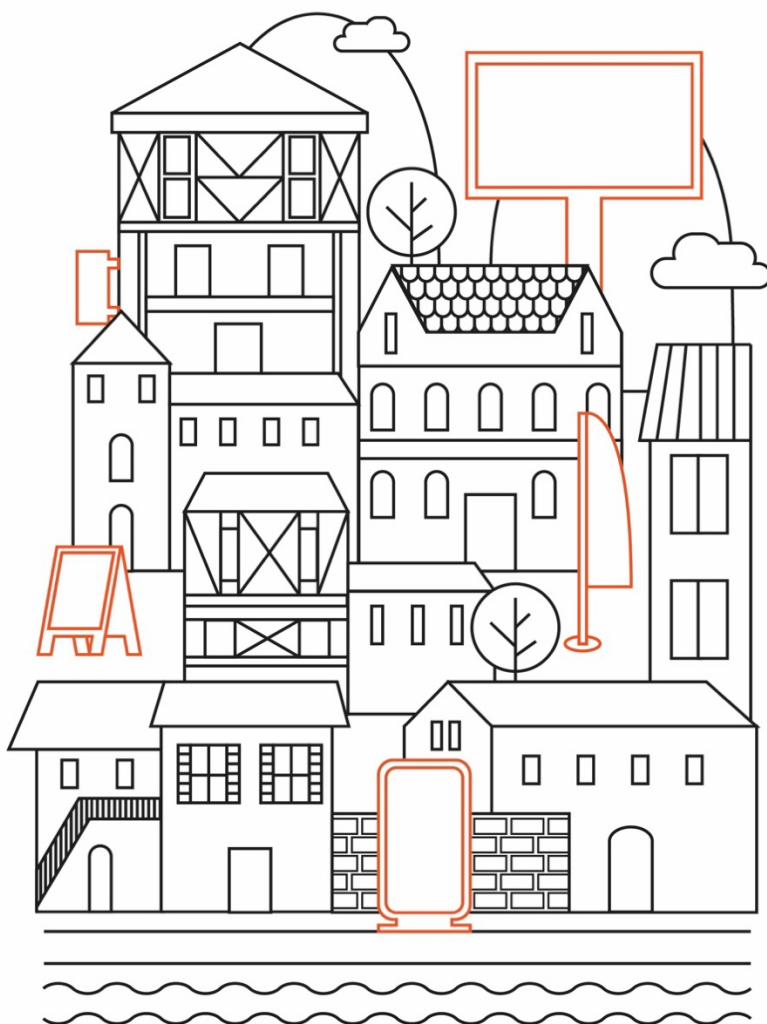




Ville de **Remoullins**

Règlement Local de Publicité (RLP)

Tome 1 - Rapport de présentation



accompagné par le bureau d'études



Prescrit en conseil municipal le 5 juin 2018
Arrêté en conseil municipal le XX mai 2025

Version arrêtée

Sommaire

Table des abréviations	4
Introduction	5
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	8
1. Définitions	9
1.1. Le règlement local de publicité.....	9
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement	10
1.3. La notion d'agglomération.....	12
1.4. La notion d'unité urbaine	13
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	14
2.1. Les interdictions absolues.....	14
2.2. Les interdictions relatives	18
3. Les règles applicables au territoire	20
3.1. La réglementation nationale s'appliquant à la commune de Remoulins	20
3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	22
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	23
4.1. L'autorisation préalable	23
4.2. La déclaration préalable	23
5. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	24
6. Les délais de mise en conformité.....	25
II. Les enjeux liés au parc d'affichage	26
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes	26
1.1. Généralités.....	26
1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	30
1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture	32
1.4. La densité.....	36
1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain	39
1.6. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.	41
1.7. Publicités / préenseignes lumineuses.....	43
2. Les enjeux en matière d'enseignes	48
2.1. Généralités.....	48
2.2. Enseignes parallèles au mur	51

2.3.	Enseignes sur auvent, marquise ou balcon	55
2.4.	Enseignes perpendiculaires au mur	56
2.5.	La surface cumulée des enseignes.....	58
2.6.	Enseigne sur clôture	60
2.7.	Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	62
2.8.	Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....	67
2.9.	Enseignes lumineuses.....	70
2.10.	Enseignes et préenseignes temporaires.....	72
III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure		75
1.	Les objectifs	75
2.	Les orientations.....	76
IV. Justification des choix retenus		78
1.	Le zonage	78
2.	Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	79
3.	Les choix retenus en matière d'enseignes	81

Table des abréviations

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

Introduction

La commune de Remoulins située dans le département du Gard compte 2303 habitants¹. Remoulins est située à un peu plus de 20 kilomètres à l'ouest d'Avignon et 25 kilomètres au nord de Nîmes. L'autoroute A9 reliant Nîmes et Montpellier à l'autoroute A7 (axe Lyon - Marseille) offre une bonne accessibilité aux principaux pôles d'activités. La commune est traversée par le Gard du nord au sud à l'ouest du territoire. Le Pont du Gard, célèbre ouvrage issu de la Rome antique, est situé à proximité immédiate de Remoulins, offrant ainsi à la commune une attractivité touristique.

La commune de Remoulins dispose d'un Plan local d'urbanisme (PLU) approuvé le 12 février 2021.

La commune disposait d'un règlement local de publicité (RLP) datant de 1986, mais celui-ci est devenu caduque en janvier 2021.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et des 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, de 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

¹ Données démographiques de 2021 issues de l'INSEE

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 aux préenseignes.

dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

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

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

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

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

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du Code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour l'élaboration ou la révision du RLP⁵.

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

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

Le RLP est élaboré sur la même base normative que les PLU et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité concernée (intercommunalité ou commune) en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **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 2021⁶, il est désormais possible, dans le cadre de la mise en place d'un RLP ou RLPi, d'encadrer les dispositifs lumineux apposés à l'intérieur d'un local fermé et visibles depuis une voie publique.

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

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

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

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes concernées par le RLP⁷. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP. C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU⁸. Dans le cadre de la présence d'un périmètre de site patrimonial remarquable (SPR), l'avis de l'ABF est nécessaire dans ce périmètre.

Enfin, le Code de l'environnement renvoie également aux dispositions du Code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard des 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

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

⁷ Article L.581-14-2 du Code de l'environnement.

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 publicité (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.

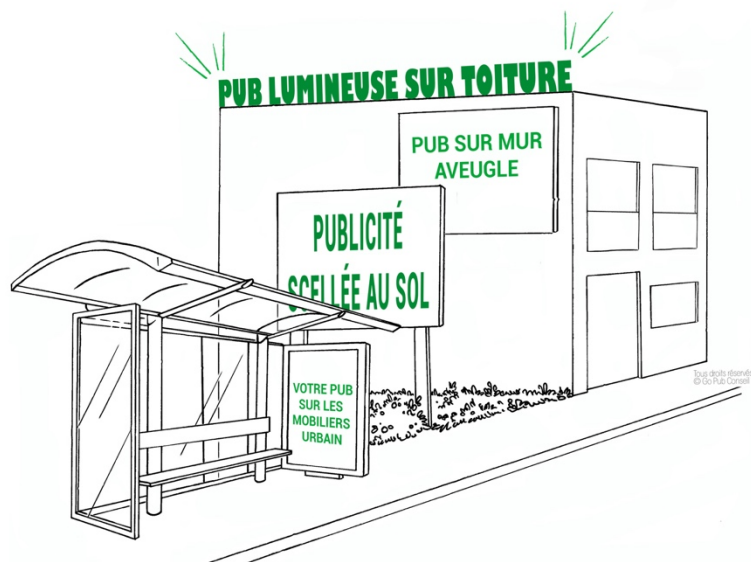
Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 10,5 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règle nationale), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m² maximum,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

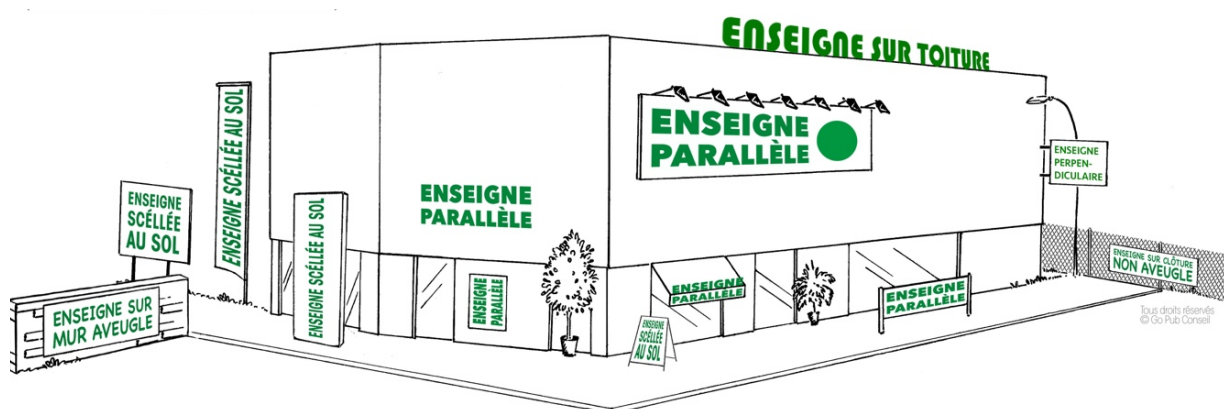
Constitue **une publicité**¹⁰, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.



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, fluviale 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

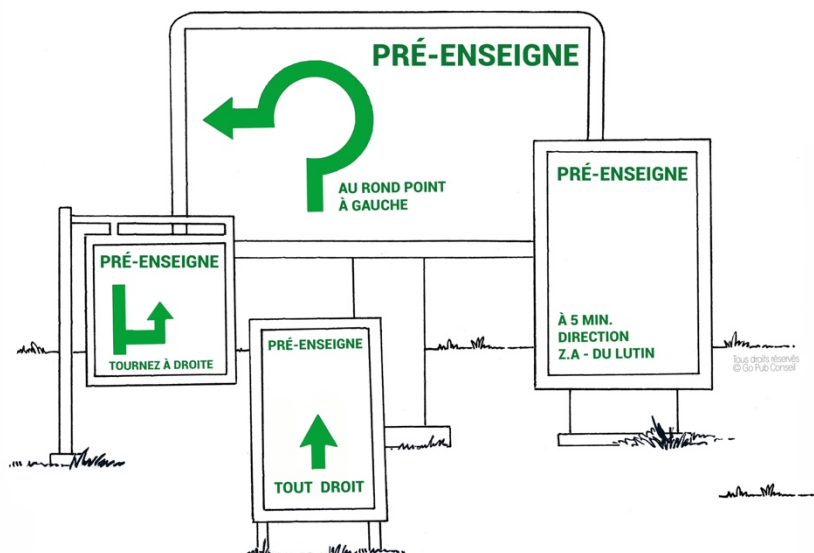
Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

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.

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

Aux termes de l'article L.581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière¹⁶, 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 places¹⁷. Elles peuvent aussi être autorisées par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

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

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- Les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, etc.),
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite,
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du Code de la route.

¹⁵ Article L581-7 du Code de l'environnement

¹⁶ Article R 110-2 du Code de la route

¹⁷ Article L581-3-3° du Code de l'environnement

1.4. La notion d'unité urbaine

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

On appelle ainsi unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

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

La commune de Remoulins n'appartient pas à une unité urbaine.

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 :

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

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

En l'espèce, le territoire de la commune de Remoulins est concerné par l'interdiction absolue de publicité sur les 8 immeubles inscrits ou classés au titre des monuments historiques, à savoir :

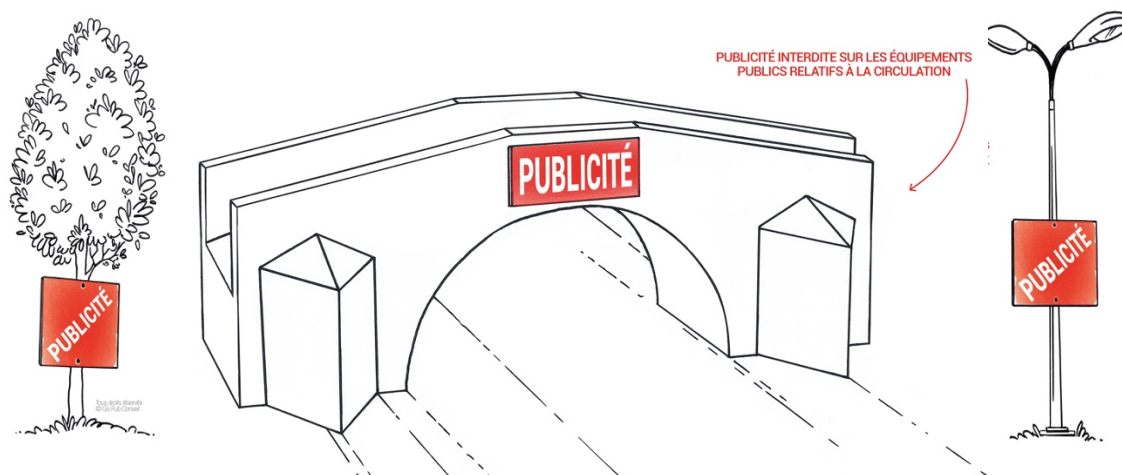
- Abri préhistorique de la Salpêtrière ;
- Ancienne église Notre-Dame de Béthléem et tour dite des gardes ;
- Aqueduc gallo-romain ;
- Château de Rabasse ;
- Pont du Gard ;
- Pont suspendu (ancien) ;
- Porte de ville fortifiée ;
- Vestiges de l'aqueduc de Nîmes.

La commune dispose également d'un site classé sur son territoire : le site classé « Ensemble des gorges du Gardon, le Pont du Gard et les garrigues Nîmoises ». Ce secteur est donc concerné par l'interdiction absolue de publicité.

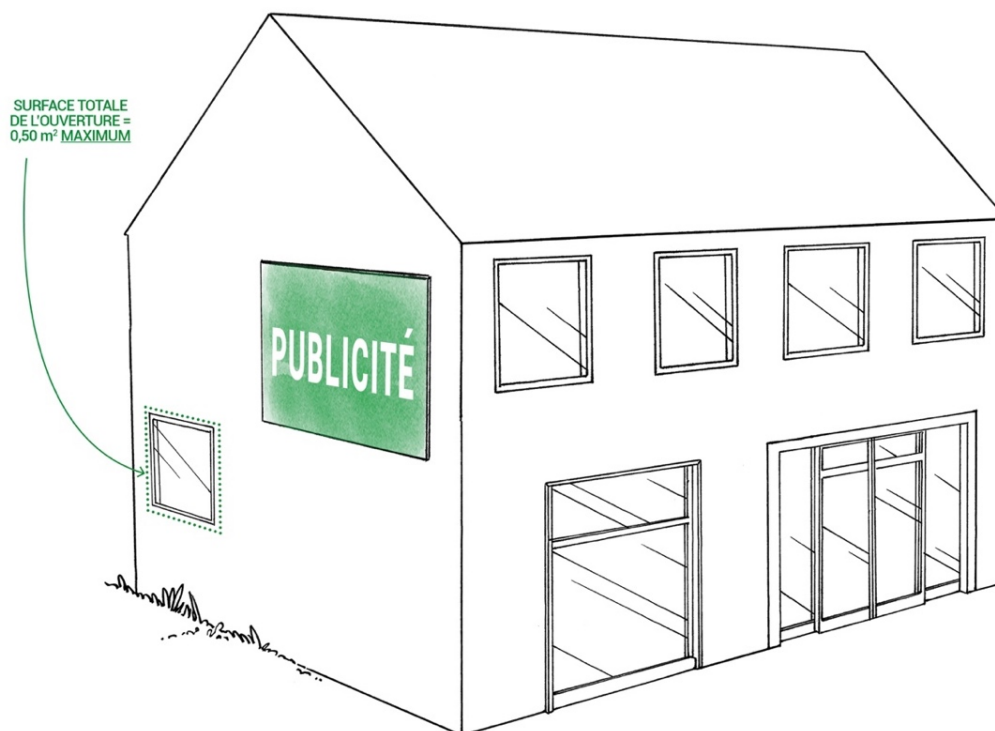
La partie réglementaire du Code de l'environnement prévoit d'autres interdictions¹⁸.

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 ;



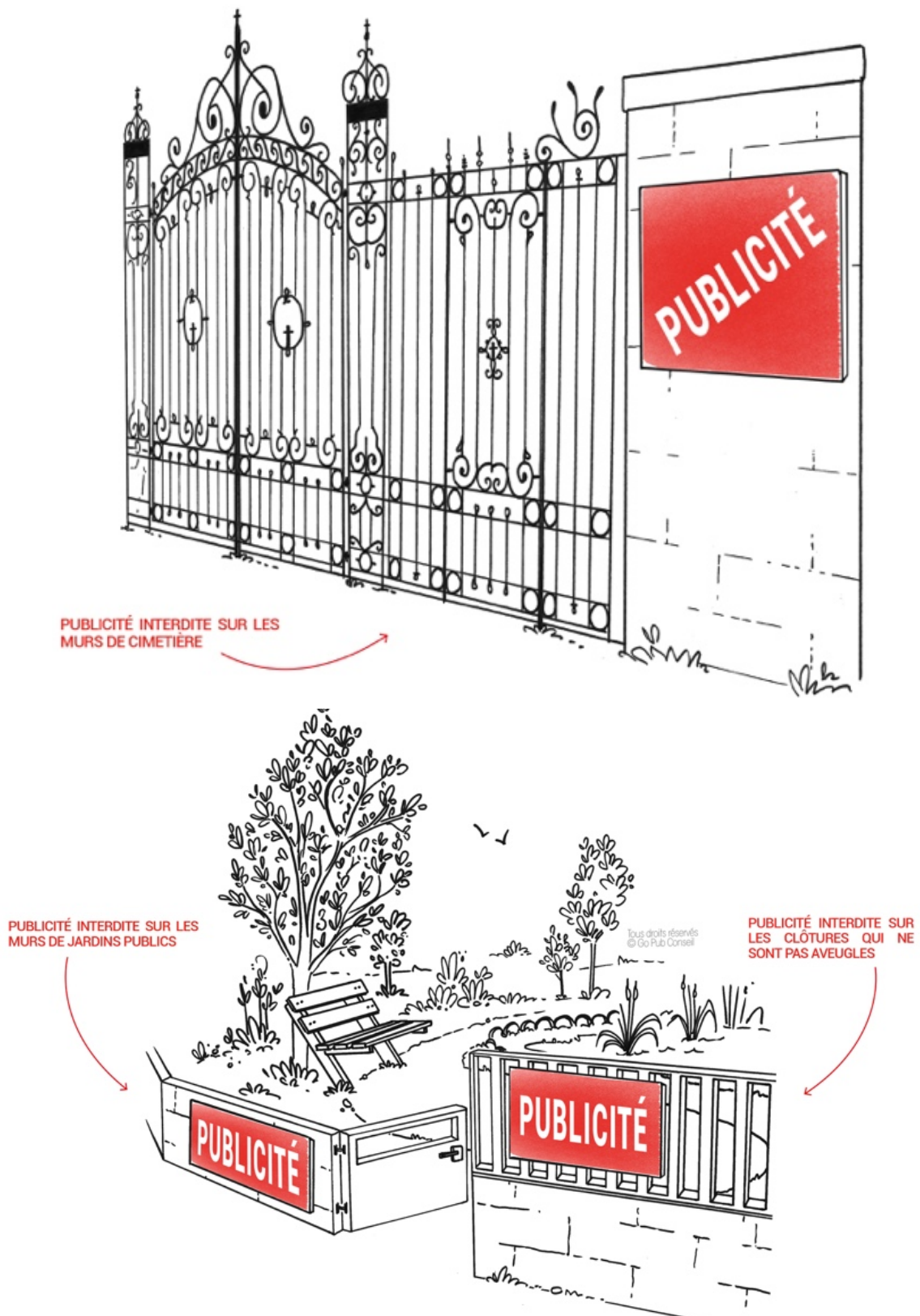
2° Sur les murs des bâtiments, sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;

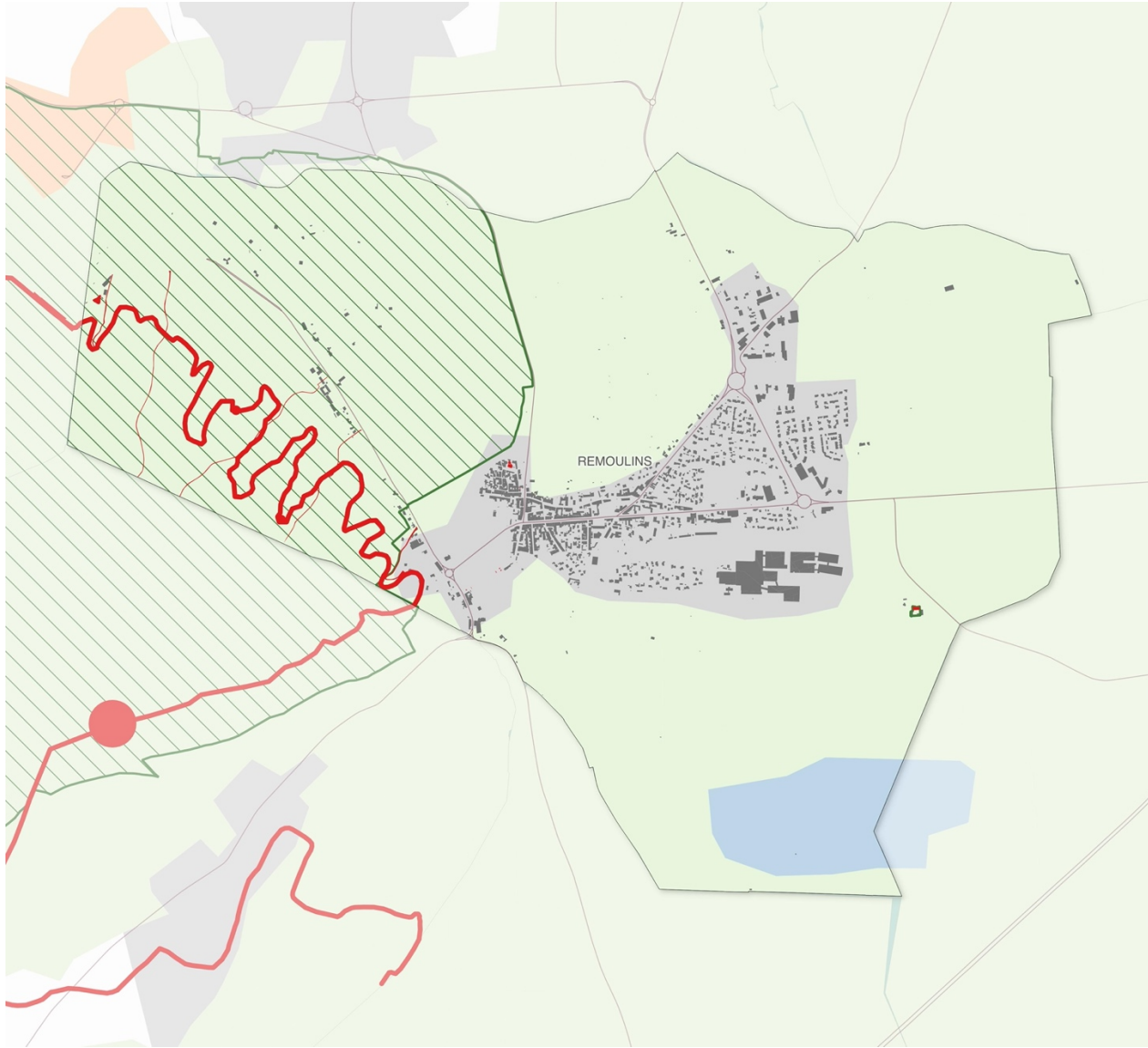


3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

¹⁸ Article R.581-22 du Code de l'environnement.

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





RLP de Remoulins

Zone d'interdiction absolue de publicité

Légende

- Immeuble classé ou inscrit
- Monument naturel et site classé
- Voirie
- Bâti
- Commune
- Occupation du sol
 - Secteurs bâtis hors zones d'activités
 - Espaces à vocation économique
 - Espaces à vocation naturelle et agricole
 - Espaces aquatiques

0 0,3 0,6 km



Source :

Dispositifs : bureau d'études GoPub Conseil
Zone d'interdiction : DREAL_UDAP_PNR_N2000 - INPN
Bâti et commune : Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés © 2023
Tronçons routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023
Occupation du sol : ©IGN BD CARTO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
01/08/2024

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 RLP¹⁹.

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.*

La commune de Remoulins est concernée par les interdictions relatives à la publicité liées aux périmètres aux abords des monuments historiques évoqués précédemment. Des périmètres de monuments historiques situés sur des communes voisines empiètent également sur la commune. S'agissant de périmètres de 500 mètres, l'interdiction de publicité s'applique uniquement si le dispositif est en covisibilité avec le monument historique ou visible depuis ce dernier conformément à l'article L.621-30 du Code du patrimoine.

2 sites inscrits sont présents sur le territoire communal :

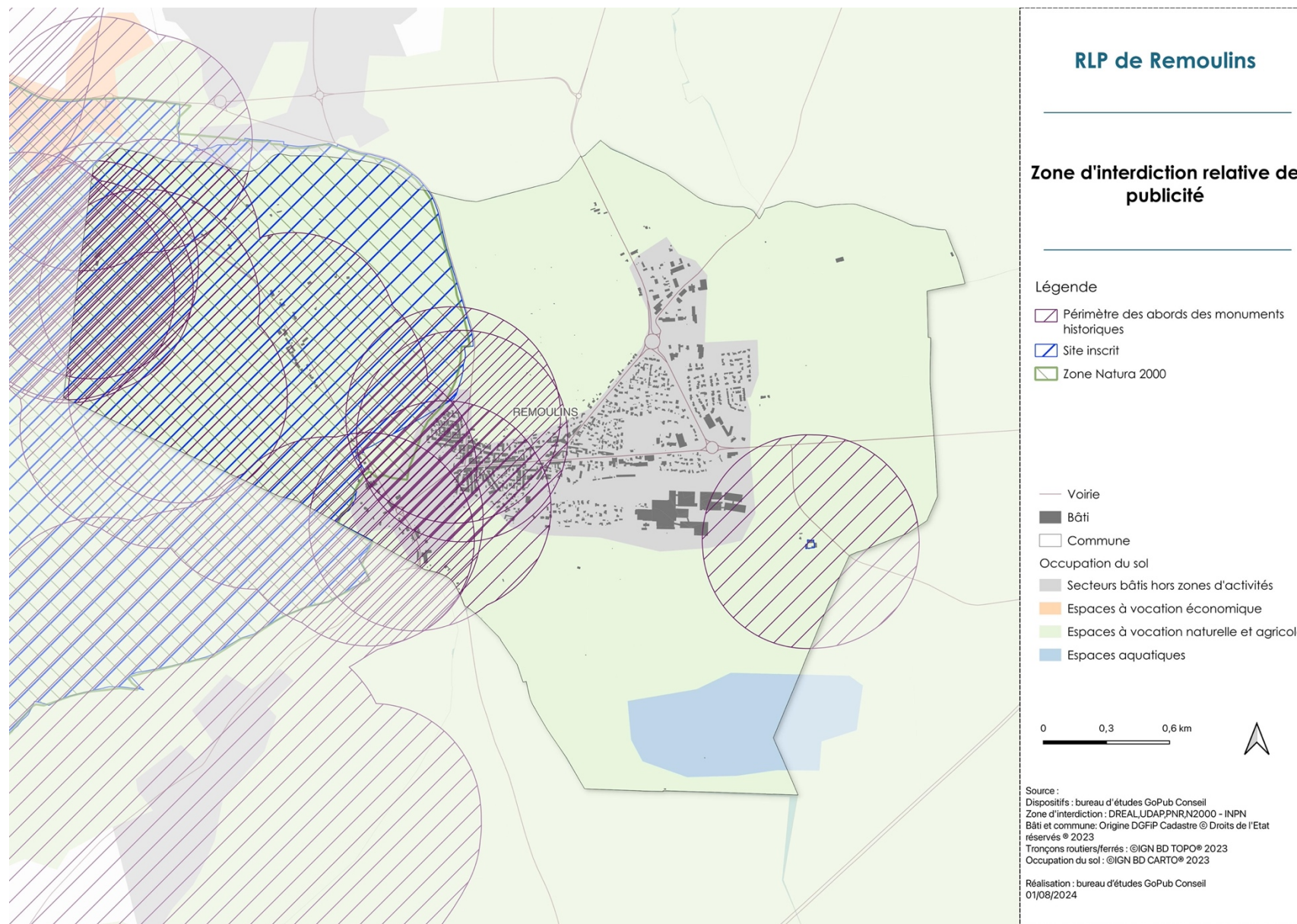
- Ensemble des gorges du Gardon, le Pont du Gard et les garrigues Nimoises ;
- Château de Rabasse.

L'interdiction relative de publicité s'applique également à la zone de protection spéciale des Gorges du Gardon (zone Natura 2000).

A noter que l'interdiction relative de publicité s'applique uniquement en agglomération, car la publicité est déjà soumise à une interdiction absolue de publicité hors agglomération. Certains des périmètres de protection énumérés juste avant se situent majoritairement hors agglomération.

La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de Remoulins.

¹⁹ Article L.581-8 du Code de l'environnement.



3. Les règles applicables au territoire

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

3.1. La réglementation nationale s'appliquant à la commune de Remoulins

Les règles applicables aux publicités et pré enseignes :

	Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Publicité sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface $\leq 4,7 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse	Interdite
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	Même réglementation que la publicité non lumineuse Extinction entre 1h et 6h
Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (dont numérique)	Interdite
Publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Hauteur de lettrage $\leq 1/6^{\text{ème}}$ de la hauteur de la façade $\leq 2 \text{ m}$ si hauteur du bâtiment $\leq 20 \text{ m}$ sinon hauteur de lettrage $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la hauteur de la façade $\leq 6 \text{ m}$ Réalisation en lettres ou signes découpés
Dispositif publicitaire de dimensions exceptionnelles	Interdite
Publicité apposée sur bâche de chantier	Interdite
Bâches publicitaires	Interdite

Les règles applicables aux enseignes :

	Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Disposition générales	Obligation d'utilisation de matériaux durables Obligation de maintien des dispositifs dans un bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement Suppression et remise en état des lieux dans les 3 mois de la cessation de l'activité sauf si intérêt historique, artistique ou pittoresque.
Enseigne parallèle au mur	Ne doit pas dépasser les limites du mur support ni de l'éégout du toit Saillie limitée à 25cm Installation possible mais limitée sur auvent ou marquise, devant un balconnet ou une baie ou sur le garde-corps d'un balcon.

Enseigne perpendiculaire au mur	Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant 2 alignements de la voie publique, limitée à 2 m
Cumul d'enseignes en façade (parallèles + perpendiculaires)	Si façade $> 50 \text{ m}^2$, surface cumulée maximale $\leq 15\%$ de la façade Si façade $< 50 \text{ m}^2$, surface cumulée maximale $\leq 25\%$ de la façade sont exclues les activités culturelles et établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol $\leq 1\text{m}^2$	PAS DE REGLES SPECIFIQUES
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol $> 1\text{m}^2$	1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité signalée Surface unitaire $\leq 6 \text{ m}^2$ Hauteur : 6,5m si largeur $> 1\text{m}$ / 8m si largeur $< 1\text{m}$ Règle de recul et de prospect
Enseigne sur clôture	PAS DE REGLES SPECIFIQUES
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Réalisation en lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base (limité à 0,50m de haut) Si façade $> 15 \text{ m}$, hauteur limitée à $1/5$ de la façade dans la limite de 6m Si façade $< 15 \text{ m}$, hauteur limitée à 3m Surface cumulée pour un même établissement : 60m^2
Enseigne temporaire	Installation : 3 semaines avant la manifestation Retrait : 1 semaine après la manifestation
Enseigne lumineuse	Extinction de 1h à 6h sauf activités nocturnes ouvertes Dérogation permettant l'allumage 1h après la fermeture et 1h avant l'ouverture pour les activités commençant entre minuit et 7h Clignotement interdit sauf services d'urgence

3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

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

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	Préenseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de + de 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

4.1. L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA 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 permet d'effectuer une déclaration préalable.

5. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Avant le 1 ^{er} janvier 2024		Après le 1 ^{er} janvier 2024	
	Absence d'un RLP	Présence d'un RLP	- EPCI compétent en matière de RLP(i)	Autres communes
Compétence d'instruction	Préfet	Maire	Président de l'EPCI (les communes peuvent s'opposer au transfert de compétence)	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire	Président de l'EPCI (les communes peuvent s'opposer au transfert de compétence)	Maire

La loi Climat et résilience adoptée le 22 août 2021²⁰ est venue modifier les répartitions des compétences de police en matière de publicité extérieure en transférant ces compétences du préfet aux Maires des communes, que celles-ci possèdent ou non un RLP ou RLPi sur leur territoire. Ce transfert de compétences est effectif depuis le 1^{er} janvier 2024. A noter que lorsque l'EPCI est compétent en matière de PLUi et donc de RLPi, cette compétence est transférée directement au Président de l'EPCI. Les communes peuvent refuser le transfert de cette compétence au Président de l'EPCI.

²⁰Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

6. Les délais de mise en conformité

Le Code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'environnement ou au RLP) 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-dessous²¹ :

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

²¹ Articles L.581-43 et R.581-88 du Code de l'environnement.

II. Les enjeux liés au parc d’affichage

C’est sur la base des données issues de la Taxe Locale de la Publicité Extérieure (TLPE) mise en place par la commune que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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

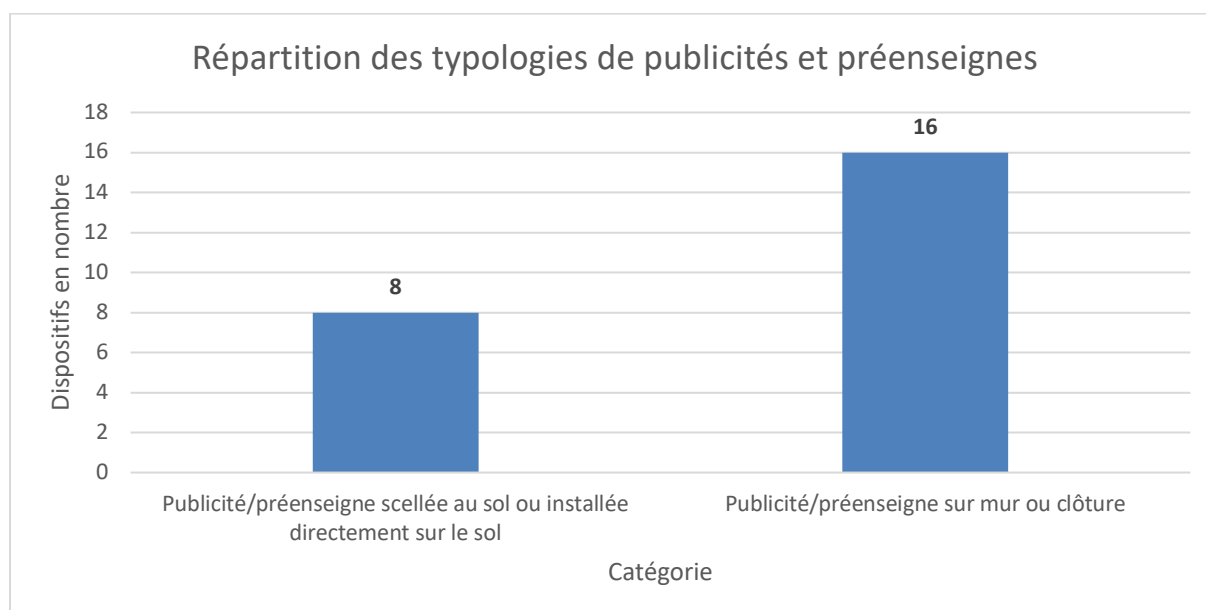
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

1.1. Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d’affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et aux préenseignes sont identiques, à l’exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C’est pourquoi ces dispositifs font l’objet d’une analyse commune.

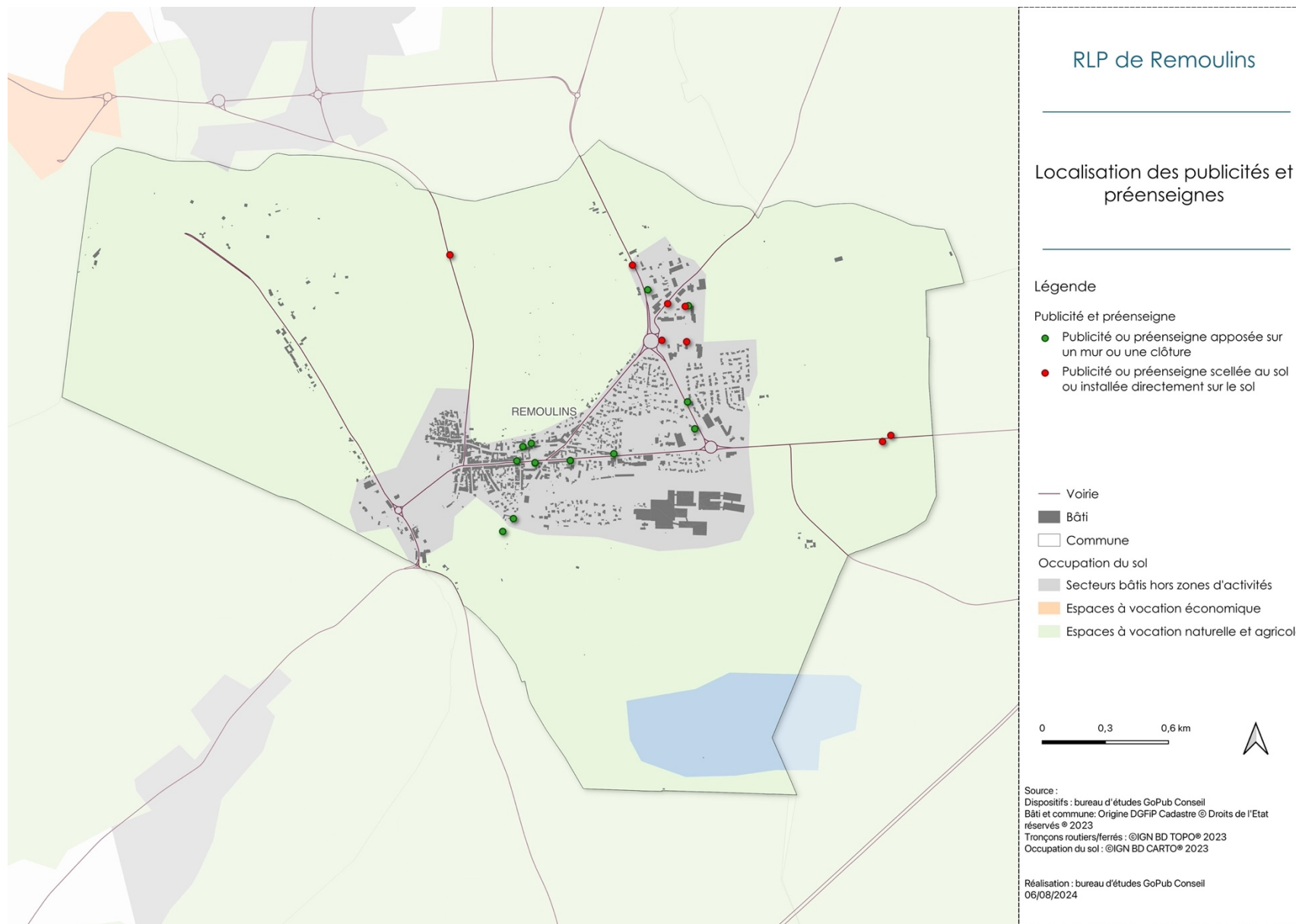
Pour chaque publicité ou préenseigne, le Code de l’environnement précise que « Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l’adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l’a apposée ou fait apposer ».
« Les publicités ainsi que les dispositifs 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 »²².

24 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la commune de Remoulins.



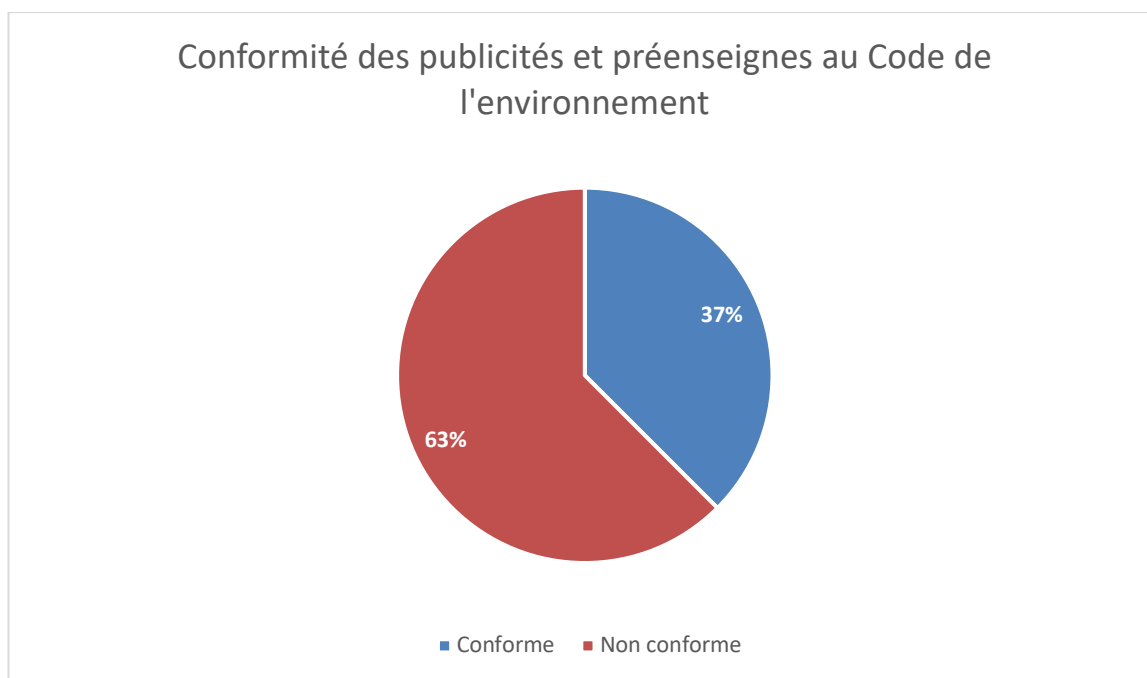
²² Article R581-24 du Code de l'environnement

Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de la commune de Remoulins en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires apposés sur mur ou clôture représentent la grande majorité des dispositifs recensés (66% des dispositifs de la commune). Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont faiblement présentes puisqu'elles représentent seulement 34% des dispositifs, soit 8 dispositifs. Cette répartition s'explique notamment par le Code de l'environnement qui autorise les publicités sur mur ou clôture sur la commune, contrairement aux publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol.



La carte ci-dessus permet d'identifier les principales localisations des publicités et préenseignes. L'avenue Geoffroy Perret et la zone d'activités située au nord de la commune ressortent comme les deux principaux secteurs où se trouvent principalement les publicités et les préenseignes sur la commune de Remoulins, sans toutefois qu'il y soit relevé une forte concentration publicitaire. Sur le reste du territoire, la publicité est faiblement présente, voire absente dans certains secteurs.

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 63% des dispositifs publicitaires présents sur la commune sont non-conformes au Code de l'environnement, principalement en raison de l'implantation sur des supports interdits (clôture non aveugle, panneaux routiers, poteaux de transport et de distribution d'électricité).

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

La publicité scellée au sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. C'est donc le cas de la commune de Remoulins.

Seulement 8 publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont été recensées sur la commune de Remoulins ce qui induit une faible présence de ces dispositifs à l'échelle globale du territoire communal. On trouve ces dispositifs dans ou à proximité de la zone d'activités et hors agglomération.

Il s'agit essentiellement de dispositifs de petit format puisqu'aucun dispositif publicitaire scellé au sol n'excède 1,5 m². L'impact paysager de ces dispositifs est donc limité.

2 préenseignes dérogatoires hors agglomération pour des produits du terroir ont été relevées sur la commune. Ces dispositifs sont donc autorisés hors agglomération s'ils respectent les prescriptions propres à ces dispositifs²³. C'est les seuls dispositifs publicitaires scellés au sol autorisés sur la commune par le Code de l'environnement.



Publicités et préenseignes scellées ou installées directement sur le sol de petit format en agglomération (photo de droite : sur poteau de transport et de distribution d'électricité) , Remoulins, janvier 2024

²³ 3.2 Les règles en matière de préenseigne dérogatoire



Préenseignes dérogatoires hors agglomération, Remoulins

1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

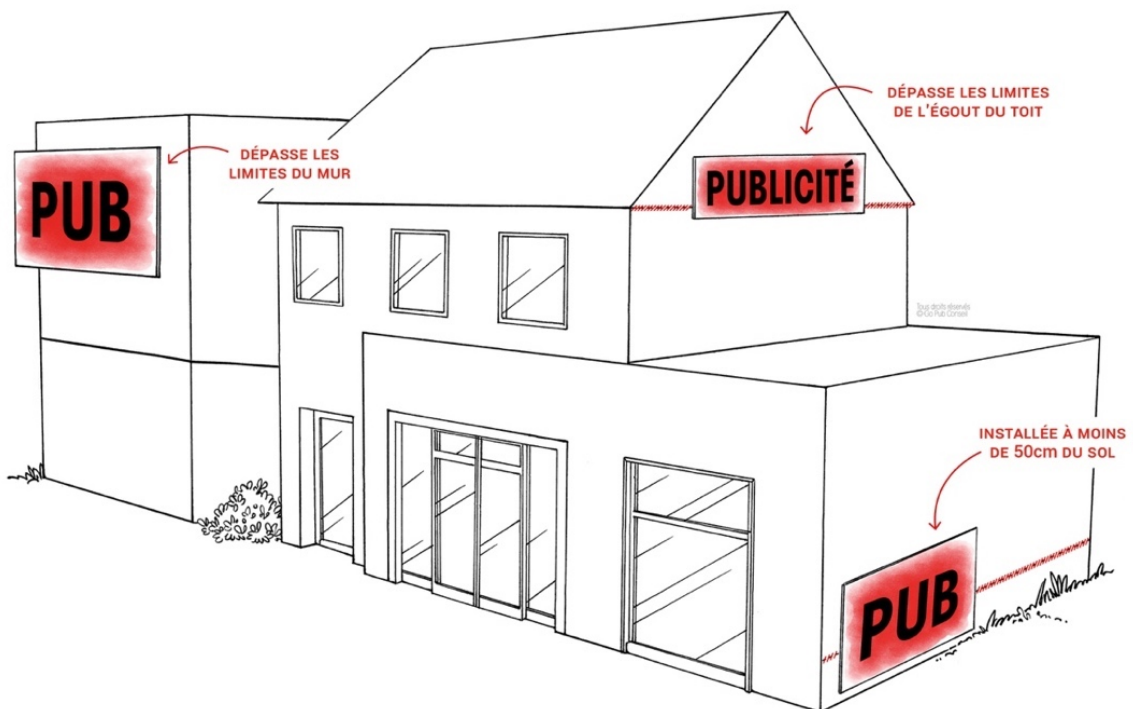
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture.

Le format autorisé diffère selon le cadre démographique des communes :

- *dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (ce qui est le cas de Remoulins) :*
 - o *Surface unitaire maximale $\leq 4,7 \text{ m}^2$*
 - o *Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$*

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 existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).*



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.

Les publicités et préenseignes sur mur ou clôture sont la principale forme de publicité présente sur le territoire communal, avec toutefois une présence limitée (16 dispositifs). Ces dispositifs se trouvent le long des principaux axes structurants, dans des secteurs à dominante résidentielle ainsi qu'en zone d'activités avec toutefois une concentration plus importante au niveau de l'avenue Geoffroy Perret.

En comparaison aux dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, les publicités et préenseignes apposées sur mur ou clôture ont des formats plus importants. En effet, les dispositifs les plus grands ont une surface de 4 m². Toutefois, la moitié de ces dispositifs sont de petit format avec une surface inférieure à 2 m². Il n'a pas été relevé de dispositif dépassant la surface maximale autorisée par le Code de l'environnement (4.7 m²).

Les dispositifs qui nous intéressent ici sont apposés sur des supports variés : mur, clôture aveugle, clôture non aveugle.



Publicités et préenseignes sur mur de 4 m², Remoulin



Publicité sur clôture de petit format, Remoulins

Certains dispositifs sont concernés par des infractions en termes d'implantation et notamment des publicités et préenseignes apposées sur des clôtures ou des murs non aveugles ou encore des publicités apposées à moins de 0,50 m du sol



Publicités et préenseignes sur clôture aveugle apposées à moins de 50 cm du sol, Remoulins



Préenseigne sur clôture non aveugle, Remoulins

Malgré une présence globale assez faible de ces dispositifs à l'échelle de la commune, une concentration de dispositifs dans un secteur précis peut occasionner un impact paysager non négligeable dans ce dernier.

1.4. La densité

Outre les règles d'implantations spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le Code de l'environnement pose la règle de densité suivante²⁴ 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 linéaires.

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 linéaires (les dispositifs publicitaires scellés au sol étant interdits sur la commune, cette exception ne s'applique donc pas).*

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaires, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

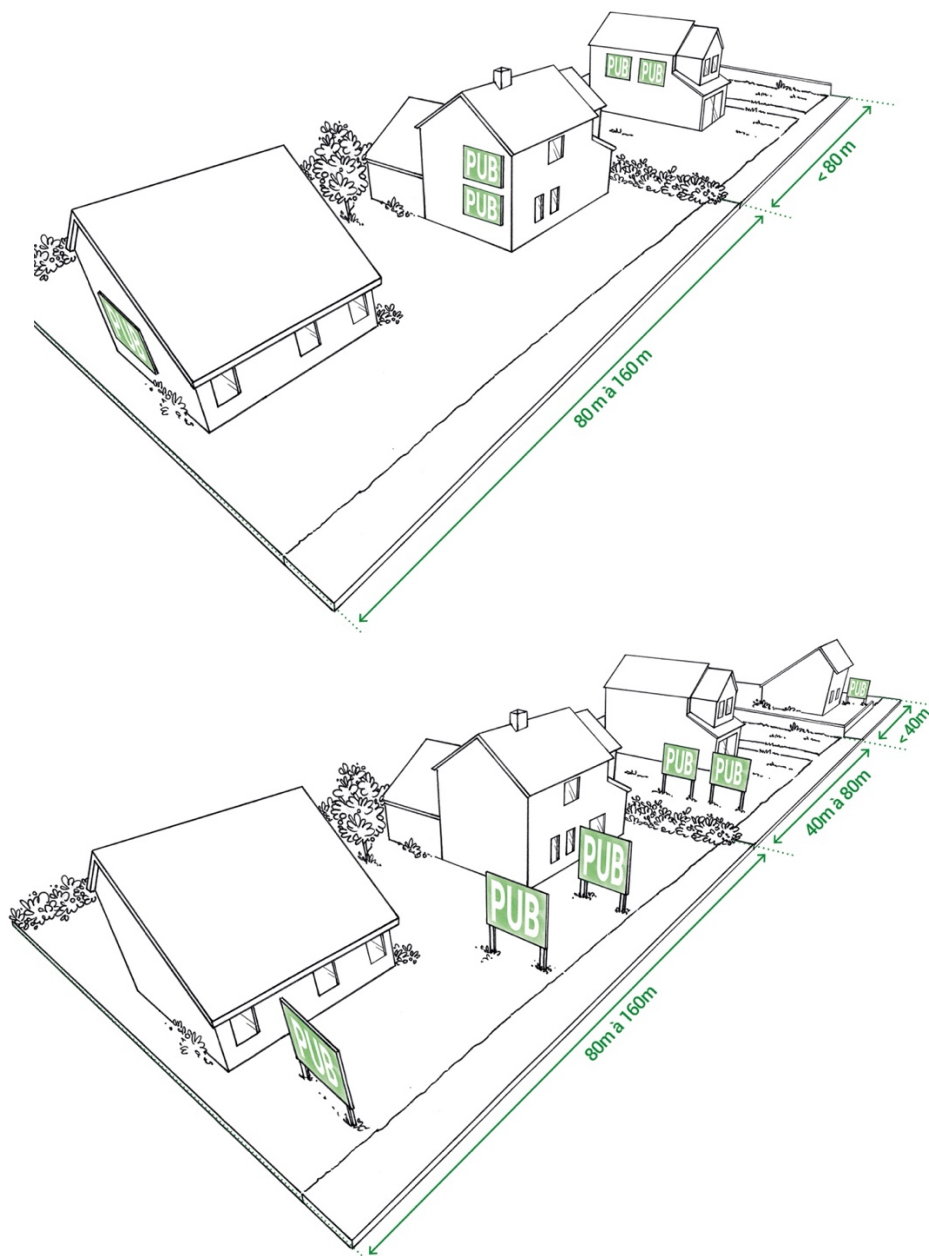
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

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 linéaires, 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.

²⁴ Article R581-25 du Code de l'environnement



Généralement, il n'a été relevé qu'un seul dispositif publicitaire par unité foncière. Toutefois, quelques cas de murs ou de clôtures accueillant deux dispositifs publicitaires sont observés sur la commune. C'est notamment le cas le long de l'avenue Geoffroy Perret où quelques murs possèdent deux publicités d'un format de 4 m² doublant ainsi l'impact paysager dans une vue paysagère. Ces publicités doublons sur un même mur sont autorisées par le Code de l'environnement lorsqu'elles sont alignées horizontalement ou verticalement.



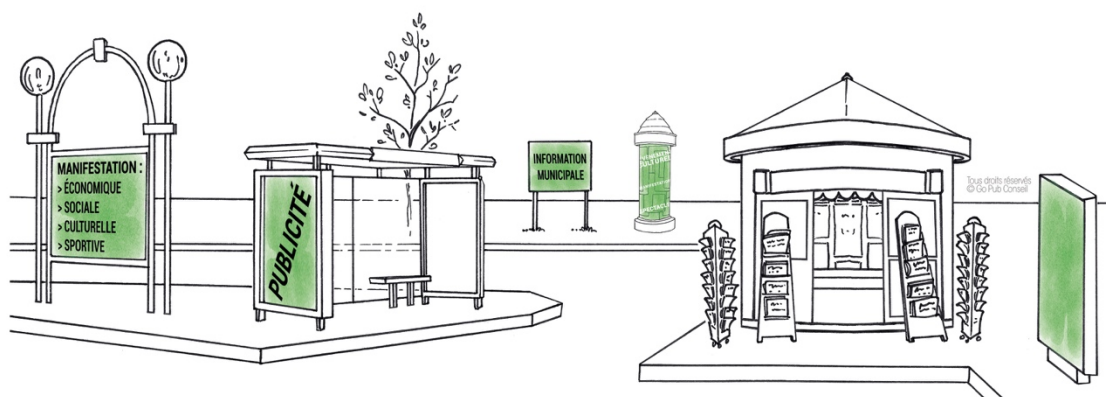
Publicités et préenseignes sur un même mur ; Remoullins



Publicités et préenseignes sur un même mur ; Remoullins

1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

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



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	<p>Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$;</p> <p>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 ;</p> <p>Dispositifs publicitaires sur toit interdits.</p>
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public	<p>Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$;</p> <p>Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$;</p> <p>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 ;</p> <p>ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ;</p> <p>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 dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ; - 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 10.5 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.

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

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

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

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 113-1 du Code de l'urbanisme ;*
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;*
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.*

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain affecté aux services de transport (abris destinés au public) et durant les heures de fonctionnement desdits services n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par ce mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Aucune publicité apposée sur mobilier urbain n'a été relevée sur la commune.

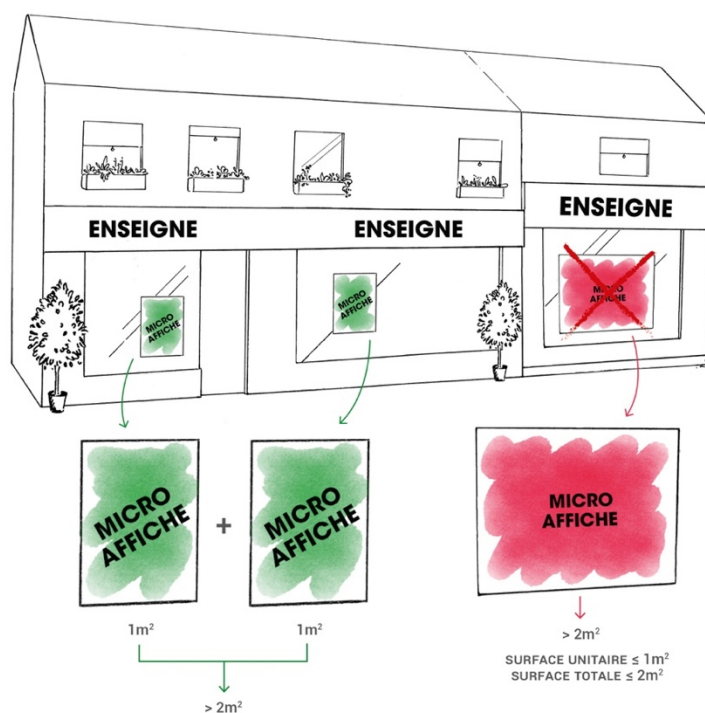
1.6. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.

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

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le Code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* ».

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueillent 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 petit format intégrés à des devantures commerciales, notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

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



Micro-affichage publicitaire, non pris sur la commune de Remoullins

1.7. 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 extérieur 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 national.

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 kWh²⁵.



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

²⁵ 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, des publicités lumineuses sur du mobilier urbain affecté aux services de transport (abris destinés au public) et durant les heures de fonctionnement desdits services et des publicités numériques supportées par ce mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel²⁶. 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 $\leq 6 \text{ m}$.*

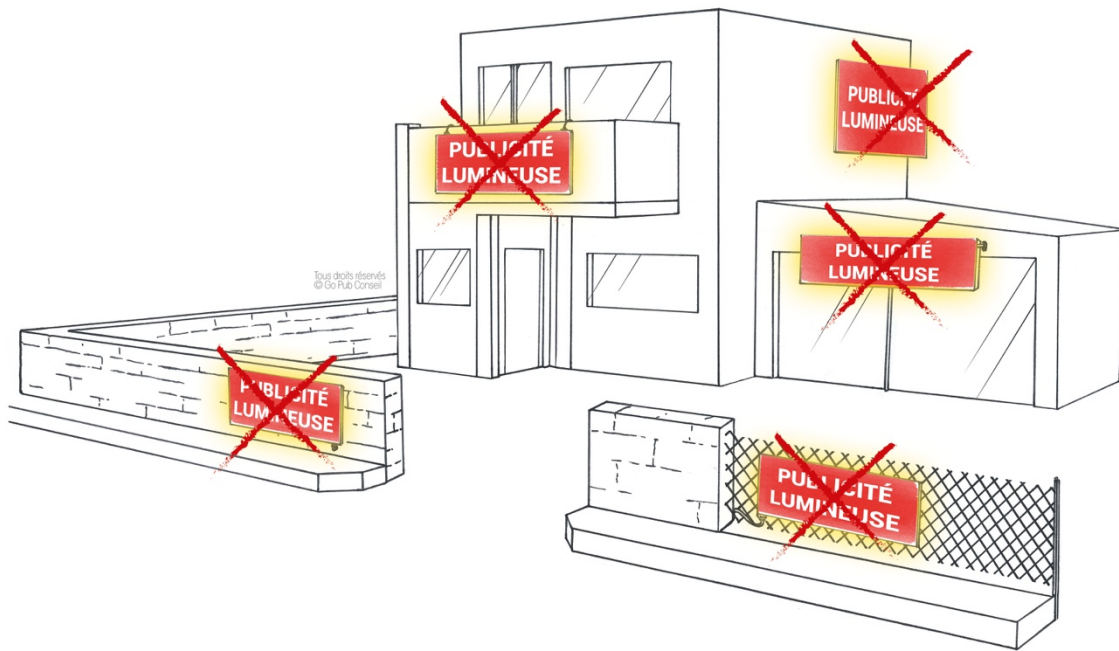
Cependant, la publicité numérique est interdite par le Code de l'environnement dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ce qui est le cas de la commune de Remoulins.

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

La publicité lumineuse ne peut :

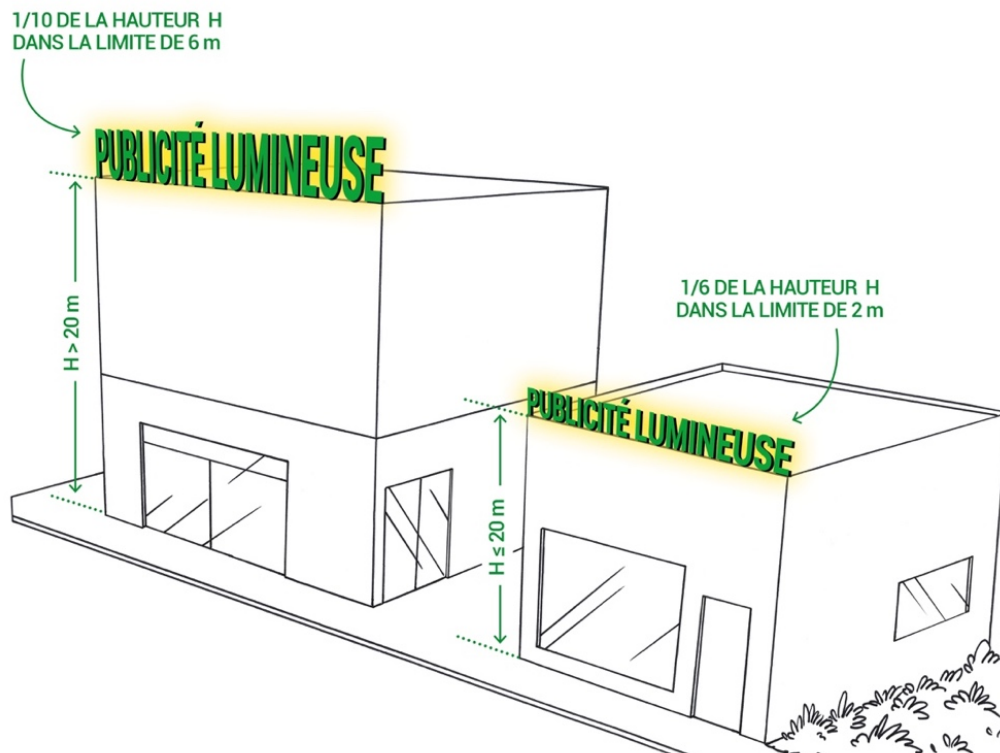
- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;*
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;*
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;*
- Être apposée sur une clôture.*

²⁶ 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 de 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



La publicité lumineuse est actuellement absente de la commune de Remoulins.

Les enjeux seront surtout d'anticiper le développement des nuisances lumineuses. Il pourra s'agir d'élargir la plage d'extinction des publicités lumineuses.

Bilan du diagnostic en matière de publicités et préenseignes :

Le diagnostic a permis de révéler la faible présence de publicités et préenseignes sur le territoire communal. La grande majorité des dispositifs publicitaires situés sur la commune sont localisés le long de l'avenue Geoffroy Perret et en zone d'activités. Le parc publicitaire de la commune de Remoulins est composé de dispositifs de petit format avec des dispositifs recensés d'un format maximum de 4 m² et une majorité de dispositifs de moins de 2 m² avec donc un impact paysager limité. Toutefois, on relève la présence de quelques murs accueillant la pose de 2 dispositifs publicitaires, notamment de dispositifs de 4 m² le long de l'avenue Geoffroy Perret. L'avenue Geoffroy Perret ressort comme étant le secteur de la commune concentrant les principaux impacts paysagers des dispositifs publicitaires sur la commune.

63% des dispositifs sont non conformes vis-à-vis du Code de l'environnement. Les principales infractions concernent l'interdiction des dispositifs publicitaires sur des équipements liés à la circulation routière et à la distribution ou au transport d'électricité ou encore des dispositifs sur mur ou clôture ne respectant pas les règles d'implantation (sur clôture non aveugle, apposés à moins de 50 cm du sol).

En matière de luminosité, la commune ne possède pas de publicités lumineuses sur son territoire. Les principaux enjeux seront notamment d'anticiper le développement de ces dispositifs avec la possibilité, par exemple, d'élargir la plage d'extinction nocturne.

2. Les enjeux en matière d'enseignes

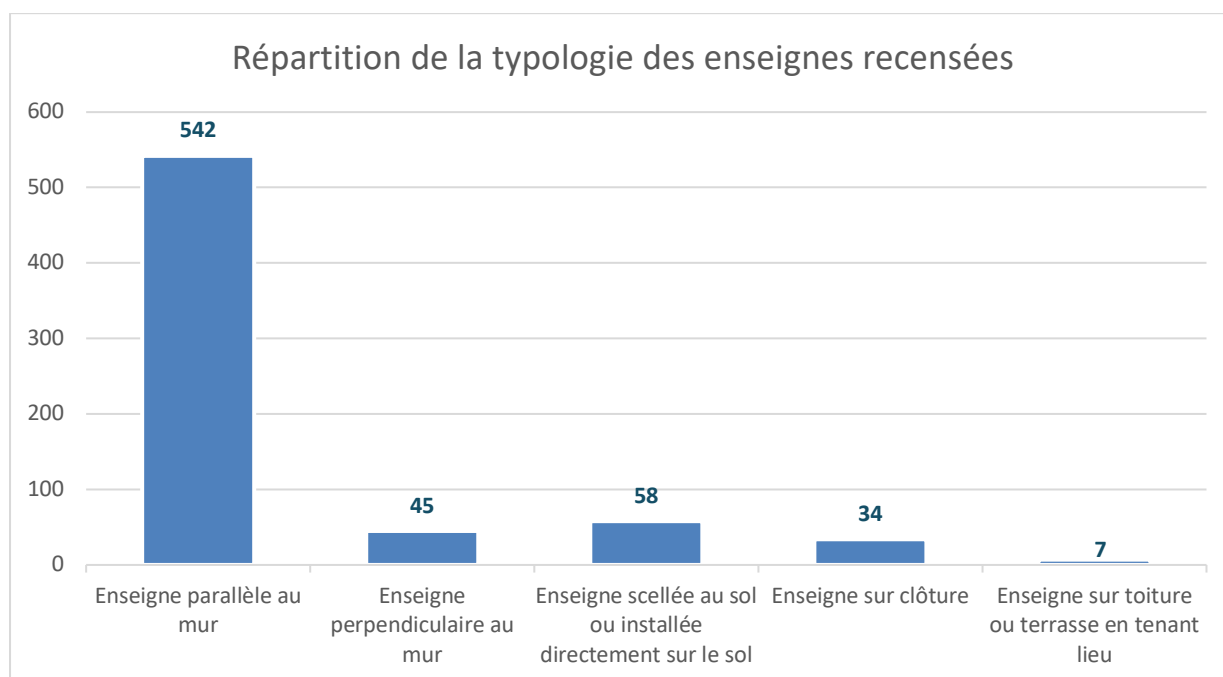
2.1. Généralités

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou en secteur où il y a peu d'enseignes.

Dans un premier temps, nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présentes sur le territoire communal de Remoulins.

Près de 700 enseignes ont été recensées sur la commune de Remoulins dans le cadre du recensement établi pour le recouvrement de la TLPE.

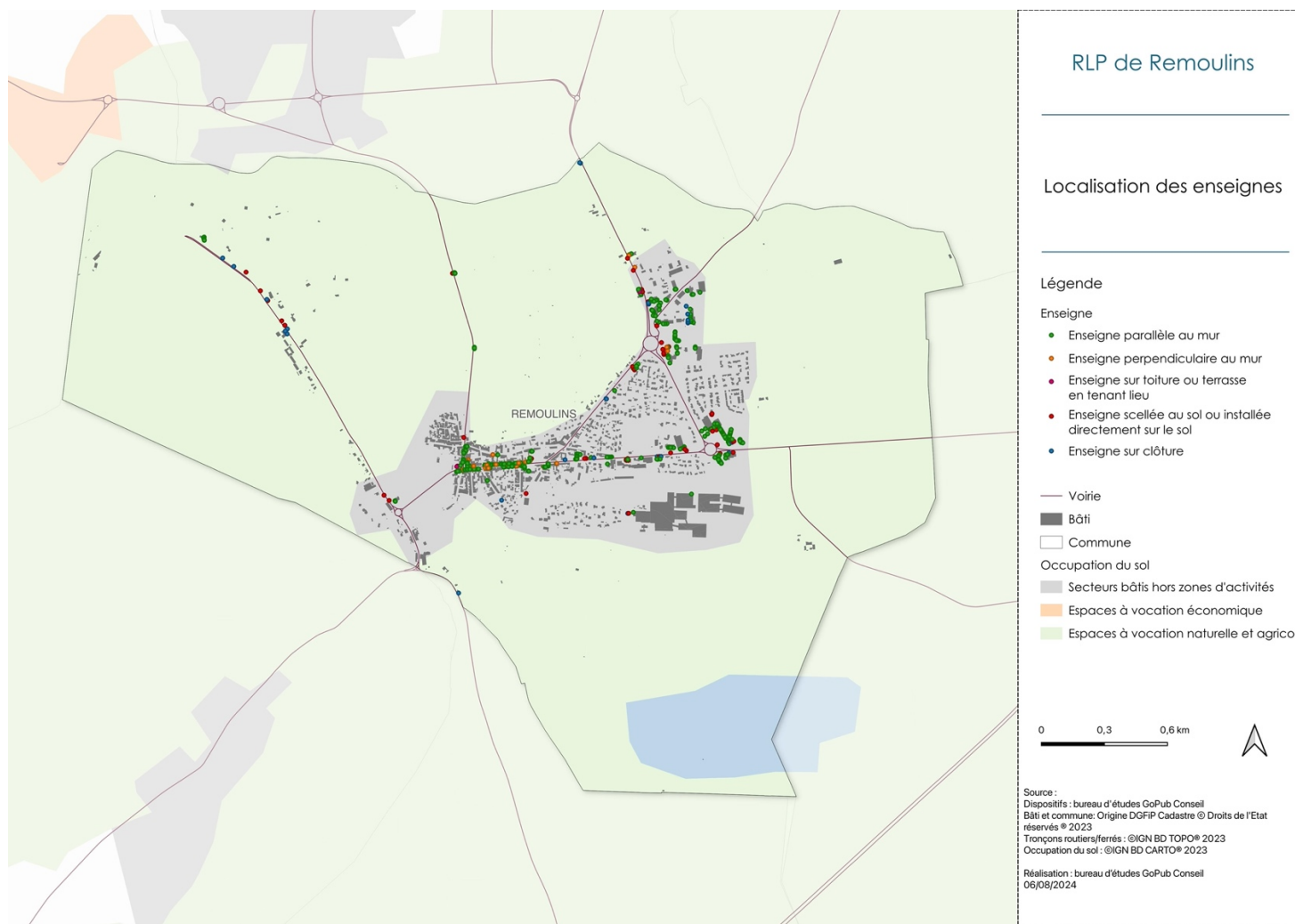
5 grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal réparties de la manière suivante :



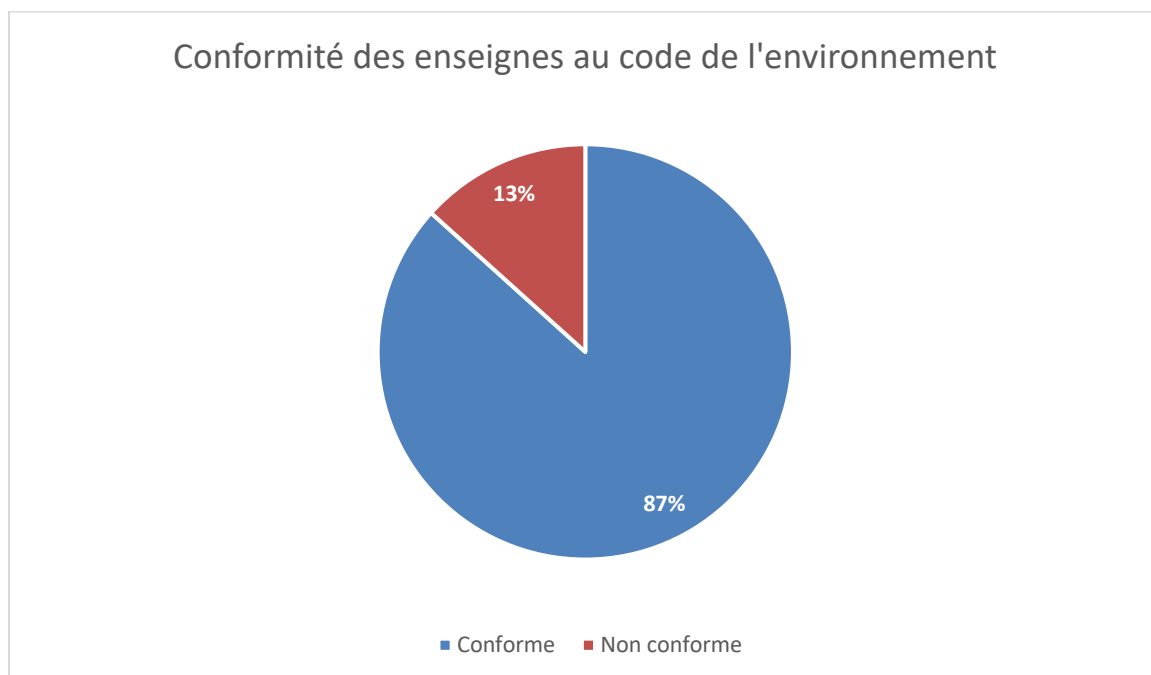
Quel que soit leur typologie, le Code de l'environnement impose que les enseignes soient :

- Constituées par des matériaux durables,*
- Maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.*
- Supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).*

Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense à savoir le centre-ville, au niveau de la Grande Côte, la zone d'activités du Super U. On remarque la présence d'activités diffuses dans les secteurs à dominante résidentiels.



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 13% des enseignes recensées sont non conformes au Code de l'environnement sur la commune de Remoulins.

Les principales infractions relevées concernent le dépassement de la limite de la surface cumulée autorisée des enseignes sur façade.

2.2. Enseignes parallèles au mur

L'enseigne parallèle au mur se retrouve sur l'ensemble du territoire communal. Ce type d'enseigne représente 80% des enseignes relevées à Remoulins et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches. Ces enseignes vont avoir un format varié, notamment en fonction du volume de la façade commerciale.



Enseignes parallèles en lettres découpées, Remoulins



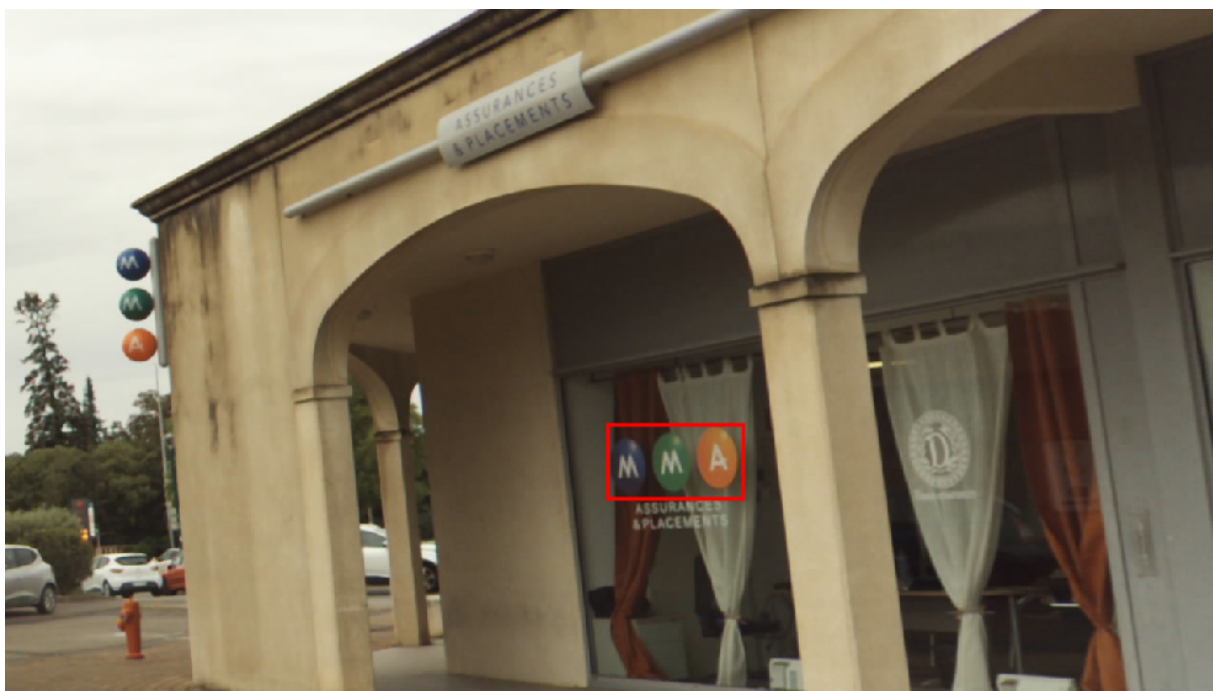
Enseignes parallèles sur panneau sur fond, Remoulins



Enseignes parallèles en lettres découpées et sur panneau sur fond, Remoullins



Enseignes parallèles sur store-banne, Remoullins, janvier 2024



Enseignes parallèles en vitrophanie extérieure, Remoullins,

En centre-ville, les enseignes parallèles au mur sont de formes, de couleurs et d'esthétismes variées. Certaines devantures sont particulièrement qualitatives.



Enseignes parallèles en centre-ville, Remoullins, janvier 2024

Dans les zones d'activités, certaines enseignes ont des formats plus importants en raison de façades plus volumineuses. Toutefois, ces enseignes avec des dimensions plus importantes ne sont pas nécessairement moins bien intégrées à leur façade.



Enseignes parallèles en zone d'activités, Remoullins

L'enseigne parallèle au mur pose globalement peu de problèmes paysagers lorsqu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface²⁷. *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.*

Il a été relevé quelques enseignes dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit. En matière d'enseignes parallèles au mur, un certain nombre de dispositifs sont concernés par le dépassement du seuil de surface cumulée d'enseignes sur façade (cette règle sera traitée dans la suite du document).



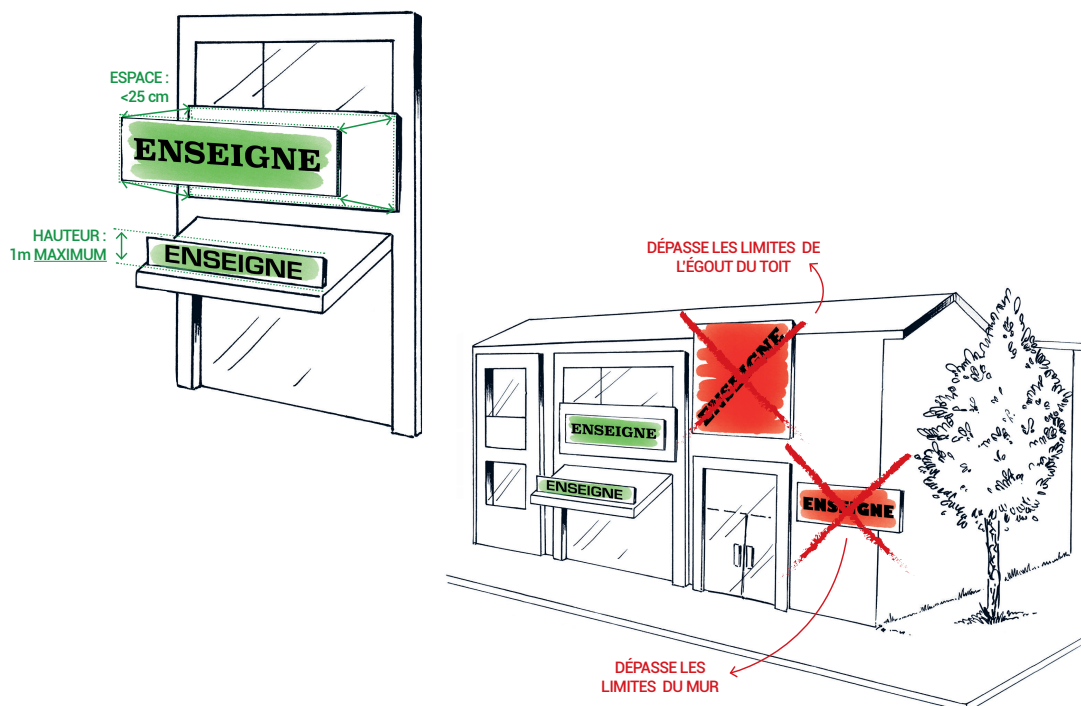
Enseigne parallèle dépassant les limites du mur et de l'égout du toit, Remoullins

²⁷ [La surface cumulée des enseignes](#)

2.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon

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

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.



Quelques enseignes sur auvent ont été relevées à Remoullins. Dans certains cas, ces dispositifs peuvent être apposés directement sur la façade de l'activité. Malgré leur faible présence sur le territoire, elles viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des façades.



Enseignes sur auvent, Remoullins

2.4. Enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 6% des enseignes recensées et disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. 1 seule enseigne perpendiculaire a une surface inférieure à 1m². Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.



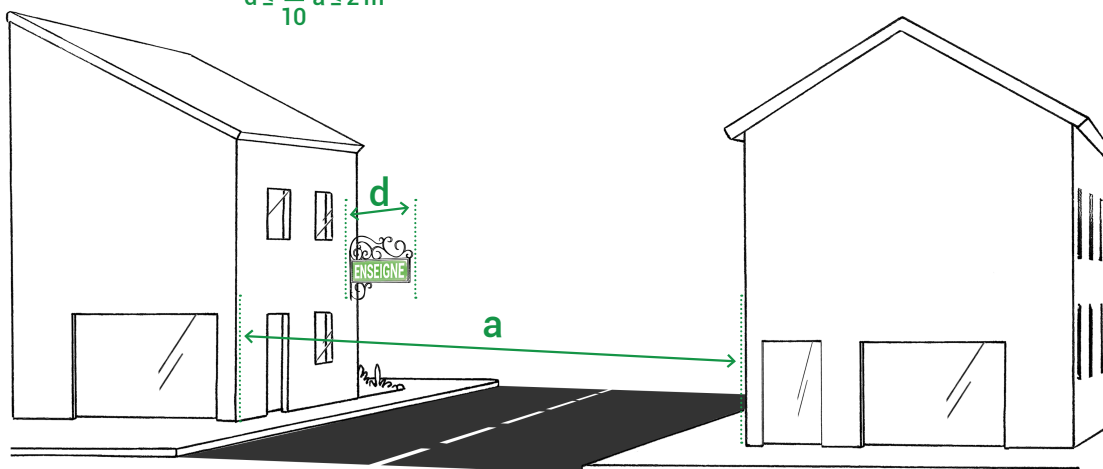
Enseignes perpendiculaires au mur, Remoulins

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

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

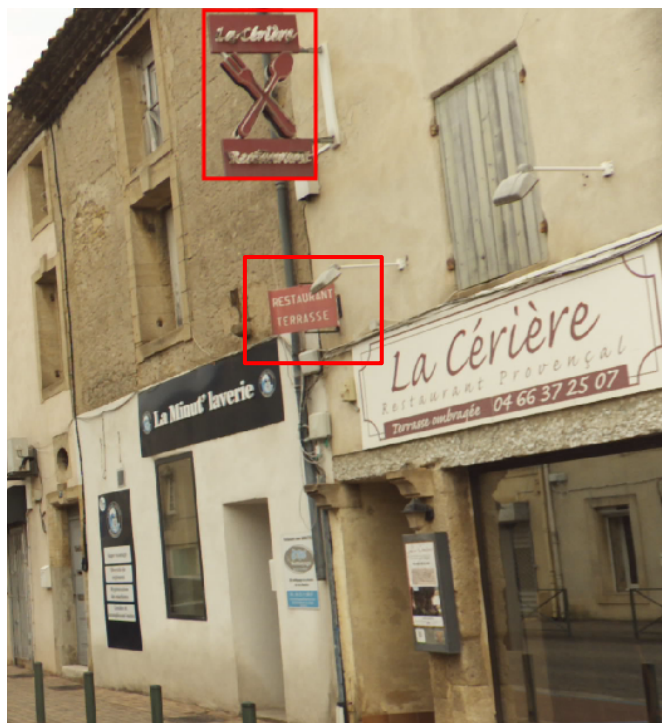


Il a été relevé quelques enseignes perpendiculaires en infraction car installées devant un balcon.



Enseigne perpendiculaire au mur devant un balcon, Remoulins

Globalement, ces enseignes ne posent pas de problèmes paysagers en raison de leur petit format. On relève que certains établissements possèdent plusieurs enseignes perpendiculaires sur une même façade, sans toutefois créer une surenchère d'enseignes.

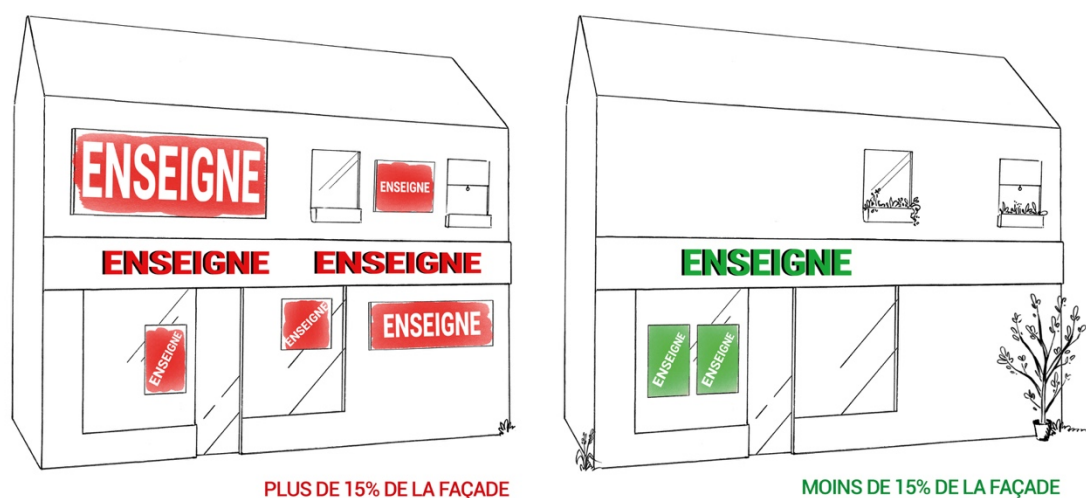


Enseignes perpendiculaires au mur sur une même façade, Remoulins

2.5. La surface cumulée des enseignes

Cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée²⁸ 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 décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



Quelques établissements sont concernés par le dépassement des seuils de surface cumulée d'enseignes sur façade. Les façades saturées d'enseignes sont la principale infraction d'enseignes au Code de l'environnement sur la commune de Remoulins. Elles représentent plus de 60% des infractions.

Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale (ex : centre historique). Cette règle nationale est apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure. A noter qu'on trouve cette infraction aussi bien en centre-ville sur des petites façades commerciales qu'en zone d'activités sur des façades plus volumineuses.

²⁸ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



Façade commerciale dépassant a priori le seuil autorisé de surface cumulée d'enseigne sur façade, Remoulins



Façade commerciale dépassant a priori le seuil autorisé de surface cumulée d'enseigne sur façade, Remoulins

2.6. Enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture représentent 5% des enseignes de la commune de Remoulins. Ce type d'enseigne est principalement présent dans les zones d'activités de la commune.

Elles se présentent principalement sous la forme de bâches ou de pancartes accrochées à la clôture. Elles sont majoritairement apposées sur des clôtures non aveugles de type grillage par exemple. Généralement, les établissements possédant ce type d'enseigne disposent de plusieurs enseignes sur clôture. En matière de surface, il s'agit principalement de dispositifs de petit format puisque 70% mesurent moins de 2 m². Le dispositif le plus grand relevé sur la commune mesure 4,5 m².

Globalement, les enseignes sur clôture sont présentes de manière ponctuelle dans les paysages de la commune avec un impact paysager limité. Toutefois, dans certains cas, une surchère de dispositifs peut être observée.



Enseignes sur clôture non-aveugle, Remoulins



Enseigne sur clôture non-aveugle, Remoulins



Enseignes sur clôture aveugle, Remoulins, janvier 2024

Le Code de l'environnement n'encadre pas ce type de dispositifs. L'élaboration du RLP pourra être l'occasion de mettre en place des règles locales afin de maîtriser et anticiper le développement. Les règles locales pourront se baser sur les dispositifs existants en raison d'un impact paysager globalement limité et de tenir compte des besoins des activités du territoire.

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

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue (8%). Elles sont principalement présentes en zone d'activités. Elles apparaissent sous différentes formes : les drapeaux, les totems ou encore les panneaux. A noter que les chevalets apposés sur le lieu de l'activité sont concernés par cette réglementation.



Enseignes scellées au sol de type « panneau », Remoulins



Enseignes scellées au sol de type « totem », Remoulins



Enseigne scellée au sol de type « totem » regroupant plusieurs activités, Remoulins

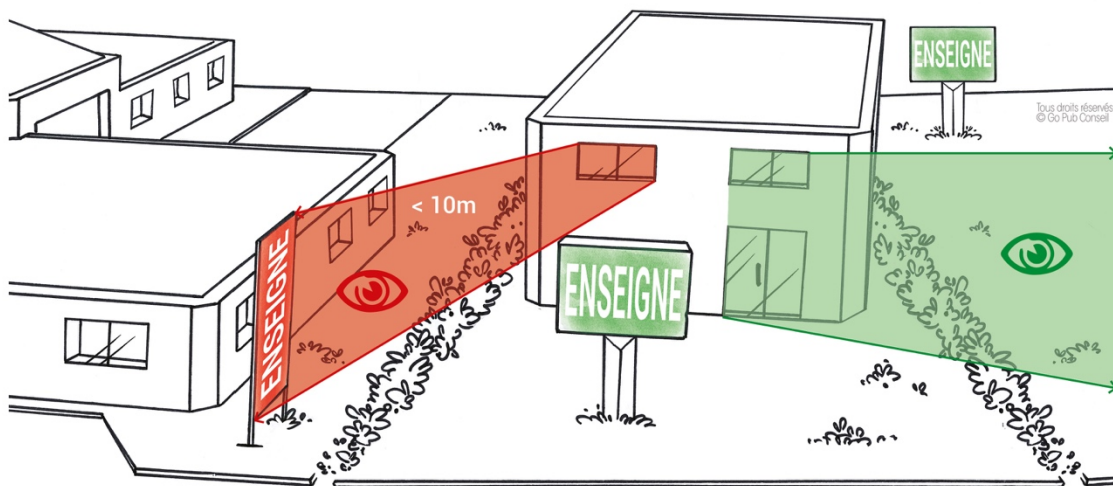


Enseigne scellée de type « drapeau », Remoulins, janvier 2024

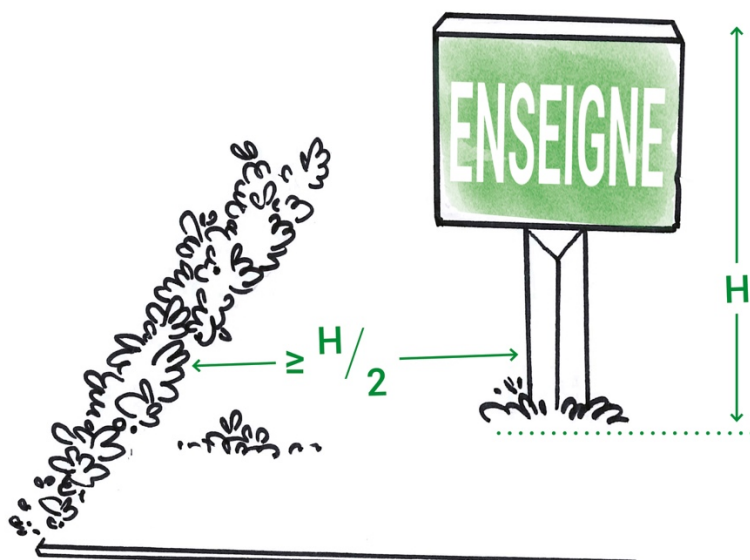


Enseignes scellées au sol de type « mât », Remoulins, janvier 2024

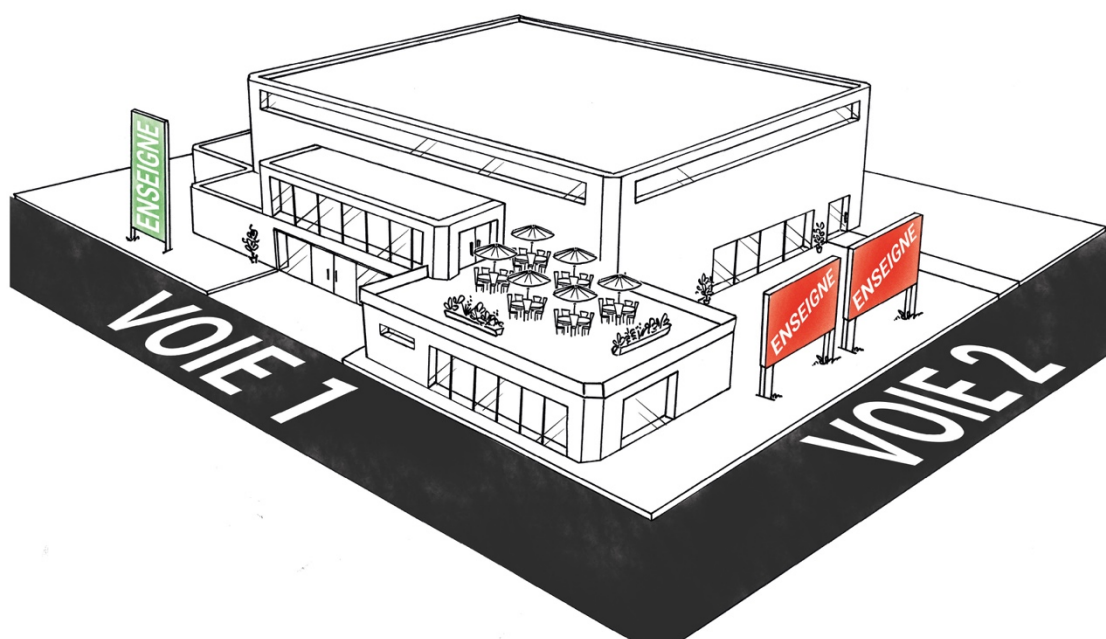
Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations. Les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une 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.



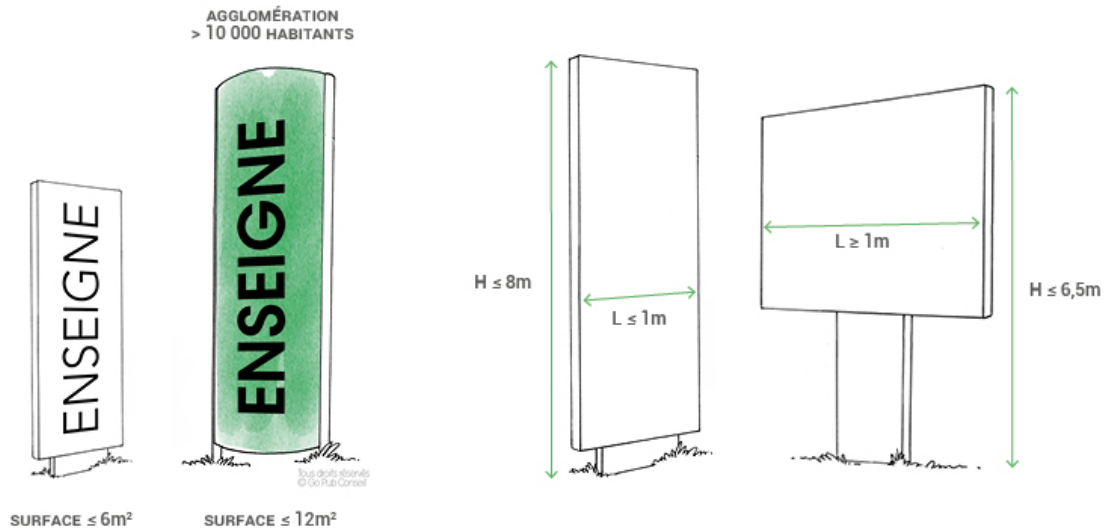
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



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.

SURFACE**HAUTEUR & LARGEUR**

En matière de surface, le diagnostic a permis de relever que ces dispositifs sont majoritairement de petit format, puisque 80% mesurent moins de 2 m². Dans la grande majorité des cas, les dimensions de ces dispositifs auront donc un impact paysager réduit en raison de la prédominance de dispositifs de petit format. Toutefois, en zones d'activités, on relève la présence de quelques dispositifs de grand format.

Certains établissements possèdent plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Cette présence de plusieurs dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sur une même activité va être le principal impact paysager de ces dispositifs. Rappelons que lorsqu'ils mesurent plus d'1 m², ces dispositifs sont déjà limités en nombre à une par voie bordant l'activité par le Code de l'environnement. Cela représente la principale infraction pour ce type d'enseignes.

Le RLP pourra tenir compte de l'existant pour la mise en place de règles locales, notamment la prédominance de dispositifs de petit format. Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, comme les chevalets, ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.

2.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Seulement 7 enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ont été relevées sur le territoire.

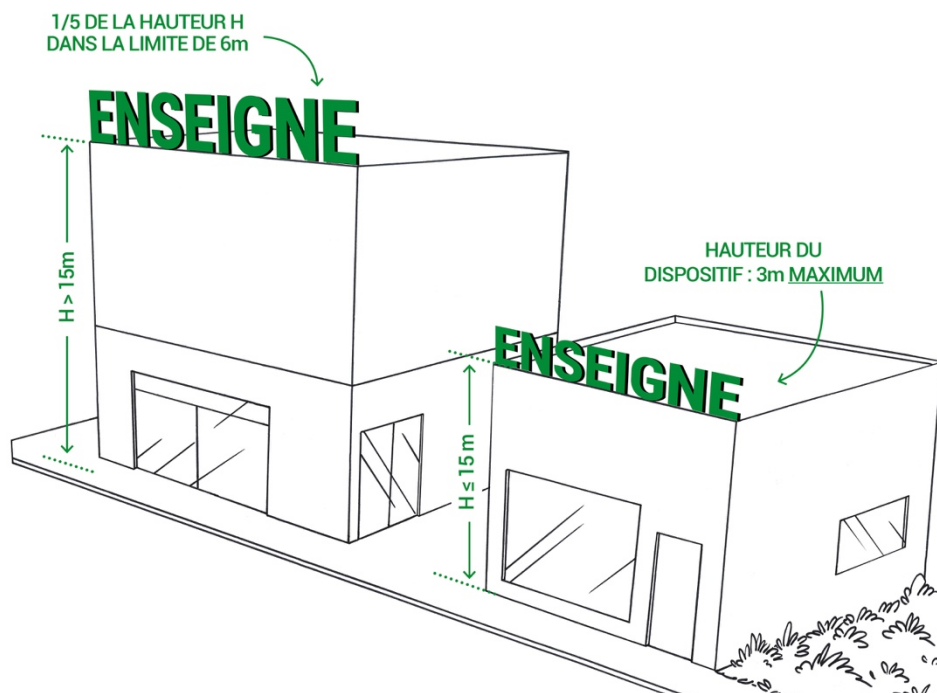


Enseigne sur toiture, Remoulins,

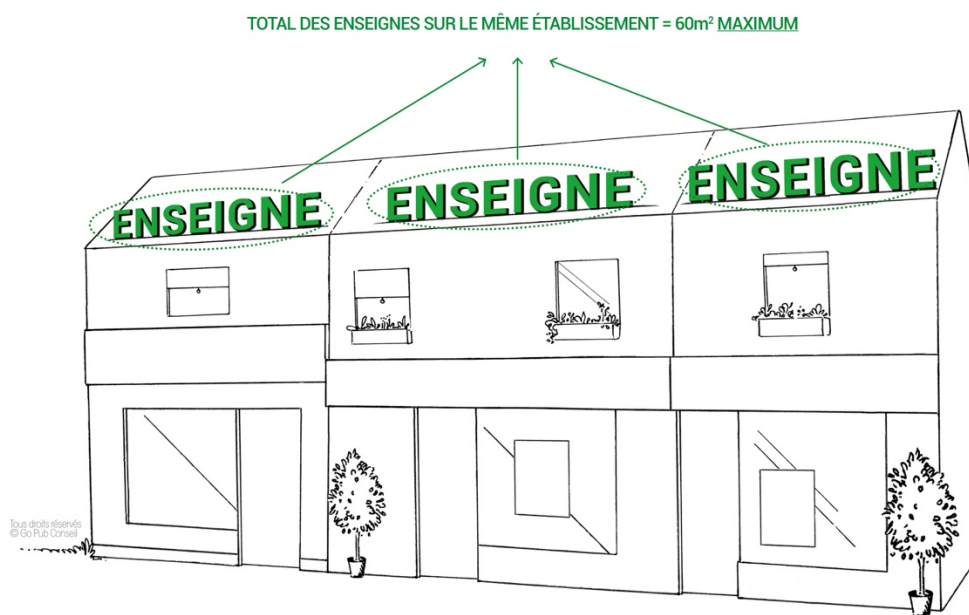
Du fait de leur format et de leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, 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 cumulée²⁹ des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²

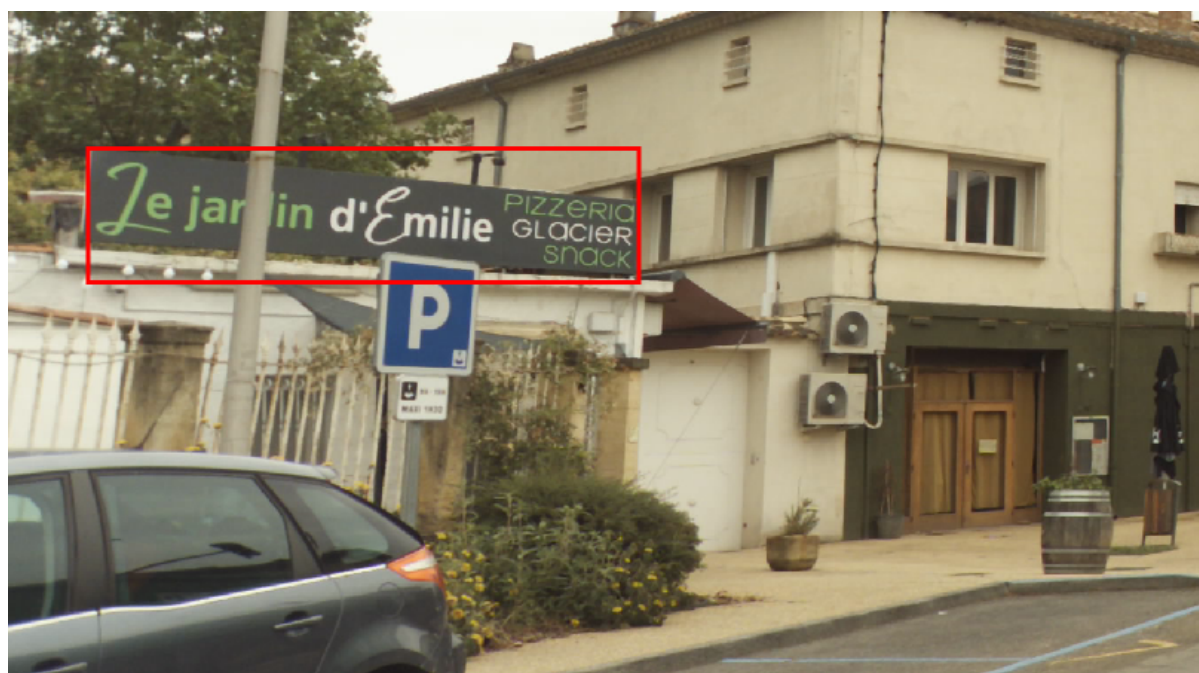


²⁹ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

La majorité des enseignes recensées sont non conformes au Code de l'environnement car elles sont réalisées sur un panneau sur fond et non en lettres découpées.



Enseigne sur toiture non réalisée en lettres découpées, Remouins



Enseigne sur toiture non réalisée en lettres découpées, Remouins, janvier 2024

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.

2.9. Enseignes lumineuses

Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type³⁰.

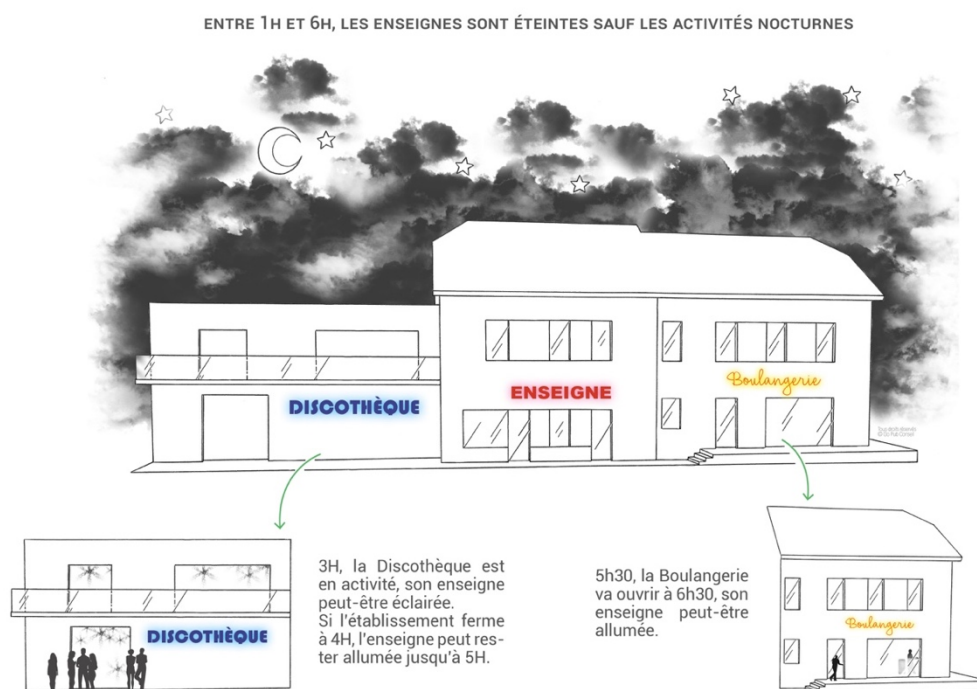
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel³¹.

Elles sont éteintes³² entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

La loi du 22 aout 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets³³ permet désormais aux collectivités par le biais d'un RLP de règlementer les publicités et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique.



³⁰ [Publicités / préenseignes lumineuses](#)

³¹ arrêté non publié à ce jour

³² 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

³³ Article 18 de la loi n°2021-1104 du 22 aout 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R.581-59 du Code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées en néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et l'éclairage par transparence via l'utilisation de caissons de type « lettres boitiers ».



Enseigne lumineuse éclairée par projection (par spot), Remoulins



Enseigne lumineuse éclairée par transparence, Remoulins

Aucune enseigne numérique n'a été relevée sur le territoire communal, à l'exception des croix de pharmacie et des totems de station-service affichant les prix des carburants.

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.

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

2.10. Enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- 1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;*
- 2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.*

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires sont soumises « *partiellement*³⁴ » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentée 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 éteintes³⁵ 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 ministériel³⁶.*

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*

34 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

³⁵ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

³⁶ 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 peuvent se présenter 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, la promotion de locaux vacants ou pour des promotions commerciales. Elles peuvent posséder de grands formats et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.



Enseigne temporaire sellée au sol de grand format pour une opération immobilière, Remoulins

Bilan du diagnostic des enseignes :

Le diagnostic a permis de révéler la grande diversité d'enseignes sur l'ensemble de la commune de Remoulins. Le centre-ville se caractérise par une présence d'enseignes majoritairement sur façade aux formes, dimensions et esthétismes variés. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, les enseignes sur clôture et les enseignes sur toiture sont présentes principalement en zone d'activités avec, dans certains cas, la présence quelques dispositifs de grand format.

13% des enseignes recensées sont en infraction au Code de l'environnement, principalement en raison du dépassement du seuil de surface cumulée des enseignes sur façade et du dépassement du nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² autorisé.

En matière de luminosité, les enseignes numériques sont encore faiblement présentes sur le territoire et pourraient être amenées à se développer. L'enjeu pour la commune sera de mettre en place des règles locales afin d'anticiper les nuisances occasionnées par ces dispositifs, y compris lorsqu'ils sont apposés à l'intérieur des vitrines.

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

1. Les objectifs

Par une délibération en date du 5 juin 2018, la commune de Remoulins a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- Préservation du cadre de vie et la qualité paysagère sur le territoire ;
- Protection de l'image du quartier historique et ses abords comprenant le centre-bourg élargi englobant le secteur compris entre l'avenue du lieutenant-colonel Broche, l'avenue Geoffroy Perret (RD 6086 et RD 6100), la route de Bagnols, la RD6101 (quartier de l'Arnède Basse) ;
- L'amélioration de la qualité des zones d'activités et notamment le long de la RD 6086 et RD 6101 ;
- Maintenir la qualité paysagère des quartiers résidentiels.

2. Les orientations

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

Orientation 1 : Préserver le cadre de vie des secteurs mixtes et à dominante résidentielle en réduisant l'impact paysager des dispositifs publicitaires et tout particulièrement au niveau de l'avenue Geoffroy Perret

Afin de préserver le cadre de vie des riverains des secteurs résidentiels ou des secteurs mixtes, des règles pour limiter les formats et la densité des publicités et préenseignes seront mises en place. L'avenue Geoffroy Perret, le principal axe structurant traversant la commune est identifié comme le lieu où la présence publicitaire est la plus forte sur la commune avec la présence de murs comportant plusieurs publicités et où il y a donc un intérêt à agir pour réduire la présence publicitaire.

Orientation 2 : Protéger le centre ancien de l'impact paysager des publicités et préenseignes

En raison de fort enjeux architecturaux, il est souhaité préserver le centre ancien et son identité de vieux village. La publicité y est donc fortement limitée afin d'y maintenir une absence de publicité dans cette zone.

Orientation 3 : Veiller à la qualité paysagère des zones d'activités en y encadrant les publicités et préenseignes

Les zones d'activités de Remoulins ne sont actuellement pas soumises à une forte pression publicitaire. La mise en place de règles locales va permettre de veiller à maintenir un impact paysager maîtrisé dans ces secteurs afin de limiter l'impact global des publicités sur l'ensemble de la commune. Toutefois, en raison d'enjeux moins forts en matière de préservation du fait d'une proximité moindre d'habitations, la réglementation sera plus souple en zone d'activités que sur le reste du territoire.

Orientation 4 : Réduire l'impact des dispositifs publicitaires et enseignes lumineux y compris numériques afin de diminuer la pollution lumineuse.

Afin de préserver le cadre de vie et de réaliser des économies d'énergies, la commune souhaite élargir la plage d'extinction nocturne aux horaires peu nécessaires. Certaines formes de lumineux jugés plus impactants seront encadrées plus strictement et notamment les dispositifs numériques. Les dispositifs lumineux à l'intérieur des vitrines comme les écrans numériques en pleine expansion font l'objet de règles spécifiques afin de maîtriser leur développement.

Orientation 5 : Assurer la bonne intégration architecturale des enseignes sur façade dans le centre ancien en cohérence le contexte patrimonial et architectural

Il s'agit d'améliorer l'intégration architecturale des enseignes sur façade avec une vigilance particulière dans le centre ancien afin qu'elles soient en adéquation avec les enjeux

patrimoniaux, architecturaux et paysagers. Des règles spécifiques sont mises en place notamment en matière d'implantation et d'esthétisme des enseignes sur façade. Les enseignes perpendiculaires font l'objet de limite en nombre et en dimensions.

Orientation 6 : Veiller à la bonne intégration paysagère des enseignes dans les zones à dominante résidentielle

Afin de répondre aux enjeux de préservation du cadre de vie des riverains dans les secteurs mixtes ou à dominante résidentielle, des règles sur les enseignes sont mises en place afin d'éviter une surenchère d'enseignes et d'autoriser des dispositifs avec un format adapté.

Orientation 7 : traiter les enseignes dans les zones d'activités afin d'améliorer leur insertion paysagère

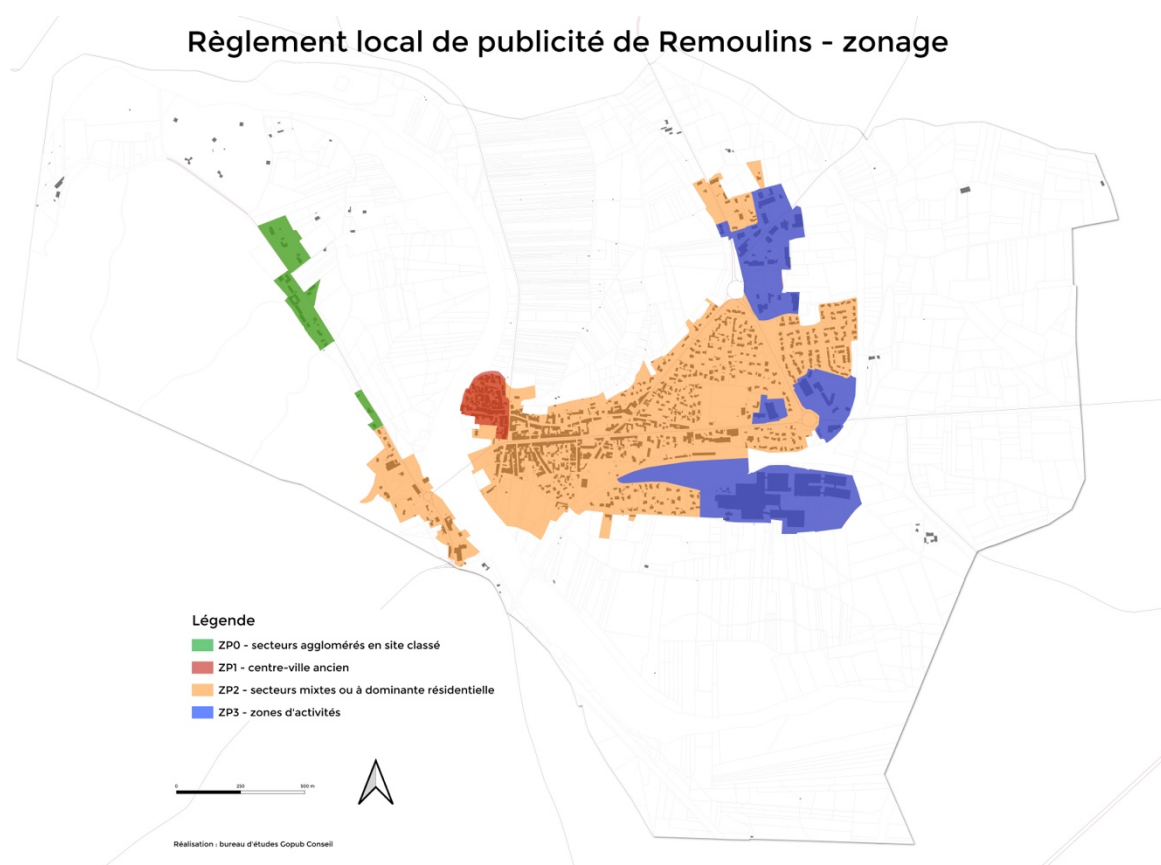
Dans l'optique de concilier préservation des paysages et visibilité des activités économiques, les règles sur les enseignes sont plus souples en zones d'activités par rapport au reste du territoire. Toutefois, certaines règles sont mises en place afin de contrôler le développement des enseignes et éviter l'accumulation de dispositifs pouvant nuire à la lisibilité des messages.

IV. Justification des choix retenus

1. Le zonage

En ce qui concerne le zonage, la commune a fait le choix de mettre en place 4 zones :

- La zone de publicité n°0 (ZP0) couvre les secteurs agglomérés situés en site classé.
- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le centre-ville ancien de Remoulins.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les secteurs mixtes ou à dominantes résidentielles de la commune.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les zones d'activités.



Ce zonage permet de tenir compte du contexte patrimonial et paysager de la commune. A noter que ce zonage s'applique aussi bien aux publicités et préenseignes qu'aux enseignes.

La zone de publicité n°0 couvre les secteurs agglomérés de Remoulins situés dans le site classé « Ensemble des gorges du Gardon, le Pont du Gard et les garrigues Nîmoises ». Les sites classés étant des zones d'interdictions absolues de publicité conformément au code de l'environnement, les publicités et préenseignes y sont interdites. La mise en place de cette zone a donc pour but de permettre l'identification des secteurs situés en site classé et où donc la publicité est interdite par le code de l'environnement et dans lesquels le RLP ne pourra pas autoriser la publicité.

La zone de publicité n°1 reprend la zone UA du PLU correspondant au centre ancien permettant ainsi une cohérence entre les documents d'urbanisme de la commune. L'objectif

de cette zone est d'apporter un cadre réglementaire adapté aux enjeux patrimoniaux et architecturaux du centre ancien en limitant fortement la publicité et en apportant un cadre réglementaire spécifique pour assurer la bonne intégration architecturale des enseignes.

La zone de publicité n°2 correspond aux secteurs mixtes ou à dominante résidentielle dans lesquels une vigilance est apportée pour préserver le cadre de vie des habitants et les paysages de la commune. La ZP2 couvre notamment l'avenue Geoffrey Perret concentrant les principaux dispositifs publicitaires de la commune et de nombreux commerces.

La zone de publicité n°3 couvre les zones d'activités de la commune de Remoulins. Cette zone fait l'objet de règles spécifiques en matière d'enseignes avec plus de souplesses par rapport au reste du territoire en raison d'enjeux moindres pour la préservation du cadre de vie du fait de l'absence ou de l'éloignement des habitations. Il est également question de répondre aux besoins de visibilité des activités présentes dans ces zones. En effet, elles se caractérisent par la présence de bâtiments plus volumineux et généralement éloignés de la voirie en raison de la configuration urbanistique de ces zones (présence de parkings autour des bâtiments). Toutefois, les règles mises en place permettent d'assurer une meilleure intégration paysagère des enseignes pour permettre une amélioration globale de la qualité paysagère du territoire et également assurer la bonne lisibilité des dispositifs. Une réglementation adaptée des publicités est également mise en place en ZP3.

Pour rappel, la publicité est interdite dans les secteurs hors agglomération conformément au code de l'environnement.

Contrairement aux publicités, les enseignes sont autorisées en site classé et hors agglomération. En ZP0 (secteurs agglomérés situés en site classé), les enseignes sont soumises aux règles de la ZP2. Les enseignes situées hors agglomération sont également traitées par les règles de la ZP2.

2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

Dispositions générales :

Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en raison du fort impact paysager qu'occasionnerait ce type de dispositifs. En effet, ces dispositifs ont vocation à être visible depuis des vues lointaines. Les publicités sur clôture aveugle sont également interdites. Cela permet de limiter les implantations possibles de publicité et ainsi réduire la présence paysagère des dispositifs publicitaires.

Plage d'extinction des publicités lumineuses : Dans l'optique de réduire les nuisances lumineuses, la commune a fait le choix d'élargir la plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses de 22h00 à 7h (contre 1 h-6h dans le code de l'environnement). Cela permet également de réaliser des économies d'énergie.

Zone de publicité n°0 (ZP0) :

La publicité est interdite en ZPO conformément au code de l'environnement en raison que cette zone se trouve dans un site classé.

Zone de publicité n°1 (ZP1) :

La zone de publicité n°1 est celle dans laquelle la publicité est la plus fortement limitée. En effet, afin de tenir compte de l'aspect architecturale et le caractère ancien de ce secteur, la publicité est seulement autorisée sur les mobiliers urbains notamment sur le mobilier urbain d'information locale ou générale (« sucette ») et les abris-bus. Les publicités apposées sur mobilier urbain sont autorisées dans les conditions prévues par le code de l'environnement soit une surface limitée à 2 m² pour les mobiliers urbains d'informations locales ce qui représente des dispositifs de petit format avec un impact paysager limité.

A l'inverse, les publicités sur mur aveugle sont interdites en ZP1 afin de préserver le cadre architectural et patrimonial de ces secteurs.

Le but de ces choix permet un équilibre entre la protection du patrimoine et des paysages et les enjeux économiques et de communication de la commune. Ces dispositifs permettent à la commune de réaliser de la communication locale et générale dans le but de répondre aux besoins des administrés.

Zone de publicité n°2 (ZP2) :

En zone de publicité n°2, la publicité est autorisée sur mobilier urbain dans les mêmes conditions qu'en ZP1, ce qui représente des dispositifs de petit format avec un impact paysager limité.

La publicité sur mur aveugle est limitée à 2,5 m² ce qui représente une division presque par 2 du format actuellement autorisé par le code de l'environnement (4,7 m²). Cette réduction de la surface permet de réduire l'impact paysager des publicités dans les secteurs résidentiels et les secteurs mixtes afin de préserver le cadre de vie des riverains. La densité publicitaire est limitée à 1 publicité par unité foncière afin d'éviter une surenchère de publicités et notamment la pose de dispositifs publicitaires sur un même mur qui ont pour conséquence de doubler la présence paysagère des publicités. L'encadrement de l'affichage d'une publicité est obligatoire pour des raisons esthétiques. La mise en place de ces règles va notamment permettre de réduire la présence des publicités et préenseignes murales dans les paysages de l'avenue Geoffrey perret, principal axe structurant de la commune.

Zone de publicité n°3 (ZP3) :

Dans la zone de publicité n°3, la publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée dans les mêmes conditions que les ZP1 et ZP2 assurant ainsi une cohérence sur l'ensemble du territoire.

En ZP3, les publicités apposées sur mur aveugle sont autorisées avec une surface de 4,7 m² ce qui correspond au maximal autorisé par le code de l'environnement. Elles sont également limitées à une publicité par unité foncière afin d'éviter une multiplication de dispositifs

publicitaires et ainsi contribuer à la recherche d'amélioration globale de la qualité paysagère du territoire.

Cas des abords des monuments historiques :

La commune est uniquement concernée par des périmètres de 500 mètres aux abords des monuments historiques. Dans un périmètre de 500 mètres, l'interdiction relative de publicité mise en place par le code de l'environnement s'applique uniquement s'il y a covisibilité avec le monument historique ou si le dispositif publicitaire est visible depuis le monument historique. Dans ces zones d'interdiction relative de publicité (covisibilité dans un périmètre de 500 mètres), le code de l'environnement donne la possibilité dans le cadre d'un RLP de mettre en place une dérogation en agglomération afin d'y autoriser de la publicité. La commune a fait le choix d'autoriser par dérogation en agglomération uniquement la publicité apposée sur mobilier urbain dans les mêmes conditions qu'en ZP1, ZP2 et ZP3 et ainsi maintenir l'interdiction des publicités murales dans ces secteurs. Les abords des monuments historiques concernés par l'interdiction relative de publicité (covisibilité dans un périmètre de 500 mètres) sont donc soumis à la même réglementation stricte que la ZP1. Cela permet de mettre en place une réglementation adaptée aux enjeux patrimoniaux de ces secteurs avec une publicité limitée et de petits formats. Dans les secteurs des périmètres de 500 mètres non situés en covisibilité avec le monument historique (où il n'y a donc pas d'interdictions relatives de publicité mises en place par le code de l'environnement), les publicités et préenseignes suivent donc les règles propres à la zone dans laquelle elles se trouvent. A noter que dans le cas de la commune de Remoulins, la covisibilité des monuments historiques est très réduite et la portée de l'interdiction relative de publicité est donc très limitée.

3. Les choix retenus en matière d'enseignes

Dispositions générales :

Certaines formes d'enseignes sont interdites sur la totalité du territoire. Il s'agit des enseignes sur les arbres et les plantations afin de protéger ces éléments naturels. Les enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet sont également interdites afin de protéger ces éléments architecturaux des façades et de privilégier une pose de l'enseigne sur le mur de la façade. De plus, les enseignes sur façade ne doivent pas masquer les éléments architecturaux d'une façade comme une corniche ou un blason afin de préserver des éléments qui font l'authenticité de certaines façades.

Les couleurs fluorescentes sont interdites afin d'assurer une intégration harmonieuse des enseignes.

Zone de publicité n°1 (ZP1) :

Afin de tenir compte des enjeux architecturaux du centre ancien de Remoulins, c'est dans cette zone que les règles seront les plus strictes en matière d'enseignes.

Les enseignes sur façade font l'objet de règles locales en ZP1. Les enseignes parallèles ne doivent pas dépasser l'appui des fenêtres du 1^{er} étage si l'activité s'exerce uniquement en rez-de-chaussée. Cela permet de contenir la pose des enseignes à la façade commerciale de l'activité et limiter des implantations aux étages des façades. Afin d'assurer la bonne intégration architecturale et l'esthétisme des enseignes et de développer une meilleure homogénéité, les enseignes parallèles sont autorisées uniquement si elles sont réalisées en lettres ou signes découpés ou peints, ou réalisées sur un panneau sur fond de la même couleur que la façade ou dans une couleur en harmonie avec la façade. Les enseignes sur store-banne sont autorisées uniquement sur le lambrequin afin de privilégier des enseignes discrètes et éviter des inscriptions sur la totalité du store. Les enseignes sur auvent et marquise doivent être réalisées uniquement en lettres ou signes découpés afin d'assurer leur bonne intégration architecturale.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une enseigne par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication pouvant amener une présence paysagère non négligeable. Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une saillie de 0,80 mètre et une hauteur de 0,80 mètre afin de privilégier des dispositifs de petit format. Au même titre que les enseignes parallèles, elles ne doivent pas dépasser de l'appui des fenêtres du 1^{er} étage pour les activités s'exerçant uniquement en rez-de-chaussée.

En ZP1, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² sont interdites afin de privilégier la pose d'enseignes sur façade moins impactante d'un point de vue paysager. Les enseignes installées directement sur le sol sont autorisées lorsqu'elles mesurent 1 m² ou moins. En revanche, elles sont interdites si elles sont scellées. Elles sont limitées à une hauteur de 1,5 mètre et en nombre à 1 dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication tout en permettant de répondre aux besoins des commerces (exemple la possibilité d'un chevalet sur le lieu de l'activité).

En ZP1, les enseignes sur clôture sont également interdites afin de privilégier la pose d'enseignes directement sur la façade. Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont également interdites car celles-ci peuvent avoir un impact paysager important du fait de leur visibilité depuis des vues lointaines et celles-ci peuvent être remplacées par des enseignes sur façade sans altérer la visibilité de l'activité en ZP1.

Les enseignes numériques sont interdites en ZP1 car elles ne sont pas cohérentes avec les enjeux de préservation du cadre architectural, patrimonial et paysager du centre ancien de Remoulins. Par exception, elles sont toutefois autorisées pour les services d'urgence comme les pharmacies dans la limite d'un dispositif par établissement et d'une surface d'1 m².

Les enseignes temporaires pour les opérations immobilières et les travaux publics sont limitées à une surface de 4,7 m² afin de privilégier des dispositifs de petit format moins impactant pour le cadre architectural du centre ancien.

Zone de publicité n°2 (ZP2), zone de publicité n°0 (ZP0) et hors agglomération :

Les enseignes sur façade font l'objet de règles locales en ZP2, ZP0 et hors agglomération qui pour une partie sont similaires à celles de la ZP1 avec toutefois plus de souplesse. Notamment les enseignes parallèles au mur ne doivent pas dépasser l'appui des fenêtres du 1^{er} étage si l'activité s'exerce uniquement en rez-de-chaussée. Cela permet de contenir la pose des enseignes à la façade commerciale de l'activité et limiter des implantations aux étages des façades. Les enseignes sur auvent et marquise doivent être réalisées uniquement en lettres ou signes découpés afin d'assurer leur bonne intégration architecturale.

Au même titre que la ZP1, les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une enseigne par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication et sont limitées à une saillie de 0,80 mètre et une hauteur de 0,80 mètre afin de privilégier des dispositifs de petit format. Cela permet d'assurer une cohérence et une meilleure homogénéité de ces dispositifs sur l'ensemble du territoire.

En ZP2, ZP0 et hors agglomération, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à une surface de 3 m² et une hauteur au sol de 4 mètres. La mise en place de ces limitations en dimensions permet de réduire l'impact paysager de ces dispositifs tout en permettant aux établissements de pouvoir se signaler par ce biais. Cela permet donc de concilier la visibilité des activités économiques de ces secteurs et la préservation du cadre de vie des habitants du territoire car de nombreux secteurs d'habitations se trouvent dans ces zones. Lorsque plusieurs établissements s'exercent sur une même unité foncière, il est imposé que ces activités se signalent sur le même support scellé au sol ou installé directement sur le sol afin d'éviter la multiplication des enseignes de ce type sur une même unité foncière. Afin de tenir compte de la signalisation de plusieurs activités sur ce support, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol regroupant plusieurs enseignes sont autorisées avec une surface pouvant atteindre 6 m² et une hauteur au sol de 6,5 mètres. Lorsqu'elles mesurent 1 m² ou moins, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à une hauteur de 4 mètres au même titre que les enseignes de plus d'1 m² et en nombre à 1 dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Pour rappel, lorsque ces enseignes mesurent plus d'1 m², elles sont déjà limitées à une par voie bordant l'activité par le code de l'environnement.

Les enseignes sont interdites sur clôture non aveugle (grillage) afin d'éviter la surenchère d'enseignes et la redondance des messages car très souvent elles peuvent être apposées directement sur la façade ou également sur une enseigne scellée au sol. Les enseignes sont autorisées sur les clôtures aveugles (muret, mur de clôture, etc) afin de permettre la visibilité d'activité qui pourrait être masquée par ces clôtures. Les enseignes sur clôture aveugle sont limitées en nombre à un dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter toutes surenchères d'enseignes et sont limitées à une surface de 2 m² afin d'autoriser uniquement des dispositifs avec un format réduit.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en ZP2, ZP0 et hors agglomération au même titre que la ZP1 car celles-ci peuvent avoir un impact paysager important du fait de leur visibilité depuis des vues lointaines et celles-ci peuvent être remplacées par des enseignes sur façade sans altérer la visibilité de l'activité.

Les enseignes numériques sont interdites en raison des nuisances lumineuses qu'elles peuvent occasionner afin de préserver le cadre de vie des habitants de ces secteurs et les espaces naturels (hors agglomération). Par exception, elles sont toutefois autorisées pour les services d'urgence comme les pharmacies et les totems de station-service dans la limite d'un dispositif par établissement.

Les enseignes temporaires pour les opérations immobilières et les travaux publics sont limitées à une surface de 10,5 m². Plus de souplesse est laissée pour ces dispositifs en raison de leur caractère temporaire.

Zone de publicité n°3 (ZP3) :

Contrairement aux autres zones, les enseignes parallèles ne font pas l'objet de règles locales. Les règles nationales dont la règle de surface cumulée des enseignes sont jugées suffisantes et permettent de répondre de manière adaptée à la réalité de chaque façade selon le volume de cette dernière. Seules les enseignes sur auvent et marquise font l'objet de règles locales, elles sont autorisées uniquement si réalisées en lettres ou signes découpés.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont autorisées dans les mêmes conditions qu'en ZP2 à savoir une limitation en nombre à une enseigne par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication et une limitation de la saillie de 0,80 mètre et de la hauteur de 0,80 mètre.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² sont limitées à une surface de 6 m² ce qui correspond à la limitation mise en place par le code de l'environnement. La hauteur au sol de ces enseignes est limitée à 6,5 mètres. Il est souhaité maintenir une bonne visibilité pour les activités se trouvant dans les zones d'activités dont la configuration urbanistique éloigne les bâtiments de la voirie nécessitant ainsi un traitement particulier par rapport au reste du territoire tout en réduisant l'impact paysager par rapport à ce qui est autorisé par le code de l'environnement. Dans l'optique de limiter la multiplication de dispositifs, lorsque plusieurs établissements s'exercent sur une même unité foncière, il est imposé que ces activités se signalent sur le même support scellé au sol ou installé directement sur le sol. Lorsqu'elles mesurent 1 m² ou moins, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à une hauteur de 6,5 mètres au même titre que les enseignes de plus d'1 m² et en nombre à 1 dispositifs par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Pour rappel, lorsque ces enseignes mesurent plus d'1 m², elles sont déjà limitées à une par voie bordant l'activité par le code de l'environnement.

En ce qui concerne les enseignes sur clôture, les règles sont plus souples en ZP3 par rapport à la ZP2. Les enseignes sont autorisées aussi bien sur clôture aveugle que non aveugle dans la limite d'un dispositif par voie bordant l'établissement et d'une surface de 2 m² permettant ainsi d'éviter la surenchère d'enseignes et de réduire l'impact paysager de ces dispositifs.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant sont autorisées en ZP3 en raison des configurations spécifiques des zones d'activités marquées par un éloignement du bâtiment de la voirie. En conséquence, les enseignes sur façade pouvant être peu visibles depuis la voie (éloignement du bâtiment, présence d'éléments pouvant masquer une partie de la façade), la commune a fait le choix d'autoriser ces enseignes en zones d'activités dans la limite d'une surface cumulée de 35 m² par établissement.

Les enseignes numériques sont limitées en nombre à un dispositif par activité et à une surface d'1 m² afin de limiter fortement les nuisances lumineuses qu'elles peuvent occasionner. Cette limitation en surface ne s'applique pas aux totems de station-service affichant les prix des carburants.

Les enseignes temporaires pour les opérations immobilières et les travaux publics sont limitées à une surface de 10,5 m². Plus de souplesse est laissée pour ces dispositifs en raison de leur caractère temporaire.

Plage d'extinction des enseignes lumineuses :

Afin d'assurer une cohérence, les enseignes lumineuses sont soumises à la même plage d'extinction que les publicités lumineuses à savoir 22h – 7h. A noter que cette plage d'extinction s'applique seulement aux activités qui ont cessé. Un établissement encore ouvert durant la plage d'extinction peut conserver ses enseignes lumineuses allumées jusqu'à une heure après la fermeture de l'activité et peut les allumer une heure avant l'ouverture. Cette plage d'extinction élargie permet de réduire la pollution lumineuse engendrée par les enseignes pouvant être nuisible pour les habitants, la faune et la flore.

Publicité et enseigne lumineuse à l'intérieur des vitrines :

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

Afin de limiter la pollution lumineuse et l'impact sur le cadre de vie de ces dispositifs numériques, la commune souhaite restreindre les enseignes et publicités numériques à l'intérieur des vitrines à un dispositif par établissement et à une surface d'1 m². Cela permet de maîtriser leur développement et d'autoriser des dispositifs avec un impact paysager limité.