

Envoyé en préfecture le 06/07/2022

Reçu en préfecture le 06/07/2022

Affiché le 06/07/2022

ID : 033-213305279-20220630-41_22_8_II-DE



Règlement local de publicité

RAPPORT DE PRESENTATION

Juin 2022

SOMMAIRE

PREAMBULE 3

A. LA PROCEDURE D'ELABORATION DU RLP 4

Les principales étapes de la procédure 4

Les éléments constitutifs du RLP 5

B. DEFINITIONS 6

Les dispositifs visés 6

Les dispositifs ne relevant pas du RNP 13

Délais de mise en conformité 15

C. LA COMMUNE 18

D.LE CADRE REGLEMENTAIRE 23

Les limites d'agglomération 23

Les règles du RNP applicables sur le territoire communal 25

E. LE DIAGNOSTIC DE LA PUBLICITE EXTERIEURE 27

La publicité et les préenseignes 27

Les enseignes 29

F. OBJECTIFS ET ORIENTATIONS 38

G. EXPLICATION DES CHOIX 39

PRÉAMBULE

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

Aujourd'hui, ce sont les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) qui disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLPi). A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document. La ville du Teich est compétente pour élaborer un RLP puisque la compétence PLU n'a pas été transférée à la communauté d'agglomération du Bassin d'Arcachon Sud.

La nécessité d'adapter la réglementation nationale au territoire spécifique du Teich, la prise en compte de la charte du parc naturel régional des Landes de Gascogne, la volonté de poursuivre la politique engagée en matière d'aménagement des entrées de ville, du centre-ville et des zones d'activités ont conduit le conseil municipal à prescrire, par délibération en date du 8 avril 2021, l'élaboration d'un règlement local de publicité.

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

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

A. La procédure d'élaboration du règlement local de publicité

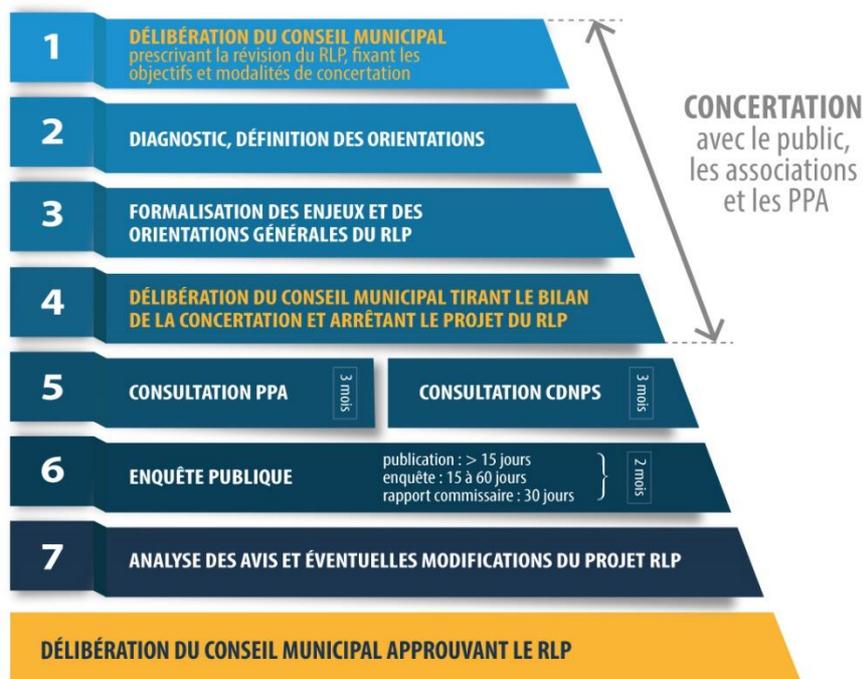
Les principales étapes de la procédure

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

La délibération prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité du 8 avril 2021 a défini les modalités de la concertation qui a lieu pendant toute la durée des études nécessaires à la révision du RLP (Art. L. 123-6 du code de l'urbanisme) :

- la mise à disposition du dossier à l'accueil de la mairie, aux heures et jours habituels, d'un registre permettant de formuler des observations tout au long de la procédure ;
- la mise à disposition d'un courriel contact@leteich.fr prévu pour recueillir les observations et propositions tout au long de la procédure ;
- la mise à disposition sur le site Internet du dossier et de tous les renseignements utiles à la procédure ;
- l'organisation de réunions publiques de concertation selon les préconisations gouvernementales en vigueur.

Lors de la délibération arrêtant le projet, le bilan de la concertation est tiré. Le projet est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA) ainsi qu'à la commission départementale nature, paysage et site (CDNPS). Ensuite, le projet, objet d'une enquête publique et éventuellement de modifications mineures pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, est définitivement approuvé par le conseil municipal.



Les éléments constitutifs du RLP

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

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

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

La partie réglementaire comprend les prescriptions applicables sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables à la commune. Toutefois, à l'inverse, le RLP peut déroger à certaines interdictions. C'est notamment le cas dans un parc naturel régional, où le RLP peut admettre certaines formes de publicité (article L.581-8 du Code de l'environnement)

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones identifiées dans le rapport de présentation et le règlement. A ceci s'ajoute l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le document graphique les matérialisant.

B. Définitions

Les dispositifs visés

Le code de l'environnement distingue et réglemente de manière différenciée trois types de dispositifs : les publicités, les préenseignes et les enseignes.

Leurs différences de définitions sont liées à leur position géographique (publicité-préenseignes/enseignes) ou à la nature de leur message (publicité/préenseignes).

Le schéma ci-dessous présente leur positionnement.



Les publicités

Constitue une publicité :

« toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention /.../ » (art. L.581-3 du code de l'environnement).

Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut générale.

Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

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



Une publicité murale (exemple pris hors du Teich)



Une publicité sur mobilier urbain



Une publicité numérique (exemple pris hors du Teich)

Ces différents types de publicité font l'objet de régimes spécifiques fixés par le RNP.

L'affichage d'opinion souvent appelé affichage libre

La mise à disposition de surfaces réservées à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est une obligation légale prévue au code de l'environnement (art. L. 581-13 et R. 581-2 et suivants).

Article R.581-2

La surface minimale que chaque commune doit, en vertu des dispositions du deuxième alinéa de l'article L.581-13, réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante :

1° 4 mètres carrés pour les communes de moins de 2 000 habitants ;

2° 4 mètres carrés plus 2 mètres carrés par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;

La population actuelle du Teich étant de 8 200 habitants (recensement INSEE 2018) l'obligation minimale pour ces dispositifs est de 12 m².



Panneau destiné à l'affichage d'opinion

Les préenseignes

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

Elles ne se distinguent donc des publicités que par la nature du message : la publicité vantera les mérites d'un produit, la préenseigne indiquera où on peut le trouver.



Préenseigne scellée au sol

Ayant rigoureusement le même impact sur l'environnement, utilisant les mêmes matériels, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du code de l'environnement).

La notion de préenseigne subsiste toutefois parce qu'il existe des préenseignes dites « dérogatoires » qui sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération. Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du présent code.

Sont considérées comme préenseignes temporaires :

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

2° Les 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.

Les enseignes

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

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

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



Enseignes sur façade, à plat



Enseignes perpendiculaires



Enseigne sur toiture



Enseigne scellée au sol

Les enseignes lumineuses suivent toutes les dispositions relatives aux enseignes et n'ont que deux règles propres :

- l'obligation d'extinction nocturne ;
- l'interdiction du clignotement, à l'exception des pharmacies et autres services d'urgence.

Les dispositifs ne relevant pas du règlement national de publicité

D'autres formes de dispositifs visibles dans l'espace public ne sont pas visées par le RNP et ne peuvent donc être réglementées par un RLP.

La signalisation routière et la signalisation d'intérêt local (SIL) relèvent du code de la route.



Signalisation routière



SIL (Signalisation d'information locale)

De la même manière, les journaux lumineux d'information, dont les messages sont exclusivement dédiés à l'information citoyenne, ou les mobiliers urbains dénués de publicité n'entrent pas dans le champ d'application du code de l'environnement.



Journal électronique d'information

Sont également exclus les dispositifs situés à l'intérieur d'une vitrine, ou dans un lieu couvert (parking, galerie marchande), ou encore sur un véhicule dont l'usage principal n'est pas publicitaire.



Véhicule non publicitaire

Délais de mise en conformité des dispositifs

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

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

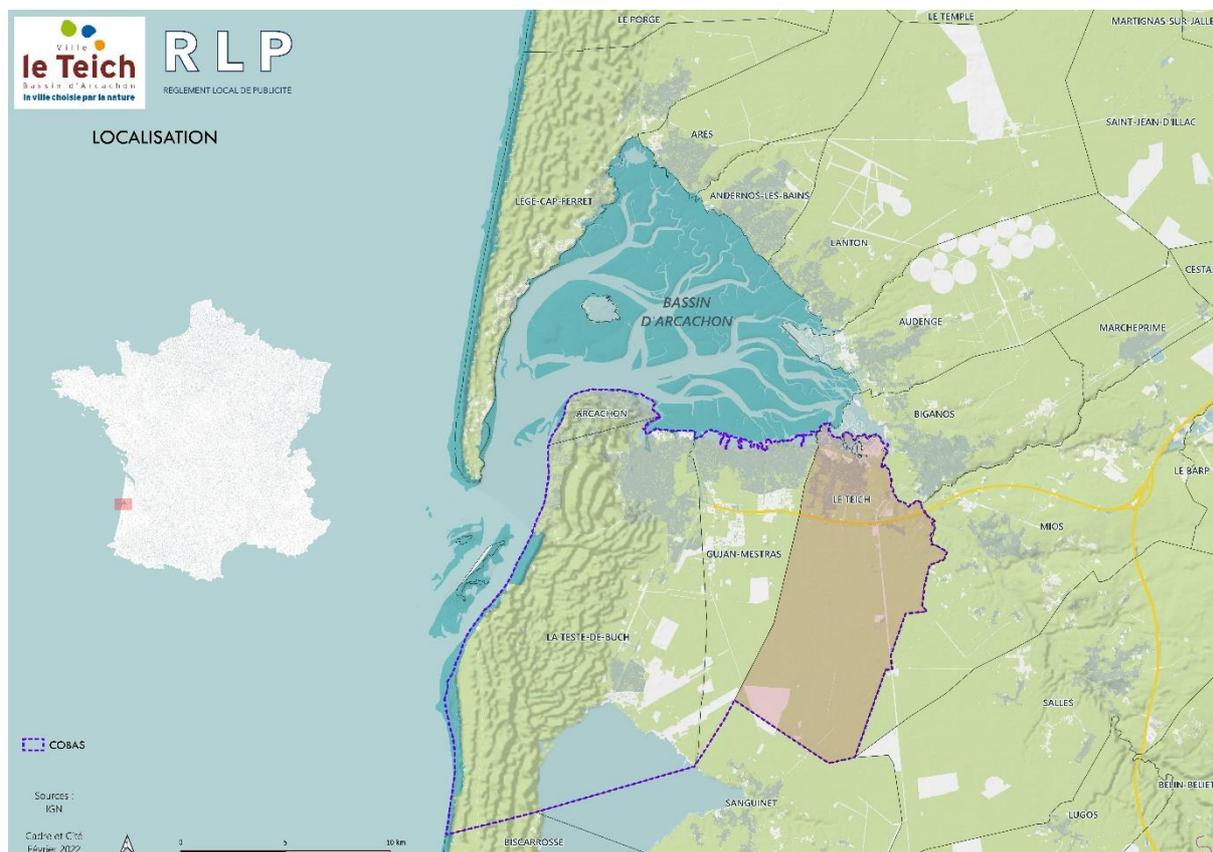
C. LA COMMUNE

Le Teich fait partie des 10 villes et villages ayant pignon sur le bassin d'Arcachon. Cette particularité géographique offre une mosaïque de paysages singuliers. Cette richesse naturelle est le principal vecteur de l'attraction touristique mais représente une ressource fragile qu'il convient de protéger.

Contexte administratif

Les communes d'Arcachon, de la Teste de Buch, de Gujan Mestras et du Teich forment la communauté d'agglomération du Bassin d'Arcachon Sud (COBAS). La COBAS est dotée de multiples compétences et de ressources lui permettant d'agir sur le développement de son territoire. Cependant, l'EPCI n'est pas compétente en matière de PLU intercommunal (PLUi), par conséquent elle ne l'est pas non plus pour le règlement de publicité intercommunal (RLPi). Le projet de règlement de publicité est donc mené par la commune elle-même.

La commune du Teich possède une population de 8 200 habitants (INSEE 2018) et appartient à l'unité urbaine de la Teste-de-Buch-Arcachon qui a la même composition que la COBAS.



Au regard de la réglementation nationale, les règles s'appliquant sur le territoire communal sont définies par :

- Une agglomération de moins de 10 000 habitants ;
- La non-appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

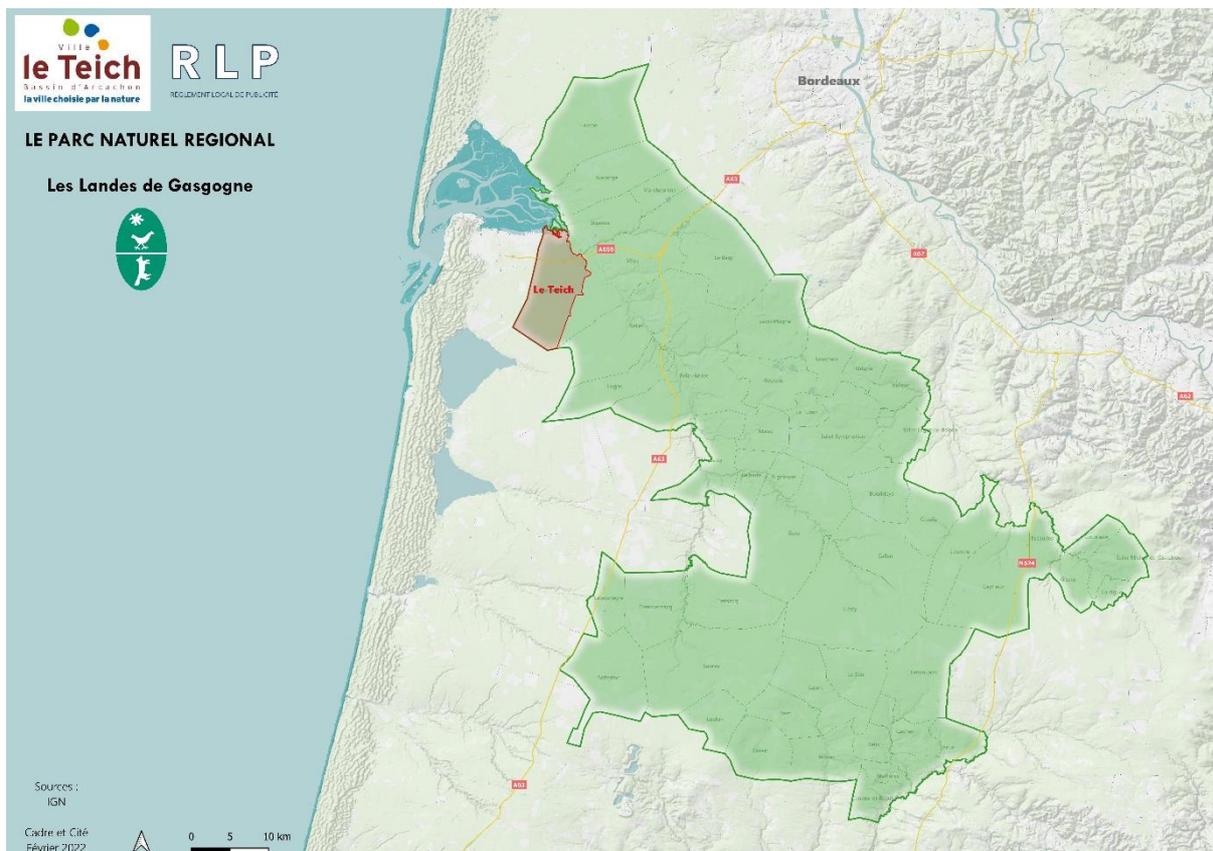
Le patrimoine naturel

A cheval sur les départements de la Gironde et des Landes, le parc naturel régional (PNR) des Landes de Gascogne s'étend sur 52 communes, dont celle du Teich.

Il couvre une grande partie de la forêt de pins du massif des Landes de Gascogne qui lui a donné son nom et s'étend du Bassin d'Arcachon, en Pays de Buch, jusqu'au sud de la Grande Lande.

Au regard du code de l'environnement, l'appartenance au PNR **interdit la publicité**. Cette interdiction est dite « relative » car il est possible d'y déroger dans le cadre d'un règlement local de publicité.

Cette interdiction ne concerne pas les enseignes.



D'autres protections naturelles marquent l'importance de ce patrimoine à conserver. Tout comme le PNR, les zones Natura 2000 constituent également un lieu d'interdiction relatif pour la publicité. Deux de ces zones sont à signaler sur le territoire communal :

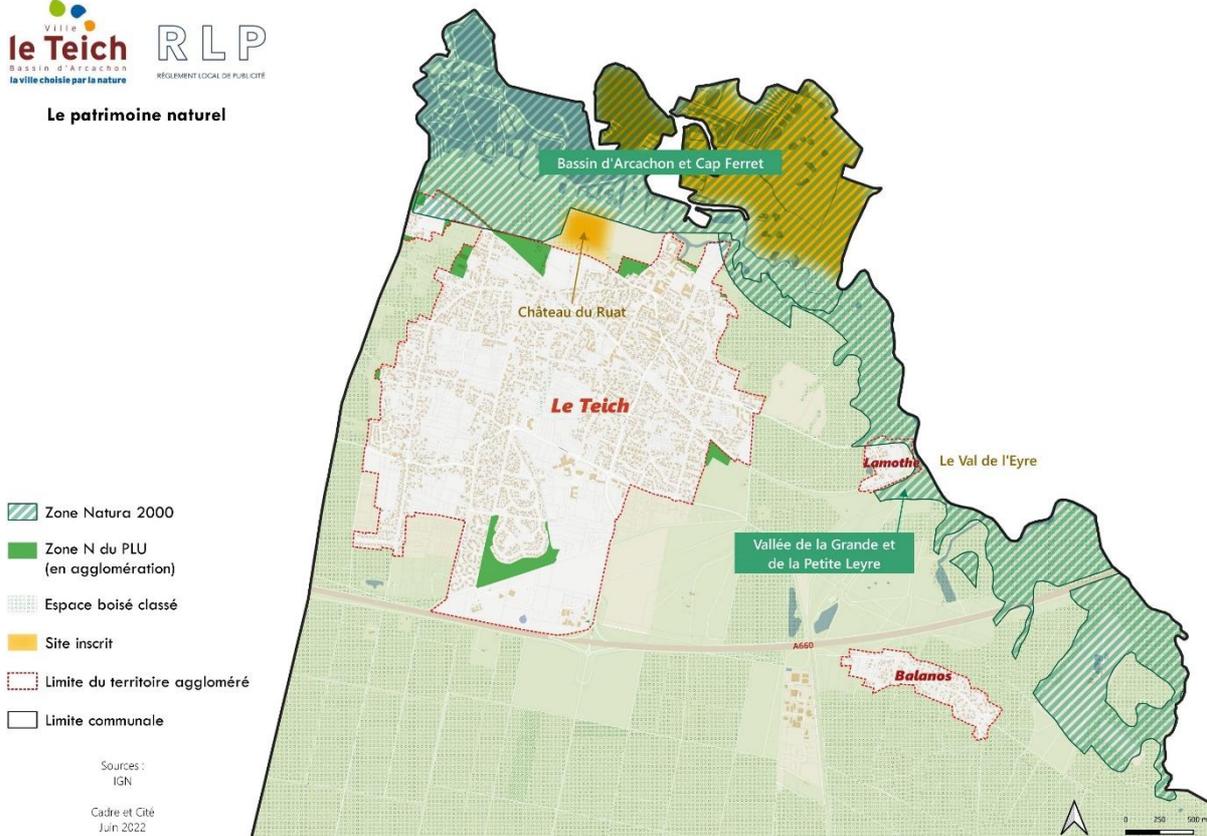
- Le Bassin d'Arcachon et Cap Ferret (FR7200679) ;
- Les vallées de la grande et de la petite Leyre (FR7200721).

Situées au nord et à l'est de la commune, les zones Natura 2000 préservent l'avifaune dans les boisements et les zones humides autour de l'Eyre et les marécages à l'entrée du bassin d'Arcachon.

D'autre part, le code de l'environnement interdit la publicité scellée au sol dans les zones N (naturelles) du PLU, dans les espaces boisés classés (EBC) et dans les sites inscrits au sein de l'agglomération. Ces interdictions sont inopérantes au Teich, ces dispositifs étant interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.



Le patrimoine naturel



Le patrimoine architectural

Les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire constituent une interdiction dite « absolue » puisqu'elle ne permet aucune dérogation.

Deux monuments sont inscrits sur le territoire communal du Teich :

- Le Château du Ruat ;



(Source : sudouest.fr)

Le Château du Ruat est également protégé par un site inscrit. Etant hors agglomération, celui-ci n'a pas d'incidence sur la réglementation nationale.

- Le monument aux morts de la guerre 14-18.



(Source : <https://monumentum.fr/>)

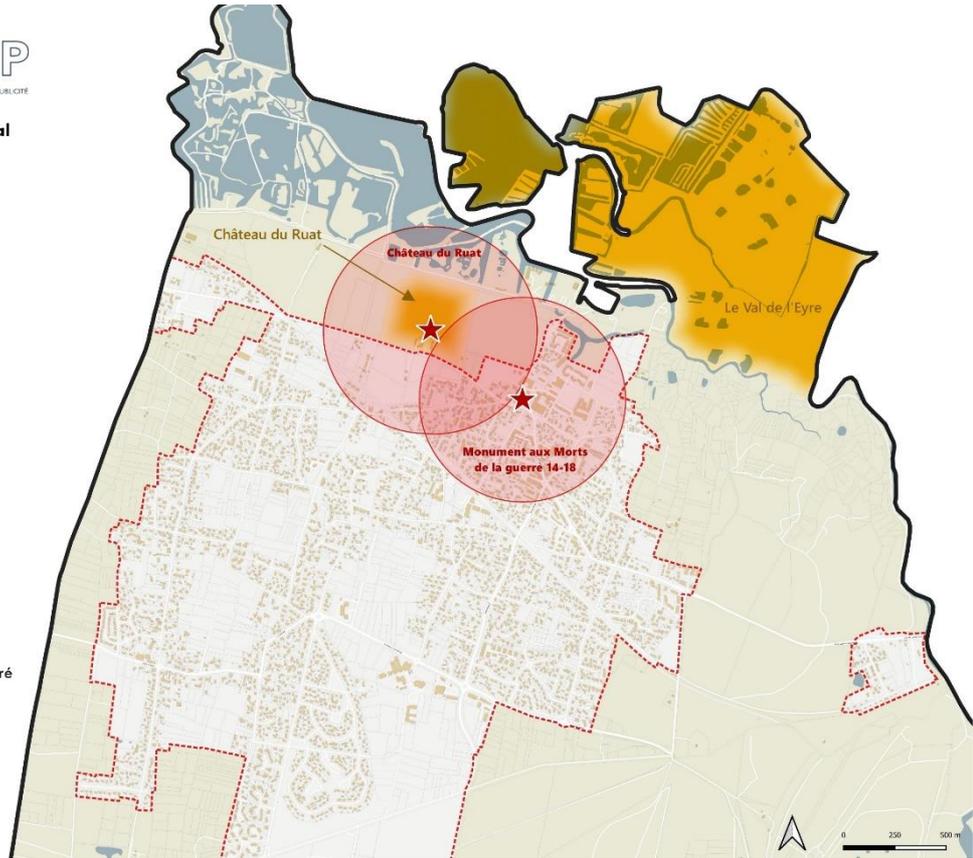


Le patrimoine architectural



- ★ Monument historique inscrit
- Périmètre de protection des monuments historiques
- Site inscrit
- Limite du territoire aggloméré
- Limite communale

Sources :
IGN
Cadre et Cité
Juin 2022



Les axes structurants

La commune du Teich dispose d'un ensemble de voies structurantes :

- l'autoroute 660 dessert le Bassin d'Arcachon traverse la commune d'est en ouest et longe le sud du territoire aggloméré ;
- la RD650 est un axe principal de la ville. Elle relie l'ensemble des communes du sud du bassin et parcourt l'agglomération d'est en ouest en passant par le centre-bourg. Perpendiculaire à la D650, la D650 E1 permet l'accès à l'autoroute à partir du village.
- La RD260 est un axe secondaire qui traverse des zones résidentielles et des zones naturelles en retrait de la D650.



LES AXES STRUCTURANTS

- Réseau autoroutier
- Axes principal
- Axe secondaire
- Voie ferrée
- - - Limite du territoire aggloméré
- Limite communale

Sources :
IGN
Cadre et Cité
Juin 2022



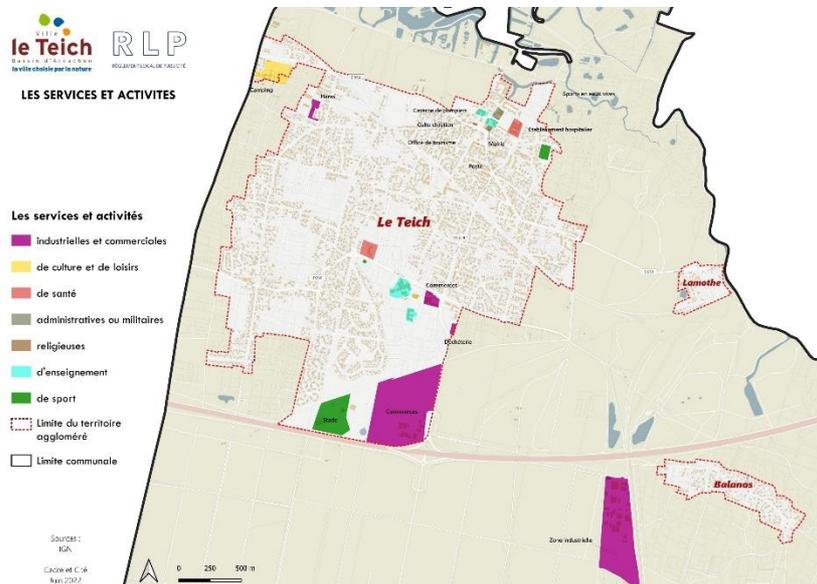
L'activité économique

Bien que Le Teich bénéficie du pôle d'attractivité du Bassin d'Arcachon, les activités économiques de la ville restent proportionnelles à sa taille.

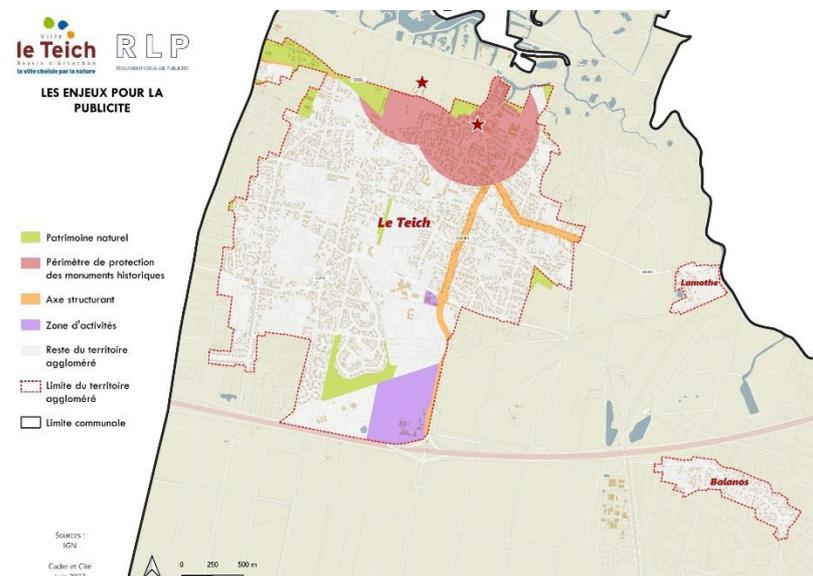
La RD650 qui traverse le centre bourg est une rue commerçante où sont installées des activités et commerces divers.

La zone d'activités située le long de l'autoroute A660 (rue Copernic) est en voie de développement. Certaines structures s'y sont déjà installées. Le PLU autorise :

- les projets d'aménagement et constructions à usage d'activités industrielles, de recherche et développement, commerciales ou tertiaires (sous certaines conditions) ;
- les constructions d'équipements collectifs à usage médico-social, sanitaire ou hospitalier ;
- les constructions à usages d'habitation ou d'hôtellerie.
- le centre « U Express » situé le long de la D260, à proximité du groupement scolaire.



Synthèse des enjeux pour la publicité extérieure



D. Le cadre réglementaire applicable sur le territoire du Teich

1. Les limites d'agglomération

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Les limites de l'agglomération doivent donc être déterminées avec précision. Ce point est important, d'où l'obligation d'annexer au RLP l'arrêté municipal fixant lesdites limites ainsi que le document graphique afférent.

L'agglomération est définie par l'article R. 110-2 du code de la route qui indique qu'il s'agit de « l'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 voie qui le traverse ou qui le borde ».



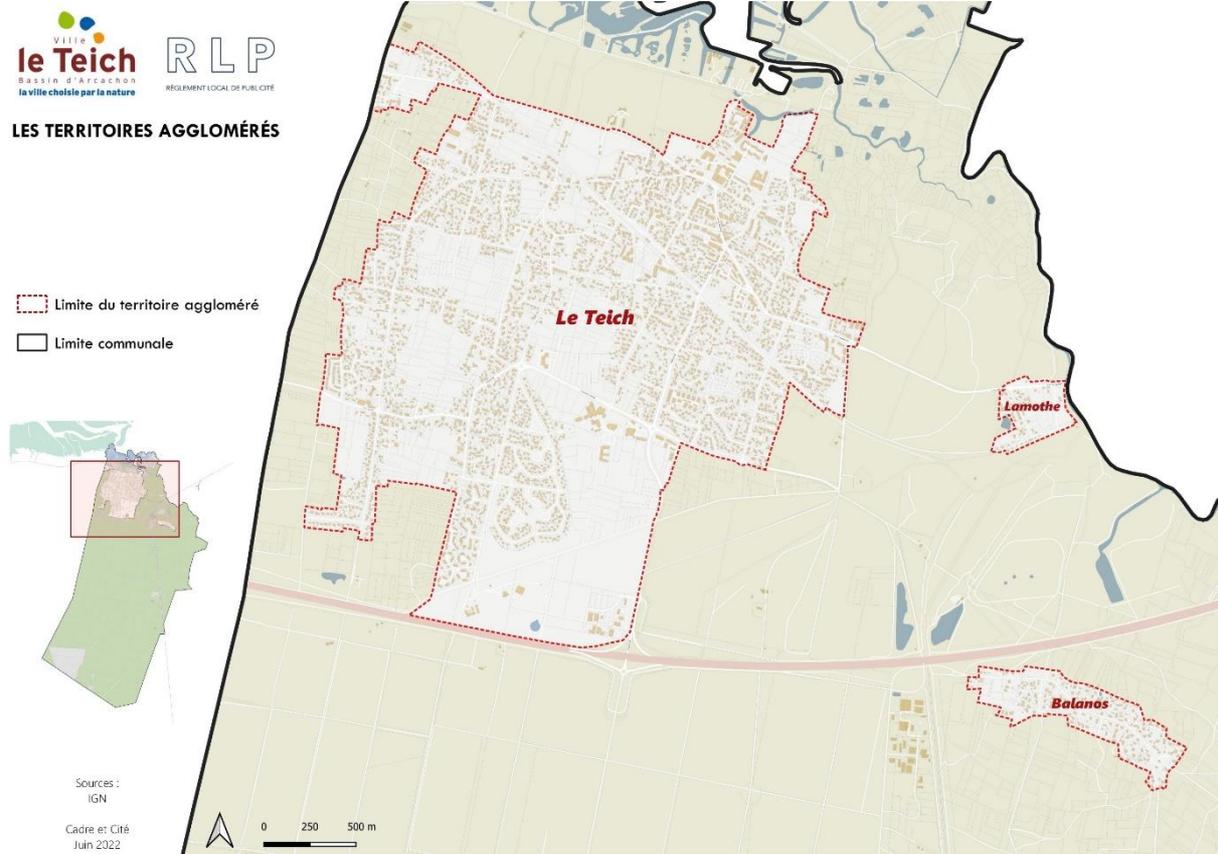
Panneau matérialisant l'entrée d'agglomération

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

La commune compte 3 secteurs agglomérés distincts :

- le centre-ville
- Balanos ;
- Lamothe.

D'autres groupes de bâtiments, isolés et peu nombreux, ne présentent pas les caractéristiques suffisantes pour être qualifiés d'agglomération.



Carte du territoire aggloméré

2. Les règles du RNP applicables sur le territoire communal

Les enseignes suivent le régime des agglomérations dont la population est inférieure à 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Le territoire communal étant situé en totalité dans le parc naturel régional des Landes de Gascogne, la publicité est interdite. Le RLP peut accepter, raisonnablement, certaines formes de publicités, soumises aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les principales règles du RNP applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants :

Publicité : les interdictions

Article L.581-4

I. - Toute publicité est interdite :

1° Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;

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.

/.../

Article L581-7

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. /.../

Article L.581-8

I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article [L. 621-30](#) du code du patrimoine ;

/.../

4° Dans les sites inscrits ;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article [L. 581-4](#) ;

7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article [L. 414-1](#).

Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14.

Publicité	
murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures de surface < à 0,50 m ²)	< à 4 m ²
	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit saillie < à 0,25 m
	hauteur < à 6 m
	bas du dispositif à plus de 0,5 m du sol
scellée au sol	Interdite
numérique	
Sur toiture	
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
bâches publicitaires ou de chantier	Interdites
petit format	surface unitaire < à 1 m ² surface cumulée < à 1/10e de la devanture commerciale dans la limite de 2 m ²
meublé urbain	< à 2 m ²

Enseigne (soumise à autorisation)	
sur façade (à plat + perpendiculaire)	25 % de la façade si < à 50 m ² 15 % de la façade si > à 50 m ²
à plat	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
perpendiculaire	saillie < à 1/10ème de la distance séparant les deux alignements de la voie publique sans excéder 2 m
scellée au sol	1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble si surface > à 1 m ²
	hauteur < à 6,5 m si largeur > à 1 m ou hauteur < à 8 m si largeur < à 1 m
	< à 6 m ²
horaires d'extinction	de 1 h à 6 h
clignotantes	Interdites à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence
sur toiture	lettres découpées dissimulant leurs fixations surface cumulée < à 60 m ² hauteur < à 3 m si hauteur bâtiment < à 15 m ou hauteur < à 6 m si hauteur bâtiment > à 15 m

E. Le diagnostic de la publicité extérieure

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

Il s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans son environnement et en lien avec les objectifs de la commune tels qu'ils ont été fixés par la délibération de prescription :

- la publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, perspectives, qualité technique et esthétique ;
- la qualité de vie des riverains et des usagers de l'espace public : nuisances visuelles, intrusions, pollutions diverses.

1. La publicité et les préenseignes

Des dispositifs publicitaires de grand format (12 m²) étaient autrefois installés au Teich. Une vigoureuse action de la municipalité les a fait supprimer.

En janvier 2022, il ne subsiste que 2 dispositifs scellés au sol de 1,50 m². Ces préenseignes scellées au sol ne peuvent être régularisées par le RLP (agglomération de moins de 10 000 habitants)



Une préenseigne scellée au sol

Il existe également 3 abris destinés au public, comportant chacun 2 faces publicitaires. En l'absence de RLP, ces dispositifs sont illégaux.



Un abri destiné au public

Le cas particulier des chevalets

La lecture stricte du code de l'environnement ne permet pas de classer les chevalets dans la catégorie des enseignes posées directement sur le sol. En effet, ceux-ci sont installés sur le domaine public et par conséquent ne répondent pas à la définition de l'enseigne :

« 2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ; »

N'étant pas apposé sur l'immeuble ou s'exerce l'activité, ces dispositifs sont donc des publicités (ou des préenseignes), et sont interdits.

Il est à noter qu'ils sont considérés comme des enseignes lorsqu'ils sont posés sur le terrain d'assiette de l'activité ou sur une partie concédée du domaine public.



Chevalet posé sur le domaine public

Certains commerces utilisent également des drapeaux



2. Les préenseignes dérogatoires

Jusqu'en 2015, les hôtels et les restaurants (entre autres) bénéficiaient des préenseignes dérogatoires, majoritairement installées hors agglomération. Depuis, le nombre d'activités pouvant prétendre à ces dispositifs a été réduit et leur installation est interdite en agglomération. Aucun dispositif de ce type n'a été relevé.

3. Enseignes

Un relevé très complet des enseignes a été réalisé. Les enseignes sous toutes leurs formes et pour tous les types d'activités ont été observées.

Globalement, la situation est extrêmement satisfaisante.

Les enseignes parallèles aux façades des commerces

- a) A deux exceptions près, les enseignes apposées sur façade respectent l'article R.581-60 du code de l'environnement : « *Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur /.../* »



Comme dans l'exemple ci-dessus, les enseignes ne doivent pas dépasser la ligne de faitage (ou les côtés du bâtiment)

- b) Les enseignes sont souvent réalisées en lettres découpées, laissant apparaître le matériau de la façade, ce qui est particulièrement agréable et valorisant lorsqu'il s'agit de bois ou de pierre.



Enseigne d'un commerce en lettres découpées (cave)



Enseignes en lettres découpées

c) La surface des enseignes

L'article R.581-63 du Code de l'environnement institue une règle de pourcentage entre la surface cumulée d'enseignes et la surface de la façade.

« Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée 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 mètres carrés. »

La majorité des entreprises est largement en deçà des maximums prévus, y compris pour la grande distribution.



Enseigne de très petite dimension pour ce bâtiment industriel



Enseigne très sobre pour ce supermarché



Proportion bien en dessous du maximum autorisé pour cet établissement de centre-ville

Seules ont été relevés 2 cas de figure où les enseignes excèdent les maximum admis.

d) Enseignes sur murs de clôture et clôture

Les murs et clôtures, qu'ils soient maçonnés, grillagés, végétaux, ont un rôle important dans le paysage d'une ville. Il est toujours préférable de laisser vierge de toute publicité ou enseigne.



Enseignes sur mur de clôture

e) Balcons et stores

Plus rarement, les enseignes sont apposées sur store ou sur balcon. Dans le premier cas, les inscriptions, lorsqu'elles n'occupent que la partie tombante du store (lambrequin) s'intègrent parfaitement.

L'utilisation des balcons est moins esthétique. Éléments importants dans le caractère du bâtiment, il est préférable de les laisser vierges de toute enseigne. Aucun exemple au Teich.

f) Enseignes sur vitrine

Le code de l'environnement fait entrer dans la catégorie des enseignes toute inscription ou image apposée sur une vitrine, à l'extérieur de celle-ci, dès lors que celle-ci est en rapport avec une activité qui s'exerce dans les lieux. Un autocollant citant une marque de bière sur la vitrine d'un café ou représentant un simple croissant sur la vitrine d'un boulanger sont des enseignes. Souvent utilisées par les établissements qui n'ont pas de produit à présenter en vitrine (pharmacies).

g) Enseignes numériques

Aucune enseigne numérique n'a été relevée.

Le caractère agressif des messages numériques semble *a priori* peu compatible avec l'image soignée du Teich.

Les enseignes perpendiculaires au mur

La quasi-totalité des établissements n'a installé qu'une enseigne perpendiculaire au mur, toujours de dimensions raisonnables (en général la plus grande dimension n'excède pas 0,80 m). Un seul cas d'enseignes multiples

Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

L'enseigne scellée au sol s'est développée dans les centres commerciaux des grandes villes. Placés au fond des parkings, les établissements commerciaux éprouvent le besoin de se signaler au bord des voies. Ce type d'enseigne n'a pas lieu d'être lorsque les magasins sont situés à l'alignement, et n'ont d'ailleurs pas la place d'être installées.

Le Teich offre une particularité propre : de très nombreux établissements - de nature très diverse - ont installé une enseigne de très petite dimension, inférieure à 1 m².



Enseignes scellées au sol de très petite surface

Dans les zones d'activités, la forme de totem est souvent utilisée, assurant une harmonisation de la signalétique sans la banaliser, chaque entreprise étant libre de sa création. L'état des lieux montre que les surfaces sont majoritairement inférieures au maximum autorisé par le RNP (6 m²)



Deux enseignes scellées au sol de 4 m²

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture présentent deux inconvénients pour le cadre de vie.

D'une part elles sont susceptibles d'altérer l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont apposées, ce qui peut être sans grande incidence sur les magasins cubiques des centres commerciaux, mais peut être déplorable sur les immeubles traditionnels ;

D'autre part, elles constituent un obstacle dans les perspectives, ce qui n'est pas acceptable dans le contexte montagnard.

Une seule enseigne sur toiture est en place à ce jour. De dimensions très modestes, elle est indispensable à l'hôtel qu'elle signale, celui-ci étant situé en arrière-plan. Dans la zone d'activités, d'autres établissements pourraient, pour les mêmes raisons,

Les enseignes temporaires

A l'occasion d'un événement promotionnel, d'une rencontre sportive, d'une manifestation culturelle, de la construction d'un programme immobilier, le règlement national laisse aux enseignes temporaires de larges possibilités en termes de nombre de dispositifs ou de surfaces. Si l'animation économique est nécessaire et s'il est toujours souhaitable que ces événements ou opérations soient couronnés de succès, l'exagération publicitaire n'est pas nécessaire. Banderoles et calicots en surnombre ou de dimensions excessives dégradent le paysage et l'atteinte au cadre de vie est d'autant plus fâcheuse que ces dispositifs sont susceptibles de se succéder pour les opérations commerciales, ou de rester en place de nombreux mois pour les programmes immobiliers.



Enseigne temporaire immobilière

Publicités et enseignes à l'intérieur des vitrines

Le code de l'environnement ne règlemente pas les dispositifs situés à l'intérieur d'un local. Toutefois, et par dérogation à ce principe, face au développement rapide des écrans numériques situés dans les vitrines, la loi 2021-1104 permet aux collectivités de prévoir des dispositions concernant ces écrans dans le RLP.

Nouvel article L. 581-14-4 du code de l'environnement :

*- Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.
/.../*

Aucun écran n'existe en 2022 au Teich.

F. Objectifs et orientations

Par délibération en date du 8 avril 2021, la commune a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité (RLP). Cette délibération a fixé les objectifs suivants :

- Adapter la réglementation en vigueur au territoire spécifique du Teich en prenant en compte les espaces naturels et paysages protégés, l'architecture locale, la charte du parc naturel régional des Landes de Gascogne ;
- Eviter la pollution visuelle publicitaire afin de préserver l'image de la commune, notamment dans sa lutte contre les dispositifs qui vont à l'encontre des principes de protection environnementale et du développement durable ;
- Poursuivre la politique engagée dans l'aménagement des entrées de ville, centre-ville et sans les zones d'activités, pour améliorer la qualité paysagère des sites ;
- Mettre en avant le commerce local et les activités de proximité en proposant une signalétique efficace ;
- Améliorer le cadre de vie des Teichoises et des Teichois.

La combinaison des objectifs et du diagnostic a permis de définir les orientations suivantes :

1. Admettre la publicité sur le mobilier urbain et sur les dispositifs posés au sol (chevalets, drapeaux) ;
2. Mettre en valeur le patrimoine bâti en centre-ville (limiter le nombre et la surface des enseignes) ;
3. Limiter la surface et la hauteur des enseignes scellées au sol ;
4. Réserver les enseignes sur toiture aux zones d'activités ou aux hôtels et limiter leur surface et leur hauteur ;
5. Appliquer le règlement national dans les zones d'activités ;
6. Interdire les enseignes numériques ;
7. Réglementer fortement les dispositifs numériques dans les vitrines ;
8. Elargir la plage d'extinction nocturne.

G. Explication des choix

La ville a choisi de rester au plus près de la règle nationale pour les publicités : l'interdiction reste le principe, uniquement levée pour une catégorie de publicité sur mobilier urbain. Pour les enseignes, la ville a souhaité d'une part s'appuyer sur les nombreux bons exemples montrés par le diagnostic, notamment en termes dimensions et d'autre part, a cherché systématiquement à se rapprocher des préconisations du parc naturel régional en la matière.

Dans cet esprit et tenant compte des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux en termes de paysages et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, les choix suivants ont été retenus :

Publicités

La publicité est admise sur les palissades de chantier, le Code de l'environnement prévoyant expressément qu'elle ne peut être interdite dans un parc naturel régional (combinaison des articles L.581-8 et L. 581-14).

La publicité est admise sur les abris destinés au public, la ville souhaitant conserver les 3 dispositifs actuellement en place, en raison du service rendu aux usagers du domaine public.

Enseignes

La recherche d'une harmonie sur la totalité de la commune impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. A partir d'une situation globalement bonne, le RLP s'attache à améliorer la qualité des enseignes et leur intégration dans le bâti comme dans les perspectives lointaines.

Les prescriptions retenues sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de nuancier de couleurs ou de typographie, afin de pouvoir permettre une adaptation des enseignes au plus près de leur contexte et de faciliter l'instruction au cas par cas des demandes d'autorisation.

Le RLP détaille les critères sur lesquels le service instructeur s'appuiera pour étudier les demandes d'autorisation. Ceux-ci sont tous liés au cadre de vie, rappelant ainsi la finalité de la règlementation (article B.6).

L'obligation de supprimer les enseignes lorsque l'activité a cessé est également rappelée. Ce devoir est étendu aux propriétaires des locaux (article B.7), avec pour objectif d'éviter que subsistent les enseignes d'établissements fermés.

La publicité est interdite sur les arbres par le règlement national et le RLP étend cette interdiction aux enseignes afin de protéger toute végétation (article B.2).

D'autre part, les murs de clôtures et clôtures ont un grand intérêt dans la structure des paysages et doivent rester visibles. L'apposition d'une enseigne y est interdite. Les entreprises utiliseront pour se signaler une enseigne scellée au sol de petite dimension (article B.1).

Le diagnostic a montré qu'il n'existait pas d'enseignes numériques. Le choix a été fait de pérenniser cette situation en interdisant les dispositifs numériques, dont le caractère agressif est incompatible avec l'image de la ville et le parc naturel régional (article B.3).

Alors que les enseignes durables font l'objet de fortes exigences, il n'est pas acceptable que les enseignes temporaires puissent être implantées de façon anarchique, anihilant les efforts consentis sur les premières. Celles-ci sont donc limitées dans le temps et en nombre (article B.6).

Ainsi,

- la durée d'apposition prévue par le règlement national (3 semaines avant l'évènement et une semaine après) est ramenée à 14 jours et 2 jours ;
- 1 seule enseigne par opération est admise, tant pour les manifestations exceptionnelles que pour les opérations immobilières.

La surface n'a pas été limitée, afin de ne pas entraver le dynamisme commercial.

Au vu de la situation actuelle, et tenant compte des préconisations du PNR, la commune a choisi d'aligner le pourcentage d'occupation des façades sur 15 % (15 et 25 % dans le RNP). De la même façon, le RLP impose un maximum aux autocollants posés sur les vitrines (article B.5).

Les horaires d'extinction des enseignes sont adaptés à la vocation touristique de la commune et à l'animation tardive. Les horaires alignés sur l'éclairage municipal.

La loi 2021-1104 permet de réglementer - sans interdire - les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines. La ville a choisi de limiter leur surface à 0,50 m².

Les dimensions des chevalets et drapeaux, lorsqu'ils peuvent être autorisés, sont harmonisés.

La zone 1

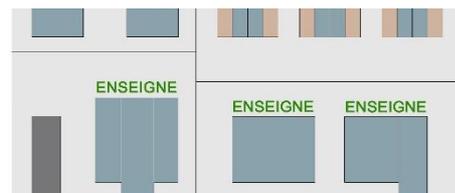
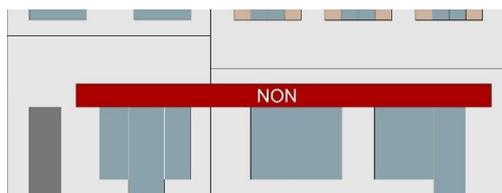
Un zonage simple a paru nécessaire, ayant pour unique objet de distinguer les secteurs d'activité où les dimensions des bâtiments et la nature des entreprises impose de traiter les enseignes différemment du reste du territoire.

En conséquence, la zone 1 recouvre la quasi-totalité du territoire communal. Les enseignes font l'objet de prescriptions allant dans le sens d'une recherche de sobriété, de mise en valeur de l'architecture,

L'article 1.3 détaille les règles imposées aux enseignes parallèles.

Le règlement protège donc tous les éléments de modénature, les balcons, les garde-corps.

Il limite le nombre d'enseignes parallèles à 1 par établissement et par voie, avec toutefois une possibilité d'une enseigne par vitrine, solution esthétiquement préférable dans certains cas.



Dans le même souci de préservation des façades des bâtiments, les enseignes perpendiculaires sont limitées à 1 par établissement, avec une surface inférieure à 0,70 m².

Obstacle inutile dans le paysage, éventuellement nuisible à la bonne circulation routière ou piétonne, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol se cantonnent à la surface déjà utilisée par de nombreuses entreprises : moins de 1 m². L'enseigne remplit alors efficacement son rôle de signalisation sans nuire aux perspectives.

Le RLP n'accepte qu'une enseigne scellée ou posée au sol (pour mémoire, le RNP ne détermine pas le nombre d'enseignes d'une surface inférieure à 1 m²)

Dans cette zone, aucun bâtiment n'est à même de supporter une enseigne sur toiture.

La zone 2

Le règlement national convient parfaitement aux bâtiments à caractère utilitaire, industriel (façades plates, toits-terrasses, grandes dimensions) des zones d'activité, en et hors agglomération.

Le RLP ne limite que les enseignes scellées au sol, en réduisant leur surface à 4 m², et les enseignes sur toiture (hauteur de 2 mètres maximum, adaptée aux édifices existants et à venir)