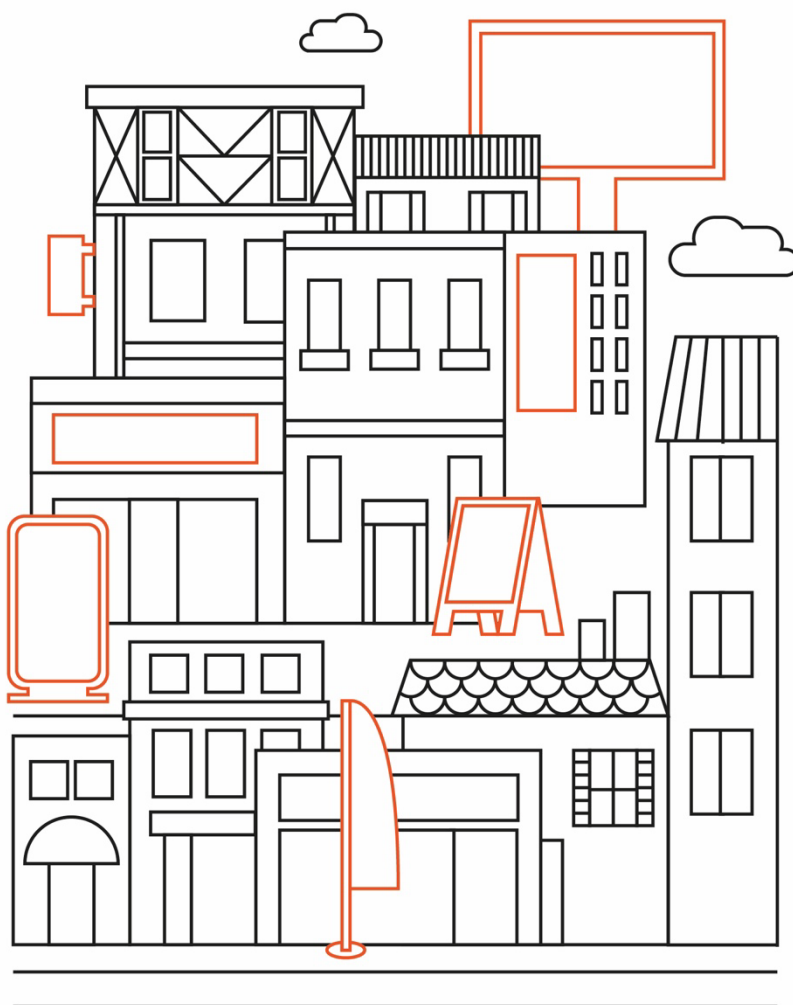


Dossier d'enquête publique

27 mars 2025 au 18 avril 2025

Règlement Local de Publicité (RLP)



Note de présentation non technique
relative au projet d'élaboration du
Règlement Local de Publicité (RLP)
de la commune de Saint-Witz

accompagné par le bureau d'études

GOPUS
CONSIL

Objet : Enquête publique pour l'élaboration du Règlement Local de Publicité de la ville de Saint-Witz

En élaborant son Règlement local de publicité, la ville de Saint-Witz a souhaité réglementer l'ensemble de la publicité extérieure (publicités, enseignes et pré-enseignes) afin d'assurer la préservation de son patrimoine bâti et naturel dans le but de valoriser ses paysages et le cadre de vie de ses concitoyens.

Le règlement local de publicité de la ville de Saint-Witz s'est fixé par délibération du 26 janvier 2024, les objectifs suivants :

- Adapter les règles nationales, en matière de publicités, d'enseignes et de pré-enseignes prévues par le Code de l'Environnement, au contexte local en tenant compte de l'ensemble des évolutions réglementaires et législatives depuis l'adoption de la loi dite « Grenelle II » ;
- Améliorer la qualité des enseignes au sein des zones d'activités et notamment celle de la rue de la ferme Saint-Ladre pour permettre une meilleure lecture des informations et renforcer l'image des entrées de ville du territoire ;
- Maintenir une pression publicitaire limitée sur le territoire en mettant en place une réglementation locale conciliant la protection du cadre de vie et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux ;
- Favoriser une insertion des enseignes qualitative dans le village pour renforcer l'identité du cœur de ville de Saint-Witz et mettre en valeur le petit patrimoine local de la commune ;
- Encadrer l'installation des supports lumineux dont numériques et notamment des supports lumineux installés derrière les vitrines en proposant notamment une plage d'extinction nocturne renforcée.

Afin de remplir ces objectifs, plusieurs orientations ont été débattues en conseil municipal en date du 24 avril 2024, à savoir :

Orientations relatives aux publicités et préenseignes :

- **Orientation 1** : Limiter la densité des publicités et préenseignes afin d'être en accord avec la réalité du territoire et des supports présents sur la commune.

Orientations relatives aux enseignes :

- **Orientation 2** : Mettre en place des règles favorisant une meilleure intégration des enseignes en façade dans leur environnement (limitation en nombre, en format et/ou en saillie) ;
- **Orientation 3** : Encadrer l'utilisation des enseignes sur clôture et des enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol en maîtrisant leur nombre et/ou leur format et/ou leur taille pour limiter l'impact de ces supports ;
- **Orientation 4** : Limiter la hauteur des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol pour réduire l'impact visuel de ces supports ;
- **Orientation 5** : Renforcer les règles concernant les enseignes temporaires pour en limiter l'impact négatif sur le paysage ;

Orientations mixtes (publicités, enseignes et préenseignes) :

- **Orientation 6** : Réglementer localement les supports numériques (publicités, enseignes et préenseignes) pour limiter leur impact tout en permettant leur utilisation avec parcimonie.
- **Orientation 7** : Mettre en place une plage d'extinction nocturne renforcée applicable aux publicités, enseignes et préenseignes ;
- **Orientation 8** : Instituer une réglementation locale pour les supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines afin d'encadrer leur utilisation, en les soumettant, a minima une plage d'extinction renforcée.

Suite à une étape de concertation, le projet a été arrêté le 21 novembre 2024. Les caractéristiques principales du projet arrêté sont :

1) En matière de publicités et pré-enseignes

1. Le zonage

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

- La zone de publicité n° 1 (ZP1) couvre les secteurs urbains mixtes à vocation principale d'habitat et d'équipement ;
- La zone de publicité n° 2 (ZP2) couvre les zones d'activités situées en agglomération ;
- La zone de publicité n° 3 (ZP3) couvre les zones situées hors agglomération.

La ZP1 : secteurs urbains mixtes à vocation principale d'habitat et d'équipement :

Cette zone couvre principalement les espaces à vocation principale d'habitat, d'équipement et les espaces urbains mixtes accueillant des commerces de proximité. Cet espace a pour objectif de répondre à l'ambition de la ville de diminuer la présence de supports publicitaires sur son territoire et notamment sur les entrées de ville. Les secteurs d'habitat et d'équipement peu soumis à la pression publicitaire méritent quant à eux d'être préservés.

Cette zone couvrant des espaces variés, il y a un fort enjeu de conciliation entre la préservation des paysages et la possibilité pour les acteurs locaux de pouvoir disposer d'une latitude suffisante pour réaliser une communication/signalisation économique minimale et appropriée à leurs besoins.

La ZP2 : les zones d'activités situées en agglomération.

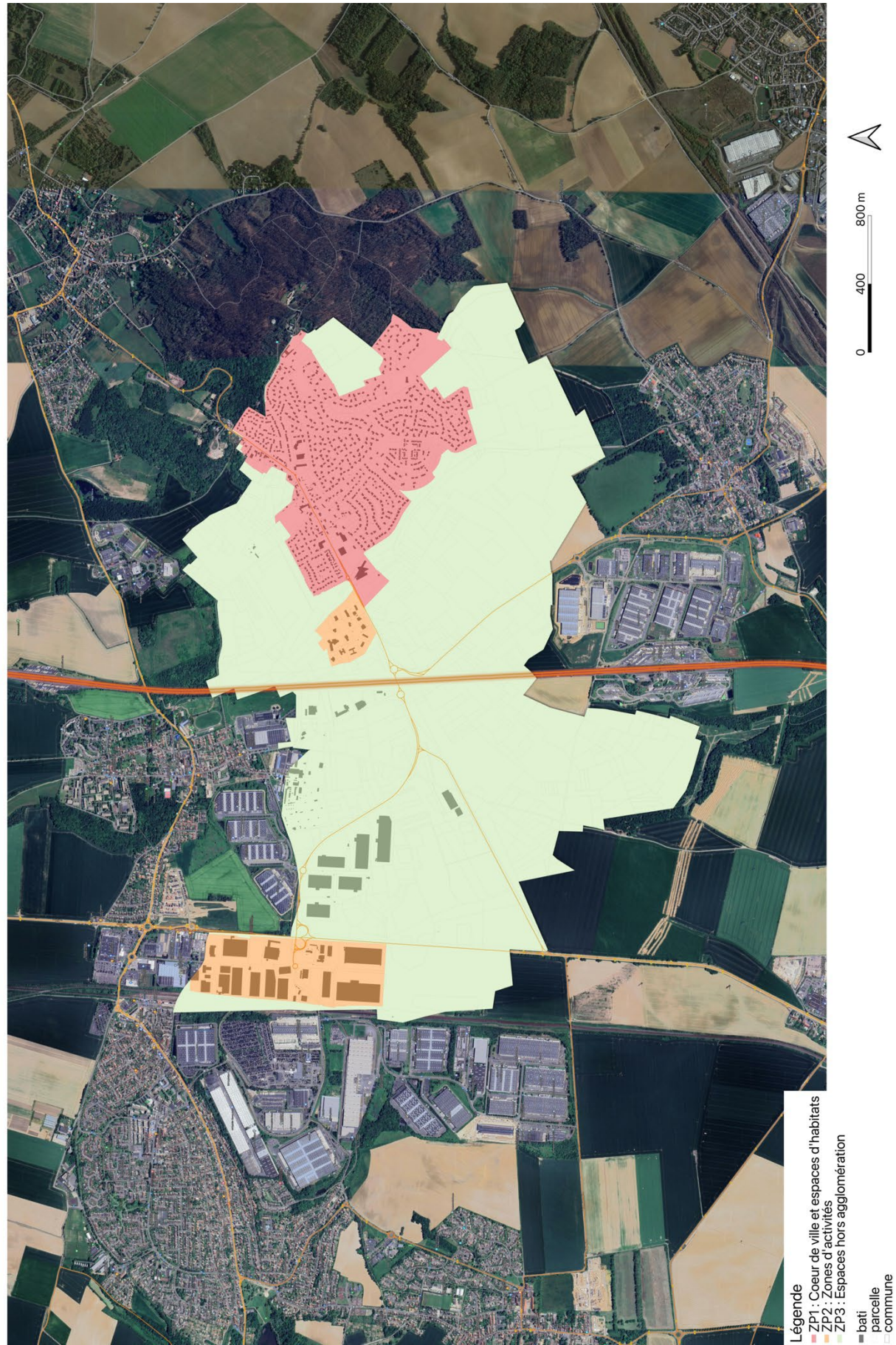
Cette zone couvre exclusivement les zones d'activités de la commune situées en agglomération. Il s'agit d'espaces qui nécessitent un traitement spécifique et homogène sur le territoire communal pour favoriser la visibilité des activités et acteurs économiques locaux. Il convient également de mettre en place des règles permettant d'encadrer les enseignes, cette zone sera néanmoins la plus souple en matière de réglementation.

La ZP3 : les zones situées hors agglomération.

Le développement de la commune a conduit à créer une troisième zone de publicité pour tenir compte des espaces d'activités situés hors agglomération mais également des autres espaces naturels et agricoles qui peuvent accueillir du bâti et/ou des activités isolées. L'objectif ici était de proposer une réglementation des enseignes en cohérence avec les espaces situés en agglomération pour un traitement équitable et cohérent de ces supports. Au même titre que la ZP2, les règles

proposées bien que plus souples qu'en ZP1 demeurent plus strictes que celles prévues à l'échelle nationale.

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Saint- Witz



2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

La réglementation nationale étant particulièrement stricte pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (interdiction de la publicité scellée au sol ou encore numérique), les espaces agglomérés de la ZP1 et de la ZP2 sont réglementés de manière identique en matière de publicités et de préenseignes. Ce choix permet d'assurer une cohérence à l'échelle du territoire.

Si les publicités scellées ou installées directement sur le sol ou encore les publicités numériques demeurent interdites, le RLP met en place l'interdiction des publicités sur clôture et des publicités sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Le diagnostic a permis d'identifier seulement 2 supports apposés sur clôture déjà en infraction avec la réglementation nationale (car installés sur clôture non-aveugle) et de mettre en avant l'absence de publicités sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Ces interdictions permettent donc d'entériner un état de fait tout en permettant des installations futures plus qualitatives.

Aussi, les principales typologies de publicité autorisées sont :

- les publicités murales ;
- les publicités apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain.

Les publicités murales devront respecter la surface maximale de 4,7 mètres carrés et ne pourront excéder 6 mètres de hauteur au sol. Ce format de 4,7 mètres carrés correspond à la limitation autorisée par le Code de l'environnement sur la commune de Saint-Witz depuis le décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023. Le diagnostic a permis de mettre en avant l'absence de publicités murales aujourd'hui sur la commune de Saint-Witz. Le maintien des dispositions nationales en matière de format est donc justifié.

Cependant, les restrictions liées à la règle de densité permettront de limiter l'impact des futures installations de supports publicitaires sur le territoire. En effet, la publicité murale est autorisée uniquement sur les unités foncières disposant d'un linéaire d'au moins 20 mètres et dans la limite d'une seule publicité. En deçà, la publicité est interdite. Au-delà de 100 mètres, un deuxième support publicitaire est autorisé. La même règle s'applique sur le domaine public.

Ces règles permettent :

- de préserver le cœur de ville et les espaces résidentiels qui comptent des linéaires d'unité foncière relativement faibles ;
- d'apporter une réponse cohérente face aux enjeux des zones d'activités en proposant des possibilités supplémentaires en matière de publicité compte tenu des unités foncières plus importantes qu'ailleurs sur la commune ;
- de disposer d'une règle unique et simplement applicable à l'échelle de la totalité des espaces agglomérés de la commune.

Quant à la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain, elle est autorisée dans les conditions fixées par le Code de l'environnement. Ainsi, les publicités apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations générales ou locales, ou des œuvres artistiques ne peuvent excéder 2 mètres carrés ni s'élever à plus de 3 mètres de hauteur au sol.

Enfin, les publicités lumineuses sont autorisées uniquement si elles sont éclairées par projection ou transparence et sont soumises à une plage d'extinction nocturne renforcée. Ces supports lumineux doivent être éteints entre 22 heures et 6 heures à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services.

Cette exception est issue du Code de l'environnement et permet de tenir compte des horaires de fonctionnement des transports publics et de maintenir une offre de service public de qualité pour les usagers et les habitants.

La ZP3 étant une zone couvrant des espaces situés hors agglomération, les publicités et les préenseignes (à l'exception des préenseignes dérogatoires conformément aux articles L.581-7 et L.581-19) demeurent interdites.

3. Les choix retenus en matière d'enseignes

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdit sur **l'ensemble du territoire** l'installation de toute enseigne sur :

- les arbres et les plantations ;
- les clôtures aveugle et non-aveugle ;
- les auvents et les marquises ;
- les balcons ou balconnets ;
- 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.

Les enseignes gonflables sont également interdites.

Les prescriptions encadrant les enseignes en façades doivent permettre leur bonne intégration et la mise en valeur des bâtiments sur lesquels ces enseignes sont installées. Ces règles s'appuient sur le diagnostic réalisé et sur les pratiques existantes. Sur l'ensemble de la commune, les enseignes parallèles doivent donc respecter les règles suivantes :

- lorsque l'activité est située exclusivement en rez-de-chaussée, les enseignes parallèles au mur ne peuvent être implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage, sauf impossibilité technique ou architecturale.

Les **enseignes perpendiculaires** doivent quant à elles respecter les règles suivantes :

- une seule par façade d'une même activité ;
- saillie limitée à 0,80 m ;
- largeur et hauteur limitées à 0,80 m ;
- l'enseigne perpendiculaire doit être implantée au même niveau que l'enseigne parallèle au mur principale, sauf impossibilité technique ou architecturale.

En ZP1, l'enseigne parallèle doit être réalisée avec des lettres peintes en façade, avec des lettres ou signes découpés ou sur un panneau de fond uni.

Ces différentes règles permettent sur l'ensemble du territoire de préserver voire d'améliorer l'insertion paysagère des enseignes sur le bâti, dans le respect des lignes architecturales des façades. Les dispositions spécifiques à la ZP1 permettent de tenir compte des caractéristiques du village de Saint-Witz.

En ZP1, les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées uniquement si elles signalent une activité située en retrait de la voie, dans la limite de 2 m² et 3 m de hauteur au sol. Cette limitation est en cohérence avec l'ambiance urbaine de la

partie résidentielle et village de Saint-Witz tout en permettant au gré des caractéristiques des activités de pouvoir installer des supports de ce type. Le format proposé est en cohérence avec le format du mobilier urbain supportant à titre accessoire de la publicité compte tenu de l'impact similaire de ces dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol.

En ZP1, les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées uniquement si elles sont implantées au droit de l'activité, dans la limite d'une seule par voie bordant l'activité et 1,20 m de hauteur au sol. Ces dispositions permettent de proposer un cadre local pour des supports qui aujourd'hui ne sont soumis à aucune règle nationale. Ces règles s'intègrent à l'ambiance urbaine de la ZP1 tout en maintenant des possibilités pour les acteurs économiques locaux d'user de ce type de support.

En ZP1, les enseignes numériques sont autorisées uniquement si elles signalent des services d'urgences, pharmacie dans la limite d'une seule par activité et 1 m². Ces dispositions permettent d'encadrer l'utilisation de ces supports particulièrement énergivores et dont l'impact visuel dans un secteur à vocation principale d'habitat est particulièrement impactant pour le cadre de vie des habitants.

En ZP2 et ZP3, les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 6 mètres carrés (format maximum imposé par le Code de l'environnement) et 6 mètres de hauteur au sol. Cette limitation de hauteur permettra d'avoir une meilleure insertion paysagère de ces enseignes et d'éviter les supports masquant les perspectives paysagères.

En ZP2 et ZP3, les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de deux supports par voie bordant l'activité et 4 mètres de hauteur au sol. Ces dispositions permettent de proposer des règles locales à des supports qui ne disposent pas de règles nationales tout en tenant compte des besoins de visibilité et d'information accrus dans les espaces d'activités.

En ZP2 et ZP3, les enseignes numériques sont autorisées uniquement si elles signalent des services d'urgences, pharmacie, stations-service, activité d'hôtellerie ou de restauration dans la limite d'une seule par activité. Lorsqu'elles sont permises, l'enseigne numérique ou la partie de l'enseigne qui est numérique ne peut excéder 2 m². Ces règles permettent de limiter l'impact de la pollution lumineuse tant sur les paysages diurnes que nocturnes.

Enfin, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en ZP1 mais demeurent autorisées en ZP2 et ZP3 dans la limite de 30 m² de surface cumulée, soit deux fois moins que ce que permet le Code de l'environnement. Cette proposition permet de limiter l'impact de ces supports sur le cadre de vie et les perspectives paysagères en tenant compte des besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Dans un souci de limiter la pollution lumineuse et de réaliser des économies d'énergie, les enseignes lumineuses sont éteintes à la fermeture au public de l'établissement et peuvent être allumées à l'ouverture au public de l'activité. Cette plage d'extinction nocturne ne s'applique pas aux activités en cours entre ces heures (exemple, restaurant, bar, boîte de nuit ou encore boulangerie ou cinéma qui accueille du public durant ces heures). Cette plage d'extinction nocturne s'applique à l'ensemble du territoire.

4. Les choix retenus en matière de supports lumineux installés en vitrine.

La commune a souhaité encadrer les supports lumineux situés à l'intérieur des vitrines comme le permet la loi Climat et Résilience depuis août 2021. Ainsi, ces supports sont soumis à la plage d'extinction nocturne des enseignes et sont limités à 2 dispositifs par activité et 1 m² de surface unitaire. L'objectif étant de laisser une marge de manœuvre suffisante aux acteurs économiques locaux pour utiliser ce type de support tout en tenant compte du diagnostic réalisé sur la commune.

Par ailleurs, ces supports ne peuvent être clignotants.

Ces dispositions permettront de réduire l'impact de ces dispositifs sur les paysages tant diurnes que nocturnes en proposant des règles cohérentes avec la gestion des autres supports lumineux sur le territoire. Ces dispositions garantiront un cadre de vie plus apaisé en tenant compte des évolutions et des besoins de communication des acteurs économiques locaux.

2) Conclusion

La population ainsi que les personnes publiques ont été associées à l'élaboration du projet et ont pu exprimer leurs observations et propositions permettant ainsi de faire évoluer le projet désormais abouti et prêt à être soumis à enquête publique, dans le respect de la procédure fixée par le Code de l'Environnement.