



PRÉFÈTE DU GARD

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Direction départementale des territoires et de la mer

La préfète,
à
Monsieur le maire de Vauvert

Hôtel de ville
Pôle urbanisme
Rue du jardinet
30 600 Vauvert

Nîmes, le 03 AOUT 2021

Service Environnement et Forêt

Affaire suivie par : Agnès VIDAL
Tél. : 04 66 62 65 10
agnes.vidal@gard.gouv.fr

Objet : élaboration d'un règlement local de publicité de la commune de Vauvert
Réf : PAC-RLP 2G - Vauvert
P.J. : Porter à connaissance de l'État – juillet 2021

Le conseil municipal de la commune de Vauvert a décidé d'élaborer un règlement local de publicité en application des articles L581-14 et suivants du code de l'environnement.

La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité dispose, conformément à l'article R121-1 du code de l'urbanisme, que le Préfet doit porter à la connaissance du maire de la commune toutes les dispositions particulières applicables au territoire concerné ainsi que toutes les informations qu'il juge utiles.

Je vous transmets ci-joint le porté à connaissance de l'Etat reprenant les informations disponibles concernant la réglementation applicable en matière de publicité extérieure et les éléments à prendre en compte pour l'élaboration d'un règlement local de publicité. Ce porté à connaissance est accompagné en annexe 3 d'une note qui précise les enjeux identifiés ou mis en évidence sur le territoire.

L'élaboration du RLP devra particulièrement s'attacher à garantir le respect du cadre de vie de la commune et des paysages alentours. Il devra être cohérent avec la volonté de la commune et du département d'améliorer l'attractivité touristique.

Les prescriptions adoptées dans le RLP devront être plus restrictives que la réglementation nationale.

Il sera opportun dans votre règlement de publicité de :

- limiter la prolifération de dispositifs publicitaires aux différentes entrées de ville, et leurs zones commerciales, en instaurant une règle d'interdistance et de non cumul entre publicités et enseignes au sol sur un même foncier
- intégrer des prescriptions d'harmonisation pour les enseignes des commerces du centre historique dans un objectif d'intégration d'aménagement urbain
- freiner le développement des enseignes lumineuses, gourmandes en énergie et visuellement agressives. Il est souhaitable de les interdire dans certaines zones, et d'allonger les plages horaires d'extinction de manière générale

- rappeler que la publicité est accessoire sur mobilier urbain en particulier que les informations locales doivent être les plus visibles (surface et sens de circulation)
- limiter l'affichage de petit format sur les devantures commerciales. J'appelle votre attention sur la tendance actuelle qu'ont certains commerçants d'apposer, en toute illégalité, des enseignes couvrant toute la façade commerciale, y compris sur les vitrines
- limiter en surface et en nombre les enseignes sur clôture non réglementées dans le règlement national
- limiter en nombre les enseignes au sol de surface inférieure à 1m² qui ne sont pas restreintes par la réglementation nationale (drapeaux et oriflammes, ainsi que les enseignes temporaires pour soldes ou opérations commerciales exceptionnelles renouvelées tout au long de l'année)
- regrouper plusieurs enseignes sur un dispositif au sol de type totem dans les zones commerciales

D'autre part, je vous rappelle qu'il est important de faire cesser sans tarder les infractions repérées dans le diagnostic préalablement à l'approbation d'un règlement. Les délais de mise en conformité avec le RLP ne s'appliqueront qu'aux dispositifs conformes à la réglementation antérieurement en vigueur. La DDTM peut vous conseiller dans la mise en œuvre d'une politique de contrôle amiable et poursuivre les procédures sur la base des constats transmis par la commune.

Une association de l'Etat à l'élaboration du projet de RLP est prévue par l'article L123-7 du code de l'urbanisme. Le service environnement et forêt de la direction départementale des territoires et de la mer sera votre interlocuteur tout au long de cette procédure.

Vous devrez également associer un représentant de l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine (UDAP) au regard de la présence de nombreux monuments historiques dans la commune et l'inspecteur des sites de la DREAL au regard du site inscrit de la camargue gardoise.

Je vous rappelle qu'une fois le projet arrêté par votre conseil municipal, vous devrez solliciter l'avis des services de l'Etat prévu par l'article L123-9 du code de l'urbanisme et le passage du dossier devant la Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites (CDNPS) pour un avis consultatif avant l'enquête publique.

La préfète,

Pour le Directeur Départemental
des Territoires et de la Mer
Le Chef de Service
Environnement Forêt

Cyrille ANGRAND



PREFETE DU GARD

**Direction Départementale
des Territoires et de la Mer**

Service Environnement et Forêt

Unité Intégration de
l'Environnement

COMMUNE DE VAUVERT

**ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
prescrit par délibération du Conseil Municipal du 30 mars 2021**

PORTER A CONNAISSANCE DE L'ETAT

Article L.581-14-1 du code de l'environnement

Article R.121-1 du Code de l'Urbanisme

(juillet 2021)

Table des matières

I. GÉNÉRALITÉS SUR LES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ (RLP).....	3
1.1 Autorité compétente pour élaborer un RLP.....	3
1.2 Le cadre juridique d'application national d'un RLP.....	3
1.3 Contenu du RLP.....	4
1.4 Les objectifs du règlement local de publicité.....	5
1.5 Les moyens mis en œuvre.....	6
1.6 Les effets du RLP.....	7
1.6.1 – Les délais de mise en conformité des dispositifs existants avec la nouvelle réglementation.....	7
1.6.2 – Autorité en matière d'instruction et de police.....	8
II. LES DISPOSITIONS DE LA RÉGLEMENTATION NATIONALE S'APPLIQUANT À LA COMMUNE DE VAUVERT À L'ÉGARD DE LA PUBLICITÉ, DES ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES.....	8
2.1 Population de la commune de Vauvert.....	8
2.2 Les interdictions absolues et les interdictions relatives de la réglementation nationale.....	8
2.3 Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les secteurs non agglomérés d'une commune.....	9
2.4 Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les parties agglomérées des communes de moins de 10 000 habitants.....	10
2.5 Établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.....	11
2.6 Les dispositions relatives aux enseignes.....	11
2.7 Règles d'extinction des dispositifs lumineux.....	12
2.8 Les conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire.....	12
2.9 La publicité sur les véhicules terrestres.....	12
2.10 L'affichage d'opinion.....	12
2.11 La publicité effectuée en exécution d'une décision.....	13
III LES AUTRES RÉGLEMENTATIONS À PRENDRE EN COMPTE POUR L'ÉLABORATION DU RLP :.....	13
3.1 Sécurité routière du code de la route.....	13
3.2 Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite.....	13
3.3 Occupation du domaine public.....	14
3.4 Plans de Prévention des Risques technologiques et naturels (PPRT et PPRN).....	14
3.5 Les agglomérations de la commune et les limites.....	14
IV LES DIFFÉRENTES PHASES DE LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP).....	15
ANNEXE 1: LOGIGRAMME DE LA PROCÉDURE.....	17
ANNEXE 2: ARRÊTÉ MINISTÉRIEL DU 23 MARS 2015.....	17

I. GÉNÉRALITÉS SUR LES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ (RLP)

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et préenseignes est codifiée dans le code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L581-1 à L581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R581-1 à R581-88.

Sur l'ensemble du territoire national, ces règles traitent des dispositions applicables pour les enseignes, préenseignes, dispositifs publicitaires, enseignes lumineuses, publicités lumineuses, mobiliers urbains publicitaires, enseignes et préenseignes temporaires, bâches de chantier, dispositifs de dimensions exceptionnelles et de petit format, publicités sur véhicule terrestres, sur l'eau ou dans les airs.

Le règlement local de publicité complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux.

Le règlement local de publicité (RLP) est un document couvrant l'ensemble du territoire de la commune, définissant une ou plusieurs zones dans lesquelles les dispositions réglementaires pourront être restreintes.

Ce document doit viser un double objectif: assurer la qualité du cadre de vie tout en respectant deux principes constitutionnels, la liberté d'expression et la liberté d'entreprendre.

1.1 Autorité compétente pour élaborer un RLP

Selon l'article L581-14 du code de l'environnement: «l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) compétent en matière de plan local d'urbanisme (PLU) ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L581-9».

Le RLP est donc élaboré par la commune si elle a conservé la compétence PLU, sinon la compétence relève de l'EPCI compétent en matière de PLU.

C'est également le cas si la commune a transféré la compétence d'élaboration du RLP à un EPCI en application de l'article L. 5211-17 du code général des collectivités territoriales (CGCT).

1.2 Le cadre juridique d'application national d'un RLP

La procédure d'élaboration des règlements locaux est identique à la procédure applicable pour les plans locaux d'urbanisme (PLU), en application des articles L581-14 et L581-14-1 du code de l'environnement.

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L123-13 et des dispositions transitoires de l'article L123-19 du même code.

Le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements, y compris, le cas échéant, des collectivités territoriales des États limitrophes.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'environnement.

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. A défaut de document d'urbanisme, il est tenu à disposition du public.

L'illégalité pour vice de forme ou de procédure commise à l'occasion de l'élaboration, de la révision ou de l'approbation d'un règlement local de publicité ne peut être invoquée par voie d'exception après l'expiration d'un délai de six mois à compter de l'entrée en vigueur de ce règlement. Cette règle ne s'applique pas lorsque le vice de procédure concerne la méconnaissance substantielle ou la violation manifeste des règles de l'enquête publique.

Lorsqu'elle annule pour excès de pouvoir un règlement local de publicité ou en ordonne la suspension, la juridiction administrative se prononce sur l'ensemble des moyens qu'elle estime susceptibles de fonder l'annulation ou la suspension en l'état du dossier.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R123-25 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet de la commune (article R581-79 du code de l'environnement).

Les différentes phases de la procédure sont détaillées au titre IV et un logigramme figure en annexe du présent document.

1.3 Contenu du RLP

Le décret en Conseil d'État n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité.

Le contenu du règlement local de publicité est fixé par les articles R581-72 à 78 du code de l'environnement.

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R581-72 du code de l'environnement).

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, il définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (article R581-73 du code de l'environnement).

Le contenu du rapport de présentation est libre mais l'article R581-73 impose au minimum qu'il

- s'appuie sur un diagnostic,
- définisse les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation,
- explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs,
- explique les motifs de délimitation des zones si elles existent.

Le diagnostic est l'occasion de procéder à un recensement des dispositifs publicitaires en infraction avec le règlement national et d'identifier les secteurs et immeubles où la publicité est interdite en

vertu des articles L581-4 et L581-8 du code de l'environnement.

Le diagnostic doit permettre également d'identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales...).

Lorsque la commune dispose d'un document valant règlement local de publicité (règlement spécial ou zone de publicité), le diagnostic doit tirer le bilan du document en vigueur.

Le maire pourra s'appuyer sur ce constat ainsi que sur les changements dans l'urbanisation de la commune, en tenant compte des modifications réglementaires nationales intervenues postérieurement, pour réviser le règlement, proposer les adaptations et les différents zonages du nouveau RLP.

Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces identifiés, la commune définit les orientations et objectifs du RLP concernant les règles d'implantation publicitaire et l'intégration dans l'environnement.

Au vu de ces orientations et objectifs, et sous réserve des dispositions des articles L581-4, L581-8, et L581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Les dispositions du RLP peuvent être générales, elles s'appliquent alors sur l'ensemble du territoire, ou spécifiques, s'appliquant par zones instituées. Ces zones peuvent par exemple imposer des prescriptions particulières applicables aux enseignes situées hors agglomération.

La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues par le règlement national.

Quelles que soient les dispositions du RLP, celles-ci doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie et la protection du cadre de vie.

Un ou des documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci.

Les limites de l'agglomération, fixées par le maire en application de l'article R411-2 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.

1.4 Les objectifs du règlement local de publicité

Le RLP est un instrument de planification locale de la publicité pour des motifs de protection du cadre de vie.

Son adoption répond à la volonté d'adapter le règlement national aux spécificités du territoire en adoptant **des dispositions plus restrictives** que ce dernier.

En application de l'article L.581-14 du code de l'environnement, la commune élabore sur l'ensemble de son territoire un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L.581-9 du code de l'environnement.

En agglomération, une ou plusieurs zones sont déterminées pour voir s'appliquer une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le RLP peut également permettre de réintroduire de la publicité dans les lieux où elle est en principe interdite et dont la liste figure à l'article L581-8. Dans ce cas, des dispositions plus restrictives que le règlement national seront instituées conformément aux orientations et aux objectifs définis dans le rapport de présentation du RLP. **La réintroduction de la publicité dans ces lieux ou territoires remarquables doit être réfléchie et motivée.**

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à délimiter les zones

dans lesquelles s'appliqueront des règles spécifiques en fonction du contexte paysager local, de la densité et de la localisation des enseignes et dispositifs publicitaires souhaités.

Un document graphique des zones ainsi instituées sera réalisé et devra être joint au RLP (article R581-78 du code de l'environnement).

Il conviendra d'édicter des règles simples, dont la mise en œuvre doit être facile. En particulier, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (par exemple un format de 3 m²). Les formats de 4 m² sont des formats d'affichage publicitaire courants.

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (article L581-18 du code de l'environnement).

Dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation, qui peut donner lieu à des prescriptions esthétiques dont les principes doivent être traités par le RLP.

Le conseil municipal de Vauvert a défini les objectifs suivants pour l'élaboration du RLP :

- rendre visible les entreprises de la commune afin d'améliorer l'attractivité du territoire, notamment le futur axe menant à la zone industrielle ;
- soutenir le commerce de proximité et favoriser l'achat local ;
- rendre impossible la publicité lumineuse et l'installation de dispositifs publicitaires scellés au sol, l'agglomération de Vauvert, conformément au code de la route, représentant une agglomération de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- améliorer la qualité des zones d'activités situées principalement au nord de la commune, notamment la zone " Côté Soleil ", en atténuant la pression publicitaire de ces zones et en encadrant certaines enseignes et pré enseignes peu qualitatives ;
- protéger les entrées de ville, première image du territoire, et l'ensemble des axes structurants, plus particulièrement la route de Nîmes et la route Aimargues/Saint-Gilles, notamment en matière de publicités et pré enseignes ;
- préserver les zones peu touchées par la pression publicitaire comme les zones résidentielles ou les quartiers pavillonnaires ;
- préserver et améliorer le cadre de vie et la qualité des paysages de la commune en limitant et en réglementant les implantations de dispositifs publicitaires, enseignes et pré enseignes, mais aussi favoriser leur harmonie et leur cohérence ;
- protéger l'image du territoire en tenant compte du patrimoine bâti, paysager et naturel, et notamment le centre ancien de la commune, par une réflexion sur la place des enseignes tout en favorisant l'attractivité des commerces .

L'élaboration de ce règlement local de publicité permettra à la commune de retrouver la compétence en matière d'instruction et de police de publicité.

1.5 Les moyens mis en œuvre

Le RLP doit respecter le principe d'égalité et veiller à ne pas instituer des discriminations entre sociétés d'affichage.

Le RLP peut:

- réduire les formats résultants du règlement national (RNP)
- instituer des zones où la publicité est interdite
- interdire certains types de dispositifs dans certaines zones (publicité lumineuse, enseignes en toiture, enseignes au sol...)
- prévoir une règle de densité spécifique plus restrictive voire identifier des secteurs présentant des caractéristiques urbanistiques et un parcellaire différents justifiant des règles de densité différentes : par exemple interdire la publicité si le côté de l'unité foncière bordant la voie publique n'a pas une certaine longueur ou limiter à un seul dispositif par unité foncière, établir des règles d'interdistance entre les panneaux sur une unité foncière
- prévoir des prescriptions esthétiques visant à renforcer l'intégration des dispositifs dans l'environnement (couleurs spécifiques, formes des lettres...)

Le RLP ne peut pas:

- instituer des mesures ayant pour effet d'interdire de manière générale et absolue la publicité sur l'ensemble de la commune. Au nom du principe de la liberté d'expression rappelé à l'article L581-1 du code de l'environnement, un équilibre entre liberté d'expression et protection du cadre de vie doit être trouvé de sorte que l'activité de l'afficheur puisse continuer à s'exercer
- instituer des autorisations préalables pour des dispositifs autres que ceux énumérés par la loi (articles R581-9, R581-17, L581-9, L581-10, L581-18, L581-44 du code de l'environnement)
- prévoir des procédures spécifiques d'instruction différentes de celles figurant dans le code de l'environnement
- réintroduire de la publicité dans les zones de protection prévues à l'article L581-4

1.6 Les effets du RLP

Dès l'entrée en vigueur du RLP, le Maire devient alors autorité administrative de police compétente en lieu et place du Préfet.

Il agit ainsi au nom de la commune en matière de police de la publicité, ainsi que pour instruire et délivrer les autorisations.

De plus, l'installation des enseignes est soumise sur l'ensemble du territoire de la commune à autorisation préalable du Maire.

1.6.1 – Les délais de mise en conformité des dispositifs existants avec la nouvelle réglementation

Les dispositifs implantés postérieurement à la date d'entrée en vigueur du RLP doivent se conformer intégralement et immédiatement aux prescriptions de ce RLP.

Les publicités en place avant l'entrée en vigueur du RLP qui étaient conformes au règlement national de publicité (RNP) doivent se conformer aux prescriptions du nouveau RLP dans un délai de 2 ans à compter de la date d'entrée en vigueur de ce RLP.

Les enseignes disposent quant à elles d'un délai de 6 ans pour s'y conformer (article R581-88-1)

I.6.2 – Autorité en matière d’instruction et de police

En présence d’un règlement local de publicité approuvé, les compétences en matière d’instruction et de police de la publicité sont **exercées par le Maire, au nom de la Commune, sur l’ensemble du territoire communal.**

Le Préfet dispose d’un droit de substitution si la carence du Maire est établie conformément à l’article L 581-14-2 du code de l’environnement : à défaut pour le Maire d’appliquer les mesures de police prévues aux articles L581-27, L581-28 et L581-31 dans le délai d’un mois suivant la demande qui lui est adressée par le représentant de l’État dans le département, ce dernier y pourvoit en lieu et place du Maire.

II. LES DISPOSITIONS DE LA REGLEMENTATION NATIONALE S’APPLIQUANT À LA COMMUNE DE VAUVERT À L’ÉGARD DE LA PUBLICITÉ, DES ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES

2.1 Population de la commune de Vauvert

Selon l’INSEE, la commune de Vauvert compte 11 608 habitants (population légale totale au 01/01/2021 – source Insee recensement 2018). Cependant la commune est constituée de plusieurs agglomérations distinctes dont aucune ne comporte plus de 10 000 habitants.

Vis-à-vis de la réglementation de la publicité extérieure, les dispositions relatives aux communes de moins de 10 000 habitants doivent donc s’appliquer sur le territoire de la commune.

Le règlement de publicité permettra de clarifier ce point qui est susceptible de contestation et interprétations différentes par les publicitaires.

2.2 Les interdictions absolues et les interdictions relatives de la réglementation nationale

Le paragraphe I de l’article L581-4 du code de l’environnement dispose que toute publicité est interdite

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l’inventaire supplémentaire
- sur les monuments naturels et les sites classés
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles
- sur les arbres

Selon le paragraphe II du même article, le maire peut interdire la publicité par arrêté sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

Ces interdictions sont absolues par conséquent le règlement local de publicité ne doit pas contenir de dispositions qui permettent de déroger à ces interdictions.

L’article L 581-8 du code de l’environnement dispose que la publicité est interdite à l’intérieur des agglomérations :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l’article L 621-30 du code du

patrimoine,

- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L631-1 du même code
- dans les parcs naturels régionaux,
- dans les sites inscrits ,
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L581-4
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux,
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L414-1 (zones Natura 2000)

Il peut être dérogé aux interdictions de l'article L 581-8 dans le cadre d'un règlement local de publicité, en instituant une zone où s'appliquera une réglementation qui devra toutefois rester plus restrictive que les dispositions de droit commun du règlement national.

La commune de Vauvert est concernée par plusieurs réglementations visant la protection du patrimoine environnemental, paysager ou architectural.

La moitié sud du territoire de la commune se situe dans le périmètre du site inscrit, protection au titre de la loi du 2 mai 1930, de la camargue gardoise.

Plusieurs monuments historiques classés ou inscrits au titre du code du patrimoine génèrent des périmètres de protection : le temple protestant dans le centre-ville de Vauvert, la chapelle de Montcalm au hameau de Montcalm au sud du territoire.

Une partie nord de la commune est concernée par le périmètre du Site patrimonial remarquable de Vauvert, Vergeze, Vestric et Candiac

La réintroduction de la publicité dans ces espaces protégés doit être particulièrement encadrée et motivée. Elle nécessite une vigilance particulière qui justifie d'associer à l'élaboration du RLP l'Architecte des bâtiments de France et l'inspecteur des sites de la DREAL.

2.3 Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les secteurs non agglomérés d'une commune.

L'article L581-3 du code de l'environnement définit la publicité comme "toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention" et la préenseigne comme "toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée".

Toute publicité est interdite en dehors des agglomérations (article L 581-7 du code de l'environnement). Le RLP ne peut déroger à cette interdiction générale.

La notion d'agglomération est définie par l'article R 110-2 du code de la route comme un «espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde».

L'article R411-2 du même code dispose que «les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire». (cf supra paragraphe 3.5)

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (article R581-19 du code de l'environnement). Elles sont donc interdites à l'exception des pré-enseignes dérogatoires, comme le prévoit l'article R581-66 du code de l'environnement.

Les préenseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations au plus à 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent.

Toutefois, cette distance est portée à 10 km pour les préenseignes dérogatoires signalant des monuments historiques ouverts à la visite.

Elles peuvent être scellées sur le sol ou installées directement sur le sol, sans dépasser 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

Elles doivent depuis le 13 juillet 2015 respecter les prescriptions d'harmonisation de l'arrêté du 23 mars 2015 qui figure en annexe.

Ces préenseignes dérogatoires peuvent être au bénéfice de quatre catégories d'activités limitativement définies :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales (2 préenseignes par établissement)
- les activités culturelles (2 préenseignes)
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite (4 préenseignes par monument)
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles (4 préenseignes par manifestation)

2.4 Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les parties agglomérées des communes de moins de 10 000 habitants.

Les publicités et préenseignes sont admises en agglomération, dans le respect des conditions fixées par les articles R.581-22 à 33 du code de l'environnement:

- Les dispositifs publicitaires non lumineux peuvent être installés sur les façades de bâtiments aveugles (sans fenêtre ni ouverture) ou murs de clôture pleins, ils ne peuvent se trouver à moins de 0,5 mètres au-dessus du niveau du sol et ne doivent pas dépasser les limites du mur; ils doivent avoir **une surface maximale de 4 m² encadrement compris** et une hauteur au-dessus du niveau du sol maximale de 7,5 m.
- Les dispositifs publicitaires installés au sol sont interdits
- Les dispositifs publicitaires doivent également obéir à des règles de densité maximale définies à l'article R581-25 du code de l'environnement. Elle s'applique pour les dispositifs publicitaires le long des voies ouvertes à la circulation publique
- Les **publicités lumineuses** sont interdites.

Le Conseil d'État a rappelé par deux décisions, en octobre 2016 et novembre 2017, que la publicité n'est pas seulement constituée de l'affiche ou de l'écran mais comprend également les encadrements. Une attention particulière devra être faite sur le contrôle de la réduction des formats pour prendre en compte ces jurisprudences.

Le RLP pourra établir des zones où s'appliqueront des dispositions plus restrictives que ces prescriptions.

2.5 Établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.

Si un (ou des) établissement(s) de centre(s) commercial(aux) exclusif(s) de toute habitation et situé(s) hors agglomération se trouve sur le territoire communal, le RLP peut autoriser la publicité dans le respect de la qualité de vie et du paysage, et des critères de densité fixés par l'article R581-25.

Lorsque le RLP autorise sur le fondement de l'article L581-7 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires à proximité des centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont tenus de respecter les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés à l'intérieur des agglomérations de plus de 10 000 habitants (R581-77 du code de l'environnement).

2.6 Les dispositions relatives aux enseignes

L'article L581-3 définit l'enseigne comme "toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce".

Les articles R581-58 à 581-65 du code de l'environnement fixent les règles applicables aux enseignes dans la réglementation nationale.

Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu en respectant les dispositions de l'article R581-62. Selon l'article R581-11 du code de l'environnement, l'autorisation d'implanter une enseigne sur une toiture ou une terrasse est délivrée après accord ou avis de l'architecte des bâtiments de France.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif par activité signalée et à une surface maximale de 6 m² (article R581-64). Elles ne peuvent dépasser 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont plus de 1 mètre de large et 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large (article R581-65).

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

La surface de référence pour le calcul de la surface d'enseigne autorisée s'entend comme l'intégralité de la surface en façade (baies, auvents, marquises et éventuelles publicités déjà présentes comprises).

Pour les communes couvertes par un RLP toutes les enseignes seront soumises à autorisation du maire, et ce sur l'intégralité du territoire de la commune, même dans les zones non réglementées par le RLP (article L581-18 du code de l'environnement).

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national.

Il peut par exemple réduire les dimensions des enseignes, imposer des couleurs ou matériaux, proposer un alignement des enseignes en façade de certaines rues, interdire le cumul des enseignes au sol et sur clôture, interdire un cumul publicité et enseigne au sol.

Ces règles doivent s'insérer dans un enjeu d'aménagement urbain, pourront permettre une harmonie dans les façades commerciales et préserver les entrées de ville en limitant les dispositifs dans les zones commerciales.

Il ne faut cependant pas occulter les conséquences financières pour les commerçants concernés qui seront contraints de changer leur matériel pour se mettre en conformité avec le nouveau **règlement**.

2.7 Règles d'extinction des dispositifs lumineux

Pour des raisons d'économie d'énergie, le code de l'environnement (article R581-35) prévoit des obligations d'extinction nocturne des publicités et enseignes lumineuses entre 1 heure et 6 heures. Le RLP peut décider d'augmenter la durée d'extinction dans un souci de transition énergétique et de réduction des nuisances lumineuses.

Les publicités lumineuses sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants par le code de l'environnement.

Les enseignes lumineuses pourront être restreintes en nombre et en surface. Il est conseillé de les interdire dans certaines zones, par le RLP.

2.8 Les conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies aux articles R581-42 à R581-47 du code de l'environnement, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.

Toute publicité sur mobilier urbain dans les lieux visés à l'article L.581-4 du code de l'environnement est interdite. Il n'est pas possible de déroger à cette interdiction.

La publicité sur mobilier urbain est, par principe également interdite dans les lieux visés à l'article L581-8 du code de l'environnement. Si un RLP couvre le territoire communal, ce dernier peut déroger à cette interdiction. Cette réintroduction doit cependant être particulièrement motivée.

Il convient d'avoir toujours à l'esprit la notion de caractère accessoire de la publicité sur mobilier urbain. De ce fait, la face réservée aux informations non publicitaires doit toujours être prépondérante sur l'affichage publicitaire : face la plus visible dans le sens de circulation, surface prépondérante de l'affichage non publicitaire.

La publicité sur mobilier urbain est interdite hors agglomération (article L581-7 du code de l'environnement)

Nota : En vertu de l'article R421-25 du code de l'urbanisme, «dans les secteurs sauvegardés dont le périmètre a été délimité, les sites classés et les réserves naturelles, l'installation de mobilier urbain [...] doit être précédée d'une déclaration préalable». Toutefois, ce mobilier urbain ne pourra pas supporter de publicité compte-tenu de l'interdiction en ces lieux.

2.9 La publicité sur les véhicules terrestres

La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins de servir essentiellement de support à de la publicité est réglementée à l'article R581-48 du C.E.

Ils ne peuvent stationner dans des lieux visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Des dérogations peuvent être exceptionnellement accordées par l'autorité de police pour des manifestations particulières.

Les transports en commun dont le principal objectif est le transport de personnes ne supportent qu'accessoirement de la publicité.

2.10 L'affichage d'opinion

Le maire détermine par arrêté et fait aménager un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité des activités des associations sans but lucratif conformément aux dispositions des articles L581-13 et R581-3 et R581-4.

Dans les communes de plus de 10 000 habitants, la surface minimale doit être de 12 m² plus 5 m² par

tranche de 10 000 habitants au delà de 10 000 habitants (L581-2)

2.11 La publicité effectuée en exécution d'une décision

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, est autorisée par dérogation aux interdictions édictées par le code de l'environnement, à condition toutefois de ne pas excéder une surface unitaire de 1,5 m² (articles L581-17 et R581-5 du code de l'environnement).

III LES AUTRES RÉGLEMENTATIONS À PRENDRE EN COMPTE POUR L'ÉLABORATION DU RLP :

3.1 Sécurité routière du code de la route

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R418-1 à R418-9 du code de la route complété par :

- l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et pré enseignes hors agglomération du 17 janvier 1983 ;
- l'arrêté ministériel du 30 août 1977 aux conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou réfléchissants,
- l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation routière.

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la route, le maire en agglomération, le responsable de la voie hors agglomération, d'intervenir pour faire cesser les risques: en effet les différents dispositifs publicitaires peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir les usagers de la route.

Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'intérieur (article R418-4 du code de la route et arrêté du 30 août 1977 susvisé).

En agglomération, la publicité, les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Toutefois, l'autorité investie du pouvoir de police peut les autoriser dans les limites et aux conditions qu'elle prescrit.

Hors agglomération, les enseignes publicitaires et préenseignes dérogatoires visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. (article R418-7 du code de la route).

3.2 Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite

La loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, cadre la politique prioritaire du handicap et de

l'accessibilité.

Ses décrets d'application précisent les modalités:

- Décret n°2006-1657 du 21 décembre 2006 relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.
- Décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques, et par l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

Les passages et occupations sur domaine public et domaine privé doivent être conçus afin de permettre les déplacements et l'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite dans la totalité des itinéraires.

L'attention doit être portée sur le cadre bâti intérieur, les parties privées, la voirie publique et privée, l'aménagement des espaces publics, les systèmes de transport et leur inter-modalité.

Le mobilier et en particulier les bornes et poteaux doivent être aisément détectables par les personnes aveugles ou malvoyantes.

3.3 Occupation du domaine public

L'article L113-2 du code de la voirie routière traite de l'occupation du domaine public par les dispositifs publicitaires.

Tout dispositif envisagé sur domaine public doit faire l'objet d'une autorisation administrative Cette autorisation est délivrée par le gestionnaire de la voie à titre précaire et révoquant sous la forme de permission de voirie (avec emprise), ou de permis de stationnement (sans emprise).

De plus, en application de l'article L2213-6 du CGCT, en agglomération le maire peut donner des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique (toutes voies) et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi.

3.4 Plans de Prévention des Risques technologiques et naturels (PPRT et PPRN)

Dans les secteurs concernés par des risques naturels (inondation, tempête, avalanches) ou technologiques identifiés (établissement industriel faisant l'objet d'un PPRT), les dispositifs publicitaires envisagés doivent être interdits dans les périmètres à risques ou conçus de façon à ne pas constituer un risque supplémentaire vis-à-vis des personnes.

Il faut en particulier être vigilant pour les dispositifs scellés au sol dans les secteurs à fort risque d'inondation, les supports pouvant constituer une entrave à l'écoulement et créer des embâcles.

3.5 Les agglomérations de la commune et les limites

L'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long des routes qui la traversent ou qui la bordent (article R 110-2 du code de la route).

Les limites des agglomérations sont fixées et mises à jour par arrêté du maire, en application de l'article R 411-2 du code de la route.

Les limites d'agglomération ont des effets déterminants au titre de la réglementation de la publicité; ces limites peuvent donner lieu à une requalification par les tribunaux administratifs; en conséquence, il est impératif que le maire définisse cet espace réglementaire et le mette à jour pour prendre en compte l'évolution de l'urbanisation.

La jurisprudence en matière de publicité admet que le caractère aggloméré d'une commune peut

s'étendre au-delà des panneaux routiers d'entrée et de sortie si et seulement si aucune discontinuité n'intervient dans le bâti.

A contrario, un secteur non bâti continu de plus de 200 mètres à l'intérieur des limites de l'agglomération fixées par les panneaux d'entrée et de sortie n'est pas considéré comme secteur aggloméré.

Une analyse du cadastre à jour ou de photographies aériennes peut aider à caractériser cet espace construit sans discontinuité.

Suite à un arrêté de redéfinition des limites d'agglomération, la commune doit procéder au repositionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération.

Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération avec la représentation sur un document graphique doivent être annexés au règlement local de publicité (article R 581-78 du code de l'environnement).

IV LES DIFFÉRENTES PHASES DE LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP)

En application de l'article L 581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies aux articles L 123-6 et suivants, R 123-15 et suivants du code de l'urbanisme.

Phase 1: La délibération du conseil municipal prescrit l'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité, en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation (L 300-2 du code de l'urbanisme).

Elle est notifiée:

- au préfet,
- au président du conseil régional,
- au président du conseil général,
- au président de l'établissement public compétent en matière de SCOT,
- au président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- au président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat,
- au président de l'organisme de gestion du parc naturel régional ou national
- à la chambre de commerce et d'industrie ,
- à la chambre des métiers,
- à la chambre d'agriculture.

Phase 2: La délibération doit être affichée pendant un mois en mairie.

La mention de cette décision doit être insérée dans un journal diffusé dans l'ensemble du département: il comporte le ou les lieux où la délibération peut être consultée en caractères apparents, indique les objectifs de la commune ou de l'établissement public compétent, et la concertation envisagée.

Pour les communes de plus de 3.500 habitants, il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

Phase 3 : L'État produit un porter à connaissance qui regroupe les contraintes réglementaires relatives au territoire de la commune. Une note d'enjeu y est associée.

Phase 4 : Le maire conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité.

Les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité.

Les personnes publiques associées, les présidents des établissements publics voisins, les maires des communes voisines, le président de l'établissement public compétent en matière de SCOT sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité.

Le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

Phase 5 : La commune met au point son projet de règlement en lien avec la concertation annoncée par le conseil municipal dans la délibération de prescription.

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (cf chapitre I)

Les limites d'agglomération doivent être vérifiées afin de bien définir les zones de publicités à l'intérieur des secteurs agglomérés. L'arrêté du maire de définition de l'agglomération est éventuellement mis à jour.

Phase 6 : Le conseil municipal débat des orientations générales du projet de RLP par rapport aux objectifs définis et délibère.

Phase 7 : Après un délai de 2 mois, le conseil municipal tire le bilan en particulier de la concertation et arrête le projet de règlement local de publicité.

Phase 8 : Le projet de RLP doit être alors transmis pour avis attendu dans un délai de 3 mois aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés.

L'État produit un avis sur la prise en compte des contraintes réglementaires par le projet de RLP.

En parallèle, la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) réunie dans sa formation dite «de la publicité» doit être saisie sur le dossier du projet arrêté (Préfecture avec copie DDTM)

Phase 9 : Le projet de règlement arrêté par la commune est soumis pour avis à la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS prévue par les articles R.341-16 et suivants). Cette commission donne un avis au plus tard trois mois après la transmission du projet de règlement. A défaut, cet avis est réputé favorable.

Le Maire de la commune concernée siège à cette commission départementale et a voix délibérative.

Phase 10 : Le projet de règlement local de publicité est soumis à enquête publique. La mairie organise cette enquête.

Le dossier soumis à l'enquête comprend les avis des personnes publiques consultées et l'avis de la CDNPS.

Phase 11 : Après l'enquête publique, sur avis du commissaire enquêteur, le conseil municipal approuve par délibération le règlement local de publicité ou modifie le projet.

Phase 12 : La délibération du conseil municipal qui approuve, modifie, révisé ou abroge un ancien règlement local de publicité, est affichée pendant un mois en mairie.

La mention de cette décision doit paraître en caractères apparents, dans un journal diffusé dans l'ensemble du département.

Pour les communes de plus de 3500 habitants, elle est en outre publiée dans un recueil des actes administratifs ayant au moins une périodicité trimestrielle (article R2121-10 du code général des collectivités territoriales)

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, doit, par arrêté du maire, être annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet de la commune s'il existe.

Phase 13: La délibération du règlement local de publicité devient exécutoire après:

- la réalisation des mesures de publicité:
 - affichage pendant un mois en mairie
 - publication au recueil des actes administratifs de la commune
- un mois après sa transmission au Préfet si le périmètre n'est pas couvert par un SCOT
- dès sa transmission au Préfet si le périmètre est couvert par un SCOT.

(articles L123-12 et L123-15 du code de l'urbanisme)

ANNEXE 1: LOGIGRAMME DE LA PROCÉDURE

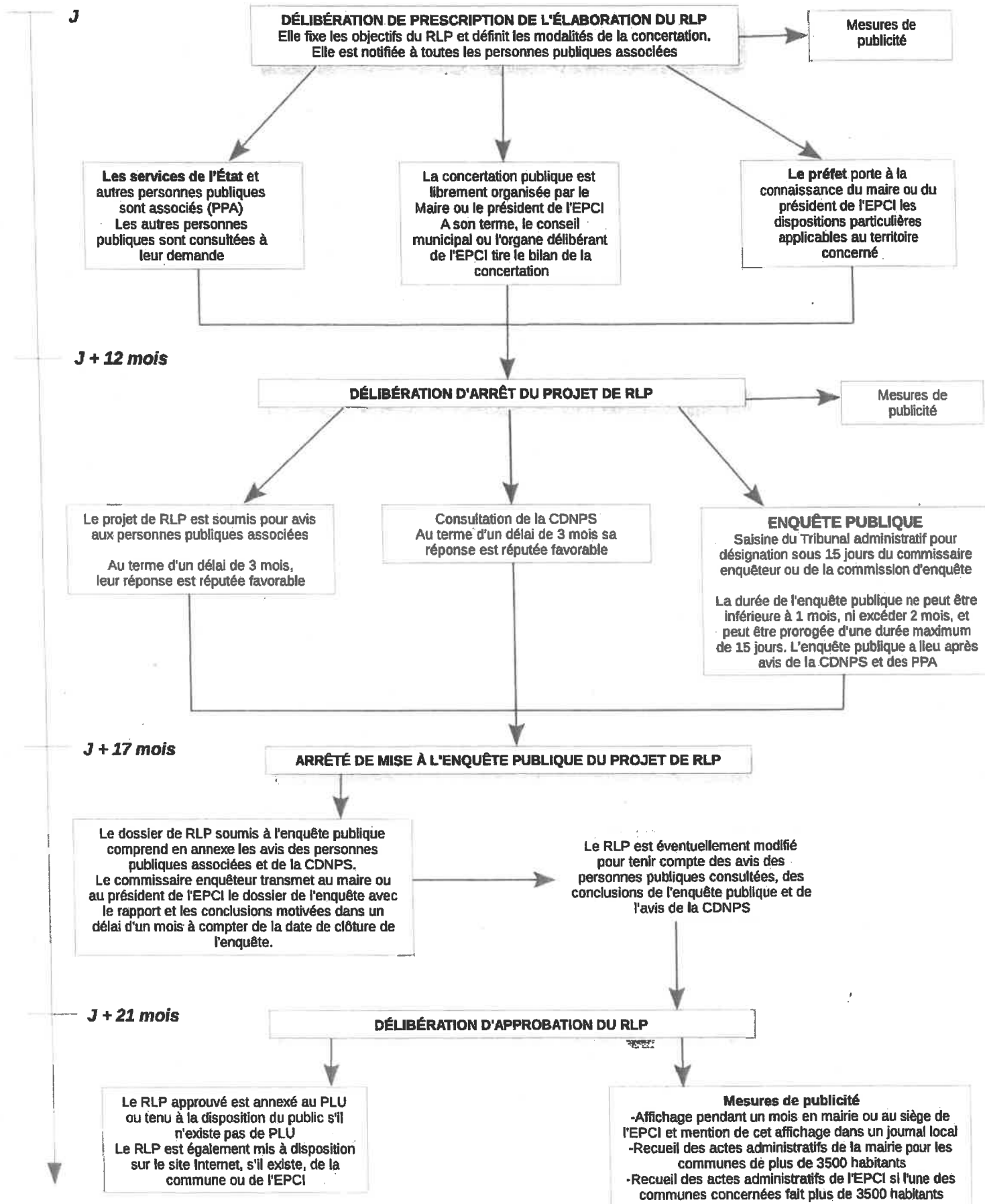
ANNEXE 2: ARRÊTÉ MINISTÉRIEL DU 23 MARS 2015

ANNEXE 3: NOTE D'ENJEUX

ANNEXE 4: PERIMETRES DE PROTECTION CODE DU PATRIMOINE

Procédure d'élaboration d'un RLP

Délais indicatifs



Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE, DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'ÉNERGIE

Arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires

NOR : DEVL1507007A

- La ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie,
- Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-19 et L. 581-20 ;
- Vu le code de la route, notamment ses articles R. 418-2, R. 418-4 et R. 418-6 ;
- Vu la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, notamment son article 42 ;
- Vu le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes pris pour l'application de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, notamment ses articles 13 et 17 applicables au 13 juillet 2015 ;
- Vu l'arrêté du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et des autoroutes,

Arrête :

Art. 1^{er}. – Les dispositions du présent arrêté sont applicables en l'absence de prescriptions des gestionnaires de voirie relatives à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, signalant les activités suivantes :

- 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 ;
- à titre temporaire, opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Art. 2. – En référence à l'article R. 418-2-II du code de la route, les préenseignes dérogatoires ne doivent pouvoir être confondues avec les dispositifs de signalisation routière existants établis par ce dernier.

Elles doivent notamment se distinguer des dispositifs de signalisation routière, par leurs couleurs, leurs formes, leurs dimensions, leur contenu et leur emplacement.

En référence à l'article R. 418-2-I du code de la route, toute indication de localité mentionnée sur une préenseigne dérogatoire ne peut être complétée par une flèche ou par une distance kilométrique.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent pas non plus comporter de signes du type idéogrammes ou logotypes utilisés dans le cadre de la signalisation routière.

Ainsi et conformément à l'article R.418-4 du code de la route, les préenseignes dérogatoires ne doivent pas être « de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière ».

En outre, les préenseignes dérogatoires visibles des routes nationales, départementales et communales n'ayant pas le caractère de routes express peuvent être installées à une distance inférieure à celle de 20 mètres, ceci en référence au premier alinéa de l'article R. 418-6 du code de la route, sous réserve d'être implantées en dehors du domaine public et d'être situées à cinq mètres au moins du bord de la chaussée.

Art. 3. – La hauteur des préenseignes dérogatoires panneau inclus ne peut excéder une hauteur de 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol.

Deux préenseignes dérogatoires au maximum peuvent être juxtaposées l'une sur l'autre et verticalement alignées sur un seul et même mât.

Seuls les mâts mono-pieds sont autorisés, leur largeur ne pouvant excéder 15 cm.

Art. 4. – Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être réalisées autrement que par des panneaux plats de forme rectangulaire.

Art. 5. – Les préenseignes dérogatoires doivent être tenues en bon état de fonctionnement et d'entretien par les personnes ou les entreprises qui les exploitent. Elles doivent par ailleurs être constituées de matériaux durables.

Art. 6. – Conformément à l'article 42 de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et à l'article 17 du décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes, le présent arrêté entrera en vigueur le 13 juillet 2015.

Art. 7. – Le directeur de l'habitat, de l'urbanisme et des paysages est chargé de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait le 23 mars 2015.

Pour la ministre et par délégation :

*Le directeur de l'habitat,
de l'urbanisme et des paysages,*

L. GIROMETTI



**PRÉFÈTE
DU GARD**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Direction départementale
des territoires et de la mer**

Nîmes, le

03 AOUT 2021

ANNEXE 3 - NOTE d'ENJEU

Révision du règlement local de publicité de Vauvert

La commune de Vauvert a prescrit par délibération du conseil municipal la révision du règlement local de publicité (RLP) en date du 30 mars 2021. A noter que la commune a également prescrit la révision de son PLU lors de la même séance du conseil municipal. Ces 2 procédures peuvent être menées conjointement.

Jusqu'à janvier 2021, la commune disposait d'un règlement de publicité 1ère génération, devenu caduc.

Le SCOT Sud Gard, approuvé en 2020, recommande de mettre en place diverses mesures afin de traiter qualitativement les entrées de ville, et notamment en apportant une attention particulière au traitement de l'espace public et de l'affichage publicitaire par la réalisation d'un RLP.

La commune s'inscrit donc dans cette orientation en s'engageant dans une nouvelle démarche de RLP.

La commune de Vauvert fait partie du grand site de la Camargue gardoise, site doté depuis 1995 d'une charte d'environnement indiquant la mise en place d'un plan paysage. Ce plan, toujours en cours d'élaboration, devait régir la signalisation et la publicité.

Une vaste opération de contrôles des publicités et pré enseignes a été menée sur le territoire de la Camargue gardoise entre 2015 et 2018 par les services de l'Etat. Cette opération a abouti à la mise en conformité de nombreux dispositifs. Le RLP permettra à la commune de poursuivre l'action de l'État dans les contrôles et de soumettre à autorisation la totalité des enseignes des commerces de l'agglomération vauverdoise et de ses hameaux.

Une forte pression publicitaire s'exerce sur ce territoire attractif et touristique. En saison estivale, se développent de nombreuses activités temporaires au bord des routes (vente de fruits et légumes ou de spécialités locales notamment). La qualité des paysages naturels de ce secteur ne doit pas être altérée par des dispositifs publicitaires nombreux et souvent composés de matériaux sommaires.

Les activités de fabrication et vente de produits artisanaux locaux bénéficient de possibilités de pré enseignes dérogatoires. Il conviendra de le rappeler. Sur ce point, le RLP devra rester dans le strict respect des prescriptions de l'arrêté ministériel de mars 2015 sur l'harmonisation des pré enseignes dérogatoires, il ne peut ni les réglementer ni les interdire.

Une orientation vers la signalisation d'information locale touristique du département devra être privilégiée hors agglomération en complément des dispositions du RLP.

D'autre-part, il apparaît opportun dans votre règlement de publicité de :

- limiter la prolifération de dispositifs publicitaires aux différentes entrées de ville, et leurs zones commerciales, en instaurant par exemple une règle d'interdistance et de non cumul entre publicités et enseignes au sol sur un même foncier,
- intégrer des prescriptions d'harmonisation (couleurs, formats, matériaux, lettrages) pour les enseignes des commerces du centre historique dans un objectif d'intégration d'aménagement urbain,
- freiner le développement des enseignes lumineuses, gourmandes en énergie et visuellement agressives. Il est souhaitable de les interdire dans certaines zones, et d'allonger les plages horaires d'extinction de manière générale,
- rappeler que la publicité est accessoire sur mobilier urbain en particulier que les informations locales doivent être les plus visibles (surface et sens de circulation),
- limiter l'affichage de petit format sur les devantures commerciales. J'appelle votre attention sur la tendance actuelle qu'ont certains commerçants d'apposer, en toute illégalité, des enseignes couvrant toute la façade commerciale, y compris sur les vitrines,
- limiter en surface et en nombre les enseignes sur clôture grillagée, non réglementées dans le règlement national, voire les interdire dans certains quartiers,
- limiter en nombre les enseignes au sol de surface inférieure à 1m² qui ne sont pas restreintes par la réglementation nationale (drapeaux et oriflammes, ainsi que les enseignes temporaires pour soldes ou opérations commerciales exceptionnelles, souvent renouvelées tout au long de l'année),
- regrouper plusieurs enseignes sur un dispositif au sol de type totem dans les zones commerciales.

Un des enjeux de ce RLP, pour la commune de Vauvert, est de faire respecter les règles d'implantation et de formats des publicités applicables dans les communes de moins de 10 000 habitants.

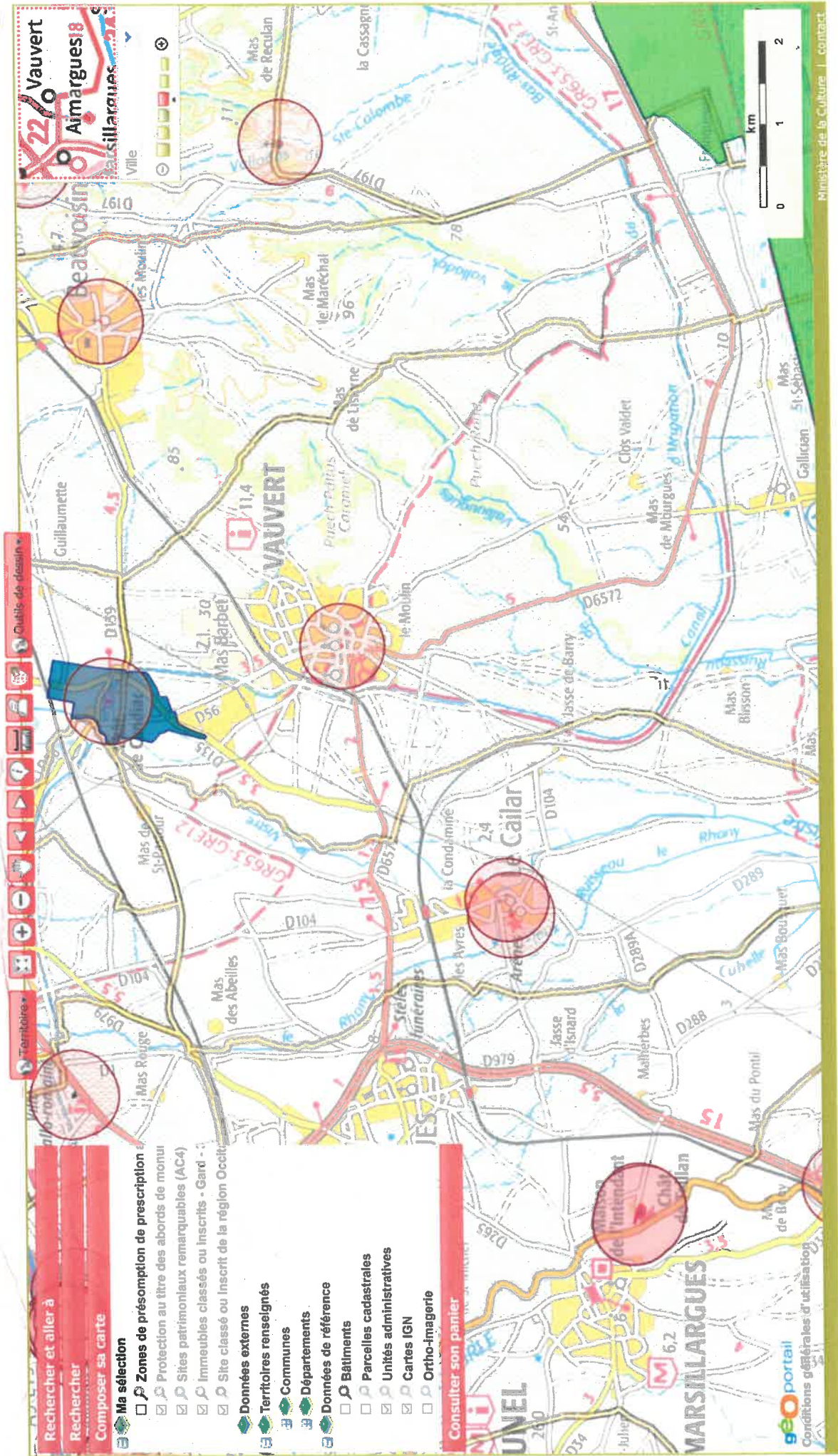
En effet, la commune affiche une population supérieure à 10 000 habitants dans le recensement de la population de l'Insee.

Or, le territoire de cette commune est composé de l'agglomération de Vauvert et de plusieurs hameaux. D'après les services de la mairie, aucun des secteurs agglomérés, au sens du code de la route, ne dépasse 10 000 habitants.

Le RLP devra donc afficher clairement les limites de chacune des agglomérations, leur population, et interdire les publicités scellées ou installées au sol et les publicités murales de surface supérieures à 4 m² encadrement compris.

Le Chef de Service
Environnement et Forêt
Cyrille ANGRAND

Atlas des patrimoines



Rechercher et aller à
 Rechercher
 Composer sa carte

Ma sélection

- Zones de présomption de prescription
- Protection au titre des abords de monum
- Sites patrimoniaux remarquables (AC4)
- Immeubles classés ou inscrits - Gard -
- Site classé ou inscrit de la région Occit

Données externes

- Territoires renseignés
- Communes
- Départements
- Données de référence**
- Bâtiments
- Parcelles cadastrales
- Unités administratives
- Cartes IGN
- Ortho-imagerie

Consulter son panier

Atlas des patrimoines

Rechercher et aller à

Rechercher

Composer sa carte

Ma sélection

- Zones de présomption de prescription
- Protection au titre des abords de monument
- Sites patrimoniaux remarquables (AC4)
- Immeubles classés ou inscrits - Gard -
- Site classé ou inscrit de la région Occitanie

Données externes

Territoires renseignés

Communes

Départements

Données de référence

- Bâtiments
- Parcelles cadastrales
- Unités administratives
- Cartes IGN
- Ortho-imagerie

Consulter son panier

Territoire
 Mas de Chaberton
 Outil de dessin

