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants |
| Durée d'installation | Permanente | | | Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération |

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

Une enseigne doit être :

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

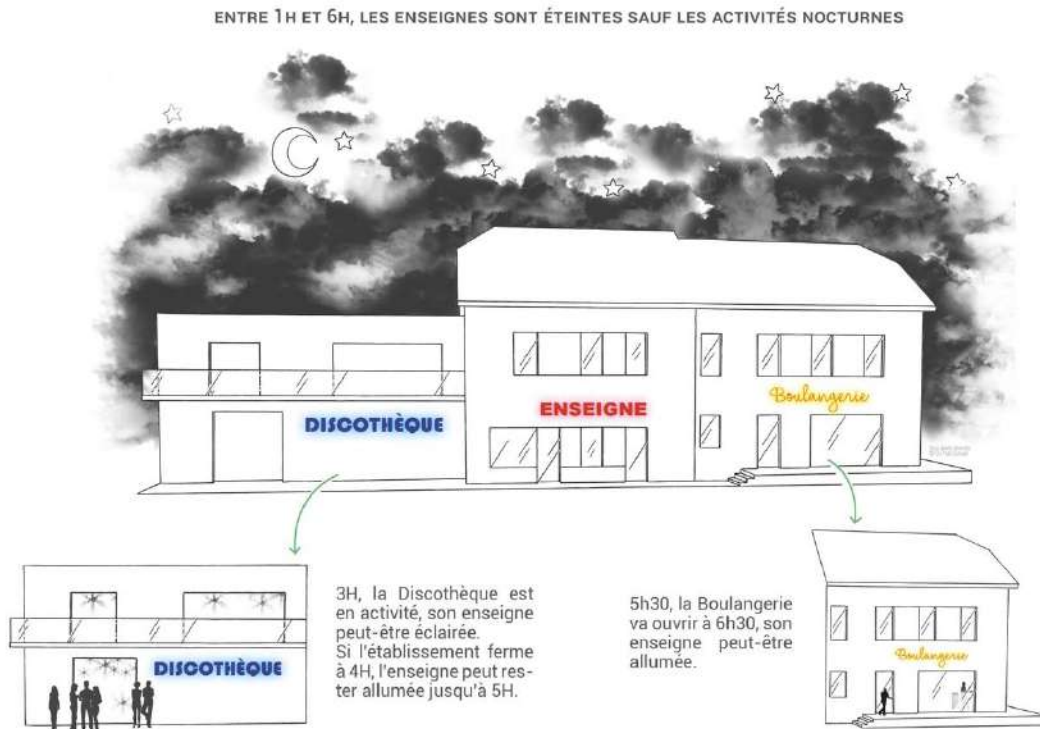
Les enseignes lumineuses

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹⁴.

Elles sont éteintes¹⁵ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



¹⁴ arrêté non publié à ce jour

¹⁵ l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

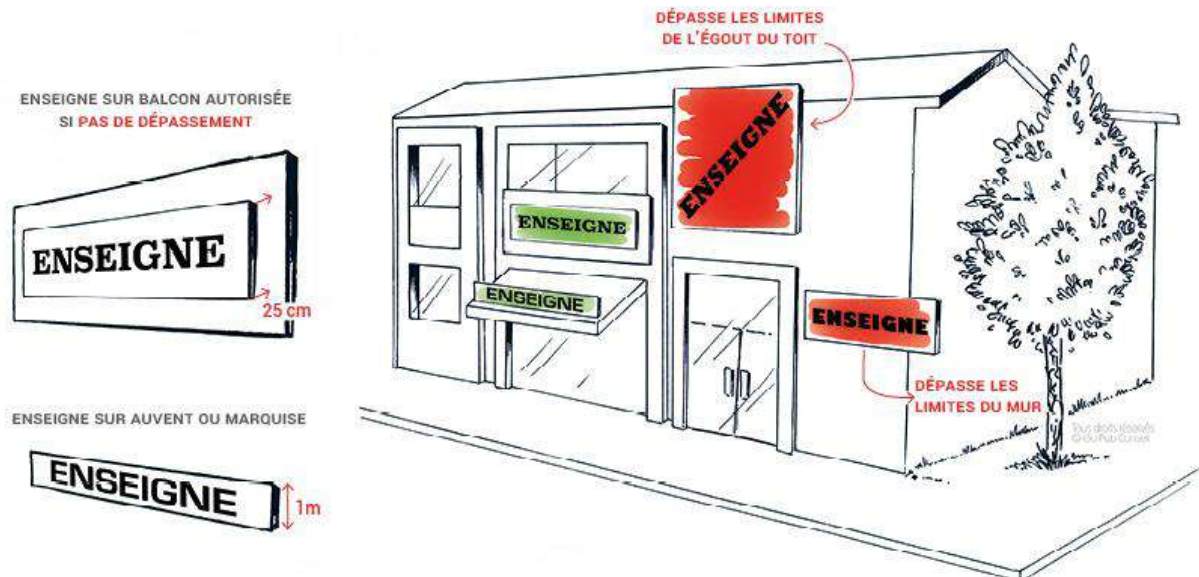
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

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

Des enseignes peuvent être installées :

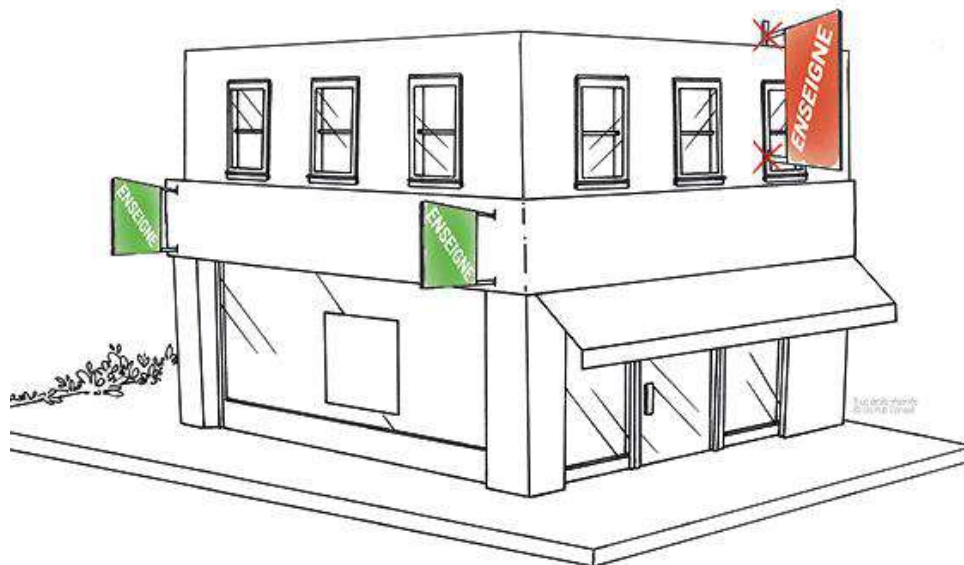
- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et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



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

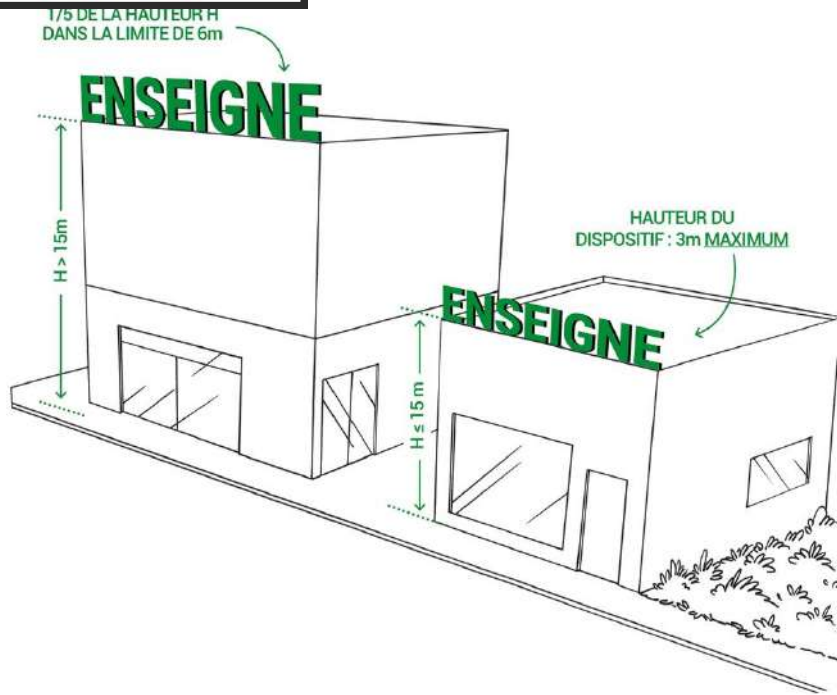
- Dépasser la limite supérieure de ce mur,
- Être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

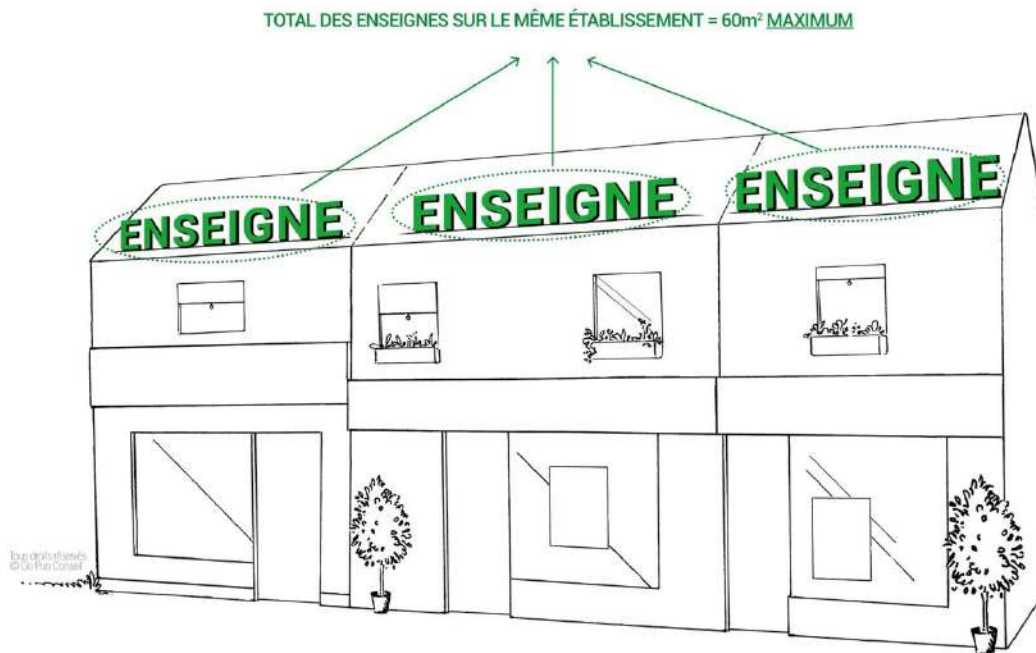
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

| | Hauteur maximale des enseignes sur toiture |
|----------------------------------|--|
| Hauteur de la façade \leq 15 m | 3 m |
| Hauteur de la façade $>$ 15 m | 1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m |



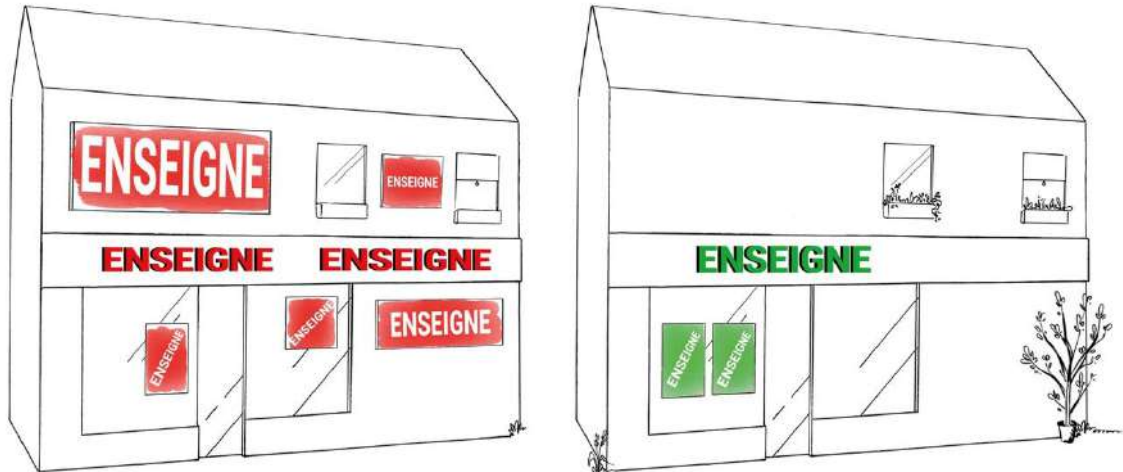
Surface cumulée¹⁶ des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m².



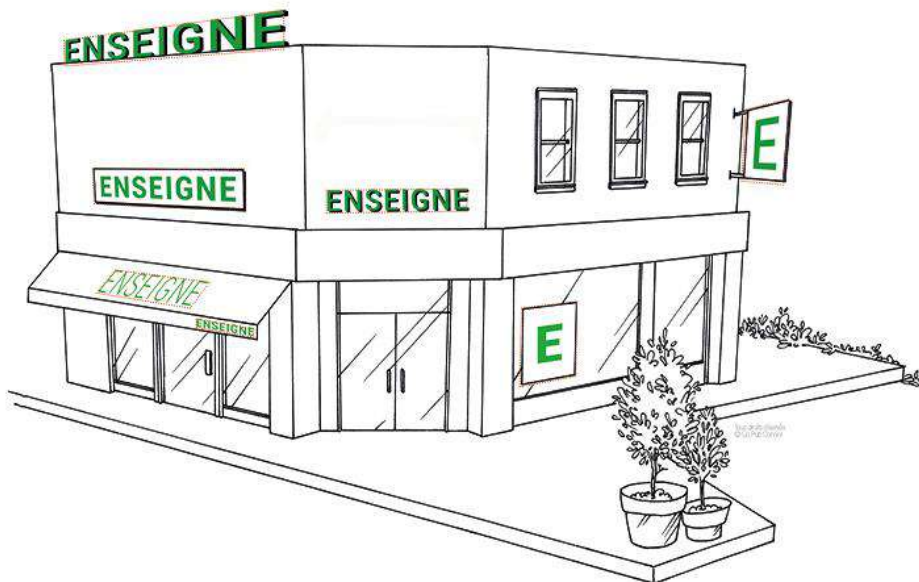
¹⁶ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée¹⁷ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².



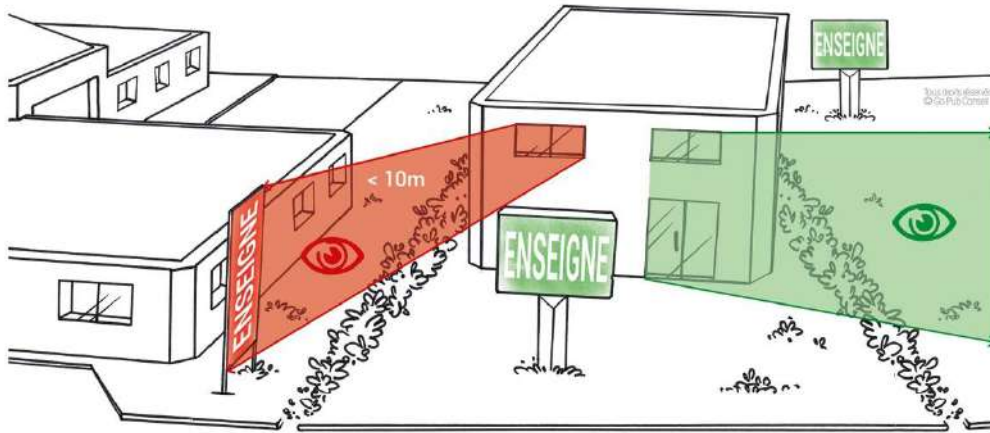
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



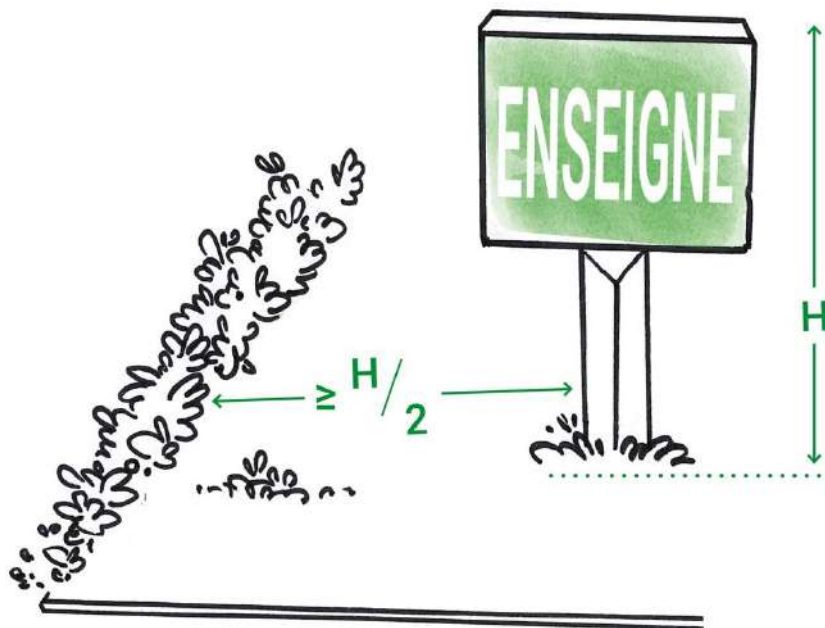
¹⁷ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

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

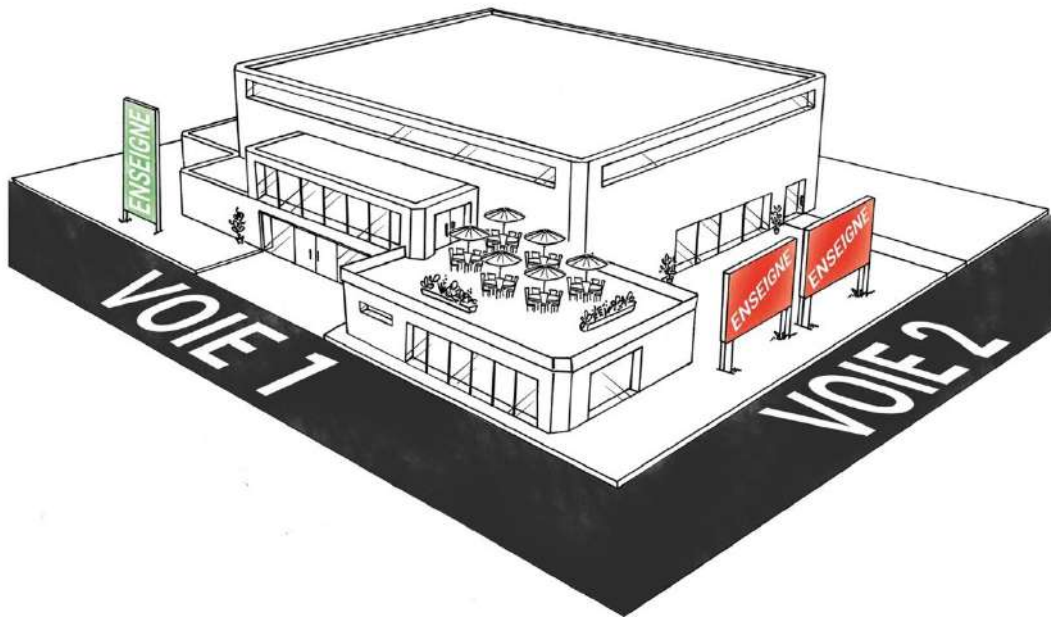
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



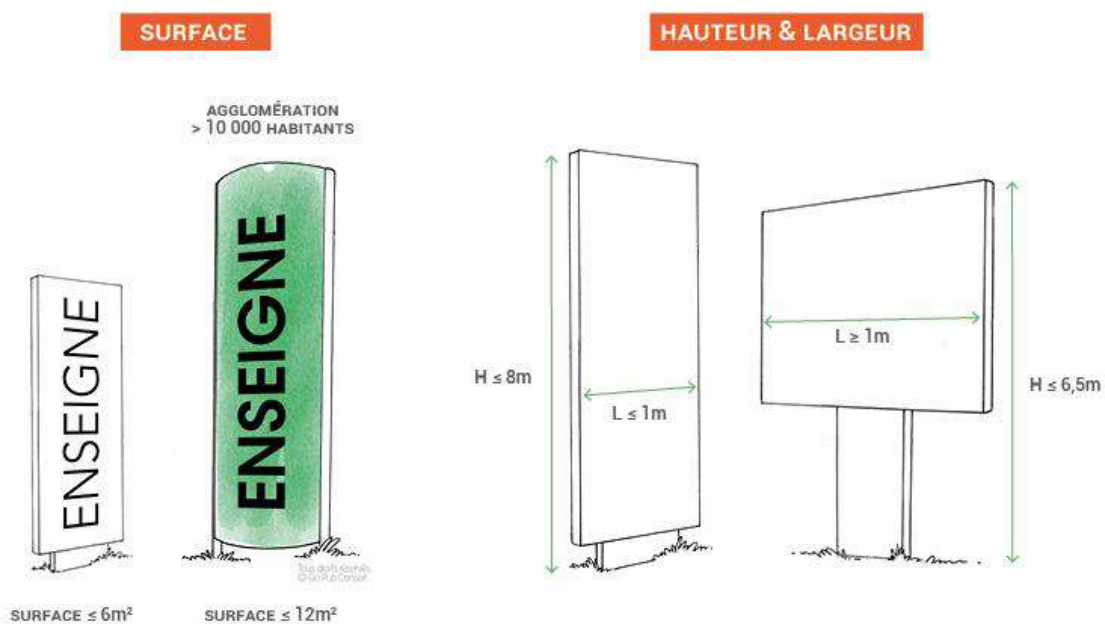
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m².

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,5 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et pré-enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou pré-enseignes temporaires :

1° Les enseignes ou pré-enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou pré-enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elles signalent.

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes¹⁸ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹⁹.

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

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

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support
- Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale ≤ 60 m²

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- Surface ≤ 12 m² (si 2° alinéa)

¹⁸ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

¹⁹ arrêté non publié à ce jour

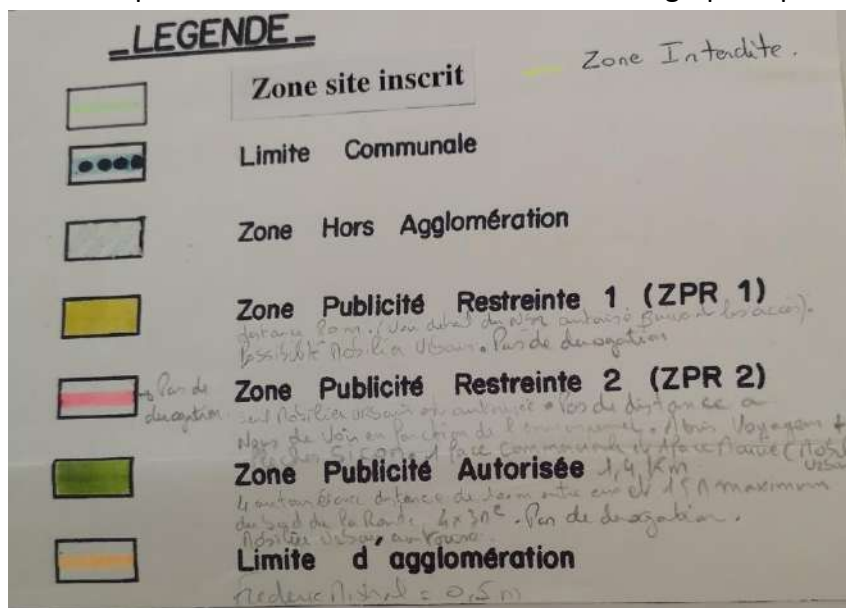
e) La réglementation locale

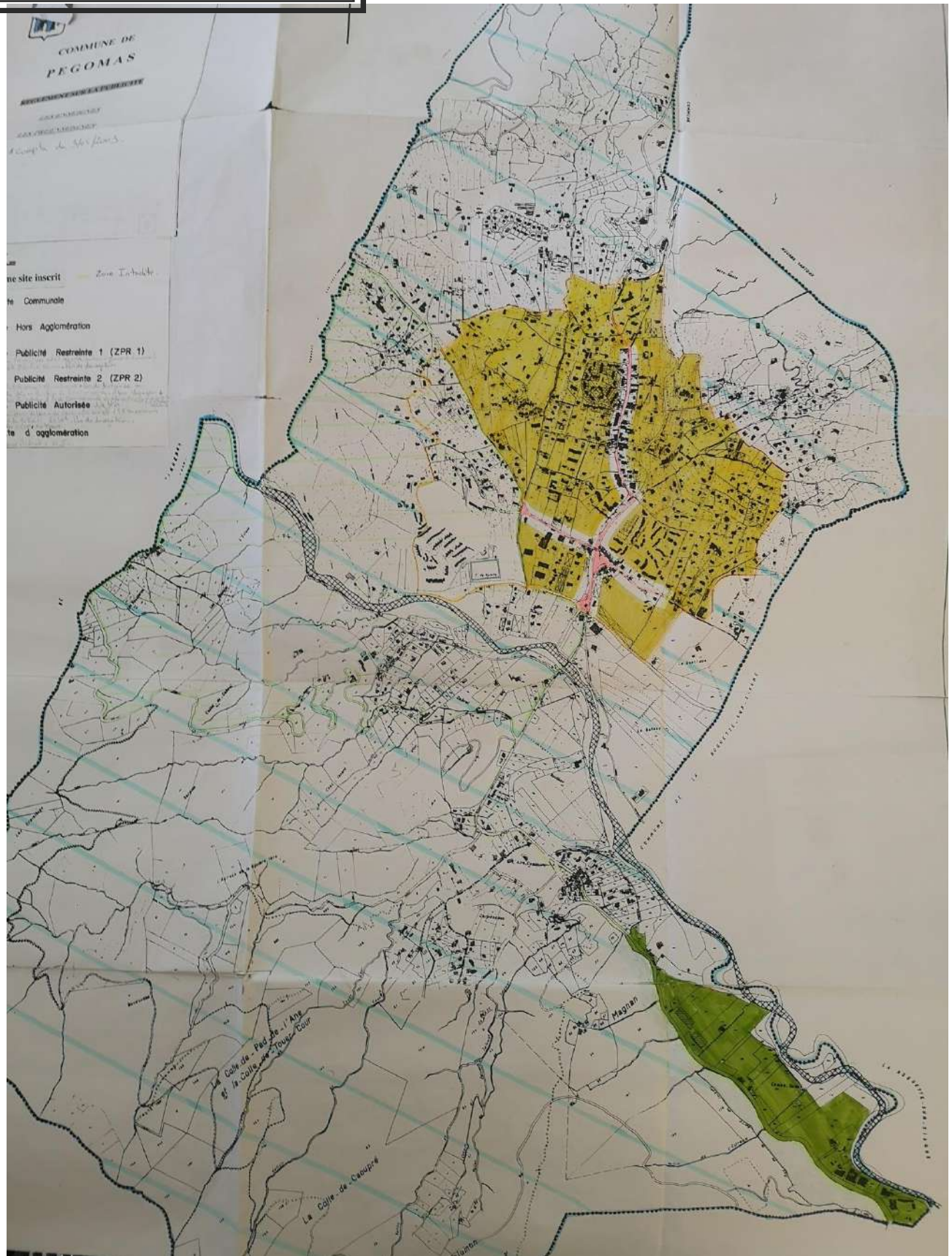
La commune de Pégomas disposait d'un Règlement Local de Publicité (RLP), datant de novembre 2000. Ce RLP avait été adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation régit par la loi de 1979 sur la publicité extérieure. Sans révision de ce règlement celui-ci est devenu caduc en janvier 2021, conformément à la réforme de la loi « Grenelle II ». La réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité reinteinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national¹⁸ ».

Le RLP de 2000 instituait 2 Zones de Publicités Restreintes (ZPR) et une Zone de Publicité Autorisée (ZPA) sur le territoire de Pégomas :

- la ZPR1 couvrait l'Avenue de Grasse (de la limite de l'agglomération Nord-Ouest jusqu'au n°412 côté opposé au site inscrit), l'Avenue Frédéric Mistral (de l'intersection de l'Avenue de Grasse jusqu'à l'intersection de l'avenue de la Fénerie côté opposée au site inscrit) et l'Avenue de Grasse (de la limite d'agglomération jusqu'au croisement du chemin des Oliviers).
- la ZPR2 couvrait, en raison de leur environnement particulier, les voies et carrefours suivants : l'intersection de la route de Grasse (RD9) et de l'avenue Frédéric Mistral (RD109A) jusqu'à l'avenue de Cannes (RD9) et le Chemin des Oliviers, l'intersection de la route de Grasse (RD9) et du boulevard de la Mourachonne (RD209) jusqu'à l'intersection avec le CV1 avenue Lord Astor, l'intersection de l'avenue Frédéric Mistral (RD109A) et du RD 109 jusqu'à l'intersection avec l'avenue de Cannes (RD9) dite la place du Logis.
- la ZPA couvrait le CD109, venant de Mandelieu, entre le point (Domaine des Gaveliers : limite communale) et le point avec la première intersection de la rue Honoré Ravelli sur une profondeur de 15m, côté droit (zone industrielle – Plan section G), et le côté gauche (colline) restant en zone interdite.

Les différentes zones de publicité sont matérialisées dans la cartographie qui suit :





Dans les dispositions générales, le RLP se borne principalement à rappeler la réglementation locale et notamment :

- Les lieux où la publicité est interdite (sur les monuments historiques classés ou inscrits, les murs ou clôtures non-aveugles, etc.) ;
- L'obligation pour les dispositifs publicitaires d'avoir un bureau permettant leur identification ;
- L'interdiction d'apposer un dispositif publicitaire sans l'accord du propriétaire de l'immeuble ou doit être installé le dispositif ;

Le RLP pose des obligations concernant la qualité des matériaux utilisés dans la réalisation de dispositifs publicitaires. Ceux-ci doivent être en matériaux inaltérables, acier galvanisé, aluminium anodisé, matières plastiques résistantes aux rayons ultraviolets. L'utilisation du bois est interdite.

Les dispositions générales limitent les dispositifs publicitaires à 12 mètres carrés, contre 16 mètres carrés autorisés avec la loi de 1979. Quant à la publicité apposée sur mobilier urbain, elle est également limitée à 2m²⁰ sauf exception²¹. Le futur RLP pourra tenir compte de cette limitation et la reprendre afin de préserver les acquis du RLP de novembre 2000.

En ZPR1, tous les types de publicités étaient autorisés dans les conditions fixées dans les dispositions générales. Le RLP précisait que la distance entre chaque dispositif publicitaire (autre que celui supporté par le mobilier urbain) devait être supérieure ou égale à 80 mètres linéaires.

En ZPR2, seule la publicité apposée sur mobilier urbain était autorisée dans les conditions énoncées dans les dispositions générales. Cette zone pouvait être préservée afin de maintenir la qualité du cadre de vie du centre-ville de Pégomas.

En ZPA, seuls 4 dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol étaient autorisés. Un intervalle de 100 mètres linéaires minimum devait être respecté entre chacun de ces dispositifs.

Le RLP de Pégomas ne posait aucune règle précise sur les enseignes. Ces dernières ne devaient pas être une gêne pour les usagers de la voie publique et être en harmonie avec le bâtiment qui la supportait et le traitement de la façade (le RLP précisait que les couleurs agressives sont interdites).

²⁰ Cette limitation s'applique au mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère générale ou local, ou des œuvres artistiques, au kiosque à journaux et aux mâts porte-affiche.

²¹ Article 6/5 sur les abris destinés au public. Ceux-ci peuvent voir leur capacité à recevoir de la publicité augmenter en fonction de la surface abritée au sol.

Le RLP mettait également en place une réglementation distincte pour les pré-enseignes. A ce titre, il faut préciser que le Code de l'environnement traite de manière uniforme les pré-enseignes et les publicités²² excepté les pré-enseignes dérogatoires qui font l'objet d'une réglementation spécifique. A ce titre, les pré-enseignes dérogatoires faisaient également l'objet d'une réglementation locale au sein du RLP de 2000. Comme pour la partie dédiée aux pré-enseignes, le RLP exposait des généralités sans grandes conséquences pour le traitement de ces dispositifs. Cependant, tel que rédigé le RLP de Pégomas allait donc à l'encontre de la règle nationale actuelle. Le future RLP pourra donc mettre à jour ces règles pour harmoniser le traitement des publicités et pré-enseignes conformément au Code de l'environnement.

Une réglementation spéciale était également fixée pour les enseignes et pré-enseignes temporaires. Celle-ci rappelant les règles nationales et mettant en place des règles spécifiques quant aux opérations immobilières. Ces dernières ne pouvaient maintenir leurs enseignes plus de 2 ans après la déclaration d'achèvement des travaux et 2 ans à compter de la réception de la notification à la Commune de la cessation d'activité.

²² Article L.581-19 du Code de l'environnement.

5. Régime des autorisations et déclarations préalables

a) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- Les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- Les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- Les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- Les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

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

b) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les pré-enseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

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

6. Les compétences en matière de publicité extérieure

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

| <i>Cas général</i> | <i>Absence d'un RLP(i)</i> | <i>Présence d'un RLP(i)</i> |
|---------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| <i>Compétence d'instruction</i> | Préfet | Maire |
| <i>Compétence de police</i> | Préfet | Maire |

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

| <i>Cas dérogatoire des bâches</i> | <i>Absence d'un RLP(i)</i> | <i>Présence d'un RLP(i)</i> |
|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| <i>Compétence d'instruction</i> | Maire au nom de l'Etat | Maire au nom de la Commune |
| <i>Compétence de police</i> | Préfet | Maire |

7. Les délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositifs en infraction (Publicités et pré-enseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous :

| | Infractions au Code de l'environnement | Infractions au RLP |
|------------------------------------|---|--|
| Publicités et pré-enseignes | Mise en conformité sans délai (réforme de juillet 2015) | Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité |
| Enseignes | Mise en conformité sans délai (réforme de juillet 2018) | Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité |

II. Diagnostic du parc d'affichage

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs supportant des publicités, enseignes et pré-enseignes. Cela intègre donc les dispositifs scellés ou installés directement sur le sol, muraux, sur du mobilier urbain, sur bâches mais aussi l'affichage temporaire.

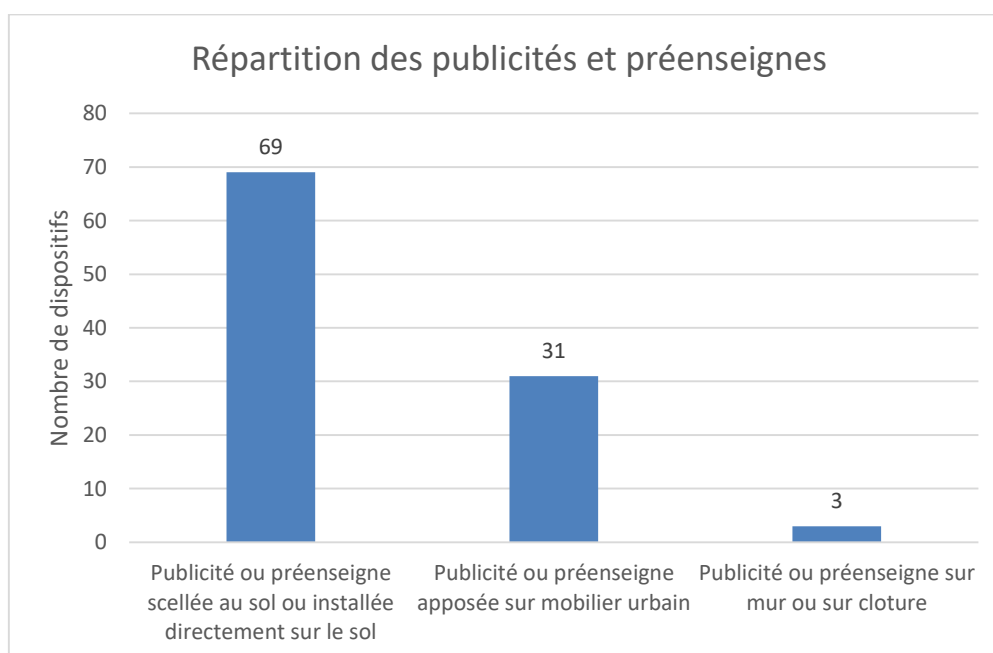
Un recensement des publicités, enseignes et pré-enseignes situées à Pégomas a été effectué. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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

1. Les caractéristiques des publicités et pré-enseignes

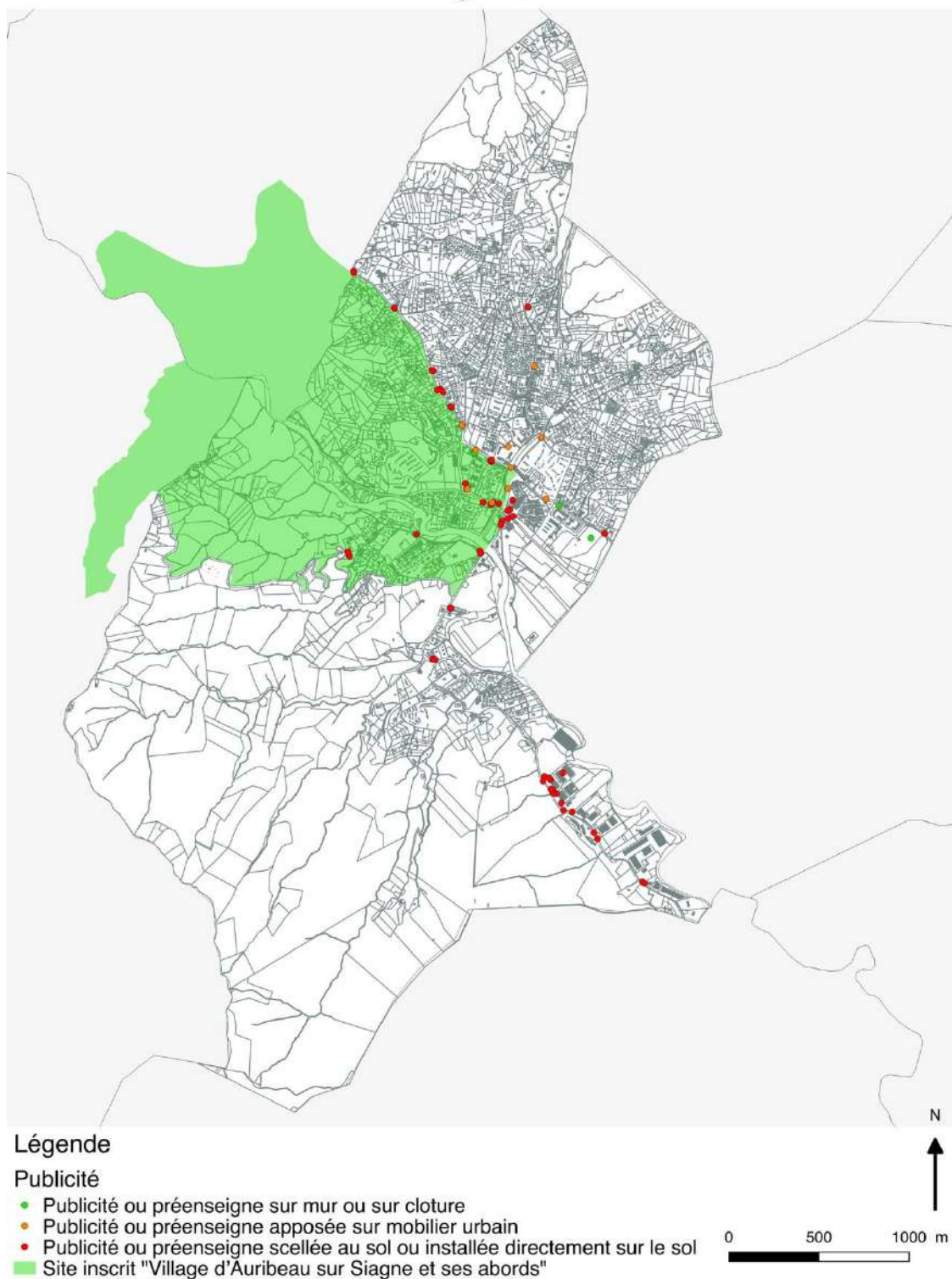
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une pré-enseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et pré-enseignes sont identiques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

Sur le territoire communal, les publicités et pré-enseignes sont présentes sous 3 formes distinctes :



Au total, 103 publicités et pré-enseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total près de 300 m² de surface d'affichage.

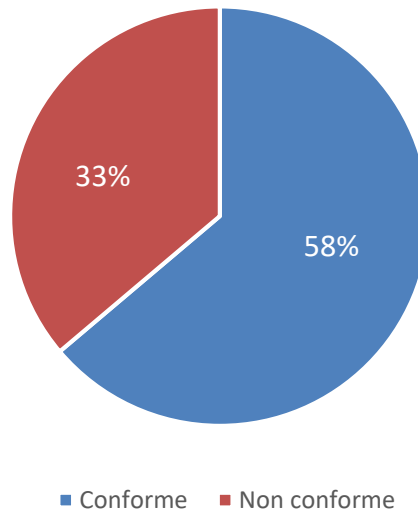
Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de Pégomas



Les dispositifs publicitaires sont principalement implantés sur les axes structurants du territoire et en cœur de ville pour ce qui est des publicités supportées par le mobilier urbain.

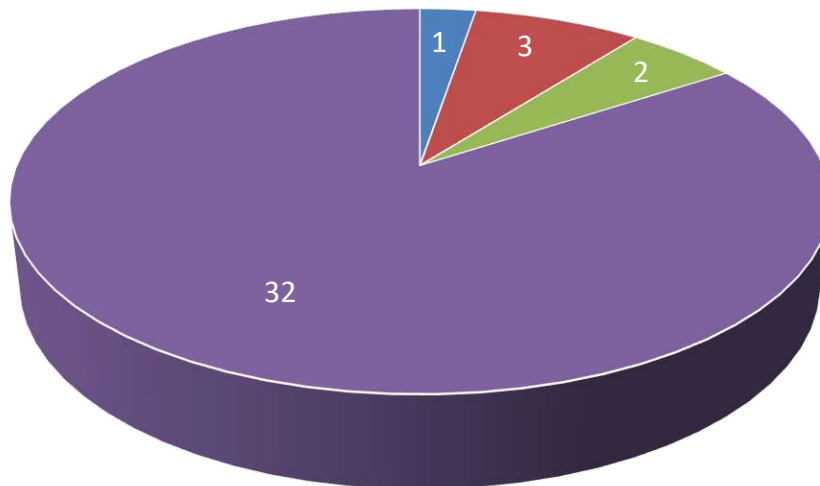
Le diagnostic des publicités et pré-enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.

Conformité des publicités et préenseignes



On constate que 34 dispositifs sont non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 33% des publicités et pré-enseignes de Pégomas. Plusieurs dispositifs font l'objet d'une double infraction. Ainsi, on relève un nombre plus élevé d'infractions (38) que de dispositifs en infraction (34). Ces infractions sont réparties de la manière suivante (graphique ci-après) :

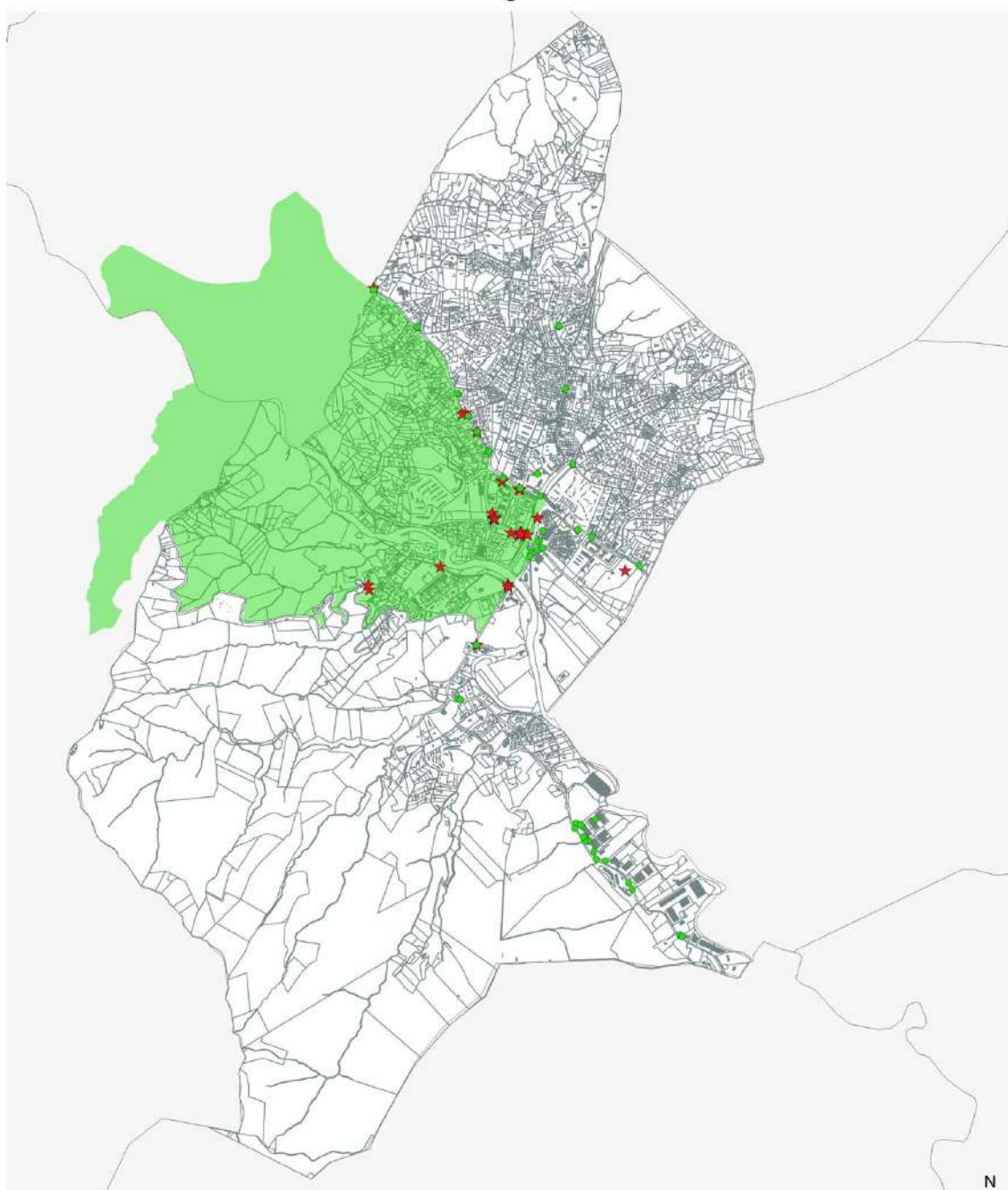
Types d'infractions des publicités et préenseignes



- Installée à moins de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (R.581-64 C. env.)
- Publicité interdite sur plantations, équipements liés à l'électricité, les télécommunications, la circulation (R.581_22 C. env.)
- Publicité interdite sur mur ou clôture non aveugle (ouverture < 0,5m2) (R.581-22 C. Env.)
- Publicité interdite dans site inscrit (L.581-8 C. env.)

La majorité des infractions repose sur des publicités implantées dans le périmètre de protection des monuments historiques ou du site inscrit « *Village d'Auribeau-sur-Siagne et ses abords* » (32 dispositifs). On relève également des dispositifs en mauvais état d'entretien (3) et des dispositifs installés sur des éléments interdits au titre de l'article R.581-22 du Code de l'environnement (3).

Localisation des publicités et préenseignes en infraction sur la commune de Pégomas



Légende

Publicité / préenseignes en infraction :

- ★ OUI
- NON
- Site inscrit "Village d'Auribeau sur Siagne et ses abords"

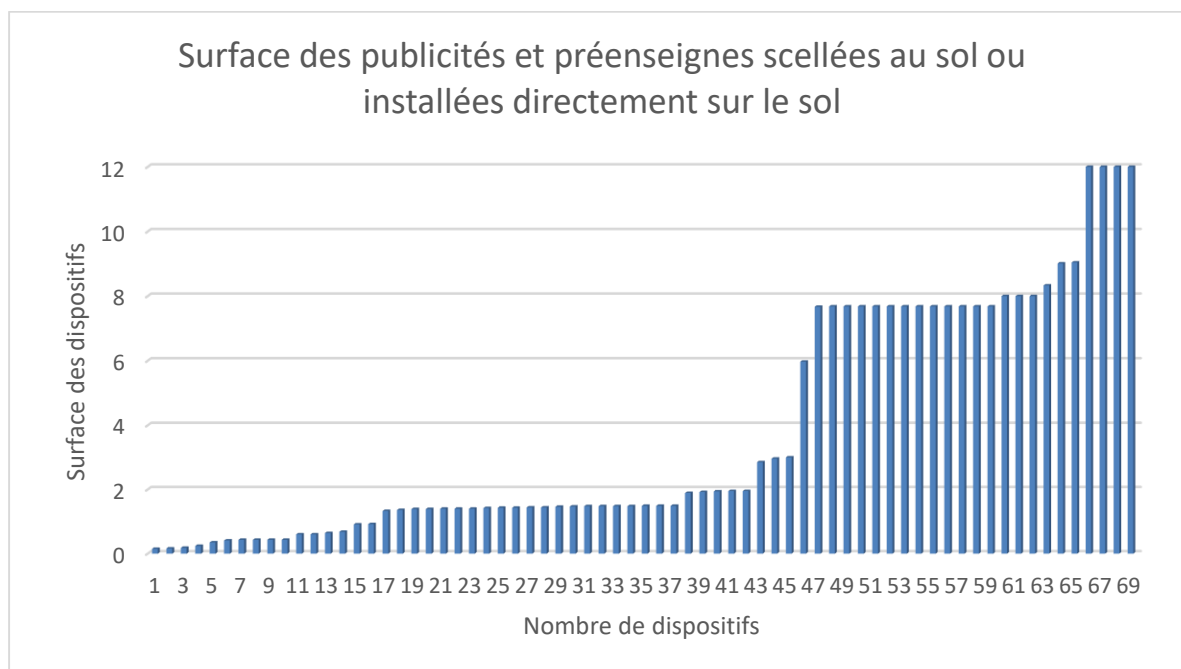
0 500 1000 m

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

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (66% des dispositifs de la Commune).



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sur 2 pieds et monopied, Pégomas.



On remarque que 30% des dispositifs ont une surface comprise entre 8 et 12m². Ce format correspond au maximum autorisé par le RLP de 2000 de Pégomas mais aussi le maximum autorisé par le Code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II ».



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol de grand format (12m²), Pégomas.

Enfin, les dispositifs restants n'excèdent pas 3 m². Il est important de souligner que beaucoup de communes ou intercommunalités choisissent désormais le format de 8m² pour encadrer localement leurs dispositifs publicitaires.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol de grand format (8m²) et de petit format (2m²), Pégomas.

Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont utilisés principalement dans la ZPA (zone de la Fénerie) et sur les axes structurants comme la D9, la D109, la D109A ou encore la D1009.

Malgré une réglementation locale globalement respectée, ces dispositifs sont impactés par des infractions telles que : l'implantation dans le site inscrit « *Village d'Auribeau sur Siagne et ses abords* », des publicités ne respectant pas la règle dite « *H/2* » c'est-à-dire l'installation d'une publicité trop proche d'une limite séparative de propriété, ou encore l'implantation sur des éléments interdits par le Code de l'environnement (art. R.581-22) comme les poteaux de transports et de distribution électrique, les équipements publics liés à la circulation routière, etc.



Publicité installée sur poteau de transport d'électricité et publicité ne respectant par la règle dite « *H/2* », Pégomas.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol
installées dans le site inscrit « *Village d'Auribeau sur Siagne et ses abords* », Pégomas.



Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol
installées dans le site inscrit « *Village d'Auribeau sur Siagne et ses abords* », Pégomas.

Malgré la présence de dispositifs publicitaires dans le site inscrit, ceux-ci respectaient néanmoins la réglementation locale. En effet, le RLP de Pégomas, datant de novembre 2000, autorise la publicité dans ces espaces.

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

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

- Des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2m² ;
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés communément « *sucette* » ;
- Des mâts porte-affiche supportant exclusivement l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives n'excédant pas 2m².



Publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, recto-verso, format 2m², Pégomas.



Mât porte-affiche et abris destiné au public supportant de la publicité, Pégomas.

La plupart des publicités supportées par les mobiliers sont de petit format (2m²). Cependant, on ne relève aucune publicité apposée sur mobilier urbain qui soit numérique ou qui ait une surface importante (8 à 12m²). Le faible format des publicités apposées sur mobilier urbain s'explique par le RLP précédant de la Commune qui datait de novembre 2000 et limitant tous ces dispositifs à 2m² maximum, sauf exception²³.

Il est également important de souligner que la Commune compte, au titre de sa convention de mobilier urbain :

- 18 arbris destinés au public ;
- 24 panneaux d'affiche principalement de type mâts porte-affiche et 3 dispositifs de type « *sucettes* ».

On relève également des publicités apposées sur mobilier urbain dans le site inscrit « *Village d'Auribeau-sur-Siagne et ses abords* ». Comme pour la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol ces dispositifs respectaient la réglementation locale qui autorisait la publicité dans cet espace.

²³ Article 6/5 sur les abris destinés au public. Ceux-ci peuvent voir leur capacité à recevoir de la publicité augmenter en fonction de la surface abritée au sol.



Mât porte-affiche et publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques installées dans le site inscrit « *Village d'Auribeau sur Siagne et ses abords* », Pégomas.

Malgré la présence de dispositifs publicitaires dans le site inscrit, ceux-ci respectaient néanmoins la réglementation locale. En effet, le RLP de Pégomas, datant de novembre 2000, autorisait la publicité dans ces espaces.

La publicité apposée sur un mur ou une clôture :

Seules 3 publicités apposées sur mur ou clôture ont été relevées sur le territoire de Pégomas. La surface de ces dispositifs varie entre 1,5 et 8 mètres carrés.



Publicité apposée sur mur aveugle (8m²), Pégomas.

Les publicités sur mur ou clôture sont principalement impactées par les infractions liées à des dispositifs installés sur des clôtures ou mur non-aveugle. Ces publicités sont généralement des publicités « sauvages » posées sans autorisation, parfois temporairement, souvent oubliées, et servant principalement de pré-enseignes pour guider les usagers vers une activité déterminée. Par ailleurs, l'une de ces publicités est également installée dans le site inscrit « *Village d'Auribeau-sur-Siagne et ses abords* ».



Publicités apposées sur clôtures non-aveugles (1,5m² et 2 m²), Pégomas.

La publicité lumineuse :

La publicité lumineuse est très peu présente sur la commune de Pégomas puisqu'on la retrouve sur certains mobiliers urbains supportant de la publicité (« *sucette* » et abris destinés au public) et sur un seul dispositif publicitaire.



Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol éclairée par projection, Pégomas.

La totalité des dispositifs lumineux sont éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

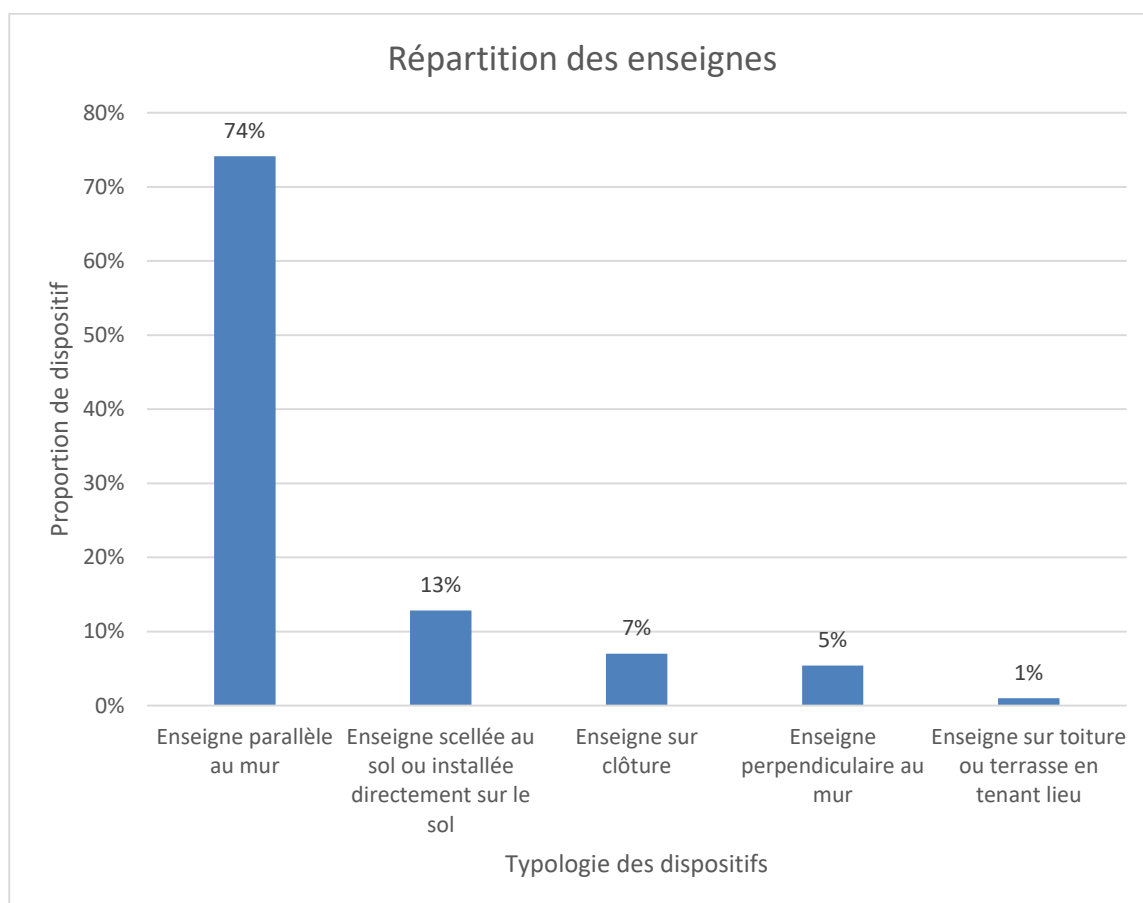
Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques. Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Le RLP de Pégomas ne pose actuellement aucune règle concernant ces dispositifs particuliers, ils sont donc encadrés dans les conditions fixées par le Code de l'environnement.

2. Les caractéristiques des enseignes

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou en secteur où il y a peu d'enseignes.

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

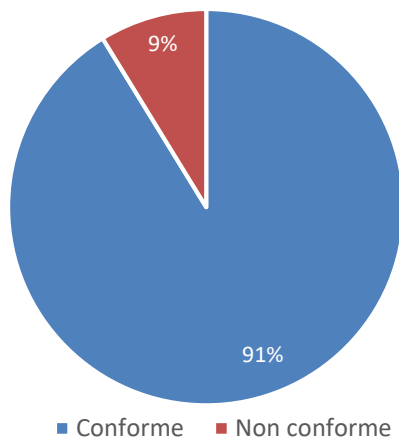
Cinq grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal réparties de la manière suivante :



501 enseignes ont été recensées sur le territoire communal.

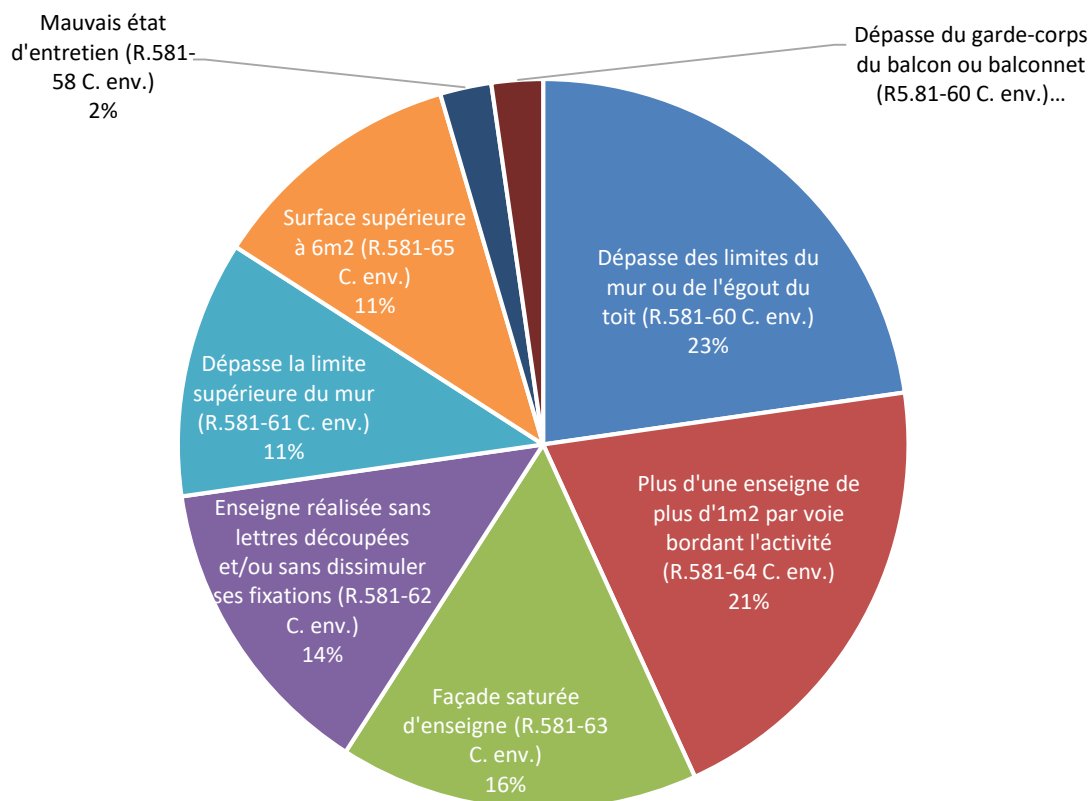
Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.

Conformité des enseignes au code de l'environnement



On constate que 44 dispositifs sont non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 9% des enseignes de Pégomas. Ces infractions sont réparties de la manière suivante (graphique ci-après) :

Types d'infractions des publicités et préenseignes



L'enseigne parallèle au mur :

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



Enseignes parallèles réalisées avec un panneau de fond, Pégomas.



Enseignes parallèles réalisées en lettres ou signes découpés, Pégomas.



Enseignes parallèles réalisées en lettres ou signes découpés, Pégomas.

Quelques enseignes sur balcon, sur auvent ou marquise ont également été recensées. Généralement de petite taille, elles viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.



Enseignes sur balcon masquant l'architecture des bâtiments, Pégomas.



Enseigne sur auvent, réalisée avec un panneau de fond et masquant l'architecture des bâtiments, Pégomas.

Les enseignes sur clôture (en particulier sur clôture non aveugle) ne représentent que 7% des enseignes de Pégomas. Ce type d'enseigne est plus présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau nationale. A ce titre, elles sont traitées dans la partie dédiée aux enseignes parallèles au mur.



Enseignes apposées sur clôtures non-aveugles, Pégomas.



Enseigne apposée sur clôture aveugle et cumul d'enseignes installées sur clôture non-aveugle, Pégomas.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation (ne pas dépasser les limites du mur ou de l'éégout du toit) et sa surface (respect de la proportion par rapport à la surface de la façade).



Façades saturées d'enseignes, Pégomas.



Enseigne parallèle au mur dépassant des limites du mur, Pégomas.

Enfin, malgré l'absence de règles locales sur les enseignes parallèles au mur, l'action de l'ABF se fait ressentir sur plusieurs devantures et enseignes parallèles du territoire.



Enseignes réalisées en lettres découpées et bien intégrées à la devanture de l'activité, Pégomas.

L'enseigne perpendiculaire au mur :

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 5% des enseignes du territoire et disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.



Enseigne perpendiculaire au mur « allongée » et enseigne perpendiculaire au mur « carrée », Pégomas

Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville.



Cumul d'enseignes perpendiculaires au mur et alignement des enseignes parallèles et perpendiculaires respectant les perspectives du bâtiment, Pégomas.

AR Prefecture

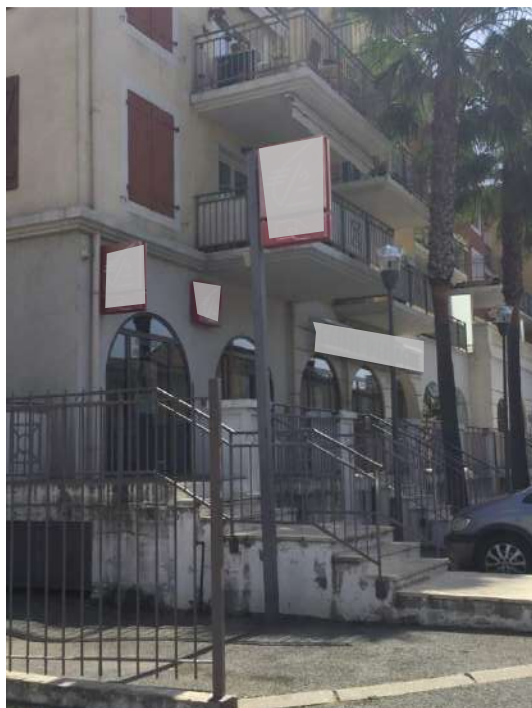
006-210600904-20230628-CM280623_41B-DE
Reçu le 13/07/2023



Enseigne perpendiculaire au mur avec une saillie importante, Pégomas.

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

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseigne la plus répandue (13%). Elles sont particulièrement présentes sur les zones d'activités économiques de la Commune et participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



Enseigne scellée au sol de type « mât » et enseigne scellée au sol de type « panneau », Pégomas.



Enseignes scellées au sol de type « totem », Pégomas.



Enseignes scellées au sol de type « drapeau », Pégomas.

On relève plus d'une centaine d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule. Une quinzaine d'enseignes scellées au sol ne respectent pas l'implantation à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (H/2).



Enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol en surnombre par voie bordant l'activité, Pégomas.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en surnombre par voie bordant l'activité, Pégomas.

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu :

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu ne compte que pour 1% du total des enseignes relevées. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



Enseigne sur toiture réalisée en lettres ou signes découpés, Pégomas.

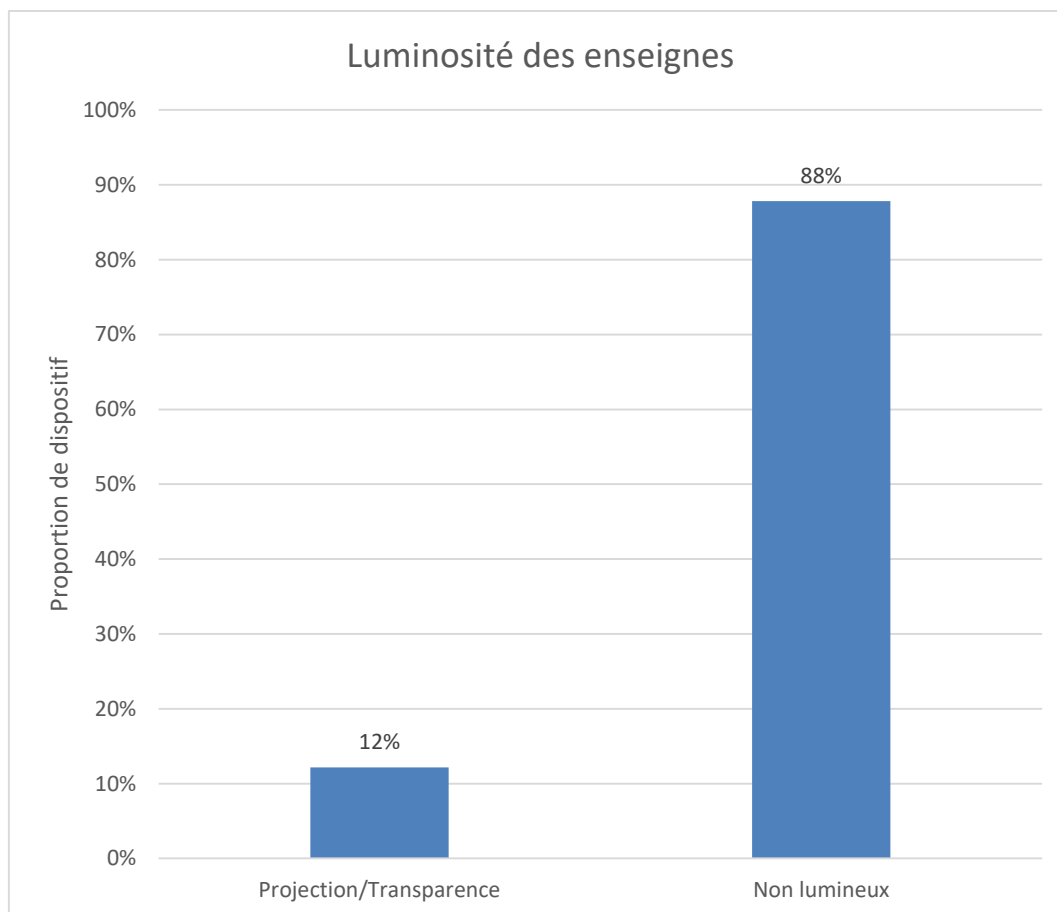


Enseigne sur toiture réalisée avec un panneau de fond, Pégomas.

Bien que la moitié de ces enseignes sur toiture ne dépassent pas 24m², elles sont souvent visibles de très loin fermant parfois des perspectives alors que bien souvent elles pourraient être apposées en façade sans avoir un impact paysager trop dommageable. Une réflexion pourra être menée pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le territoire. On relève plus d'une quinzaine d'enseignes sur toiture réalisée avec un panneau de fond ou des fixations non dissimulées.

L'enseigne lumineuse :

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.



Les enseignes lumineuses représentent près de 27% des enseignes recensées. Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.



Aucune enseigne numérique n'a été localisée sur le territoire communal. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

III. Enjeux en matière de publicité extérieure

Au-delà de la réglementation en vigueur sur le territoire évoquée précédemment, il apparaît d'autres problématiques en matière de publicité que seule la mise en place d'un RLP pourra appréhender.

Enjeu n°1 : la préservation des espaces où la publicité extérieure est peu présente

Le diagnostic de terrain a montré qu'il existe des secteurs : zones résidentielles, site inscrit, où il y a peu de publicité extérieure. Hormis les enseignes des activités, ces zones comportent aussi du mobilier supportant de la publicité. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.



Enjeu n°2 : une densité publicitaire parfois élevée et des formats publicitaires importants le long des axes structurants et dans les zones d'activités

Les règles de densité issues du RLP de 2000 pourront être adaptées par la future réglementation locale pour s'adapter aux nouveaux enjeux du territoire. En effet, il est impératif de mettre en place une règle de densité qui permette d'éviter la surenchère de dispositif publicitaire.

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



Densité importante de publicité, Pégomas.



Densité importante de publicité, Pégomas.

Enjeu n°3 : La place du mobilier urbain publicitaire dans le paysage

La publicité supportée sur le mobilier urbain est présente sur l'ensemble du territoire y compris dans les zones d'interdictions relatives pour lesquelles des dérogations sont nécessaires. Ce mobilier urbain publicitaire occupe une place importante dans le paysage urbain. Les autres catégories de mobilier supportant de la publicité sont essentiellement des abris destinés au public, les mâts porte-affiche et des « *sucettes* ». Par ailleurs, le RLP actuel limite la publicité apposée sur mobilier urbain à 2m², sauf rare exception²⁴.



Publicité supportée par du mobilier urbain, 2m², Pégomas.

Enjeu n°4 : l'impact des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ou encore des enseignes sur clôture sur le paysage

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol peuvent avoir un impact similaire aux publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol. Le futur RLP pourra donc prescrire des règles locales permettant de limiter l'impact de ces dispositifs.

Les enseignes sur toiture sont présentes en nombres très restreintes sur le territoire mais peuvent malgré tout avoir un impact important sur le paysage du fait de leur implantation et de leur format. De nombreux RLPI limitent fortement, voire interdisent l'implantation d'enseignes sur toiture dans certains secteurs (Bordeaux Métropole, Dijon Métropole), pour préserver et/ou améliorer le cadre de vie.

Les enseignes sur clôture peuvent nuire fortement à la qualité des paysages dès lors qu'elles sont trop nombreuses sur un même support et/ou dès lors qu'elles couvrent de manière importante la clôture. Des limites en termes de nombre et de surface pourront être envisagées dans le RLP pour répondre à cet enjeu.

²⁴ : Article 6 du RLP datant de novembre 2000



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de grand format et enseigne sur clôture non-aveugle, Pégomas.

Enjeu n°5 : le maintien de la qualité des enseignes en façade

Les enseignes présentes en façade sont globalement bien intégrées même si on relève quelques infractions à la réglementation nationale. Un ajustement sur le nombre d'enseignes perpendiculaires et la saillie de ces dernières permettra de répondre à la préservation d'un cadre de vie de qualité. La mise en place de règles permettant d'entériner la qualité des enseignes en façades pourra être envisagée dans le futur règlement.



Enseignes en façades qualitatives et bien intégrées à la façade de l'activité, Pégomas.

Enjeu n°6 : la place des dispositifs lumineux

Compte tenu de son appartenance à l'unité urbaine de Nice, le territoire doit fixer une plage d'extinction nocturne pour les publicités et pré-enseignes lumineuses dans son RLP. Une attention particulière doit être portée aux enseignes et aux publicités numériques dont l'impact sur le paysage est particulièrement polluant. En effet, ces dispositifs consomment de l'énergie et peuvent générer des nuisances visuelles du fait du défilement d'images ou de vidéos.



Enseigne lumineuse bien intégrée à la façade commerciale, Pégomas.

L'étude des paysages présents sur le territoire communal permet d'appréhender les problématiques paysagères liées à l'affichage extérieur.

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

1. Les objectifs

Par une délibération n°2019-02 en date du 31 janvier 2019, la commune de Pégomas a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- Mettre le règlement en conformité avec les évolutions législatives et réglementaires ;
- Adapter le règlement de manière à tenir compte des caractéristiques et évolutions locales ;
- Définir des zones de manière à réglementer l'implantation des différents dispositifs de publicité tenant compte également de la spécificité des différents quartiers notamment Le Logis, Le Château ; la zone économique de Gambe-Torte (La Fénerie) ainsi que le périmètre du site inscrit ;
- Mettre en valeur les entrées de ville ;
- Tenir compte du projet de Plan Local d'Urbanisme arrêté par délibération du 12 juillet 2018 dans la définition du zonage.

2. Les orientations

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

Orientation n°1 :

Entériner les dérogations existantes dans le RLP en autorisant la publicité de manière limitative (uniquement sur mobilier urbain) dans le site inscrit « *Village d'Auribeau sur Siagne et ses abords* », dans lequel le Code de l'environnement (L.581-8 C. env.) interdit de manière relative la publicité ;

Orientation n°2 :

Préserver les secteurs peu touchés par la pression publicitaire, comme le centre-ville de Pégomas, et tendre vers une simplification des règles de manière générale.

Orientation n°3 :

Réduire le format et/ou la densité des dispositifs publicitaires sur le territoire de Pégomas pour en limiter l'impact sur le paysage, notamment en zones d'activités, sur les axes structurants et en entrées de ville.

Orientation n°4 :

Maintenir les acquis issus du RLP de novembre 2000 en matière de publicité apposée sur le mobilier urbain pour maintenir l'aspect qualitatif de ces dispositifs et leur faible impact sur le paysage communal, notamment en centre-ville ou au sein du site inscrit.

Orientation n°5 :

Instituer une plage d'extinction nocturne des publicités, enseignes et pré-enseignes lumineuses et encadrer les dispositifs lumineux (dont le numérique) pour en réduire l'impact paysager, économique et écologique.

Orientation n°6 :

Interdire certaines implantations d'enseignes impactantes en matière d'intégration paysagère, notamment dans les espaces patrimoniaux sensibles (site inscrit) ou encore en centre-ville (sur balcon, sur toiture, sur clôture, etc.).

Orientation n°7 :

Réduire le nombre et la taille des enseignes implantées en façades d'activités (parallèles et perpendiculaires) de façon à privilégier une bonne lisibilité des activités qu'elles signalent et à assurer une meilleure intégration dans l'environnement.

Orientation n°8 :

Encadrer le format et la densité des enseignes scellées au sol ou installées directement au sol (drapeau, chevalet) impactant fortement le paysage et notamment celles de plus d'un mètre carré, situées en zones d'activités ou hors agglomération.

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage en cohérence avec les caractéristiques et enjeux du territoire de Pégomas. Ainsi, les 3 zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le centre-ville de Pégomas, le secteur du Château, les agglomérations situées en site inscrit, les secteurs Cabrol et de la Fénerie.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les secteurs résidentiels et les axes structurants de l'agglomération principale.

Les secteurs situés en dehors des 2 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les pré-enseignes y sont interdites, sauf exception²⁵.

Par ailleurs, conformément à l'arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016, confirmé par un second arrêt du 8 novembre 2017²⁶, les surfaces maximales évoquées ci-après pour les publicités et pré-enseignes, doivent s'entendre comme étant des surfaces maximales « hors tout », comprenant non seulement la surface d'affichage mais également l'encadrement des dispositifs publicitaires, sauf indications contraires.

Un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy²⁷, a également précisé qu'« il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique » dans le cadre de l'application de la règle de densité.

La zone de publicité n°1 est la plus restrictive car elle comprend les principaux enjeux paysagers sur la Commune. En effet, cette zone comprend l'ensemble de la partie d'agglomération située dans un espace de protection patrimoniale, en l'occurrence le site inscrit du « Village d'Auribeau-sur-Siagne et ses abords ». En plus de cela, la Commune a souhaité insérer les secteurs U1 inscrits dans le PLU dans cette zone, il s'agit du secteur du Château et du centre-ancien. La volonté de la Commune au sein de la ZP1 va être de limiter la publicité pour répondre aux enjeux paysagers et patrimoniaux de cette zone. De ce fait, par dérogation, uniquement la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain sera autorisée dans une limite d'une surface de 2 m² et de 4.5 m de haut pour les mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général, local ou d'œuvres artistiques (« sucette »). Les règles de cette zone auront pour conséquence la suppression de l'ensemble des publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ainsi que les publicités et pré-enseignes sur mur.

²⁵ Cf. p. 19 du présent rapport de présentation, concernant les pré-enseignes dérogatoires.

²⁶ : CE, 20 octobre 2016, n°395494 et CE 8 novembre 2017, n°408801.

²⁷ CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986.

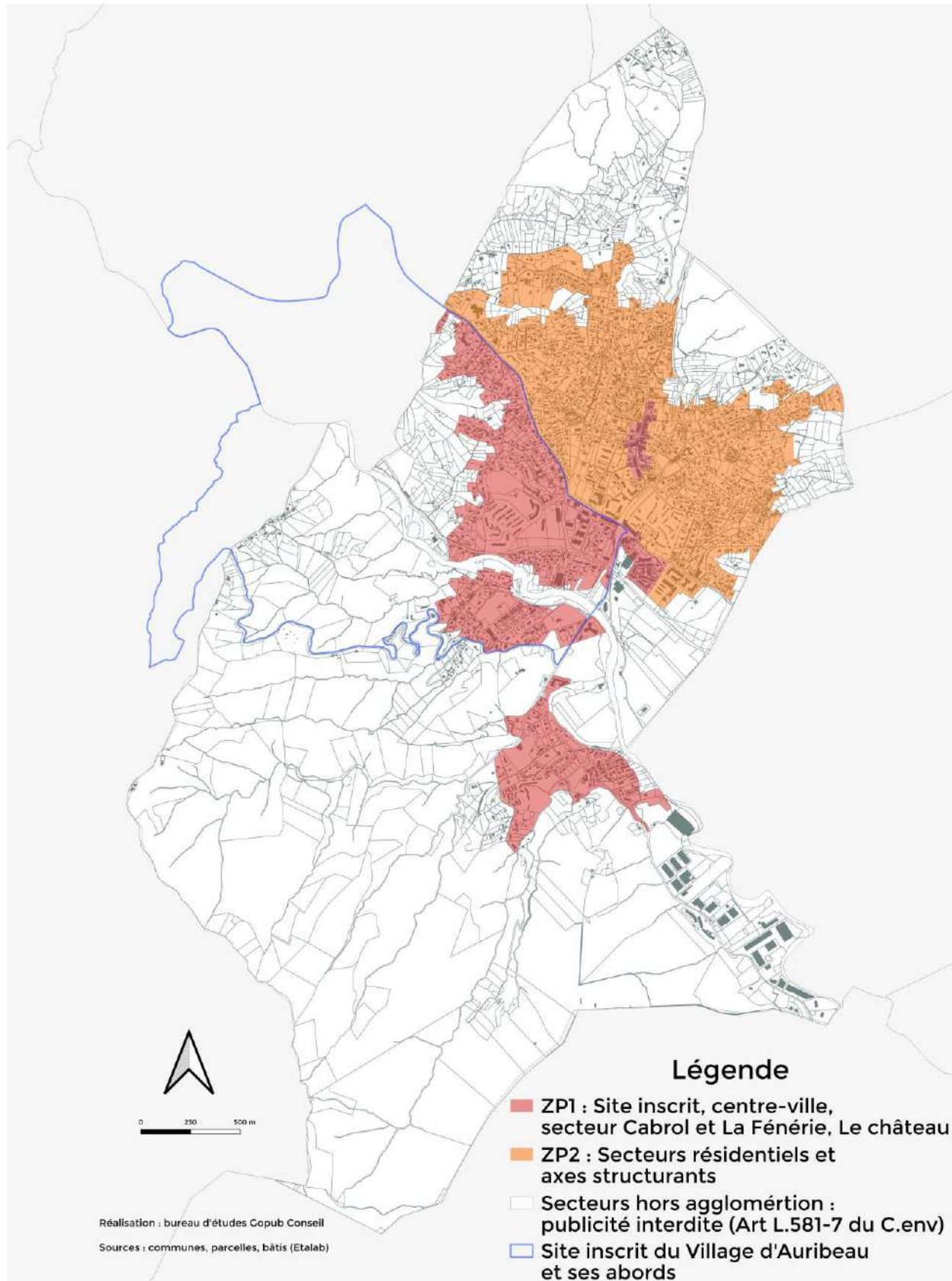
La zone de publicité n°2 est plus permissive en termes de publicité en autorisant notamment les publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ainsi que les dispositifs apposés sur mur en plus des publicités apposées sur le mobilier urbain. Ces dispositifs publicitaires sont autorisés dans une limite de surface de 4 m² d’affiche et 5 m² hors-tout ainsi que d’une hauteur de 6 m de haut. La Commune souhaite ainsi réduire l’impact paysager des publicités et pré-enseignes sur le territoire en adaptant les formats aux caractéristiques urbanistiques et économiques de la Commune (absence de grandes zones d’activités). Afin de limiter le développement de ces dispositifs, une règle de densité est mise en place autorisant uniquement les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol et les dispositifs apposés sur mur sur les unités foncières avec un linéaire de plus 35 mètres. De plus, ils sont limités à un dispositif par unité foncière. Cette règle va permettre d’encadrer ces dispositifs et de limiter la succession de ces dispositifs dans une même vue paysagère. Afin d’améliorer l’intégration paysagère des publicités et pré-enseignes, les publicités sur mur devront être placées à au moins 0,50 mètre des arêtes du mur. Le bardage est obligatoire pour les faces non exploitées des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol si une seule face est exploitée. La publicité numérique sera autorisée uniquement dans cette zone dans une limite d’une surface de 2 m² et d’une hauteur au sol de 2,5 mètres. Ces dimensions vont permettre de limiter l’impact lumineux de ces dispositifs.

L’ensemble des publicités et pré-enseignes des 2 zones de publicités, y compris le mobilier urbain, est soumis à la plage d’extinction nocturne de 23h00 à 06h00, conformément à la réglementation nationale²⁸. Cette règle locale a pour but de réaliser des économies d’énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs. A noter que la publicité lumineuse apposée sur les abris destinés au public (abris-bus) pourra rester allumée au-delà de 23 heures et ce, jusqu’au passage du dernier bus pour des raisons pratiques pour les usagers.

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la réglementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du code de l’environnement⁴³.

²⁸ « Dans les unités urbaines de plus de 100 000 habitants, les obligations et modalités d’extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu’il identifie. » (Article R.581-35 du Code de l’environnement)

Zonage des publicités sur la commune de Pégomas



2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Le RLP met en place 2 zones d'enseignes afin notamment de prendre en compte les particularités de certains secteurs du territoire notamment les zones d'activités.

- La zone d'enseigne n°1 (ZE1) couvre les zones urbaines et hors agglomération à l'exception des zones d'activités.
- La zone d'enseigne n°2 (ZE2) couvre les zones d'activités de la Commune.

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

- Les arbres et les plantations ;
- Les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Les enseignes éclairées par des caissons lumineux ;
- Les enseignes numériques à l'exception de services d'urgence.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne entre 23h00 et 06h00, à l'identique de celle qui est applicable à la publicité pour préserver le paysage nocturne. Concernant les enseignes lumineuses, il est uniquement autorisé les enseignes éclairées par projection (spot) ainsi que les enseignes éclairées par transparence s'il s'agit de lettres et signes découpés. Les caissons lumineux, les éclairages par néon et les enseignes numériques sont donc interdites en raison de leur fort impact paysager.

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

En zone d'enseigne n°1, la Commune souhaite être vigilante sur la bonne intégration paysagère des enseignes parallèles et perpendiculaires au mur. Les enseignes parallèles doivent se tenir au niveau d'occupation de l'activité dans le bâtiment. La Commune souhaite mettre en place une cohérence sur l'implantation de ces enseignes afin de préserver son centre ancien notamment.

En zone d'enseigne n°2, afin de permettre la bonne visibilité des activités situées en retrait ou éloignées de la voie publique, c'est la réglementation nationale qui s'appliquera pour les enseignes parallèles au mur. De plus, les enseignes sur toiture seront autorisées dans une limité de 25 m² contrairement au reste du territoire.

A noter que pour certains types de dispositif, la Commune a souhaité harmoniser les règles pour avoir une cohérence à l'échelle de la Commune et faciliter la compréhension et la mise en application du règlement. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol seront autorisées sur l'ensemble du territoire dans une limite de 4 m² et de 4 mètres de haut. Ces dispositifs sont autorisés en ZE1 car l'on retrouve des activités en retrait de voirie nécessitant de se signaler par des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. La Commune n'a pas souhaité mettre en place de règles favorisant les totems car la ZE1 est située en zone inondable et ce type de dispositif pourrait gêner le bon écoulement des eaux. Lorsque plusieurs activités sont situées sur une même unité foncière, elles devront regrouper leurs enseignes scellées au sol sur un même support. Un support regroupant plusieurs activités pourra avoir un format allant jusqu'à 6 m² et une hauteur au sol de 6 mètres. Le but de cette

régle est d'éviter une surenchère d'enseignes gênant ainsi la bonne lisibilité et visibilité des messages.

Les enseignes sur clôture sont également limitées en nombre à un dispositif par voie bordant l'activité et ne peuvent dépasser une surface de 1 m² sur l'ensemble du territoire.

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

