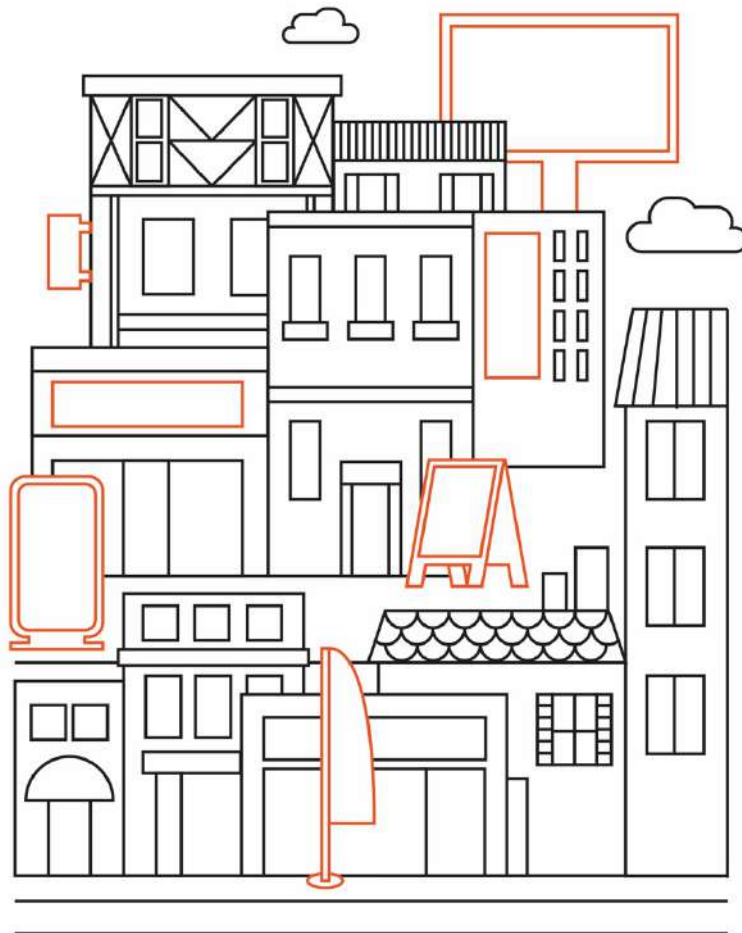


Tome 1 : rapport de présentation

Règlement Local de Publicité (RLP)



Version pour la concertation



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
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	17
2.1. Les interdictions absolues.....	17
2.2. Les interdictions relatives	19
3. Les règles applicables au territoire	21
3.1. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires.	21
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	22
4.1. L'autorisation préalable	22
4.2. La déclaration préalable	22
4.3. L'instruction	22
5. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	24
6. Les délais de mise en conformité.....	24
II. Les enjeux liés au parc d'affichage	25
1. Le contexte territorial de la commune de Saint-Witz	25
1.1. Démographie	25
1.2. Mobilité	25
1.3. Économie	26
2. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes	27
2.1. Généralités.....	27
2.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	31
2.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture.....	36
2.4. La densité.....	38
2.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain	40
2.6. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.	43
2.7. Publicités / préenseignes lumineuses.....	44

3.	Les enjeux en matière d'enseignes	48
3.1.	Généralités.....	48
3.2.	Enseignes parallèles au mur	51
3.3.	Enseignes sur auvent, marquise ou balcon	53
3.4.	Enseigne sur clôture	55
3.5.	Enseignes perpendiculaires au mur.....	57
3.6.	La surface cumulée des enseignes.....	59
3.7.	Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	60
3.8.	Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....	65
3.9.	Enseignes lumineuses.....	68
3.10.	Enseignes et préenseignes temporaires.....	70
4.	Les enjeux en matière de supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines ou des baies commerciales.....	72
III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure		73
1.	Les objectifs	73
2.	Les orientations.....	74
IV. Justification des choix retenus		79
1.	Le zonage retenu en matière de publicités et préenseignes	79
2.	Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	79
3.	Le zonage retenu en matière d'enseignes	79
4.	Les choix retenus en matière d'enseignes	79

Tables des abréviations

ABF	Architecte des bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
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
ZP	Zone de publicité

Introduction

La commune de Saint-Witz est intégralement située dans le département du Val-d'Oise. Elle fait partie de l'unité urbaine de Paris et compte 2 548 habitants¹.

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'expression², 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 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴, 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.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement local de publicité (RLP) 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.

¹ Données démographiques issues du recensement 2020 de l'INSEE (population totale)

² 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.

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

⁴ 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(i) qui est également compétente pour la révision du RLP(i)⁵.

La commune de Saint-Witz dispose de la compétence en matière de PLU(i)⁶, l'élaboration ou la révision de règlement local de publicité lui revient.

Le RLP(i) est élaboré sur la même base normative que les PLU(i) 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 ;

⁵ Article L 581-14 du Code de l'environnement

⁶ Article L.5219-5 I. du code général des collectivités territoriales.

- **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 2021⁷, il est désormais possible dans le cadre de la mise en place d'un RLP 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.

A compter du 1^{er} janvier 2024, les compétences de police en matière de publicité dans les communes de moins de 3 500 habitants dont l'EPCI n'est pas compétence en matière de PLU(i) ou de RLP(i) seront exercées par les présidents d'EPCI sans possibilités pour les maires de s'opposer à ce transfert de compétence.

C'est donc le président 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)⁸.

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

⁷ LOI n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

⁸ 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 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 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 locales⁹.

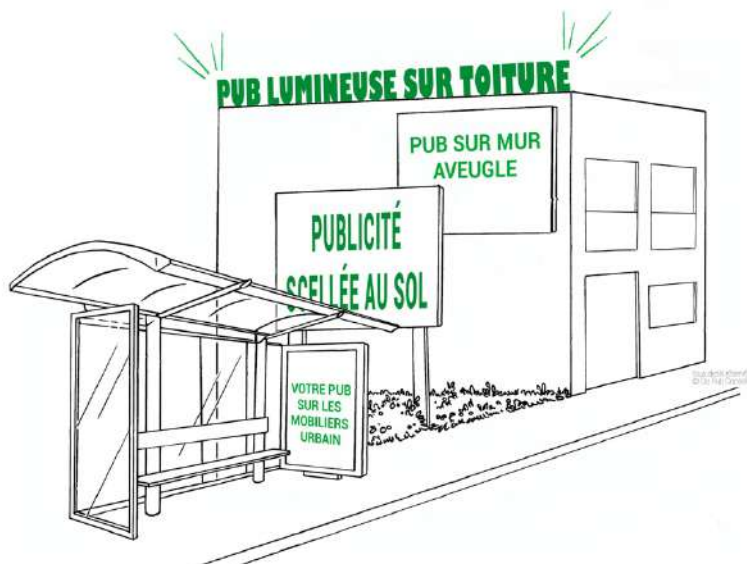
Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 10,5 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règle nationale), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règle locale).

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

⁹ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains.

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

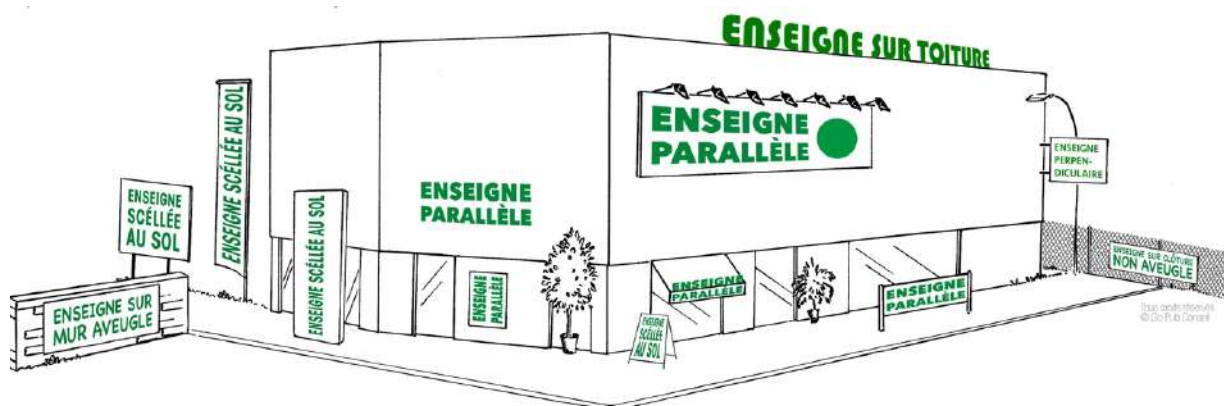
Constitue **une publicité**¹⁰, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.



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**¹¹ toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



¹⁰ Article L581-3-1° du code de l'environnement

¹¹ Article L581-3-2° du code de l'environnement

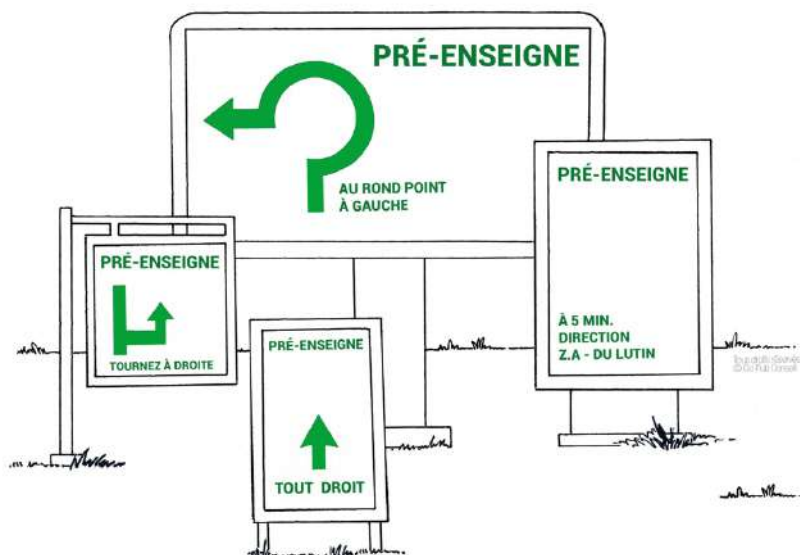
Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

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 régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue **une préenseigne**¹² 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 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 lumineuse¹³ ou non¹⁴ 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.

¹² Article L581-3-3° du code de l'environnement

¹³ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

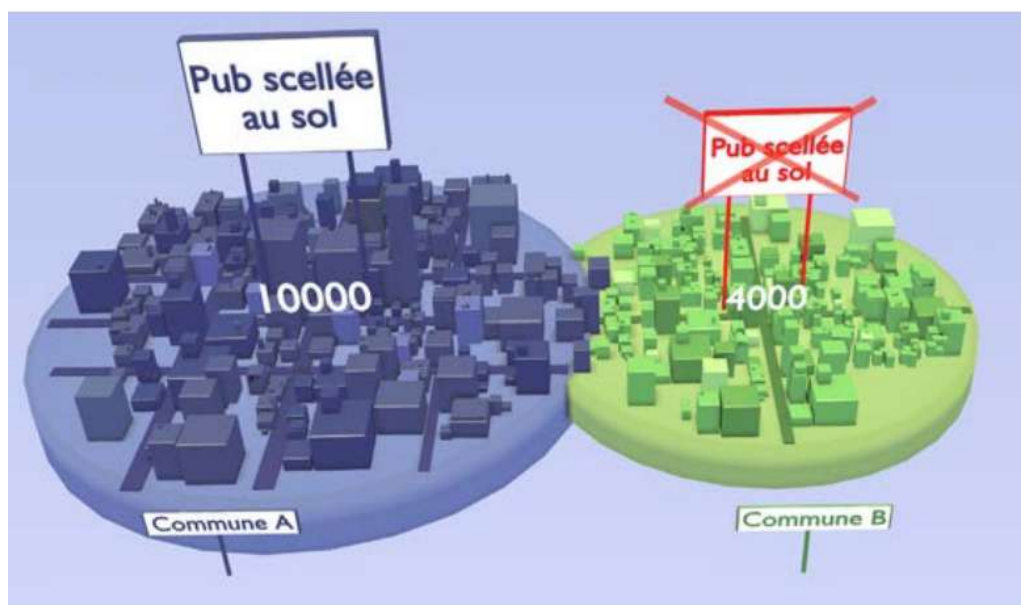
¹⁴ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

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 »¹⁵. 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. Cette notion s'apprécie strictement dans les limites communales et ses limites sont fixées normalement par arrêté du Maire et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité¹⁶.

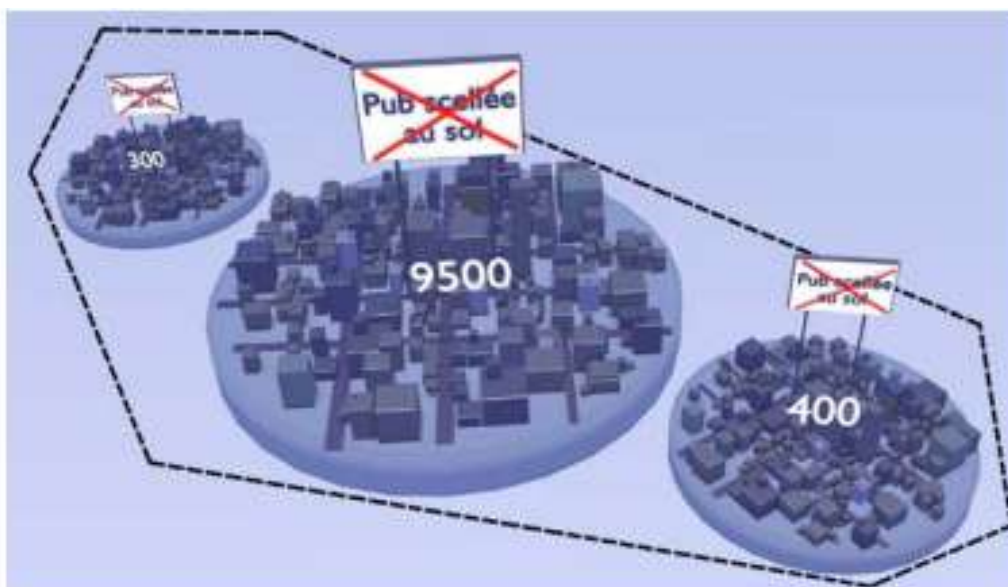
La notion d'agglomération est donc définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les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



Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.

¹⁵ Article L581-7 du code de l'environnement

¹⁶ Article R.581-78 alinéa 2 du code de l'environnement



La population de la commune (pointillé) est supérieure à 10 000 habitants, mais les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, la commune ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans chaque agglomération.

17

Si la définition des agglomérations est centrale dans le cadre de la publicité extérieure et donc d'une procédure d'élaboration ou d'évolution d'un RLP, c'est qu'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 routière¹⁸, 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 places¹⁹. 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 dérogatoires²⁰.

A contrario, la notion d'agglomération n'a pas une importance centrale pour la définition des zonages d'enseignes puisque l'enseigne est un droit (contraint par les règles locales ou à défaut le code de l'environnement) nonobstant la situation géographique de l'activité.

¹⁷ Schémas issus du Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure du Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie.

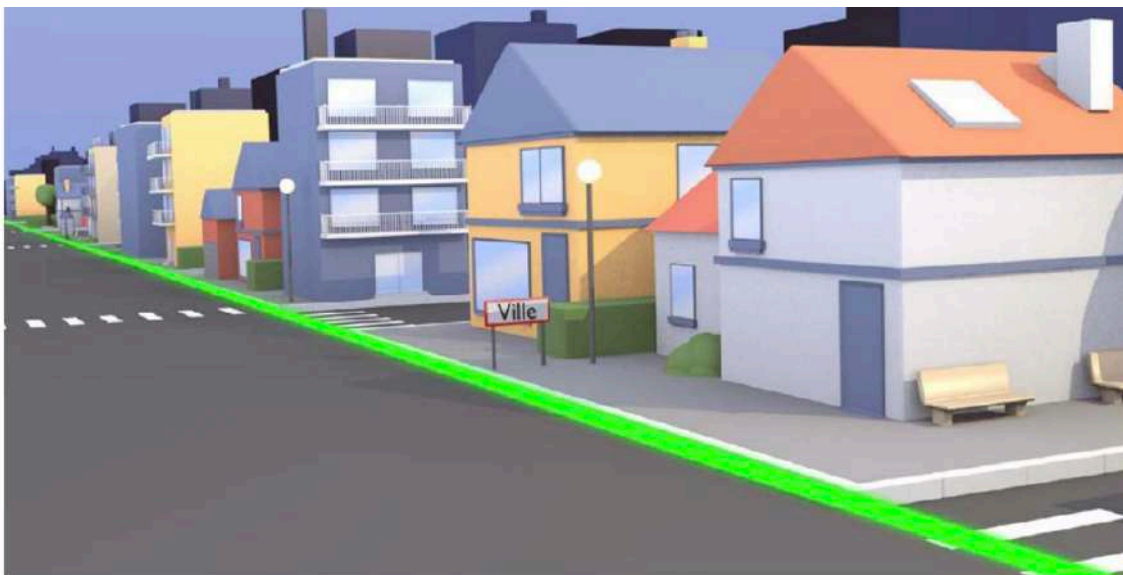
¹⁸ Article R 110-2 du code de la route

¹⁹ Article L581-3-3° du code de l'environnement

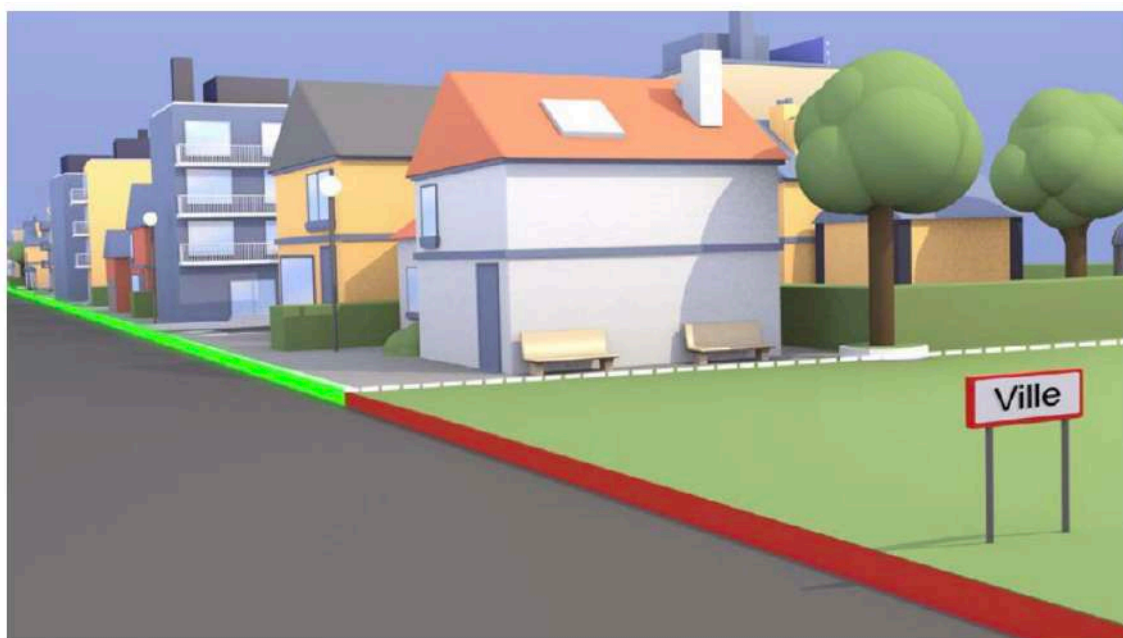
²⁰ Article L581-19 du code de l'environnement.

Ainsi, si des activités sont ou venaient à être situées dans les secteurs considérés comme étant hors agglomération, celles-ci pourront toujours se signaler par leurs enseignes dans les limites des règles choisies dans le RLP ou à défaut les règles nationales.

Dans l'appréhension de l'affichage publicitaire, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (cf. décision du 2 mars 1990, « Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports contre Société Publi-System », n °68134).



Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).

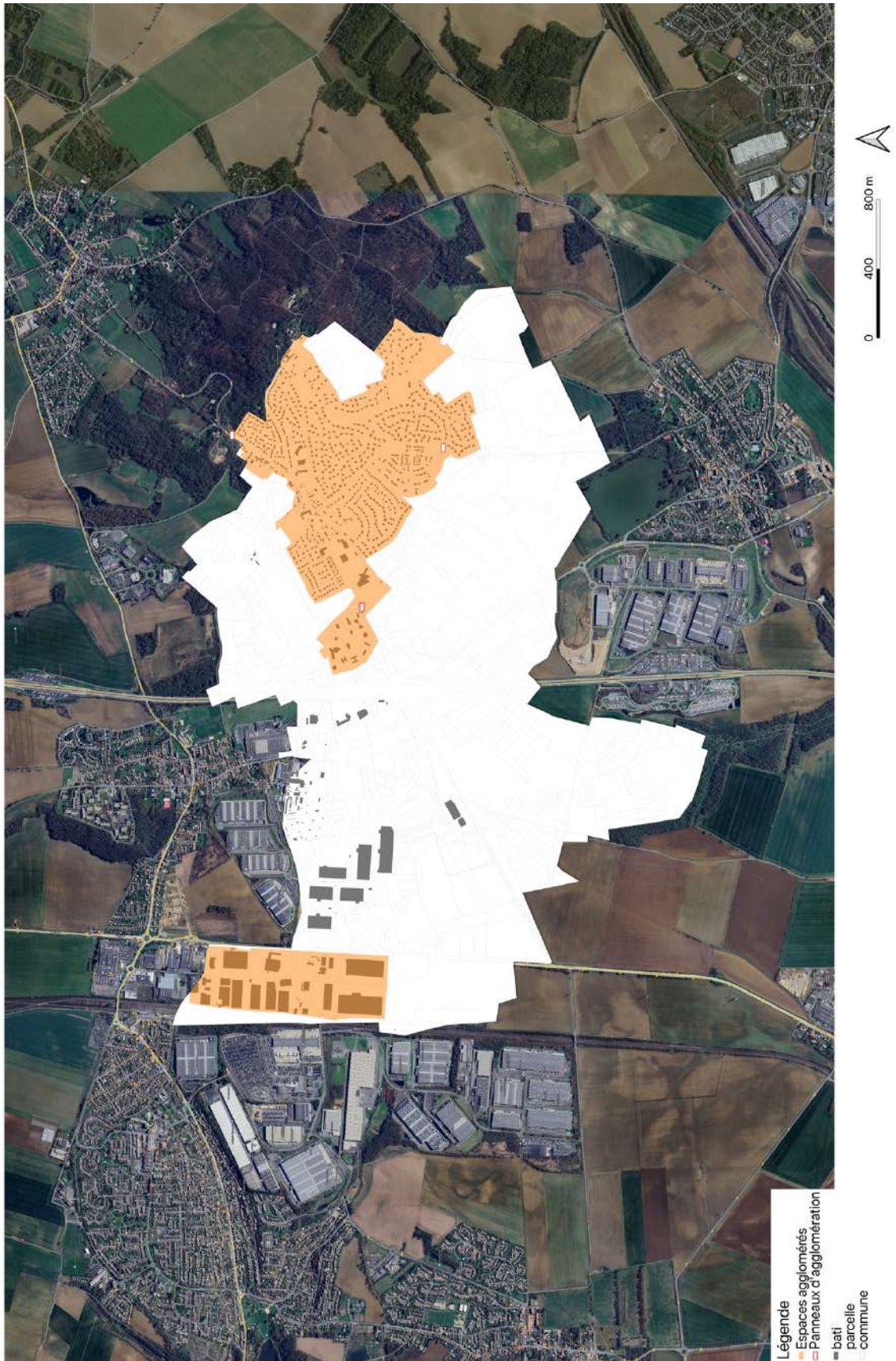


Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

21

²¹ Schémas issus du Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure du Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie.

Limites d'agglomération de la commune de Saint-Witz



Le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée et le cas échéant par le nombre d'habitants de l'unité urbaine à laquelle appartient cette agglomération.

Les agglomérations du territoire intercommunal se déterminent commune par commune conformément à la réglementation nationale.

La notion d'**unité urbaine** est définie par l'INSEE repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. Constitue une 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 de Saint-Witz compte 2 548 habitants²². et appartient à l'unité urbaine de Paris qui en compte plus de 10 millions.

²² Données démographiques issues du recensement 2020 de l'INSEE (population totale)

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 :

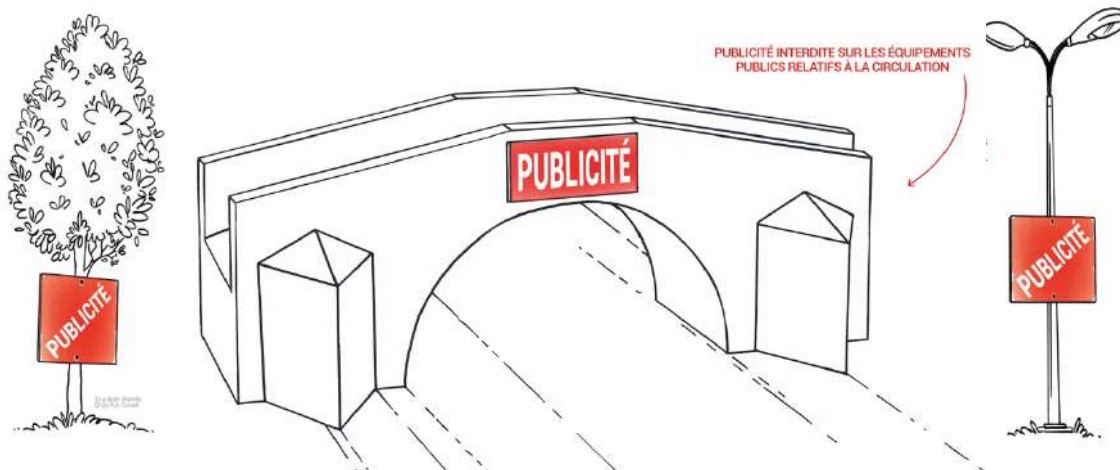
- I. - Toute publicité est interdite :
 - 1° Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
 - 2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
 - 3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
 - 4° Sur les arbres.

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.

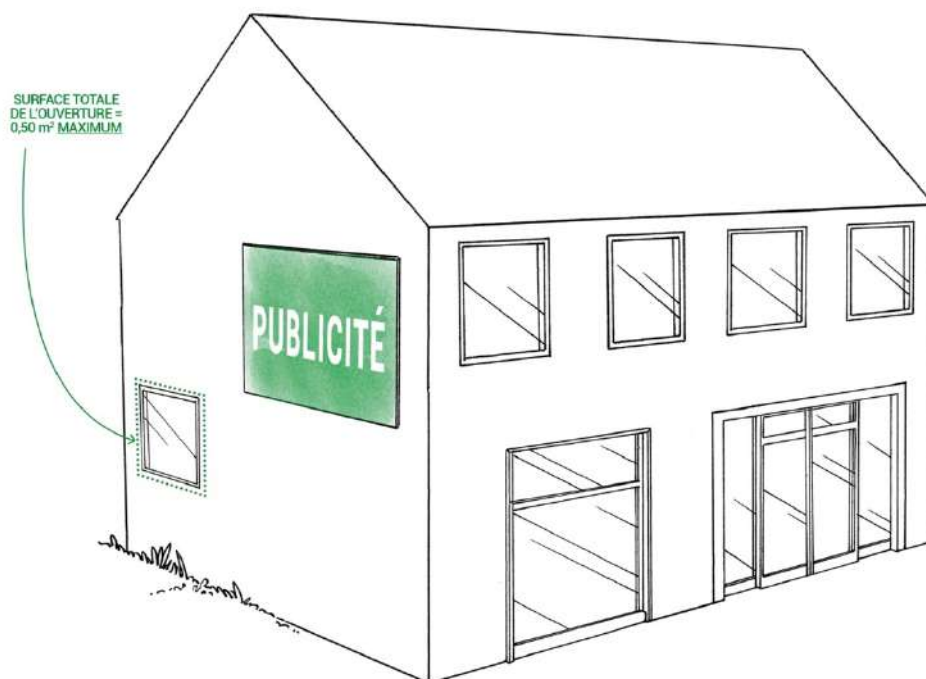
En l'espèce, la commune est concernée uniquement par les interdictions absolues de publicités fixées à l'article R.581-22 du code de l'environnement.

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 ;

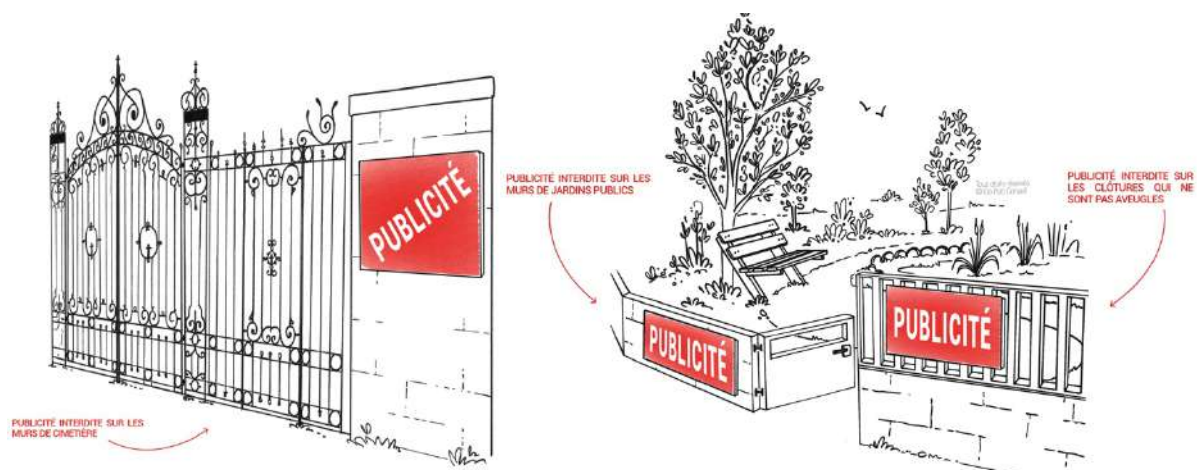


2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

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 RLP²³.

Ces interdictions relatives concernent :

1° Les abords des monuments historiques mentionnées 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)

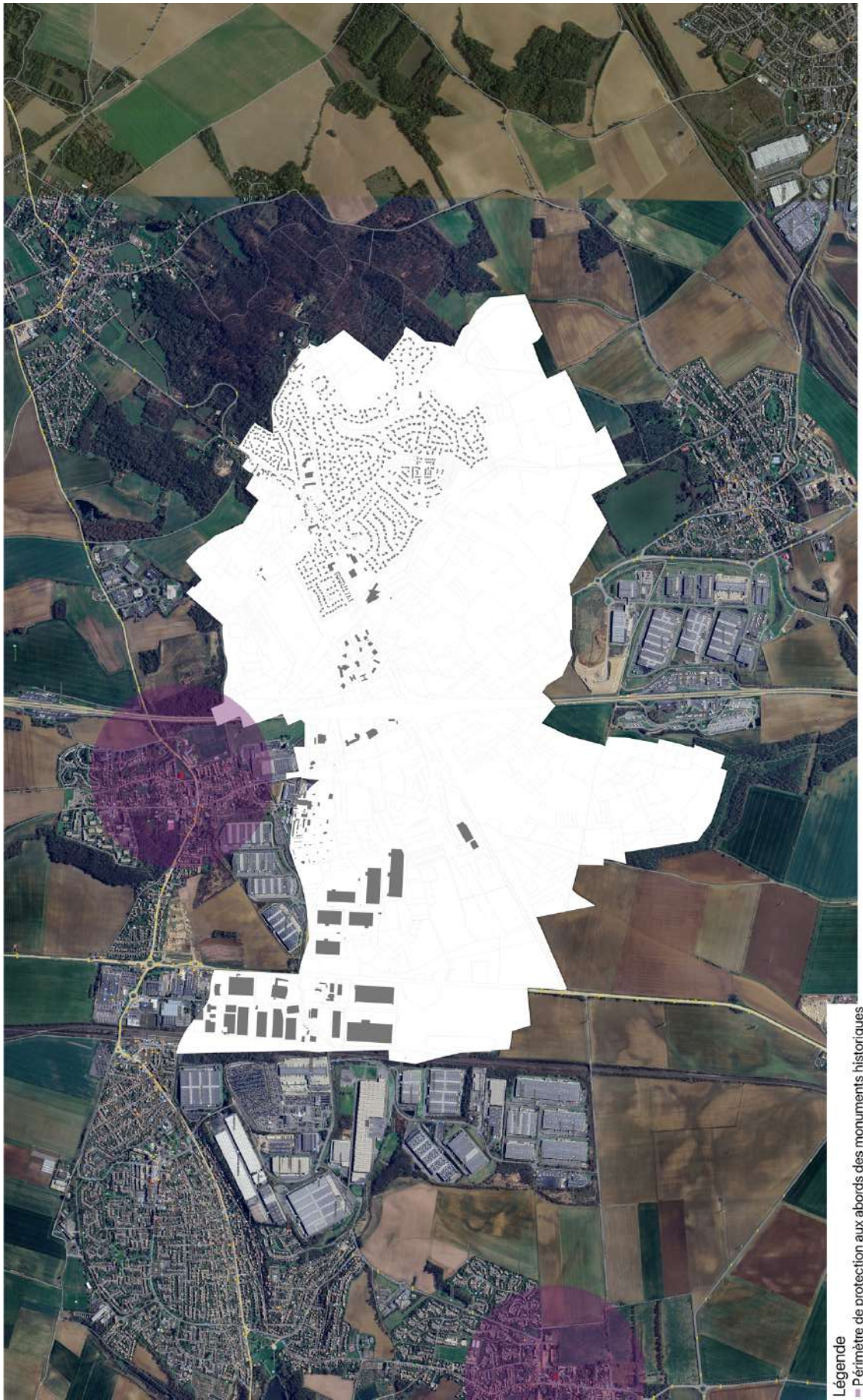
7° L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

8° Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du code de l'environnement.

En l'espèce, le territoire de Saint-Witz est concerné uniquement par l'interdiction relative de publicité aux abords du monument historique de l'église de Survilliers. Le monument est implanté sur la commune voisine mais son périmètre impacte la commune de Saint-Witz.

²³ Article L.581-8 du code de l'environnement.

Interdictions absolues et relatives sur la commune de Saint-Witz



3. Les règles applicables au territoire

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

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
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
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		
Durée d'installation	Permanente		

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 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.

4.3. L'instruction

La demande d'autorisation ou de déclaration préalable doit être déposée en cas de :

- Nouvelle installation d'un support ;
- De remplacement d'un support ;
- De modification d'un support.

L'autorité compétente dispose d'un délai de 2 mois (si le dossier est complet) pour transmettre sa réponse au déclarant.

Elle doit également solliciter l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) pour :

- Les enseignes permanentes sur monuments historiques (art. R.581-16-II-1° du C. env.) ;
- Les enseignes permanentes (en agglomération) aux abords des monuments historiques et dans les Sites Patrimoniaux Remarquable (art. R.581-16-II-1° du C. env.) ;
- Les enseignes temporaires installées pour plus de 3 mois (travaux publics ou opérations immobilières) installées sur les immeubles ou dans les lieux d'interdictions absolues de publicité (art. R.581-17 du C. env.) ;
- Les publicités ou préenseignes installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu (art. R.581-11 du C. env.).

ou encore le préfet de région pour :

- Les enseignes permanentes installées en site classés ou sur un monument naturel, dans le cœur de parc national, dans les réserves naturelles ou sur les arbres (art. R.581-16-II-2° du C. env.).

5. Les compétences en matière de publicité extérieure

A compter du 1^{er} janvier 2024, les compétences de police (instruction et mise en conformité) en matière de publicité sont exercées par le maire.

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-dessous²⁴ :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction au RLPi
Publicités et préenseignes et supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines	Mise en conformité sans délai	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
Enseignes		Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité

En l'absence de mise en conformité dans les délais impartis plusieurs sanctions sont possibles :

- **Sanction administrative** : via la mise en place d'une amende administrative prononcée par le préfet (uniquement pour certaines infractions²⁵) ;
- **Sanctions pénales** : via une astreinte pénale (entre 15 et 150€ par jour et par support en infraction) ou encore par une amende délictuelle ou contraventionnelle en fonction de l'infraction. Ces sanctions sont prononcées par le procureur de la République.
- **Mesures de police** : via la suppression d'office du support par l'autorité de police avec refacturation des frais à la charge du contrevenant ou mise en demeure pouvant conduire à une astreinte (env. 230€ par jour et par support en infraction. Le montant de l'astreinte est réévalué tous les ans) ou à une exécution d'office.

²⁴ Articles L.581-43 et R.581-88 du code de l'environnement.

²⁵ Cette amende peut être prononcée uniquement dans les cas suivants : publicité soumise à déclaration préalable implantée sans déclaration préalable ou dans des conditions qui ne respectent pas les termes de la déclaration (**art. L.581-26 du C. env.**) / publicité installée dans des lieux d'interdiction absolue de publicité (**art. L.581-4 du C. env.**) / publicité installée sur un immeuble (unité foncière sans l'accord du propriétaire (**art. L.581-24 du C. env.**) / Publicité ne mentionnant pas le nom et l'adresse ou la dénomination ou raison sociale de la personne qui l'a apposée ou fait apposer (**art. L.581-5 du C. env.**).

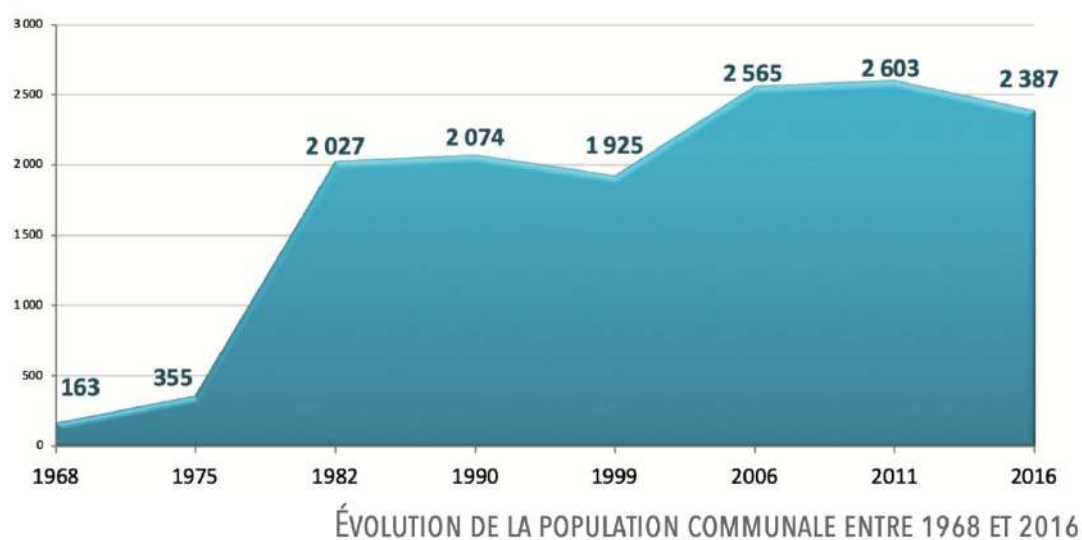
II. Les enjeux liés au parc d'affichage

Avant de préciser l'impact de la publicité extérieure sur la commune de Saint-Witz, il est nécessaire de rappeler le contexte territorial de la commune. dans lequel s'inscrit le territoire.

1. Le contexte territorial de la commune de Saint-Witz

1.1. Démographie

La démographie à Saint-Witz est globalement en constante augmentation malgré des phases de ralentissement sur certaines périodes. Néanmoins, les évolutions récentes et le dynamisme influé par le développement de l'aéroport Roissy-Charles-De-Gaulle qui a boosté la démographie Wézienne depuis les années 80. La démographie de la commune est depuis plusieurs années maintenant stabilisée.



Source : INSEE - Données locales - Parution 2019

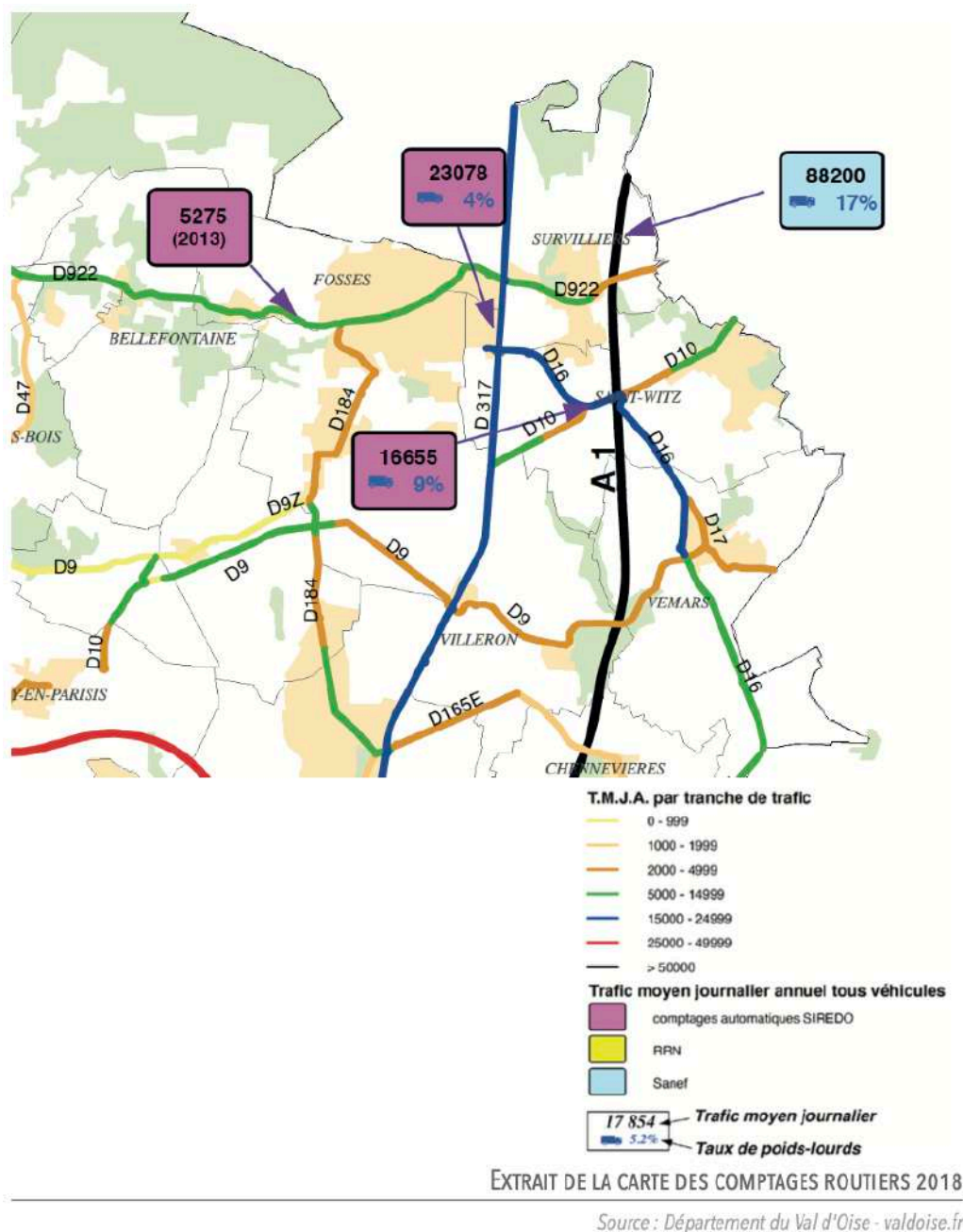
1.2. Mobilité

La commune de Saint-Witz est traversée en son milieu par l'A1, l'axe majeur du territoire permettant une desserte nationale entre Lille et Paris. Des routes départementales pour la desserte locale permettent de compléter le maillage du territoire.

En effet, les RD317 et 16 sont les 2 axes secondaires majeurs de la commune de Saint-Witz, la RD10 et la RD126 s'ajoutent également à cette desserte locale.

Chacune de ces départementales accueillent entre 10 000 et près de 20 000 véhicules/jour.

Ce réseau routier important s'explique par la situation de la commune aux portes de Paris et à moins de 10 km de l'aéroport Roissy-Charles-De-Gaulle. Nécessairement ces grands axes impliquent potentiellement une pression publicitaire plus importante qu'ailleurs compte tenu de la visibilité des supports pour les automobilistes.



1.3. Économie

Le territoire de Roissy Pays de France représente un pôle majeur de l'économie à l'échelle régional et de la grande couronne. En effet, en décembre 2018, la commune de Saint-Witz comptait 214 entreprises et 252 établissements sur son territoire. Le secteur d'activité le plus représenté aujourd'hui est lié à des entreprises rattachées au secteur tertiaire.

Cette économie profite largement du développement et de la proximité avec l'aéroport Roissy-Charles-De-Gaulle. La commune dispose ainsi d'une économie diversifiée et d'une grande offre d'hébergement au sein de la zone hôtelière à l'Est du péage.

Les espaces d'activités du territoire couvrent l'ensemble de la commune. Les commerces de proximité sont installés en cœur de village alors que les zones d'activités se sont développées à l'Ouest de l'A1.



LOCALISATION DES PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉS À L'ÉCHELLE DE LA COMMUNE

Source fond de carte: Géoportail

Pour affiner la vision du territoire par le prisme de la publicité extérieure, un inventaire exhaustif des publicités, préenseignes y compris du mobilier urbain et des enseignes situées sur le territoire de Saint-Witz a été effectué en octobre 2023. 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 Saint-Witz.

2. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

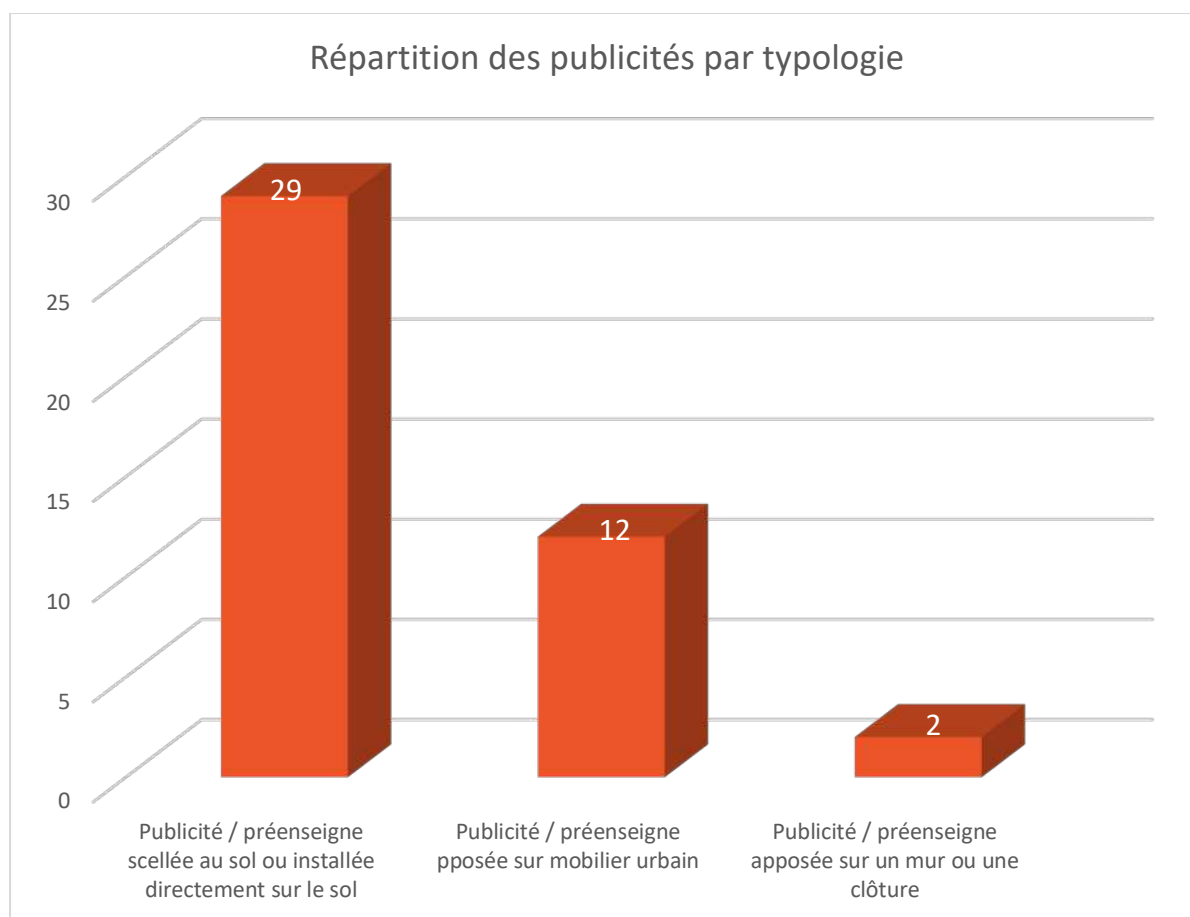
2.1. Généralités

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 »²⁶.

43 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de Saint-Witz. Elles représentent au total près de 68m² de surface d'affichage.

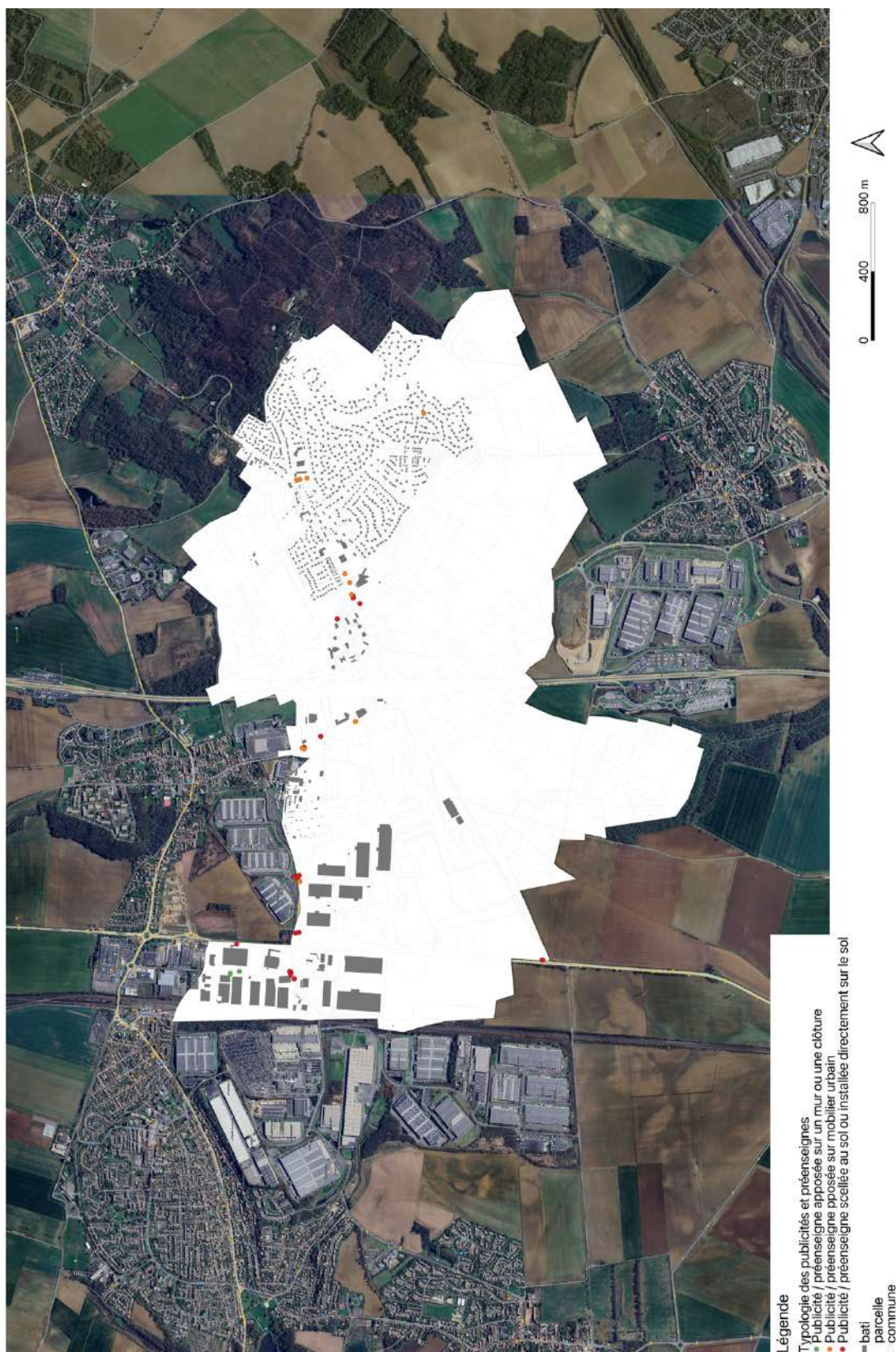


Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de Saint-Witz en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (67% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (4%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage²⁷. Enfin, près de 30% des supports relevés sont des publicités apposées à titre accessoire sur du mobilier urbain. Ces supports correspondent aux publicités principalement exploitées par les professionnels de l'affichage. Les autres formes de publicités implantées sur la commune sont réalisées directement par les entreprises ou commerces qui en bénéficient.

²⁶ Article R581-24 du code de l'environnement

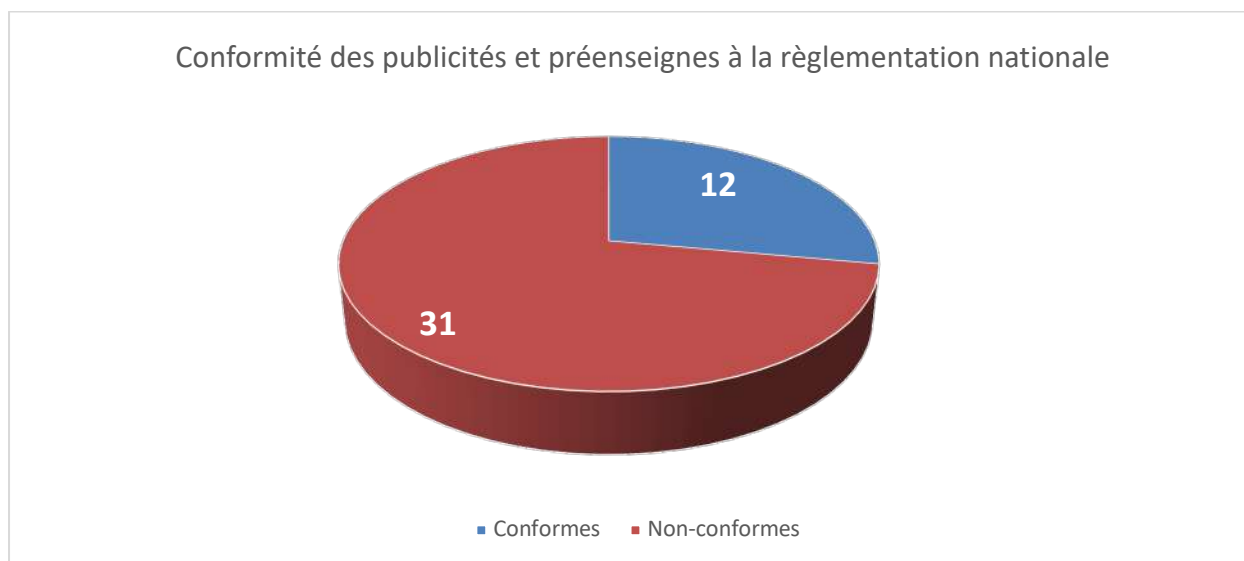
²⁷ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul de la surface des dispositifs publicitaires

Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de Saint-Witz



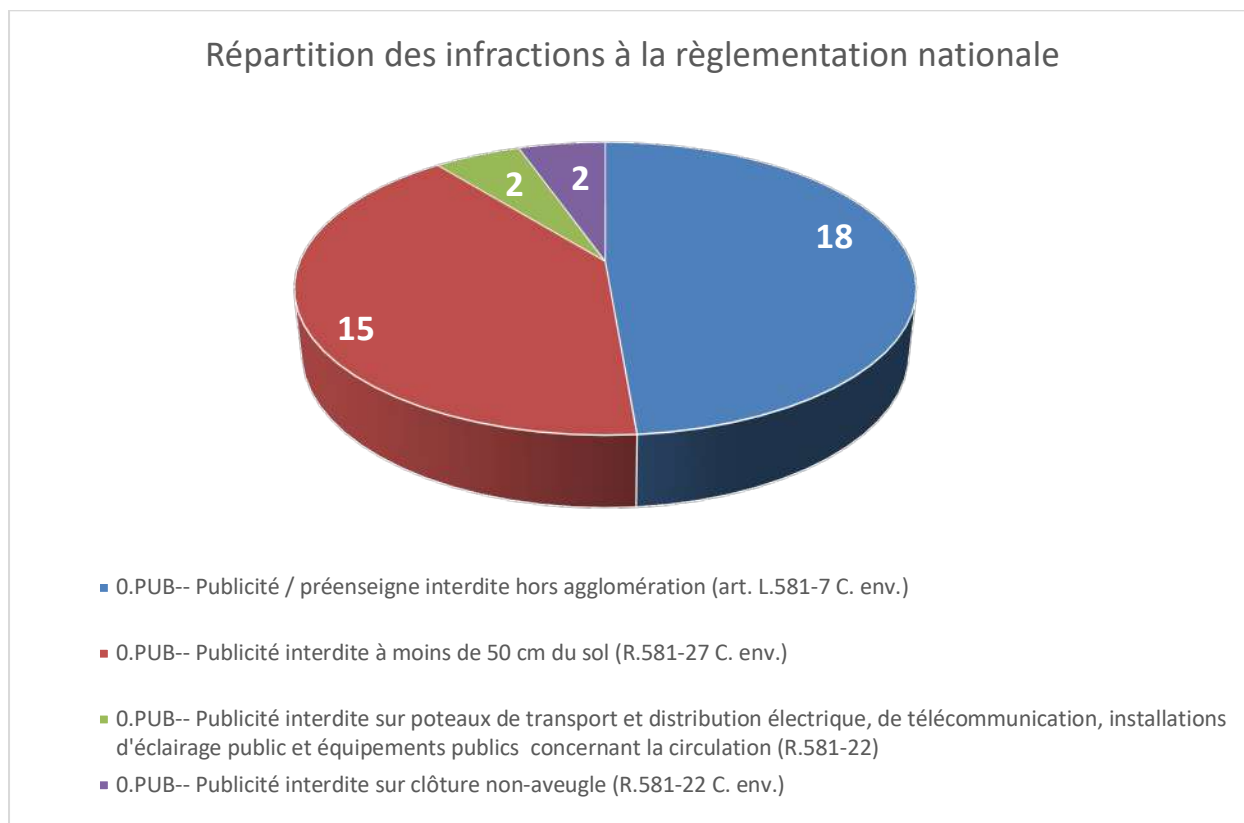
La majorité des dispositifs publicitaires et des préenseignes est installée sur les axes structurants et notamment les départementales D10 et D16 qui traversent le territoire.

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 31 dispositifs non-conformes au Code de l'environnement ce qui représente 72% des publicités et préenseignes de Saint-Witz. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On compte donc 31 dispositifs non-conformes pour plus de 40 infractions.

Les principales infractions du territoire sont réparties de la manière suivante :



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

Le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

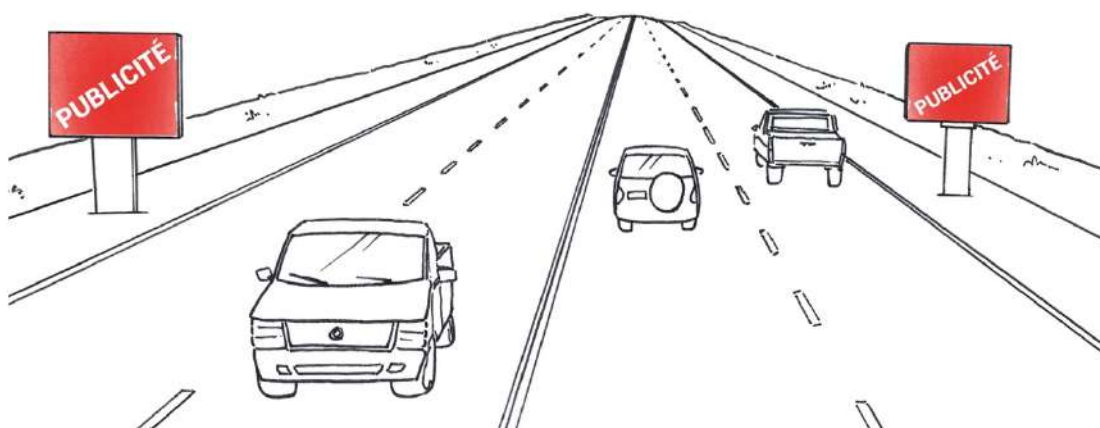
- Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$
- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés²⁸,

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

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

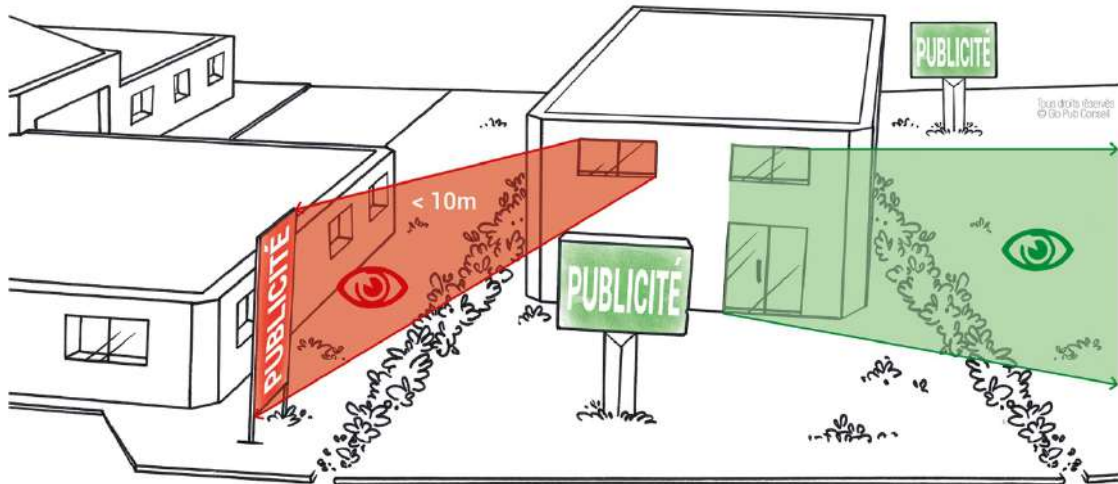


²⁸ Article L130-1 du code de l'urbanisme

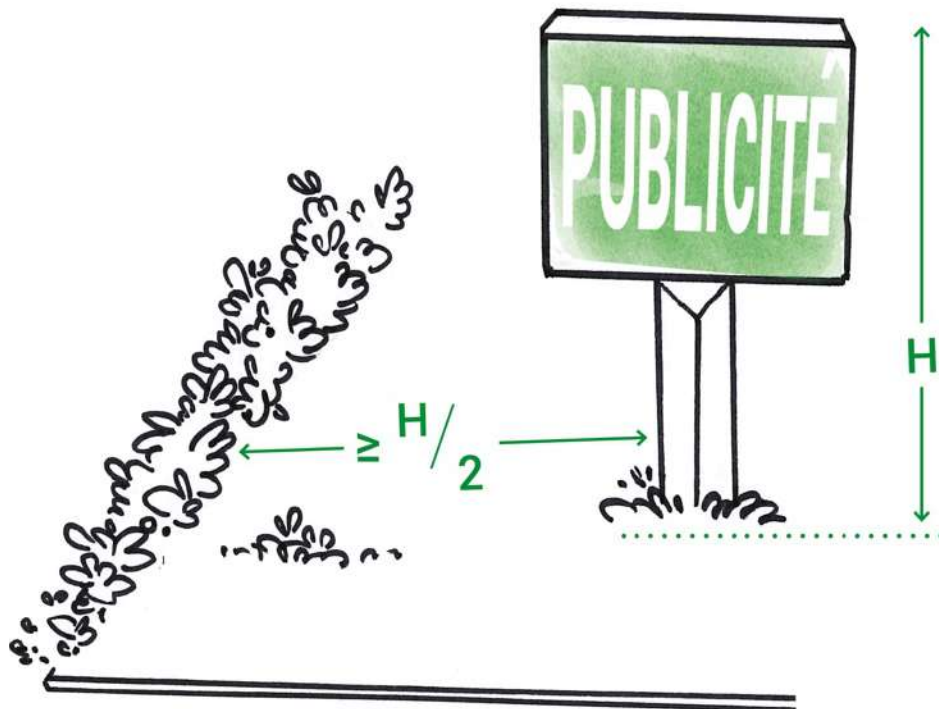
Interdictions absolues de publicités scellées ou installées directement sur le sol sur la commune de Saint-Witz



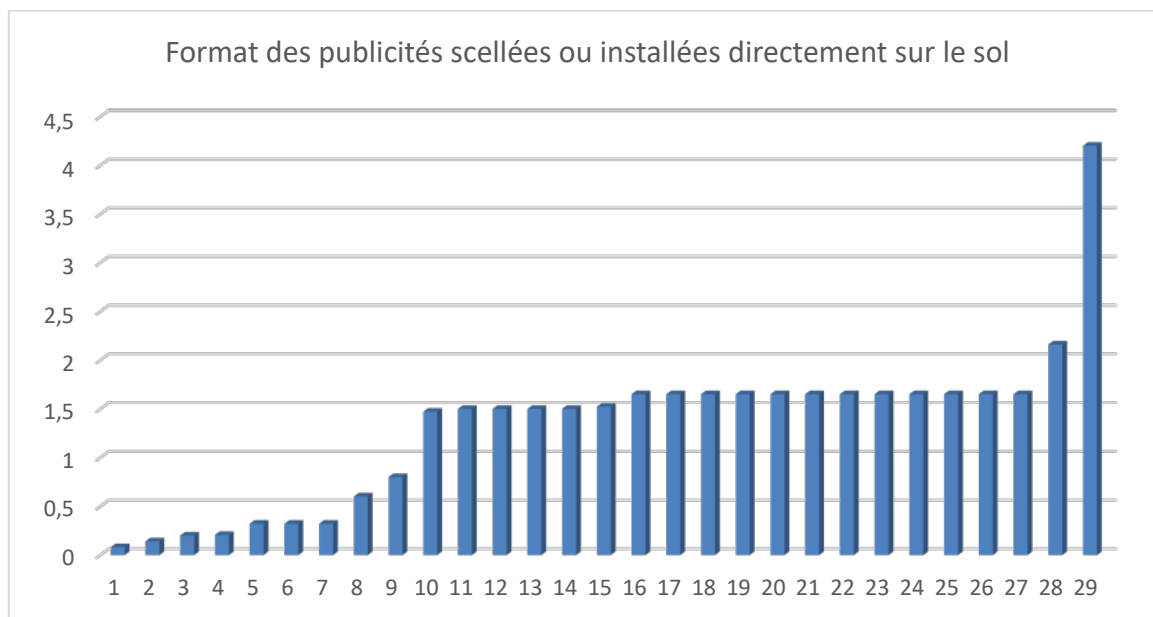
Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



Sur la commune de Saint-Witz, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la catégorie de publicité la plus recensée sur le territoire (72% des dispositifs).



On remarque que la quasi-totalité des supports n'excède pas 2 m². La publicité disposant de la surface la plus importante est d'environ 4 m². Ce format est largement en deçà de ce à quoi peuvent prétendre les dispositifs de ce type sur la commune. En effet, ces supports peuvent atteindre jusqu'à 10,5 m².

Sur l'ensemble de ces supports près de 80% ne respecte pas la réglementation nationale pour des raisons d'implantation hors agglomération, d'installation à moins de 50 cm du sol, etc.



Publicités / préenseignes installées hors agglomération, Saint-Witz, octobre 2023.



Publicités / préenseignes installées à moins de 50 cm du sol, Saint-Witz, octobre 2023.



Publicités / préenseignes installées à des secteurs stratégiques et nuisant à l'information principale (signalisation routière (dispositif installé sur un équipement relatif à la circulation routière, non conforme au code de l'environnement) ou totem de relais information service (RIS)), Saint-Witz, octobre 2023.

Les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol relèvent principalement du respect de la réglementation nationale en vigueur. Par ailleurs un travail sur la dimension de ces supports permettra de tenir compte de la réalité des supports installés aujourd'hui sur la commune (support de faible ou moyen format uniquement). Le RLP pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants.

2.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

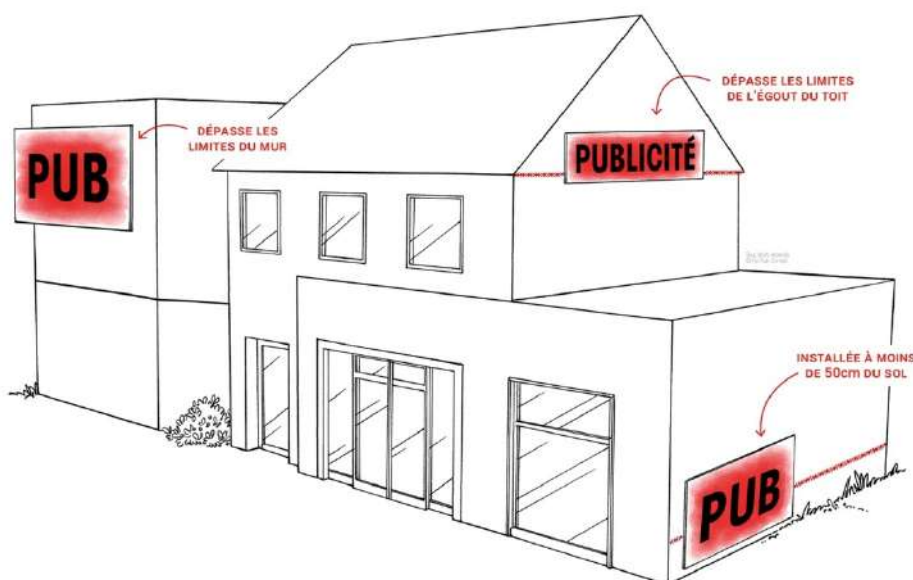
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

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

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

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,
- Dépassent les limites du mur qui la supporte,
- Dépassent les limites de l'égout du toit,
- Apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existantes 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 4% des dispositifs publicitaires relevés sur la commune de Saint-Witz. Malgré leur très faible format (moins d'1 m²), les deux supports présents sur la commune sont non-conformes à la réglementation nationale car installés sur clôtures non-aveugles. Ces dernières sont généralement des publicités « sauvages » posées sans autorisation, parfois temporairement, souvent oubliées, et servant principalement de préenseignes pour guider les usagers vers une activité déterminée.



Publicités / préenseignes installées sur clôture non-aveugles, non-conformes à la réglementation nationale, Saint-Witz, octobre 2023.

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont globalement identiques à ceux des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol. Une réflexion pourra être portée sur l'harmonisation, si possible, des règles de surface pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces 2 catégories de dispositifs.

2.4. 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 suivante²⁹ 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.

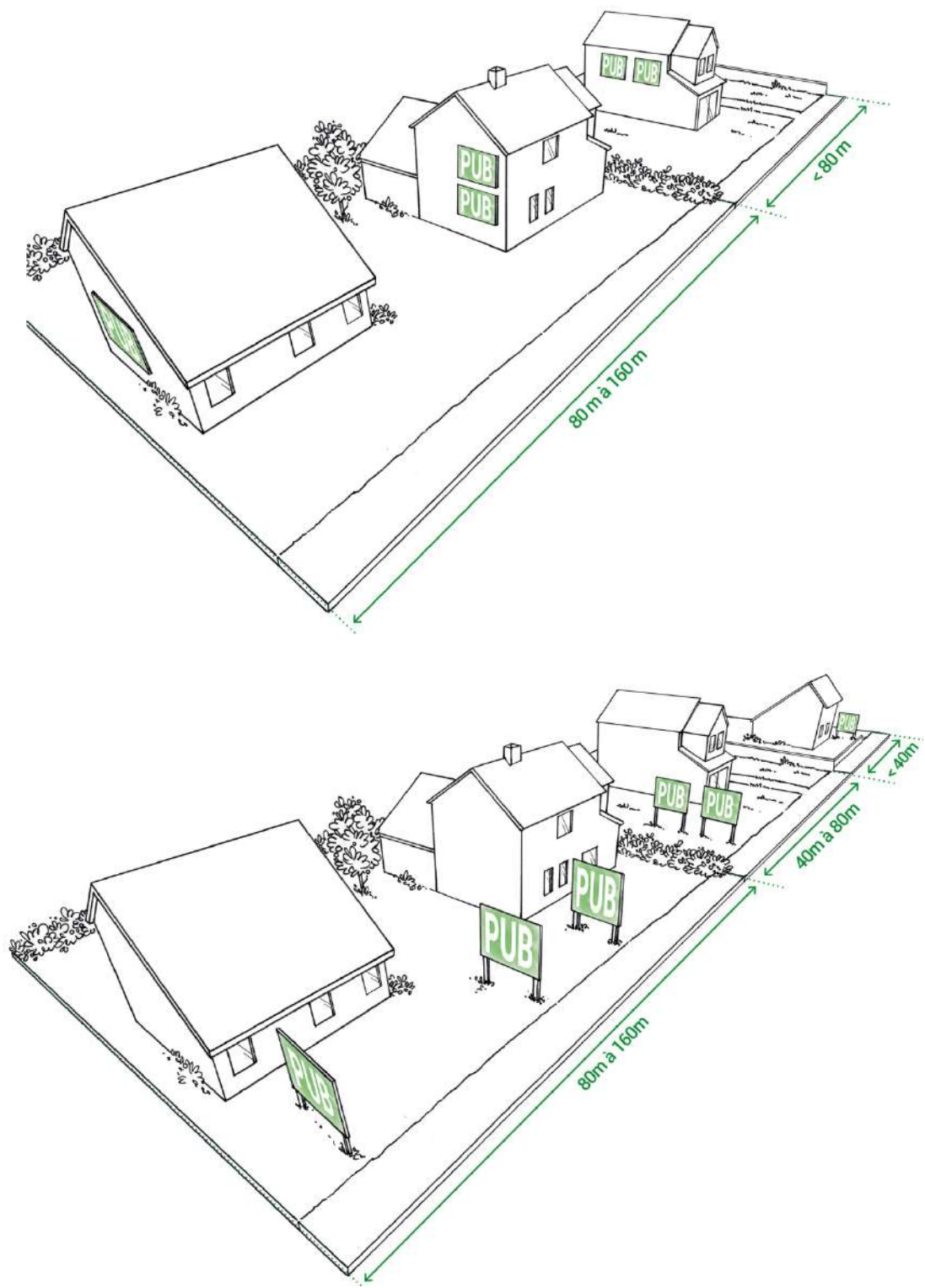
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

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.

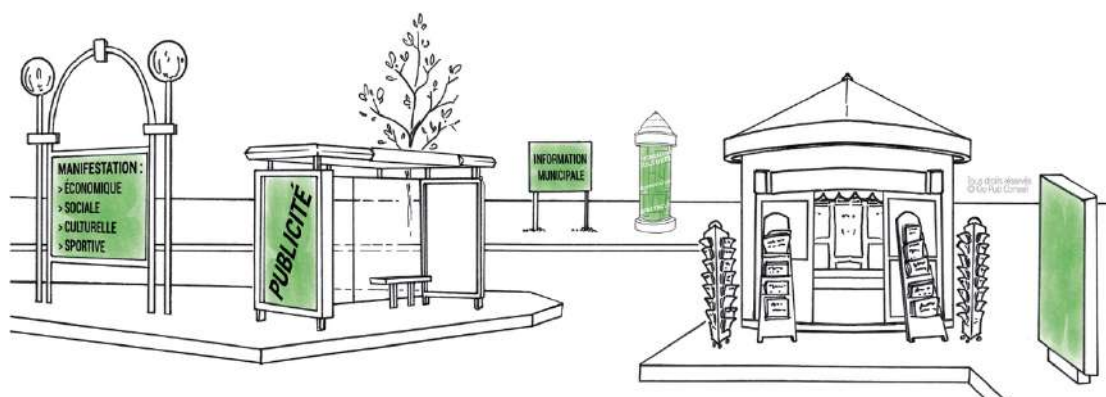
²⁹ Article R581-25 du code de l'environnement



Aucun support non-conformes à la règle de densité nationale n'a été relevée sur la commune de Saint-Witz. Néanmoins certains secteurs concentrent un peu plus la pression publicitaire. Le RLP pourra proposer une réglementation adaptée afin de préserver le secteur d'habitat tout en laissant des possibilités d'implantation sur les espaces d'activités tout en évitant la surenchère de dispositif publicitaire.

2.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

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



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	<p>Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.</p>
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public	<p>Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.</p>
Colonnes porte-affiches	<p>ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.</p>
Mâts porte-affiches	<p>ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$.</p>
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	<p>ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ;</p> <p>Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors :</p> <ul style="list-style-type: none"> - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 m^2 si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

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 de Saint-Witz, à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2m² ;
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucette* ».

Les abris-bus supportant de la publicité posent peu de problèmes paysagers. Leur installation est conditionnée par les circuits des transports en commun. Le format de ces supports est de 2m² également.



Abris-bus, centre-ville de Saint-Witz, octobre 2023.

Les publicités supportées à titre accessoire par les mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques sont toutes de petit format (2m²).



Publicité sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, centre-ville de Saint-Witz, octobre 2023.

De rares supports nécessiteraient d'être repositionnés afin de valoriser d'avantage la face d'information non publicitaire à caractère général ou local. En effet, l'installation de la publicité sur le mobilier urbain doit rester accessoire.



Exemples de mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques supportant de la publicité dont la face publicitaire est bien plus visible que la face dédiée à l'information locale, Saint-Witz, octobre 2023.

Aujourd'hui ces supports impactent peu les paysages (faible format et installation répondant aux besoins des administrés). Le futur RLP pourra entériner la position de ces supports que la commune afin d'anticiper et d'éviter les excès à venir.

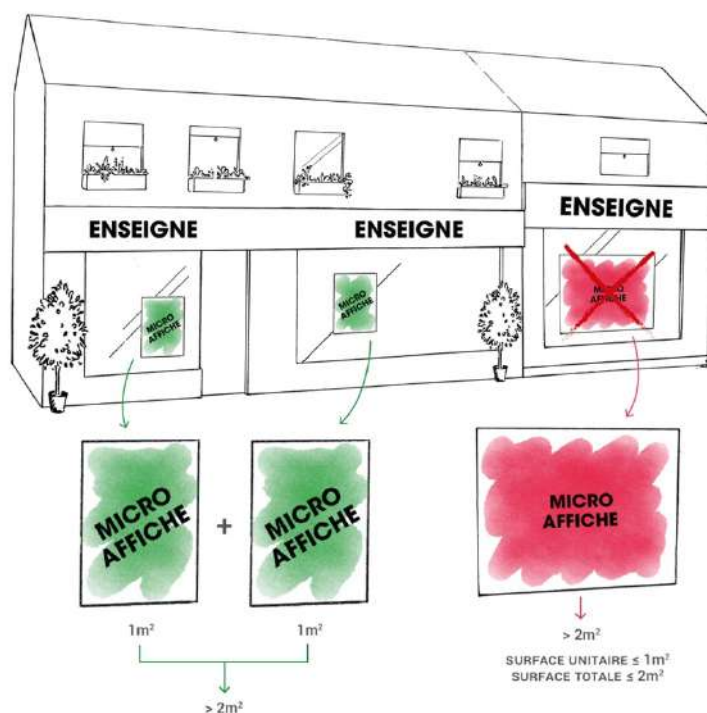
2.6. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.

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 1m², 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.

Aucun support de ce type n'a été relevé sur la commune du Saint-Witz.

2.7. 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 kWh³⁰.



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

³⁰ 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 supportées par les mobiliers urbains affectés aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel³¹. 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 ministériel³², 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.

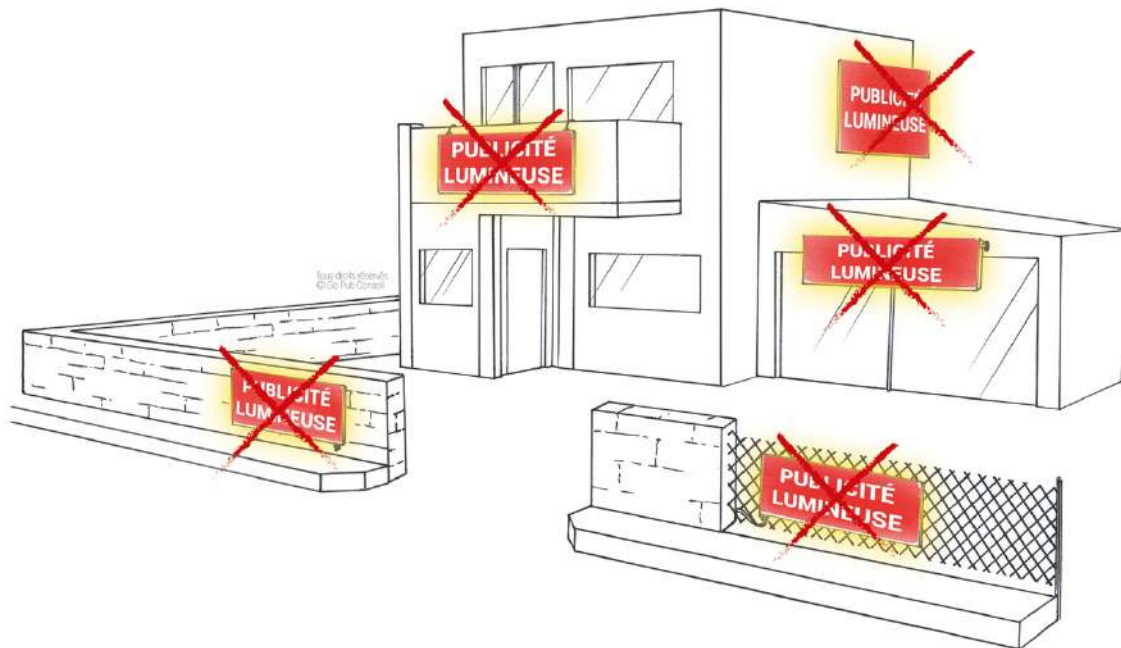
La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

La publicité lumineuse ne peut :

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

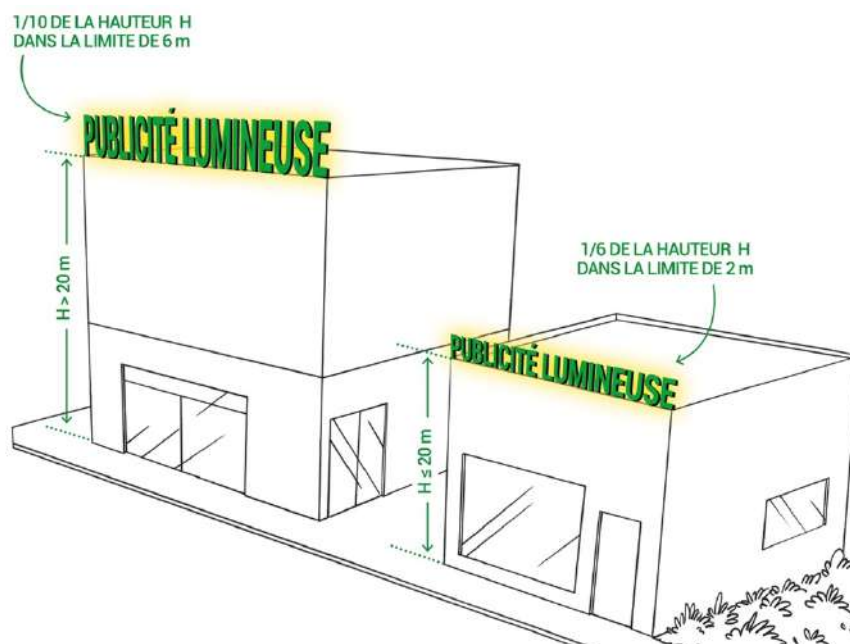
³¹ Arrêté ministériel non publié à ce jour

³² 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 ≤ 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 de Saint-Witz puisque seules les publicités apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain sont lumineuses, et il s'agit uniquement de dispositifs publicitaires lumineux éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques.

Cependant, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- **Sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière**, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire. Si les lampes sont surdimensionnées, leur puissance doit être réduite. Remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;
- **Moduler la durée d'éclairage**, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

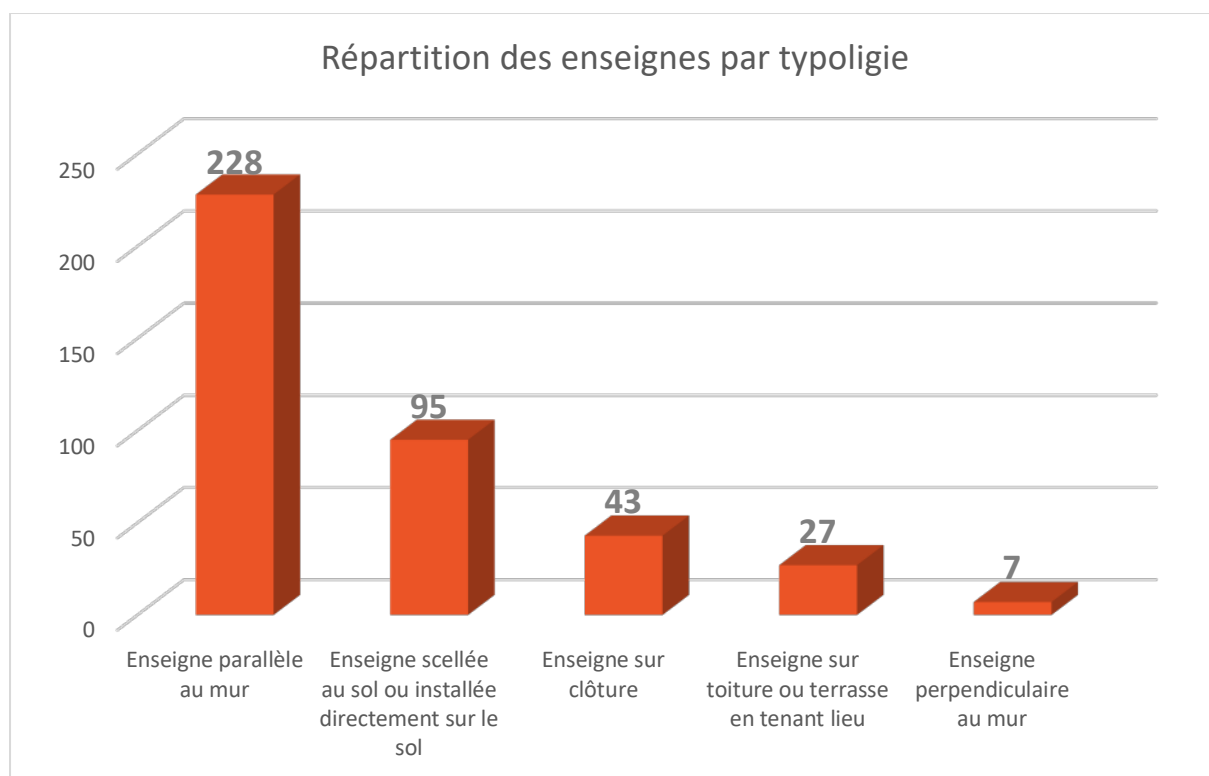
3. Les enjeux en matière d'enseignes

3.1. 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 de Saint-Witz. Puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

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

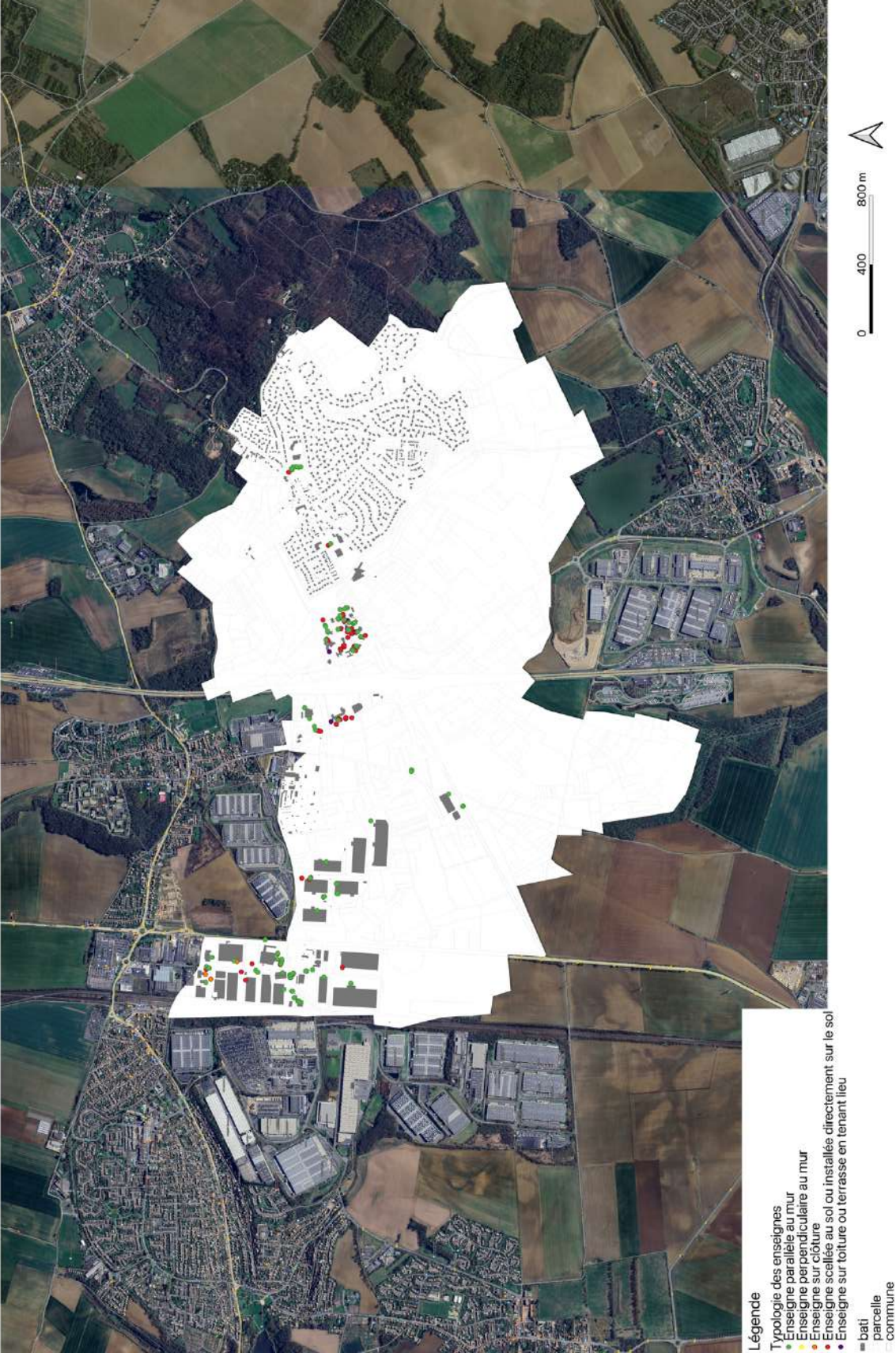


Quel que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes doivent être :

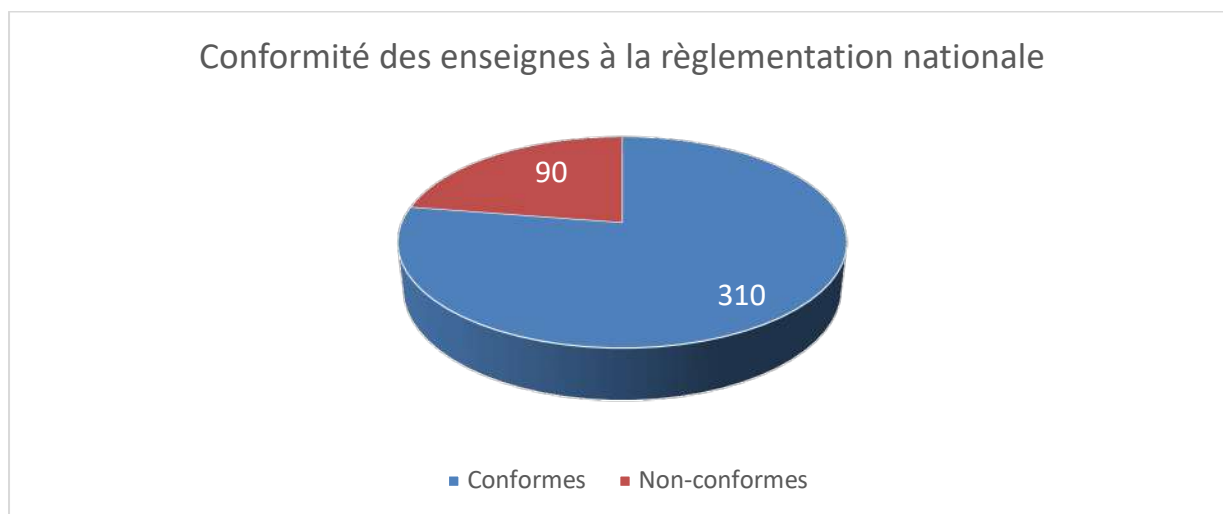
- Constituées par des matériaux durables,
- Maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (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 (zones d'activités, centre-ville, etc.).

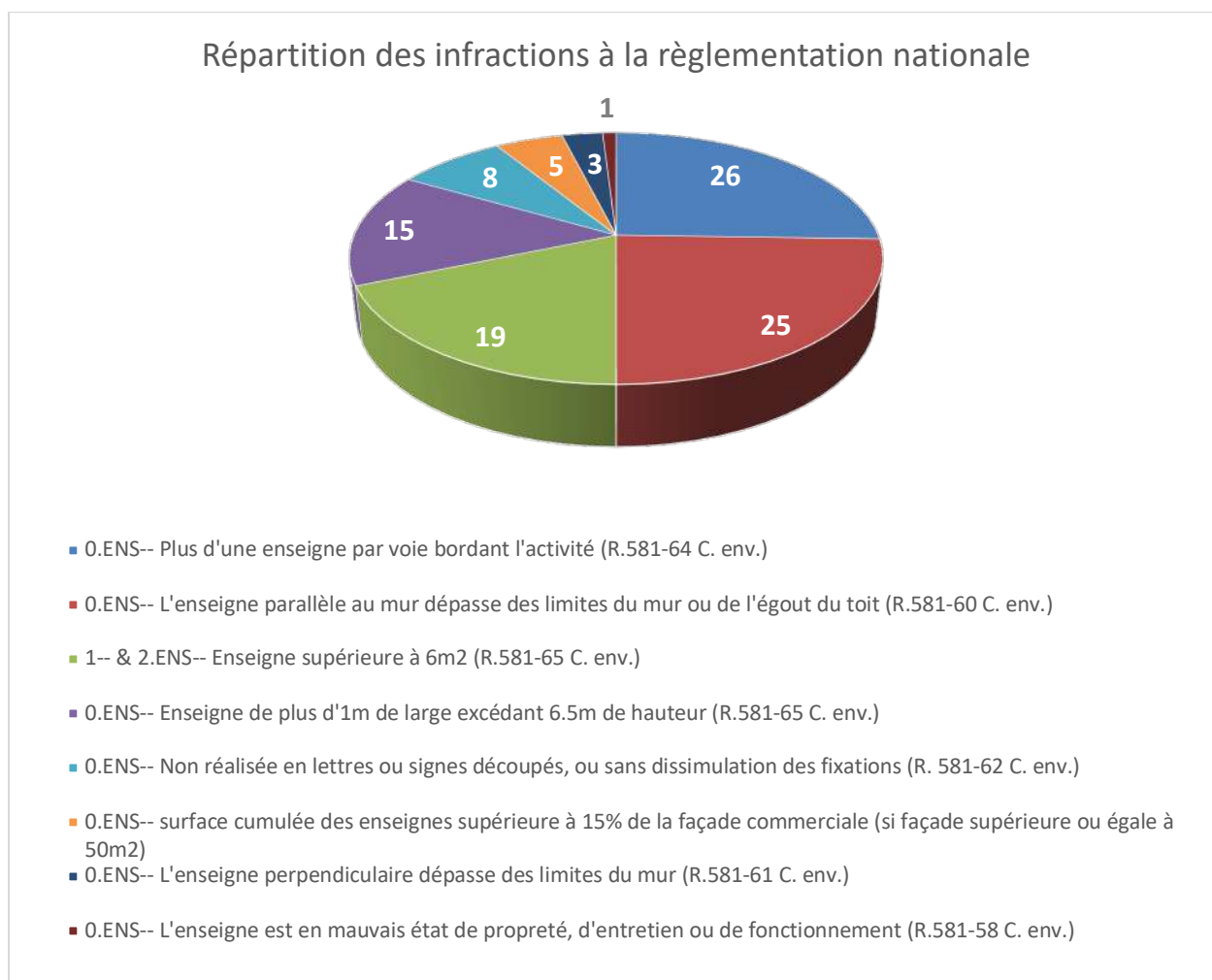
Localisation des enseignes sur la commune de Saint-Witz



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 90 dispositifs non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 23% des enseignes de la commune de Saint-Witz. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On relève donc 90 dispositifs non-conformes pour plus de 100 infractions. Les infractions sont réparties de la manière suivante :



3.2. 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 57% des enseignes relevées à Saint-Witz et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store- banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Enseignes réalisées en lettres ou signes découpés dans la zone hôtelière et en zone d'activités, Saint-Witz- octobre 2023.



Enseignes de type « vitrophanie » en zone d'activités et en centre-ville, Saint-Witz- octobre 2023.



Enseignes réalisées avec un panneau de fond en zone d'activités et en centre-ville, Saint-Witz- octobre 2023.

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 surface³³. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

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



Enseignes dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit dans la zone hôtelière et en zone d'activités, Saint-Witz- octobre 2023.

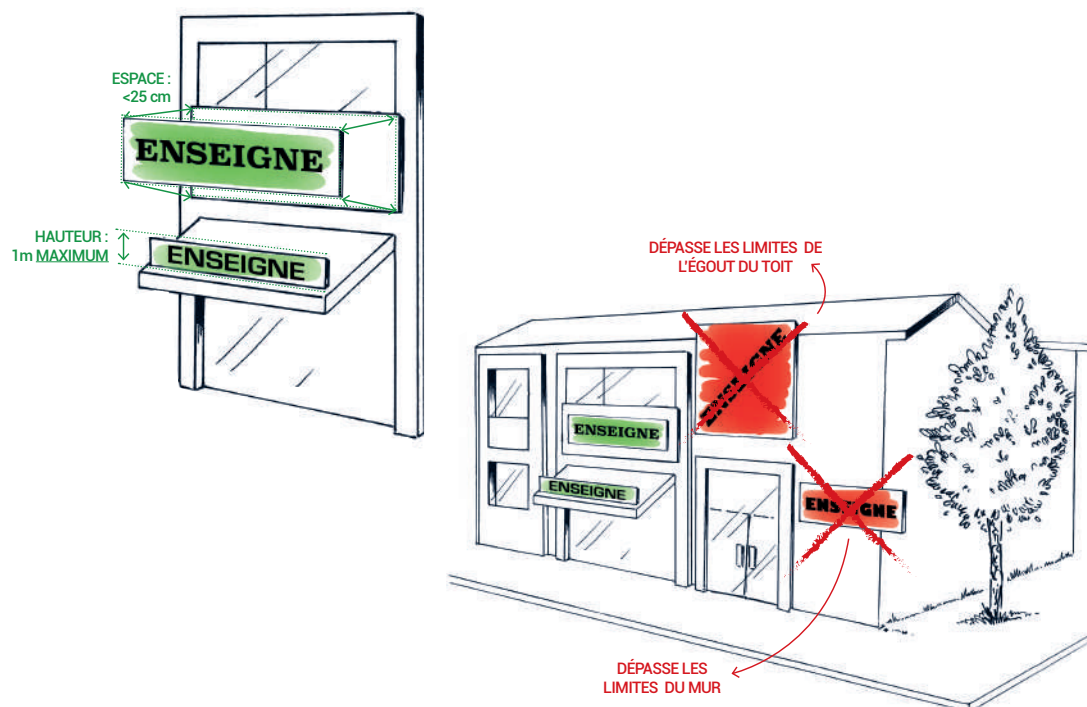
Malgré l'absence de règles locales ou de secteurs bénéficiant de la vigilance de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF), on relève des enseignes globalement bien intégrées y compris dans les zones d'activités avec la réalisation de quelques enseignes en lettres ou signes découpés. Un soin supérieur pourrait être apporté aux enseignes du cœur de ville pour renforcer l'identité du village de Saint-Witz et participer à la valorisation du centre-ville.

³³ [La surface cumulée des enseignes](#)

3.3. 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.



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.



Deux enseignes sur auvent / marquise identifiées sur la commune de Saint-Witz, Saint-Witz, octobre 2023.

La faible présence 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. Par ailleurs on constate que les enseignes sur auvent ou marquise installées sur la commune de Saint-Witz ne sont pas implantées au-dessus du auvent ou de la marquise mais bien sur le fronton de celui-ci ce qui atténue leur impact visuel.

3.4. Enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture représentent environ 10% des enseignes de Saint-Witz. Ce type d'enseigne est plus souvent présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau nationale. A ce titre, elles sont traitées dans la continuité de la partie dédiée aux enseignes parallèles au mur. Pour autant leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface peut être particulièrement important.



Enseignes installées sur clôture non-aveugle et sur clôture aveugle, Saint-Witz, octobre 2023.

Par ailleurs on constate que plus de la moitié des enseignes sur clôture (67% soit près de 30 supports) ont un format supérieur à 2 m². Les formats les plus importants sont de l'ordre de 12 m² voir 30 m² pour certains supports.



Enseignes installées sur clôture de très grands format (entre 12 m² et 30 m²) Saint-Witz, octobre 2023.

Au même titre que les autres enseignes, les enseignes sur clôture pourront faire l'objet d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP. Cela permettra de mieux maîtriser leur implantation et de mettre en place des règles plus appropriées aux caractéristiques de ces enseignes. Une limitation en nombre et/ou format pourrait permettre une meilleure insertion de ces enseignes dans leur environnement. Le caractère lumineux de ces enseignes pourra également être pris en compte.



Enseigne lumineuse sur clôture non-aveugle, Saint-Witz, octobre 2023.

3.5. Enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent à peine 2% des enseignes du territoire et disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes exclusivement en centre-ville.



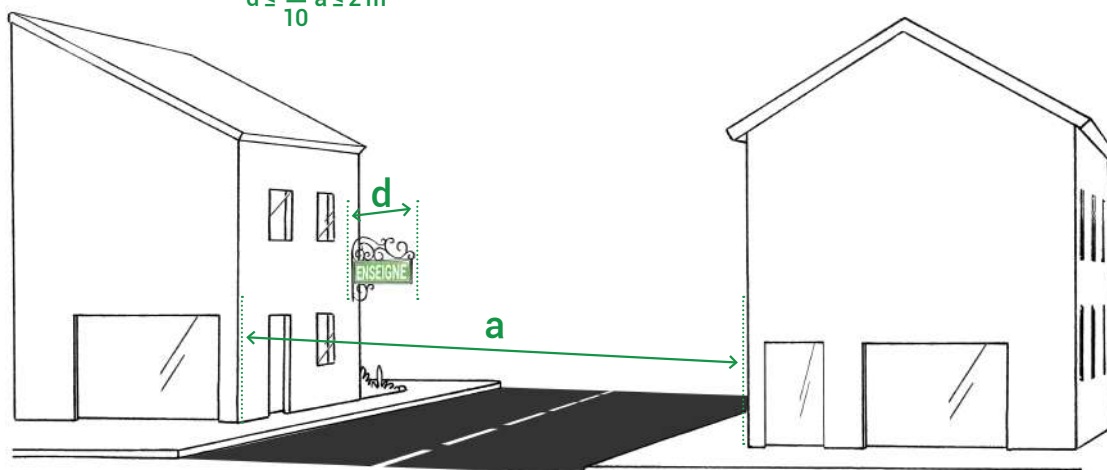
Enseignes perpendiculaires en centre-ville, Saint-Witz, octobre 2023.

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

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



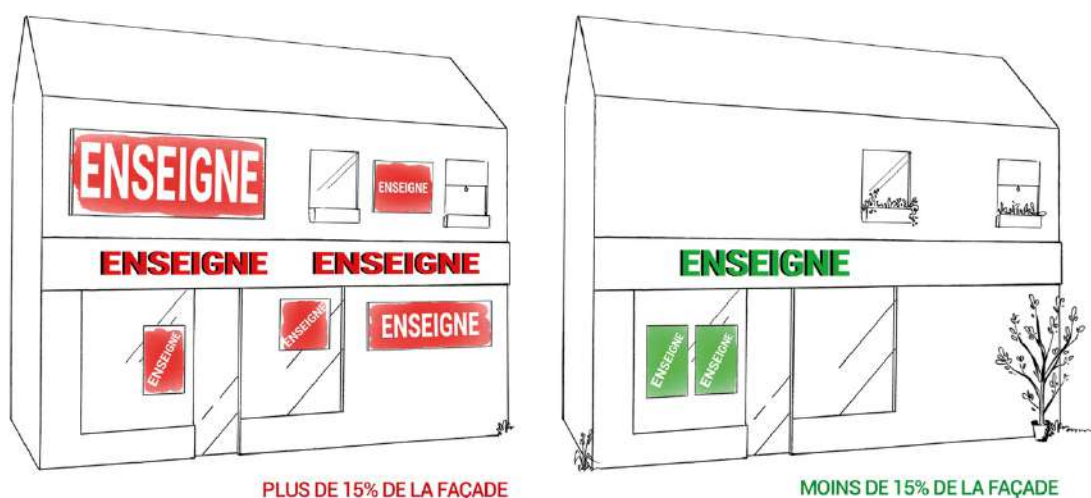
Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre important sur une même façade d'activités. Cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité / lisibilité de l'activité.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité dans le centre-ville. Le nombre d'enseignes, leur taille, saillie, ou encore hauteur peuvent être règlementer dans le cadre du RLP, pour préserver le territoire de l'impact (même mineur) de ces enseignes.

3.6. 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 cumulée³⁴ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

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 décomptés 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 « grennellisation » des règles applicables à la publicité extérieure.



Exemple d'enseigne pour lequel le format excède la surface autorisée, Saint-Witz, octobre 2023.

³⁴ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

3.7. 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 (24%). Elles sont particulièrement présentes sur les zones d'activités économiques de la commune et participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important du fait leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».

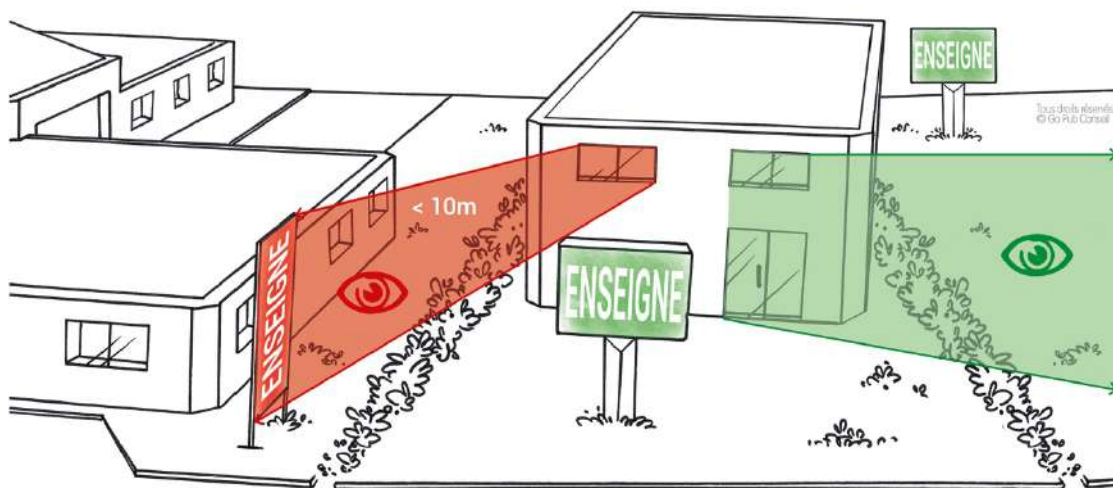


Enseignes scellées ou installées directement sur le sol de type « panneau » et de type « totem », Saint-Witz, octobre 2023.

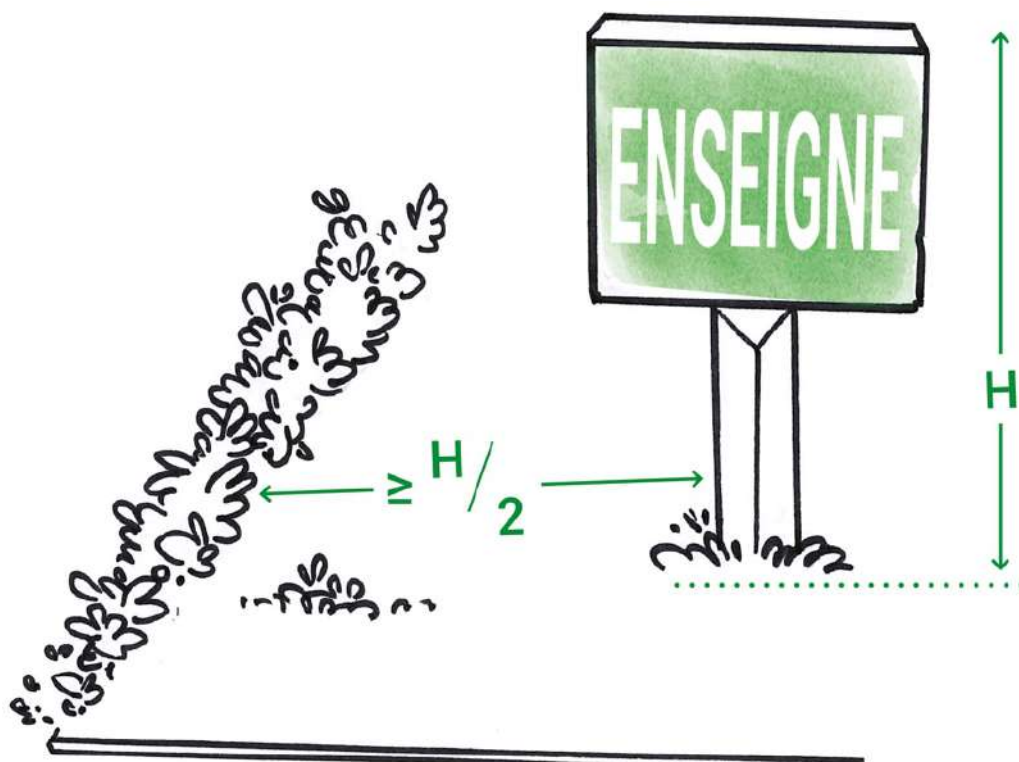


Enseignes scellées ou installées directement sur le sol de type « drapeau » et de type « mâts », Saint-Witz, octobre 2023.

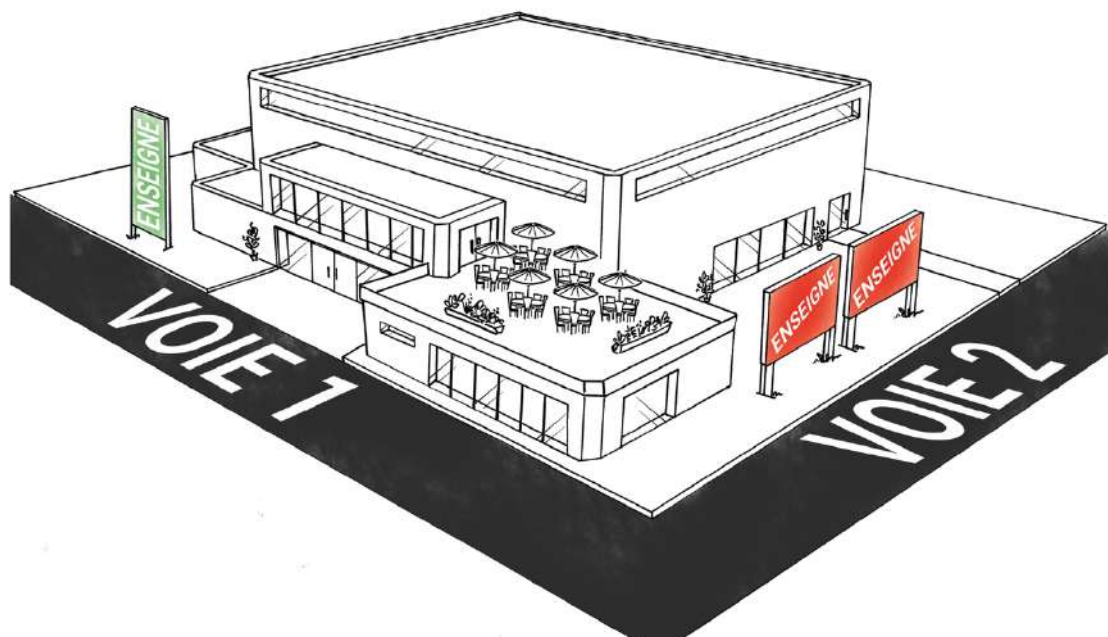
Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations. Les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



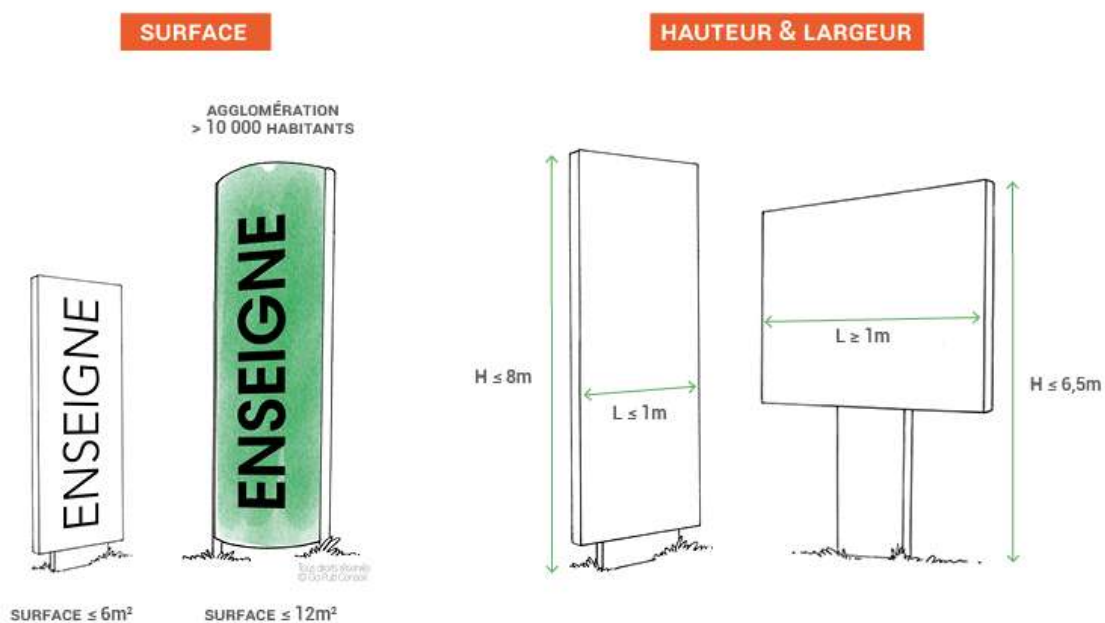
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 10,5 m² 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 relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule.



Surnombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dans la zone hôtelière de Saint-Witz, Saint-Witz, octobre 2023.

Près d'une vingtaine d'enseigne ont également un format qui excède le format de 6 m² fixé par le code de l'environnement.



Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus de 6 m², Saint-Witz, octobre 2023.

Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifiques en vue de réduire leur impact. 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 ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.



Enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, Saint-Witz, octobre 2023. ATTENTION : Pour être qualifiées d'enseignes ces dispositifs doivent être installés sur l'unité foncière de l'activité, sinon, il s'agit de publicité ou préenseigne. Cette règle ne s'applique pas lorsque l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public, dans ce cas, on considère le dispositif comme étant une enseigne (ex : porte-menu sur une terrasse de restaurant, etc.).

3.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu est essentiellement présente en zone d'activités. Elle compte pour près de 7% du total des enseignes relevées. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



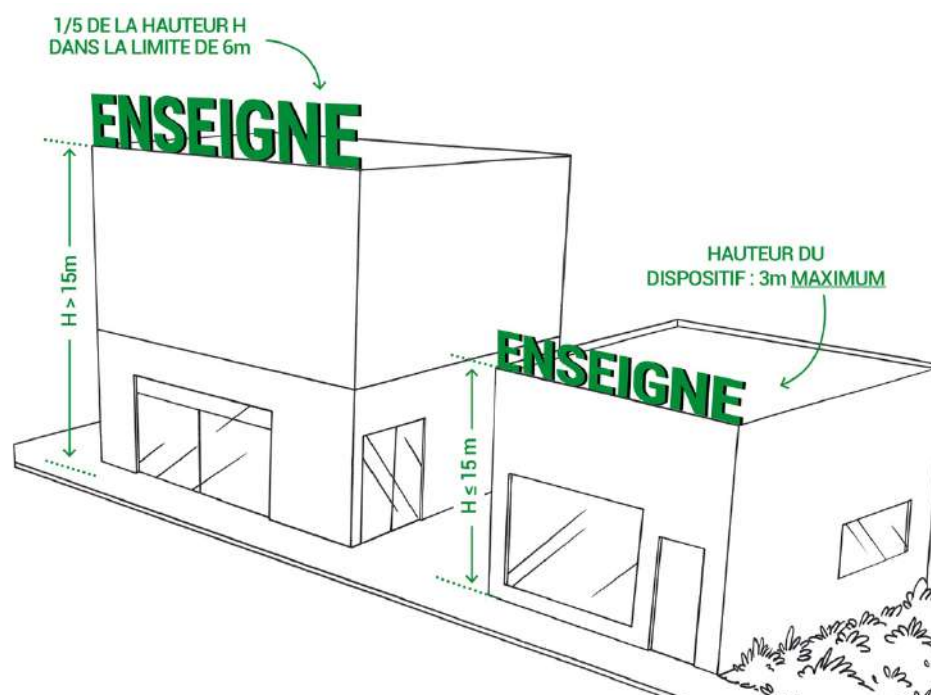
Exemples d'enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu en zone d'activités ou hôtelière, Saint-Witz, octobre 2023.

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.

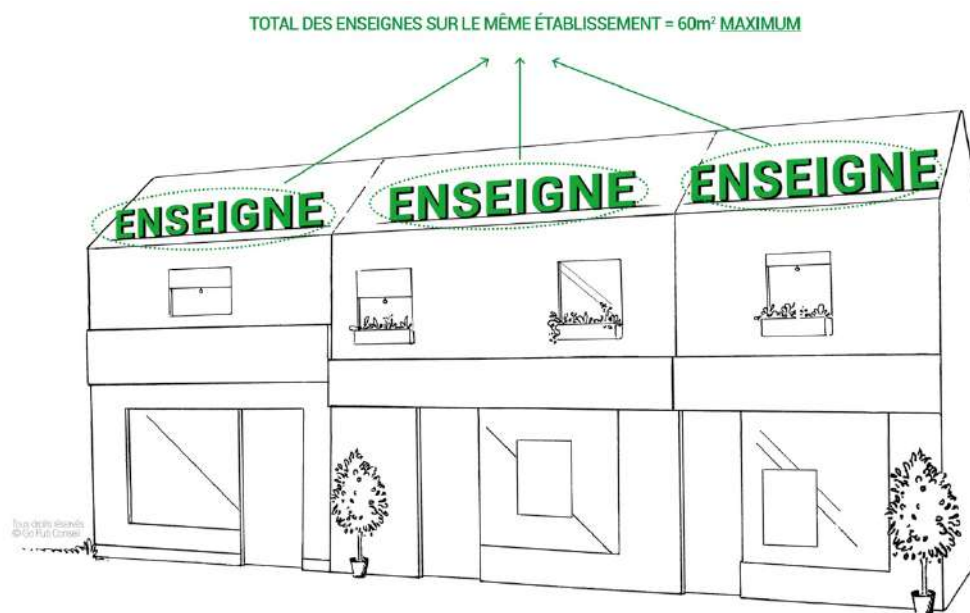
Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

Hauteur maximale des enseignes sur toiture

Hauteur de la façade ≤ 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 cumulée³⁵ des enseignes sur toiture d'un même établissement $\leq 60\text{ m}^2$



³⁵ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Une dizaine de ces enseignes sont en infraction car installées avec un panneau de fond.



Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu réalisées avec un panneau de fond, Saint-Witz, octobre 2023.



Enseigne sur toiture de type « *structure gonflable* » Saint-Witz, octobre 2023.

Pour réduire l'impact de ces enseignes, le futur RLP pourra proposer de réduire la taille de ces enseignes, voire de les interdire sur a minima sur certaines parties du territoire.

3.9. Enseignes lumineuses

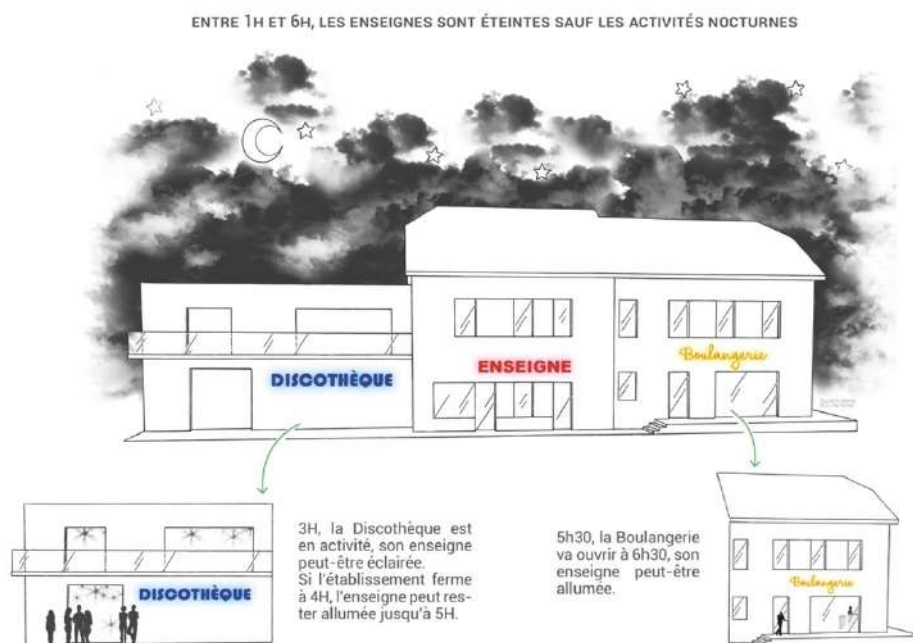
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type³⁶.

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 ministériel³⁷.

Elles sont éteintes³⁸ 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.



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, 12% des enseignes sont lumineuses.

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

³⁶ [Publicités / préenseignes lumineuses](#)

³⁷ arrêté non publié à ce jour

³⁸ 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



Enseignes lumineuses éclairées par transparence, Saint-Witz, octobre 2023.



Enseignes lumineuses éclairées par projection (rampe d'éclairage et spot), Saint-Witz, octobre 2023.

Quelques enseignes numériques ont été relevées sur le territoire communal signalant principalement des services d'urgences, pharmacie, hébergements, restaurants etc. Il s'agit donc d'enseigne avec un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement. 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. A Saint-Witz, elles sont toutes à images fixes.



Exemples d'enseignes numériques de faible format (1 à 2 m²), Saint-Witz, octobre 2023.

3.10. 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*³⁹ » 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 éteintes⁴⁰ 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 ministériel⁴¹.

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

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

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

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

- Surface totale ≤ 60 m²

39 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

⁴⁰ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

⁴¹ 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.



Seule une bulle de vente a été identifiée sur la commune Saint-Witz, octobre 2023.

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

4. Les enjeux en matière de supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines ou des baies commerciales

La loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets dite « *Climat et Résilience* » a introduit la possibilité d'encadrer les supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines.

Le Code de l'environnement introduit directement et explicitement une dérogation à l'article L.581-2 dudit Code. Cet article précise le champ d'application des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes :

- visibles de toute voie ouverte à la circulation publique ;
- sans s'appliquer aux supports situés à l'intérieur d'un local (sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité).

Grâce au nouvel article L.581-14-4 du Code de l'environnement un 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.* ».

Malgré le fait que très peu de supports de ce type aient été constaté sur le territoire, le RLP pourra encadrer ces nouveaux types de supports qui sont aujourd'hui en recrudescence sur le territoire national.



Exemple de supports lumineux installés à l'intérieur d'une vitrine, Saint-Witz, octobre 2023.

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

1. Les objectifs

Par une délibération en date du 19 janvier 2023, la commune de Saint-Witz a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- 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.

2. Les orientations

L'article L.581-14-1 du code de l'environnement prévoit que le RLP est élaboré conformément aux procédures d'élaboration des PLU.

Le RLP ne comporte pas de Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD) comme les PLU, mais l'article R.581-73 du code de l'environnement énonce que le rapport de présentation « *s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs* ». Autrement dit, il est fait référence à des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure.

Dans le cadre de l'élaboration d'un PLU, les orientations générales du PADD doivent être soumises au débat au conseil municipal, au plus tard deux mois avant l'examen du projet de PLU. Par analogie, en application des dispositions combinées des articles L.581-14-1 du code de l'environnement et L.153-12 du code de l'urbanisme, un débat sur les orientations générales du RLP doit être organisé en conseil municipal.

Afin de remplir les objectifs fixés par sa délibération de prescription, la commune de Saint-Witz a retenu les orientations suivantes :

En matière de publicité et préenseignes :

Orientation n°1 :

Limiter le format et la densité des publicités et préenseignes afin d'être en accord avec la réalité du territoire et des supports présents sur la commune.

Cette orientation permet de limiter l'impact visuel des publicités notamment sur les entrées de ville et les zones d'activités où la pression publicitaire est plus importante. La limitation du format mais également de la densité sont des leviers importants pour permettre une meilleure intégration des supports sur le territoire. Par ailleurs, les petits et moyens formats observés sur le territoire sont des indicateurs importants pour limiter l'impact des supports publicitaires sur le territoire intercommunal.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- Adapter les règles nationales, en matière de publicités, d'enseignes et de préenseignes 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* » ;
- 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.

En matière d'enseignes :

Orientation n°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).

Cette orientation permet de proposer des règles locales pour favoriser une meilleure qualité des enseignes notamment dans le centre-ville de Saint-Witz mais également de valoriser et de pérenniser les bonnes pratiques observées sur le territoire. Ces actions seront possibles grâce à la mise en place de prescriptions esthétiques, de règles d'implantation, de format ou encore de limitation en nombre.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- 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 ;
- 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.

Orientation n°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

Cette orientation permet d'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 nombre, en format ou encore en imposant/interdisant certains matériaux. Elle permettra de limiter leur utilisation pour favoriser l'installation d'enseignes plus durables. Pour les enseignes sur clôture, l'utilisation de bâche est particulièrement nuisible à la qualité du cadre de vie sur la commune et l'absence de règles dédiées spécifiquement aux enseignes sur clôture dans le Code de l'environnement ne permet pas de résorber les problématiques observées. C'est également le cas pour les enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol qui ne bénéficient d'aucune règle nationale.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- 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 ;

- 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.

Orientation n°4 :

Limiter la hauteur des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol pour réduire l'impact visuel de ces supports.

Cette orientation permet d'encadrer les enseignes scellées ou installées sur le sol qui ont un impact similaire aux publicités de même type. L'objectif est d'éviter leur implantation anarchique tout en permettant leur utilisation par les acteurs locaux. Cette orientation permettra également de revoir la hauteur mais également le format de ces supports en fonction de leur secteur d'implantation.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- 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 ;
- 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.

Orientation n°5 :

Renforcer les règles concernant les enseignes temporaires pour en limiter l'impact négatif sur le paysage.

Cette orientation permet de simplifier les règles applicables aux enseignes temporaires tout en proposant des installations globalement plus qualitatives pour ces enseignes. En effet, les règles issues du Code de l'environnement ne permettent pas toujours de résorber les problématiques observées sur le territoire communal.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- 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 ;
- 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.

En matière de publicités, enseignes et préenseignes :

Orientation n°6 :

Réglementer localement les supports numériques (publicités, enseignes et préenseignes) pour limiter leur impact tout en permettant leur utilisation avec parcimonie.

Cette orientation permet de limiter l'utilisation de certains supports lumineux notamment numérique sur le territoire. Cette orientation permettra donc de limiter l'impact des supports lumineux et numériques sur le cadre de vie des habitants du territoire.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- 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 » ;
- 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.

Orientation n°7 :

Mettre en place une plage d'extinction nocturne renforcée applicable aux publicités, enseignes et préenseignes ;

Cette orientation permet de mettre en place une plage d'extinction nocturne sur le territoire afin de limiter l'impact des supports lumineux sur le cadre de vie tant diurne que nocturne des habitants de Saint-Witz.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- 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 » ;
- 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.

Orientation n°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.

Cette orientation permet de répondre directement aux évolutions législatives et réglementaires de la réglementation de la publicité extérieure. En effet, la loi Climat et Résilience d'août 2021 donne désormais la possibilité aux RLPi d'encadrer les supports lumineux à l'intérieur des vitrines. Le RLP de Saint-Witz saisit donc cette opportunité afin de limiter l'impact de ces supports en expansion sur le territoire.

Cette orientation répond à plusieurs objectifs, notamment :

- 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 » ;
- 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 » ;
- 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.

Ces orientations ont été débattues en conseil municipal le DATE.

IV. Justification des choix retenus

1. *Le zonage retenu en matière de publicités et préenseignes*

2. *Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes*

3. *Le zonage retenu en matière d'enseignes*

4. *Les choix retenus en matière d'enseignes*