

Département du Var

## Commune du VAL



## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

## Tome 1 : rapport de présentation

**Version arrêtée**

PRESCRIT EN CONSEIL MUNICIPAL LE 16 OCTOBRE 2020 PAR LA DELIBERATION N°2020-086

ARRETE EN CONSEIL MUNICIPAL LE XX SEPTEMBRE 2023



## Sommaire

Tables des abréviations .....	4
Introduction .....	5
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	8
1. Définitions .....	9
1.1. Le règlement local de publicité .....	9
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement .....	10
1.3. La notion d'agglomération .....	12
1.4. La notion d'unité urbaine .....	13
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire .....	14
2.1. Les interdictions absolues .....	14
2.2. Les interdictions relatives .....	17
3. Les règles applicables au territoire .....	20
3.1. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	20
4. Régime des autorisations et déclarations préalables .....	22
4.1. L'autorisation préalable .....	22
4.2. La déclaration préalable .....	22
5. Les compétences en matière de publicité extérieure .....	23
6. Les délais de mise en conformité .....	24
II. Les enjeux liés au parc d'affichage .....	25
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes .....	25
1.1. Généralités .....	25
1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol .....	29
1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture .....	32
1.4. La densité .....	36
1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain .....	39
1.6. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.	42
1.7. Les dispositifs installés à l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération	43
1.8. Publicités / préenseignes lumineuses .....	44
2. Les enjeux en matière d'enseignes .....	49
2.1. Généralités .....	49
2.2. Enseignes parallèles au mur .....	52



2.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon .....	55
2.4. Enseignes perpendiculaires au mur .....	56
2.5. La surface cumulée des enseignes .....	58
2.6. Enseigne sur clôture.....	60
2.7. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	62
2.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu .....	66
2.9. Enseignes lumineuses .....	68
2.10. Enseignes et préenseignes temporaires .....	70
<b>III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>73</b>
1. Les objectifs.....	73
2. Les orientations.....	73
<b>IV. Justification des choix retenus .....</b>	<b>75</b>
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes .....	75
2. Les choix retenus en matière d'enseignes .....	78

## Tables des abréviations

ABF	Architecte des bâtiments de France
AVAP	Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
EPT	Établissement public territorial
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
MGP	Métropole du grand Paris
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan local d'urbanisme
PLUi	Plan local d'urbanisme intercommunal
RLP	Règlement local de publicité
RLPi	Règlement local de publicité intercommunal
RNP	Règlement national de publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
SPR	Site patrimonial remarquable
UDAP	Unités départementales de l'architecture et du patrimoine
ZAC	Zone d'aménagement concerté
ZP	Zone de publicité
ZPPAUP	Zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager





## Introduction

La commune du Val est située dans le département du Var en pays de la Provence Verte. Elle compte 4293 habitants<sup>1</sup>.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression<sup>2</sup>, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les 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.

Au regard des enjeux fondamentaux dans ses matières, le législateur a entendu créer ainsi un régime particulier et dérogatoire d'encadrement de l'activité publicitaire lorsqu'elle est exercée par le biais d'enseignes ou de préenseignes ; ce choix particulier s'opère par le biais d'un régime de police administrative spéciale

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre législatif qui garantit la liberté d'expression constitutionnelle. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012<sup>3</sup> ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982<sup>4</sup>, afin de transformer les Règlements Locaux de Publicité (RLP), en de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement local de publicité (intercommunal) (RLP(i)) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

<sup>1</sup> Données démographiques de 2018 issues de l'INSEE (population totale)

<sup>2</sup> 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 préenseignes.

<sup>3</sup> Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

<sup>4</sup> Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.



Parmi les évolutions juridiques résultant de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment, sans que cela soit exhaustif :

- 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, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- La réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- La précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de tailles et de fonctionnement ;
- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

Par ailleurs, 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 titre V du livre 1er 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, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour l'élaboration ou la révision du RLP<sup>5</sup>.

En outre, l'article L.581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré normalement à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

Le RLP est élaboré sur la même base normative que les PLU et 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 collectivité concernée (intercommunalité ou commune) 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 et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;

---

<sup>5</sup> Article L 581-14 du Code de l'environnement



- **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 ce qui leur confère la même force juridique. 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 afin de permettre une meilleure coordination entre le champ d'application des différentes législations.

Le présent document constitue ainsi le « *rapport de présentation* » de ce RLP et élabore en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.





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

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques. Néanmoins depuis la loi « Climat » du 22 août 2021<sup>6</sup>, il est désormais possible dans le cadre de la mise en place d'un RLP ou RLPi d'encadrer les dispositifs lumineux apposés à l'intérieur d'un local fermé et visibles depuis une voie publique.

En application du code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation, mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc.

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires tel le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, etc.).

Le code de l'environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLP(i), le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des Communes concernées par le RLP(i)<sup>7</sup>. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP(i). C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU(i)<sup>8</sup>.

Enfin, le code de l'environnement renvoie également aux dispositions du code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'impératifs de sécurité routière. En effet, les articles R.418-1 à R.418-9 du code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou, qui conduiraient à en réduire la visibilité ou leur efficacité. Des

<sup>6</sup> LOI n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

<sup>7</sup> Article L.581-14-2 du code de l'environnement.

<sup>8</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine



dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et, de sa situation dans une agglomération.

## 1. Définitions

### 1.1. Le règlement local de publicité

Le RLP ou RLPi est un acte réglementaire, opposable à tous, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité et de le suppléer ou de le compléter, le cas échéant, aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

Le RLP(i) comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles nationales.

Le code de l'environnement et le règlement national de publicité constituent en effet des règles nationales qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, cette dernière ne peut normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales<sup>9</sup>.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règle nationale), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règle locale).

Le RLP(i) approuvé est annexé au PLU(i) afin de garantir son accessibilité dans un but de sécurité juridique.

---

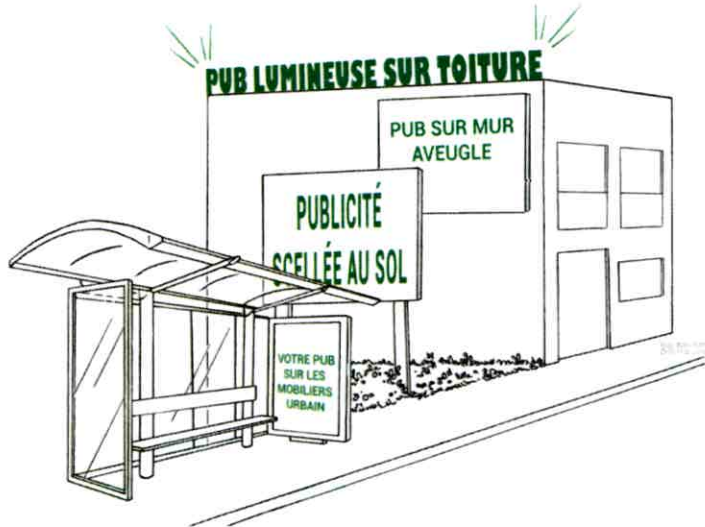
<sup>9</sup> CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains.





## 1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

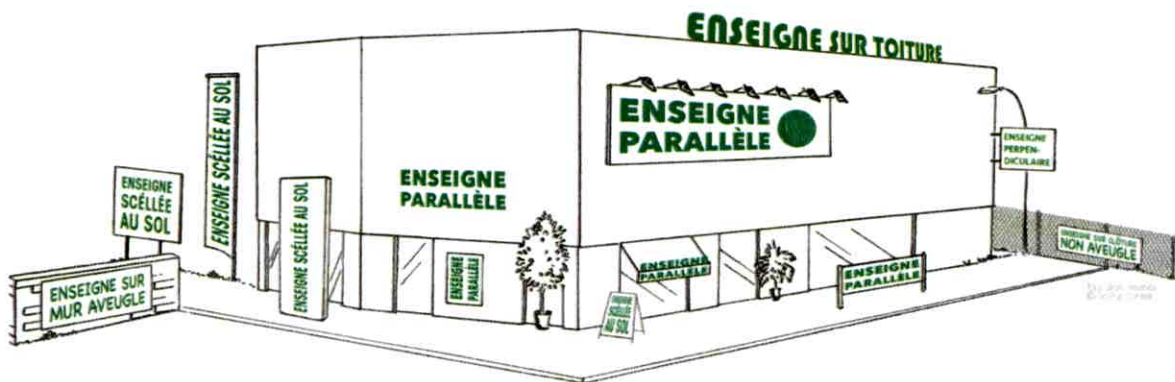
Constitue **une publicité**<sup>10</sup>, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.



En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter des inscriptions, formes ou images publicitaires, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

Toutefois, ne constituent pas des publicités, les inscriptions, formes ou images régies par des dispositions spécifiques dont les panneaux de signalisation routière, ferroviaire, aérienne, fluviales ou maritime, les panneaux et marques à caractère réglementaire ou obligatoire (affichage en matière d'urbanisme par exemple).

Constitue **une enseigne**<sup>11</sup> toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



<sup>10</sup> Article L581-3-1° du code de l'environnement

<sup>11</sup> Article L581-3-2° du code de l'environnement

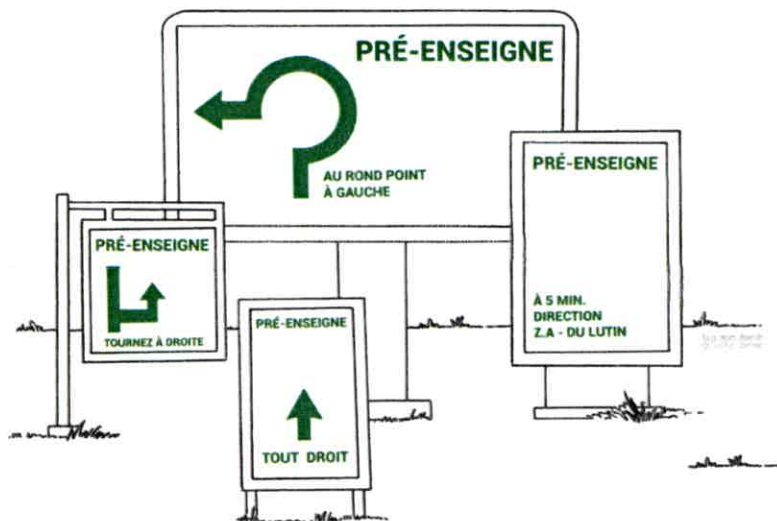
Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « *relatif à une activité* » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public.

Ne seront cependant jamais considérés comme des enseignes, les éléments régis par des législations spécifiques ayant un caractère obligatoire ou protégé (inscriptions intégrées à une protection au titre des monuments historiques par exemple).

Il est précisé que le RLP(i) régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue une **préenseigne**<sup>12</sup> toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message de signalétique correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP(i) n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

La **notion de surface unitaire du dispositif** mentionnée dans les articles du code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse<sup>13</sup> ou non<sup>14</sup> apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

<sup>12</sup> Article L581-3-3° du code de l'environnement

<sup>13</sup> CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

<sup>14</sup> CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

### 1.3. La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les affiches, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route »<sup>15</sup>. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « 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 », conformément à l'article R.110-2 du code de la route.

Ses limites sont fixées normalement par arrêté du maire<sup>16</sup> et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité<sup>17</sup>.

La notion d'agglomération est donc définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

A noter qu'en matière de publicité extérieure, c'est le seuil de 10 000 habitants dans une agglomération qui détermine les règles applicables par le code de l'environnement au sein de cette dernière.

Aux termes de l'article L 581-7 du code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière<sup>18</sup>, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places<sup>19</sup>. Elles peuvent aussi être autorisées par le RLP(i) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- Les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, etc.),
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite,

<sup>15</sup> Article L581-7 du code de l'environnement

<sup>16</sup> Article R.411-2 du code de la route

<sup>17</sup> Article R581-78 al. 2 du code de l'environnement

<sup>18</sup> Article R 110-2 du code de la route

<sup>19</sup> Article L581-3-3° du code de l'environnement





- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

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.

#### 1.4. La notion d'unité urbaine

La notion **d'unité urbaine** ne correspond pas à une collectivité juridique particulière, telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine.

On appelle ainsi unité urbaine 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.

Pour l'application de la réglementation des affiches et enseignes, le seuil de référence est de 100 000 habitants.

La commune appartient à l'unité urbaine de Brignoles qui compte 22 340 habitants<sup>20</sup>.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heures 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 ces images soient fixes.

---

<sup>20</sup> Selon les données INSEE de 2014

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

### 2.1. Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L.581-4 du code de l'environnement :

I. - *Toute publicité est interdite :*

1° *Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*

2° *Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*

3° *Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*

4° *Sur les arbres.*

Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporé au classement de protection.

En l'espèce, le Territoire de la commune du Val est concerné par l'interdiction absolue de publicité sur les immeubles inscrits ou classé au titre des monuments historiques à savoir :

- La Chapelle Notre-Dame-de-Pitié et les 4 oratoires inscrit 16 décembre 1998 et classé le 3 janvier 2000 ;
- Abri A des Eissartènes et abri B inscrit le 23 juin 1992.

L'interdiction absolue de publicité s'applique également sur les arbres, les monuments naturels et dans les sites classés.

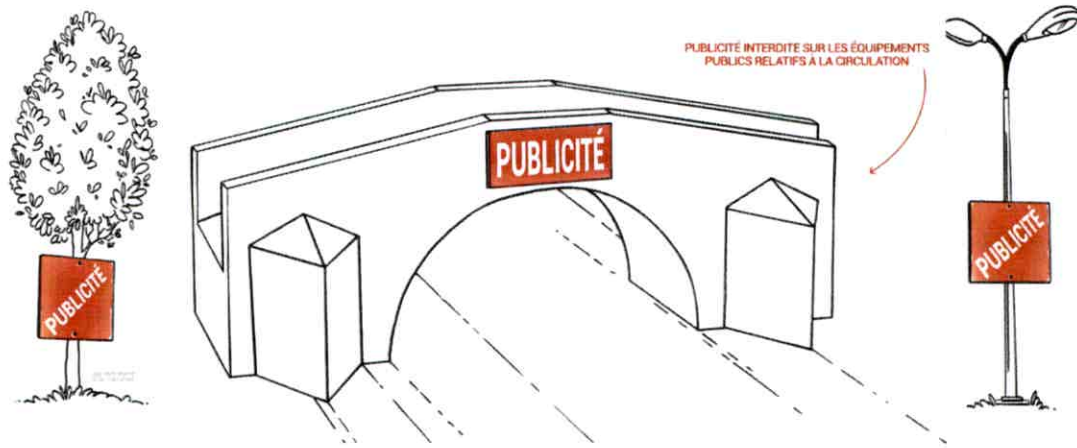




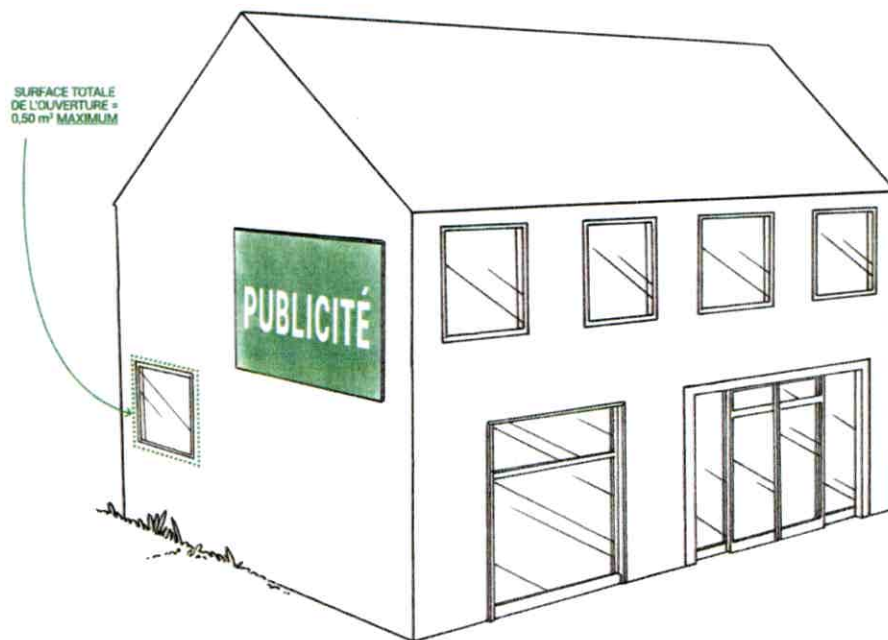
La partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions<sup>21</sup>.

Ainsi, la publicité est également interdite :

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 ;



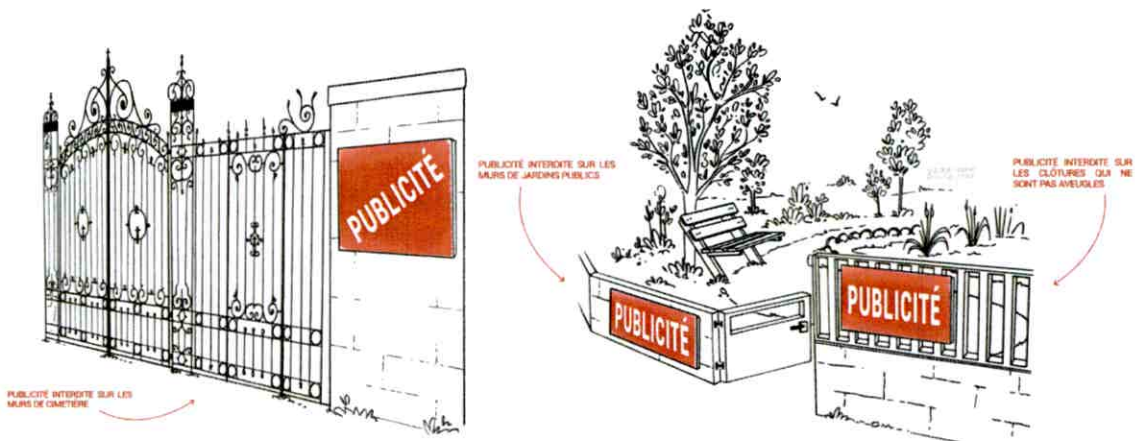
2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

<sup>21</sup> Article R.581-22 du code de l'environnement.

4° Sur les murs de cimetière et de jardin public.



## 2.2. Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP(i)<sup>22</sup>.

Ces interdictions relatives concernent :

- 1° Les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine ;*
- 2° Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code ;*
- 3° Les parcs naturels régionaux ;*
- 4° Les sites inscrits ;*
- 5° Les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 du code de l'environnement ;*
- 6° (abrogé)*
- 7° L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
- 8° Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du code de l'environnement.*

Le territoire de la commune du Val est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci »<sup>23</sup>

« La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé »<sup>24</sup>

En l'espèce, cette protection s'applique à la liste de monuments classés et inscrits énumérés ci-avant.

Elle s'applique également :

- Aux périmètres de 500 mètres autour des monuments historiques des 4 Dolmens des Adrets situés sur la commune de Brignoles dont une partie du périmètre déborde sur la commune du Val (ces périmètres sont situés hors agglomération).

L'interdiction relative de publicité s'applique également dans les zones Natura 2000, à savoir :

- La zone Natura 2000 Val d'Argens

<sup>22</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement.

<sup>23</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine.

<sup>24</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine.

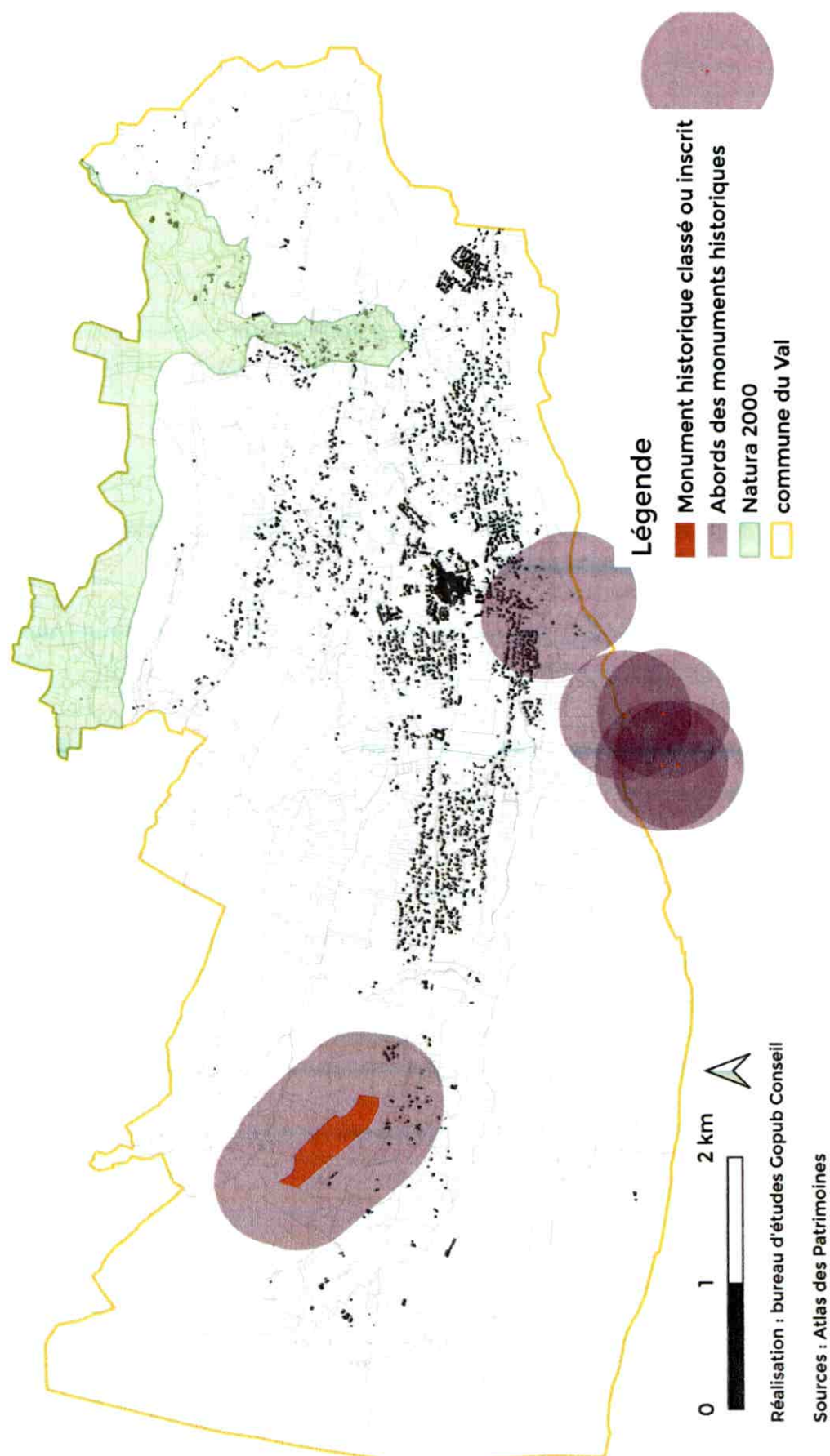


La commune n'est pas concernée par d'autres interdictions comme les sites patrimoniaux remarquables ou les sites inscrits.

Les cartographies ci-après représentent l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire du Val.



## Les interdictions absolues et relatives de publicité sur la commune du Val





### 3. 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 n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

A noter que la commune ne possède pas de RLP jusqu'à présent et est donc actuellement soumise uniquement à la réglementation nationale.

#### 3.1. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes 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 préenseignes 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	Préenseignes 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 agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000

		habitants
<b>Durée d'installation</b>	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



## 4. Régime des autorisations et déclarations préalables

### 4.1. 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.

### 4.2. 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 préenseignes 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.





## 5. 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 :

	Avant le 1 <sup>er</sup> janvier 2024		Après le 1 <sup>er</sup> janvier 2024	
Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- EPCI compétent en matière de RLP(i)</li> <li>- Communes de moins de 3500 habitants</li> </ul>	Autres communes
Compétence d'instruction	Préfet	Maire	Président de l'EPCI (les communes peuvent s'opposer au transfert de compétence)	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire	Président de l'EPCI (les communes peuvent s'opposer au transfert de compétence)	Maire

La loi Climat et résilience adoptée le 22 août 2021<sup>25</sup> est venue modifier les répartitions des compétences de police en matière de publicité extérieure en transférant ces compétences du préfet aux Maires des communes que celles-ci possèdent ou non un RLP ou RLPi sur son territoire. Ce transfert de compétence sera effectif à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024. A noter que lorsque l'EPCI est compétent en matière de PLUi et donc de RLPi, cette compétence est transférée directement au président de l'EPCI. Dans les communes de moins 3500 habitants, cette compétence est également transférée au Président de l'EPCI y compris pour les EPCI non compétents en matière de RLPi. Les communes peuvent refuser le transfert de cette compétence au président de l'EPCI.

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.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

<sup>25</sup>Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets



## 6. 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(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous<sup>26</sup> :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction au RLPi
<b>Publicités et préenseignes</b>	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015.	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
<b>Enseignes</b>	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018.	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité

<sup>26</sup> Articles L.581-43 et R.581-88 du code de l'environnement.



## II. Les enjeux liés au parc d'affichage

Un inventaire exhaustif des publicités, préenseignes de plus d'1,5 m<sup>2</sup> ainsi qu'un recensement partiel des enseignes situées sur le territoire de la commune du Val a été effectué en octobre 2022. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire de la commune de Lanton.

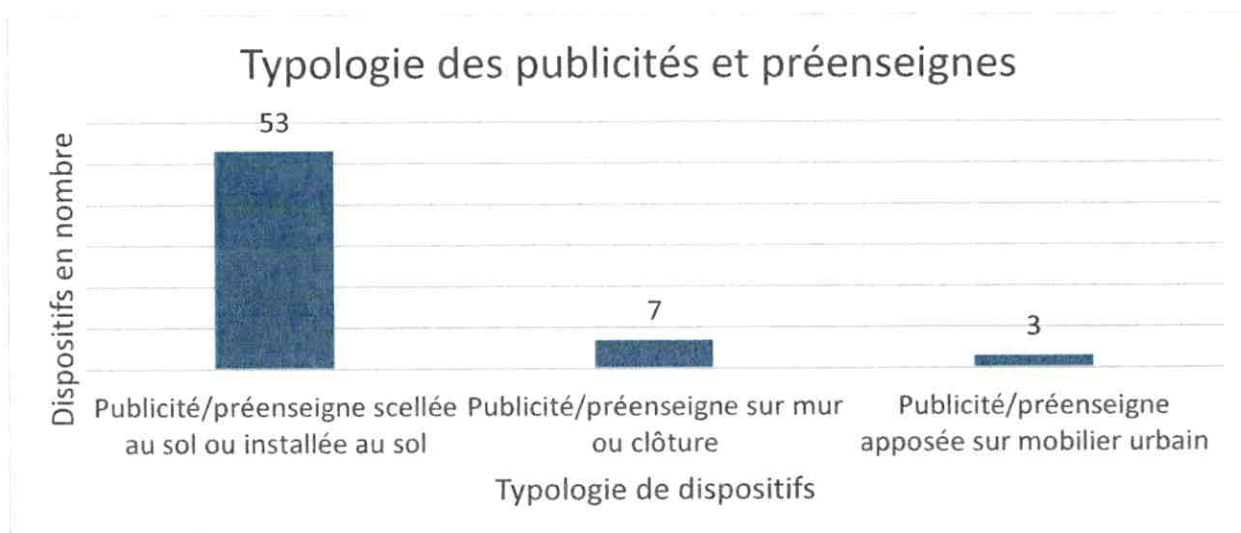
### 1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

#### 1.1. Généralités

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 préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le Code de l'environnement précise que « *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 exploitent* »<sup>27</sup>.

63 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la commune du Val.

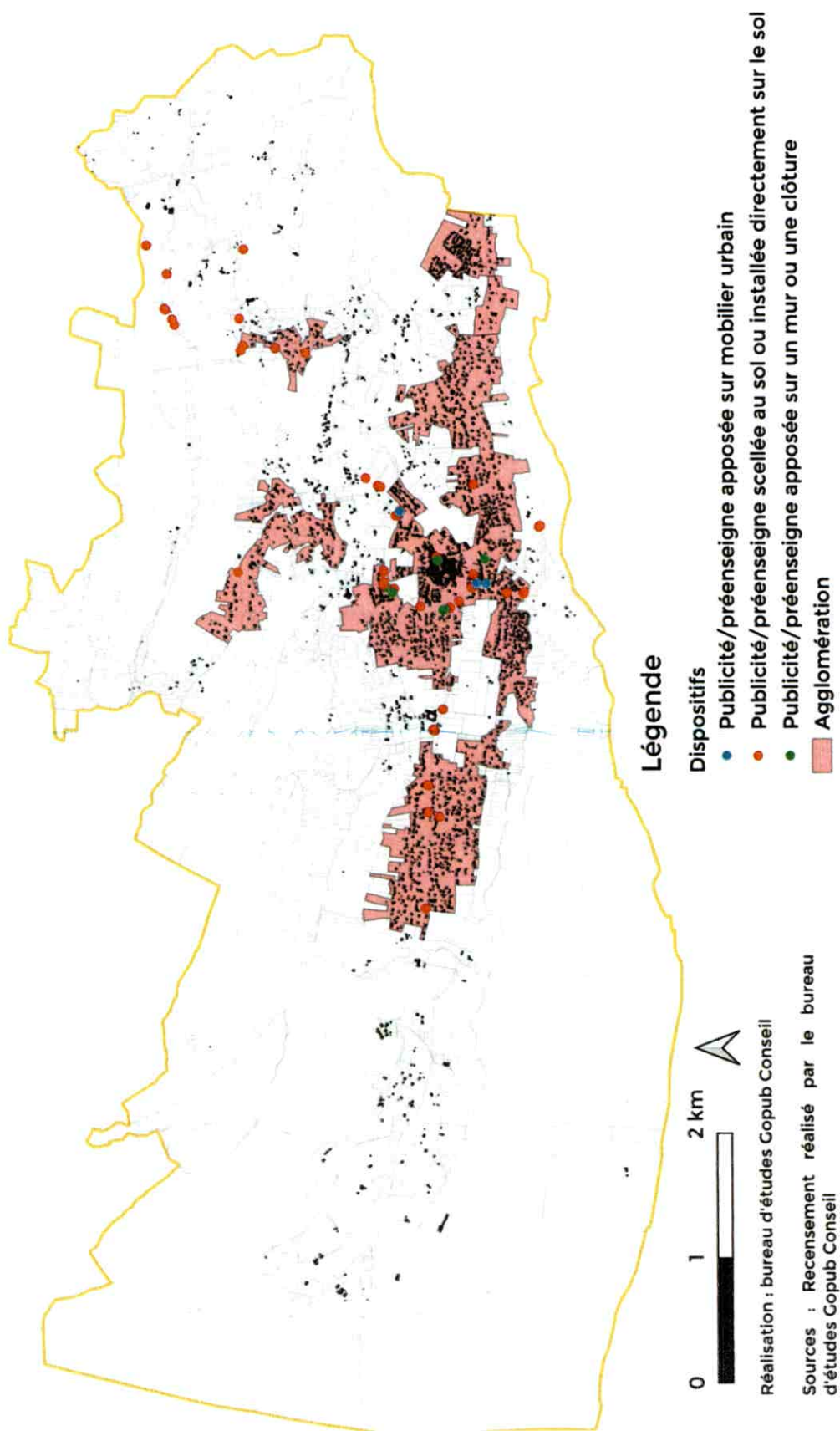


<sup>27</sup> Article R581-24 du code de l'environnement

Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de la commune du Val en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (84% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (11%). On compte également 5% de publicités apposées sur mobilier urbain.



## Localisation des publicités et préenseignes sur la commune du Val



Envoyé en préfecture le 04/10/2023

Reçu en préfecture le 04/10/2023

Publié le

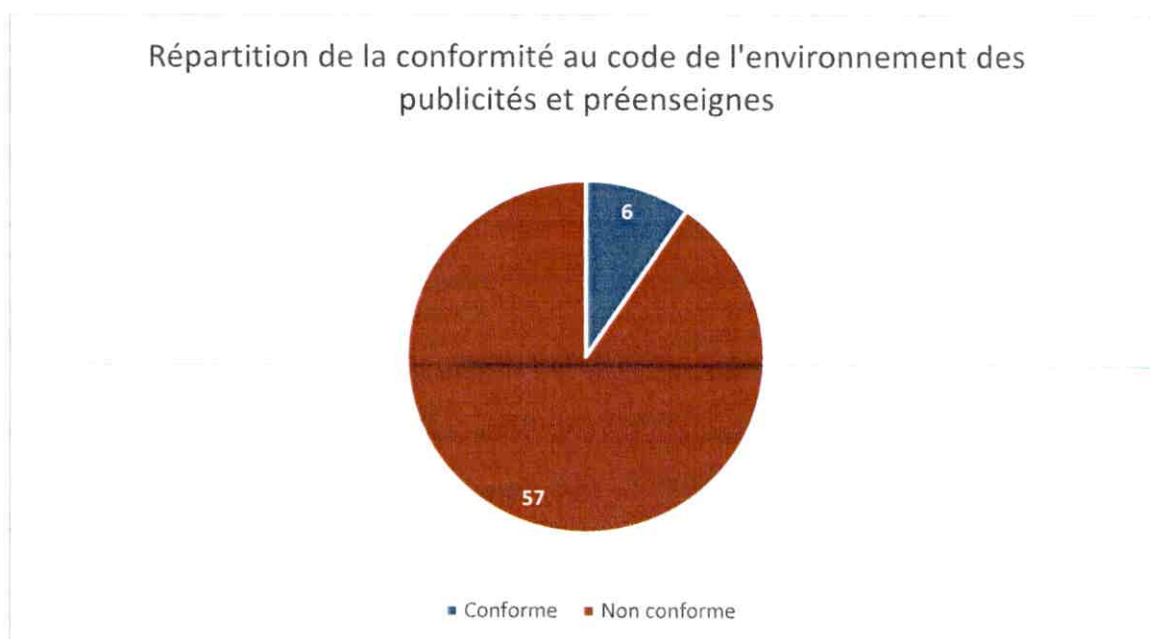
ID : 083-218301430-20230922-2023\_063-DE



La carte précédente permet d'identifier les principales localisations des publicités et préenseignes. Les principaux axes structurants ressortent comme la route de Bras, route de Brignoles et la route de Carcès et tout particulièrement le secteur de « contournement » du centre-ville du Val (D554 et D562). On relève également la présence de dispositifs publicitaires situés hors agglomération qui sont donc interdits par le code de l'environnement à l'exception des préenseignes dérogatoires.

A noter que le centre-ville est actuellement préservé de la présence de dispositifs publicitaires malgré l'absence de protections patrimoniales, le nouveau RLP pourra rechercher à préserver ce secteur composé de certaines façades qualitatives.

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



On constate que 57 dispositifs non-conformes au Code de l'environnement ce qui représente 90% des publicités et préenseignes de la commune du Val. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions.

Les principales infractions concernent la présence de publicités et préenseignes hors agglomération ainsi que la présence de dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol qui pour rappel représente 84% des dispositifs recensés.

L'élaboration du RLP permettra à la collectivité d'acquérir les compétences de police et d'instruction pour mettre en conformité les dispositifs a priori non-conformes.



## 1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La publicité scellée au sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. C'est le cas pour la commune du Val. De ce fait, l'intégralité de ces dispositifs sont interdits qu'ils soient en ou hors agglomération.

Le seul cas où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est autorisée est le cas des préenseignes dérogatoires (sous réserve qu'elles respectent les règles de dimensions et d'implantations)<sup>28</sup>.



Les dispositifs présents sont uniquement de petit format avec notamment une grande majorité de publicités ou préenseignes de 1,5 m² placées le long des routes départementales aussi bien en agglomération qu'hors agglomération.



Publicités et préenseignes scellées ou installées directement sur le sol, Le Val, octobre 2022.

<sup>28</sup> [Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires](#)



Publicités et préenseignes scellées ou installées directement sur le sol, Le Val, octobre 2022.

En raison des petits formats de ces dispositifs, leur impact paysager va être limité. Néanmoins, une présence nombreuse dans un même secteur peut créer un effet de surenchère dégradant les paysages.



Publicités et préenseignes scellées ou installées directement sur le sol, Le Val, octobre 2022.





Publicités et préenseignes scellées ou installées directement sur le sol, Le Val, octobre 2022.

Hormis quelques rares cas d'une présence de plusieurs publicités et préenseignes dans un même secteur, l'impact paysager de ces dispositifs est globalement limité sur la commune du Val en raison de leur format et de leur nombre réduit.

Des alternatives aux publicités et préenseignes scellées au sol ou installés directement sur le sol existent. Certaines activités peuvent être signalées par des signalétiques d'information locale (SIL), des panneaux de signalisation routière ou encore par les relais informations services (RIS).

### 1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de moins de 100 000 habitants, notamment en matière de :

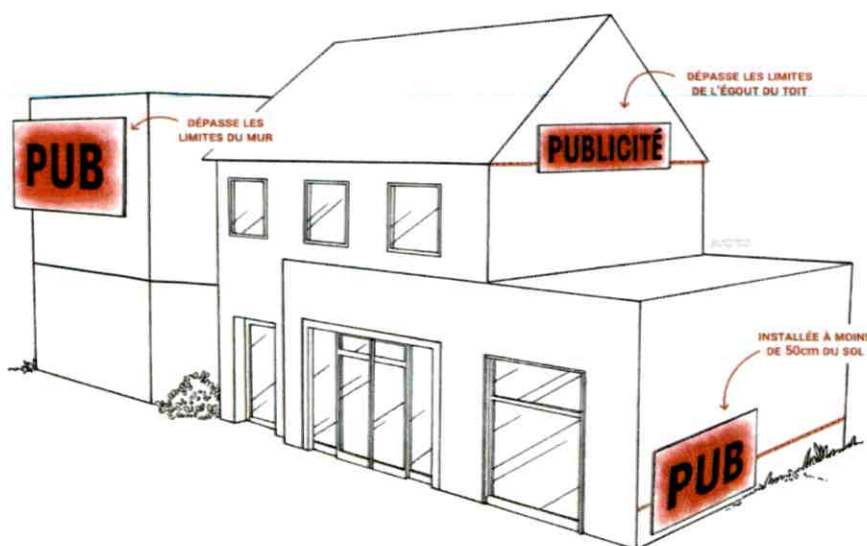
Surface unitaire maximale  $\leq 4 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6,5 \text{ m}$

C'est donc le cas de la commune du Val.

Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

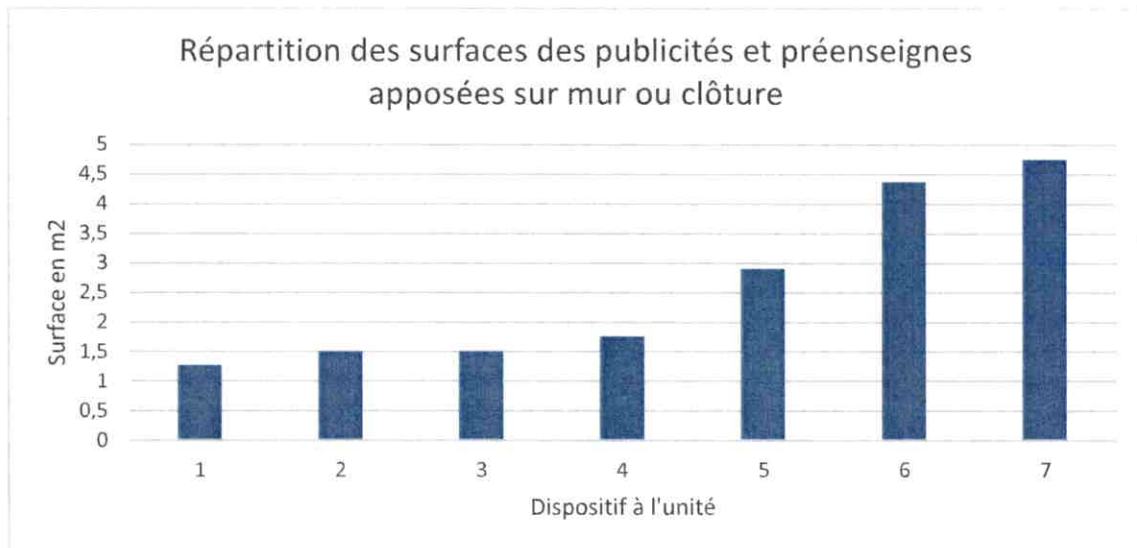
- Apposées à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépasse les limites du mur qui la supporte,
- Dépasse les limites de l'égout du toit,
- Apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf 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.

Actuellement, les publicités apposées sur mur ou clôture ne représentent seulement 11% des dispositifs publicitaires relevés sur la commune du Val. Pourtant, il s'agit des dispositifs qui sont autorisés par le code de l'environnement sur la commune. la cartographie a permis de révéler leur présence à proximité du centre-ville notamment le long de la D554.





Au même titre que les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, les publicités et préenseignes apposées sur mur ou clôture sont de petits formats. On relève tout de même la présence de 2 dispositifs d'un format un peu plus important et dépassant légèrement la surface de 4 m<sup>2</sup> qui est le maximum autorisé par le code de l'environnement.



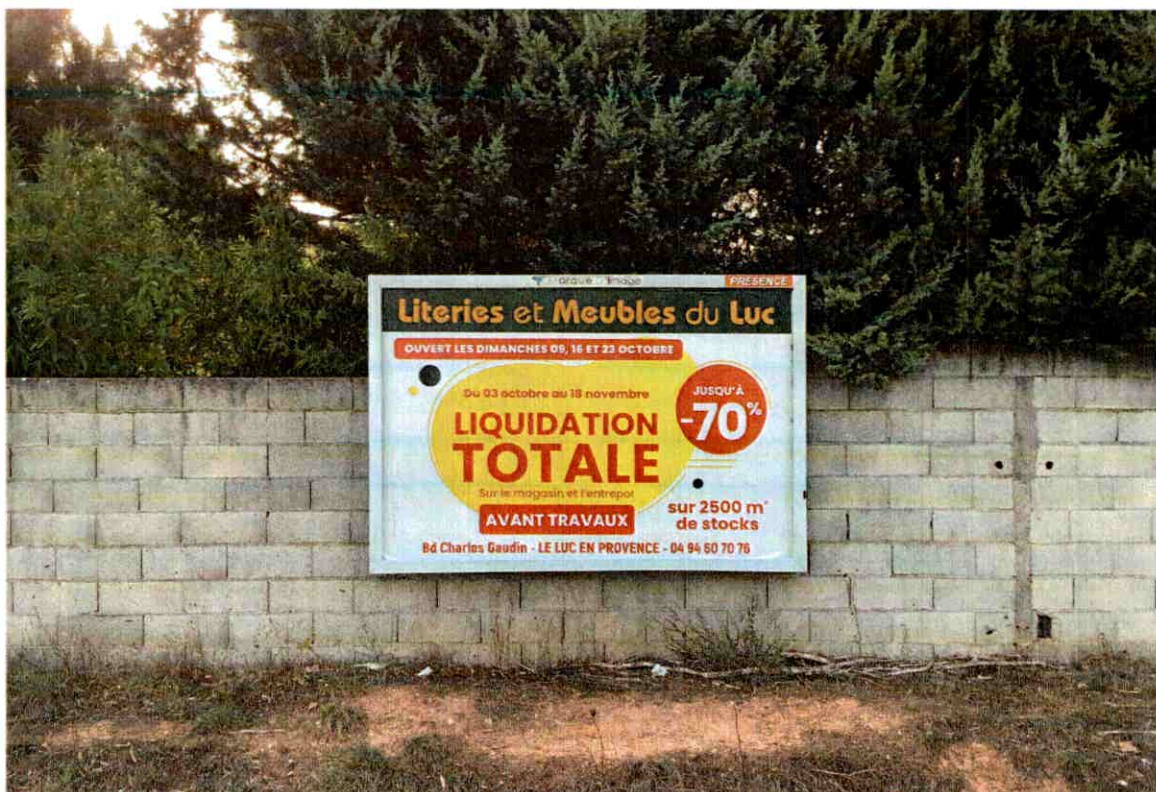
Publicités sur mur, Le Val, octobre 2022.

En plus, des dispositifs dépassant la surface autorisée, on relève d'autres infractions pour ces dispositifs en termes d'implantation et notamment des publicités et préenseignes apposées sur des murs non aveugles, apposées à moins de 0,50 m du sol ou encore dépassant les limites du mur sur lequel elles sont apposées.





Publicité sur mur non avenue de plus de 4 m<sup>2</sup>, Le Val, octobre 2022.



Publicité sur clôture avenue dépassant les limites du mur ou clôture et de plus de 4 m<sup>2</sup>, Le Val, octobre 2022.





Publicité sur clôture aveugle apposée à moins de 0,50 m du sol, Le Val, octobre 2022.

En raison d'une faible présence et de dispositifs d'un format restreint, l'impact paysager des publicités sur mur ou clôture. Le RLP donnera la possibilité à la commune de maintenir une pression publicitaire faible sur son territoire.

#### 1.4. La densité

Outre les règles d'implantations spécifique en fonction de la typologie des publicités, le code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>29</sup> 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.

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.

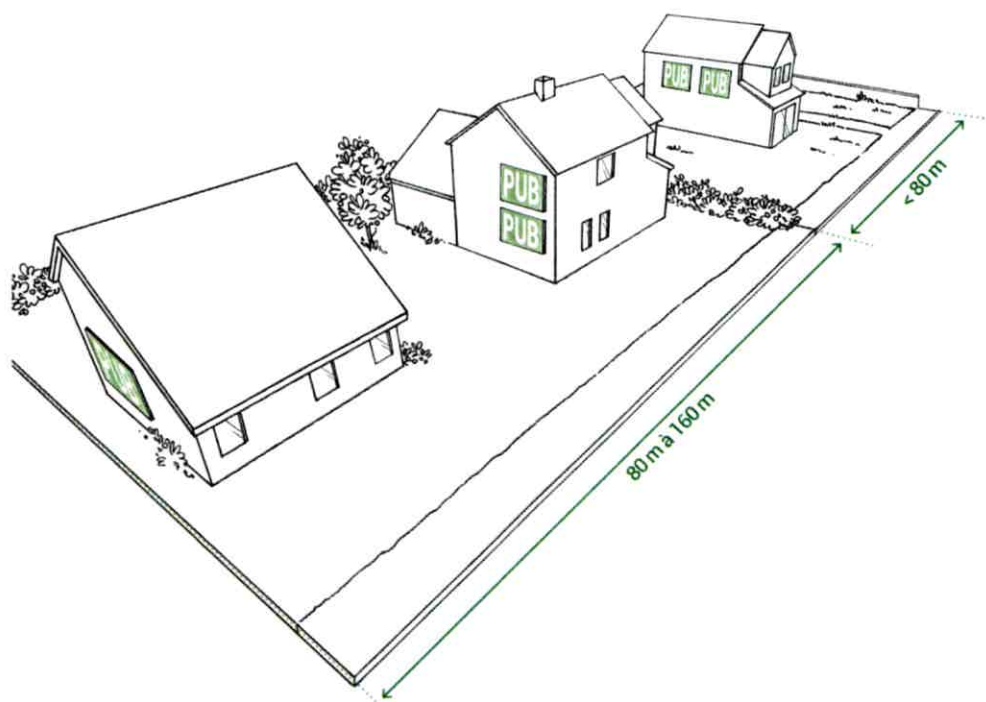
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

---

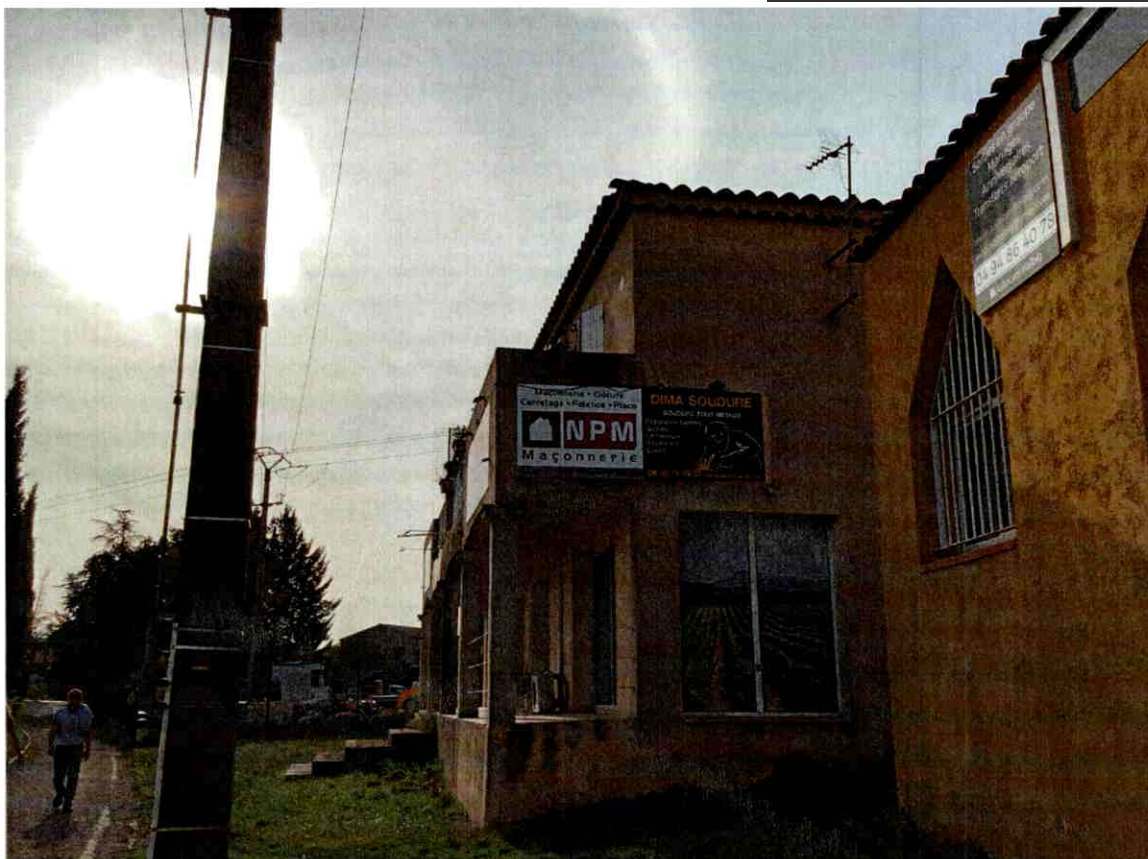
<sup>29</sup> Article R581-25 du code de l'environnement







Dans la grande majorité des cas, il existe une publicité par unité foncière mais on trouve certains cas avec plusieurs publicités. Nous relevons notamment un mur sur lequel est apposé 2 publicités.

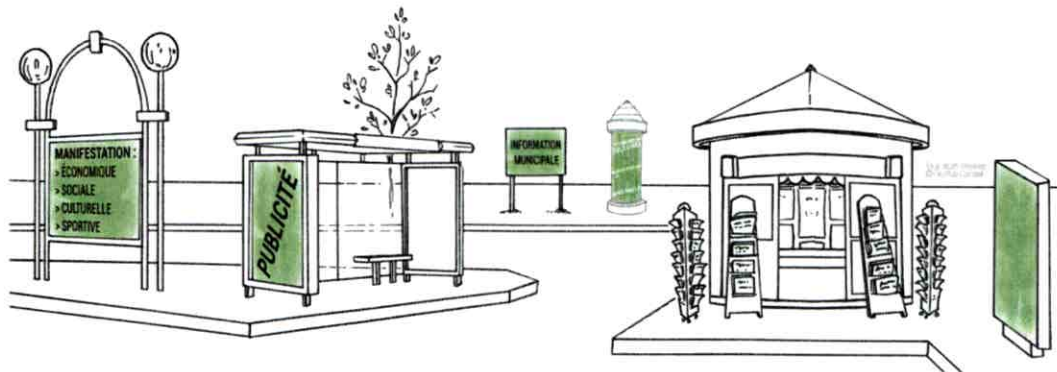


Publicités sur mur, Le Val, octobre 2022.

Le RLP pourra mettre en place des règles plus restrictives que la réglementation nationale notamment dans cette optique de maintenir une faible pression publicitaire sur la commune.

## 1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

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



Type	Règles applicables
<b>Abris destinés au public</b>	<p>Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math> ;</p> <p>Surface totale <math>\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2</math> par tranche entière de 4,5 <math>\text{m}^2</math> de surface abritée au sol ;</p> <p>Dispositifs publicitaires sur toit interdits.</p>
<b>Kiosques à journaux ou à usage commercial édifîés sur le domaine public</b>	<p>Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math> ;</p> <p>Surface totale <math>\leq 6 \text{ m}^2</math> ;</p> <p>Dispositifs publicitaires sur toit interdits.</p>
<b>Colonnes porte-affiches</b>	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
<b>Mâts porte-affiches</b>	<p>ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ;</p> <p>ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ;</p> <p>Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math>.</p>
<b>Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</b>	<p>ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ;</p> <p>Si surface unitaire <math>&gt; 2 \text{ m}^2</math> et hauteur <math>&gt; 3 \text{ m}</math> alors :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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 ;</li> <li>- 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 <math>\text{m}^2</math> si numérique) ;</li> <li>- 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.</li> </ul>



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

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité numérique.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 113-1 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 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories mais seulement 2 sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain sont présentes sur la commune du Val, à savoir :

- 1 abris destiné au public supportant de la publicité d'un format de 2m<sup>2</sup>;
- 2 mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « sucette » ;



Publicités sur mobilier urbain d'information locale ou générale « sucette », Le Val, octobre 2022.





Publicités sur mobilier urbain de type abris destiné au public, Le Val, octobre 2022.  
(Affiche à caractère d'information générale et non publicitaire sur la photo)

Les publicités supportées par les mobiliers sont de petit format (2m<sup>2</sup>).

Les publicités apposées sur mobilier urbain n'excèdent pas 2 m<sup>2</sup> sur le territoire communal. Le format réduit de ces dispositifs publicitaires limite leur impact paysager et permet une meilleure intégration dans leur environnement.

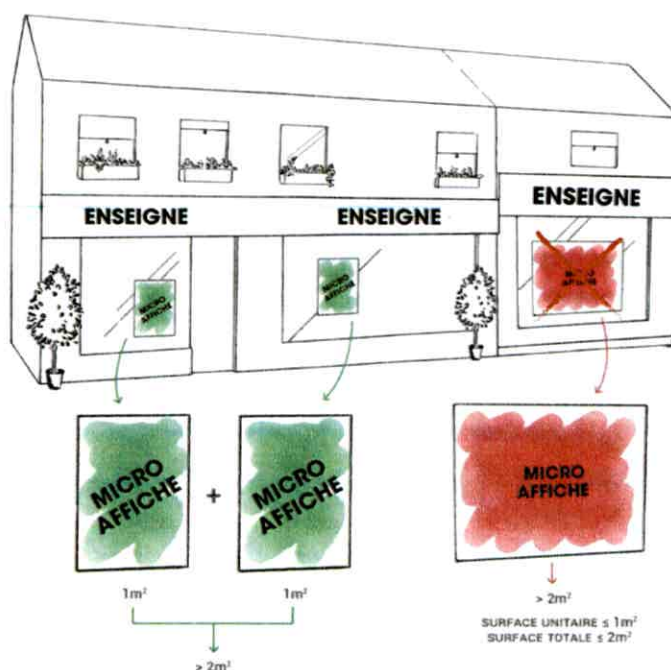
### 1.6. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « grenellisation » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1m<sup>2</sup>, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* ».

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactant pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueille en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit également d'une source de revenu pour ces activités.

Le Code de l'environnement les limite à 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.

Ce type de dispositif n'a pas été recensé sur la commune du Val.

1.7. Les dispositifs installés à l’emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération

Type	Caractéristiques	
<b>Publicité non lumineuse sur mur ou clôture</b>	Surface ≤ 12 m² Hauteur ≤ 7,5 m	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
<b>Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux</b>	Surface ≤ 12 m² Hauteur ≤ 6 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.
<b>Publicité lumineuse</b>	Surface ≤ 8 m² Hauteur ≤ 6 m	

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

Les publicités sur les véhicules terrestres<sup>30</sup> ainsi que sur les eaux intérieures<sup>31</sup> sont également règlementées par le code de l'environnement.

<sup>30</sup> Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

<sup>31</sup> Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures





### 1.8. Publicités / préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 90 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieure des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire nationale.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh<sup>32</sup>.



Source : <http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

<sup>32</sup> [https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400\\_1oawf6\\_doc172.pdf](https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf)



Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue notamment par la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du Code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le Code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En 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 ministériel<sup>33</sup>. 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.

La publicité numérique, et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence, est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse, à savoir :

- 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 ministériel<sup>34</sup>, 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.

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

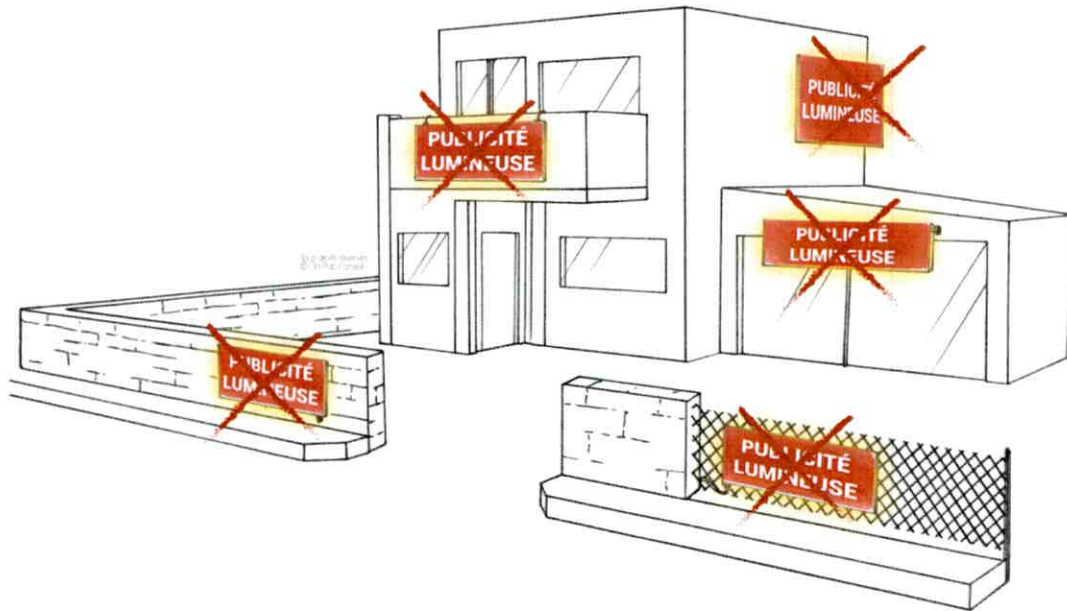
La publicité lumineuse ne peut :

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

<sup>33</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour

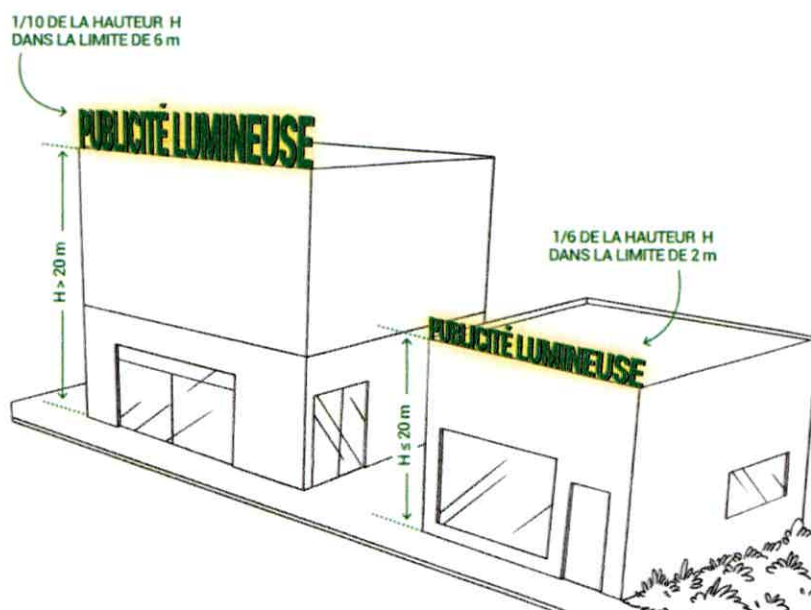
<sup>34</sup> arrêté ministériel non publié à ce jour





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 2m
Hauteur de la façade $> 20$ m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6m



En l'espèce, la publicité lumineuse est très peu présente sur le territoire du Val puisque seulement 1 dispositif a été recensé. Il s'agit d'un dispositif lumineux éclairé par projection. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.



Publicité lumineuse éclairée par projection, Le Val, octobre 2022.

Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques. Ces dispositifs sont interdits sur la commune par le code de l'environnement.

Malgré leur faible présence, les enjeux seront surtout d'anticiper le développement des nuisances lumineuses. Il pourra s'agir d'élargir la plage d'extinction.



### Bilan du diagnostic en matière de publicités et préenseignes :

La commune du Val est globalement peu impactée par les panneaux publicitaires. En effet, le diagnostic a permis de révéler l'absence de panneaux de grand format sur la commune mais la présence principalement de panneaux de petit format notamment des publicités/préenseignes d'1,5 m<sup>2</sup> le long des principaux axes structurants à savoir la route de Bras, route de Brignoles et la route de Carcès. Toutefois, leur nombre est assez restreint et il n'existe pas de surenchères de dispositifs hormis de rares cas. On note que 90% des dispositifs sont actuellement non conformes au code de l'environnement du fait notamment de grand nombre de publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (84% des dispositifs) qui sont interdites sur la commune du Val. Cette mise en conformité permettra un premier gain paysager que le RLP pourra accompagner afin de maintenir une faible pression publicitaire.

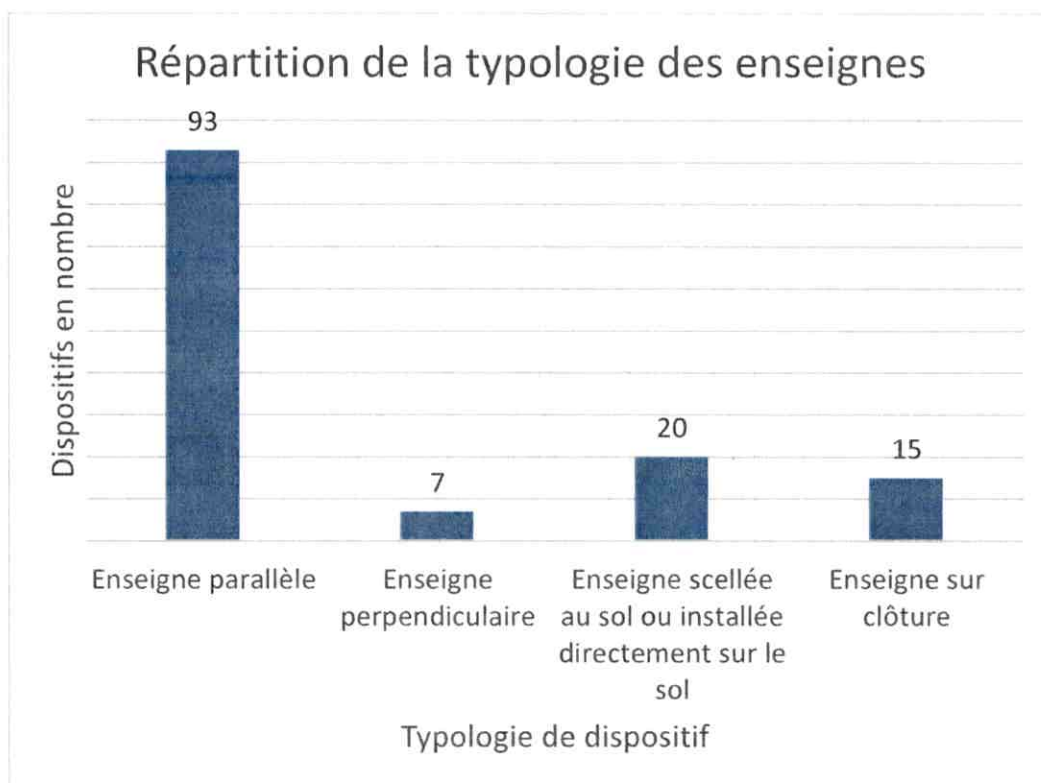
## 2. Les enjeux en matière d'enseignes

### 2.1. Généralités

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 du Val.

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

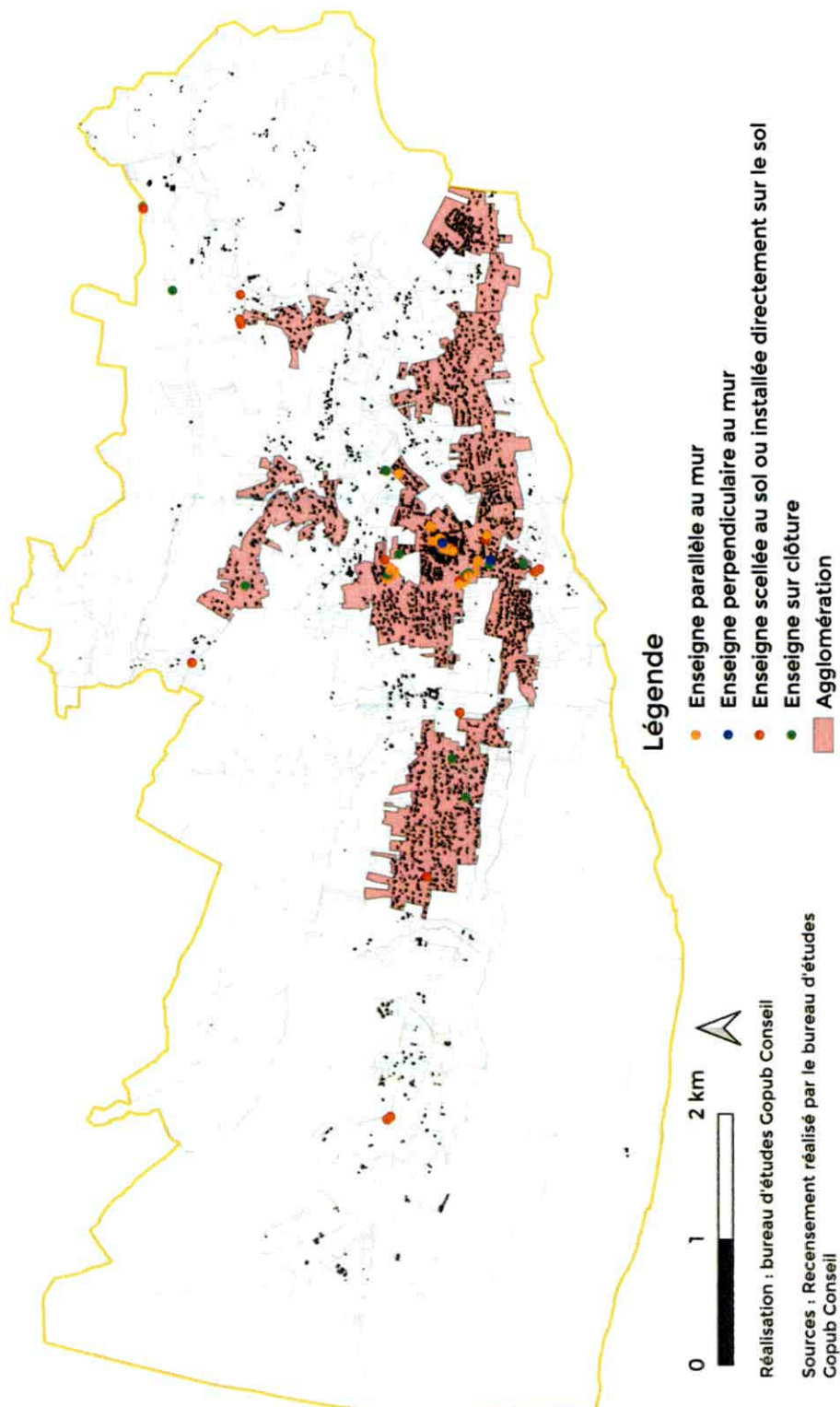


Quel que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes soient :

- Constituées par des matériaux durables,
- Maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Supprimées 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).

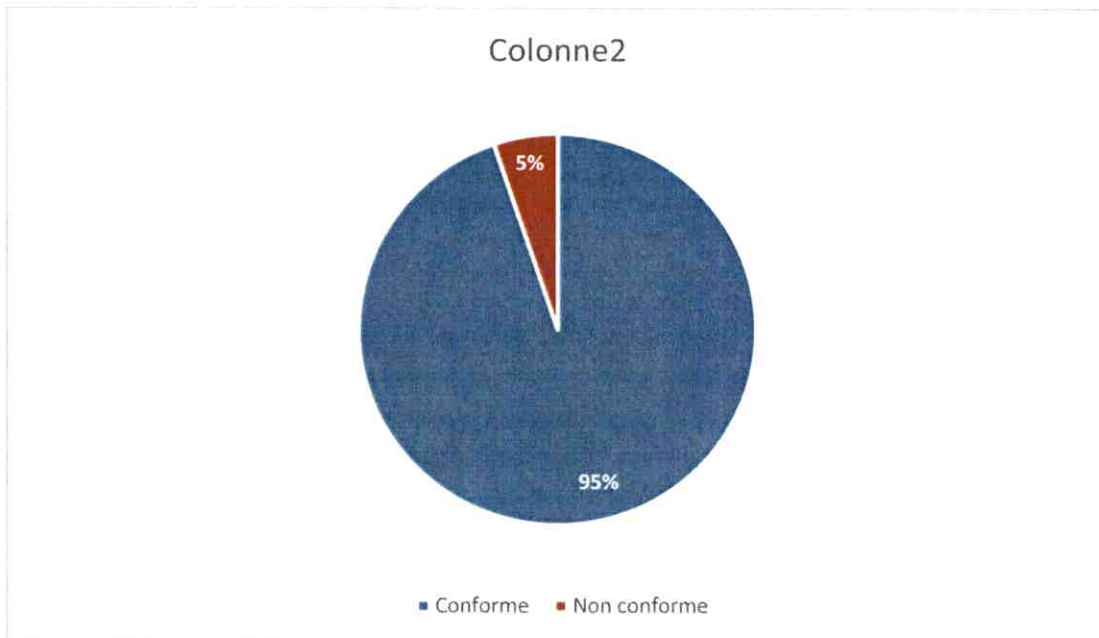
Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense à savoir le centre-ville et le long du « contournement » du centre-ville.

## Localisation des enseignes sur la commune du Val





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



On constate que seulement 5% des enseignes sont non conformes au Code de l'environnement sur la commune du Val.

## 2.2. Enseignes parallèles au mur

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ce type d'enseigne représente 69% des enseignes relevées au Val et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store- banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches. Ces enseignes vont avoir un format varié notamment en fonction du volume de la façade commerciale. On relève la présence de certaines enseignes particulièrement qualitatives.



Enseignes parallèles sur panneau sur fond et en lettres découpées, Le Val, octobre 2022.



Enseignes parallèles en lettres découpées, Le Val, octobre 2022.





Enseignes parallèles sur panneau sur fond, Le Val, octobre 2022.



Enseignes parallèles sur store-banne, Le Val, octobre 2022.



Enseignes parallèles en vitrophanie extérieure, Le Val, octobre 2022.

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 et sa surface<sup>35</sup>. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

- Ne pas dépasser les limites de ce mur

<sup>35</sup> [La surface cumulée des enseignes](#)



- Ne pas constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm
- Ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.

On relève quelques enseignes qui dépassent des limites du mur ou de l'égout du toit.



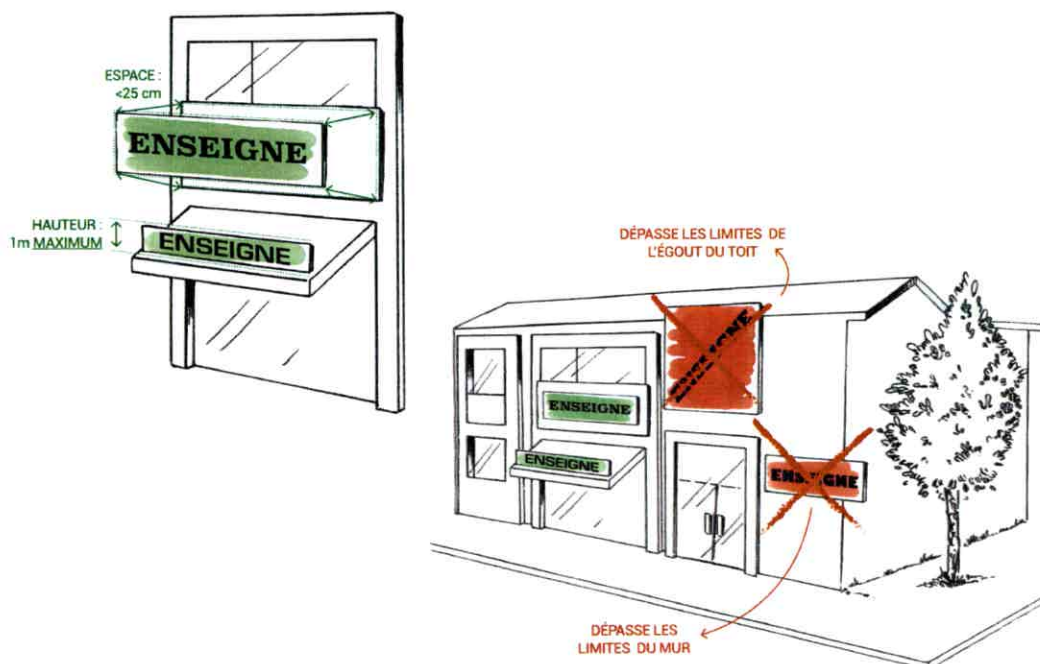
Enseigne parallèle dépassant les limites de l'égout du toit, Le Val, octobre 2022.

Globalement, hormis les quelques enseignes en infraction, il n'existe peu de problèmes paysagers concernant ce type d'enseignes.

### 2.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon

Sont traitées dans la continuité des enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées sur le territoire Si elles respectent les règles suivantes :

- 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.



Le recensement n'a pas relevé la présence de ces types d'enseignes. Généralement peu présentes sur le territoire national et 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.

L'absence des enseignes sur auvent ou marquise et des enseignes sur balcon pourra faire l'objet d'une interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.



## 2.4. Enseignes perpendiculaires au mur

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



Enseignes perpendiculaires au mur, Le Val, octobre 2022.

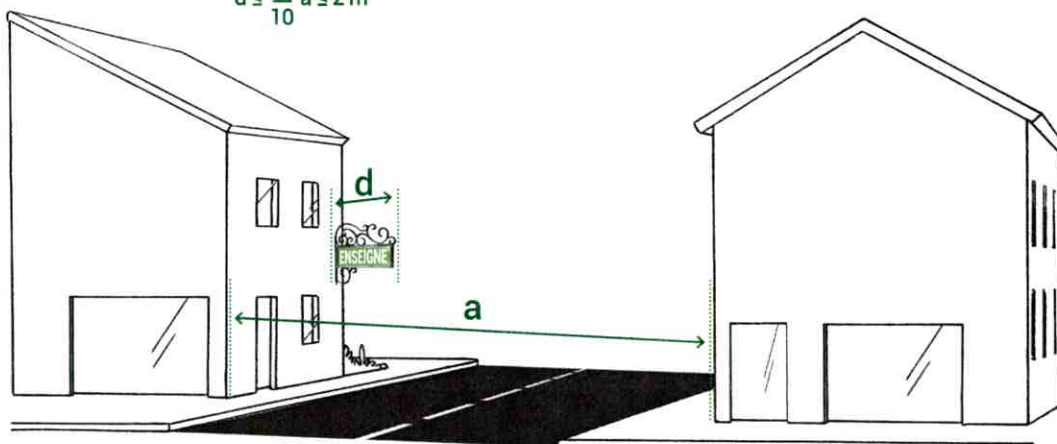
La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- Ne dépassent la limite supérieure de ce mur,
- Ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Ne constituent 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).



$a$  = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



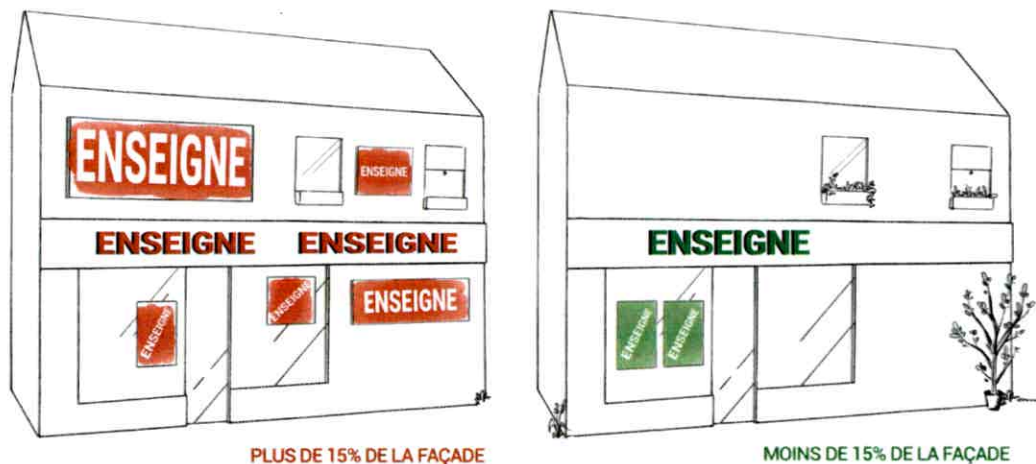
Sur la commune du Val, on ne recense pas d'établissements avec plusieurs enseignes de ce type ni d'enseignes avec des dimensions importantes notamment en termes de hauteur. De ce fait, l'intégration architecturale des dispositifs recensés est globalement qualitative.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant de maintenir la bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité. Le nombre d'enseignes, leur taille, saillie ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes.

## 2.5. La surface cumulée des enseignes

Cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée<sup>36</sup> 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 m<sup>2</sup>.

Dans le cas de cette règle, 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.



On rencontre plusieurs façades saturées d'enseignes sur le territoire. Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale (ex : centre historique). Cette règle nationale est apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure.

<sup>36</sup> Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



Façade commerciale dépassant à priori le seuil autorisé de surface cumulée d'enseigne sur façade, Le Val, octobre 2022.



## 2.6. Enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture représentent à peine 11% des enseignes de la commune du Val. Ce type d'enseigne est principalement présent dans les zones périphériques de la commune et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Certains établissements possèdent plusieurs enseignes de ce type.

On relève la présence de deux enseignes particulièrement qualitatives réalisées en lettres découpées.

Malgré un nombre limité vis-à-vis de la globalité des enseignes, pour autant leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface peut être particulièrement important notamment en raison de la surenchère d'enseignes qu'elles peuvent créer. En effet, elles viennent s'ajouter à l'impact paysager engendré par les autres typologies de dispositifs. Dans certains cas, le message du dispositif peut être redondant avec celui d'une enseigne sur façade ou scellée au sol.



Enseigne sur clôture aveugle en lettres découpées, Le Val, octobre 2022.



Enseignes sur clôture non-aveugle, Le Val, octobre 2022.





Enseignes sur clôture non-aveugle, Le Val, octobre 2022.



Enseigne sur clôture non-aveugle, Le Val, octobre 2022.

Le Code de l'environnement n'encadre pas ce type de dispositifs. L'élaboration du RLP sera l'occasion de mettre en place des règles locales afin de maîtriser le développement de ces dispositifs.

Des règles de limitation en nombre ou en format pourront être instaurées afin de réduire les principaux impacts paysagers. Cela permettra de mieux maîtriser leur implantation et de mettre en place des règles plus appropriées aux caractéristiques de ces enseignes et une meilleure insertion dans leur environnement.



## 2.7. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue (15%). Elles sont présentes dans les différents secteurs du territoire : en centre-ville par le biais de chevalets, secteurs périphériques ou encore hors-agglomération. Elles apparaissent sous différentes formes : les drapeaux, les totems ou encore les panneaux. Ces dispositifs sont principalement de petit format puisque 65% mesurent moins de 2 m<sup>2</sup>.



Enseignes scellées au sol de type « panneau », Le Val, octobre 2022.



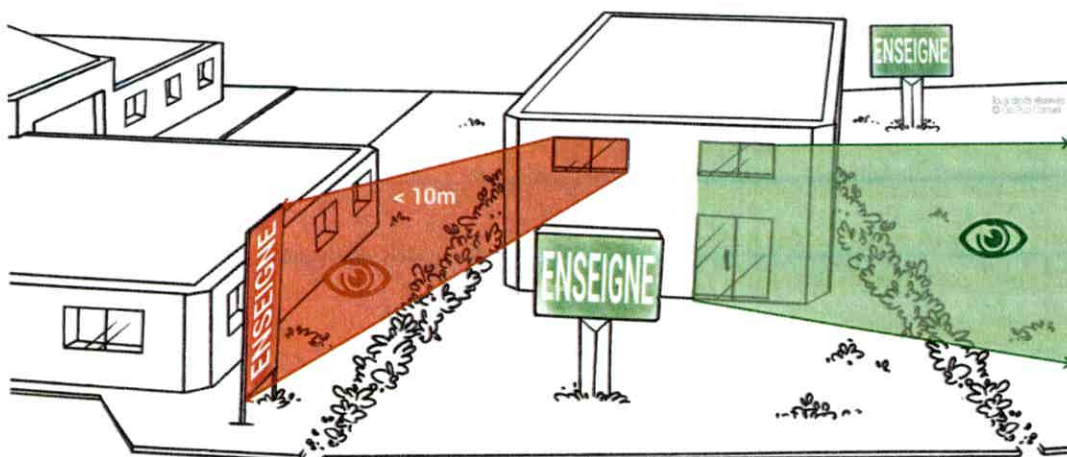
Enseigne scellée au sol de type « totem », Le Val, octobre 2022.



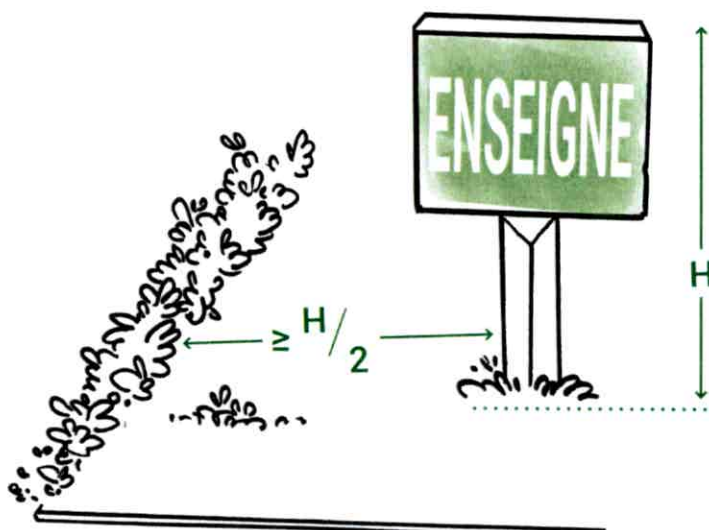


Enseigne installée directement sur le sol de type « chevalet », Le Val, octobre 2022.

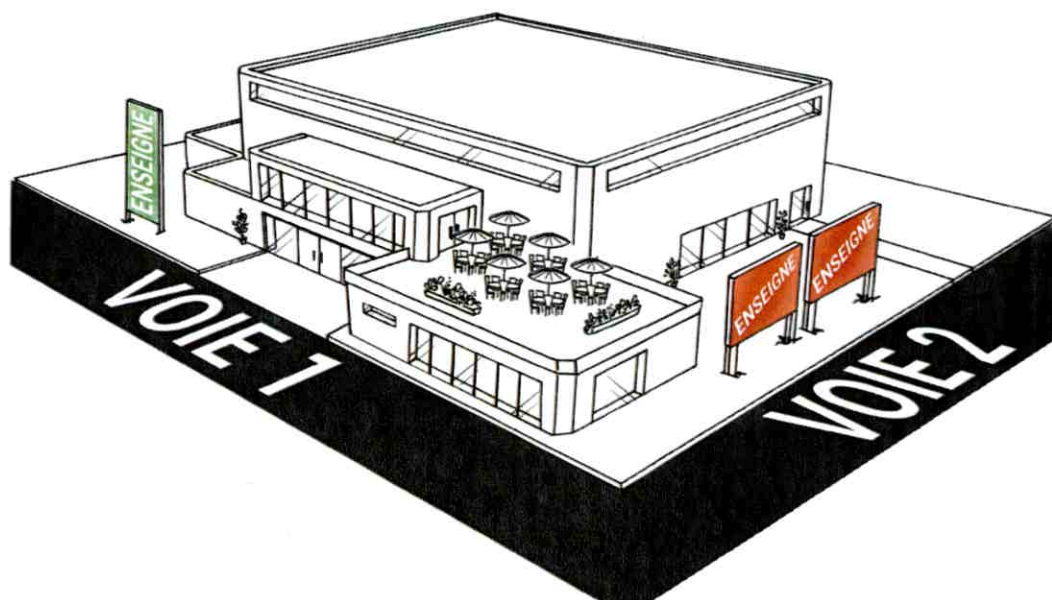
Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations. Les enseignes de plus de 1m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins 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 m<sup>2</sup> 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.

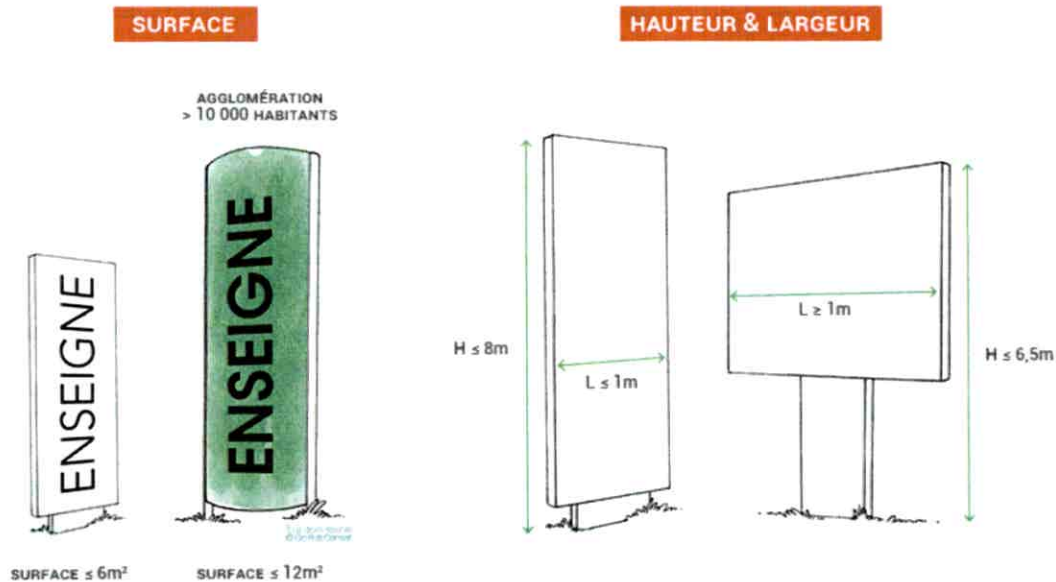


La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m<sup>2</sup>. Elle est portée à 12 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.



Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 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.



On ne relève pas d'enseignes de ce type en infraction. Il n'y a donc pas de surenchères de dispositifs de grand format sur une même activité. Dans leur globalité, ces dispositifs ont un impact paysager assez restreint sur la commune du Val du fait de leur faible présence sur le territoire et de formats réduits.

Ces enseignes peuvent être particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifiques afin de maintenir le cadre paysager actuel. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre. Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol comme les chevalets ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.



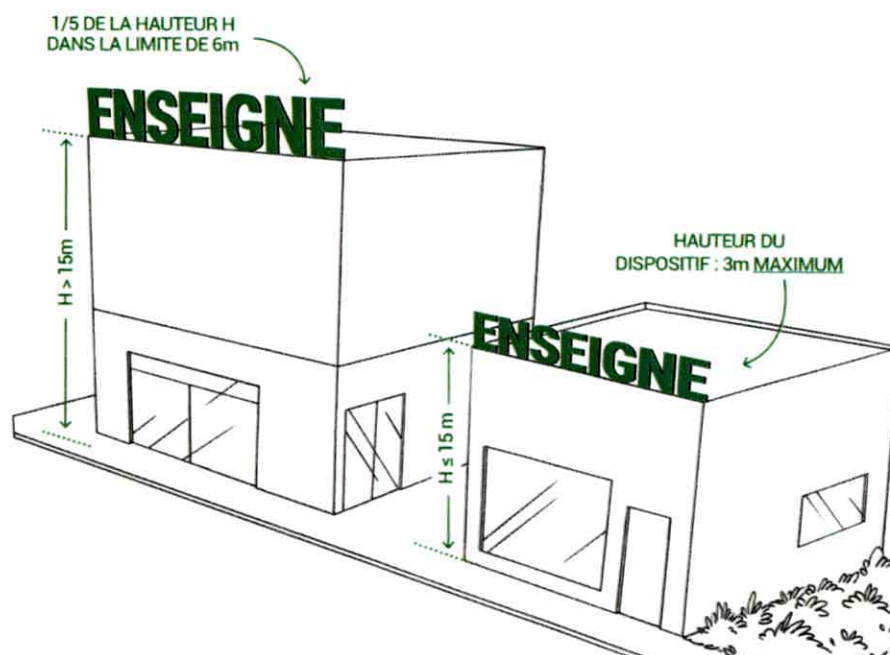
## 2.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont absentes du territoire. Ces dispositifs sont généralement présent dans les zones d'activités.

Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques. 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.

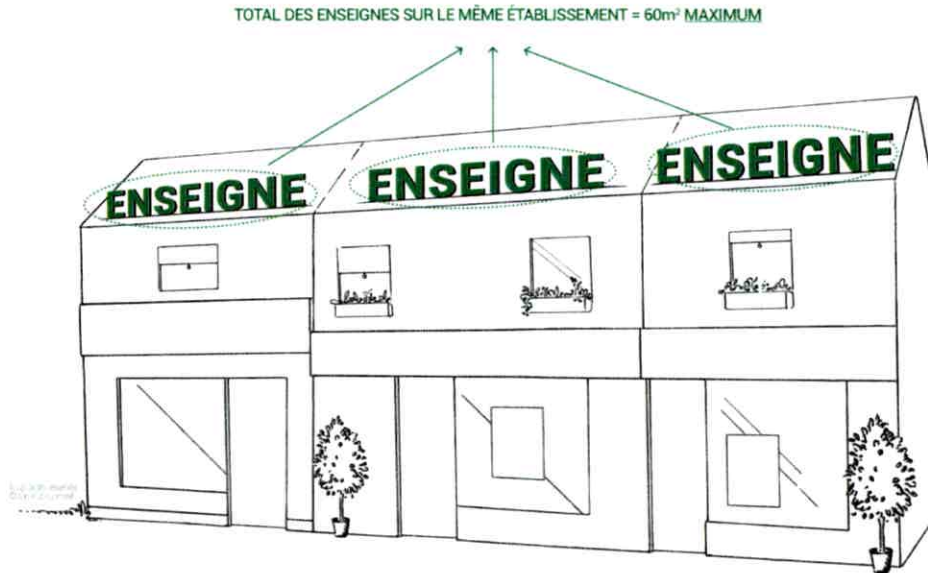
Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

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 cumulée<sup>37</sup> des enseignes sur toiture d'un même établissement  $\leq 60 \text{ m}^2$

<sup>37</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



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.

Le futur RLP pourra proposer de réduire la taille de ces enseignes, voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

## 2.9. Enseignes lumineuses

Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type<sup>38</sup>.

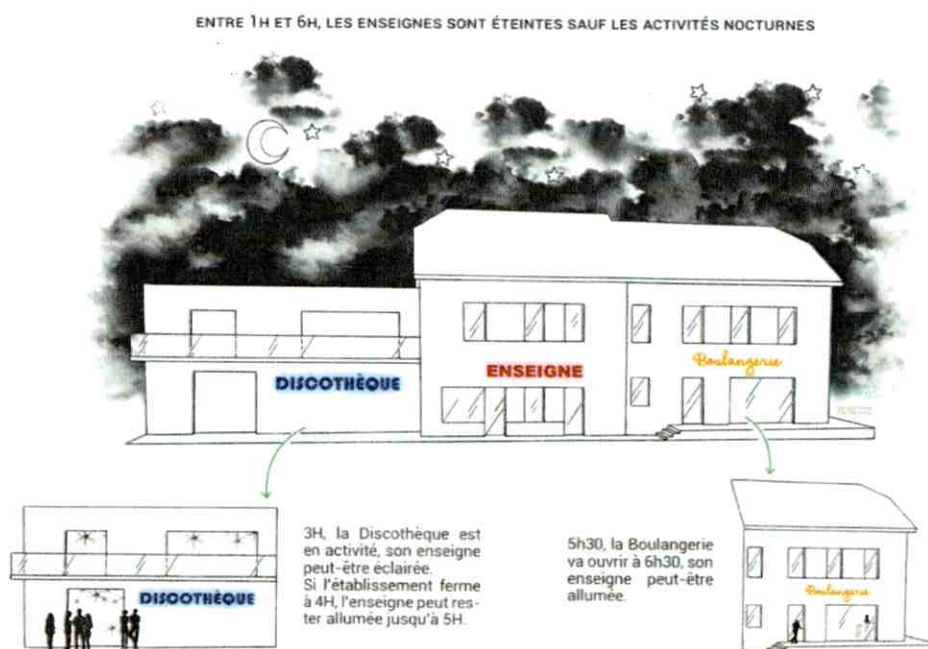
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>39</sup>.

Elles sont éteintes<sup>40</sup> 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.

La loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets<sup>41</sup> permet désormais aux collectivités par le biais d'un RLP de réglementer les publicités et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique.



<sup>38</sup> [Publicités / préenseignes lumineuses](#)

<sup>39</sup> arrêté non publié à ce jour

<sup>40</sup> l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

<sup>41</sup> Article 18 de la loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets



Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R.581-59 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. Sur le territoire communal, 14% des enseignes sont lumineuses.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection.



Enseigne lumineuse éclairée par projection (par spot), Le Val, octobre 2022.



Enseigne lumineuse éclairée par projection (par rampe d'éclairage), Le Val, octobre 2022.

1 seule enseigne numérique a été relevée sur le territoire communal. Il s'agit d'une croix de pharmacie.

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.



Enseigne lumineuse numérique Le Val, octobre 2022.

Dans le cadre du RLP, des règles locales pourront être édictées afin de maîtriser et d'anticiper le développement des enseignes numériques y compris celles situées à l'intérieur des vitrines.

## 2.10. Enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- 1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- 2° Les enseignes ou préenseignes 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 sont soumises « *partiellement*<sup>42</sup> » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentées précédemment, notamment :

- 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'elle signale.
- Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes<sup>43</sup> 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 ministériel<sup>44</sup>.

Enfin, en fonction de leur typologie, les enseignes temporaires doivent respecter les règles suivantes :

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

- Saillie  $\leq 25$  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  $\leq 60$  m<sup>2</sup>

<sup>42</sup> Cf. d. les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires (p.29) du I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure du présent rapport

<sup>43</sup> il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

<sup>44</sup> arrêté non publié à ce jour



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  $\leq 12 \text{ m}^2$  (si 2° alinéa).

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes sur une clôture non aveugle, d'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol, ou d'enseigne parallèle au mur pour des opérations immobilières ou la promotion de locaux vacants. Elles peuvent posséder de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage. Il n'a pas été relevé ce type de dispositifs lors du recensement.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le territoire.



### Bilan du diagnostic des enseignes :

Les enseignes sur la commune du Val sont principalement de petit format et il n'a pas été recensé des zones cumulant une surenchère importante d'enseignes. On trouve actuellement en centre-ville certaines devantures qualitatives notamment des enseignes réalisées en lettres découpées. Les enseignes scellées au sol et sur clôture sont globalement d'un format et d'un nombre restreint occasionnant un impact paysager limité. Ces éléments du diagnostic pourront servir de point d'appui pour la réflexion sur la mise en place de règles locales.

Seulement 5% des enseignes recensées sont en infraction au code de l'environnement ce qui est le résultat notamment des caractéristiques des enseignes en matière de format et de nombre sur la commune.

En matière de luminosité, les dispositifs numériques sont encore absents du territoire. L'enjeu pour la commune sera de mettre en place des règles locales afin d'anticiper les nuisances occasionnées par ces dispositifs y compris lorsqu'ils sont apposés à l'intérieur des vitrines.

### III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

#### 1. Les objectifs

Par une délibération n°2020-086 en date du 16 octobre 2020, la commune du Val a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- Améliorer le cadre de vie et la qualité des paysages de la commune en limitant et en réglementant les implantations de dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes, mais aussi favoriser leur harmonie et leur cohérence ;
- Préserver l'image du territoire en tenant compte du patrimoine bâti et naturel, notamment le centre historique de la commune, par une réflexion sur la place des enseignes ;
- Protéger les entrées / sorties dans le village, première image du territoire et l'ensemble des axes structurants, notamment en matière de publicités et pré-enseignes.

#### 2. Les orientations

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

**Orientation 1 :** Maintenir un impact paysager limité des publicités sur la commune du Val

La publicité étant peu présente sur la commune, le RLP visera à maintenir cet état du territoire. L'application de la réglementation nationale et la mise en place du RLP permettra d'améliorer encore la préservation des paysages en veillant à une bonne intégration des dispositifs publicitaires. Il sera notamment question d'appliquer une règle plus stricte en matière de densité publicitaire

**Orientation 2 :** Préserver le cadre architectural et paysager du centre-ville de l'impact de la publicité

Cette orientation vise à appliquer une réglementation spécifique dans le centre-ville du Val afin de privilégier une ambiance paysagère de « village » en limitant la publicité plus strictement que sur le reste du territoire communal.

**Orientation 3 :** Réduire l'impact des dispositifs publicitaires et enseignes lumineux y compris numériques afin de réaliser des économies d'énergies et diminuer la pollution lumineuse.

Afin de préserver le cadre de vie et de réaliser des économies d'énergies, il s'agira notamment d'élargir la plage d'extinction nocturne aux horaires peu nécessaires. Certaines formes de lumineux jugés plus impactants pourront être encadrés plus strictement et notamment les dispositifs numériques. Les dispositifs lumineux à l'intérieur des vitrines comme les écrans numériques pourront faire l'objet de règles spécifiques afin de maîtriser leur développement.



**Orientation 4 :** veiller à la bonne intégration architecturale des enseignes sur façade

Il s'agira d'améliorer l'intégration architecturale des enseignes sur façade notamment en matière d'implantation. Les enseignes perpendiculaires pourront faire l'objet de limite en nombre et en dimensions. Une attention particulière sera apportée au centre-ville afin d'assurer une intégration paysagère des enseignes répondant au cadre architectural.

**Orientation 5 :** Restreindre les enseignes scellées au sol, sur clôture, sur toiture actuellement peu présentes sur le territoire afin de répondre aux réalités territoriales de la commune du Val

Le but est d'améliorer l'intégration paysagère de ces dispositifs par un encadrement via des règles locales en matière de dimensions, de limitation en nombre, d'implantation. Cela permettra de répondre aux éventuels problèmes paysagers actuels et d'anticiper de possibles nuisances paysagères.

**Orientation 6 :** Réduire l'impact paysager des enseignes temporaires

Assurer une cohérence de la réglementation des enseignes temporaires avec les enseignes permanentes dans l'optique d'une réduction globale des dispositifs publicitaires.



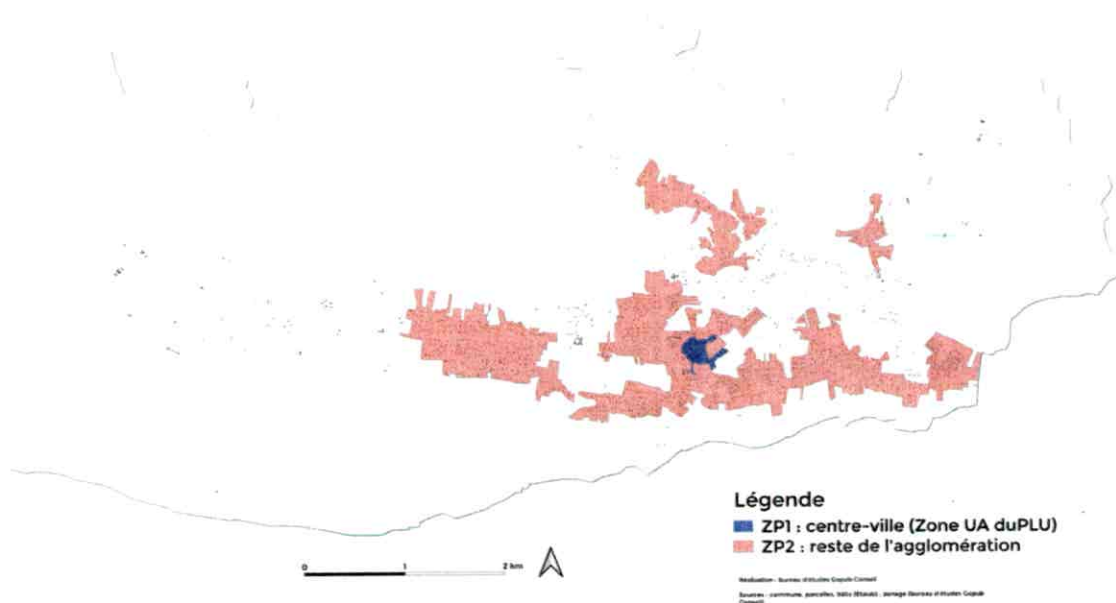
#### IV. Justification des choix retenus

##### 1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En ce qui concerne le zonage des publicités et pré-enseignes, la commune du Val a fait le choix de mettre en place 2 zones de publicité :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le centre-ville de la commune.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les autres secteurs agglomérés

#### Règlement Local de Publicité de la commune du Val Zonage de publicité



Pour rappel, les zones en blanc sur la carte correspondent aux secteurs hors agglomération dans lesquels la publicité est interdite par le code de l'environnement.

#### Le zonage :

Ce zonage permet de distinguer le centre-ville du reste du territoire. La définition de la ZP1 se base sur le zonage du PLU et correspond donc à la zone UA du PLU afin d'assurer une cohérence entre les différents documents réglementaires. En effet, la commune souhaite mettre en place une réglementation spécifique dans le centre-ville (ZP1) afin d'avoir une vigilance particulière sur la préservation du cadre architectural et des paysages dans ce secteur. Le reste des agglomérations est traité de manière uniforme en raison d'enjeux paysagers et économiques globalement homogènes et d'une réglementation nationale déjà stricte sur la commune.

#### Zone de publicité n°1 :



La zone de publicité n°1 est la zone où la réglementation est la plus stricte. Le choix des élus s'est porté sur une interdiction des publicités sur mur ou clôture afin de préserver les façades de ce secteur dans une optique de mise en valeur du centre-ville. A noter qu'une seule publicité sur mur a été recensée dans cette zone.

Les publicités sur mobilier urbain sont autorisées, il s'agit notamment de la publicité sur abris-bus, la publicité sur mobilier urbain d'informations locales ou générales (communément appelé « sucette ») ou encore la publicité sur mât porte-affiche. Cela permet à la commune de maintenir la possibilité de pouvoir bénéficier de ce type de dispositifs pour l'accompagner dans sa communication locale notamment événementielle. Les publicités sur mobilier urbain sont autorisées selon les dispositions de la réglementation nationale ce qui correspond à des dispositifs d'une surface de 2 m<sup>2</sup> en ce qui concerne les catégories citées ci-dessus. Cela correspond à des dispositifs avec un format dont l'impact paysager est limité et s'intègre donc dans le cadre architectural et paysager de la commune du Val.

### **Zone de publicité n°2 :**

Au sein de la zone de publicité n°2, les publicités apposées sur mobilier urbain sont autorisées dans les mêmes conditions qu'en ZP1.

Les publicités murales sont autorisées avec une surface de 4 m<sup>2</sup> et une hauteur de 6 mètres ce qui correspond à un format réduit imposé par le code de l'environnement avec donc un impact paysager limité. La commune a souhaité apporter des règles locales plus strictes notamment en interdisant les publicités sur clôture aveugle (mur de clôture, muret, etc) afin de réduire les possibilités d'implantation de publicités. En effet, la commune souhaite anticiper la multiplication de publicités sur ces supports qui sont assez nombreux sur le territoire et ainsi maintenir un territoire préservé en matière d'impact paysager des publicités. La commune met également en place une règle de densité publicitaire plus stricte en autorisant 1 seule publicité par unité foncière afin d'éviter les « doublons » de publicités sur un même mur qui viennent doubler l'impact de la publicité.

Les règles du RLP permettent de maintenir un impact paysager de la publicité limité sur la commune tout en assurant un équilibre entre protection des paysages et développement économique.

### **Plage d'extinction des publicités lumineuses :**

Les publicités lumineuses éclairées par projection et par transparence sont autorisées en ZP1 et ZP2. La commune met en place une plage d'extinction élargie dans le cadre de son RLP imposant l'extinction des publicités lumineuses entre 23h et 7h (contre 1h-6h dans le code de l'environnement). Cela permet de réduire la pollution lumineuse dans une optique de préservation du cadre de vie mais également de réaliser des économies d'énergies.



Envoyé en préfecture le 04/10/2023

Reçu en préfecture le 04/10/2023

Publié le

ID : 083-218301430-20230922-2023\_063-DE

56

Pour rappel, la publicité numérique est interdite par la réglementation nationale sur la commune du Val.





## 2. Les choix retenus en matière d'enseignes

### **Zonage :**

Afin d'assurer une cohérence règlementaire sur la commune, il a été choisi d'appliquer le même zonage que les publicités et préenseignes pour les enseignes. Une seule différence concerne les secteurs hors agglomération qui suivent les mêmes règles que la ZP2 en matière d'enseignes. En effet, à l'inverse des publicités et préenseignes, les enseignes sont autorisées hors-agglomération.

### **Sur l'ensemble du territoire :**

La commune a fait le choix d'interdire plusieurs types d'enseignes sur l'ensemble du territoire.

Tout d'abord, les enseignes sur auvent, marquise et sur garde-corps de balcon ou balconnet sont interdites afin de privilégier les implantations directement sur la façade et ainsi ne pas masquer des éléments architecturaux d'une façade.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont également interdites en raison de l'impact paysager qu'elles peuvent engendrer. En effet, ces dispositifs ont pour but d'être visibles depuis des vues lointaines avec donc une forte présence dans les paysages environnants. De plus, en l'absence de zones d'activités commerciales dans lesquelles peuvent se justifier l'intérêt de ces dispositifs en raison de l'éloignement des bâtiments situés dans ces zones, la commune a souhaité privilégier la pose des enseignes directement sur la façade sans que cela nuise à la visibilité de l'activité.

Les enseignes sur les arbres et les plantations sont interdites en cohérence avec la réglementation des publicités et préenseignes.

Dans un second temps, la commune a également fait le choix de mettre en place des règles visant à améliorer l'intégration esthétique et architecturale des enseignes.

La couleur des enseignes devra s'intégrer de manière harmonieuse vis-à-vis de la façade sur laquelle elles sont apposées. Cela permet notamment d'assurer que certaines couleurs vives ou fluo ne se développent sur la commune.

Les enseignes sur façade (parallèles et perpendiculaires) ne doivent pas dépasser l'appui des fenêtres du 1<sup>er</sup> étage si l'activité s'exerce uniquement en rez-de-chaussée et ainsi se contenir à la façade de l'activité afin d'éviter toutes implantations peu esthétiques.

### **Zone de publicité n°1 :**

Au même titre que les publicités et les préenseignes, les règles en matière d'enseignes seront plus strictes en ZP1 par rapport au reste du territoire. Les enseignes sur façade sont privilégiées avec une attention particulière à leur intégration architecturale. De ce fait, les



enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m<sup>2</sup> ainsi que les enseignes sur clôture sont interdites en ZP1.

Dans l'optique d'assurer une bonne intégration architecturale des enseignes, la hauteur du lettrage des enseignes parallèles au mur est limitée à 0,50 m dans le but de permettre la bonne adaptation des enseignes par rapport aux façades d'activités de petites tailles présentent dans cette zone. Leur implantation doit se faire au-dessous ou à côté des ouvertures (porte, fenêtre) de la façade commerciale et ne doivent pas dépasser des dimensions de l'ouverture et de son encadrement s'il existe (l'encadrement est imposé dans le cadre du PLU). Les enseignes sur store-banne sont autorisées uniquement sur le lambrequin afin d'éviter des enseignes de grande taille sur l'ensemble du store-banne.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par voie bordant l'activité permettant d'éviter la multiplication d'enseignes de ce type sur une même façade et ainsi réduire l'impact sur les vues paysagères dans les rues, cela est d'autant plus important dans les rues étroites du centre-ville. Des petites dimensions sont privilégiées pour ces enseignes afin d'assurer leur bonne intégration architecturale dans le centre-ville et tendre vers une harmonisation. Elles sont ainsi limitées à une saillie et une hauteur de 0,80 m.

En complément de ces règles locales, la règle nationale encadrant la surface cumulée des enseignes sur façade (parallèles et perpendiculaires au mur) continue de s'appliquer.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'1 m<sup>2</sup> sont autorisées dans la limite d'un dispositif par voie bordant l'activité afin de permettre notamment aux activités de mettre en place des chevalets sur leur terrasse par exemple. Afin d'assurer un impact paysager limité, la hauteur au sol de ces dispositifs ne peut excéder 1,2 m de haut.

## **Zone de publicité n°2 :**

La ZP2 est plus souple que la ZP1 en matière d'enseignes afin de répondre aux besoins de la diversité des activités tout en adaptant la réglementation au cadre paysager, naturel et patrimonial de la commune du Val. Afin d'assurer une cohérence réglementaire à l'échelle de la commune, certaines règles seront similaires à la ZP1 lorsque cela n'entrave pas la bonne visibilité des activités.

Tout d'abord, les enseignes perpendiculaires sont soumises aux mêmes règles qu'en ZP1 à savoir la limitation à un dispositif par voie bordant l'activité et la saillie et la hauteur à 0.80 mètre afin de privilégier des dispositifs de petit format et tendre vers une harmonisation.

Les enseignes sur clôture sont fortement encadrées afin d'améliorer leur intégration paysagère qui est souvent peu esthétique. Dans un premier temps, les enseignes sont interdites sur les clôtures non aveugles (grillage par exemple) car très généralement elles peuvent être apposées directement sur la façade ou également sur une enseigne scellée au sol sans altérer la visibilité de l'activité. De plus, ces enseignes utilisent généralement des matériaux peu qualitatifs comme les bâches ou les panneaux PVC. Les enseignes sur clôture



sont donc autorisées uniquement sur les clôtures aveugles (muret, mur de clôture par exemple) afin de permettre la visibilité d'activité qui pourrait être masquée par ces clôtures. De plus, afin de privilégier une intégration paysagère qualitative et des dispositifs esthétiques, les enseignes sur clôture aveugle ou sur mur de clôture doivent être réalisées uniquement en lettres ou signes découpés.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m<sup>2</sup> sont autorisées avec une surface limitée à 3 m<sup>2</sup> et une hauteur au sol de 3 mètres. Cela permet d'encadrer ces dispositifs en les autorisant avec un format réduit afin de réduire l'impact paysager de ces dispositifs tout en permettant aux activités économiques de se signaler afin d'assurer un équilibre entre préservation des paysages et visibilité des activités économiques. De plus, ces règles de format ont été prises en prenant en compte la réalité du parc existant composé en grande majorité d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de petit format. Pour rappel, le code de l'environnement impose une limitation en nombre à 1 enseigne de ce type par voie bordant l'activité. Enfin, lorsque plusieurs établissements s'exercent sur une même unité foncière, il est imposé que ces activités se signalent sur le même support scellé au sol ou installé directement sur le sol afin d'éviter la multiplication des enseignes de ce type sur une même unité foncière. Afin de tenir compte de la signalisation de plusieurs activités sur ce support, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol regroupant plusieurs enseignes sont autorisées avec une surface pouvant atteindre 6 m<sup>2</sup> et une hauteur au sol de 6 mètres.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'1 m<sup>2</sup> sont autorisées dans les mêmes conditions qu'en Z91 à savoir une limitation à 1 dispositif par voie bordant l'activité et à une hauteur au sol de 1.2 m. Cela permet aux activités de pouvoir installer des enseignes complémentaires tout en limitant leur multiplication.

#### **Plage d'extinction des enseignes lumineuses et règles applicables aux enseignes lumineuses :**

Afin d'assurer une cohérence, les enseignes lumineuses sont soumises à la même plage d'extinction que les publicités lumineuses à savoir 23h00 – 7h. A noter que cette plage d'extinction s'applique seulement aux activités qui ont cessé. Un établissement encore ouvert durant la plage d'extinction peut conserver ses enseignes lumineuses allumées jusqu'à une heure après la fermeture de l'activité et peut les allumer une heure avant l'ouverture.

Les enseignes numériques sont interdites exceptées si elles signalent des services d'urgence dont les pharmacies. Dans ce cas, elles sont autorisées dans la limite d'un dispositif par établissement et d'une surface d'1 m<sup>2</sup>, ce qui revient notamment à autoriser les croix de pharmacie. Cette restriction forte des enseignes numériques permet de préserver le cadre de vie des habitants en réduisant les nuisances lumineuses pouvant être occasionnées par ces dispositifs.





### **Publicité et enseigne lumineuse à l'intérieur des vitrines :**

La commune du Val a saisi l'opportunité donnée par la loi climat et résilience du 22 août 2021 permettant aux collectivités d'encadrer les publicités et les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines dans la cadre de la mise en place d'un RLP ou RLPI. Cela concerne notamment les écrans numériques apposés à l'intérieur des vitrines en pleine expansion sur le territoire national y compris sur la commune du Val. Ces dispositifs sont donc soumis à la même plage d'extinction nocturne que les autres publicités et enseignes lumineuses à savoir 23h00 – 7h (aucune plage d'extinction imposée par la réglementation nationale).

Afin de limiter la pollution lumineuse et l'impact sur le cadre de vie de ces dispositifs numériques, la commune souhaite restreindre les enseignes et publicités numériques à l'intérieur des vitrines à un dispositif par activité et leur surface à 1 m<sup>2</sup>. Cela permet de maîtriser leur développement et d'autoriser des dispositifs avec un impact moindre.





Mairie de la commune du Val, 5 place de la Libération, 84143 Le Val

Document élaboré en partenariat avec le bureau d'études GoPub Conseil



GoPub Conseil, 12 rue Henri Becquerel, 56000 Vannes

