

Département du Gard

Commune d'Uzès



## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

### Tome 1 : Rapport de présentation



*Projet vu pour être annexé à la délibération du Conseil Municipal  
du 21 février 2023*



## Table des matières

Table des matières .....	2
Table des illustrations photographiques et cartographiques .....	3
<b>I. Introduction .....</b>	<b>4</b>
<b>II. Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>6</b>
1. Définitions.....	7
a) <i>Le Règlement Local de Publicité</i> .....	7
b) <i>Les dispositifs visés par le code de l'environnement</i> .....	7
c) <i>La notion de surface unitaire</i> .....	9
d) <i>La notion d'agglomération</i> .....	9
e) <i>La notion d'unité urbaine</i> .....	13
2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire .....	13
a) <i>Les interdictions absolues</i> .....	13
b) <i>Les interdictions relatives</i> .....	15
3. Règles applicables au territoire communal .....	18
4. Régime des autorisations et déclarations préalables .....	19
a) <i>L'autorisation préalable</i> .....	19
b) <i>La déclaration préalable</i> .....	19
5. Compétences en matière de publicité extérieure .....	19
6. Délais de mise en conformité .....	20
<b>III. Enjeux liés au parc local de publicité extérieure .....</b>	<b>21</b>
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes.....	21
a) <i>Généralités</i> .....	21
b) <i>Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain</i> .....	23
c) <i>Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i> .....	27
d) <i>Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture</i> .....	31
e) <i>Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu</i> .....	35
f) <i>La densité publicitaire</i> .....	35
g) <i>Les bâches publicitaires</i> .....	37
h) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales</i> .....	38
i) <i>Les dispositifs de dimensions exceptionnelles</i> .....	39
j) <i>Les publicités et préenseignes lumineuses</i> .....	40
k) <i>Conclusion</i> .....	44
2. Les enjeux en matière d'enseignes.....	45
a) <i>Généralités</i> .....	45
b) <i>Les enseignes parallèles au mur</i> .....	47
c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur</i> .....	50
d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale</i> .....	52
e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i> .....	54
f) <i>Les enseignes sur clôture</i> .....	58
g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu</i> .....	59
h) <i>Les enseignes lumineuses</i> .....	61
i) <i>Les enseignes temporaires</i> .....	64
j) <i>Conclusion</i> .....	65
<b>IV. Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>67</b>
1. Les objectifs .....	67
2. Les orientations .....	67
<b>V. Justification des choix retenus.....</b>	<b>68</b>
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	68
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	70
<b>VI. Annexe : Tableau des abréviations utilisées .....</b>	<b>74</b>

## **Table des illustrations photographiques et cartographiques**

<i>Exemples de préenseignes dérogatoires à Uzès .....</i>	<i>11</i>
<i>Agglomération de la commune d'Uzès.....</i>	<i>12</i>
<i>Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune d'Uzès.....</i>	<i>17</i>
<i>Localisation des publicités et préenseignes sur la commune d'Uzès .....</i>	<i>22</i>
<i>Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public.....</i>	<i>24</i>
<i>Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public.....</i>	<i>24</i>
<i>Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches .....</i>	<i>25</i>
<i>Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.....</i>	<i>25</i>
<i>Publicité supportée par un abri destiné au public (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales (photo de droite).....</i>	<i>26</i>
<i>Colonne porte-affiches ne diffusant que des informations à caractère culturel.....</i>	<i>27</i>
<i>Exemples de publicité et préenseigne scellées au sol relevées à Uzès.....</i>	<i>28</i>
<i>Exemples de préenseigne et publicité sur un mur et une clôture aveugles à Uzès .....</i>	<i>32</i>
<i>Préenseignes implantées en secteur patrimonial .....</i>	<i>33</i>
<i>Publicités apposées sur des clôtures non aveugles.....</i>	<i>33</i>
<i>Publicité apposée sur un balcon et préenseigne apposée sur une ancienne publicité.....</i>	<i>34</i>
<i>Publicité et préenseigne excédant la surface maximale autorisée .....</i>	<i>34</i>
<i>Cartographie de la pollution lumineuse en France .....</i>	<i>40</i>
<i>Support publicitaire lumineux recensé à Uzès .....</i>	<i>44</i>
<i>Localisation des enseignes sur la commune d'Uzès.....</i>	<i>47</i>
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur identifiées à Uzès.....</i>	<i>48</i>
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'insertion paysagère pose problème à Uzès.....</i>	<i>50</i>
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Uzès .....</i>	<i>51</i>
<i>Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Uzès.....</i>	<i>53</i>
<i>Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre.....</i>	<i>56</i>
<i>Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas le format maximal admis.....</i>	<i>57</i>
<i>Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol .....</i>	<i>57</i>
<i>Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Uzès .....</i>	<i>59</i>
<i>Exemples d'enseignes sur toiture identifiées à Uzès.....</i>	<i>59</i>
<i>Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence identifiées à Uzès.....</i>	<i>62</i>
<i>Exemples d'enseignes numériques recensées à Uzès .....</i>	<i>63</i>
<i>Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED à Uzès.....</i>	<i>63</i>
<i>Exemples d'enseignes temporaires recensées à Uzès.....</i>	<i>65</i>
<i>Plan de zonage « publicité » de la commune d'Uzès .....</i>	<i>69</i>
<i>Plan de zonage « enseigne » de la commune d'Uzès.....</i>	<i>73</i>

## **I. Introduction**

La commune d'Uzès regroupe 8 420 habitants<sup>1</sup>. Elle se situe dans le département du Gard en région Occitanie.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression<sup>2</sup>, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012<sup>3</sup> ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982<sup>4</sup> afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP) de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

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

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP(i) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régulant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

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

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

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 janvier 2021<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Données INSEE de population légale millésimée 2018

<sup>2</sup> L'article L.581-1 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

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

<sup>4</sup> Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes

<sup>5</sup> Article L.581-14-3 du code de l'environnement



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

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour l'élaboration ou la révision du RLP<sup>6</sup> puisque l'article L.581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de PLU, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune d'Uzès disposant de la compétence en matière de PLU<sup>7</sup>, l'élaboration ou la révision des Règlements Locaux de Publicité lui revient.

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

- **le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité 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 RLP 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 RLP 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 l'arrêté municipal fixant lesdites limites, au RLP.

Le présent document constitue ainsi le rapport de présentation qui, sur la base d'un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire communal, définit des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui seront décrits, expliqués et justifiés par ledit document.

---

<sup>6</sup> Article L.581-14 du code de l'environnement

<sup>7</sup> Article L.5219-5 alinéa 1 du Code Général des Collectivités Territoriales

## **II. Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure**

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de covisibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

Depuis la loi dite « Climat et Résilience » du 22 août 2021, conformément à l'article L.581-14-4 du code de l'environnement, désormais, par dérogation à l'article L.581-2 du même code, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses. Ne demeurent donc exclues du champ de la publicité extérieure que les communications non lumineuses situées à l'intérieur de ces locaux.

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

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

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

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux maires des communes concernées par le RLP<sup>8</sup>. Le maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP. C'est donc le maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU<sup>9</sup>.

Le code de l'environnement renvoie également aux dispositions du code de la route afin d'encadrer la publicité par rapport à des impératifs de sécurité routière. Ainsi, les articles R.418-1 à R.418-9 du code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité.

<sup>8</sup> Article L.581-14-2 du code de l'environnement

<sup>9</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine

Enfin, des dispositions spécifiques du même code de l'environnement précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

## 1. Définitions

### a) Le Règlement Local de Publicité

Le RLP est un document réglementaire opposable aux tiers qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en une ou plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

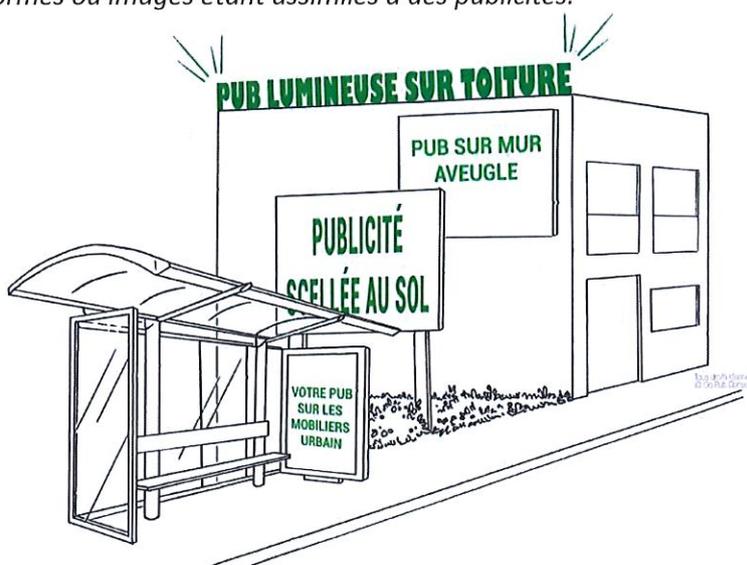
Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le code de l'environnement constituant la réglementation nationale (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales<sup>10</sup>.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire de 8 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLP approuvé est annexé au PLU le cas échéant.

### b) Les dispositifs visés par le code de l'environnement

Constitue **une publicité**<sup>11</sup>, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.

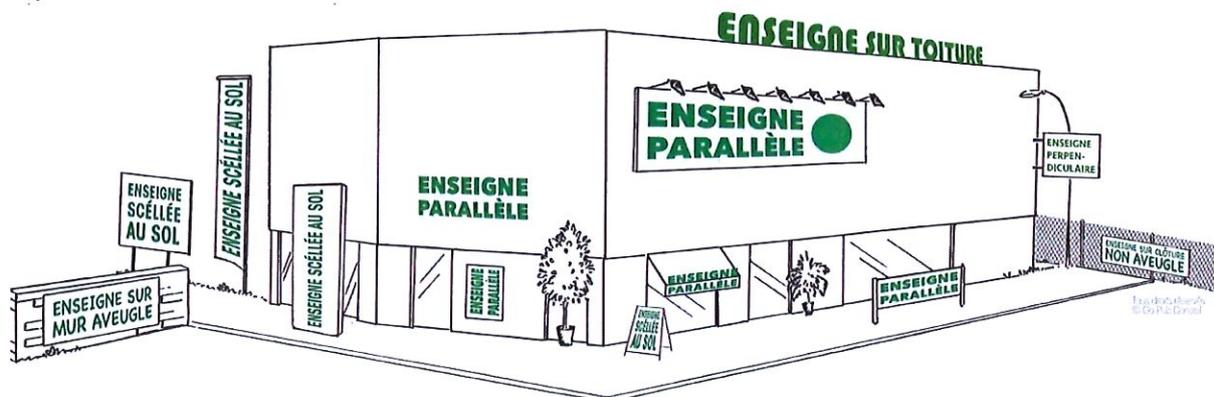


<sup>10</sup> CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains

<sup>11</sup> Article L.581-3 alinéa 1 du code de l'environnement

En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

Constitue **une enseigne**<sup>12</sup> toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

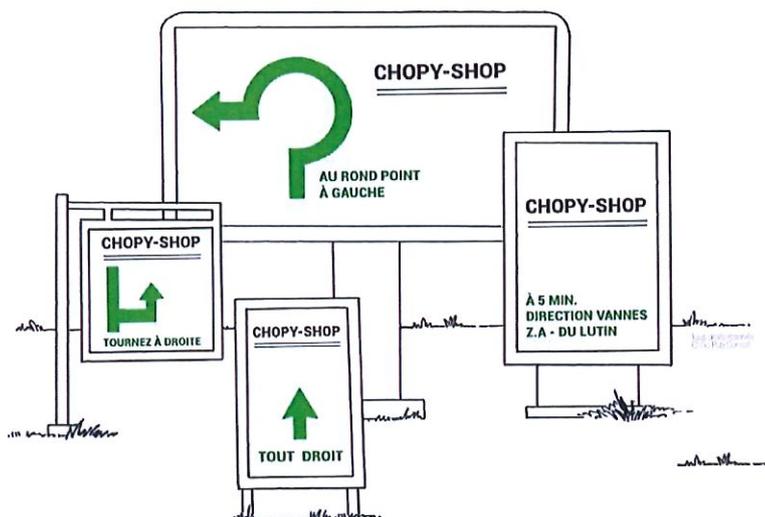


Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

L'immeuble doit ici être entendu au sens du Code Civil, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « relatif à une activité » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public. Il est précisé que le RLP ne régit pas le contenu des enseignes.

Constitue **une préenseigne**<sup>13</sup> toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message correspondant à une information de destination.

<sup>12</sup> Article L.581-3 alinéa 2 du code de l'environnement

<sup>13</sup> Article L.581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

### c) La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif mentionnée dans les articles du code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse<sup>14</sup> ou non<sup>15</sup> apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier. L'article R.581-42 du code de l'environnement n'autorisant l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction, conformément à l'« Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités », les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires et dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

### d) La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route »<sup>16</sup>. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations, en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde »<sup>17</sup>.

Ses limites sont fixées par arrêté du maire<sup>18</sup> et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité<sup>19</sup>.

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

Aux termes de l'article L.581-7 du code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière<sup>20</sup>, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places<sup>21</sup>. Elle peut aussi être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes, étant soumises aux mêmes règles que la publicité, sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

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

<sup>14</sup> CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

<sup>15</sup> CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

<sup>16</sup> Article L.581-7 du code de l'environnement

<sup>17</sup> Article R.110-2 du code de la route

<sup>18</sup> Article R.411-2 du code de la route

<sup>19</sup> Article R.581-78 alinéa 2 du code de l'environnement

<sup>20</sup> Article R.110-2 du code de la route

<sup>21</sup> Article L.581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

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

Le RLP n'est pas habilité à règlementer les préenseignes dérogatoires.

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 ou encore des Relais Information Service (RIS).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques 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 dispositifs 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 < à 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine > à 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

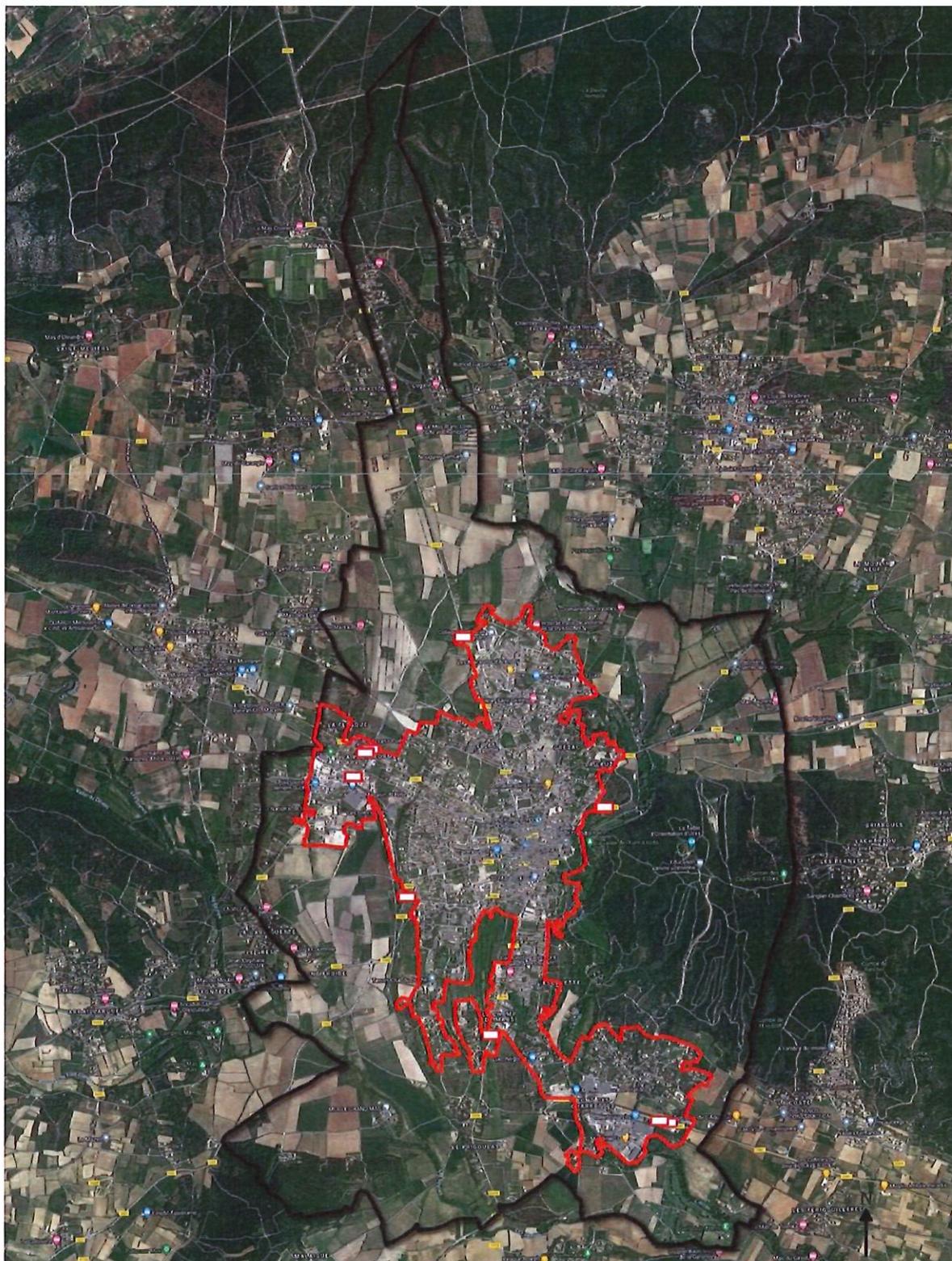


*Exemples de préenseignes dérogatoires à Uzès*

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place SIL relevant du code de la route.



La commune d'Uzès comptant moins de 10 000 habitants, l'unique agglomération déterminée sur son territoire en compte donc elle aussi moins de 10 000. La carte ci-dessous présente l'agglomération identifiée conformément à la réglementation nationale.



- Légende**
-  Panneaux d'agglomération relevés
  -  Limites d'agglomération
  -  Limites communales

0 2.5 5 km

Source :  
Parcellaire, bâti et communes : PCI - Etalab  
Recensement : bureau d'études GoPub Conseil  
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil

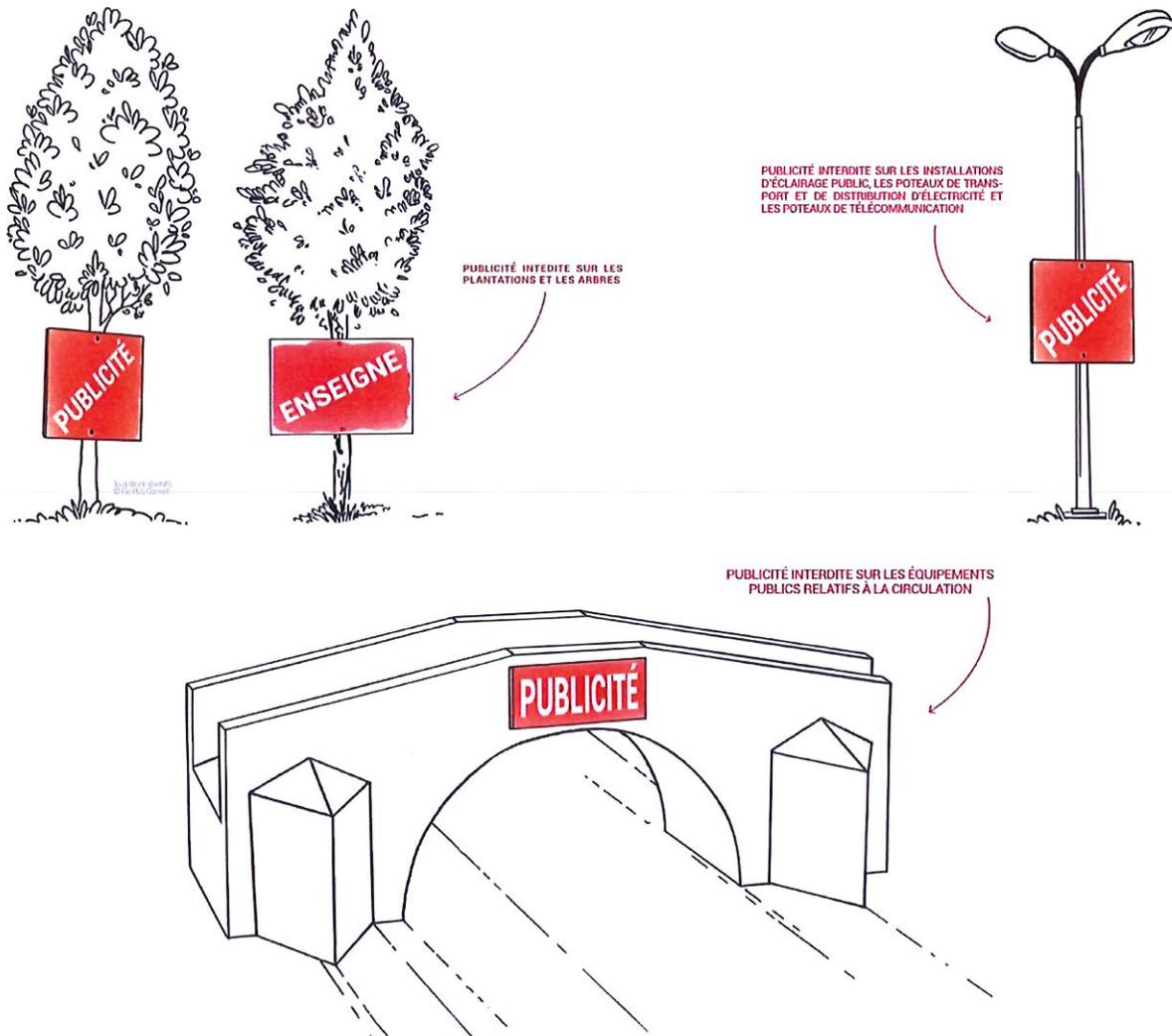
*Agglomération de la commune d'Uzès*



Par ailleurs, la partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions<sup>24</sup>.

Ainsi, la publicité est également interdite :

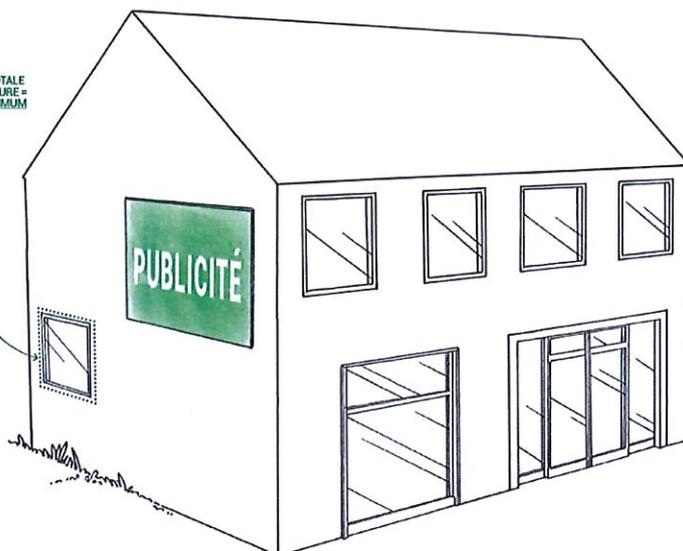
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



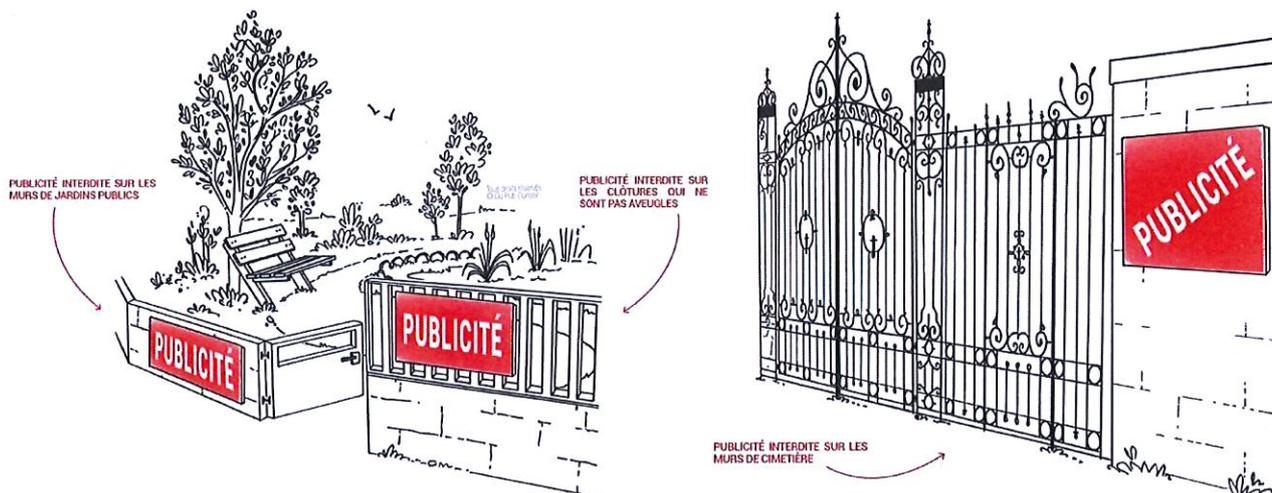
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m<sup>2</sup> ;

<sup>24</sup> Article R.581-22 du code de l'environnement

SURFACE TOTALE  
DE L'OUVERTURE =  
0,50 m<sup>2</sup> MAXIMUM



- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.



## b) Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP<sup>25</sup>.

Ces interdictions relatives concernent :

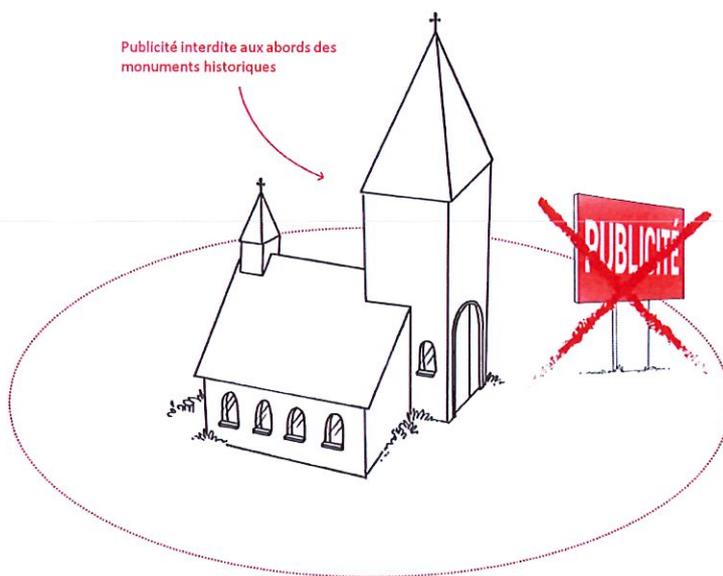
- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables cités à l'article L.631-1 du même Code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 du code de l'environnement ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 du code de l'environnement.

<sup>25</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement

Le territoire de la commune d'Uzès est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci »<sup>26</sup>.

« La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé »<sup>27</sup>.

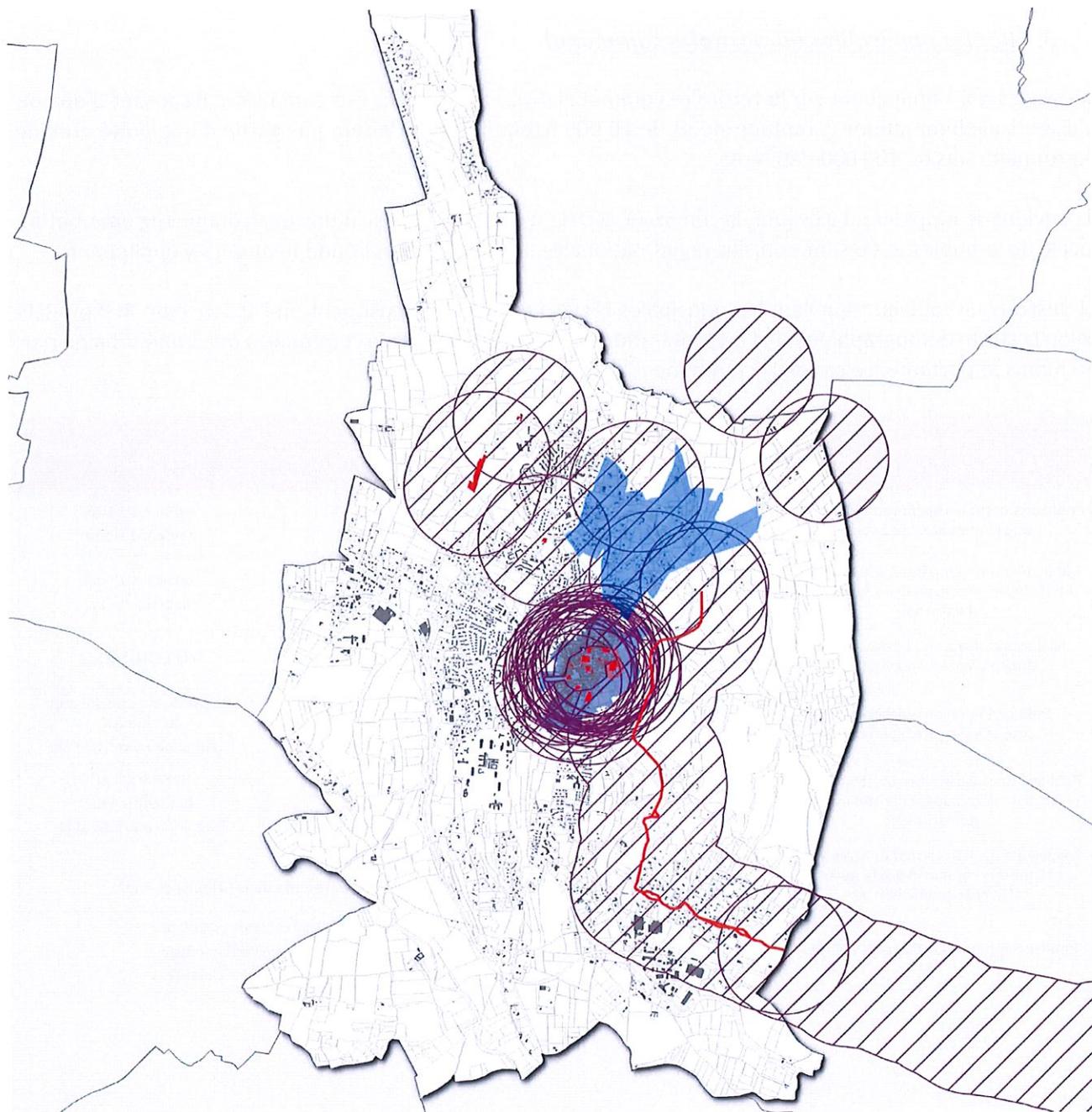
En l'espèce, cette protection s'applique aux abords délimités des monuments historiques inscrits cités ci-avant mais aussi au sein du Site Patrimonial Remarquable et dans le site inscrit formé par le quartier de la Lauze.



La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions patrimoniales absolues et relatives applicables sur le territoire de la commune d'Uzès.

<sup>26</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine

<sup>27</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine



**Légende**

- Monuments historiques
- Périmètres de protection des monuments historiques
- Site patrimonial remarquable
- Sites classés
- Site inscrit



Source :  
Zones de protection : Atlas des Patrimoines  
Parcellaire, bâti et communes : PCI - Etalab

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil

0 2.5 5 km

*Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune d'Uzès*

### 3. Règles applicables au territoire communal

Les règles qui s'appliquent sur le territoire communal d'Uzès sont celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine regroupant plus de 100 000 habitants.

Il convient de rappeler qu'à ce jour, la commune d'Uzès n'a jamais disposé d'une quelconque réglementation locale de la publicité. Ce sont donc les règles nationales du code de l'environnement qui s'y appliquent.

Ci-dessous un tableau rappelant les principales règles nationales s'appliquant en l'absence de RLP ou RLPi selon la strate démographique de l'agglomération et l'appartenance de la commune à une unité urbaine plus ou moins importante. Le cas de la commune d'Uzès est entouré en rouge.

	Agglomération < 10 000 habitants dans une unité urbaine < à 100 000 habitants	Agglomération < à 10 000 habitants dans une unité urbaine > à 100 000 habitants	Agglomération > à 10 000 habitants
Publicité (ou pré-enseigne) sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface ≤ 4 m <sup>2</sup> hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m <sup>2</sup> hauteur ≤ 7,5 m	surface ≤ 12 m <sup>2</sup> hauteur ≤ 7,5 m
Publicité (ou pré-enseigne) scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse	<b>INTERDITE</b>	surface ≤ 12 m <sup>2</sup> hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m <sup>2</sup> hauteur ≤ 6 m
Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles	<b>INTERDITES</b>	<b>INTERDITES</b>	<b>AUTORISÉES</b>
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	<b>INTERDITE</b>	Règles de la publicité non lumineuse Extinction entre 1h et 6h	Règles de la publicité non lumineuse Extinction entre 1h et 6h
Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (notamment numérique)	<b>INTERDITE</b>	<b>INTERDITE</b>	surface ≤ 8 m <sup>2</sup> hauteur ≤ 6 m Extinction entre 1h et 6h
Dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales (« micro-affichage publicitaire »)	Surface unitaire ≤ 1 m <sup>2</sup> Surface cumulée ≤ 1/10ème de la surface de la devanture dans la limite de 2 m <sup>2</sup>		
Publicité apposée sur bâche de chantier	Saillie par rapport à l'échafaudage nécessaire aux travaux ≤ 0,50 m Durée de l'affichage ≤ durée effective d'utilisation de l'échafaudage Surface unitaire ≤ 50% de la surface totale de la bâche de chantier		

#### **4. Régime des autorisations et déclarations préalables**

##### **a) L'autorisation préalable**

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

Le formulaire CERFA n°14798\*01 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

##### **b) 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\*01 permet d'effectuer une déclaration préalable.

#### **5. 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	Présence d'un RLP
<b>Compétence d'instruction</b>	Préfet	Maire de chaque commune
<b>Compétence de police</b>	Préfet	Maire de chaque commune

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	Présence d'un RLP
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

## 6. Délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous<sup>28</sup> :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction 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	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

<sup>28</sup> Articles L.581-43 et R.581-88 du code de l'environnement

### **III. Enjeux liés au parc local de publicité extérieure**

Un inventaire des publicités et préenseignes (y compris celles apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain) ainsi qu'un recensement par échantillonnage des enseignes situées sur le territoire de la commune d'Uzès a été effectué en mai 2019. 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.

#### **1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes**

##### **a) Généralités**

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. En outre, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires.

C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le code de l'environnement précise que « toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer. »<sup>29</sup> Par ailleurs, « 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>30</sup>.

115 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la commune d'Uzès.

Elles représentent au total près de 290 m<sup>2</sup> de surface publicitaire soit environ de 2,5 m<sup>2</sup> par support en moyenne.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (53 dispositifs soit près de la moitié du total) alors qu'il s'agit des dispositifs dont l'impact paysager potentiel est le plus dommageable avec la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Cette dernière est heureusement absente sur le territoire uzétien.

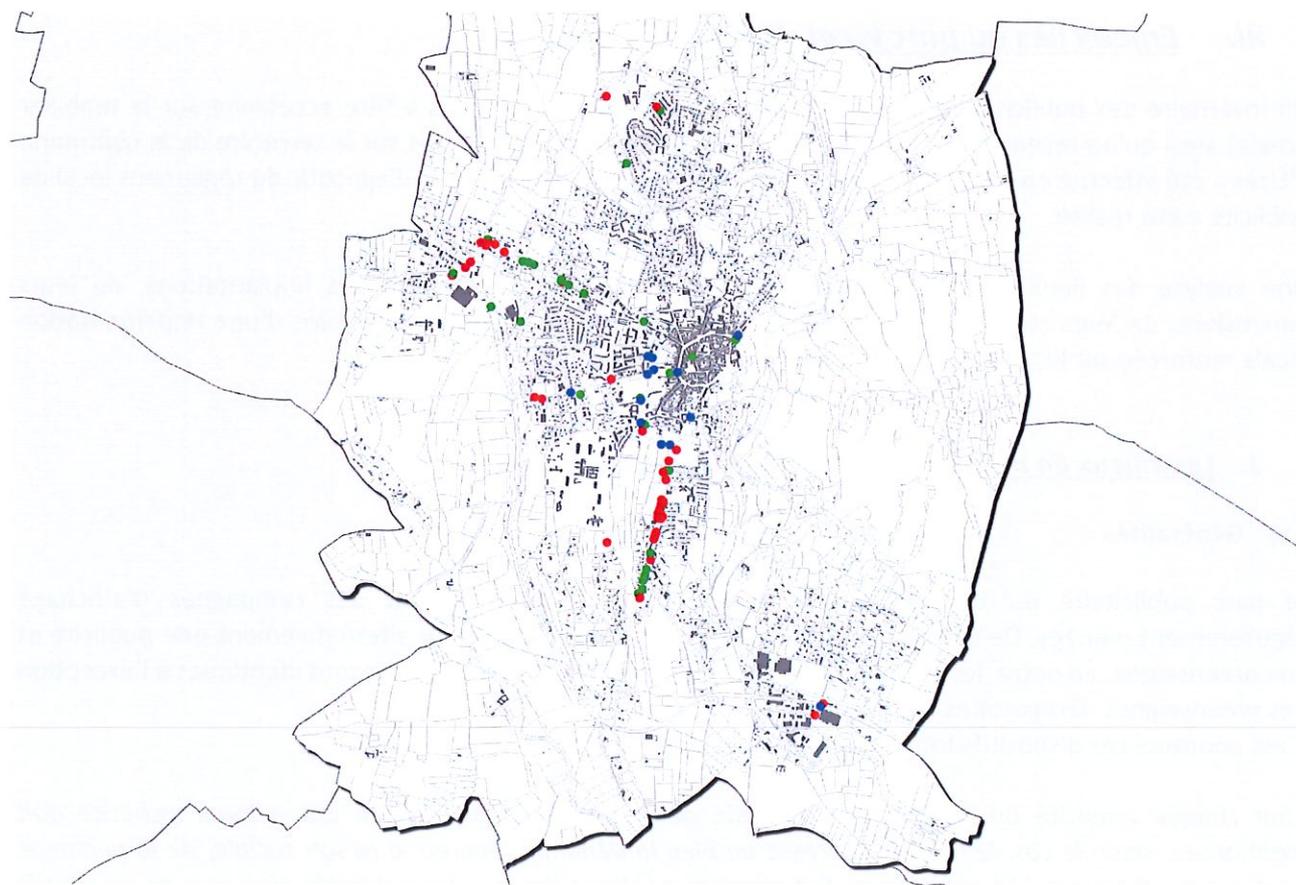
Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou sur une clôture sont elles aussi très présentes sur le territoire communal (48 supports) la publicité apposée à titre accessoire est relativement rare quoique non négligeable (14 supports).

En termes de localisation spatiale, on constate une pression publicitaire importante le long des axes routiers structurants (routes départementales 979, 981 et 982) notamment en entrées de ville et à proximité des zones d'activités économiques (Route de Nîmes, Pont des Charrettes, Mas de Mèze).

Ailleurs, on retrouve des dispositifs de façon très éparse, disséminés dans le tissu urbain.

<sup>29</sup> Article L.581-5 du code de l'environnement

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



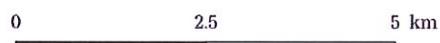
**Légende**

- Publicité accessoire sur mobilier urbain
- Publicité ou préenseigne sur mur ou sur clôture
- Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol



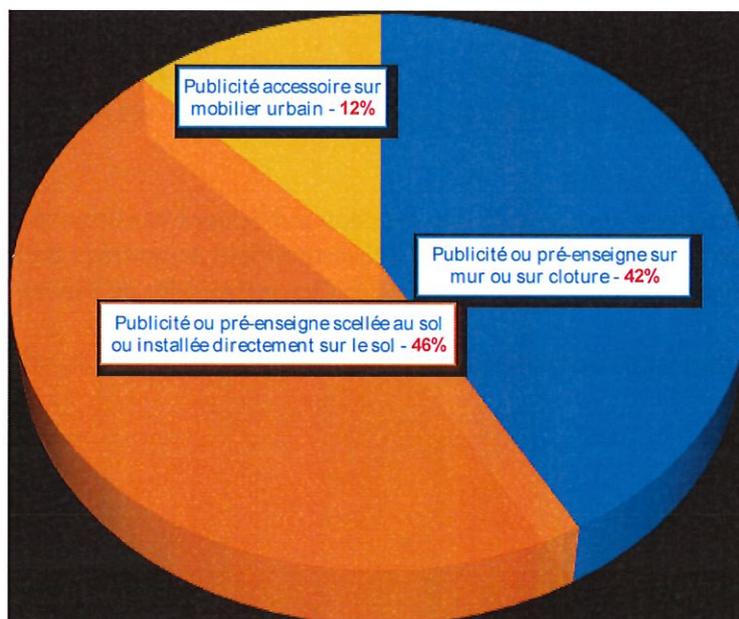
Source :  
Zones de protection : Atlas des Patrimoines  
Parcelaire, bâti et communes : PCI - Etalab

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil



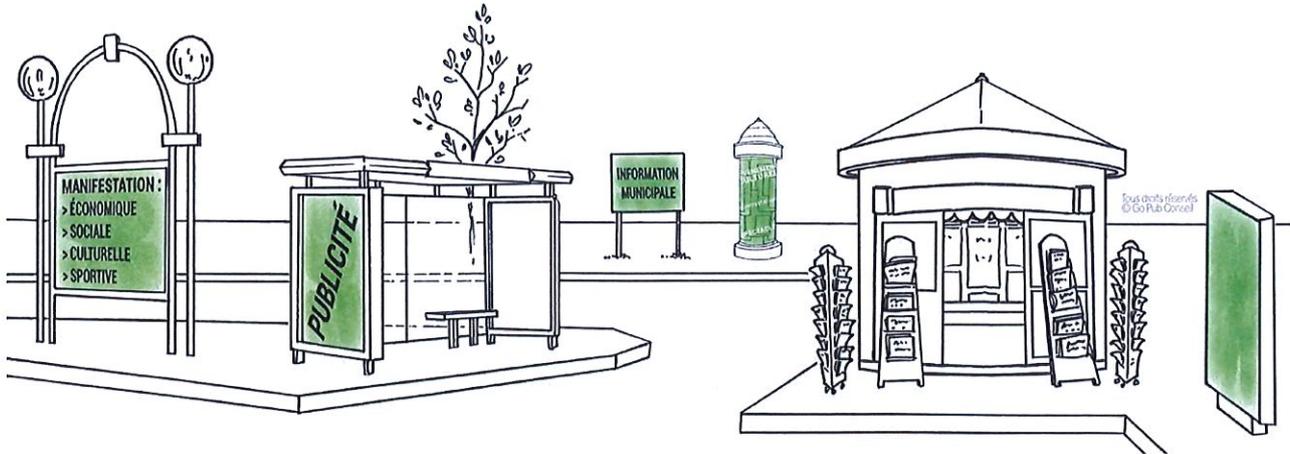
*Localisation des publicités et préenseignes sur la commune d'Uzès*

Le graphique ci-dessous illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire communal en fonction de leur type.

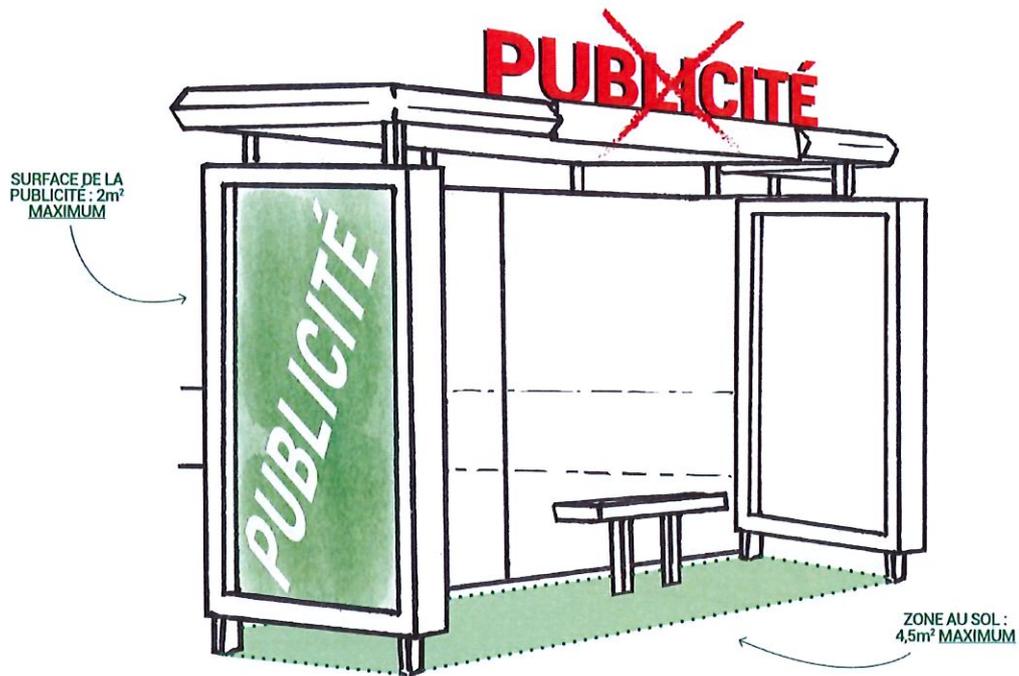


## b) Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain

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



Type	Règles applicables
<b>Abris destinés au public</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math></li> <li>- Surface totale <math>\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2</math> par tranche entière de <math>4,5 \text{ m}^2</math> de surface abritée au sol</li> <li>- Dispositifs publicitaires sur toit interdits</li> </ul>
<b>Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math></li> <li>- Surface totale <math>\leq 6 \text{ m}^2</math></li> <li>- Dispositifs publicitaires sur toit interdits</li> </ul>
<b>Colonnes porte-affiches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles</li> </ul>
<b>Mâts porte-affiches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives</li> <li>- Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math></li> </ul> </li> </ul>
<b>Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ;                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Si surface unitaire <math>&gt; 2 \text{ m}^2</math> et hauteur <math>&gt; 3 \text{ m}</math> alors :</li> </ul> </li> <li>• 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 ;</li> <li>• Ne peut ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à <math>12 \text{ m}^2</math> (<math>8 \text{ m}^2</math> si numérique) ;</li> <li>• 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.</li> </ul>



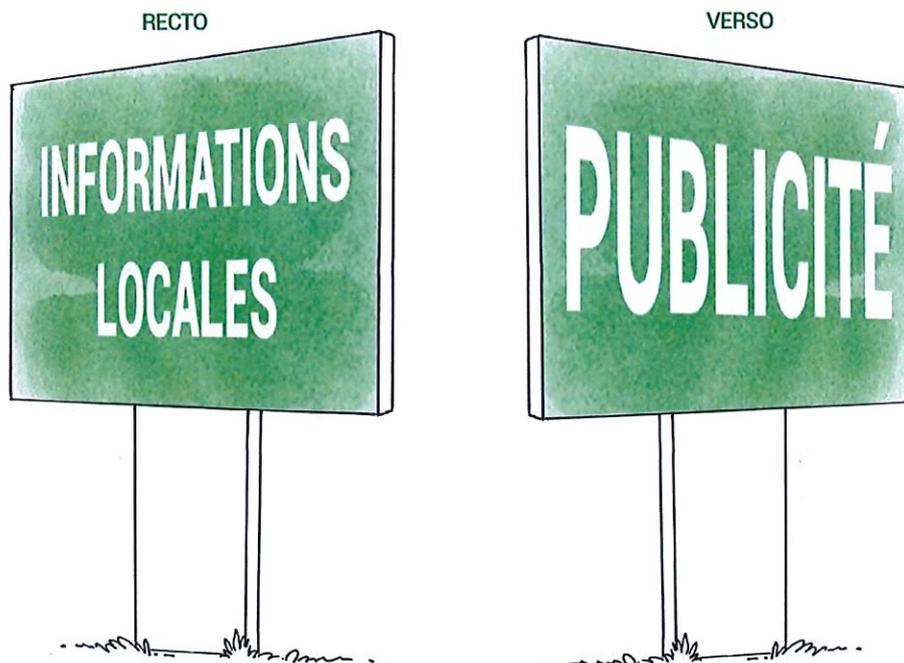
*Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public*



*Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public*



*Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches*



*Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques*

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

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

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les parcs naturels régionaux ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000.

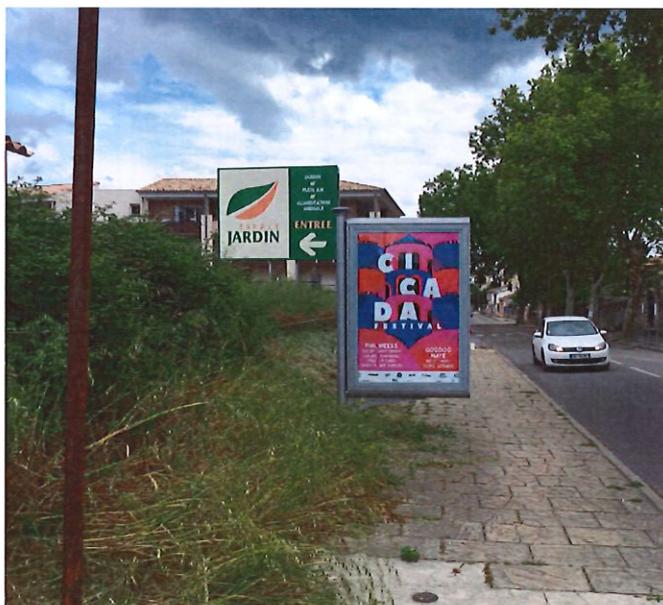
La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés (EBC) 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 ou sur un Plan d'Occupation des Sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories mais seulement trois sont présentes sur le territoire communal d'Uzès, à savoir :

- des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m<sup>2</sup> ;
- des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* » ;
- une colonne porte-affiches pour les informations culturelles notamment cinématographiques.



*Publicité supportée par un abri destiné au public (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales (photo de droite)*



*Colonne porte-affiches ne diffusant que des informations à caractère culturel*

A l'exception de la colonne porte-affiches, les publicités supportées par les mobiliers urbains sont toutes de petit format (2 m<sup>2</sup>). Si aucun dispositif ne s'élève au-dessus de ce seuil, pour autant seul un support semble conforme aux règles d'implantation définies par le code de l'environnement puisque non situé au sein d'une périmètre de protection patrimoniale<sup>31</sup>.

On recense dans cette catégorie aucune publicité lumineuse et a fortiori numérique. Pour rappel, lorsque le mobilier urbain ne diffuse que de l'information générale ou locale ou des œuvres artistiques, il n'est pas soumis à la réglementation de la publicité extérieure.

Finalement compte tenu du format contenu de ces publicités, ce type de dispositifs accessoires est généralement peu impactant pour les paysages uzétiens malgré sa présence non négligeable en cœur de ville au sein des périmètres de protection patrimoniale.

La convention de mise à disposition de mobilier urbain étant échue, la place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal devra être posée de manière spécifique dans la future réglementation locale sachant qu'il constitue un outil de communication non négligeable pour les collectivités.

### **c) Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol**

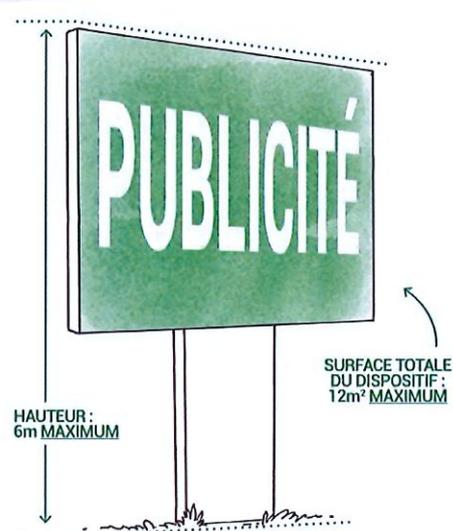
Dotée dans une agglomération de moins de 10 000 habitants dans une unité urbaine de moins de 100 000 habitants, la commune d'Uzès ne peut accueillir de publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sur son territoire.

<sup>31</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement

AGGLOMÉRATION DE MOINS DE 10 000 HABITANTS NE FAISANT PAS PARTIE D'UNE UNITÉ URBAINE DE PLUS DE 100 000 HABITANTS



AGGLOMÉRATION DE PLUS DE 10 000 HABITANTS NE FAISANT PAS PARTIE D'UNE UNITÉ URBAINE DE PLUS DE 100 000 HABITANTS



Le code de l'environnement y prévoit une interdiction stricte sans dérogation possible.

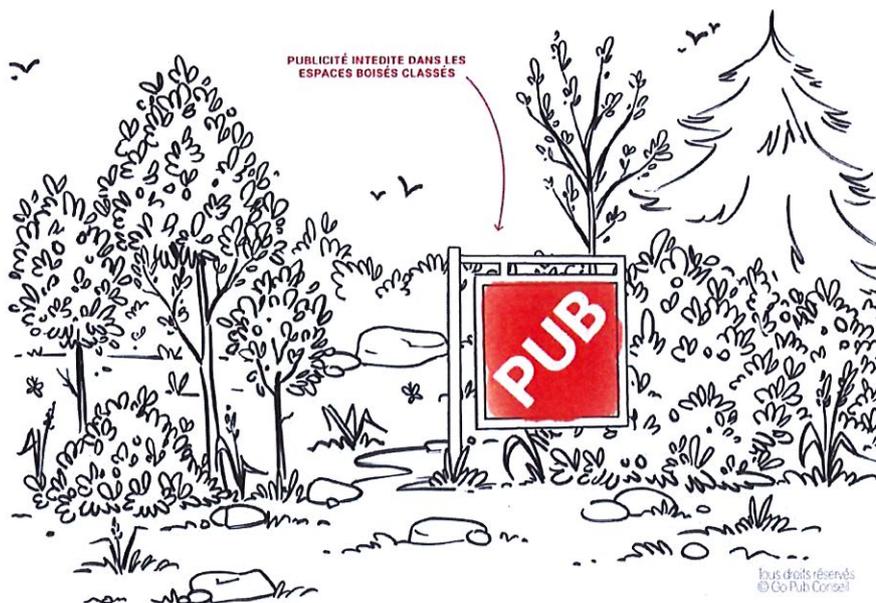


*Exemples de publicité et préenseigne scellées au sol relevées à Uzès*

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

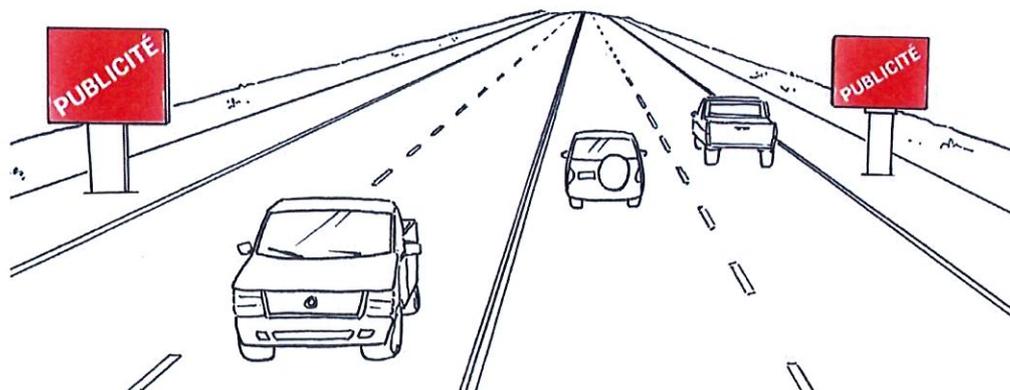
- dans les espaces boisés classés (EBC)<sup>32</sup>,
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur un Plan d'Occupation des Sols (POS).

<sup>32</sup> Article L.113-1 du code de l'urbanisme

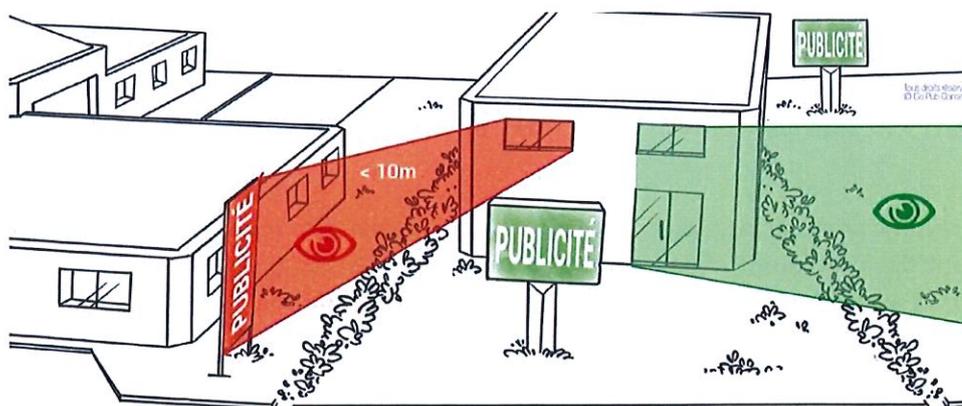


A Uzès, on ne recense pas de dispositifs publicitaires scellés au sol qui seraient situés dans ces espaces de protection.

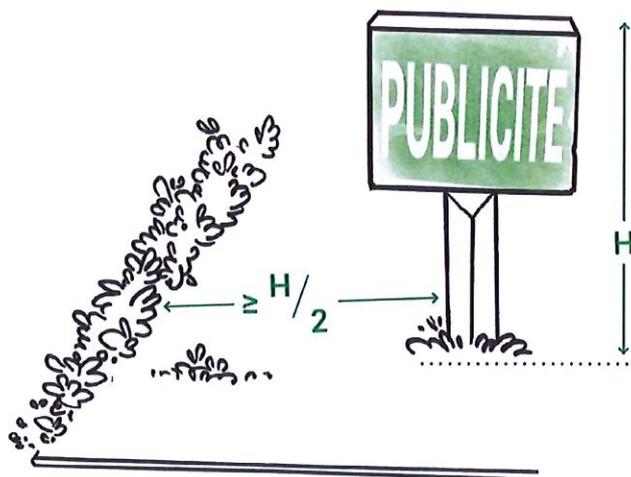
En outre les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors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



De plus, un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 mètres 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.



Enfin 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.



Malgré un nombre et une surface plutôt contenus, à Uzès, ces dispositifs scellés au sol sont illégaux au regard des règles nationales dont la commune ne peut s'affranchir et participent largement à la banalisation du paysage urbain de la commune de par leur positionnement le long des axes structurants de circulation en entrées de ville et à proximité immédiate des zones d'activités économiques.



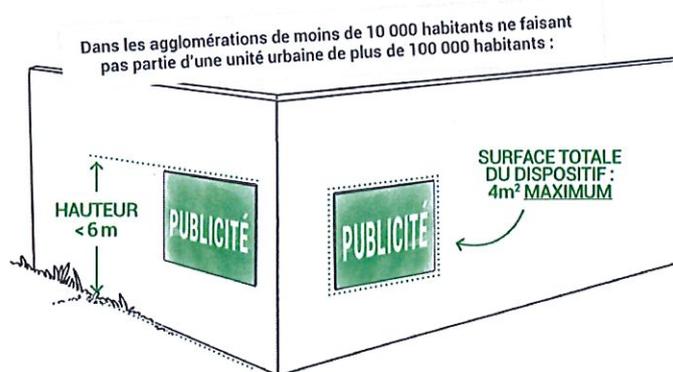
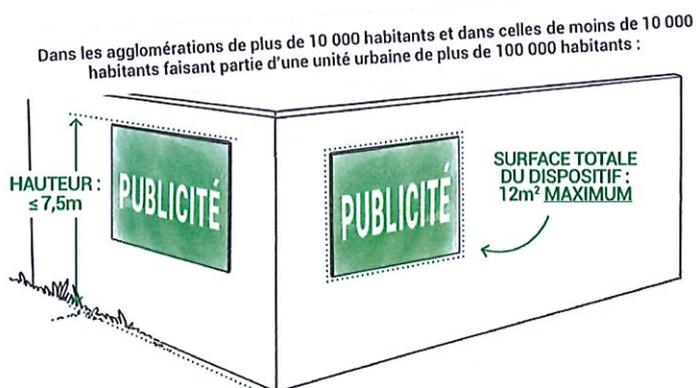
Par ailleurs, une part importante de dispositifs est implantée dans des secteurs où ils sont strictement interdits (les périmètres patrimoniaux énumérés plus haut dans le propos) ce qui représente à la fois un enjeu réglementaire (mise en conformité vis-à-vis du code de l'environnement) mais aussi paysager (les périmètres d'interdiction liés aux patrimoines ont été mis en place pour justement permettre de préserver ceux-ci de toute pollution).

Le futur RLP pourra donc rappeler les règles nationales s'appliquant à Uzès et l'identification de ces dispositifs publicitaires posant des problèmes réglementaires et paysagers devrait permettre une action de mise en conformité de ceux-ci avec leur suppression totale du territoire communal.

#### d) Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture

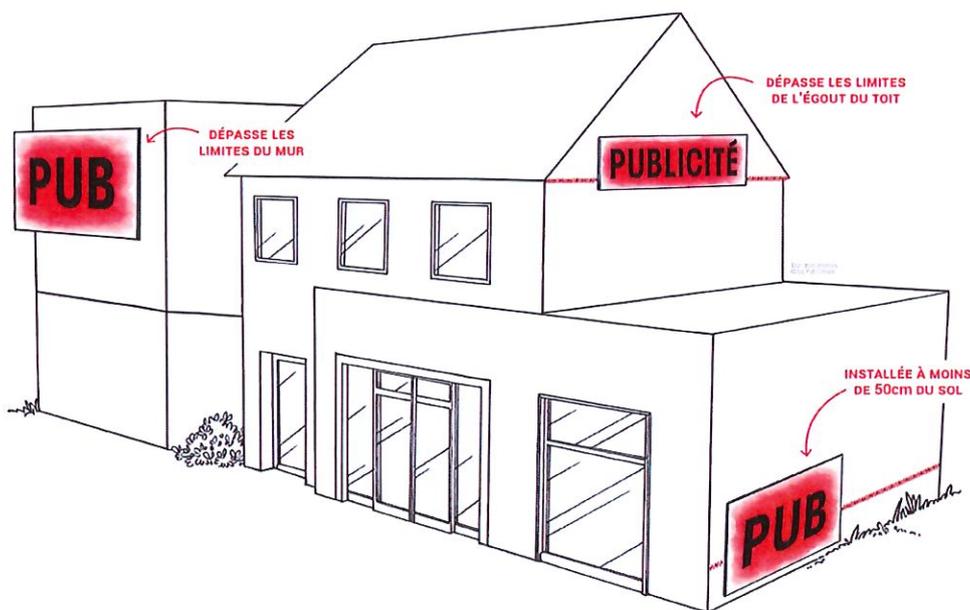
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 7,5$  mètres.



Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

- apposées à moins de 50 cm du niveau du sol ;
- dépassent les limites du mur qui la supporte ;
- dépassent les limites de l'égout du toit ;
- apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).

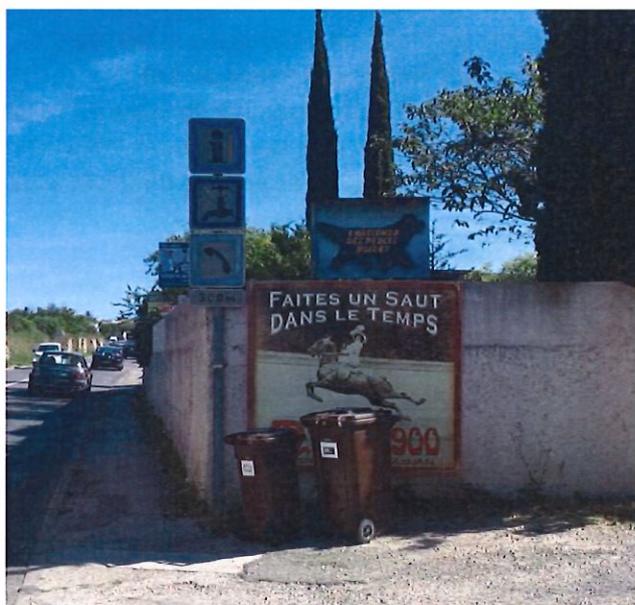


La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 centimètres.

Au terme de l'inventaire réalisé sur le territoire communal, les publicités apposées sur mur ou clôture ne sont pas rares sur la commune d'Uzès puisqu'on relève pas moins de 48 supports soit 42% de la publicité présente ici.

Il s'agit du type de dispositifs s'intégrant le mieux à l'environnement, « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »<sup>33</sup>.

Malgré leurs faibles dimensions (les surfaces des publicités murales et sur clôture recensées à Uzès sont pour la plupart inférieures ou juste supérieures à 4 m<sup>2</sup>), les impacts paysagers de ces dispositifs ne sont pas négligeables à Uzès notamment à cause de leur implantation.



Exemples de préenseigne et publicité sur un mur et une clôture aveugles à Uzès

<sup>33</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

Ainsi les principales problématiques paysagères et réglementaires relevées ici sont liées à des implantations discutables (installation en secteur patrimonial, sur support non aveugle ou souvent parallèle à la voie de circulation donc difficilement lisible excepté pour les personnes circulant à pied, dépassement du mur ou de la clôture support) ainsi que des formats et une densité trop importants. Il faut rappeler à cet effet que la surface maximale de 4 mètres carrés est rarement dépassée (certains supports ont été mesurés entre 4 et 4,08 m<sup>2</sup> ceux qui peut être considéré comme une marge d'erreur due aux appareils de mesure) mais cependant deux dispositifs jumelés dépassent largement ce format en mesurant 13,8 mètres carrés.



*Préenseignes implantées en secteur patrimonial*



*Publicités apposées sur des clôtures non aveugles*



*Publicité apposée sur un balcon et préenseigne apposée sur une ancienne publicité*



*Publicité et préenseigne excédant la surface maximale autorisée*

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture concernent donc en premier lieu la qualité de leur implantation.

Une réflexion devra être portée sur le maintien des règles nationales ou au contraire leur durcissement local sachant que cette catégorie de publicité est déjà sujette à des non conformités avec le code de l'environnement. Idéalement, la collectivité pourra utiliser ce diagnostic pour mettre en œuvre une action de mise en conformité permettant de retrouver des paysages urbains plus apaisés et qualitatifs.

#### **e) Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu**

Dispositifs extrêmement rares dans des communes de cette dimension démographique et économique, l'inventaire de la publicité uzétienne n'a permis de recenser aucun support publicitaire situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu.

Compte tenu de leur impact paysager important, le futur RLP de la commune d'Uzès devra se positionner quant à la possibilité d'implantation de tels dispositifs qui sont considérés comme légaux dès lors qu'ils sont lumineux<sup>34</sup>.

#### **f) La densité publicitaire**

Outre les règles d'implantations spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>35</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 mètres 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 mètres linéaire.

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

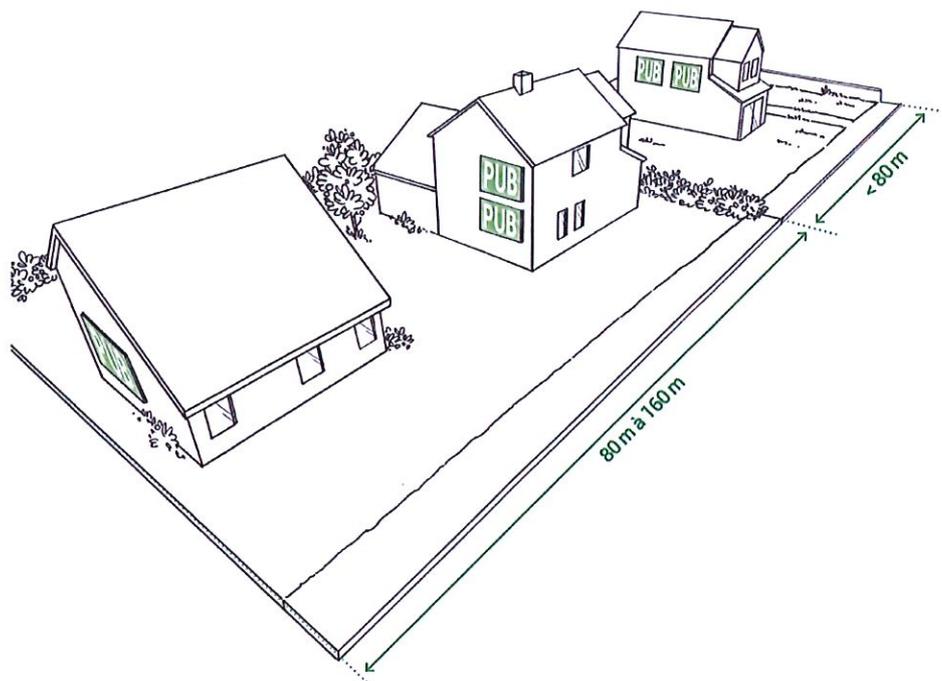
Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

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

---

<sup>34</sup> Articles R.581-38 et 39 du code de l'environnement

<sup>35</sup> Article R.581-25 du code de l'environnement



En l'absence de RLP à Uzès certains secteurs le long des nœuds routiers de communication (Route de Nîmes) ont vu l'émergence et le foisonnement de supports publicitaires implantés sans autorisation et de façon anarchique qu'il conviendra dans un premier temps de mettre en conformité sans délai.

Dans le cadre de l'élaboration afin de juguler la tentation toujours présente de surenchère de dispositifs publicitaires, il paraît impératif de réfléchir à la mise en place d'une règle locale renforçant les règles nationales.



### g) Les bâches publicitaires

Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du code de l'environnement. Ainsi, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

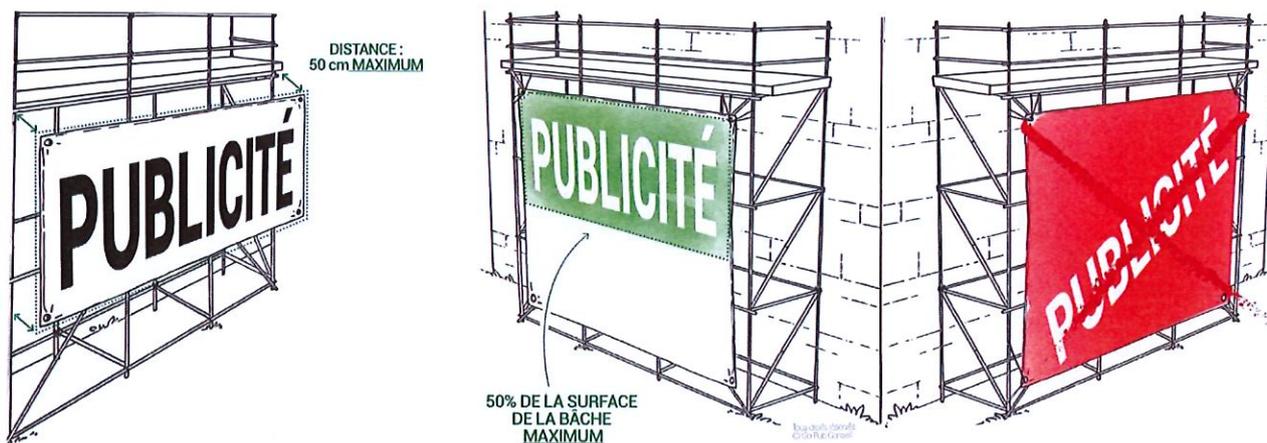
On compte deux types de bâches :

- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement 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.

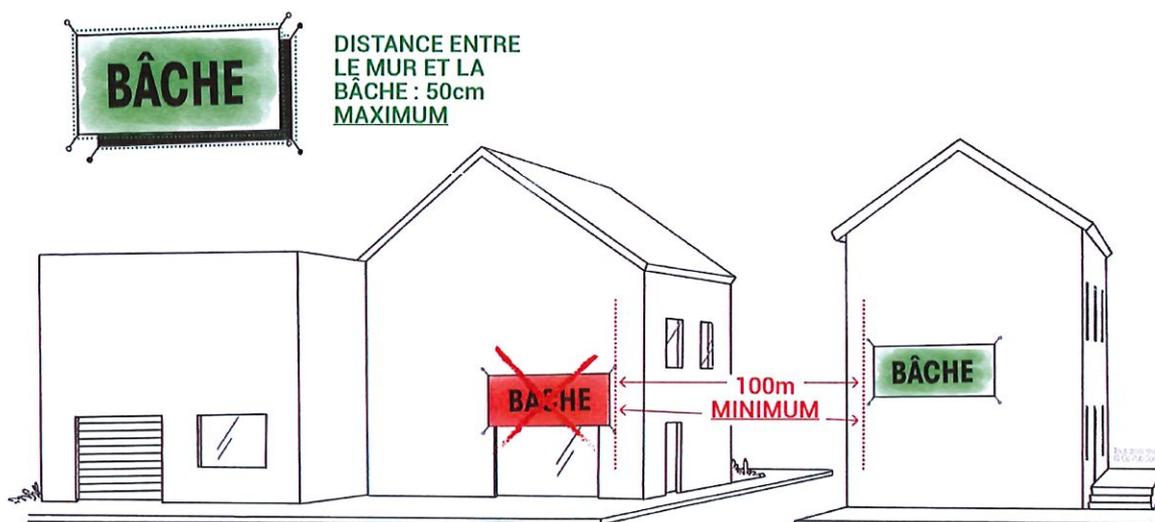
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 centimètres par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. En outre, la durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des échafaudages pour les travaux et la surface de cet affichage ne peut excéder 50% de la surface de la bâche<sup>36</sup>.

<sup>36</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 centimètres, 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 mètres.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité apposée sur bâches notamment le fait qu'elle doit être installée à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucune bâche publicitaire n'a été relevée sur le territoire uzétien. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

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

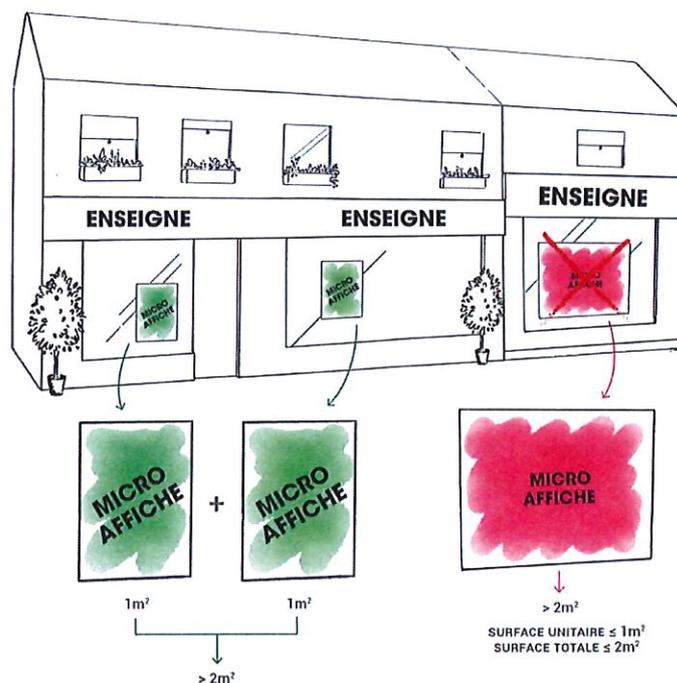
Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « grenellisation » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit désormais d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure

définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à un mètre carré, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* »

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueille en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit pour autant d'une source de revenu pour ces activités.

Le code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m<sup>2</sup>. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m<sup>2</sup>.



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 centimètres du niveau du sol.

Généralement on constate que plusieurs dispositifs sont installés sur une même activité. Cela a pour effet d'accentuer le phénomène de saturation des façades. En effet, ces dispositifs ne sont pas comptabilisés dans le calcul de la surface cumulée des enseignes institué par le code de l'environnement.

A Uzès, l'inventaire de la publicité extérieure a permis de mettre en évidence l'absence de ce type de dispositif sur le territoire communal.

#### **i) Les dispositifs de dimensions exceptionnelles**

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles ne sont pas autorisés à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants<sup>37</sup>.

Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé à Uzès. Néanmoins, le futur RLP pourrait proposer une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

<sup>37</sup> Article R.581-56 du code de l'environnement

## j) Les publicités et préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieur des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire national.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh<sup>38</sup>.



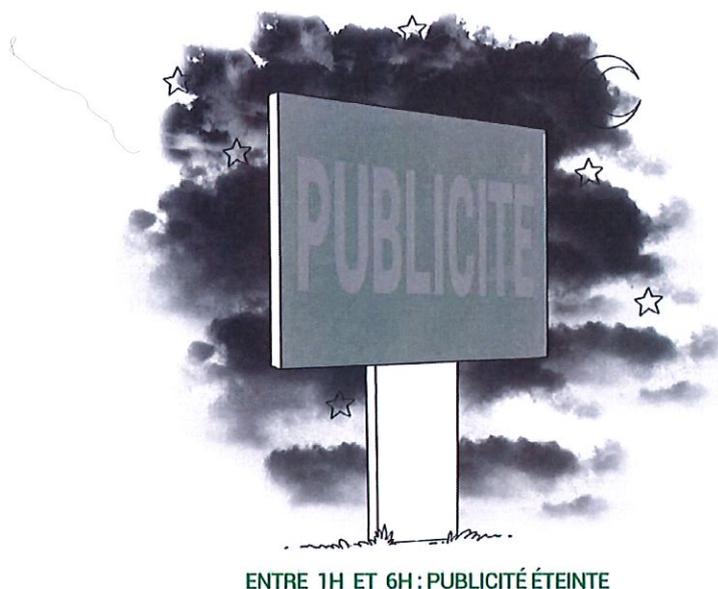
*Cartographie de la pollution lumineuse en France<sup>39</sup>*

<sup>38</sup> [https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400\\_1oawf6\\_doc172.pdf](https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf)

<sup>39</sup> <http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue notamment par la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles 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.



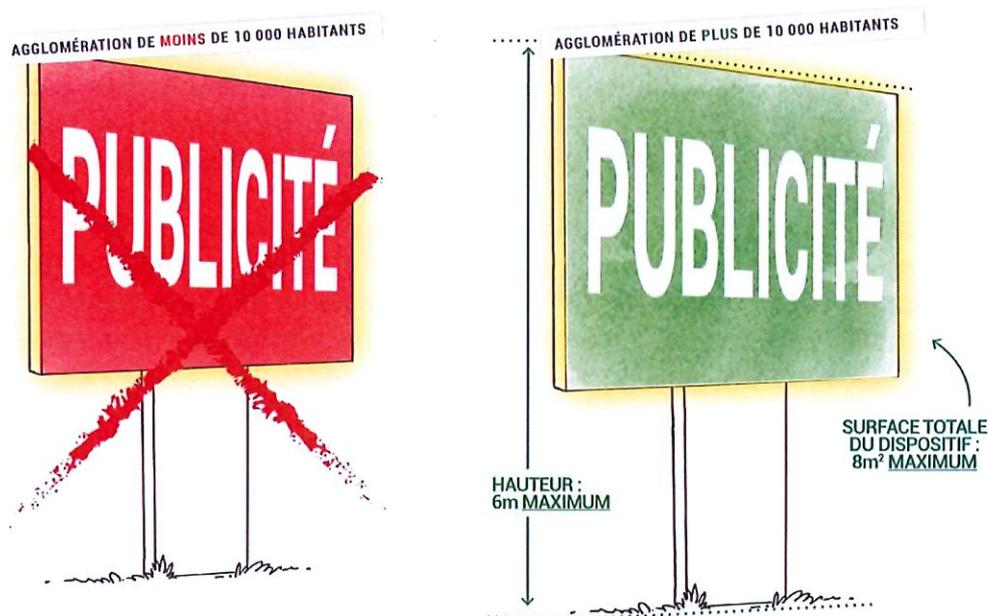
La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>40</sup>.

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.

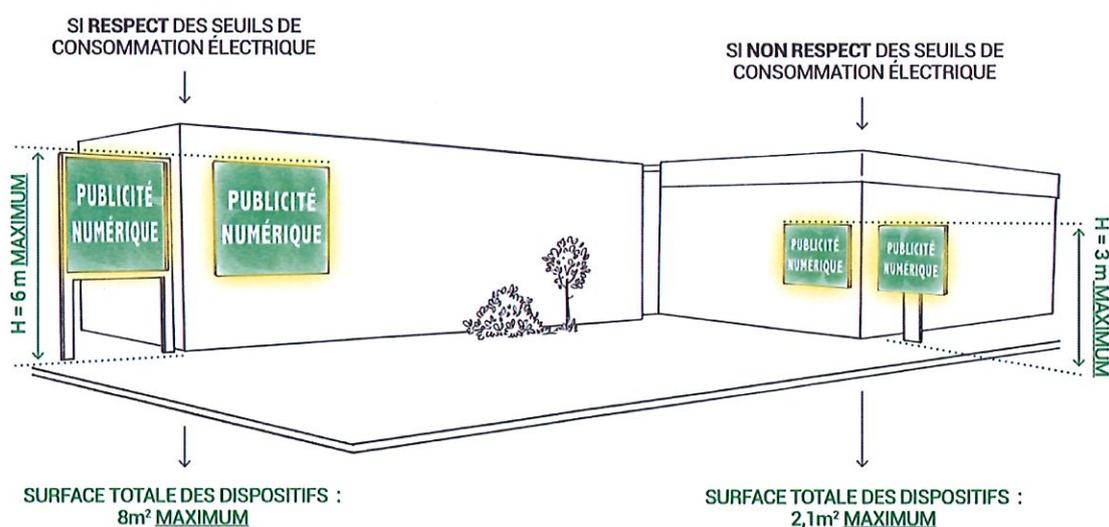
La publicité numérique et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence sont une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elles sont donc soumises aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse à savoir :

- surface unitaire maximale  $\leq 8 \text{ m}^2$  ;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6$  mètres.

<sup>40</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>41</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 mètres au-dessus du niveau du sol.

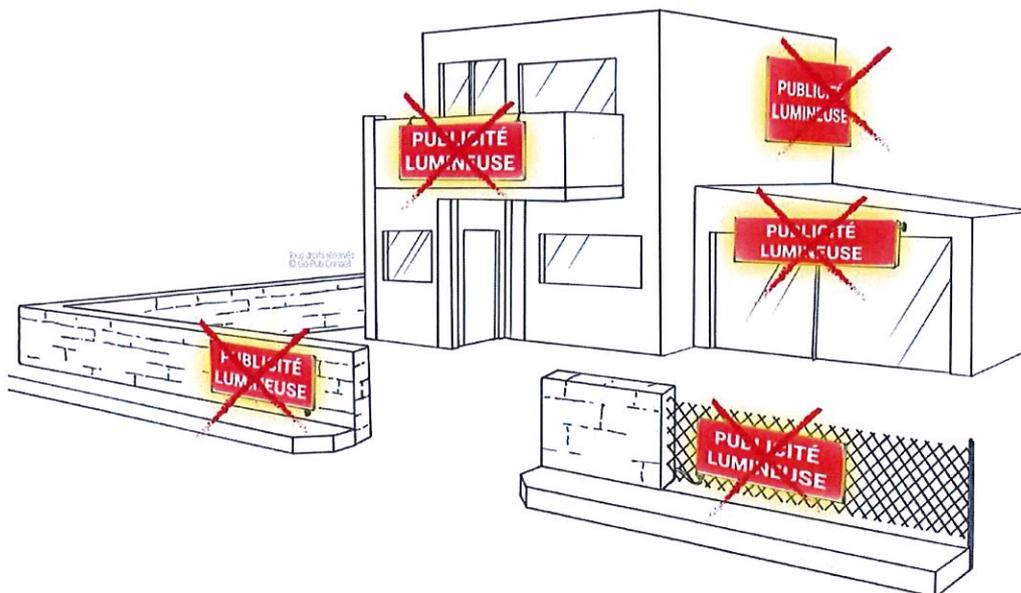


La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

La publicité lumineuse ne peut :

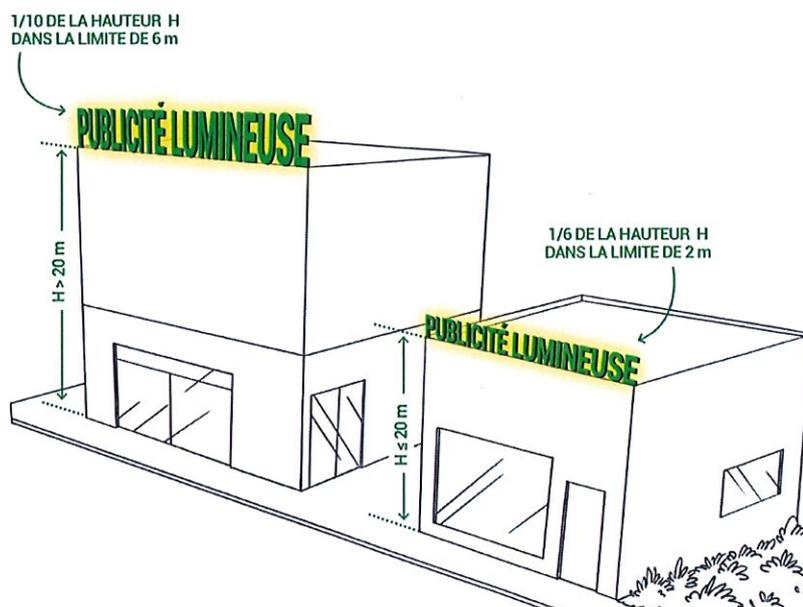
- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.

<sup>41</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour



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

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



En l'espèce, y compris en prenant en compte le mobilier urbain supportant à titre accessoire de la publicité, la publicité lumineuse est extrêmement rare sur le territoire de la commune d'Uzès puisqu'elle ne concerne qu'un seul support. Il s'agit d'un dispositif publicitaire de grand format, scellé au sol et éclairé par projection (voir photo ci-dessous).



Support publicitaire lumineux recensé à Uzès

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

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

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Ainsi, malgré la rareté de tels dispositifs à Uzès, le futur RLP fixera a minima indiquer une plage d'extinction nocturne des dispositifs publicitaires, d'enseignes et de préenseignes afin de limiter la pollution lumineuse qu'ils génèrent.

#### **k) Conclusion**

La majeure partie de la publicité est actuellement non conforme aux règles nationales en vigueur sur le territoire d'Uzès. En effet une part prépondérante des communications publicitaires sont scellées au sol ou implantées dans des périmètres patrimoniaux soumis à des interdictions réglementaires ce qui les rend de fait irrégulier vis-à-vis du code de l'environnement.

Le principal enjeu du futur sera donc d'abord de veiller à faire respecter la réglementation nationale qui permettrait déjà de supprimer très fortement les principales causes de « dégradations » paysagères (type, dimension, emplacement). En outre, une réglementation locale viendra encadrer les nouveaux formats et implantations afin de privilégier réellement la préservation d'espaces urbains plus apaisés et qualitatifs notamment en entrées de ville le long des axes routiers structurants.

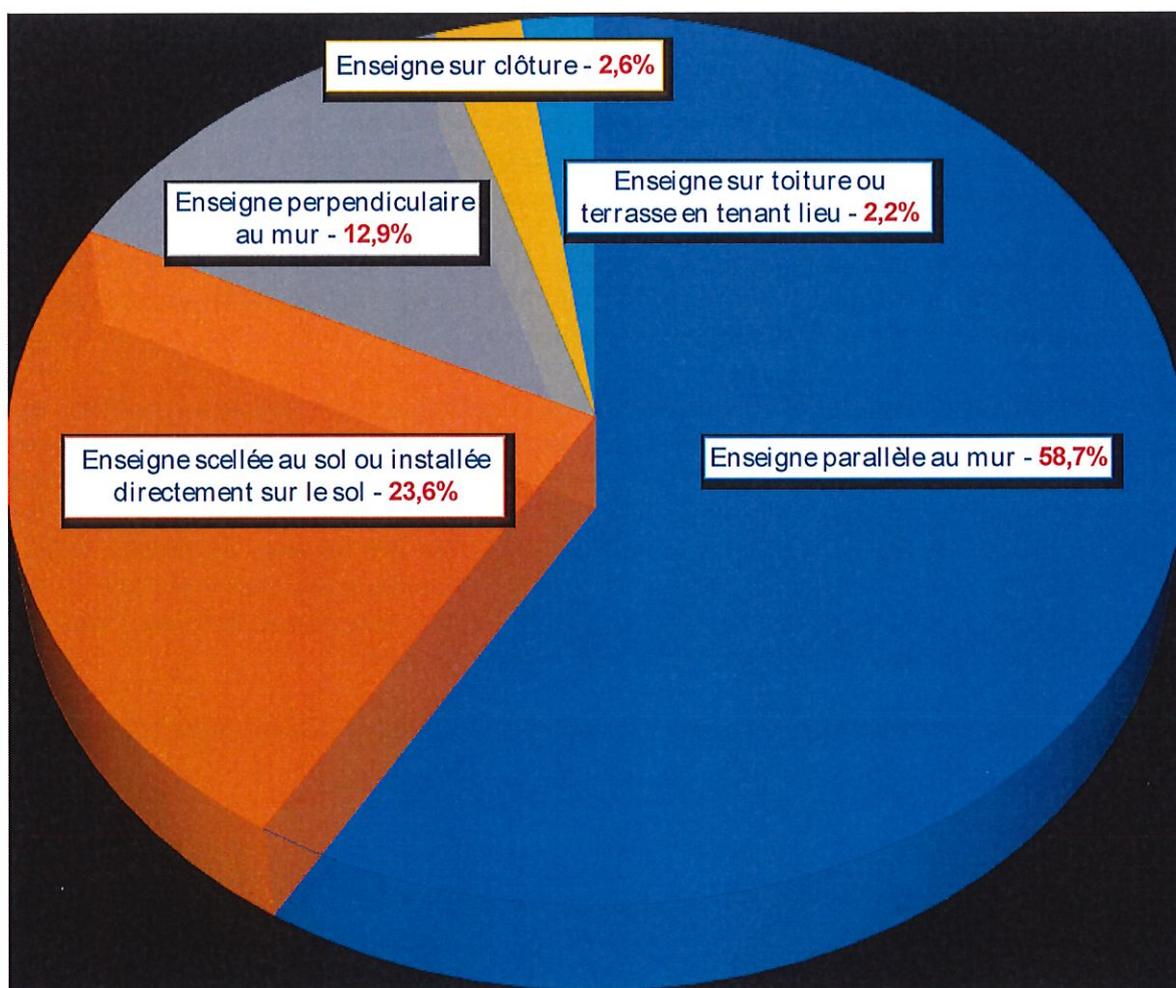
## 2. Les enjeux en matière d'enseignes

### a) Généralités

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

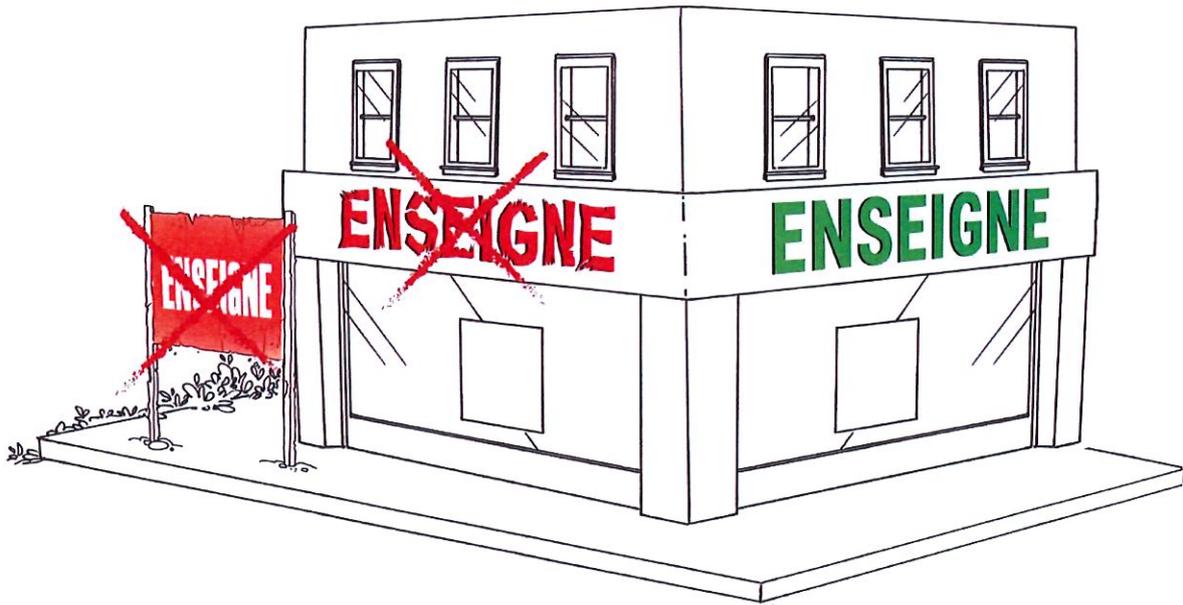
L'inventaire terrain par échantillonnage des enseignes a permis d'en dénombrer près de 300 sur le territoire communal réparties en cinq grandes catégories de la manière suivante :

- des enseignes parallèles au mur ;
- des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- des enseignes perpendiculaires au mur ;
- des enseignes sur une clôture.



Quelle que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes soient :

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

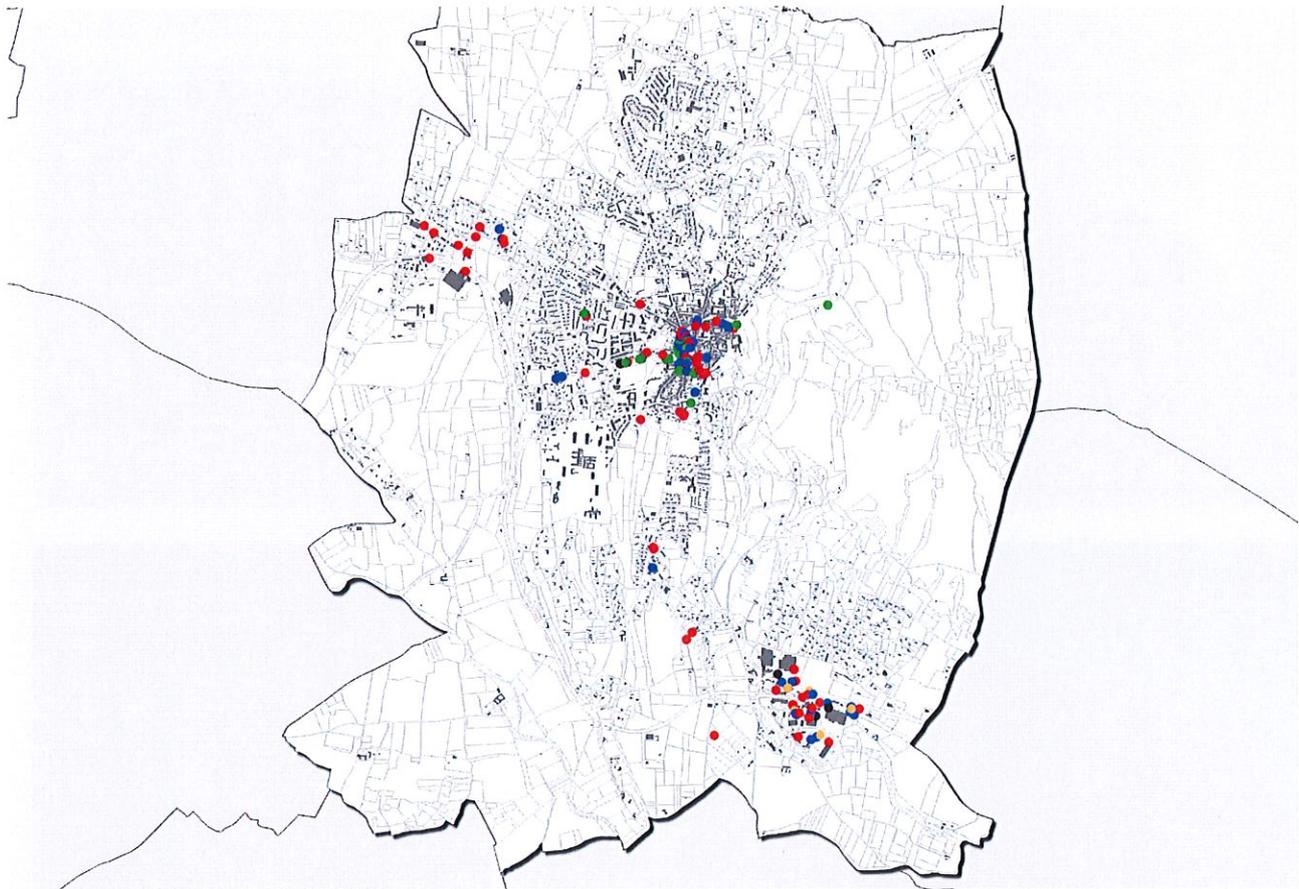


Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu économique est dense et à Uzès on remarque ainsi une grande densité d'enseignes dans le centre historique et dans la zone d'activités économiques de Pont des Charrettes.

En outre, on retrouve des enseignes de manière éparse le long de l'avenue de la Gare (RD 982) et à l'intersection des RD 981 et 407 (ZI du Mas de Mèze). Dans le reste du tissu urbain, les activités étant plus anecdotiques, on recense des enseignes de façon plus ponctuelle.

Par ailleurs, on note une omniprésence des enseignes dites « commerçantes » (enseignes parallèles au mur et enseignes perpendiculaires au mur) puisqu'elles sont notamment utilisées par des activités de centralité (petits commerces et services de cœur de ville) ne disposant que de leurs façades propres pour se signaler du fait de leur contexte hyperurbain (absence de foncier propre, activité directement située en front de rue ou de voie sur le domaine public, implantation au rez-de-chaussée d'immeubles d'habitation). De plus, malgré la présence de zones d'activités commerciales ou industrielles (Pont des Charrettes, Mas de Mèze), les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ainsi que les enseignes sur clôture et les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont bien moins présentes.

La cartographie ci-dessous expose l'implantation des enseignes recensées sur le territoire communal selon leur type :



### Légende

- Enseigne parallèle au mur
- Enseigne perpendiculaire au mur
- Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Enseigne sur clôture
- Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu



Source :

Parcellaire, bâti et communes : PCI - Etalab  
Recensement : bureau d'études GoPub Conseil

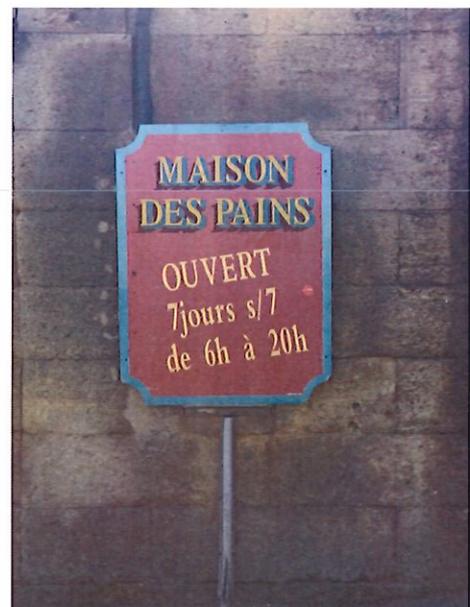
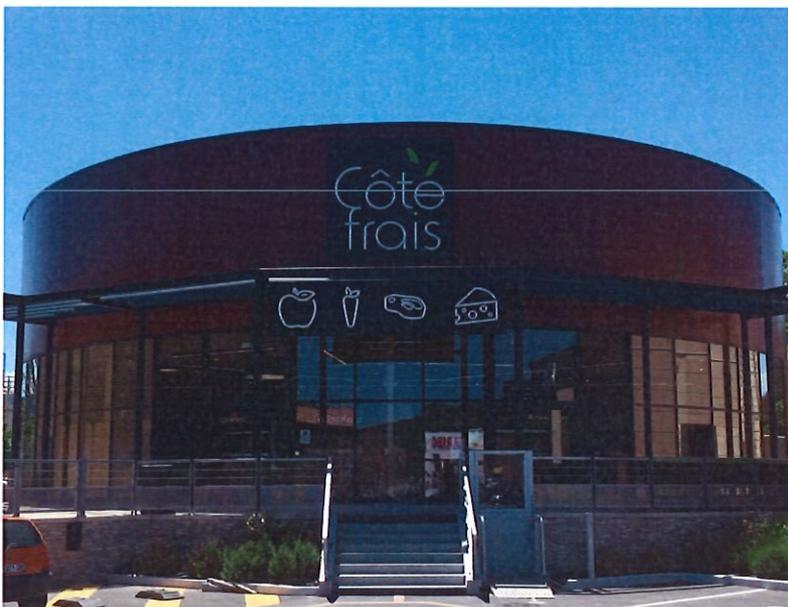
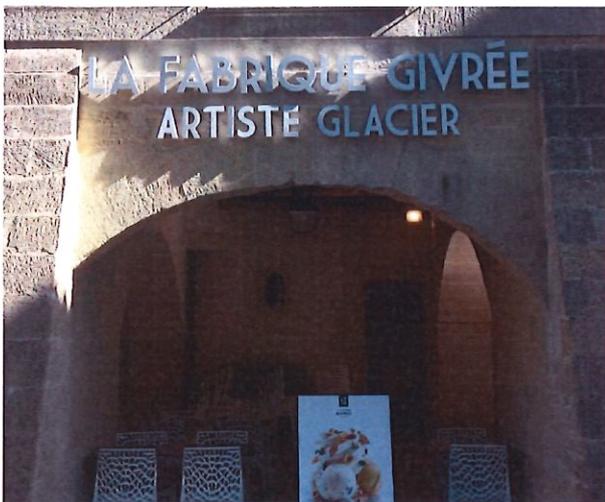
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil

0 2.5 5 k

### Localisation des enseignes sur la commune d'Uzès

#### b) Les enseignes parallèles au mur

Une très large majorité des enseignes présentes sur le territoire communal sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support (près de six enseignes sur dix). Elles se présentent sous diverses formes (en lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches) et on les retrouve essentiellement dans les rues commerçantes du cœur de ville mais aussi sur les façades commerciales et artisanales des zones de Pont des Charrettes et Mas de Mèze.

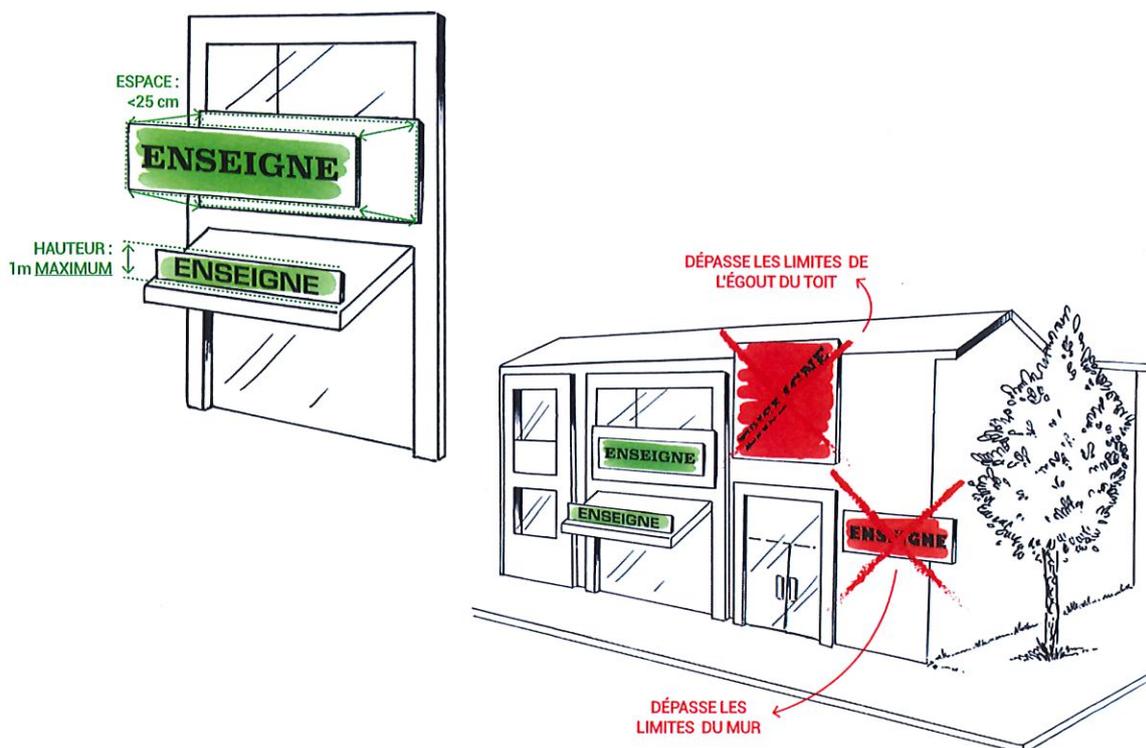


*Exemples d'enseignes parallèles au mur identifiées à Uzès*

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface<sup>42</sup>. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

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

<sup>42</sup> Articles R.581-60 et R.581-63 du code de l'environnement



Dans la typologie des enseignes parallèles au mur, on retrouve les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. En l'absence de RLP en vigueur ou si le RLP le permet, ces enseignes peuvent être installées si elles respectent les règles suivantes :

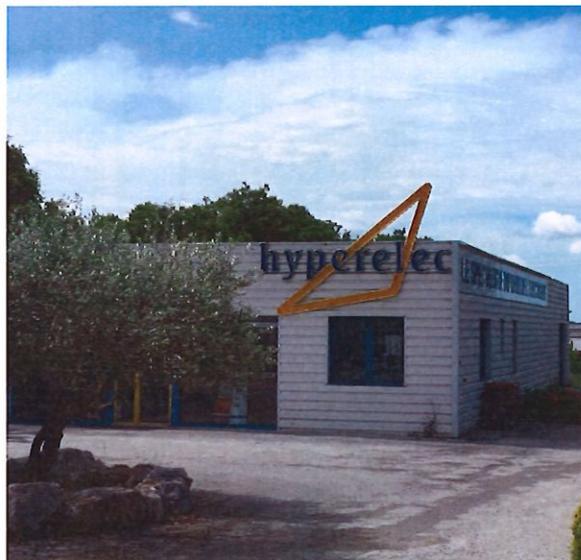
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre ;
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et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

Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, les enseignes sur balcon, auvent ou marquise viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.

Leur rareté sur le territoire de la commune d'Uzès et surtout la difficulté de les implanter sans dénaturer l'exceptionnel patrimoine bâti de l'hypercentre pourrait amener la collectivité à réfléchir à leur interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

Globalement les enseignes parallèles au mur posent notablement plus des problèmes paysagers que des problèmes purement réglementaires (conformité ou non au code de l'environnement) et très peu d'entre elles (4% du total) ne respectent pas la réglementation nationale en vigueur.

En effet, le principal point noir que met en exergue ce diagnostic concerne l'harmonie de certaines devantures commerciales avec des implantations d'enseignes parfois « hasardeuses », un manque de soin porté à l'entretien ou une signalisation trop abondante comparativement à la façade considérée (voir par ailleurs le point consacré à la saturation des façades commerciales).



*Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'insertion paysagère pose problème à Uzès*

Le principal enjeu du futur RLP pourra être d'introduire des règles d'intégration architecturale des enseignes afin qu'elles ne viennent plus dénaturer les façades et brouiller à la fois le champ visuel des usagers de la commune (habitants, visiteurs) et la lecture des paysages urbains.

### c) Les enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent le troisième type d'enseignes le plus utilisé à Uzès et sont de taille assez modeste comparativement aux autres types d'enseignes. Elles sont principalement présentes dans le cœur de ville en accompagnement des enseignes parallèles au mur.



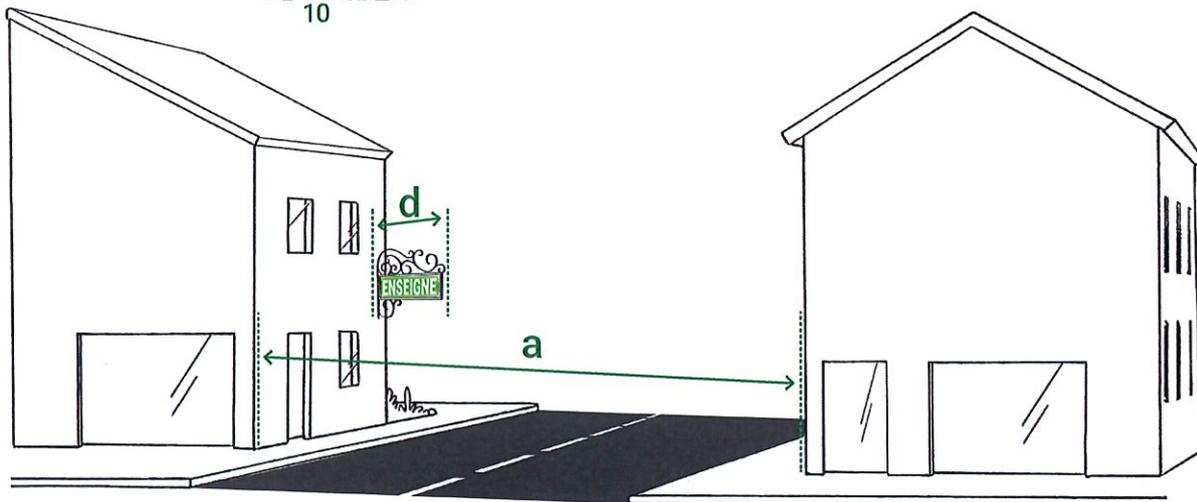
*Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Uzès*

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- ne dépassent la limite supérieure de ce mur ;
- ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon ;
- ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$a \leq \frac{1}{10} a$$



À Uzès, le seul problème de conformité touchant ce type de dispositifs est lié à leur cumul excessif avec d'autres enseignes du même type et des enseignes parallèles au mur (voir par ailleurs le point consacré à la saturation des façades commerciales).

Ce problème de cumul cause aussi des troubles d'ordre paysager notables puisqu'en outre l'implantation de ces enseignes est souvent anarchique rendant la lecture compliquée voire impossible pour l'utilisateur au niveau de la rue (piéton).

Ce sont des cas très fréquents dans les rues uzétiennes où les établissements (en particulier les bars-tabacs-presses) signalent parfois tout ou partie de leurs activités et/ou produits sur des dispositifs individuels qui se chevauchent et/ou se succèdent (cf. exemples ci-dessus). Cependant cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité et/ou lisibilité de l'activité et induit des difficultés de lecture à la fois des messages diffusés et des paysages urbains.

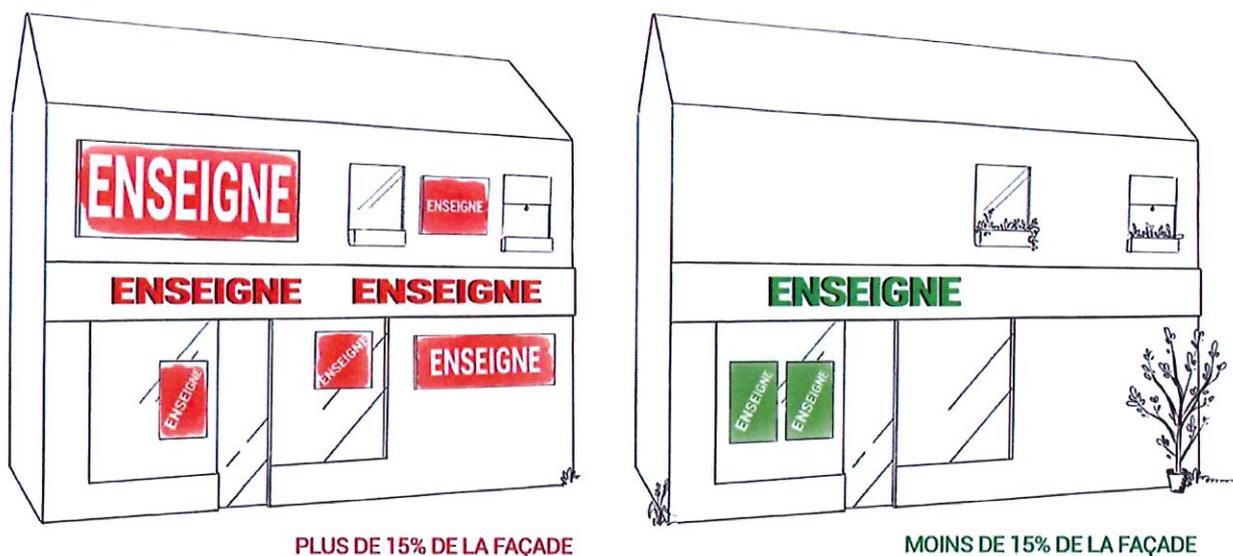
D'autre part en termes de format, la surface de ces dispositifs est majoritairement inférieure au mètre carré (seules quatre enseignes mesurent plus d'un mètre carré tout en restant inférieure à 2 m<sup>2</sup>), leur saillie est plutôt mesurée (seuls six supports ont une saillie dépassant un mètre et débordent de manière « excessive » sur le domaine public) et elles excèdent rarement le mètre de hauteur ce qui ne les empêche pas de déborder plus ou moins largement sur l'étage supérieur (en l'occurrence le premier étage puisque les activités concernées se situent généralement en rez-de-chaussée) voire d'y être totalement installées.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité. Le nombre d'enseignes, leur positionnement, surface, saillie ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes. La mise en place d'actions pédagogiques accompagnant l'approbation et l'application du futur RLP participera également d'une meilleure insertion des enseignes sur le territoire communal.

#### d) La notion de surface cumulée sur une façade commerciale

Apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure, cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade<sup>43</sup>. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

Dans le cas de cette règle, les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



<sup>43</sup> Article R.581-63 du code de l'environnement ; cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'exposition d'arts plastiques

Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale rencontrés dans le paysage urbain d'Uzès et pour autant de très rares activités sont ici concernées par ce phénomène.

Pour éviter la surenchère inutile (la majorité des messages ainsi diffusés sont illisibles à cause de leur excessivité tant en termes de surface que de couleurs), il s'agira a minima de veiller au respect des règles nationales du code de l'environnement voire d'envisager un corpus de règles pour les enseignes en façade permettant d'en réduire le nombre, la taille et donc l'impact.



*Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Uzès*

### e) Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

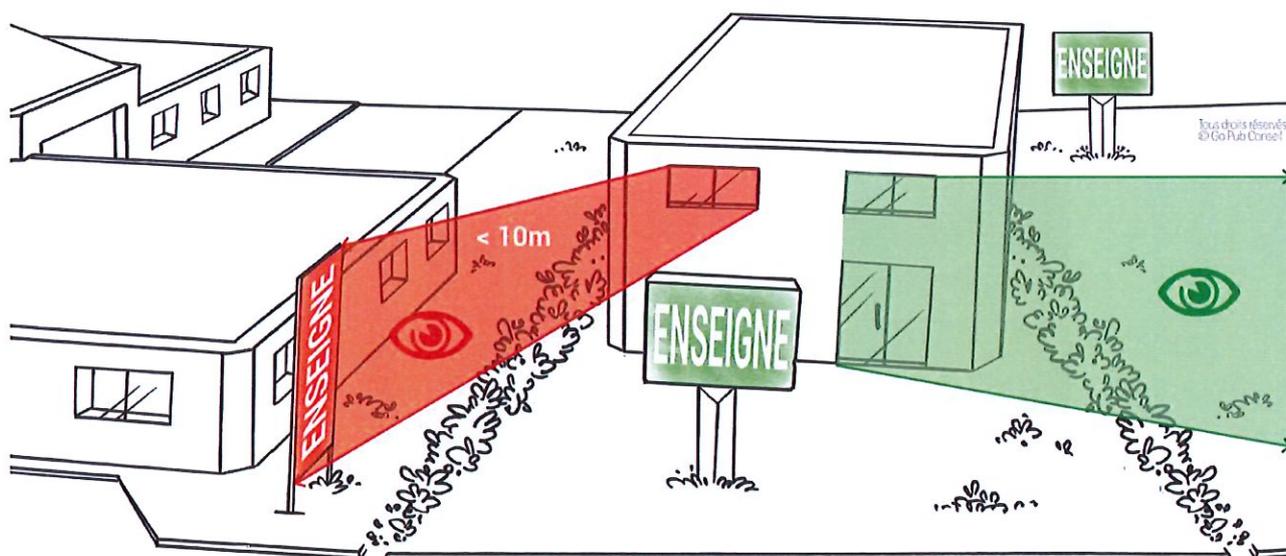
Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent près du quart des enseignes inventoriées à Uzès notamment du fait de la présence de deux zones d'activités économiques dans la commune où les unités foncières plus généreuses par rapport à un cœur de ville dense peuvent permettre une installation aisée.

Les enseignes de ce type inventoriées à Uzès, par leur implantation, leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, participent activement à une saturation des paysages loin d'être négligeable sachant que ces caractéristiques pas toujours moindres se cumulent visuellement. Cet impact visuel particulièrement important est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de supports similaires (par exemple des panneaux dits « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités / préenseignes et enseignes.

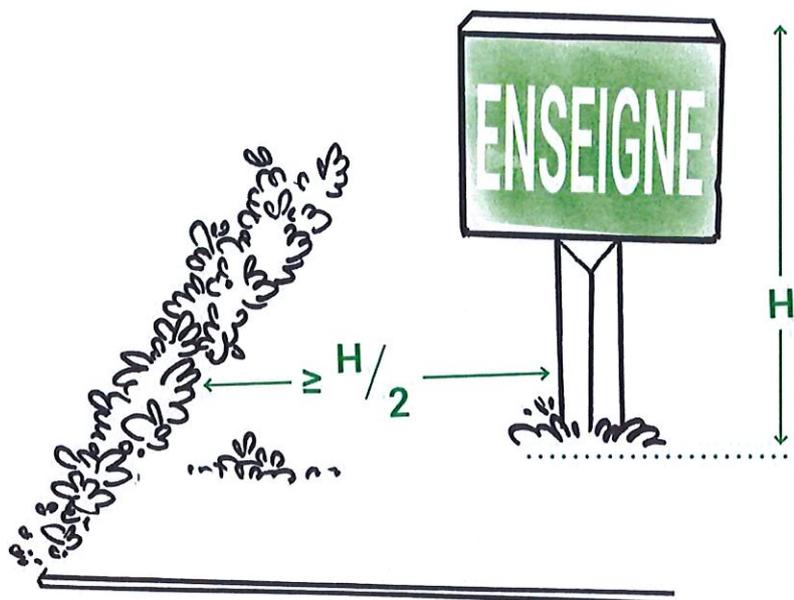
Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems, les chevalets ou encore les panneaux « 4 par 3 ».

Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantation.

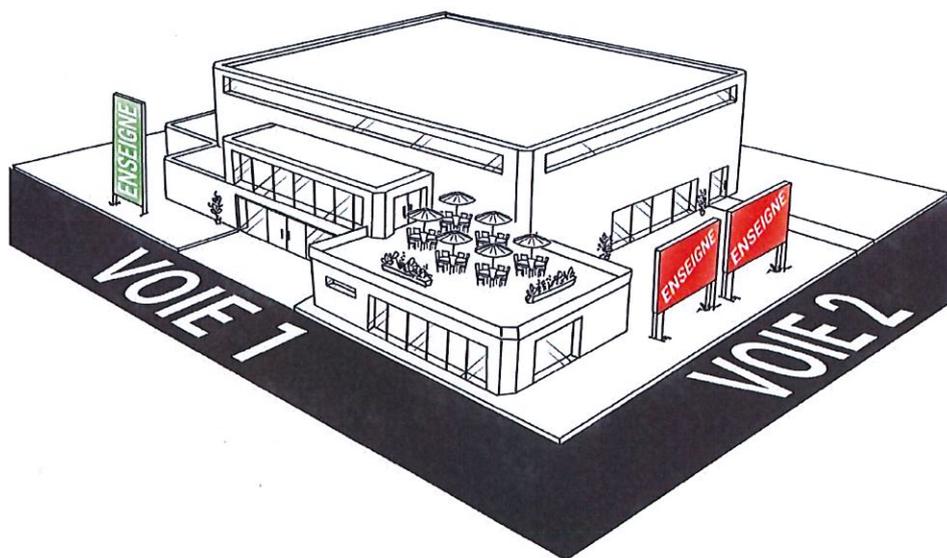
Ainsi, les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



De plus 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 également 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.

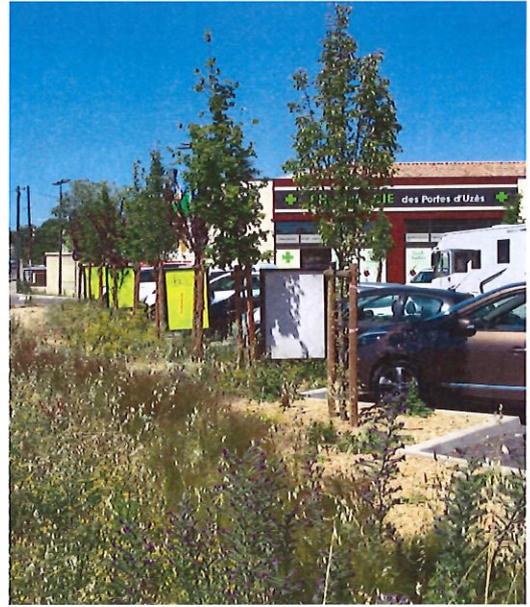


Enfin la surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, soit le cas d'Uzès.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ;
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Sur le territoire uzétien, la moitié des enseignes recensées ne respectent pas une voire deux règles nationales. Parmi celles-ci, on relève très majoritairement des établissements ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant une activité donnée et de manière plus anecdotique quelques activités disposant de supports dépassant le format maximal admis.



*Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre*





*Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas le format maximal admis*

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le code de l'environnement dès lors qu'elle mesure moins d'un mètre carré. Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que les activités utilisent la plupart du temps une seule enseigne de ce type car elles sont majoritairement situées sur le domaine public, sur les trottoirs (attention toutefois à la régularité de tels dispositifs qui nécessitent d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public pour être installés et être qualifiés d'enseignes ; sinon il s'agira de publicités ou préenseignes puisque situées hors de l'unité foncière dédiée à l'activité signalée) alors qu'elles ont tendance à être redondantes lorsqu'elles sont placées sur une unité foncière privée (par exemple sur les parkings de grandes surfaces commerciales).



*Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol*

L'ensemble de ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale en vue d'en réduire les nuisances visuelles. Il pourra s'agir notamment de limiter leurs dimensions (surface, hauteur, largeur).

Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales spécifiques aux enseignes inférieures ou égales à 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.

En toute logique, l'information pédagogique et la sensibilisation des acteurs économiques de la commune suite à l'élaboration de ce RLP devrait également permettre d'améliorer la situation avec une mise en conformité progressive des enseignes en infraction.

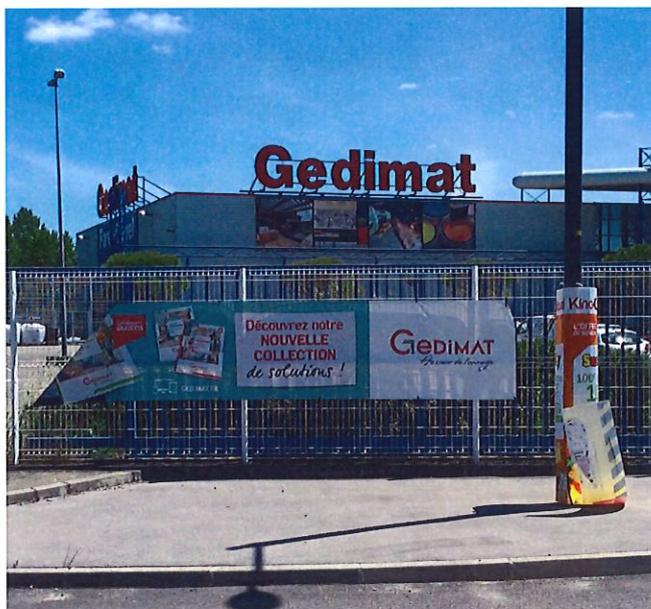
#### f) Les enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont assez marginales sur le territoire uzétien et concentrées sur de rares activités. On compte sept dispositifs au total pour six établissements et tous se situent le long de la RD 981.

Ici elles se présentent systématiquement sous forme de bâches ou de pancartes accrochées à des clôtures non aveugles, ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages par la fermeture de points de vue malgré des surfaces contenues (elles mesurent toutes moins de 5 m<sup>2</sup>).

Cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le code de l'environnement. Il y a donc un fort enjeu local à fixer une limite en nombre et en surface sur cette catégorie d'enseignes voire à les proscrire a fortiori lorsqu'elles ne sont pas apposées sur un support aveugle dans un souci de parallélisme avec les publicités et préenseignes de caractéristiques similaires. Ainsi au même titre que les autres enseignes, la mise en place d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP permettra de mieux maîtriser l'insertion de ces enseignes dans leur environnement.





*Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Uzès*

**g) Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu**

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu constituent la catégorie d'enseignes la moins rencontrée sur le territoire communal. L'inventaire n'en a comptabilisé que six.

Tout comme les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles ont un impact visuel et donc paysager important puisque leurs caractéristiques propres les destinent à être vues de loin. Une attention particulière doit donc être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. En outre ces enseignes peuvent également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



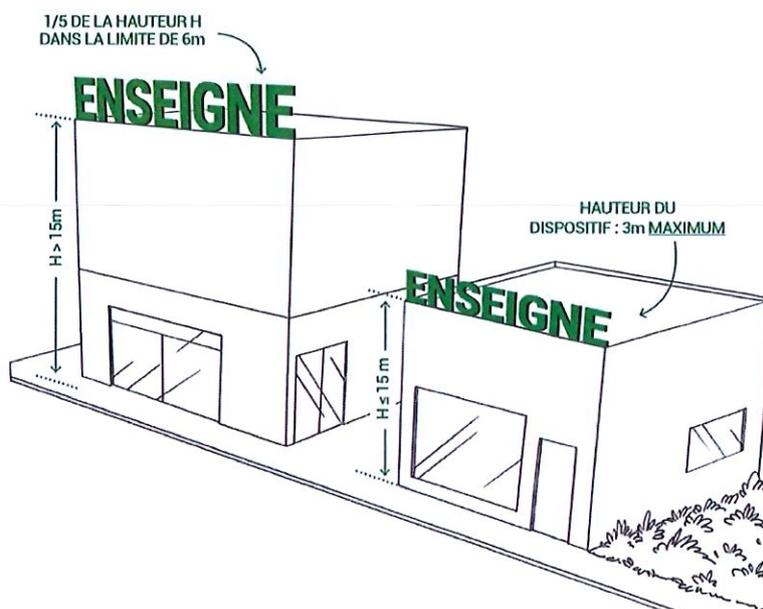
*Exemples d'enseignes sur toiture identifiées à Uzès*

Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques.

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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

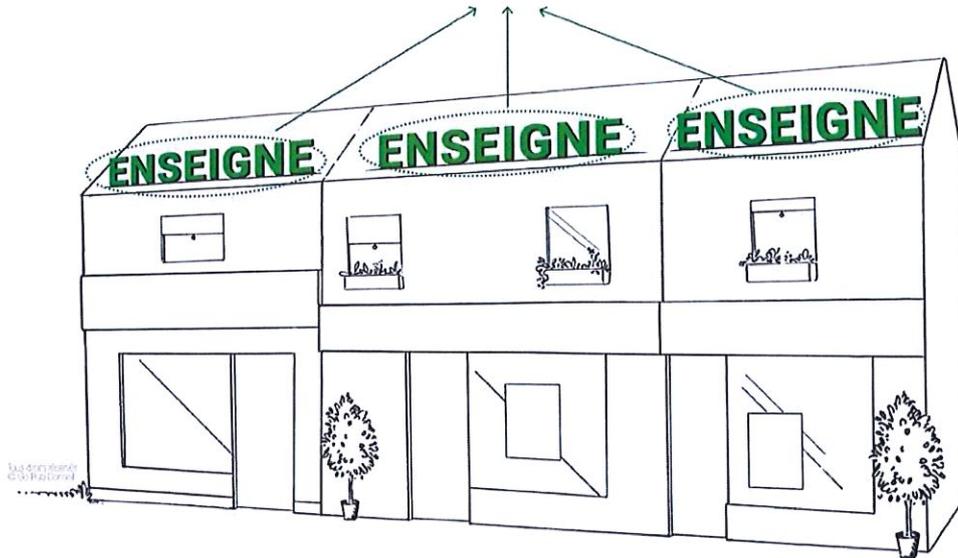
Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade $\leq$ 15 m	3 m
Hauteur de la façade $>$ 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



De plus, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement<sup>44</sup> est inférieure ou égale à 60 m<sup>2</sup>. Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

<sup>44</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

TOTAL DES ENSEIGNES SUR LE MÊME ÉTABLISSEMENT = 60m<sup>2</sup> MAXIMUM



Si la totalité des enseignes de ce type relevées à Uzès semble conforme aux règles nationales, elles auraient pu avantageusement être installées en façade pour une visibilité similaire et un coût financier et paysager sans commune mesure.

Il y a donc là un vrai enjeu pour la commune et ses paysages et afin d'éviter ces problématiques, le RLP pourra par exemple proposer de réduire le format de ces enseignes voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

#### h) Les enseignes lumineuses

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

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>45</sup>.

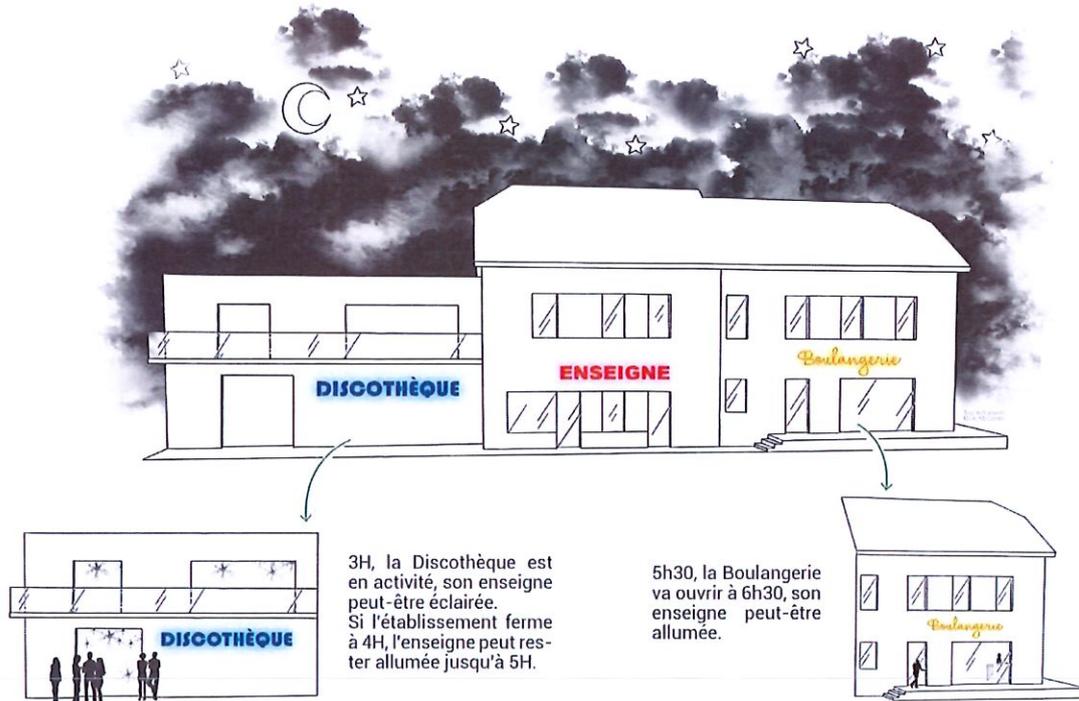
Elles sont éteintes<sup>46</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure 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>45</sup> Arrêté non publié à ce jour

<sup>46</sup> L'article R.581-59 du code de l'environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

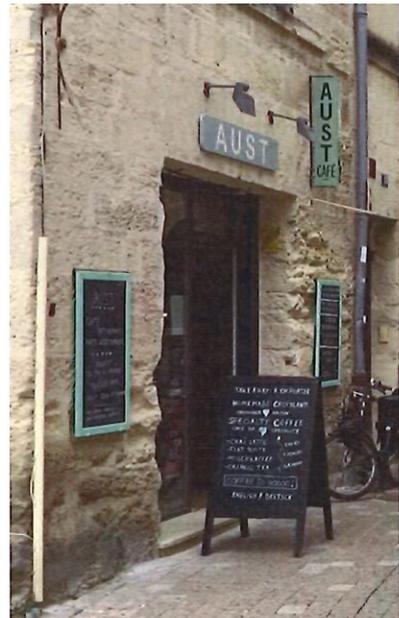
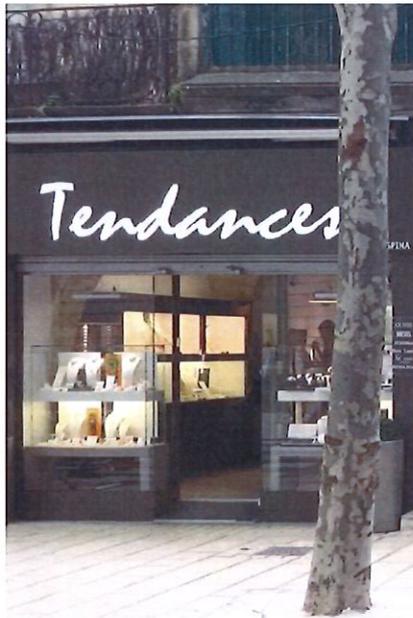
ENTRE 1H ET 6H, LES ENSEIGNES SONT ÉTEINTES SAUF LES ACTIVITÉS NOCTURNES



Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-dessus peuvent être lumineuses et le recensement effectué a permis de les caractériser : non lumineuses, en lettres découpées néons ou LED, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ...

Une enseigne sur sept environ présente un caractère lumineux sur le territoire uzétien.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence alors que seulement cinq enseignes signalant des pharmacies et des stations-services.



*Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence identifiées à Uzès*



*Exemples d'enseignes numériques recensées à Uzès*



*Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED à Uzès*

Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

A Uzès, à l'exception des stations-services affichant les tarifs des carburants, ce type d'enseigne a un format plutôt restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement.

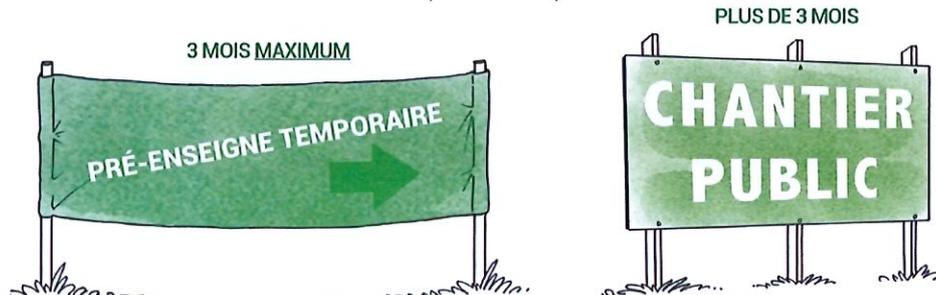
Globalement, le principal problème paysager posé par les enseignes lumineuses est lié à leur extinction nocturne qui n'est pas souvent respectée. Il conviendra donc de s'appuyer sur la procédure d'élaboration de RLP afin d'informer les acteurs économiques de leur obligation en la matière de manière à limiter la pollution lumineuse ainsi engendrée.

## i) Les enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes temporaires :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les enseignes 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 trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.



3 SEMAINES AVANT  
L'ÉVÈNEMENT.



1 SEMAINE APRÈS  
L'ÉVÈNEMENT.

Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement <sup>47</sup> » à la réglementation des enseignes « permanentes » présentée précédemment, notamment :

- les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;
- les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes<sup>48</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>49</sup>.

Enfin, en fonction de leur typologie, elles doivent respecter les règles suivantes :

- pour les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :
  - saillie ≤ 25 centimètres ;
  - ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
  - ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit ;
- pour les enseignes temporaires perpendiculaires au mur :
  - ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
  - saillie ≤ 1/10<sup>ème</sup> de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 mètres ;
- pour les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :
  - surface totale ≤ 60 m<sup>2</sup>

<sup>47</sup> Cf. règles du code de l'environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport

<sup>48</sup> Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

<sup>49</sup> Arrêté non publié à ce jour

- pour les enseignes temporaires de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées ou installées directement sur le sol :
  - une seule enseigne 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 ≤ 12 m<sup>2</sup>.

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes apposées sur une clôture ou un mur non aveugle, parfois scellées au sol pour des opérations immobilières, la promotion de locaux à vendre ou à louer ou des opérations commerciales ponctuelles ainsi que la signalisation de manifestations locales de la collectivité comme des associations. Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.



*Exemples d'enseignes temporaires recensées à Uzès*

Le futur RLP pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact paysager de ces dispositifs sur le territoire mais aussi économique de sorte qu'aucun établissement n'ait la tentation de multiplier les enseignes temporaires pour bénéficier de droits qu'il n'aurait pas s'il s'agissait d'enseignes permanentes.

## j) Conclusion

Le diagnostic des enseignes fait ressortir une principale problématique plus paysagère que purement réglementaire sur la commune d'Uzès : l'implantation cohérente des dispositifs notamment sur les façades commerciales ce qui peut contribuer à dégrader tant les paysages urbains (respect de l'architecture globale des bâtiments, du rythme des ouvertures et percements, des éléments en saillie comme les balcons, etc.) qu'à gêner la bonne lisibilité et visibilité des activités avec un surplus d'information.

D'autre part, on se rend compte que le « simple » respect des règles nationales sur la commune (qui n'est pas aujourd'hui dotée d'un RLP) aurait pu permettre de traiter une part non négligeable des atteintes au paysage et au cadre de vie relevées ici, si le Préfet qui détient toujours le pouvoir de police et d'instruction avait scrupuleusement fait respecter le code de l'environnement.

Au-delà de la réflexion autour de règles locales plus simples d'accès à tous, la collectivité pourra s'appuyer intelligemment sur cette procédure d'élaboration du RLP pour informer et expliquer à l'ensemble de ses usagers les règles qui auront été choisies afin de retrouver un cadre de vie apaisé et profitable pour tous.



## **IV. Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure**

### **1. Les objectifs**

Dans sa délibération de prescription en date du 9 juillet 2019, le Conseil Municipal de la commune d'Uzès s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire notamment la loi portant Engagement National pour l'Environnement dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ;
- Adapter la réglementation nationale pour tenir compte de l'environnement urbain, architectural et paysager du territoire communal ;
- Préserver la qualité des paysages uzétiens -tant naturels qu'urbains- de plus en plus impactés par les dispositifs d'affichage extérieur y compris au sein des secteurs résidentiels et patrimoniaux ;
- Renforcer l'image de la commune classée « Ville d'art et d'histoire » en réduisant la pression publicitaire notamment aux abords des entrées de villes, des zones d'activités économiques et le long des axes routiers structurants tout en permettant aux professionnels de se signaler efficacement ;
- Conserver l'attractivité et donc l'activité des commerces de proximité par l'utilisation d'une signalétique appropriée susceptible de ne pas dégrader l'harmonie architecturale du tissu urbain ;
- Encadrer l'évolution technologique de l'affichage publicitaire (dispositifs lumineux et notamment numériques) dans un souci de préservation de l'environnement et de développement durable (lutte contre la pollution visuelle excessive et les dispositifs énergivores en particulier).

### **2. Les orientations**

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, la commune d'Uzès s'est donnée les orientations suivantes :

- **Orientation 1** : Rappeler l'interdiction stricte des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sur l'ensemble du territoire uzétien et la faire appliquer ;
- **Orientation 2** : Réfléchir à la mise en place d'une dérogation aux interdictions relatives de publicité afin de permettre le maintien et/ou l'installation d'outils mesurés de communication;
- **Orientation 3** : Réduire le format et la densité des publicités aux abords des entrées de villes et le long des axes routiers structurants ;
- **Orientation 4** : Renforcer la réglementation applicable aux enseignes en façade par des règles d'intégration architecturales ;
- **Orientation 5** : Diminuer la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages du centre-ville en limitant leur nombre et leur surface ;
- **Orientation 6** : Minimiser l'impact des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en encadrant leur nombre et leur format ;
- **Orientation 7** : Restreindre la réglementation applicable aux enseignes sur clôture ;
- **Orientation 8** : Limiter les possibilités d'implantation d'enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- **Orientation 9** : Harmoniser les règles applicables aux enseignes temporaires ;
- **Orientation 10** : Renforcer la plage d'extinction nocturne des dispositifs lumineux.

## **V. Justification des choix retenus**

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

En matière de publicités et préenseignes, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et cohérent avec les caractéristiques et problématiques du territoire d'Uzès.

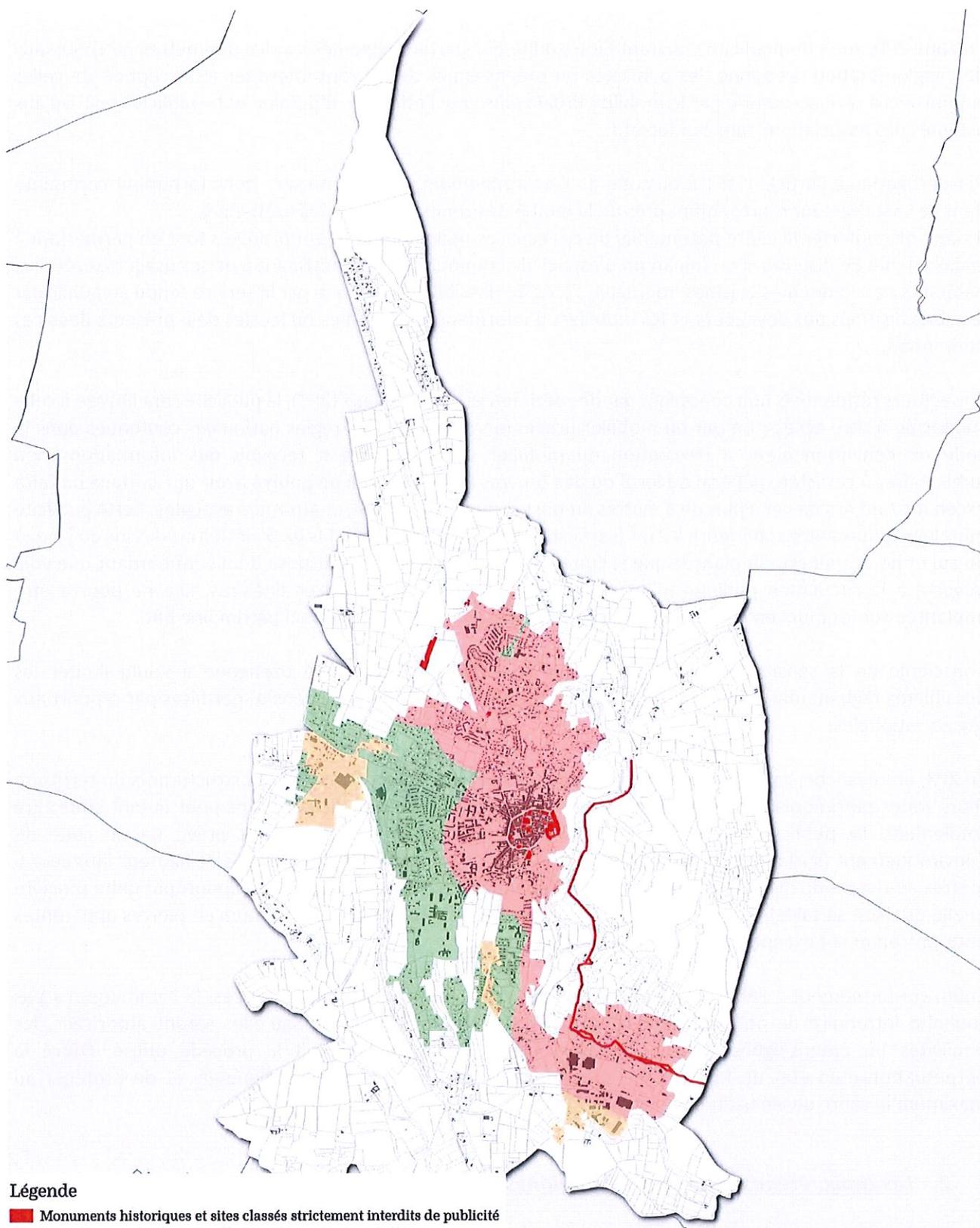
Ainsi trois zones de publicité sont instituées sur le territoire communal. Elles couvrent l'ensemble de l'agglomération identifiée à Uzès.

La zone de publicité n°0 (notée ZP0) couvre la partie agglomérée du territoire communal concernée par les différents périmètres patrimoniaux réglementaires (Site Patrimonial Remarquable, périmètres de protection aux abords des monuments historiques).

La zone de publicité n°1 (notée ZP1) couvre les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels non concernés par des périmètres patrimoniaux réglementaires.

La zone de publicité n°2 (notée ZP2) couvre les trois secteurs d'activités économiques d'importance de la commune (Pont de Charrettes, Route de Nîmes, Mas de Mèze) à l'exclusion des parties concernées par des périmètres patrimoniaux réglementaires.

Les secteurs situés en dehors de la zone de publicité définie ci-dessous, sont considérés comme étant hors agglomération. Ce qui signifie que les publicités et les préenseignes y sont strictement interdites, sauf exception.



**Légende**

- Monuments historiques et sites classés strictement interdits de publicité
- Zones hors agglomération strictement interdite de publicité
- ZP0 : Zone de publicité des secteurs patrimoniaux
- ZP1 : Zones de publicité des secteurs urbains mixtes hors secteurs patrimoniaux
- ZP2 : Zones de publicité des zones d'activités d'ampleur hors secteurs patrimoniaux
- Bâti cadastré (2019)
- Limites communales

Source :  
Zones de protection : Atlas des Patrimoines  
Parcellaire, bâti et communes : PCI - Etalab

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil



*Plan de zonage « publicité » de la commune d'Uzès*



En zone ZP0, zone de publicité couvrant l'intégralité des parties agglomérées des périmètres patrimoniaux de l'agglomération uzétienne, les publicités ou préenseignes demeurent interdites à l'exception de celles supportées à titre accessoire par le mobilier urbain ainsi que l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Par dérogation à l'article L.151-8 du code de l'environnement, la publicité sera donc fortement contrainte dans ce vaste secteur représentant près de la moitié des zones agglomérées uzétiennes. Il s'agit de conforter le cadre patrimonial de ces espaces règlementairement protégés tout en permettant à la collectivité de disposer d'un minimum d'espace de communication à destination de ses usagers (uzétiens, habitants des communes voisines, touristes, ...). Cette possibilité s'explique par le service rendu au public par les abris destinés aux voyageurs et les mobiliers d'informations générales ou locales déjà présents dans ces périmètres.

En secteurs résidentiels non concernés par des périmètres patrimoniaux (ZP1), la publicité sera limitée à celle supportée à titre accessoire par du mobilier urbain (en respectant les règles nationales contenues dans le code de l'environnement à l'exception du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques qui ne pourra avoir une surface unitaire excédant 2 m<sup>2</sup> ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol) et aux murs aveugles. Cette publicité murale ne pourra être supérieure à 2 m<sup>2</sup> (surface hors tout) ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol et ne saurait être implantée que si l'unité foncière qui l'accueille dispose d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique d'une longueur supérieure à 30 mètres linéaires. Elle ne pourra être implantée sur les murs en pierres apparentes pour préserver cet exceptionnel patrimoine bâti.

Conscients de la sensibilité de ces secteurs d'habitation, la collectivité uzétienne a voulu limiter les possibilités règlementaires en encadrant fortement tant la surface que la densité permises par rapport aux règles nationales.

En ZP3, en revanche, considérant qu'il s'agit des secteurs d'activités économiques structurants du territoire (hors zones patrimoniales), la commune a souhaité réguler le fait publicitaire sans pour autant l'interdire totalement. La publicité murale est donc admise dans les limites de format prévu par le code de l'environnement (surface unitaire inférieure ou égale à 4 m<sup>2</sup> encadrement compris et hauteur limitée à 6 mètres au-dessus du niveau du sol) mais contrainte en termes de densité (un seul support par unité foncière quelle que soit sa taille). Comme en ZP1, elle ne pourra être implantée sur les murs en pierres apparentes pour préserver cet exceptionnel patrimoine bâti

Enfin, conformément à l'absence de publicité lumineuse relevée aujourd'hui à Uzès, la commune n'a pas souhaité introduire de pollution lumineuse sur son territoire et ainsi lorsqu'elles seront autorisées, les publicités ou préenseignes ne pourront être lumineuses quel que soit le procédé utilisé. Outre la perpétuation d'un état de fait, il s'agit également de faire des économies d'énergie et de protéger au maximum le cadre de vie uzétien.

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

En matière d'enseignes, le but est d'harmoniser au maximum les règles pour garantir un cadre de vie de qualité pour tous tout en prenant en compte la patrimonialité du cœur de ville historique et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Ainsi, afin de prendre en compte ces objectifs (notamment ceux liés à la patrimonialité déjà induits par les règles « urbanistiques » du PSMV) et les enjeux mis en exergue par le diagnostic et dans un souci de cohérence et de simplicité, le zonage choisi pour les enseignes est légèrement différent du zonage qui s'applique à la publicité et aux préenseignes.



Trois zones d'enseigne sont là-aussi instituées (cf. carte ci-dessous) :

- la zone d'enseigne n°0 (notée ZE0) couvre l'intégralité du Site Patrimonial Remarquable ;
- la zone d'enseigne n°1 (notée ZE1) couvre les secteurs urbains mixtes majoritairement résidentiels accueillant également les commerces et services de centralité à l'exclusion du Site Patrimonial Remarquable ;
- la zone d'enseigne n°2 (notée ZE2) comprend quant à elle les trois secteurs d'activités économiques d'importance de la commune : Pont de Charrettes, Route de Nîmes, Mas de Mèze.

Les enseignes situées dans des secteurs non couverts par l'une de ces trois zones d'enseigne devront se conformer aux règles définies en ZE2.

Tout d'abord pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdira l'installation de toute enseigne sur :

- les arbres et les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les auvents et les marquises ;
- les balcons ou balconnets ;
- les garde-corps et les barres d'appui de fenêtre, de baie, de balcon ou de balconnet ;
- les clôtures ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu ;
- les bâches.

En ZE0 comme en ZE1 les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur devront être implantées au-dessous des limites du plancher du premier étage même lorsque l'activité se situe en étage afin de préserver l'harmonie architecturale des ensembles bâtis en particulier qu'ils soient dans le tissu patrimonial du cœur de ville ou en périphérie de celui-ci dans les secteurs majoritairement résidentiels. Cette règle d'implantation est également valable pour les enseignes perpendiculaires dans le même but de favoriser une meilleure intégration des enseignes dans les devantures commerciales des rez-de-chaussée d'immeubles avec un impact moindre sur l'espace public.

Dans le même ordre d'idée d'harmonie des façades et de la trame urbaine, les activités devront installer leur enseigne perpendiculaire au mur au même niveau que l'enseigne parallèle au mur principale.

Par ailleurs pour mettre fin à la surdensité d'affichage sur les façades commerciales, il a été décidé que quelle que soit la taille de celles-ci, l'ensemble des enseignes en façade (parallèles au mur et perpendiculaires au mur) ne devra pas excéder 15% de la surface de cette façade.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une seule par façade d'un même établissement, le but étant de ne pas surcharger les façades avec ce type d'enseignes. Leur surface est de plus limitée à 0,50 mètres carrés pour ne pas avoir de dispositif débordant trop sur le domaine public et fermant le paysage. Il s'agit d'instaurer des règles qui amoindrissent l'impact de ces enseignes sur l'espace public et empêchent la fermeture du champ visuel au cœur de la centralité commerçante et de services. En outre, les caissons, lumineux ou non, seront prohibés pour des raisons de respect du cadre architectural.

En outre, dans le cœur patrimonial uzétien délimité par un SPR, seuls trois types d'enseignes parallèles au mur seront autorisées (lettres découpées en métal, peintes sur des devantures en bois en applique ou inscrites sur le lambrequin du store-banne) et leur saillie ne pourra excéder 15 centimètres. Les bandeaux de planche ou les caissons fixés sur les façades sont interdits car ils dénatureraient l'ensemble bâti de la ville présentant une dominante maçonnerie de pierre, parfois d'enduit et d'une grande rigueur formelle.

Pour répondre à la typologie architecturale particulière des places aux Herbes et Dampmartin, bordées d'immeubles médiévaux en pierre de taille sous couverts composés d'arcades, et préserver leur homogénéité, des règles spécifiques ont été projetées. Ainsi, en façade, il ne sera possible d'installer qu'une unique enseigne suspendue sous les arcades par établissement et celle-ci devra être en métal avec une épaisseur maximale de 5 centimètres afin de s'inscrire harmonieusement de ce contexte patrimonial particulier.

En zones d'activités (ZE2), les enseignes en façade ne posent pas autant de soucis réglementaires et/ou paysagers. Ce sont donc, la plupart du temps, les règles nationales qui s'y appliqueront à l'exception notable du cumul d'enseignes qui sera limité à 15% de la surface de la façade commerciale et du nombre d'enseignes perpendiculaires plafonné à un par établissement.

En ce qui concerne les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans un souci de protection du cadre de vie tout en permettant une signalisation mesurée et proportionnelle des établissements, elles seront interdites en ZE0 et ZE1 (pour cette dernière zone, une dérogation permet la signalisation des stations-services) et limitée à un dispositif par voie bordant l'activité d'une surface unitaire de 6 mètres carrés et une hauteur maximale de 6 mètres au-dessus du niveau du sol en ZE2 où leur présence est moins impactante pour les paysages.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne font pas l'objet de règles particulières dans la réglementation nationale (chevalets, kakémonos, ...). Pourtant, elles posent un problème paysager important notamment en centre-ville sur le domaine public où elles sont le plus souvent implantées mais aussi le long des voies et axes structurants. La collectivité a donc fait le choix de limiter leur nombre à une seule par établissement, sous réserve d'avoir obtenu une autorisation d'occupation du domaine public lorsqu'elles sont installées sur ce domaine. De plus, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur est limitée à 1,50 mètre au-dessus du niveau du sol en ZE0 et ZE1 et 6 mètres en ZE2.

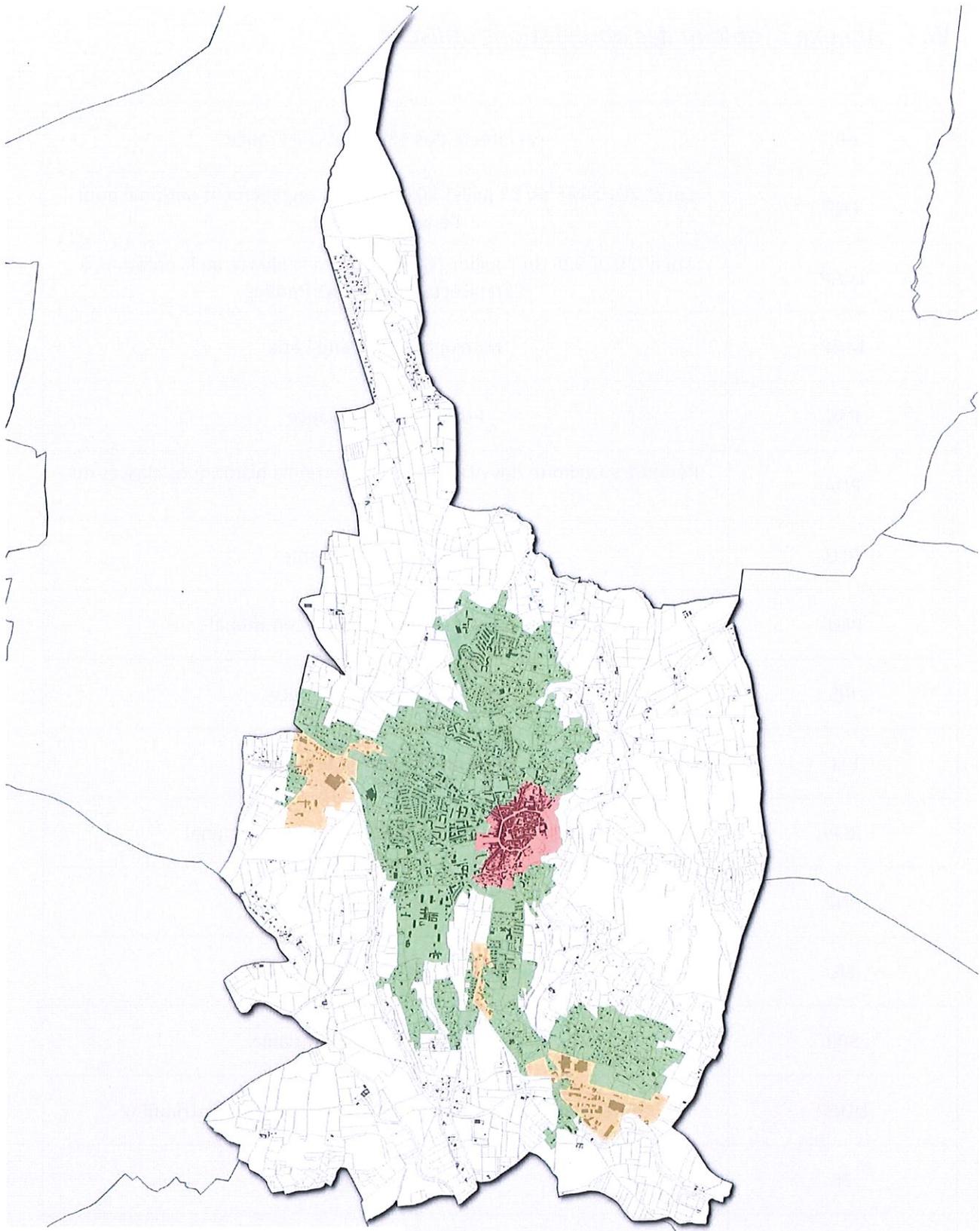
Par souci de limitation de la pollution lumineuse et des déperditions d'énergie, les enseignes lumineuses seront éteintes dès que l'activité signalée a cessé jusqu'à sa réouverture et aucune enseigne lumineuse ne pourra être clignotante.

En outre, en toutes zones, les enseignes numériques seront réservées aux seuls services d'urgence et aux stations-services limitées à un seul support par établissement.

En ce qui concerne les publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial, conformément à la loi « climat et résilience » et en cohérence avec les mesures prises par ailleurs pour réduire les pollutions lumineuses, elles ne pourront excéder 20% de la surface totale par vitrine et/ou baies du local dans la limite de 2 m<sup>2</sup> de surface cumulée pour un même établissement et devront être éteintes de 1h à 6h.

Enfin, en toutes zones, les enseignes temporaires seront soumises aux mêmes interdictions et règles que les enseignes permanentes vues précédemment pour les mêmes raisons. Cela permettra d'éviter la surenchère d'enseignes à l'occasion de manifestation temporaire ou encore d'opérations immobilières ou commerciales. Dans une optique de développement durable, les enseignes temporaires scellées au sol ou lumineuses seront strictement interdites.





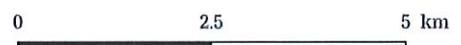
**Légende**

- Zones hors agglomération
- ZE0 : Zone d'enseigne du Site Patrimonial Remarquable
- ZE1 : Zones d'enseigne des secteurs urbains mixtes
- ZE2 : Zones d'enseigne des zones d'activités d'ampleur
- Bâti cadastré (2019)
- Limites communales



Source :  
Zones de protection : Atlas des Patrimoines  
Parcellaire, bâti et communes : PCI - Etalab

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil



*Plan de zonage « enseigne » de la commune d'Uzès*



## **VI. Annexe : Tableau des abréviations utilisées**

ABF	Architecte des Bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
MGP	Métropole du Grand Paris
PAC	Porter à connaissance
PDA	Périmètre Délimité des Abords des monuments historiques classés ou inscrits
PLU	Plan Local d'Urbanisme
PLUi	Plan Local d'Urbanisme intercommunal
RIS	Relais Information Service
RLP	Règlement Local de Publicité
RLPi	Règlement Local de Publicité intercommunal
RNP	Règlement National de Publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
SPR	Site Patrimonial Remarquable
UDAP	Unités Départementales de l'Architecture et du Patrimoine
ZE	Zone d'enseigne
ZP	Zone de publicité