

Département du Gard (30)

## Commune d'Alès

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

Version arrêtée du projet



## Sommaire

Introduction .....	3
<b>I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure</b>	<b>6</b>
1. La notion d'agglomération.....	6
2. La notion d'unité urbaine.....	7
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire .....	8
a) Les interdictions absolues .....	8
b) Les interdictions relatives .....	11
4. Les règles applicables au territoire .....	12
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes.....	12
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires .....	24
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes .....	25
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires	31
e) La réglementation locale .....	32
5. Régime des autorisations et déclarations préalables .....	35
6. Les compétences en matière de publicité extérieure .....	36
7. Les délais de mise en conformité .....	37
<b>II. Diagnostic du parc d'affichage .....</b>	<b>38</b>
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes .....	38
2. Les infractions relevées.....	43
3. Les caractéristiques des enseignes .....	46
4. Les infractions relevées.....	52
<b>III. Problématiques en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>55</b>
1. Le contexte paysager de la ville d'Alès .....	55
2. Les fondements paysagers.....	56
3. Les entités paysagères.....	57
4. La préservation des paysages à travers le RLP.....	59
5. Les problématiques à appréhender grâce à la révision du RLP.....	60
<b>IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure.....</b>	<b>61</b>



1. Les objectifs.....	51
2. Les orientations.....	61
<b>V. Justification des choix retenus .....</b>	<b>63</b>
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes .....	63
2. Les choix retenus en matière d'enseignes .....	67

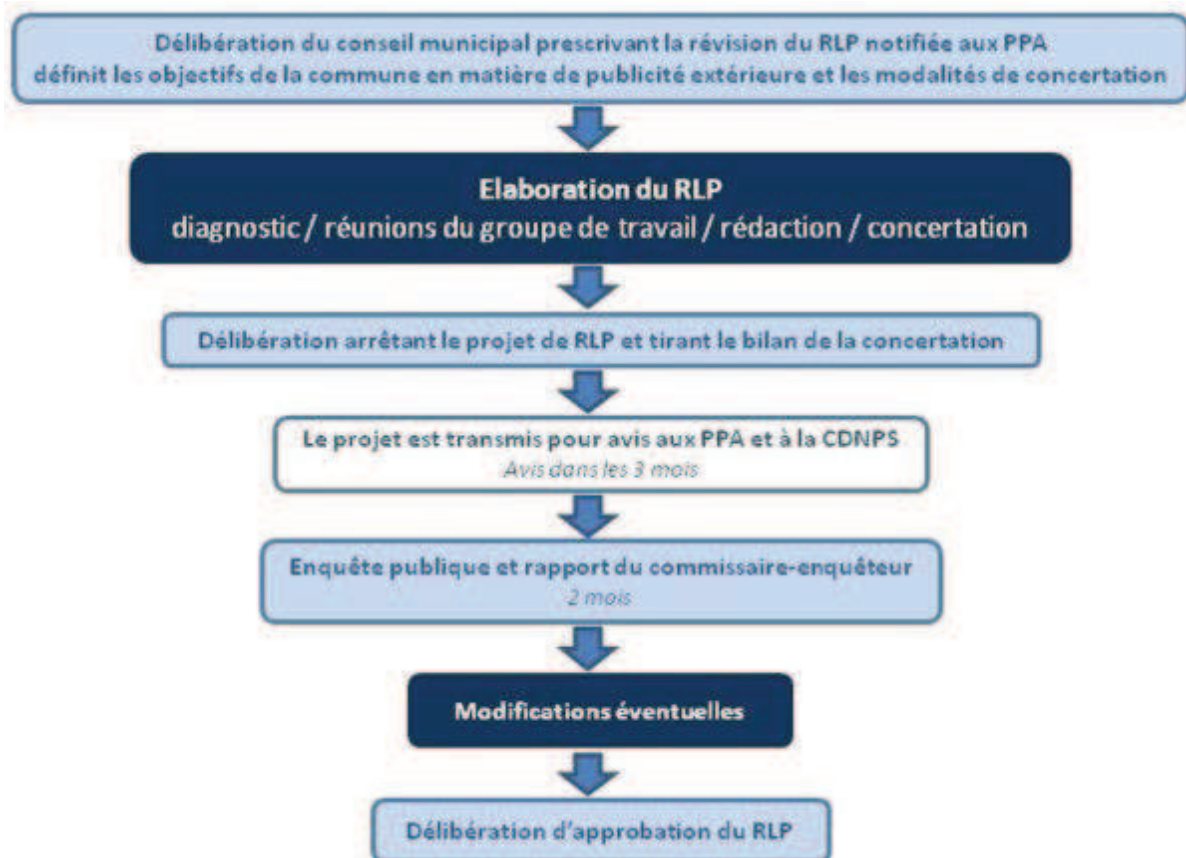
## Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise à concilier liberté d'expression<sup>1</sup> et 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.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979.

Parmi les évolutions de la réglementation issues de la loi ENE et de son décret, citons notamment :

- 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 ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.



Différentes phases de la procédure d'élaboration d'un RLP

La loi ENE a intégralement refondée les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés

<sup>1</sup> 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

ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies aux articles L.101-1 à L.103-3 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. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

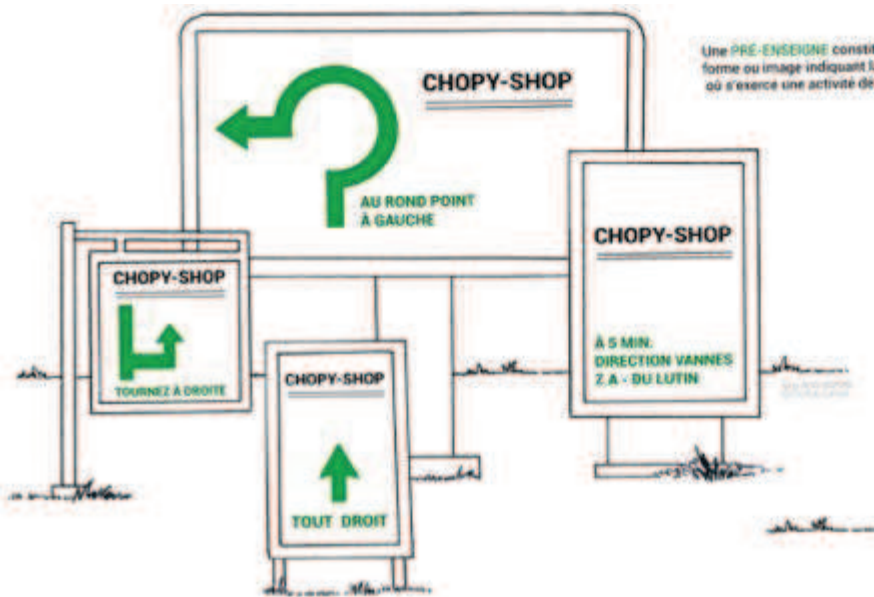
Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la 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 la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les préenseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le code de l'environnement.



Une **ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.  
(article L581-3-2° du code de l'environnement)



Une **PRÉ-ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

## I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

Considérée comme la « capitale » des Cévennes, la commune d'Alès est située dans le département du Gard, dans la région Occitanie. Elle compte 39 993 habitants<sup>2</sup>.

La commune est également le siège, depuis le 1er janvier 2017, d'une Communauté d'Agglomération : Alès Agglomération qui regroupe 73 communes et compte 131 906 habitants<sup>3</sup>.

### 1. La notion d'agglomération

Conformément à l'article R110-2 du code de la route, une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite<sup>4</sup>. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité<sup>5</sup>, elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

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,
- 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) relevant du code de la route.

---

<sup>2</sup> INSEE 2014.

<sup>3</sup> Cf. <http://www.alescevennes.fr/portal/portal/ac/ales-agglo/presentation-agglo/ales-agglo-en-bref>

<sup>4</sup> Article L581-7 du code de l'environnement

<sup>5</sup> Article L581-19 du code de l'environnement

## 2. La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme 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.

La commune d'Alès et les 22 communes alentours forment l'unité urbaine qui compte 94 622 habitants. Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes<sup>6</sup> entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

---

<sup>6</sup> Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral



### 3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

#### a) Les interdictions absolues<sup>7</sup>

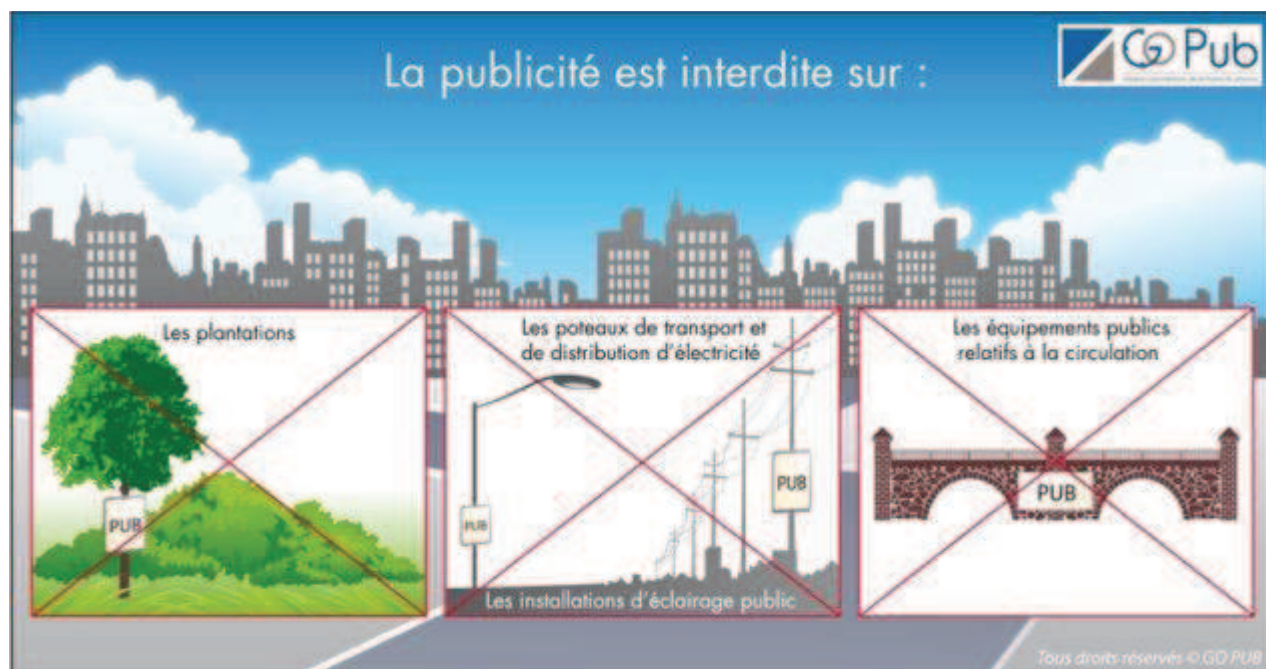
La publicité est interdite de manière absolue sur les monuments historiques classés ou inscrits dont l'ancien collège dite Caserne Thoiras inscrite depuis 1994, l'Hôtel de ville inscrit depuis 1963, le Fort Vauban inscrit depuis 1973, l'ancien palais épiscopal classé depuis 1964, la portion de l'Oppidum sur le lieudit l'Ermitage classé depuis 1980 et la Cathédrale Saint-Jean-Baptiste classée depuis 1914. Cette interdiction absolue s'étend également aux arbres. Cette interdiction absolue en matière de publicité extérieure ne permet aucune dérogation.



La publicité est également interdite :

<sup>7</sup> Article L581-4 du code de l'environnement

1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



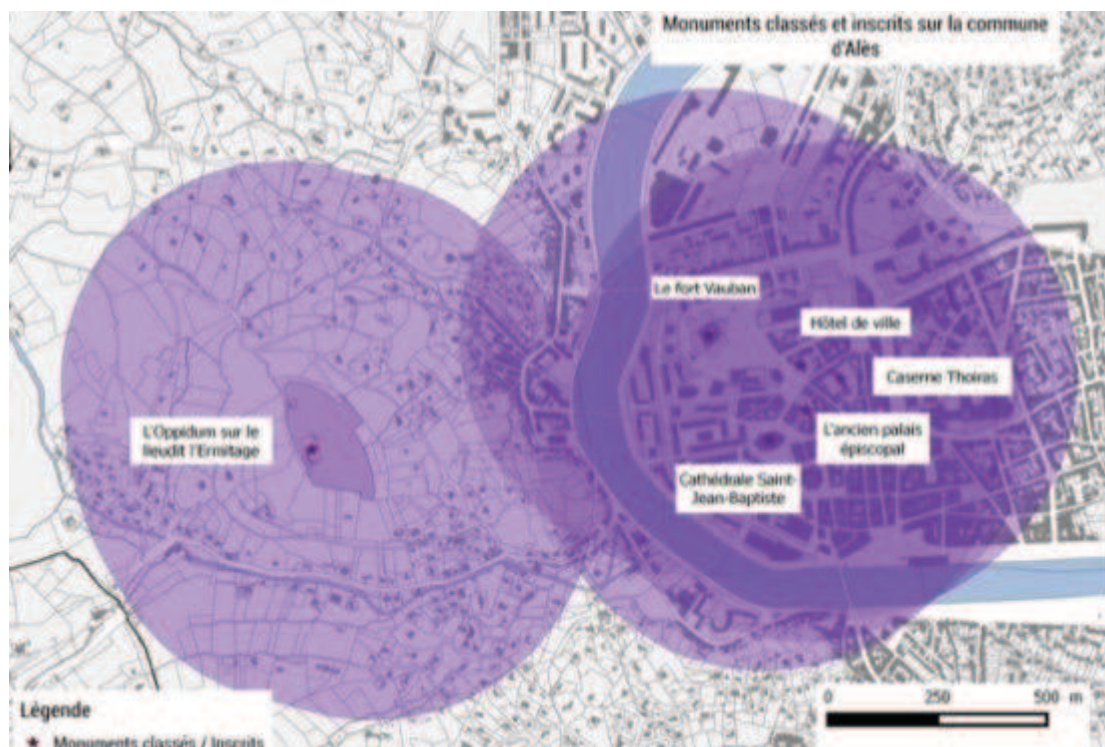
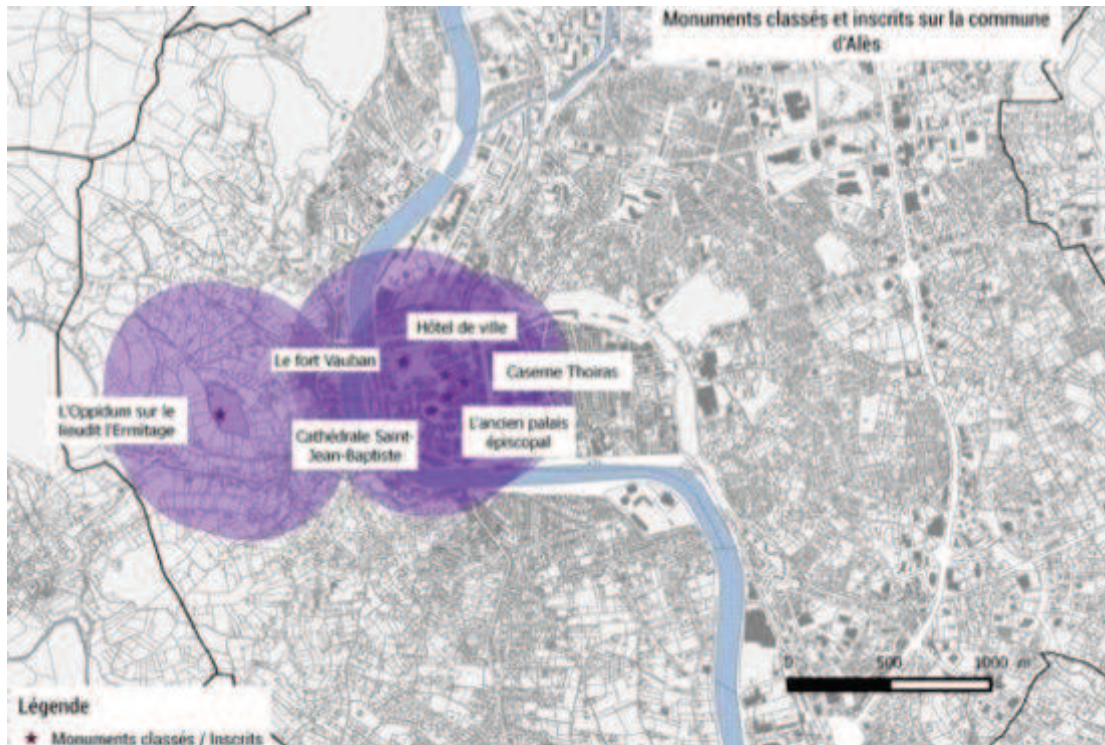
- 2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;
- 3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- 4° Sur les murs de cimetière et de jardin public<sup>8</sup>.



<sup>8</sup> Article R581-22 du code de l'environnement

## b) Les interdictions relatives<sup>9</sup>

La publicité est interdite de manière relative à moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits, c'est-à-dire la Caserne Thoiras, le Fort Vauban, l'ancien palais épiscopal, la portion de l'Oppidum sur le lieudit de l'Ermitage et la Cathédrale Saint-Jean-Baptiste.



<sup>9</sup> Article L581-8 du code de l'environnement

## 4. 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 plus de 10 000 habitants.

### a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes

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<sup>10</sup>.

#### Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>11</sup> applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.

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

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

II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

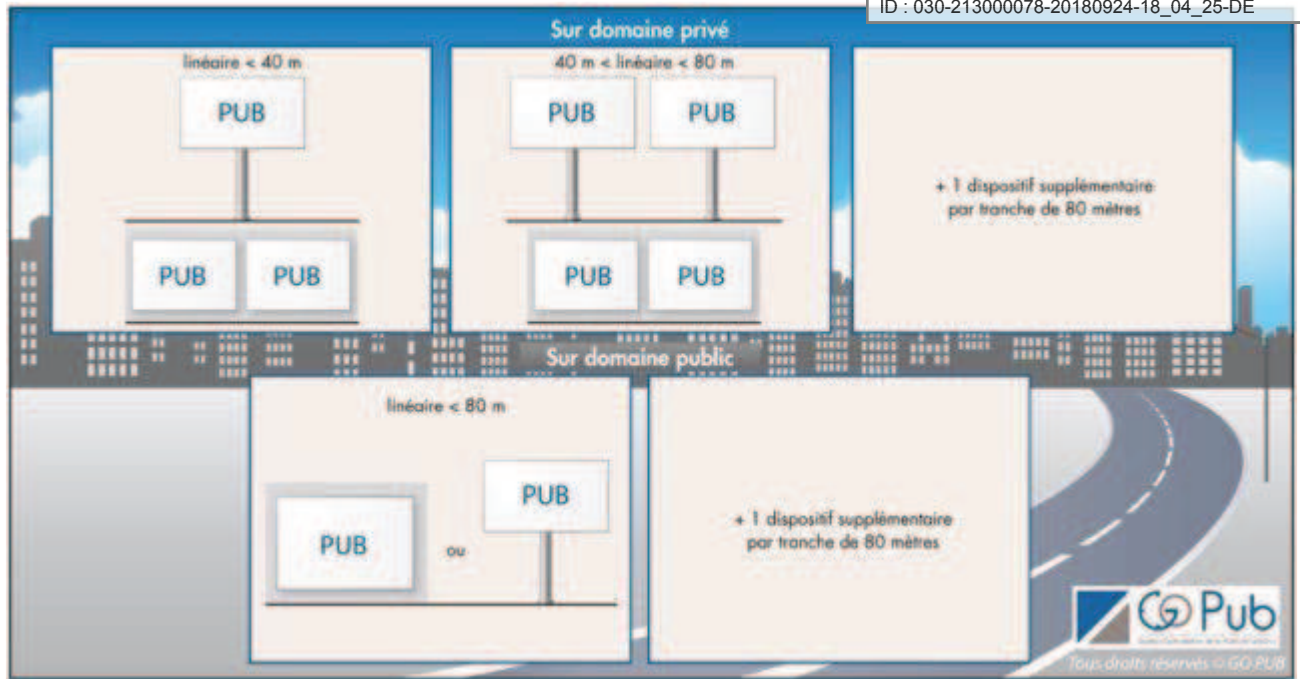
Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

---

<sup>10</sup> Article R581-24 du code de l'environnement

<sup>11</sup> Article R581-25 du code de l'environnement



### Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

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

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

### Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- dépasser les limites du mur qui la supporte,
- dépasser les limites de l'égout du toit,
- être apposée 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.

### Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

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

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

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



Carte issue du Rapport de Présentation du PLU d'Alès, approuvé en 2013, p.82

La ville d'Alès est notamment traversée par la RN 106 permettant de rejoindre Nîmes et le reste de la côte méditerranéenne. Bien qu'il s'agisse d'un axe structurant du territoire, la RN106 n'est pas classée « route express ».





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



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



## La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>12</sup>.

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.

Surface unitaire maximale  $\leq 8 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

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.



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

<sup>12</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade $\leq 20$ m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade $> 20$ m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale  $\leq 8$  m<sup>2</sup>

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6$  m

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>13</sup>, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m<sup>2</sup> ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

<sup>13</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour

## Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

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

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

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 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 ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

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



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ .
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques,	ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés ( $8 \text{ m}^2$ 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.

## La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;

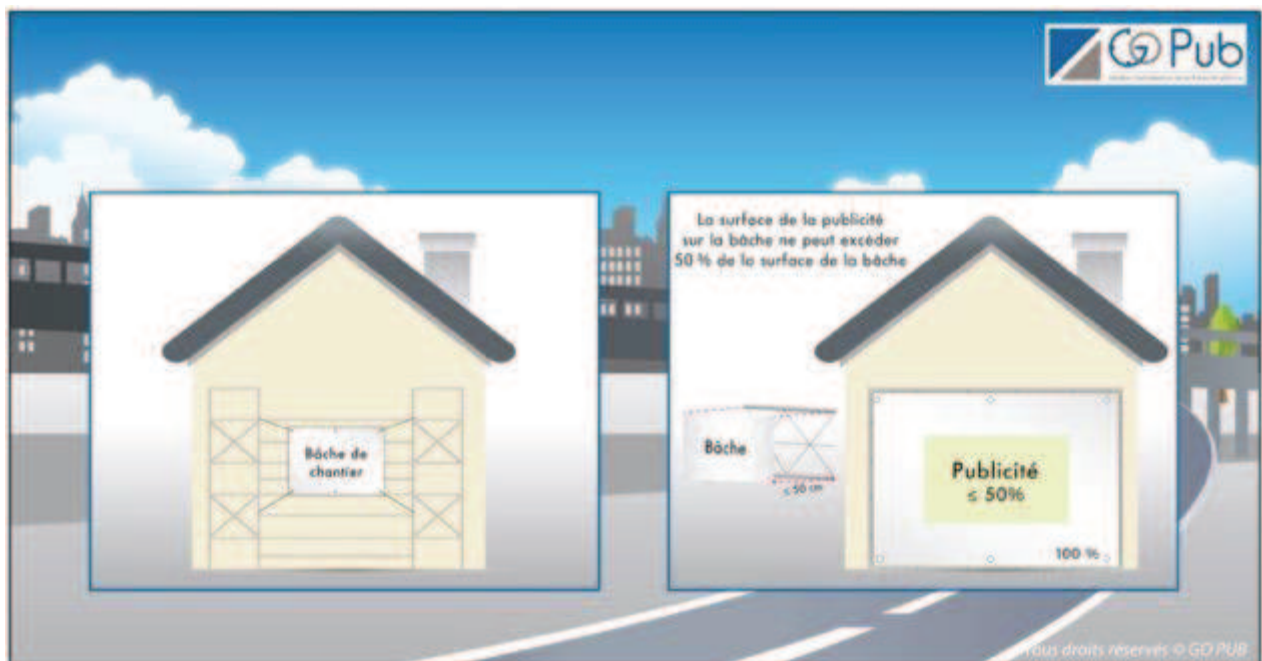
2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  50% de la surface de la bâche<sup>14</sup>



<sup>14</sup> L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est 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 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

### Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

### Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Les publicités sur les véhicules terrestres<sup>15</sup> ainsi que sur les eaux intérieures<sup>16</sup> sont également réglementées par le code de l'environnement.

<sup>15</sup> Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

<sup>16</sup> Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures



## b) 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 faisant pas partie d'une unité urbaine de plus 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

## c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

- constituée par des matériaux durables,
- maintenue en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- supprimée 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).

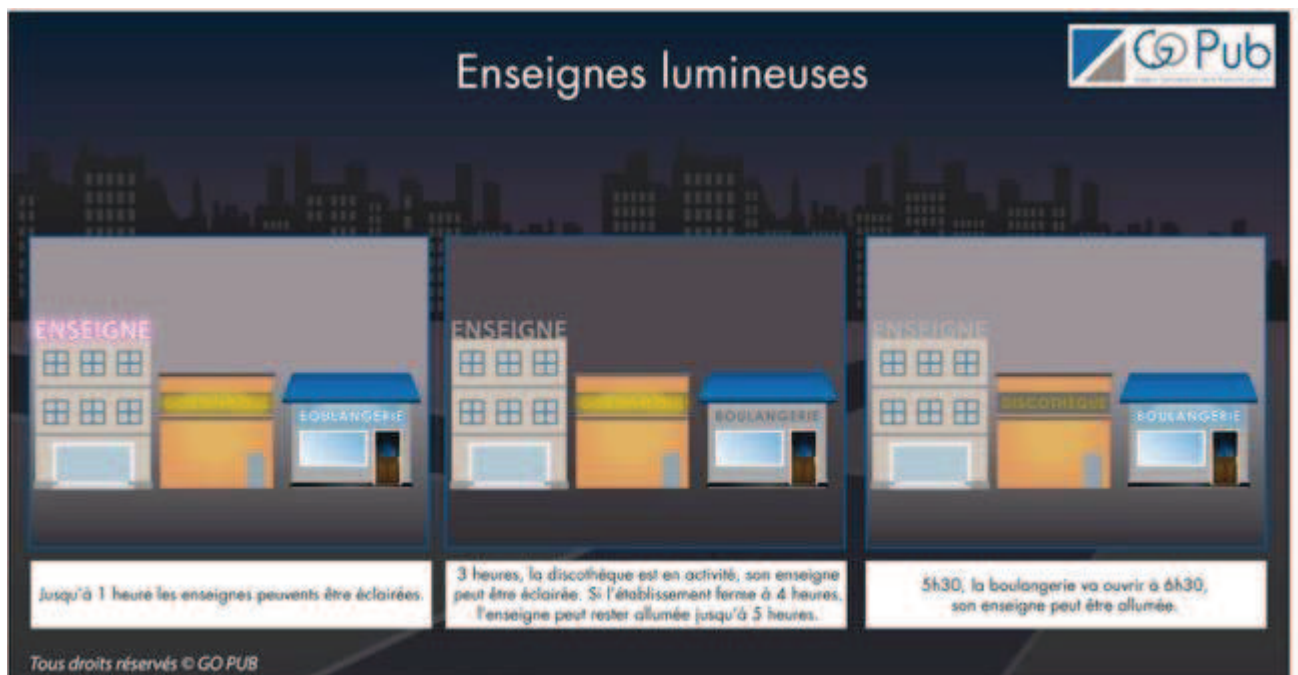
### Les enseignes lumineuses

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 ministériel<sup>17</sup>.

Elles sont éteintes<sup>18</sup> 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.



<sup>17</sup> Arrêté non publié à ce jour

<sup>18</sup> 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



## Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- dépasser la limite supérieure de ce mur,
- être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- constituer 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).



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

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 $\leq$ 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 cumulée<sup>19</sup> des enseignes sur toiture d'un même établissement  $\leq$  60 m<sup>2</sup>.

<sup>19</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



### Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée<sup>20</sup> 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 m<sup>2</sup>.

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.



<sup>20</sup> Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes, de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, 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.



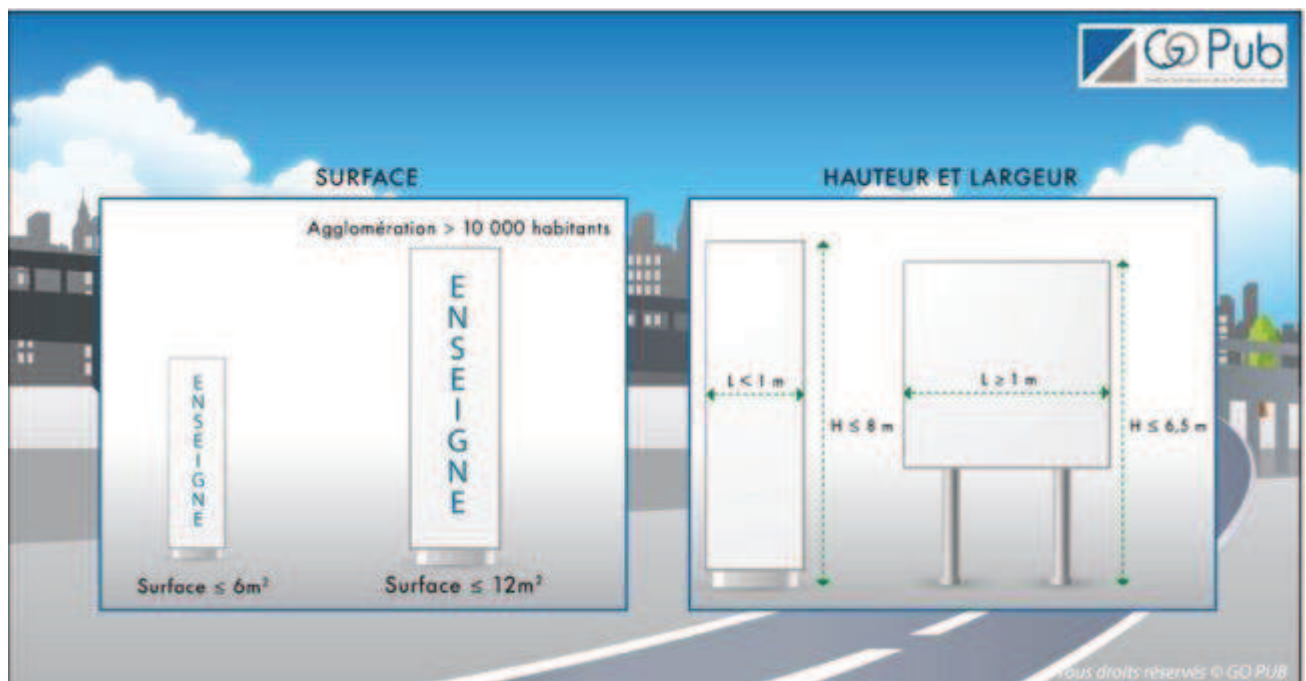
Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m<sup>2</sup>. Elle est portée à 12 m<sup>2</sup> 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.



## d) Les règles du code de l'environnement en matière d'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 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 éteintes<sup>21</sup> 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 ministériel<sup>22</sup>.

### Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie  $\leq 25$  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  $\leq 60$  m<sup>2</sup>

### 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  $\leq 12$  m<sup>2</sup> (si 2° alinéa)

<sup>21</sup> Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

<sup>22</sup> Arrêté non publié à ce jour



## e) La réglementation locale

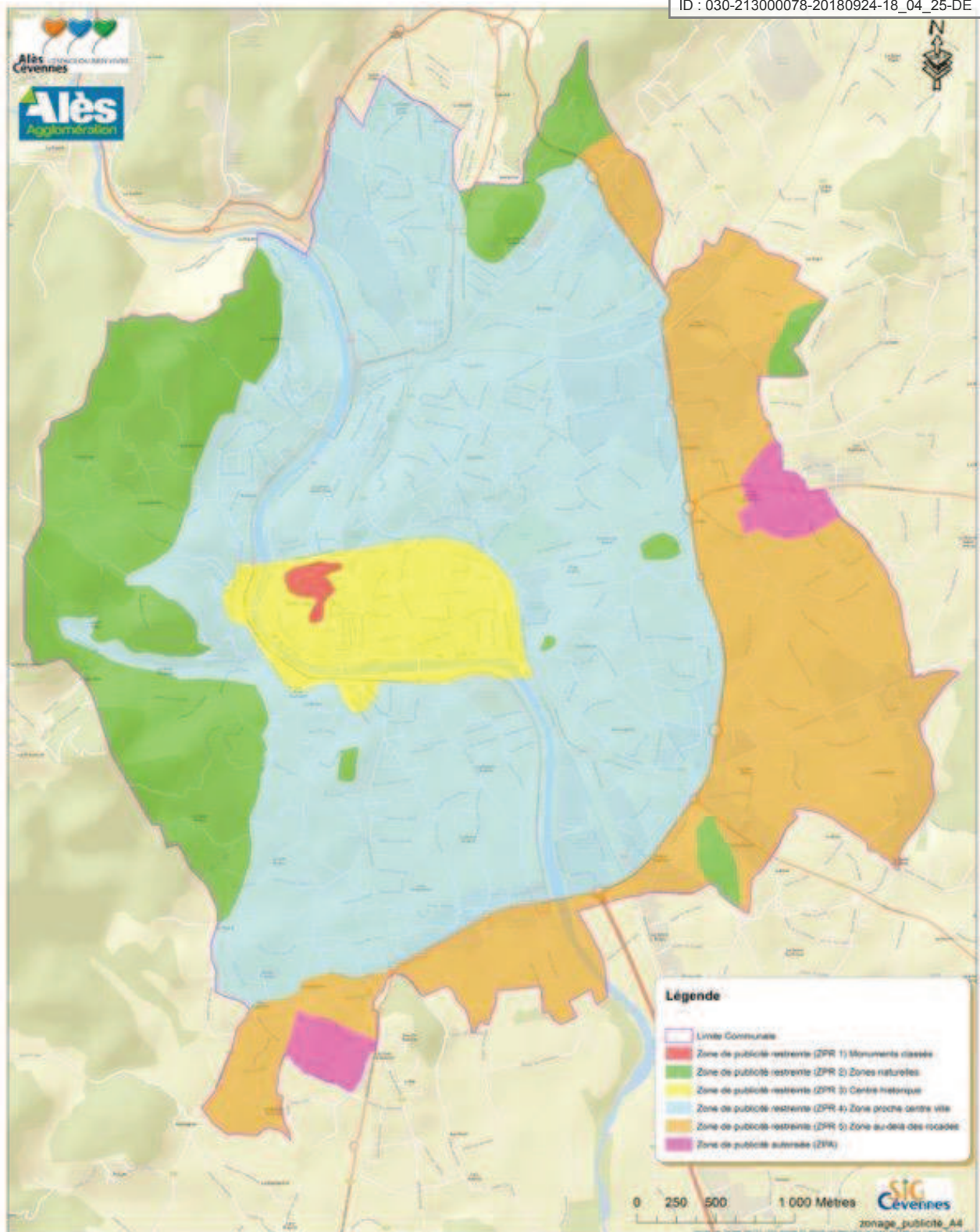
La commune d'Alès s'est dotée d'une réglementation spéciale sur la publicité depuis 1992. Cette réglementation locale a été révisée le 25 Mai 2000. C'est donc la réglementation qui s'applique à ce jour sur le territoire d'Alès. Le plan de zonage est adapté au territoire et comporte 6 zones distinctes dont 5 zones de publicités restreintes et une zone de publicité autorisée :

- La zone de publicité restreinte n°1 (ZPR1) : Elle couvre les abords des monuments classés ou inscrits à l'inventaire des monuments historiques. Elle comprend donc le quartier ancien de la ville d'Alès (**ZPR 1 en rouge sur le plan**).
- La zone de publicité restreinte n°2 (ZPR2) : Elle couvre les zones naturelle qui constituent des espaces boisés (**ZPR 2 en vert sur le plan**) et notamment :
  - Pierredon – Malaussel
  - Péruse
  - Montée de Silhol
  - Larnac
  - Haut Brésis
  - Trepeloup – Saint Germain – l'Ermitage
- La zone de publicité restreinte n°3 (ZPR3) couvre le centre historique de la ville (**ZPR 3 en jaune sur le plan**). Elle est définie par le secteur compris entre le faubourg d'auvergne, le quai Boissier de sauvages, le pont Resca, la passerelle Lenine, la rue du faubourg de Rochebelle, la rue notre dame, le quai Ferreol, le quai des Prés Rasclaux, la rue cavalerie, le chemin du bas Bresis, la rue Napoléon, la rue des jardins, la rue Fernand Pelloutier, l'avenue jules Guesde, le quai du gardon, l'avenue de la Gibertine, le boulevard Talabot, la place pierre Sémard, l'avenue général de gaulle, l'avenue du commandant Vialat, l'avenue de Lattre de Tassigny et le carrefour d'auvergne.
- La zone de publicité restreinte n°4 (ZPR4) : Elle couvre la zone proche du centre-ville (**ZPR 4 en bleu sur le plan**). Elle est comprise entre la zone de publicité restreinte n°3 et les limites NORD agglomérées de la Commune et les ROCADES exclues.
- La zone de publicité restreinte n°5 (ZPR5) : Elle couvre la zone au-delà des Rocades (**ZPR 5 en orange sur le plan**). Elle est comprise entre les ROCADES, le CHEMIN DE LA LUQUETTE et les limites agglomérées NORD, EST, SUD et OUEST de la Commune. Les rocades sont incluses dans la ZPR5.
- La zone de publicité autorisée (ZPA) : Elle est comprise entre les limites de l'agglomération et les limites de la commune à l'exclusion de la RN 106, RD 6, RD 981 et RN 110. (**ZPA en rose sur le plan**).

Pour l'ensemble de ces zones s'applique une réglementation spécifique. Ces règles s'appuient sur les enjeux des différents secteurs couverts par le RLP. Ces règles sont exposées dans le tableau récapitulatif ci-joint :

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	ZPR 5	ZPA
PUBLICITE	Dispositifs scellés au sol		Tout sauf	Tout sauf	Tout sauf	Idem

INTERDITE	ou panneaux muraux					
PUBLICITE AUTORISEE	Mobilier urbain	Interdit	Mobilier urbain panneaux muraux	Mobilier urbain dispositifs scellés au sol panneaux muraux	Mobilier urbain dispositifs scellés au sol Panneaux muraux	Idem
CONDITIONS DE MISE EN PLACE	Avis Commission d'Urbanisme Avis A.B.F + Convention avec Ville d'Alès		S = 8 m <sup>2</sup> H = 6 m 50 m Max linéaire Abris 2 m <sup>2</sup> maximum Mobilier urbain soumis aux mêmes règles qu'en ZPR1 dans zone de protection des monuments historiques	Scellés au sol panneaux fixes aux constructions	Idem	Idem
SURFACE ET HAUTEUR	Information municipale surface publicitaire abris max 2 m <sup>2</sup>		Muraux 8 m <sup>2</sup> S. mobilier urbain 8 m <sup>2</sup> En 2 m <sup>2</sup> abris H. mini 0,50 m H. maxi 7,50 m	Dispositifs scellés au sol 24 m <sup>2</sup> par 50 ml Muraux 12 m <sup>2</sup> par 50 ml Mob. Urbain 8 m <sup>2</sup> ou 2 m <sup>2</sup> abris Hauteur de 0,50 m à 6 m Scellés au sol 7,50 pignons	Dispositifs scellés au sol 48 m <sup>2</sup> par 50ml Muraux 24 m <sup>2</sup> pour 50 ml Idem pour le mobilier urbain	
IMPLANTATION	Surface Mobilier urbain		Superposition interdite 50% max de la surface de l'immeuble Interdiction ronds-points 50 m entrée et sortie	24 m <sup>2</sup> max. si recto verso S. max 50% de la S. pignons Interdiction ronds-points 125 m entrée et 100 m sortie	Superposition interdite recto-verso 24 m <sup>2</sup> max. A 5 ml du DP interdiction ronds-points 125 m entrée et 100 m sortie	Idem
ASPECT GENERAL	Harmonie avec mobilier urbain					



La loi Grenelle II a supprimé les zones de publicité restreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national ».

## 5. Régime des autorisations et déclarations préalables

### 1) l'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

### 2) la déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

## 6. 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	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

## 7. 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 dispositifs en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous :

	Infractions au Code de l'environnement	Infractions au RLP
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	<p>Mise en conformité immédiate pour les infractions qui existaient déjà dans la réglementation de 1979 (ancienne réglementation de la publicité extérieure)</p> <p>OU</p> <p>Mise en conformité pour le 1<sup>er</sup> Juillet 2018 dans le cas des « nouvelles » infractions instaurées par la réglementation de 2012.</p>	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

## II. Diagnostic du parc d'affichage

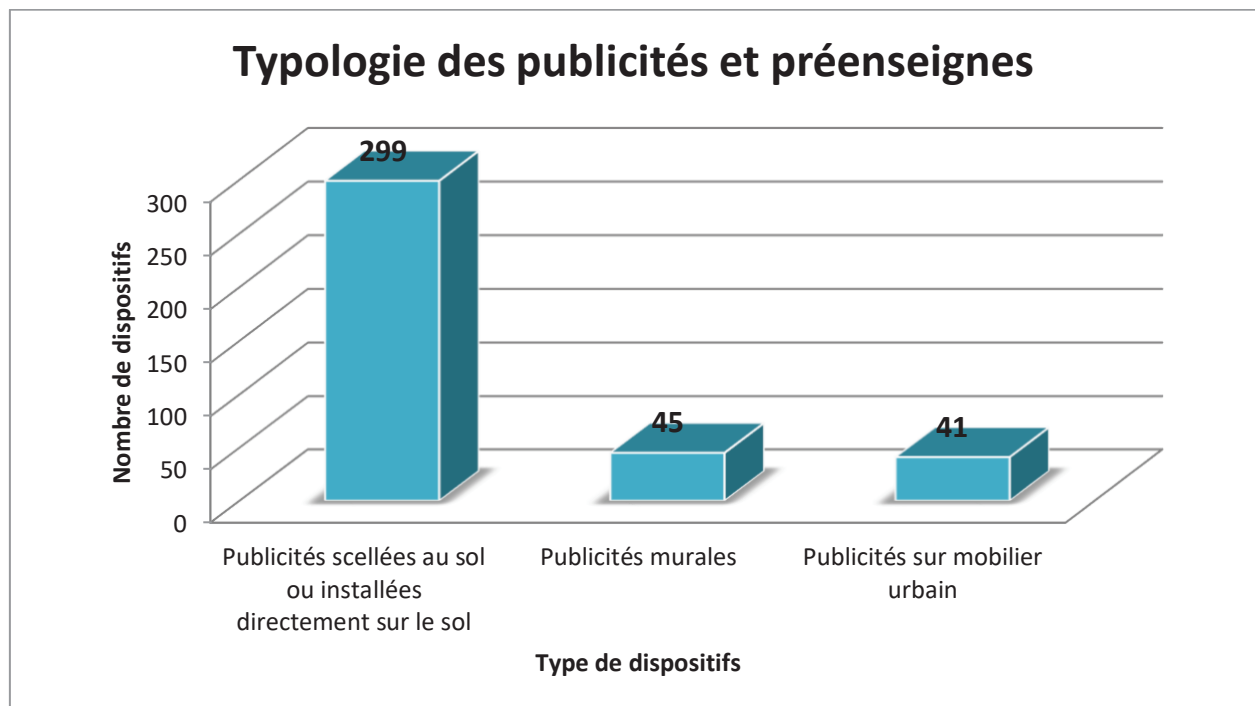
Un inventaire partiel sur des secteurs représentatifs (cent-ville, et D60) des publicités, enseignes et préenseignes situées à Alès a été effectué en juin et juillet 2016. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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

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

### 1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

385 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total environ 2 631 m<sup>2</sup> de surface d'affichage.



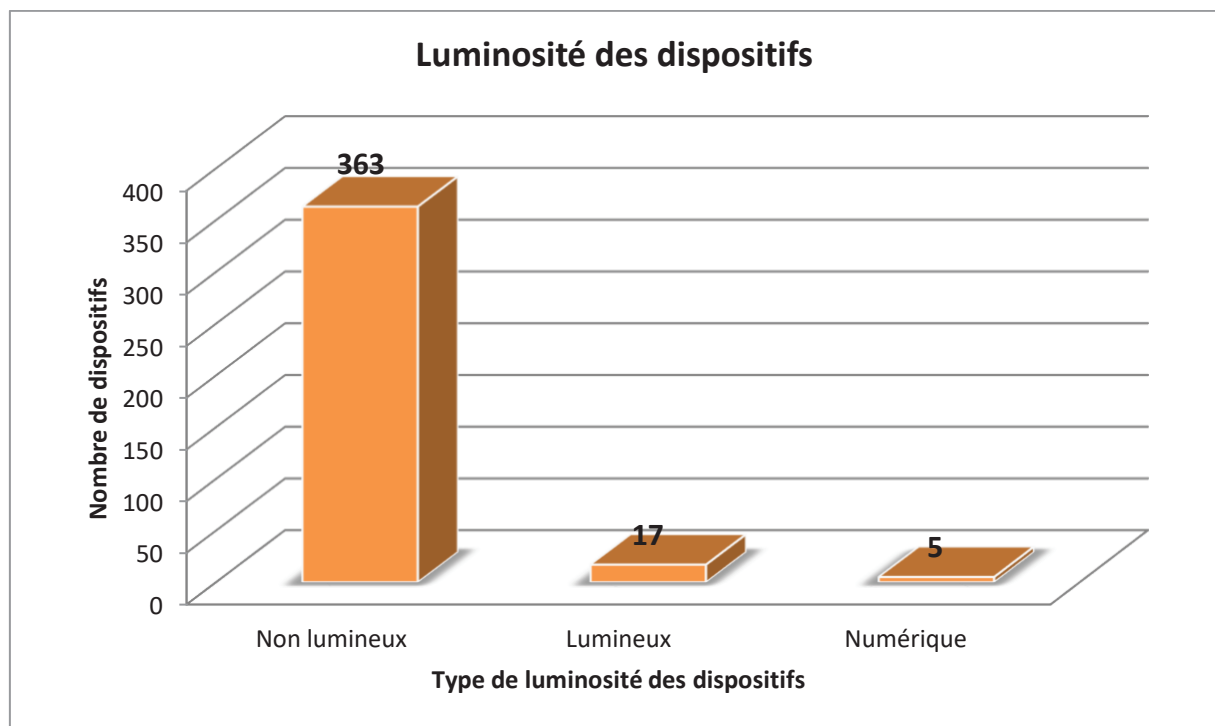
Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes d'Alès en fonction de leur typologie.

La majorité des dispositifs recensés sur le territoire communal sont des publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (299 dispositifs). Elles représentent environ 78% des dispositifs implantés sur Alès. Il s'agit de dispositifs qui

impactent fortement le paysage du fait de leurs caractéristiques et leur surface souvent imposante.

Les publicités apposées sur mur ou sur clôture représentent la seconde catégorie de dispositifs la plus présente sur la commune d'Alès (45 dispositifs). Elles représentent 12% des dispositifs recensés. Sur les 45 dispositifs apposés sur mur ou clôture inventoriés, 35 dispositifs sont apposés sur clôture. Malgré des dispositifs s'intégrant mieux au paysage, la présence importante de dispositifs apposés sur clôture (85% des dispositifs relevant de cette catégorie) accroît l'impact de ces dispositifs.

Enfin, 41 publicités sur mobilier urbain sont présentes à Alès, il s'agit notamment d'abris bus et de dispositifs destinés à recevoir des informations non publicitaires (planimètres, etc.).

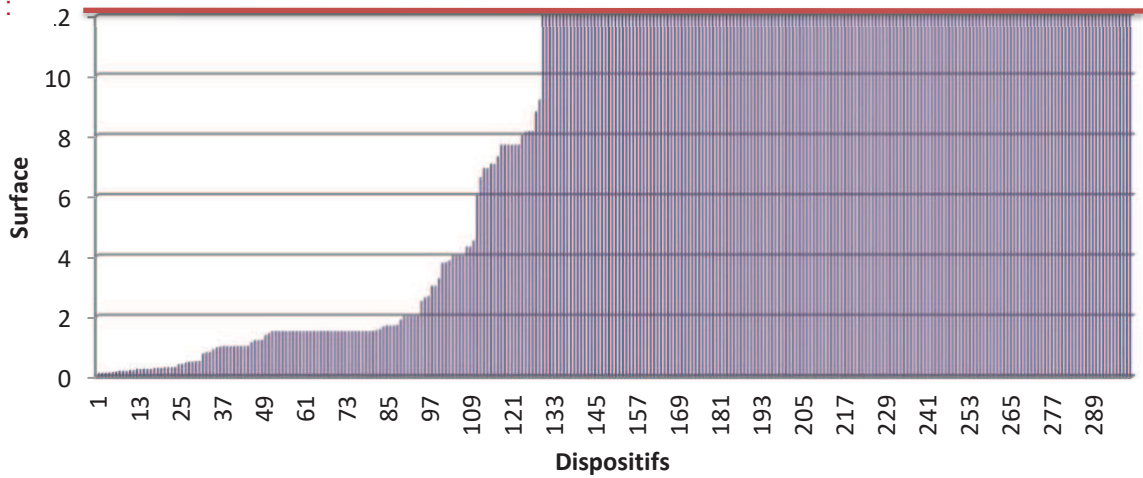


La commune d'Alès compte un peu moins de 6% de dispositifs lumineux sur son territoire dont 17 dispositifs éclairés par projection ou par transparence. Il s'agit de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons (caisson lumineux, panneaux vitrines etc.). Les publicités éclairées par projection ou par transparence sont soumises aux mêmes règles que les publicités non lumineuses. Les 5 dispositifs restants sont des publicités numériques. Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national du fait de leur impact aussi bien sur le paysage diurne que nocturne.



Limite maximale  
 fixée par le code de  
 l'environnement :  
 12m<sup>2</sup>

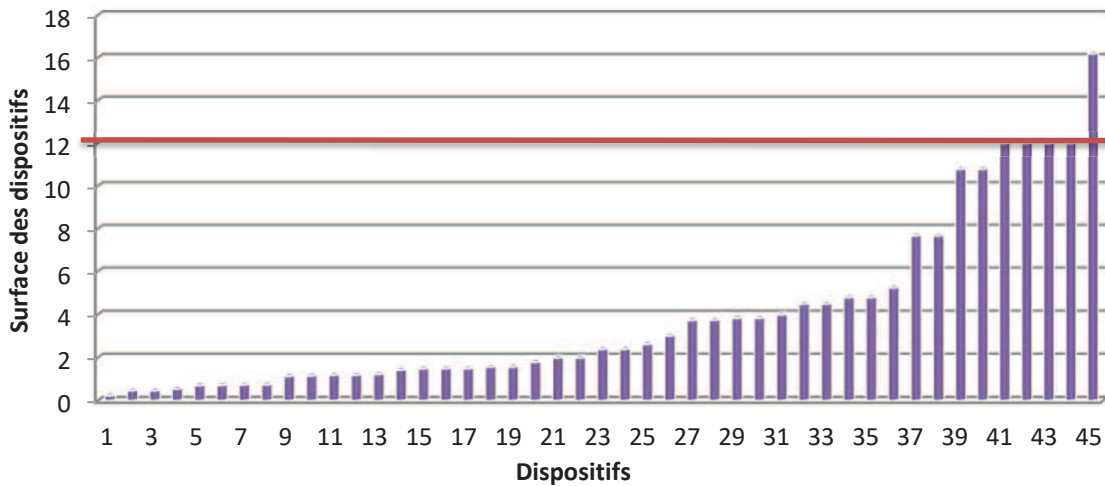
### Surface des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



Sur les 299 publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol recensées lors de l'inventaire, 171 sont égales à 12m<sup>2</sup>. Aucune de ces publicités n'a de surface supérieure à 12m<sup>2</sup>, cependant les perspectives paysagères du territoire sont donc fortement impactées du fait des surfaces imposantes de ces dispositifs. Ces dispositifs sont d'ailleurs particulièrement présents le long de la rocade Est, marquée par des zones commerciales et industrielles.

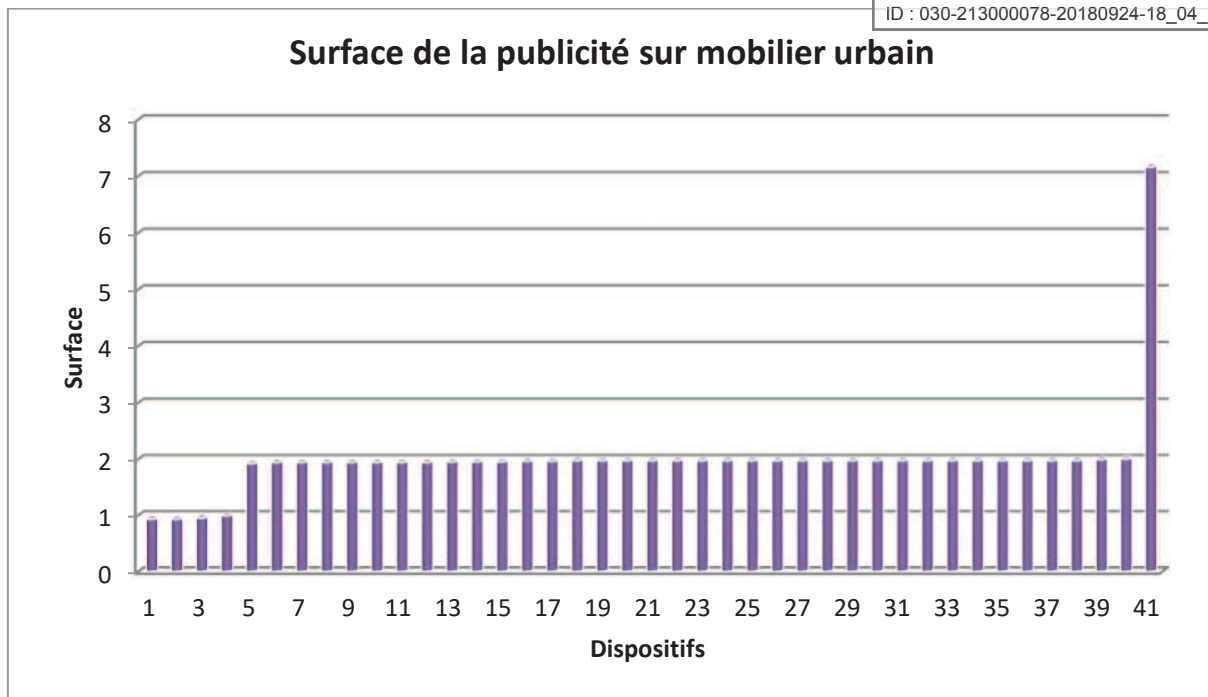
Limite maximale  
 fixée par le code de  
 l'environnement  
 : 12m<sup>2</sup>

### Surface des publicités et préenseignes murales



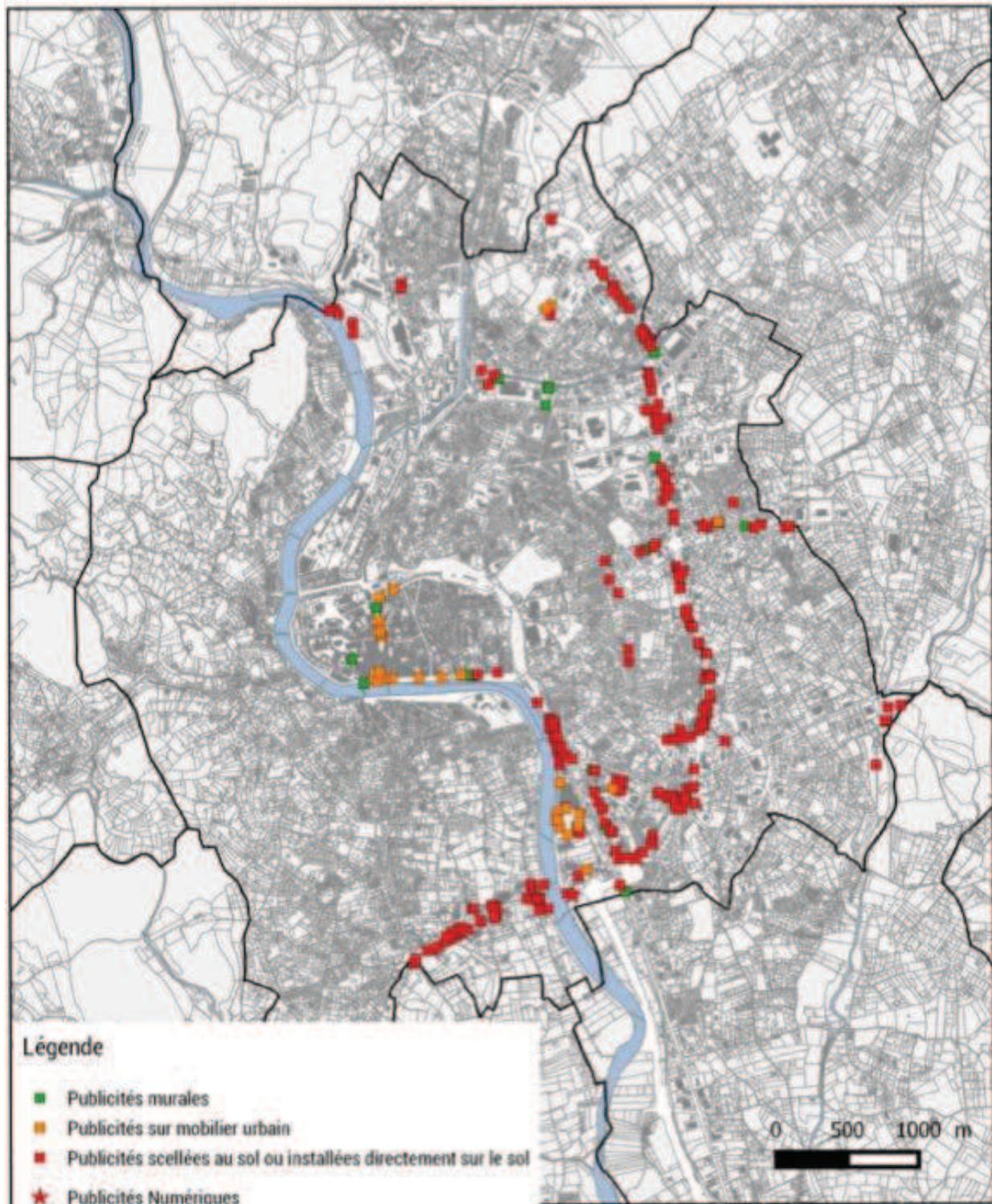
Comme pour les publicités apposées sur mur ou clôture, la surface maximale autorisée par le code de l'environnement est de 12m<sup>2</sup><sup>23</sup>, une des publicités murales excède cette surface (environ 16m<sup>2</sup>). Pour le reste des dispositifs, 38 des 45 dispositifs recensés ont une surface inférieure à 8m<sup>2</sup>. Des surfaces moins imposantes pour ces dispositifs permettent de mieux les intégrer aux paysages de la commune.

<sup>23</sup> Article R.581-26 du code de l'environnement



La plupart des dispositifs sur mobilier urbain sont apposés sur des abris destinés au public ou du mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires (planimètre, etc.). Le code de l’environnement fixe pour les abris destinés au public une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> avec possibilité d’ajouter 2 m<sup>2</sup> de surface d’affichage par tranche entière de 4,5 m<sup>2</sup> de surface abritée au sol. Pour le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires, la surface est portée à 12m<sup>2</sup>. En l’espèce, les surfaces ne dépassent pas 2m<sup>2</sup> pour les abris bus et environ 7m<sup>2</sup> pour le mobilier d’information.

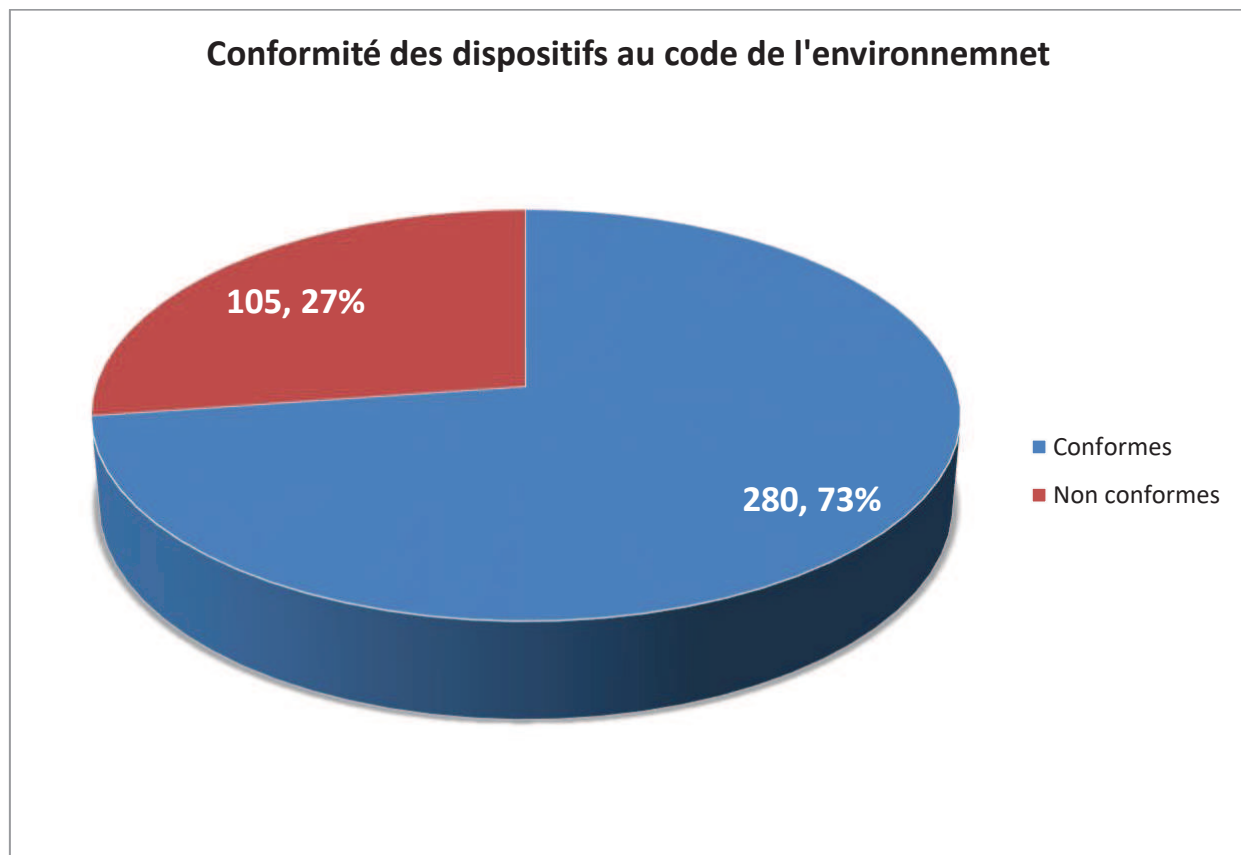
## Localisation des publicités et préenseignes sur la ville d'Alès



La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal. On note la présence importante des dispositifs publicitaires scellés au sol le long de la Rocade-Est permettant de desservir notamment l'ensemble des zones d'activités présentes sur la ville d'Alès. En centre-ville, les publicités et préenseignes recensées sont essentiellement des publicités murales et/ou des publicités apposées sur mobilier urbain (abris destinés au public, mobilier d'information, etc.).

## 2. Les infractions relevées

Le diagnostic des publicités et préenseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'infractions au code de l'environnement et au RLP.



On constate que 105 dispositifs sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 27% des dispositifs relevés. Les principales problématiques concernent les publicités apposées à moins de 50 cm du sol<sup>24</sup> et le non-respect de la règle de densité<sup>25</sup>.

Sur les 105 dispositifs non conformes en 2016, on relève 117 infractions. Certains dispositifs sont l'objet de plusieurs infractions.

Plus de 73% des infractions concernent les infractions suivantes :

- Les publicités apposées à moins de 50 cm du sol qui représentent 26 dispositifs soit 22% des infractions ;
- Le non-respect de la règle de densité publicitaire (voir illustration page précédente). Cela repose sur un trop grand nombre de publicités et préenseignes installées sur une même unité foncière qui représentent 22 dispositifs soit 19% des infractions ;
- Les publicités apposées sur des murs ou des clôtures non aveugles<sup>26</sup> qui représentent 21 dispositifs soit 18% des infractions ;

<sup>24</sup> Article R.581-27 du code de l'environnement

<sup>25</sup> Article R.581-25 du code de l'environnement

<sup>26</sup> Article R581-22 du code de l'environnement

- Et les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées à moins de la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété<sup>27</sup> dite « règle H/2 » qui représentent 17 dispositifs soit 14% des infractions ;

On relève également :

- 9 dispositifs publicitaires apposés sur les plantations, poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public et sur les équipements publics concernant la circulation routière<sup>28</sup> ;
- 6 publicités apposées sur mur dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit<sup>29</sup> ;
- 5 publicités en mauvais état d'entretien<sup>30</sup> ;
- 4 dispositifs publicitaires apposé sur mobilier urbain et ne respectant pas la règle des surfaces maximales imposées<sup>31</sup> ;
- 3 publicités supérieures à 6 m de hauteur<sup>32</sup> ;
- 2 dispositifs publicitaires apposées sur toute ou partie d'une baie<sup>33</sup> ;
- 2 publicités excèdent la surface maximale autorisée de 12 m<sup>2</sup><sup>34</sup> ;

Finalement, les infractions identifiées à Alès en matière de publicité concernent pour l'essentiel les publicités apposées à moins de 50 cm du sol, la règle de densité, les publicités apposées sur des murs ou des clôtures non aveugles et la règle du H/2. L'application stricte de celle-ci permettra une amélioration importante des paysages de la commune et de valoriser les perspectives paysagères de celle-ci.

---

<sup>27</sup> Article R581-33 du code de l'environnement

<sup>28</sup> Article R.581-22 du code de l'environnement

<sup>29</sup> Article R.581-27 du code de l'environnement

<sup>30</sup> Article R.581-24 du code de l'environnement

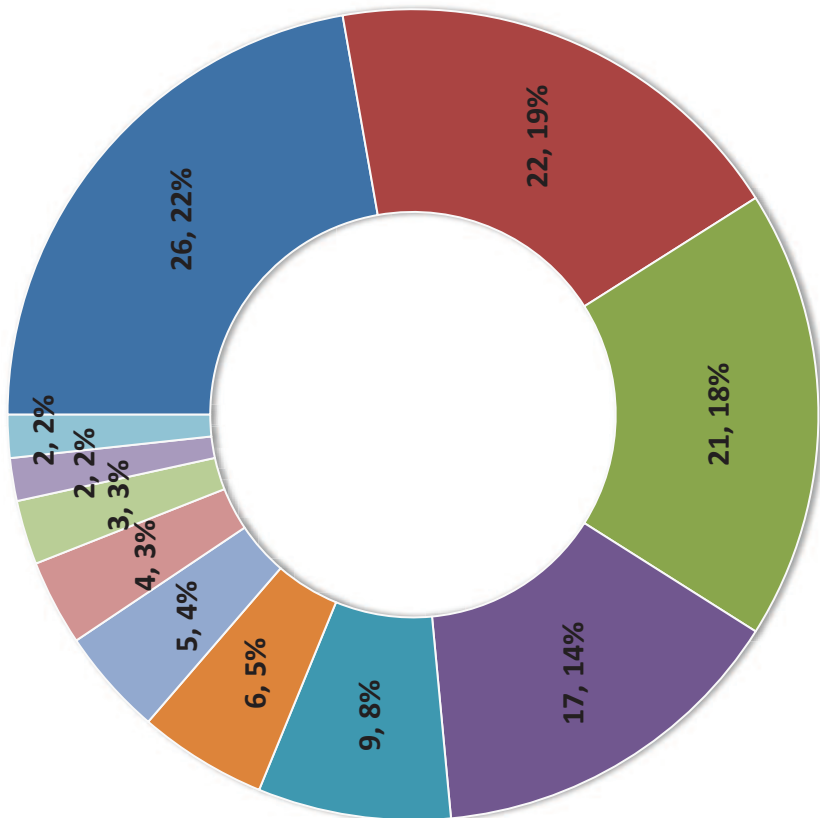
<sup>31</sup> Article R.581-43 du code de l'environnement

<sup>32</sup> Article R.581-32 du code de l'environnement

<sup>33</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement

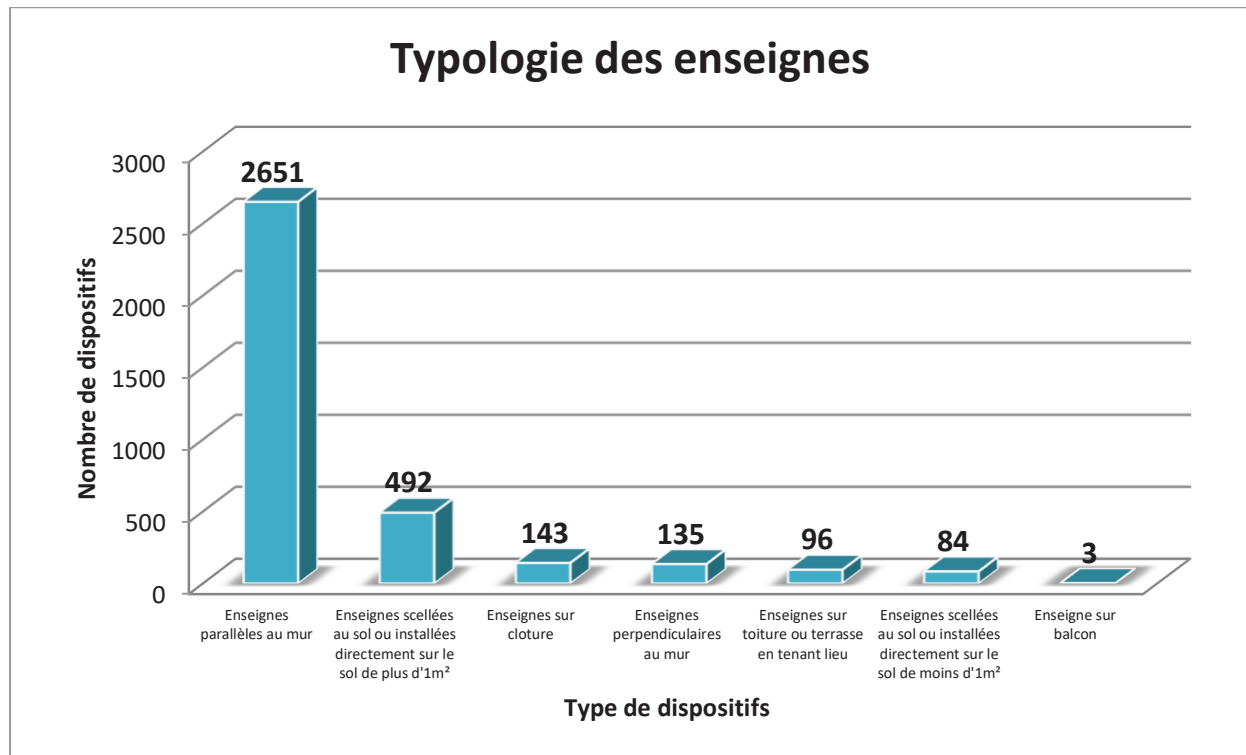
<sup>34</sup> Article R.581-26 et R.581-32 du code de l'environnement

- Publicité apposée à moins de 50cm du sol Art.R.581-27
- Non-respect de la règle de densité Art. R. 581-25
- Publicité interdite sur mur non aveugle Art.R581-22
- Publicité installée à moins de H/2 d'une limite séparative Art. R.581-33
- Publicité interdite sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public et sur les équipements publics concernant la circulation routière Art. R.581-22
- Publicité dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit Art.R.581-27
- Mauvais état d'entretien Art. R.581-24
- Les abris peuvent supporter des publicités d'une surface maximal de 2m<sup>2</sup>, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2m<sup>2</sup>, plus 2m<sup>2</sup> par tranche entière de 4,5m<sup>2</sup> Art. R.581-43
- Hauteur supérieure à 6m Art. R.581-32
- Publicité interdite sur toute ou partie d'une baie Art.L.581-8
- Surface supérieure à 12m<sup>2</sup> Art. R.581-26



### 3. Les caractéristiques des enseignes

3604 enseignes ont été recensées sur le territoire communal signalant diverses activités au sein du territoire de la ville d'Alès.

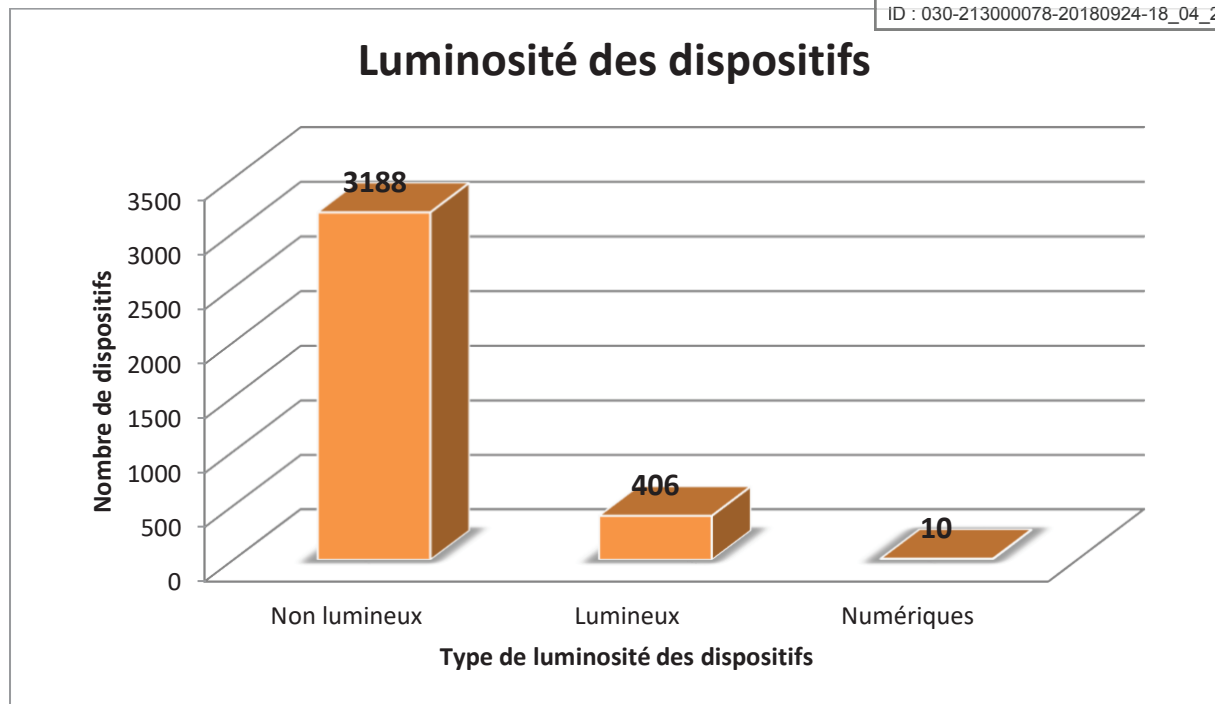


Près de 74% des enseignes recensées à Alès sont des enseignes parallèles apposées sur un mur support. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (tout confondu) représentent la seconde catégorie d'enseignes la plus répandue. Elles représentent 15% des enseignes recensées. Elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation notamment pour les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'1m<sup>2</sup> dont le nombre par activités n'est pas réglementé par le code de l'environnement. On les retrouve communément sur les zones d'activités.

Les enseignes sur clôture (en particulier sur clôture non aveugle) représentent la troisième catégorie d'enseigne la plus recensée sur le territoire d'Alès. De même, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu comptent pour moins de 3% du total des enseignes. Une attention particulière pourra être portée aux enseignes sur clôture afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ces dispositifs sont également très présents en zones d'activités.

Les enseignes perpendiculaires au mur ont globalement des surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes, bien qu'elles soient nettement moins nombreuses sur le territoire communal avec 2%.



Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles soient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

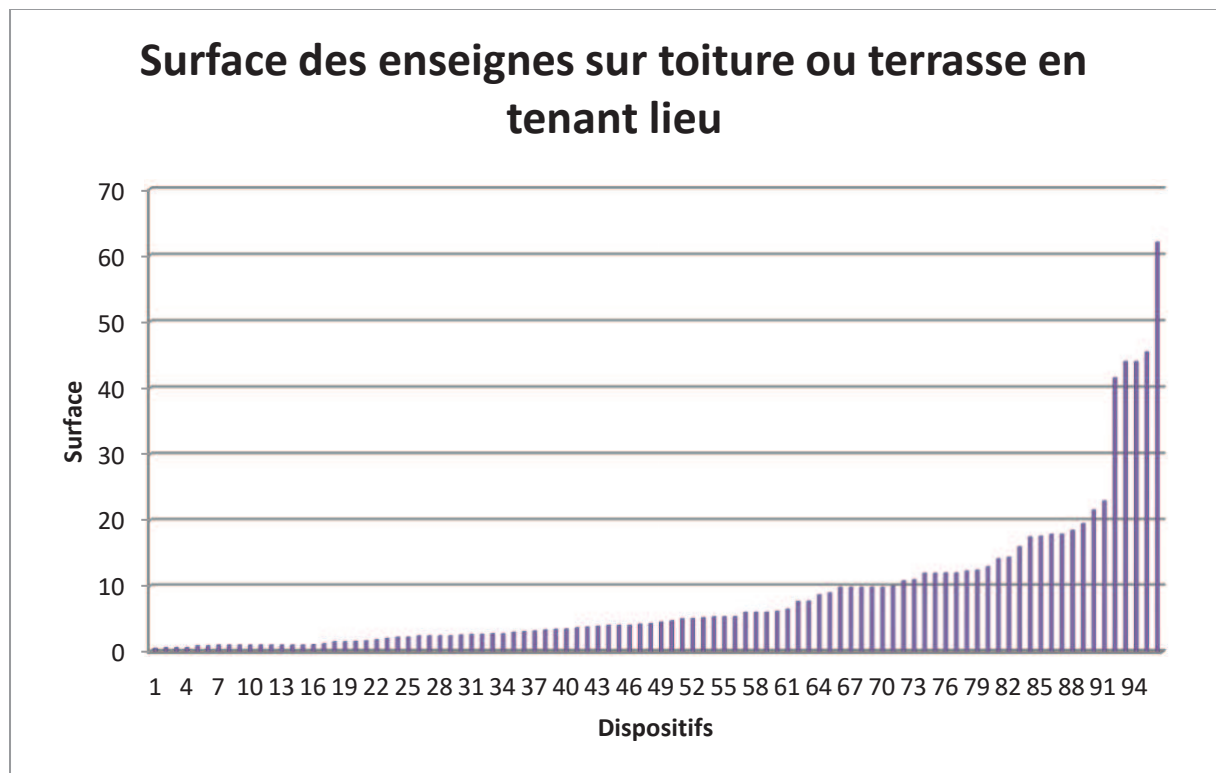
Les enseignes lumineuses représentent environ 11% des enseignes recensées. Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.

10 enseignes numériques ont été localisées sur le territoire communal. 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. Comme pour les publicités et préenseignes numériques, elles devront faire l'objet d'une réflexion afin d'amoindrir leur impact sur l'environnement urbain.

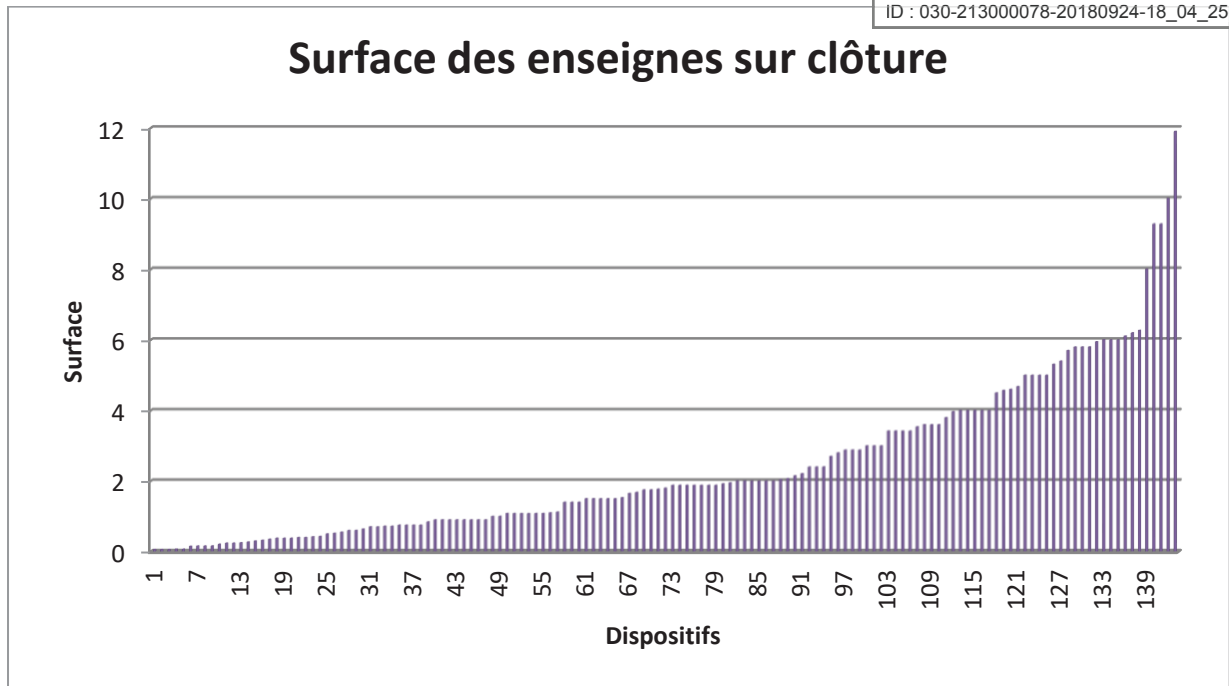


Paliers Enseignes parallèles	$\leq 4\text{m}^2$	$> 4\text{m}^2$ et $\leq 7\text{m}^2$	$> 7\text{m}^2$ et $\leq 12\text{m}^2$	$> 12\text{m}^2$	Nombre total d'enseignes
Totaux	2004	279	214	154	2651

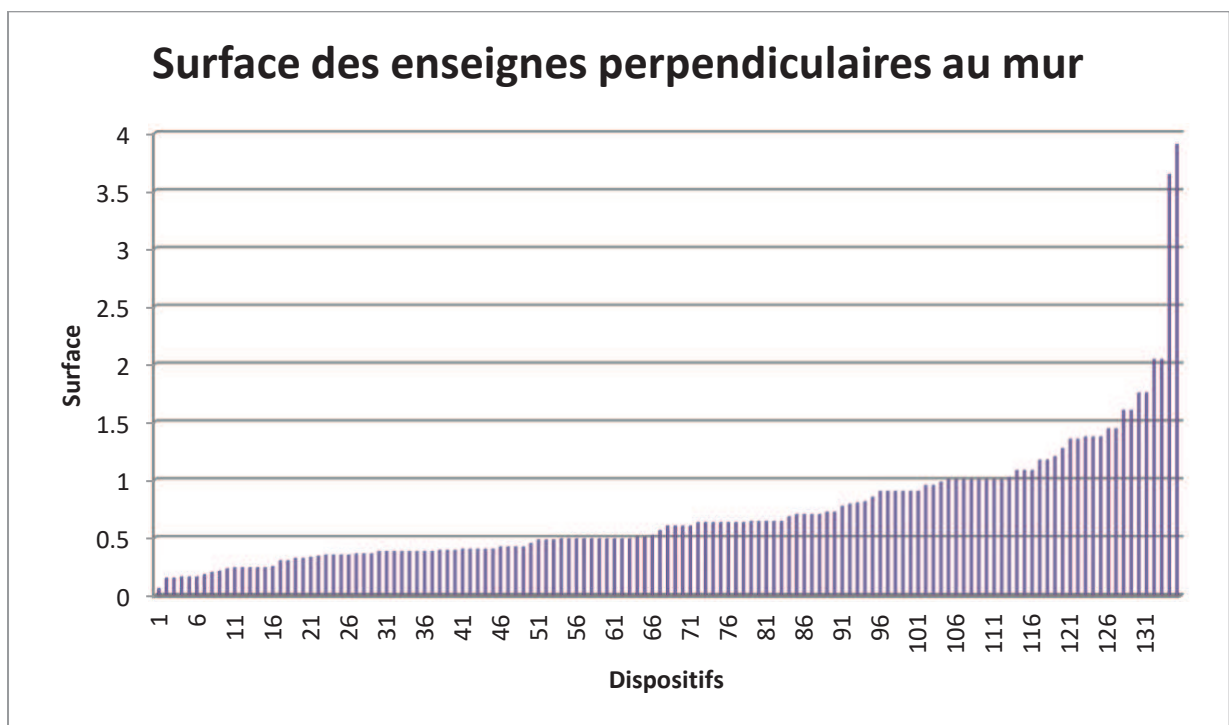
Pour les enseignes parallèles au mur, on observe que la grande majorité (76%) se situe en deçà du seuil de 4 m<sup>2</sup> de surface. L'impact de ces dispositifs de petits formats apposés sur mur est relativement moindre sur les paysages, mais leur multiplication peut venir altérer le cadre de vie urbain. Le reste des dispositifs oscille entre 7 m<sup>2</sup> et environ 60 m<sup>2</sup> (4% des enseignes ont une surface supérieure à 12 m<sup>2</sup>) et ont un impact très conséquent sur l'environnement urbain et les perspectives paysagères de la ville.



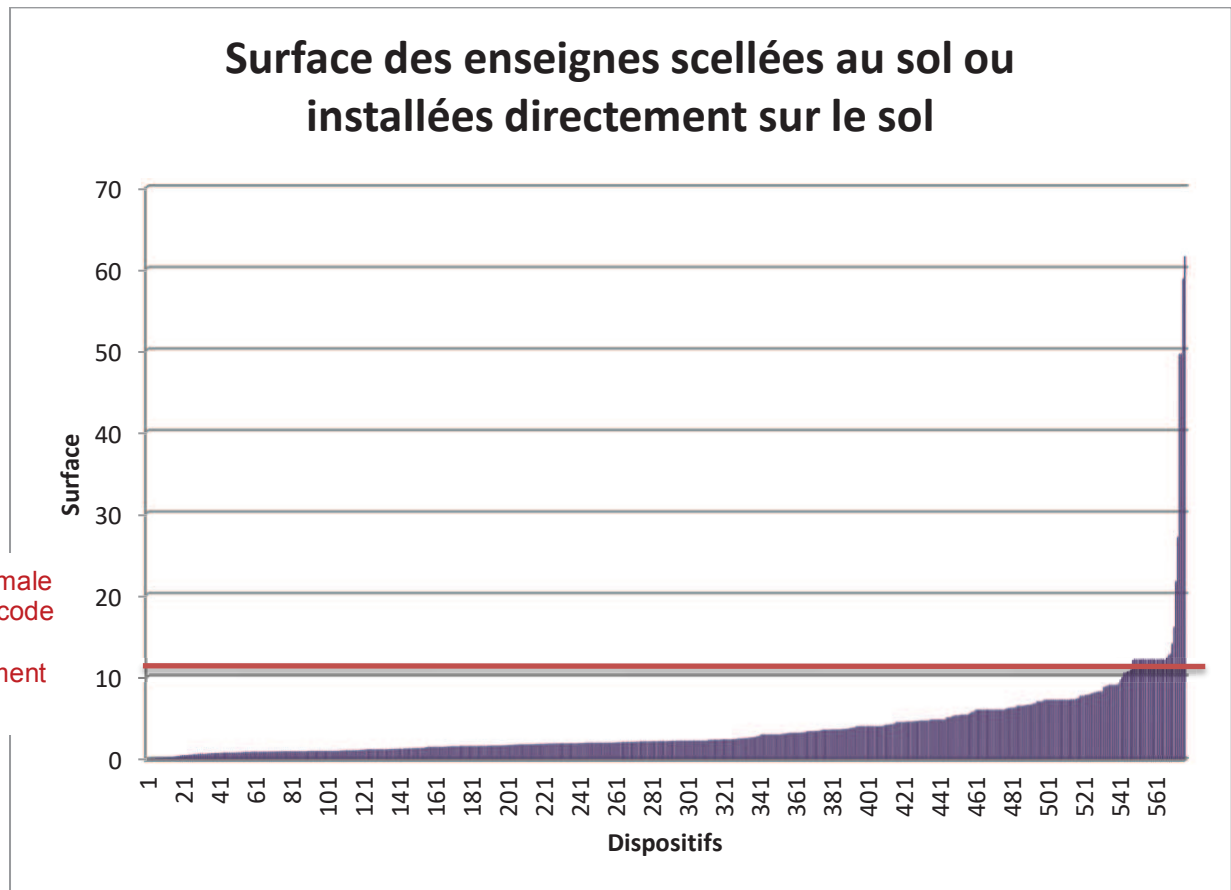
La majorité des enseignes sur toiture ont une surface ne dépassant pas 12 m<sup>2</sup> (environ 63%). Le reste des enseignes sur toiture ont des formats allant jusqu'à environ 62m<sup>2</sup> pour une enseigne de grande surface. Ces dispositifs sont particulièrement impactant pour le paysage.



Aucune enseigne sur clôture ne dépasse 12 m<sup>2</sup> de surface. Pour ce type d'enseigne, le code de l'environnement n'indique pas de surface maximale. Bien que la majorité des dispositifs apposés sur clôture ne dépasse pas 4m<sup>2</sup> de surface (81%), ces dispositifs sont particulièrement impactant notamment lorsqu'ils sont apposés sur des clôtures non aveugles.

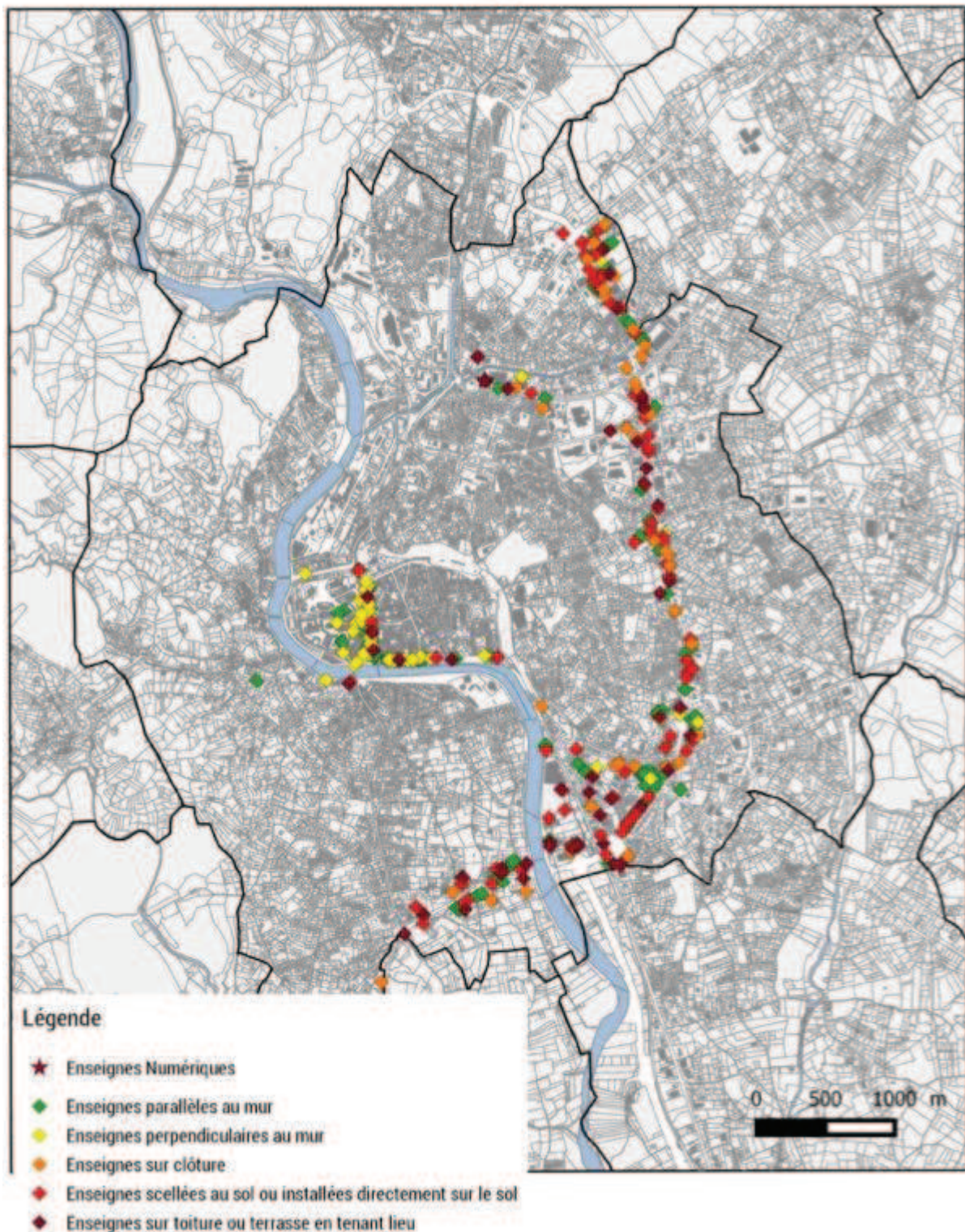


Du fait de leurs caractéristiques, les enseignes perpendiculaires au mur ont généralement des surfaces assez faibles. Seul 17% (23 dispositifs) des enseignes perpendiculaires au mur dépasse 1m<sup>2</sup> de surface.



Environ 86% des enseignes mesurent 7 m<sup>2</sup> ou moins. Les enseignes de surface importante ont un impact important sur le paysage. 12% des enseignes ont une surface comprise entre 7m<sup>2</sup> et 12m<sup>2</sup>. On notera que 2% (soit une dizaine de dispositifs) des enseignes font plus de 12 m<sup>2</sup>. En effet, 6 d'entre elles mesurent entre 21 et 61m<sup>2</sup>, il s'agit d'enseignes appartenant à la grande distribution.

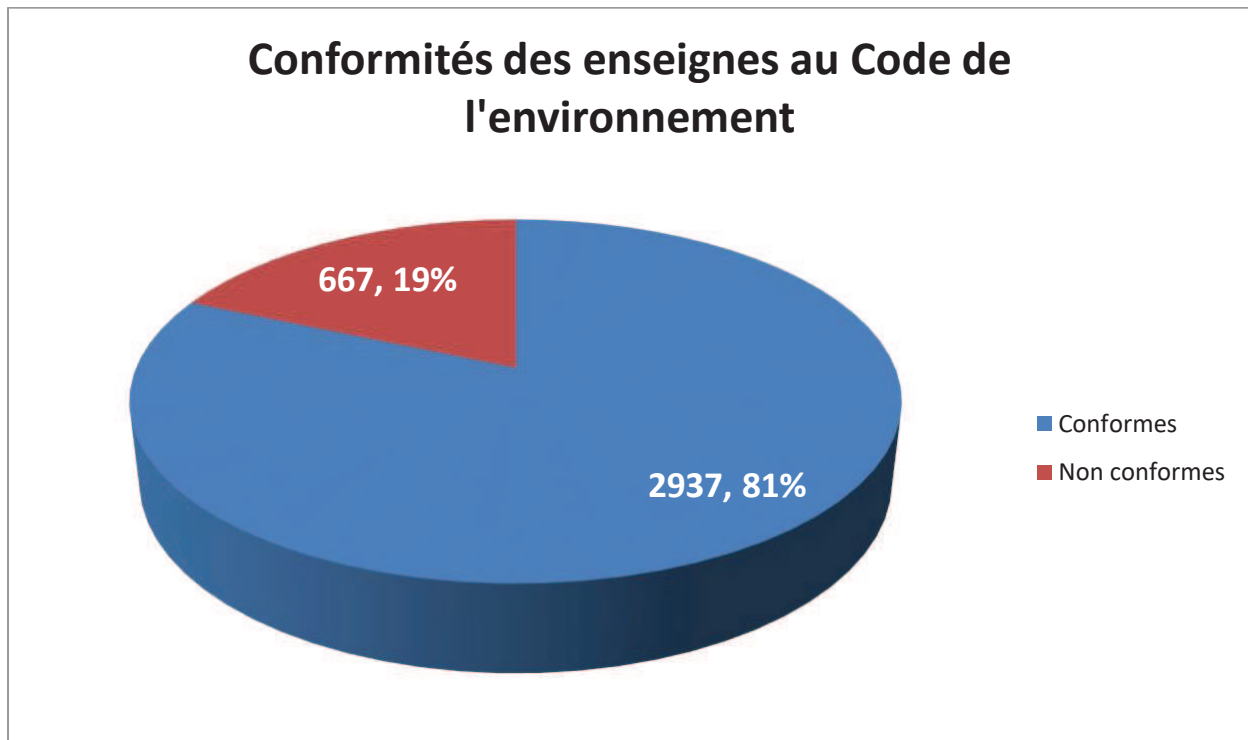
## Localisation des enseignes sur la ville d'Alès



La cartographie ci-dessus, montre la localisation des enseignes principalement regroupées le long de la Rode-Rocade-Est, dans les zones d'activités avec notamment une prééminence des enseignes sur toiture, des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol et des enseignes sur clôture. Les enseignes perpendiculaires sont quant à elles plus implantées en centre-ville alors que les enseignes parallèles sont présentes de manière globale sur l'ensemble du territoire.

#### 4. Les infractions relevées

Le diagnostic des enseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'enseignes non conformes au code de l'environnement.



On constate que 667 enseignes sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 19% des enseignes d'Alès.

Plusieurs enseignes sont en infraction à plusieurs articles du code de l'environnement, c'est pourquoi on relève au total 726 dispositifs en infraction. La principale infraction concerne la présence de plusieurs enseignes scellées au sol ou installées sur le sol de plus d'1m<sup>2</sup> par voie bordant l'activité qu'elles signalent<sup>35</sup>.

Pour certaines infractions relatives à des enseignes installées avant le 1er juillet 2012, le délai de mise en conformité court jusqu'au 1er juillet 2018. Il s'agit notamment :

- de la surface maximale des enseignes sur toiture (60 m<sup>2</sup>) ;
- de la surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (15% ou 25%) ;
- du nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant l'activité ;
- de la surface maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants limitée à 12 m<sup>2</sup> ;
- des règles concernant les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.

Sur les 726 infractions, on relève 366 enseignes scellées ou installées directement sur le sol dont le nombre est supérieure à un le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique où s'exerce l'activité signalée. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux sur des mâts, les totems et parfois les panneaux « 4 par 3 ».

<sup>35</sup> Article R.581-64 du code de l'environnement

On constate également que 150 dispositifs parallèles au mur dépassent des limites de ce mur ou de l'égout du toit<sup>36</sup>

Plusieurs activités ont une façade "saturée" d'enseignes et ne respectent pas le seuil de 15% d'enseignes en façade (ou 25% dans le cas de façade commerciale < 50 m<sup>2</sup>)<sup>37</sup>. 81 enseignes sont concernées par cette règle.

Outre ces infractions qui représentent à elles seules, 78% des infractions de la commune d'Alès, on recense également les infractions suivantes :

- La présence de 63 enseignes sur toiture réalisées sans lettres découpées ou sans dissimuler leurs fixations<sup>38</sup> :
- 47 enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'une surface supérieure à 12m<sup>2</sup><sup>39</sup> :
- 31 dispositifs en mauvais état d'entretien<sup>40</sup> :
- 9 enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'une hauteur supérieure à 6,5m ou 8m de haut<sup>41</sup> :
- 6 dispositifs implantés à moins de la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété<sup>42</sup> :
- Une enseigne sur toiture supérieure à 60m<sup>2</sup><sup>43</sup>, une enseigne perpendiculaire apposée devant un balcon<sup>44</sup> et une enseigne dépassant le garde-corps d'un balcon<sup>45</sup> :

---

<sup>36</sup> Article R.581-60 et R.581-61 du code de l'environnement

<sup>37</sup> L'article R581-63 du code de l'environnement précise que si la surface commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>, la surface cumulée peut être portée à 25% de la surface totale de cette façade.

<sup>38</sup> Article R.581-62 du code de l'environnement

<sup>39</sup> Article R.581-65 du code de l'environnement

<sup>40</sup> Article R.581-58 du code de l'environnement

<sup>41</sup> Article R.581-65 du code de l'environnement

<sup>42</sup> Article R.581-64 du code de l'environnement

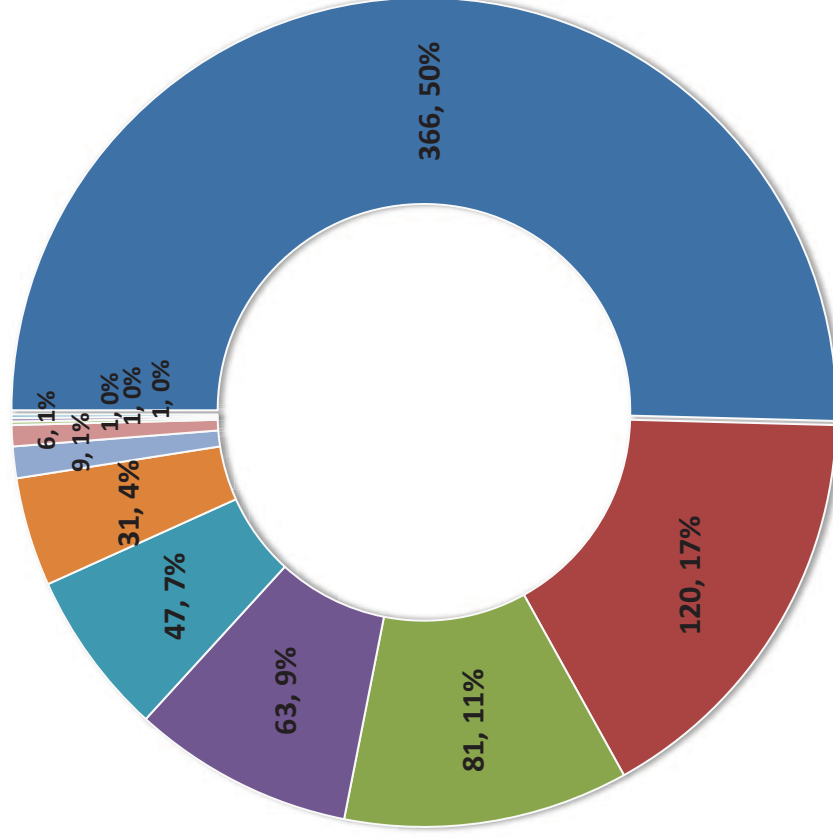
<sup>43</sup> Article R. 581-62 du code de l'environnement

<sup>44</sup> Article R.581-61 du code de l'environnement

<sup>45</sup> Article R.581-60 du code de l'environnement

## Infractions des enseignes au Code de l'environnement

- Enseigne scellée au sol de plus d'1m<sup>2</sup> limitée à une par voie bordant l'activité Art. R.581-64
- Enseigne dépassant des limites ud mur ou de l'égout du toit Art. R.281-60 et R.581-61
- Surface cumulée des enseignes excédant 25% ou 15% de la façade commercial Art. R.581-63
- Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées ou sans dissimulée les fixations Art. R.581-62
- Enseigne scellée au sol d'une surface supérieure à 12m<sup>2</sup> Art. R.581-65
- Enseigne en mauvais état d'entretien Art. R.581-58
- Enseigne scellée au sol d'une hauteur supérieure à 8m ou 6,5m Art. R.581-65
- Non respect de la règle H/2 par une enseigne scellée au sol Art. R.581-64
- Enseigne sur toiture supérieure à 60m<sup>2</sup> Art. R.581-62
- Enseigne perpendiculaire apposée devant un balcon (interdit) Art. R.581-61
- Enseigne dépassant le garde-corps d'un balcon Art. R.581-60

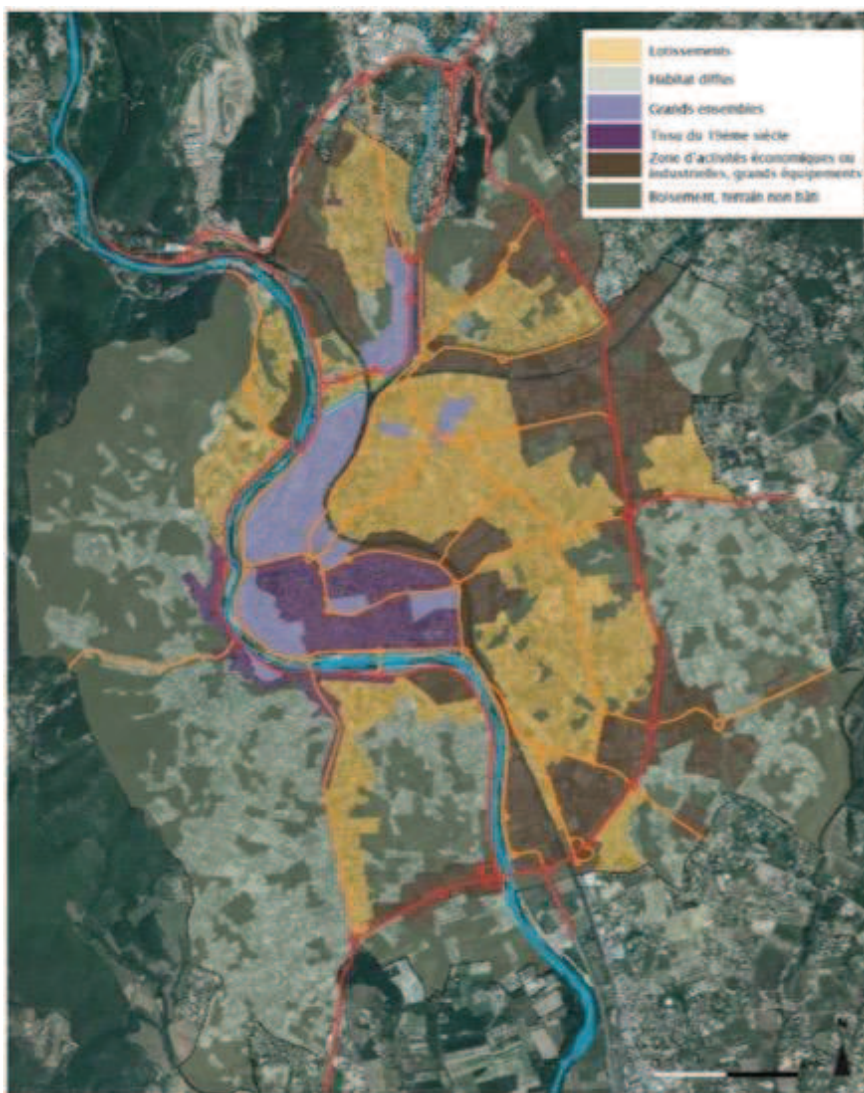


### III. Problématiques en matière de publicité extérieure

#### 1. Le contexte paysager de la ville d'Alès

Au regard de la charte paysagère réalisée par la ville d'Alès en juillet 2014, il ressort du contexte paysager de la ville plusieurs caractéristiques notables pouvant influencer la réglementation de la publicité extérieure compte tenu des attentes et des enjeux en matière de cadre de vie exprimés dans ladite charte.

Située aux portes des Cévennes et au bord du Gardon, la ville d'Alès se caractérise par un paysage marqué par des espaces verts et boisés à l'ouest de son territoire et une forte urbanisation dans les plaines. Cette zone urbanisée occupe la majeure partie du territoire d'Alès, fortement marqué par une urbanisation en constante évolution ainsi que par des activités commerciales et industrielles principalement concentrées à proximité et le long des axes routiers majeurs et rocades à l'est de la commune.



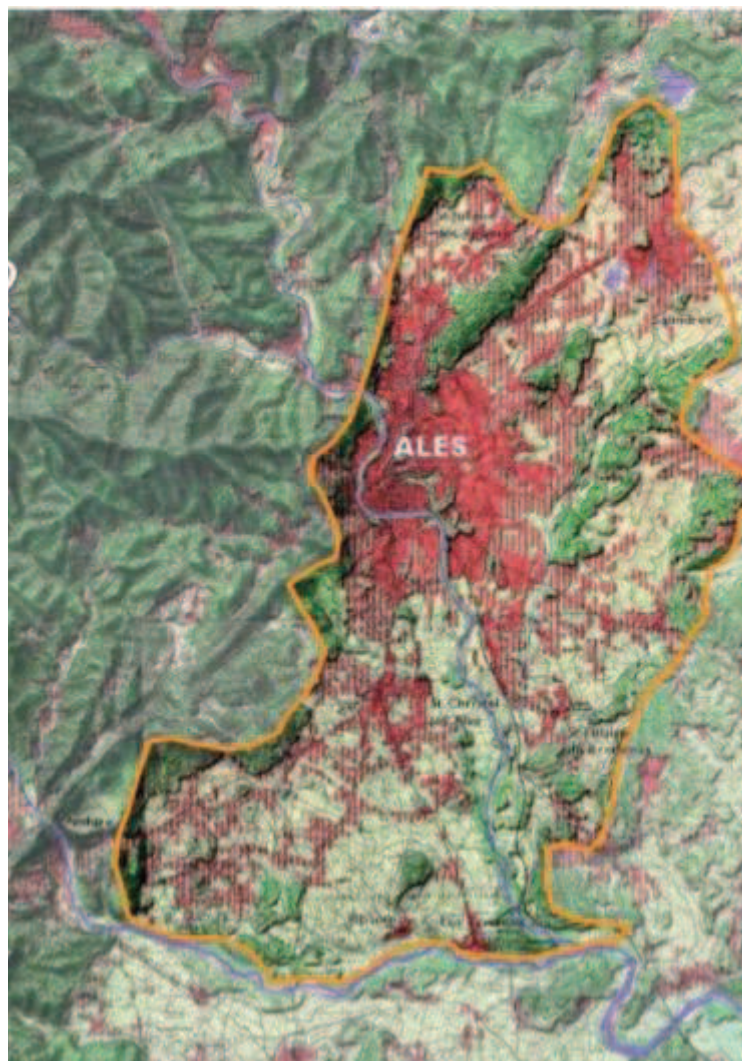
Carte issue de la charte paysagère d'Alès, « les fondements paysagers de la ville d'Alès », Juillet 2014, p.12.



## 2. Les fondements paysagers

La ville d'Alès, appartient à l'unité paysagère des garrigues qui se trouve au cœur du territoire gardois. On observe deux interfaces bien identifiables au sein du territoire de la ville d'Alès :

- Les pentes et les collines à l'ouest de la commune qui sont relativement préservées de l'urbanisation ;
- Et la plaine urbanisée d'Alès allant des plaines jusqu'aux pieds des Cévennes.

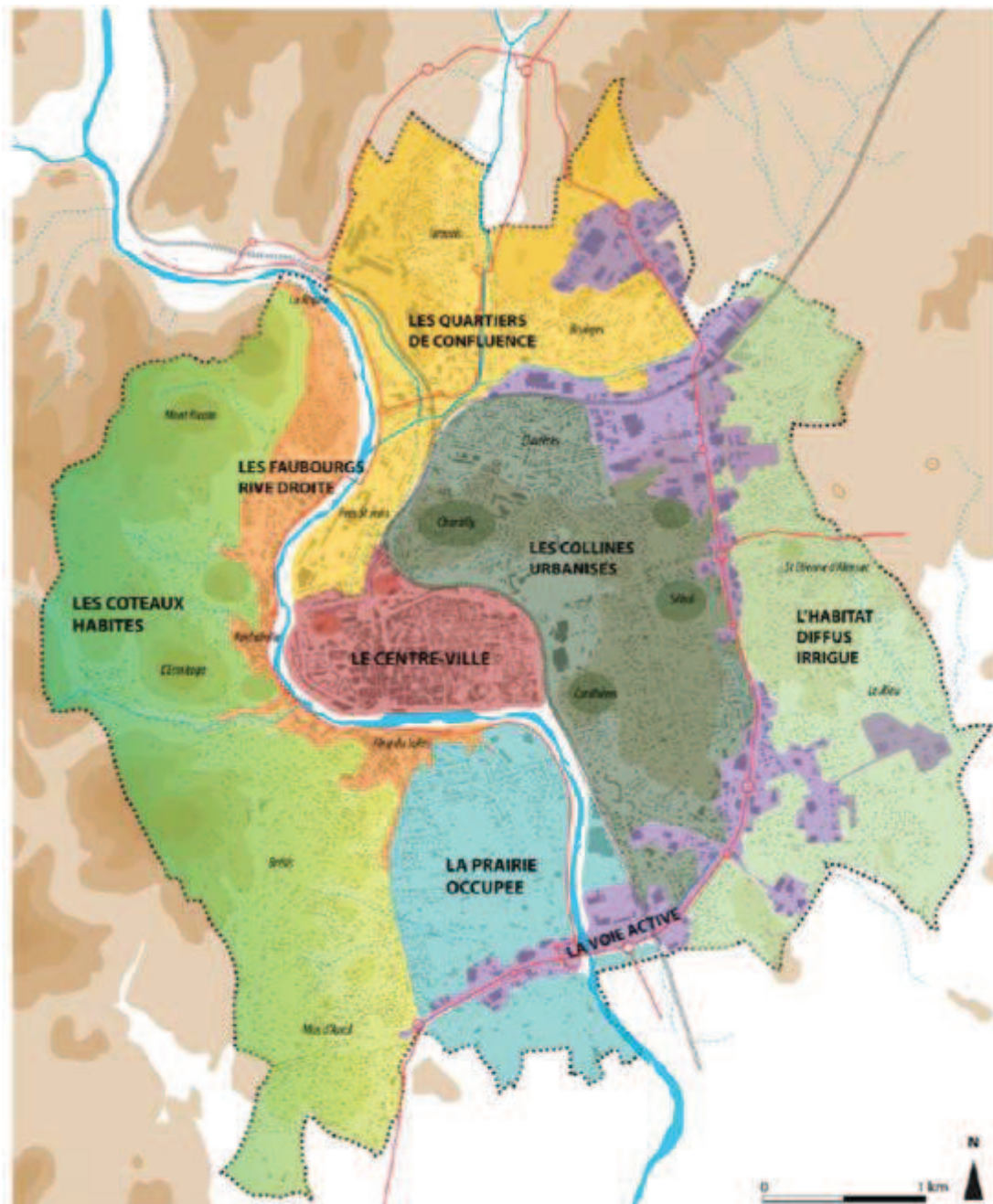


Carte issue de la charte paysagère d'Alès, « les fondements paysagers de la ville d'Alès », Juillet 2014, p.14.

### 3. Les entités paysagères

On relève également plusieurs entités paysagères propres à la ville d'Alès correspondant aux caractéristiques paysagères des différents « quartiers » de la ville :

- Le centre-ville : Il correspond au cœur historique de la ville et foisonne de commerces, d'équipements et d'espaces publics. Témoinnant du caractère historique de ce secteur, le Fort Vauban et le musée du Colombier assoient leur spécificité paysagère et patrimoniale.
- « Les quartiers de confluence », en rive gauche au nord/nord-est : Ces quartiers se caractérisent par la forte présence d'habitats collectifs, de grands bâtiments et d'axes structurants (voies ferrées, axes majeurs RD 916 et 904 etc.) qui façonnent les paysages de ce secteur.
- « Les faubourgs de la rive droite » : Les faubourgs sont marqués par une urbanisation à caractère résidentiel et forment l'entité paysagère marquant l'interface entre les coteaux et le Gardon.
- Les coteaux habités, à l'ouest : Les espaces naturels et boisés ainsi que la faible présence de bâtis offrent à la ville une bouffée d'oxygène au plus proche des Cévennes en participant à la qualité paysagère d'Alès.
- « La prairie occupée », au sud : Elle est jalonnée de prairies et d'activités agricoles du fait du caractère fortement inondable de la zone.
- « Les collines urbanisées » en première couronne Nord-Est : Elles bordent le centre-ville et présente des caractéristiques paysagères liées aux collines environnantes.
- « La voie active », le long de la rocade : La rocade constitue le cœur de l'activité économique et industrielle qui s'est développée à proximité et offre un cadre peu qualitatif en matière de paysage.
- « L'habitat diffus », à l'est : Entre activités agricoles et faible densité du bâti, les collines boisées rehaussent la qualité de ce paysage complexe.



Carte issue de la charte paysagère d'Alès, « les fondements paysagers de la ville d'Alès », Juillet 2014, p.15.

#### 4. La préservation des paysages à travers le RLP

Malgré des opérations d'aménagement ayant notamment permis à la ville d'obtenir les « Quatre Fleurs » du label « Villes et villages fleuris », certains secteurs offrent des perspectives peu valorisantes en termes de paysages. La procédure de révision du RLP de la ville d'Alès s'inscrit au cœur du projet de valorisation du cadre de vie afin d'offrir un cadre paysager de qualité pour le bien-être des citoyens.

A ce titre, plusieurs axes de réflexion sur le paysage ont été soulevés par la charte paysagère de la ville et notamment :

- La réglementation de la publicité et des enseignes ;
- Rendre plus perceptible la ville d'Alès et ses caractéristiques paysagères identitaires ;
- Adapter le traitement paysager aux séquences traversées et mettre en valeur les éléments structurants ponctuels ;

Ces axes de réflexion transparaissent clairement via l'enjeu n°1 : « Préserver ou améliorer les perceptions sur les éléments paysagers emblématiques relatifs aussi bien au patrimoine naturel que bâti ». L'objectif est de préserver ces « motifs paysagers identitaires » dans les projets de développement menés par la ville.

La réglementation nationale sur la publicité extérieure a pour objectif principal la préservation et la valorisation du cadre de vie et des paysages. La réglementation sur la publicité extérieure est donc en parfaite corrélation avec les axes et enjeux fixés dans la charte paysagère de la ville d'Alès.

Le code de l'environnement étant parfois insuffisant ponctuellement pour résorber certaines pollutions visuelles entraînées par la publicité extérieure, il apparaît que la révision du RLP permettra d'adapter la réglementation de la publicité extérieure aux enjeux locaux ainsi qu'aux mutations et évolutions paysagères, économiques et patrimoniales de la ville. Le RLP pourra appréhender au plus près les problématiques locales mises en avant par le diagnostic de territoire et l'analyse du parc publicitaire.

## 5. Les problématiques à appréhender grâce à la révision du RLP

Le RLP pourra notamment appréhender les problématiques suivantes :

**Problématique n°1 :** Engager une réflexion sur les dispositifs lumineux et notamment les dispositifs numériques particulièrement présents sur le territoire communal.

**Problématique n°2 :** Encadrer les enseignes problématiques en zones d'activités et notamment les enseignes scellées au sol ou installées sur le sol de grand format ou encore les enseignes sur clôture aveugles ou non.

**Problématique n°3 :** Réduire la densité publicitaire sur les axes structurants de la commune et plus particulièrement la rocade Est.

**Problématique n°4 :** Préserver le patrimoine bâti du quartier historique du centre-ville.

**Problématique n°5 :** Maintenir la faible présence de publicité extérieure dans les quartiers résidentiels.

## IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

### 1. Les objectifs

Par une délibération n° 17\_03\_33 de prescription de révision du Règlement Local de Publicité (RLP), en date du 19 juin 2017, la commune d'Alès a fixé plusieurs objectifs pour l'amélioration du cadre de vie en matière de publicité extérieure sur son territoire :

**Objectif n°1** : Préservation du cadre de vie et la qualité paysagère sur le territoire d'Alès ;

**Objectif n°2** : Protection de l'image du quartier historique et ses abords comprenant le centre-ville élargi englobant le secteur compris entre l'Avenue de la Gibertine, le Boulevard Talabot, l'Avenue du Général de Gaulle, le Quai Boissier Sauvages, le Quai Kilmarnock, le Quai Jean Jaurès et l'Avenue Carnot ;

**Objectif n°3** : Amélioration de la qualité des zones d'activités le long de la D60, à l'est de la commune ;

**Objectif n°4** : Maintenir la qualité paysagère des quartiers résidentiels, peu touchés par la pression publicitaire.

### 2. Les orientations

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

**Orientation n°1** : Valoriser le patrimoine du centre historique et le centre-ville en limitant l'impact des dispositifs publicitaires et réintroduire la publicité de manière limitative, uniquement sur le mobilier urbain, pour privilégier un environnement urbain qualitatif ;

**Orientation n°2** : Réglementer, en zones d'activités notamment la zone d'activités de Croupillac ou encore de Bruèges, les enseignes et notamment les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ou encore les enseignes sur clôture qui peuvent impacter fortement le paysage urbain ;

**Orientation n°3** : Encadrer les enseignes en centre-ville et notamment les enseignes peu qualitatives pour le patrimoine comme les enseignes sur clôtures ou encore les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré ;

**Orientation n°4** : Limiter et encadrer l'impact de la publicité et des préenseignes sur le territoire en renforçant la règle de densité publicitaire et les formats de certains dispositifs publicitaires afin d'éviter la multiplication de la publicité extérieure notamment le long des axes structurants du territoire et dans les zones d'activités de la commune ;

**Orientation n°5** : Préserver les zones ou les quartiers dans lesquels la publicité extérieure n'est pas ou peu présente notamment dans les zones résidentielles, patrimoniales, architecturales et/ou naturelles.

**Orientation n°6 :** Valoriser l'image du territoire en mettant en place des prescriptions esthétiques applicables notamment aux dispositifs publicitaires et préenseignes afin de privilégier l'implantation de dispositifs qualitatifs sur la commune.

## V. Justification des choix retenus

### 1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire d'Alès. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) : Elle couvre le centre-ville et les faubourgs de la commune, les abords du Gardon d'Alès et l'Avenue d'Anduze ;
- La zone de publicité n°2 (ZP2) : Elle couvre les quartiers résidentiels et d'équipement de la commune.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) : Elle couvre les zones d'activités de la commune situées à l'est du territoire et le long de la D60.

Les secteurs situés en dehors des 3 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception<sup>46</sup>.

Par ailleurs, conformément à l'arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016, confirmé par un second arrêt du 8 novembre 2017<sup>47</sup>, les surfaces maximales évoquées ci-après pour les publicités et préenseignes, doivent s'entendre comme étant des surfaces maximales « hors tout », comprenant non seulement la surface d'affichage mais également l'encadrement des dispositifs publicitaires.

Un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy<sup>48</sup>, a également précisé qu'« *il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique* » dans le cadre de l'application de la règle de densité.

Le RLP pose des prescriptions générales de nature esthétiques pour privilégier l'implantation de dispositifs publicitaires qualitatifs sur son territoire. A ce titre, il ne peut y avoir plus de 2 publicités installées côte-à-côte. La commune a également souhaité interdire l'implantation de publicité, excepté la publicité apposée sur mobilier urbain, dans un rayon de 60 mètres aux abords de certains giratoires structurants l'accès au cœur de ville et ayant fait l'objet d'aménagements paysagers. L'objectif de cette règle est de préserver les perspectives paysagères vers le cœur de ville.

Au regard des caractéristiques patrimoniales de la ZP1 (centre-ville et Faubourgs), la commune a décidé, dans cette zone, d'interdire tout type de publicité excepté la publicité apposée sur mobilier urbain. Elle a également choisi de lever l'interdiction relative de publicité induite par les périmètres de protection des monuments historiques classés et/ou inscrits afin de maintenir les infrastructures existantes tout en préservant le patrimoine historique et architectural du centre-ville. A ce titre, la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale<sup>49</sup> excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier

<sup>46</sup> Cf. p. 25 du présent rapport de présentation, concernant les préenseignes dérogatoires.

<sup>47</sup> : CE, 20 octobre 2016, n°395494 et CE 8 novembre 2017, n°408801.

<sup>48</sup> CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986.

<sup>49</sup> : Article R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement.



urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. La commune a donc décidé de limiter la surface de ce type de publicité apposée sur mobilier urbain à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur.

Afin, de préserver la qualité du cadre de vie en ZP2 (quartiers résidentiels et d'équipements), la commune a décidé d'interdire les dispositifs publicitaires suivants, très impactants pour l'environnement urbain :

- Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les bâches publicitaires ;
- Les publicités numériques.

La surface maximale des publicités apposées sur mur ou clôture et les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol est maintenue à 12 mètres carrés et limitée à 6 mètres de hauteur. Elle pose également des prescriptions esthétiques comme l'interdiction d'implantation des publicités apposées sur mur ou clôture à moins de 0,50 mètre des arêtes du mur ou de la clôture et l'obligation d'avoir un bardage pour les dispositifs scellés au sol pour lesquels une seule face est exploitée. La commune a également choisi de simplifier et de renforcer la règle de densité applicable sur la ZP2 (quartiers résidentiels et d'équipements). Dès lors qu'une unité foncière a un linéaire supérieur ou égal à 40m, un dispositif publicitaire est autorisé.

L'objectif de ces règles est de préserver la zone agglomérée de toute pression publicitaire outrancière, tout en permettant aux acteurs locaux de signaler de manière limitative.

Comme en ZP1 (centre-ville et Faubourg), la publicité apposée sur mobilier urbain est encadrée et notamment la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. La commune a donc décidé de limiter la surface de ce type de publicité apposée sur mobilier urbain à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur.

En ZP3 (zones d'activités), la commune a décidé d'interdire la publicité lumineuse sur toiture et d'encadrer la publicité apposée sur mur ou clôture et la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol dans les mêmes conditions qu'en ZP2 (quartiers résidentiels et d'équipements – c'est-à-dire 12 mètres carrés, 6 mètres de hauteur et prescriptions esthétiques). La commune a également renforcé la règle de densité. Le RLP applique donc la règle de densité issue du code de l'environnement en précisant que lorsqu'une unité foncière compte deux dispositifs publicitaires, elle ne peut accueillir qu'un seul dispositif supplémentaire. Cette règle permet donc de limiter le nombre de dispositif publicitaire par unité foncière à trois par unité foncière.

La commune a décidé de maintenir la surface maximale des publicités numériques à 8 mètres carrés et de les limiter à 6 mètres de hauteur. Les bâches publicitaires, ont été limitées à 8 mètres carrés. L'objectif de ces règles est de limiter l'impact de ces dispositifs particulièrement impactants pour le paysage urbain.

Comme en ZP1 (centre-ville et Faubourg) et en ZP2 (quartiers résidentiels et d'équipements), la publicité apposée sur mobilier urbain est encadrée et notamment la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. La commune a donc décidé de limiter la surface de ce type de publicité apposée sur mobilier urbain à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur.

L'ensemble des publicités et préenseignes sont soumises à la plage d'extinction nocturne entre 00h00 et 06h00 afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

La commune a également choisi de tenir compte des spécificités engendrées par la présence du domaine ferroviaire particulièrement important sur Alès. A ce titre, les dispositifs publicitaires sont assujettis à la règle de densité nationale<sup>50</sup> ainsi qu'à une règle d'inter-distance de 60 mètres entre chaque dispositifs publicitaires. L'objectif de cette réglementation est de limiter l'impact des dispositifs publicitaires tout en tenant compte des enjeux particuliers de ce secteur.

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la réglementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement<sup>51</sup>. La publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou locale, ou des œuvres artistiques est limitée à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur sur l'ensemble du territoire situé en agglomération (ZP1,ZP2 et ZP3).

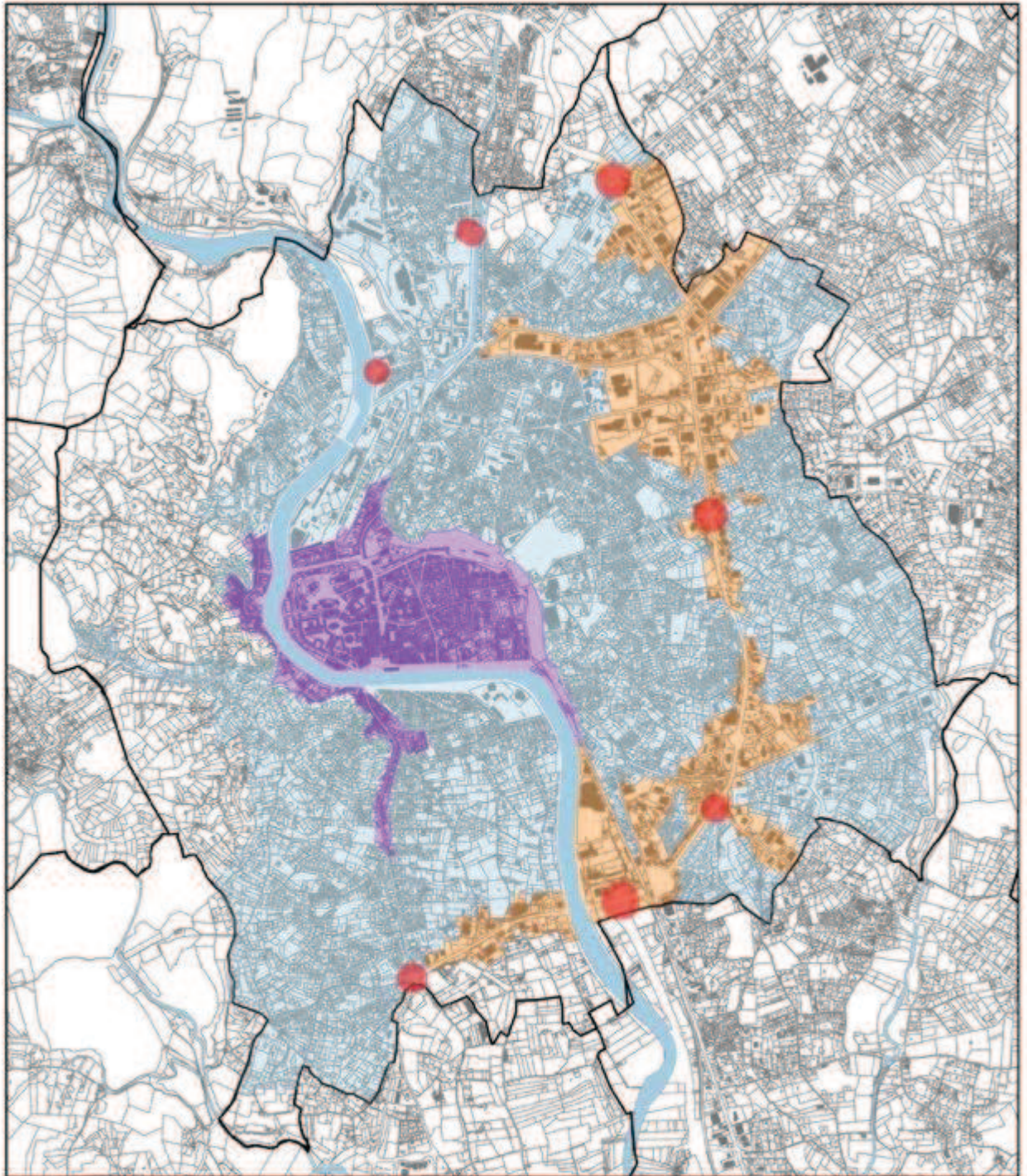
Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous :

---

<sup>50</sup> Art. R.581-25 du Code de l'environnement





<sup>51</sup> Cf. p. du rapport de présentation concernant les règles applicables à la publicité apposée sur mobilier urbain

## Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux publicités et préenseignes de la ville d'Alès



0 500 1000 m

### Légende

-  Zone de publicité n°1 (ZP1) : Centre-ville et faubourg
-  Zone de publicité n°2 (ZP2) : Quartiers résidentiels et d'équipements
-  Zone de publicité n°3 (ZP3) : Zones d'activités
-  Zones d'interdiction de publicité et préenseigne aux abords des giratoires

## 2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Afin de prendre en compte les besoins du territoire et dans un souci de cohérence, le zonage choisi pour les enseignes, a été différencié de celui applicable à la publicité et aux préenseignes. Ainsi, les zones d'enseignes sont définies de la manière suivante :

- La zone d'enseigne n°1 (ZE1) : Elle couvre le centre-ville et les faubourgs, les abords du Gardon d'Alès et l'Avenue d'Anduze ainsi que les quartiers résidentiels et d'équipements de la commune. Il s'agit du regroupement de la ZP1 et de la ZP2, applicable aux publicités et préenseignes ;
- La zone d'enseigne n°2 (ZE2) : Elle couvre les zones d'activités de la commune situées à l'est du territoire et le long de la D60.

Sur l'ensemble du territoire, le règlement local de publicité interdit :

- Les enseignes sur les arbres ;
- Les enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet ;

Il s'agit d'enseignes généralement peu qualitatives avec un fort impact sur l'environnement notamment dans les rues du centre-ville.

En ZE1 (Centre-ville, Faubourg et quartiers résidentiels et d'équipements), le règlement local de publicité interdit également :

- Les enseignes sur clôture non aveugles.

La commune a souhaité préserver le centre-ville, et les secteurs résidentiels et d'équipements, des enseignes sur clôture non aveugle qui viendraient dénaturer le cadre de vie de ces espaces, actuellement peu soumis à la pression de ce type d'enseignes.

En ZE1 (Centre-ville, Faubourg et quartiers résidentiels et d'équipements), la commune a décidé d'encadrer strictement les enseignes sur clôture. Ces enseignes sont autorisées uniquement que les clôtures aveugles (c'est-à-dire les clôtures non ajourées<sup>52</sup>) dans la limite d'un dispositif par voie bordant l'activité et d'un mètre carré maximum. Ces dispositifs sont également très peu encadrés par la réglementation nationale. L'objectif pour la commune est donc de limiter leur impact dans le centre-ville et les zones résidentielles et d'équipement tout en permettant l'utilisation de ce type d'enseignes, dans le cas d'activités situées en retrait de la voie publique ou bien de particuliers exerçant une activité d'autoentrepreneur.

La commune a décidé de réglementer les enseignes de moins d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans la limite d'un dispositif par voie bordant l'activité et de 1,5 mètre de hauteur. Il s'agit de dispositifs actuellement non encadrés par le code de l'environnement, qui peuvent avoir un impact particulièrement important notamment dans les rues étroites du centre-ville.

En ZE1 (Centre-ville, Faubourg et quartiers résidentiels et d'équipements) et en ZE2 (zones d'activités), la commune a décidé de limiter la saillie des enseignes perpendiculaires au mur à 1,20m et de limiter leur surface à 2 mètres carrés maximum. L'objectif de ces règles est de diminuer l'impact de ces dispositifs notamment sur les rues étroites du centre-ville.

En ZE1 (Centre-ville, Faubourg et quartiers résidentiels et d'équipements) et en ZE2 (zones d'activités), la commune a également décidé de maintenir la surface maximale, prévue par le

---

<sup>52</sup> Cf. Annexes - Lexique

code de l'environnement, des enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, c'est-à-dire 12 mètres carrés, et de limiter la hauteur de ces dispositifs à 6 mètres de hauteur. Cette règle permet de maintenir les possibilités d'implantation des enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol pour les activités qui peuvent bénéficier de ce type d'implantation. En effet, les caractéristiques du centre-ville et de la zone résidentielle et d'équipements permette peu l'implantation de telles enseignes : l'activité doit nécessairement avoir une unité foncière suffisamment important pour y installer ce type de dispositifs. La limitation en hauteur de ces enseignes permet de simplifier la règle de hauteur prévue par le code de l'environnement. En effet, le code de l'environnement prévoit une règle variable en fonction de la largeur des enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol. La limitation en hauteur permet de limiter l'impact paysager de ces enseignes qui ont un impact équivalent aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol. Enfin, cette limitation permet également une harmonisation des règles entre les publicités, les préenseignes et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol afin de faciliter l'instruction des dossiers.

En ZE2 (zones d'activités), la commune a décidé de les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré à deux par voie bordant l'activité et 1,5 mètre de hauteur. L'objectif de cette règle est de permettre aux activités de se signaler sans saturer l'information par ce type d'enseignes, surtout en zones d'activités, actuellement non règlementées par le code de l'environnement.

Enfin, la commune a décidé de réglementer les enseignes sur clôture, peu encadrées au niveau national. Contrairement à la ZE1 (Centre-ville, Faubourg et quartiers résidentiels et d'équipements), les enseignes en ZE2 (zones d'activités) sont autorisées sur clôture aveugle et non aveugle. La commune a décidé de limiter les enseignes sur clôture à deux par voie bordant l'activité et à 3 mètres carrés de surface maximum, par dispositif. L'objectif est de limiter la taille de ces dispositifs et leur impact, sur les perspectives paysagères souvent altérées par les enseignes sur clôture non aveugle.

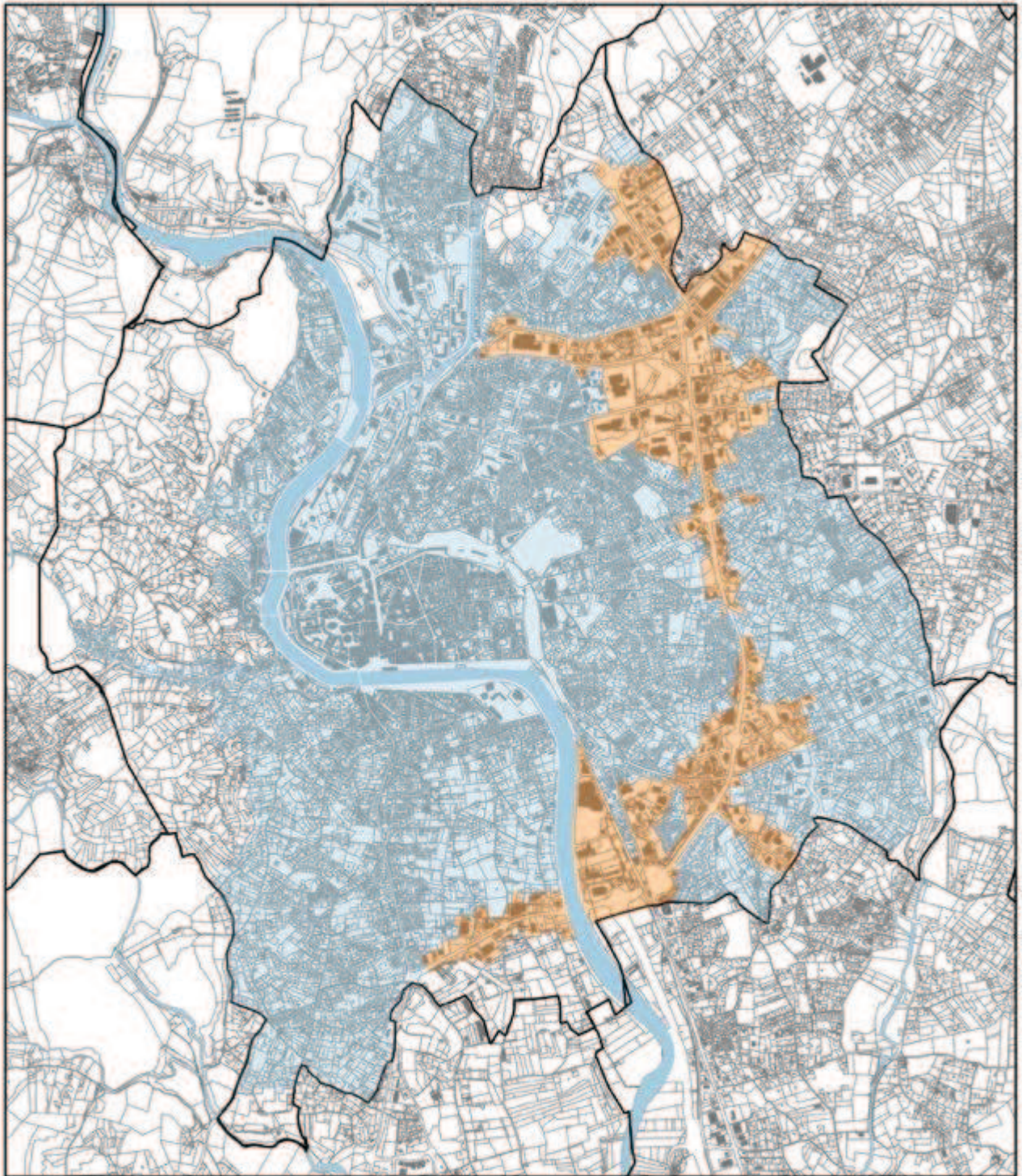
Sur l'ensemble du territoire, la commune a choisi de réglementer les enseignes numériques. Une seule enseigne numérique est autorisée par activité. La surface de l'enseigne numérique est limitée à 8 mètres carrés. L'objectif est de proposer une réglementation pour ces dispositifs qui ne sont actuellement pas encadrés par le code de l'environnement. La commune a également souhaité harmoniser les surfaces entre les enseignes numériques et les publicités numériques afin de faciliter l'instruction. Pour la commune, il s'agit de limiter l'impact et l'implantation de ces dispositifs sur le territoire.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 23h00 et 06h00 pour harmoniser et préserver le paysage nocturne.



La commune a également réglementé les enseignes hors agglomération. En effet, les enseignes implantées hors agglomération sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes installées en ZE1 (Centre-ville, Faubourg et quartiers résidentiels et d'équipements).

L'ensemble de ces règles a été établi de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

# Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux enseignes de la ville d'Alès



## Légende

-  Zone d'enseigne n°1 (ZE1) : Centre-ville et faubourgs / Quartiers résidentiels et d'équipements
-  Zone d'enseigne n°2 (ZE2) : Zones d'activités

