

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 14 juin 2022*

Table des matières

Table des matières.....	2
Table des illustrations photographiques et cartographiques	3
I. Introduction	4
II. Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure.....	6
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
III. Enjeux liés au parc local de publicité extérieure.....	21
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
IV. Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure.....	67
1. Les objectifs	67
2. Les orientations	67
V. Justification des choix retenus.....	68
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	68
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	70
VI. Annexe : Tableau des abréviations utilisées.....	74

Table des illustrations photographiques et cartographiques

<i>Exemples de préenseignes dérogatoires à Uzès</i>	11
<i>Agglomération de la commune d'Uzès</i>	12
<i>Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune d'Uzès</i>	17
<i>Localisation des publicités et préenseignes sur la commune d'Uzès</i>	22
<i>Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public</i>	24
<i>Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public</i>	24
<i>Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches</i>	25
<i>Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</i>	25
<i>Publicité supportée par un abri destiné au public (photo de gauche) et apposée sur mobilier d'informations locales (photo de droite)</i>	26
<i>Colonne porte-affiches ne diffusant que des informations à caractère culturel</i>	27
<i>Exemples de publicité et préenseigne scellées au sol relevées à Uzès</i>	28
<i>Exemples de préenseigne et publicité sur un mur et une clôture aveugles à Uzès</i>	32
<i>Préenseignes implantées en secteur patrimonial</i>	33
<i>Publicités apposées sur des clôtures non aveugles</i>	33
<i>Publicité apposée sur un balcon et préenseigne apposée sur une ancienne publicité</i>	34
<i>Publicité et préenseigne excédant la surface maximale autorisée</i>	34
<i>Cartographie de la pollution lumineuse en France</i>	40
<i>Support publicitaire lumineux recensé à Uzès</i>	44
<i>Localisation des enseignes sur la commune d'Uzès</i>	47
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur identifiées à Uzès</i>	48
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'insertion paysagère pose problème à Uzès</i>	50
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Uzès</i>	51
<i>Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Uzès</i>	53
<i>Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre</i>	56
<i>Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas le format maximal admis</i>	57
<i>Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	57
<i>Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Uzès</i>	59
<i>Exemples d'enseignes sur toiture identifiées à Uzès</i>	59
<i>Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence identifiées à Uzès</i>	62
<i>Exemples d'enseignes numériques recensées à Uzès</i>	63
<i>Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED à Uzès</i>	63
<i>Exemples d'enseignes temporaires recensées à Uzès</i>	65
<i>Plan de zonage « publicité » de la commune d'Uzès</i>	69
<i>Plan de zonage « enseigne » de la commune d'Uzès</i>	73

I. Introduction

La commune d'Uzès regroupe 8 420 habitants¹. 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'expression², qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

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 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴ 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 2021⁵.

¹ Données INSEE de population légale millésimée 2018

² 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

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

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

⁵ 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^{er} 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^{er} 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 RLP⁶ 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 PLU⁷, 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.

⁶ Article L.581-14 du code de l'environnement

⁷ Article L.5219-5 alinéa I 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 RLP⁸. 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 PLU⁹.

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.

⁸ Article L.581-14-2 du code de l'environnement

⁹ 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).

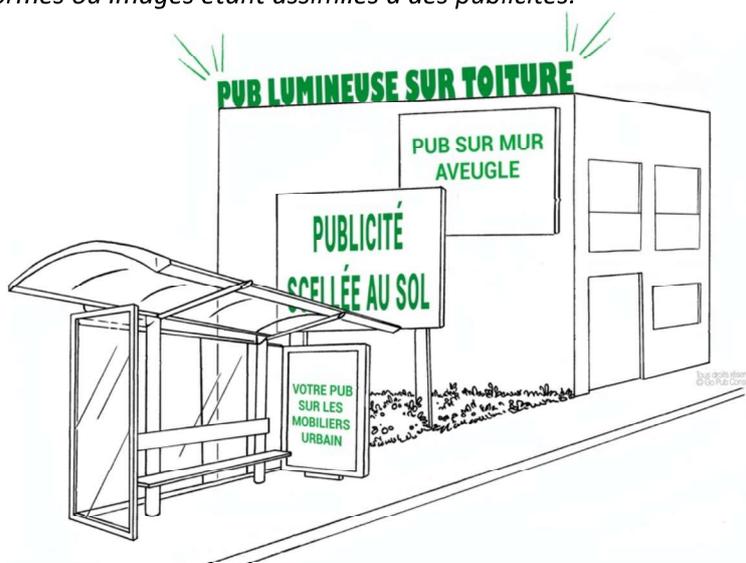
Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le code de l'environnement constituant la réglementation nationale (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹⁰.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire de 8 m² 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**¹¹, 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.

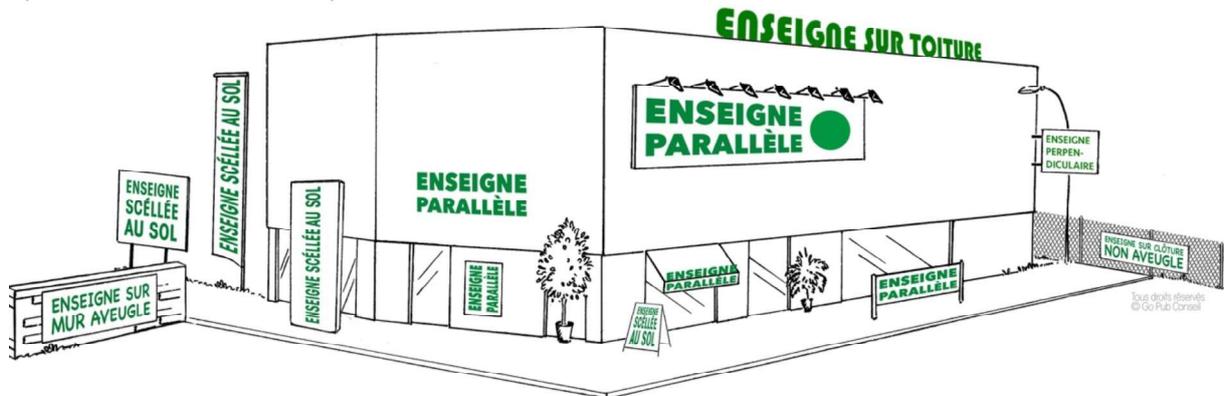


¹⁰ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains

¹¹ 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**¹² toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

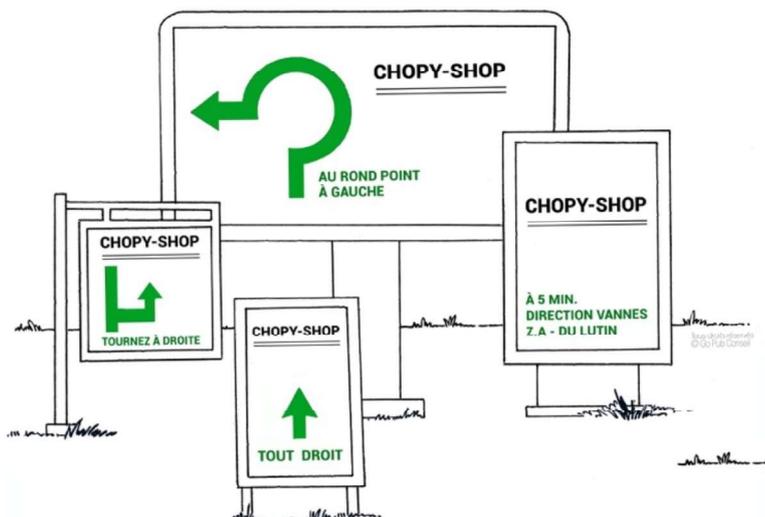


Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

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**¹³ 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.

¹² Article L.581-3 alinéa 2 du code de l'environnement

¹³ 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 lumineuse¹⁴ ou non¹⁵ 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 »¹⁶. 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* »¹⁷.

Ses limites sont fixées par arrêté du maire¹⁸ et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité¹⁹.

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 routière²⁰, 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 places²¹. 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** :

¹⁴ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

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

¹⁶ Article L.581-7 du code de l'environnement

¹⁷ Article R.110-2 du code de la route

¹⁸ Article R.411-2 du code de la route

¹⁹ Article R.581-78 alinéa 2 du code de l'environnement

²⁰ Article R.110-2 du code de la route

²¹ 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 régler 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

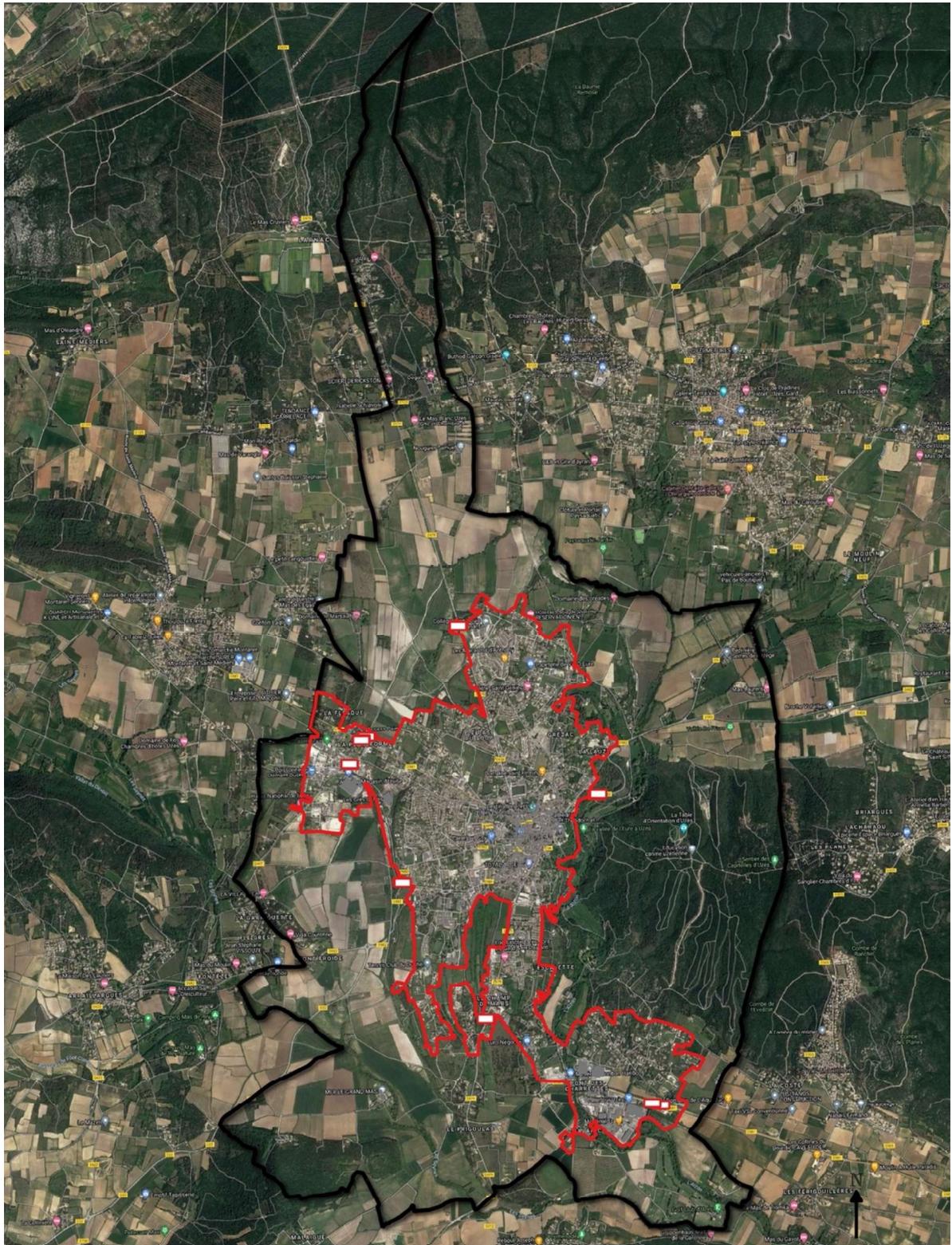


Exemples de préenseignes dérogatoires à Uzès

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

e) La notion d'unité urbaine

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

Elle repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit ainsi l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La commune d'Uzès fait partie de l'unité urbaine du même nom qui regroupe 4 communes et compte 11 643 d'habitants²².

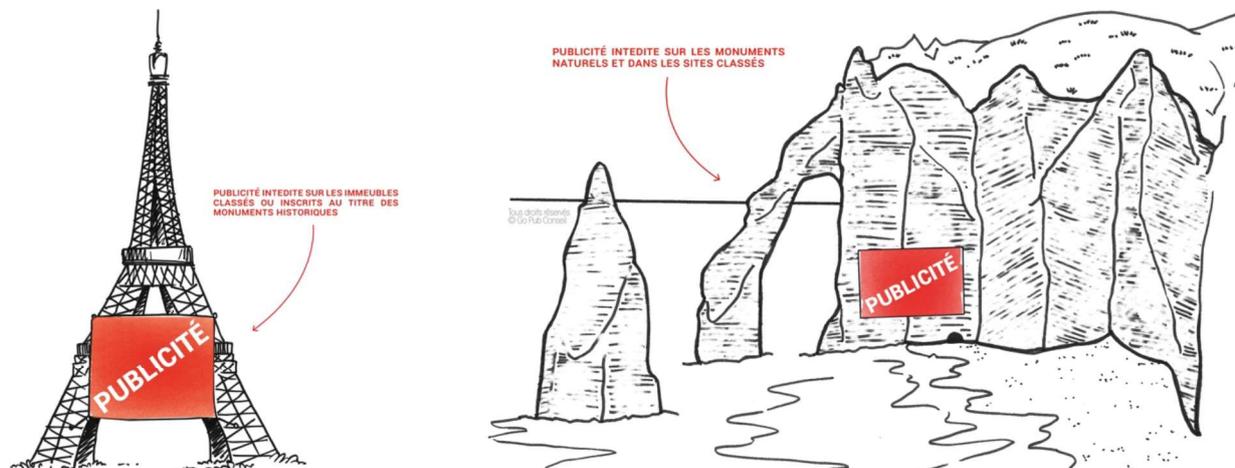
Dans cette unité urbaine qui compte bien moins de 800 000 habitants, « les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes »²³.

2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

a) Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L.581-4 du code de l'environnement, toute publicité est interdite :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.



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

En l'espèce la commune d'Uzès est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur les 41 monuments historiques uzétiens inscrits ou classés au titre des monuments historiques recensés sur son territoire mais aussi les deux sites classés des Places aux Herbes et Dampmartin ainsi que la Promenade des Marronniers.

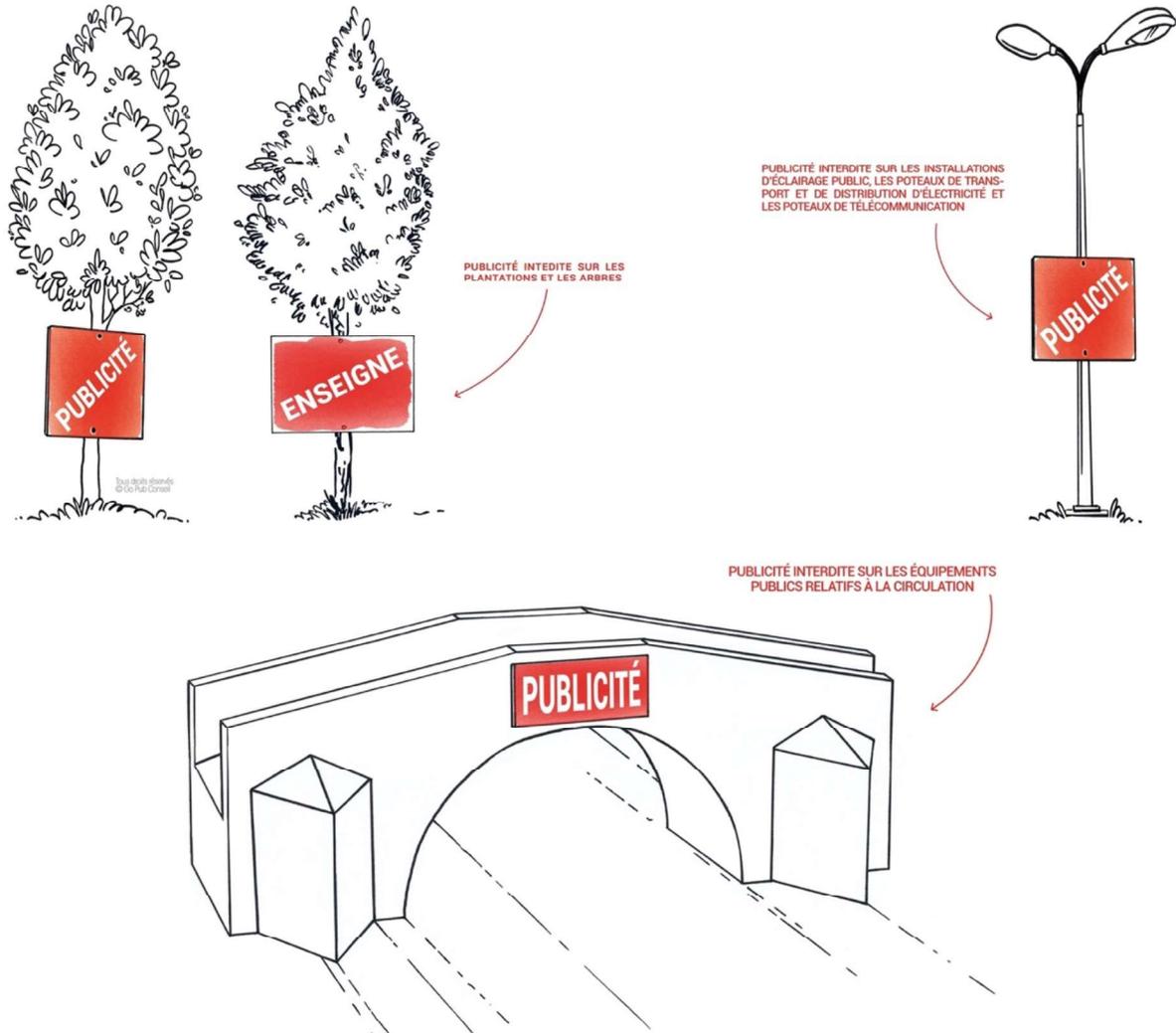
²² Données INSEE de population légale millésimée 2017

²³ Article R.581-35 du code de l'environnement

Par ailleurs, la partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions²⁴.

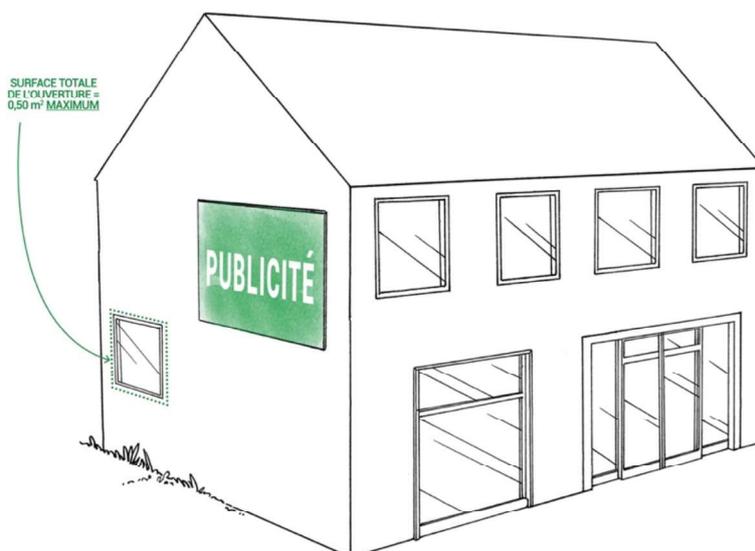
Ainsi, la publicité est également interdite :

- 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 ;

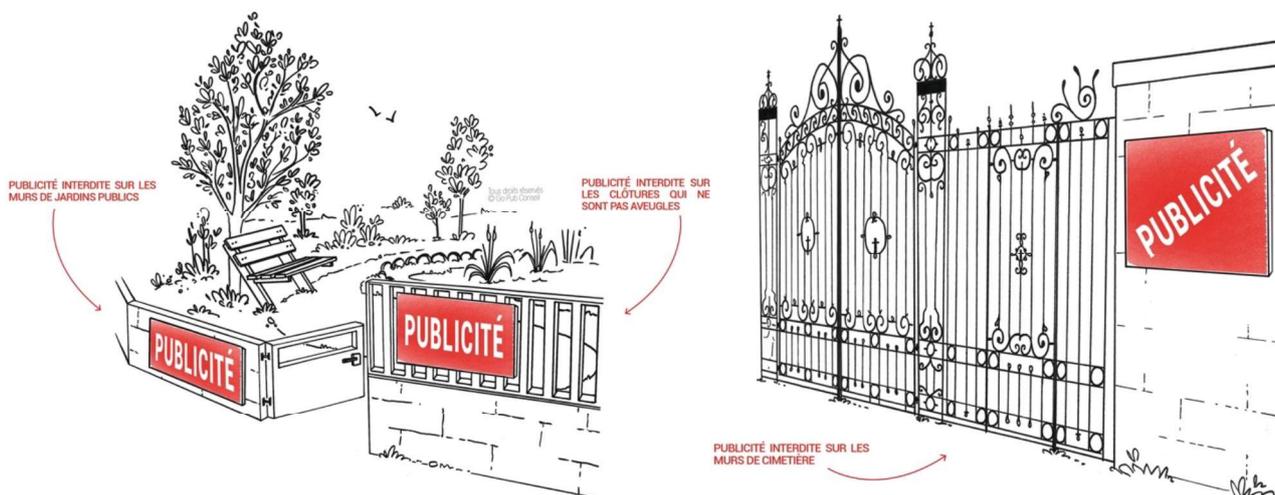


- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m² ;

²⁴ Article R.581-22 du code de l'environnement



- 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 RLP²⁵.

Ces interdictions relatives concernent :

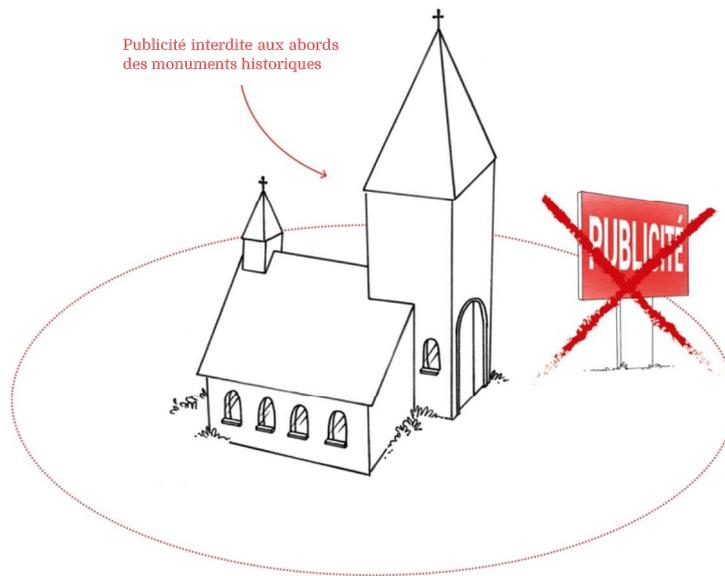
- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables cités à l'article L.631-1 du même Code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité 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.

²⁵ 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 »²⁶.

« 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 »²⁷.

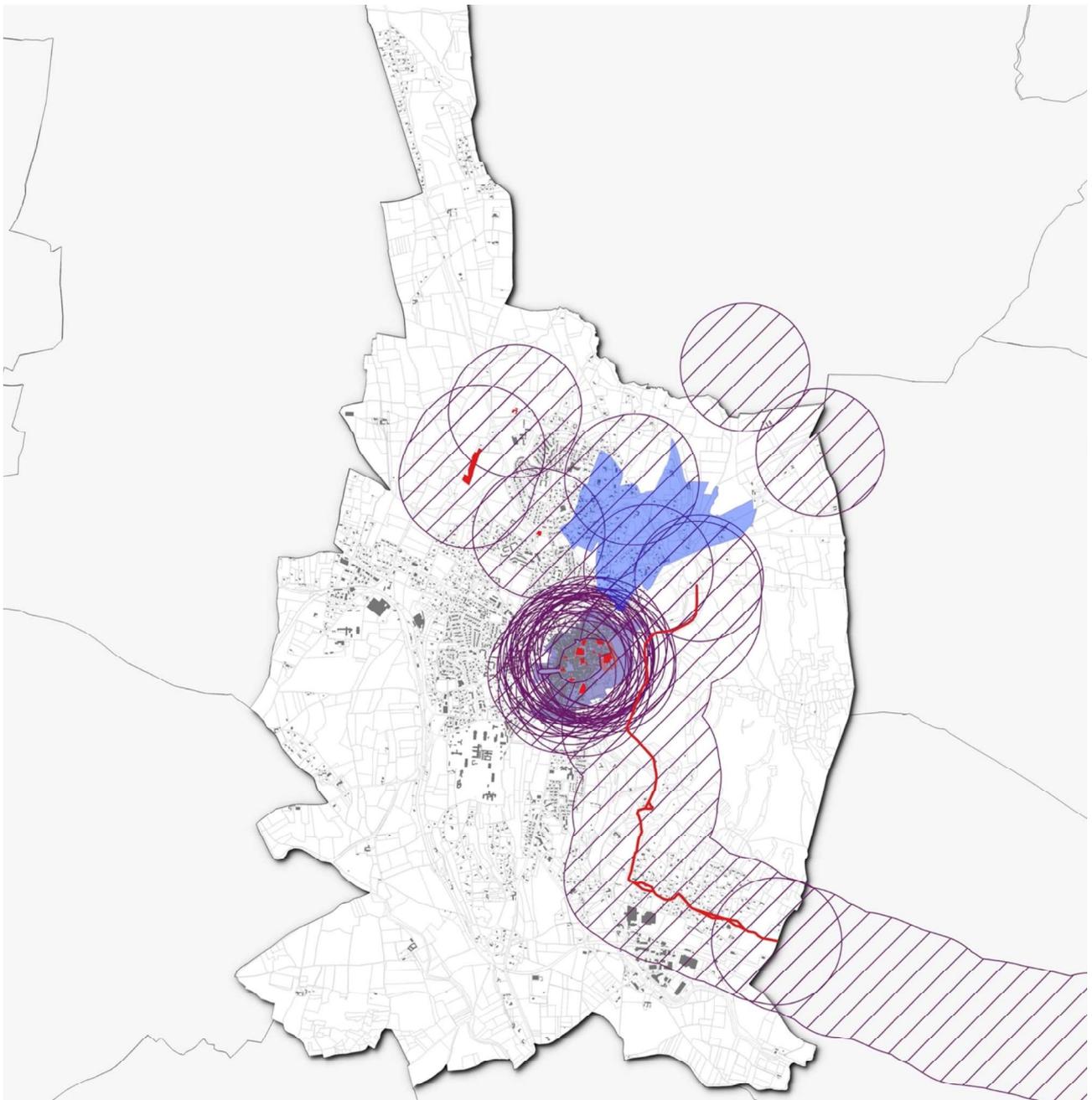
En l'espèce, cette protection s'applique aux abords délimités des monuments historiques inscrits cités ci-avant mais aussi au sein du Site Patrimonial Remarquable et dans le site inscrit formé par le quartier de la Lauze.



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

²⁶ Article L.621-30 du code du patrimoine

²⁷ Article L.621-30 du code du patrimoine



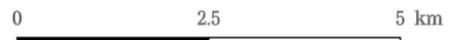
Légende

- 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



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 ² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 7,5 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 7,5 m
Publicité (ou pré-enseigne) scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse	INTERDITE	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m
Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles	INTERDITES	INTERDITES	AUTORISÉES
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	INTERDITE	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)	INTERDITE	INTERDITE	surface ≤ 8 m ² hauteur ≤ 6 m Extinction entre 1h et 6h
Dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales (« micro-affichage publicitaire »)	Surface unitaire ≤ 1 m ² Surface cumulée ≤ 1/10ème de la surface de la devanture dans la limite de 2 m ²		
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
Compétence d'instruction	Préfet	Maire de chaque commune
Compétence de police	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-dessous²⁸ :

	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

²⁸ 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. »²⁹ 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 »³⁰.

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

Elles représentent au total près de 290 m² de surface publicitaire soit environ de 2,5 m² 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.

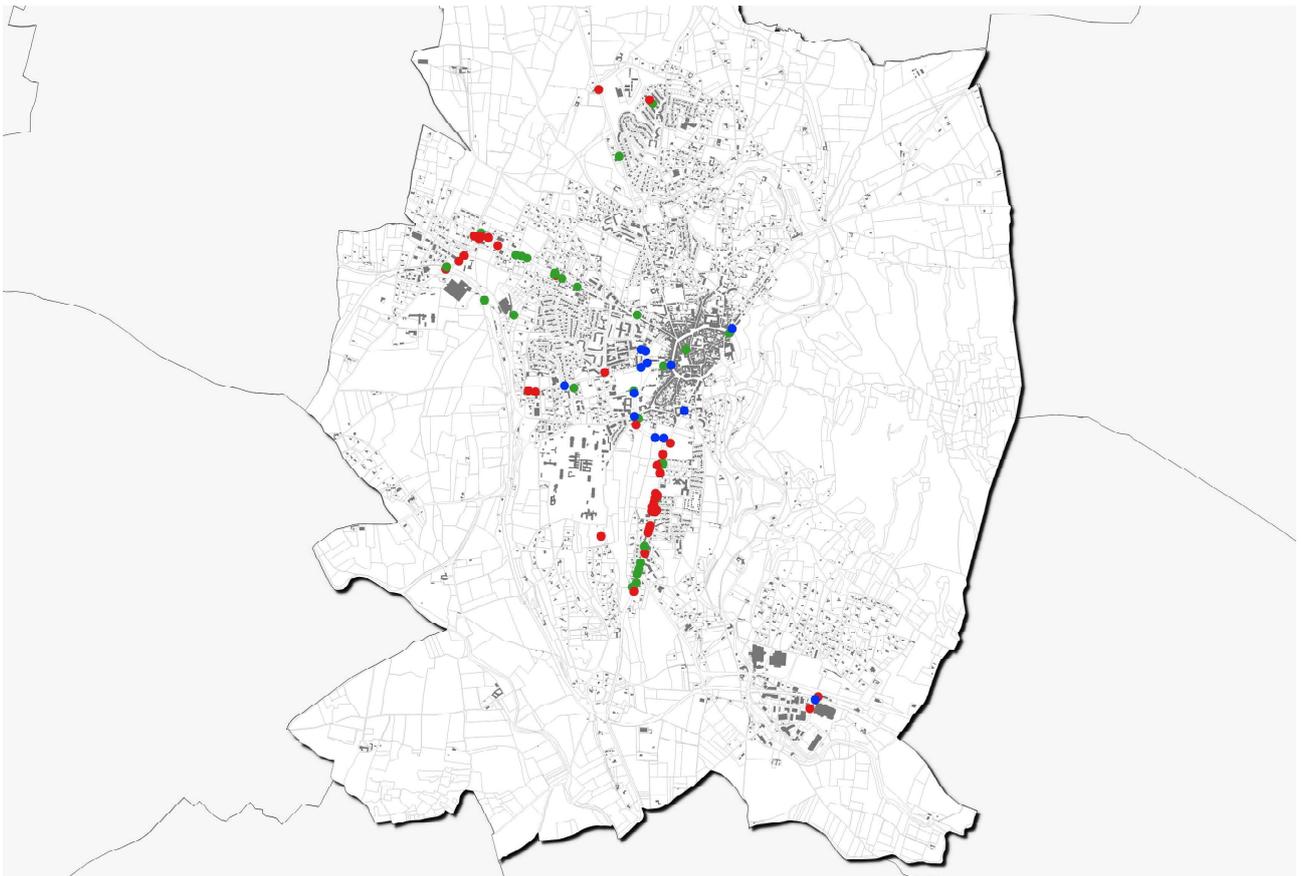
Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou sur une clôture sont elles aussi très présentes sur le territoire communal (48 supports) la publicité apposée à titre accessoire est relativement rare quoique non négligeable (14 supports).

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.

²⁹ Article L.581-5 du code de l'environnement

³⁰ Article R.581-24 du code de l'environnement



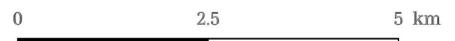
Légende

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



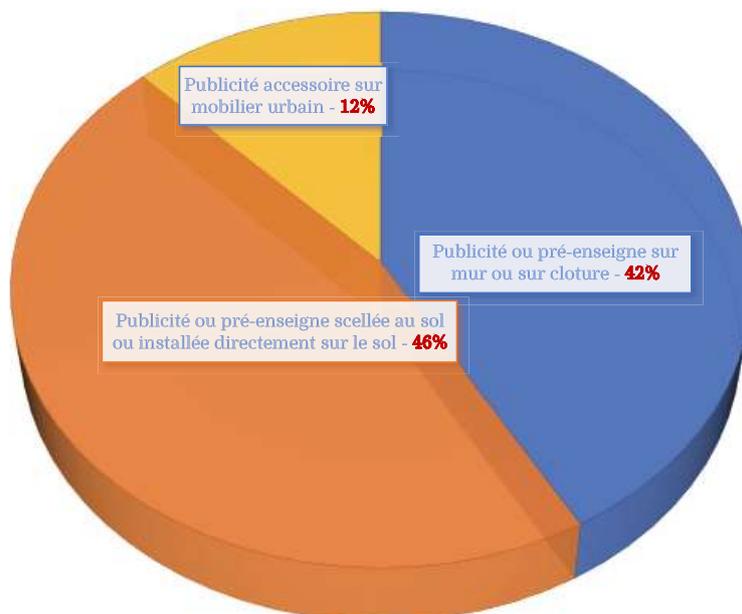
Source :
Zones de protection : Atlas des Patrimoines
Parcellaire, bâti et communes : PCI - Etalab

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil



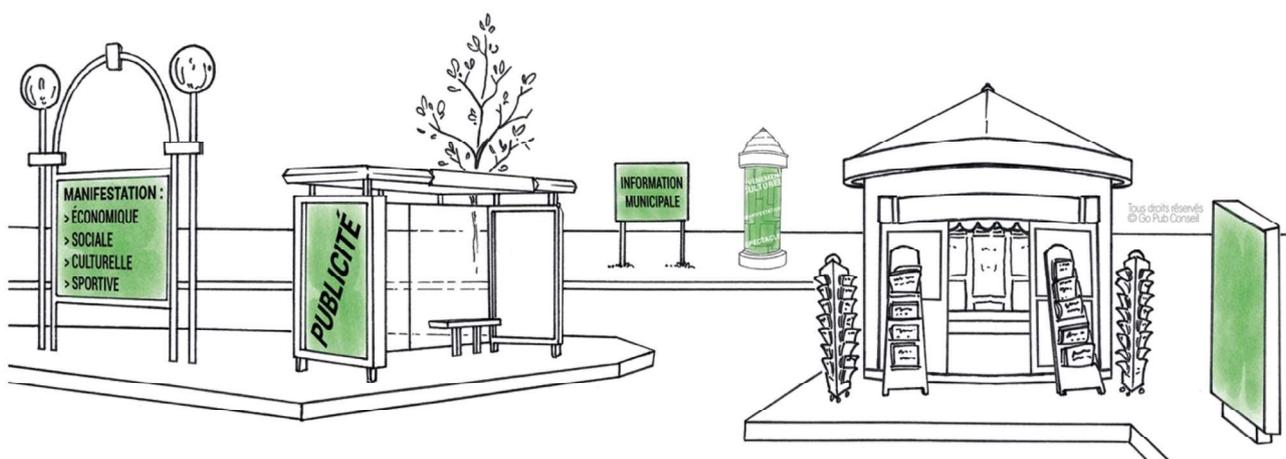
Localisation des publicités et préenseignes sur la commune d'Uzès

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

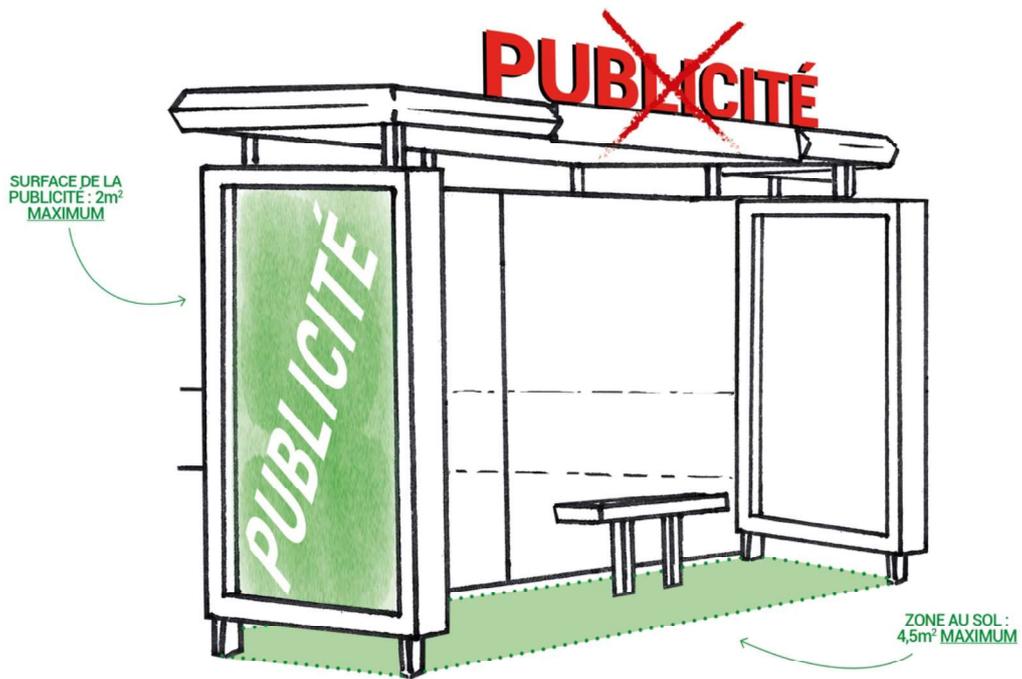


b) Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain

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



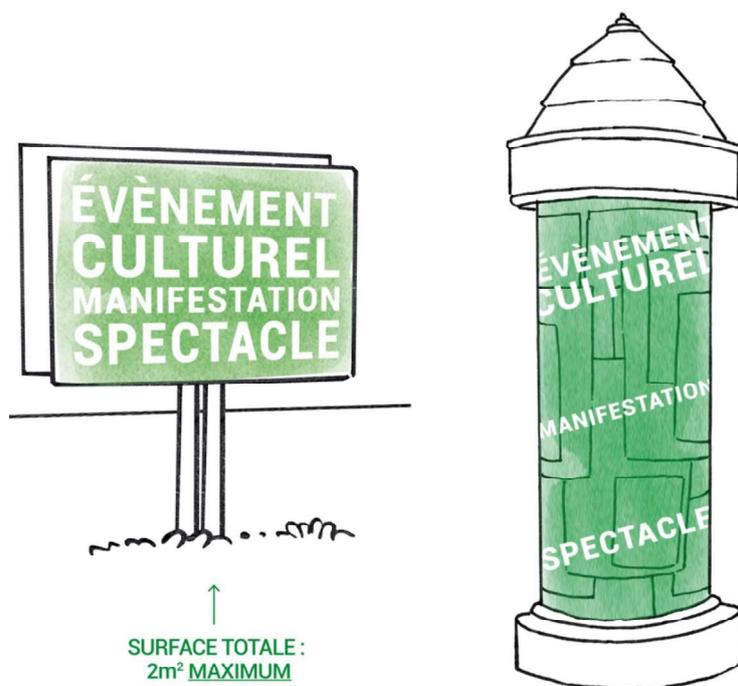
Type	Règles applicables
Abris destinés au public	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol - Dispositifs publicitaires sur toit interdits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



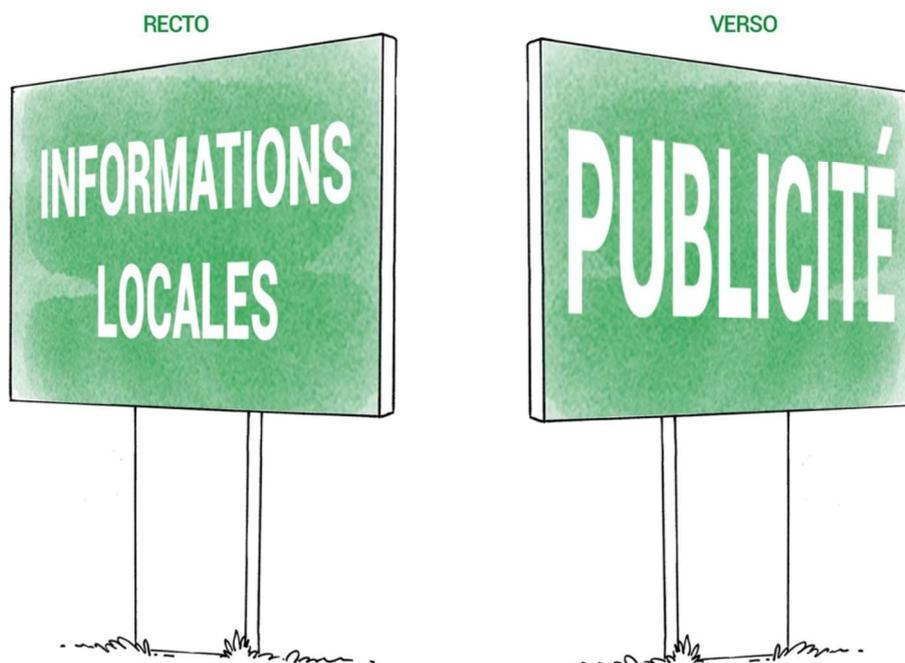
Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public



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 m² ;
- 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 m²). 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 patrimoniale³¹.

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

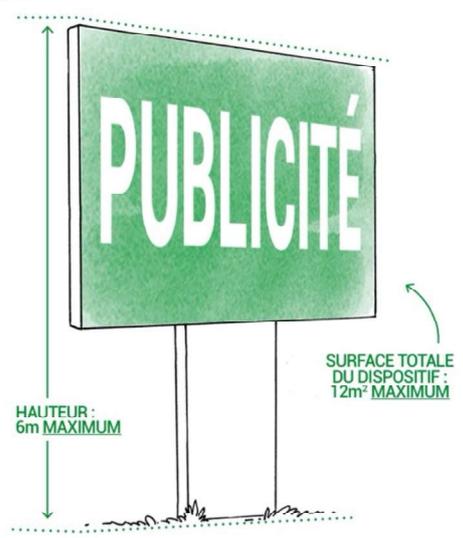
Dotée dans une agglomération de moins de 10 000 habitants dans une unité urbaine de moins de 100 000 habitants, la commune d'Uzès ne peut accueillir de publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sur son territoire.

³¹ 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.



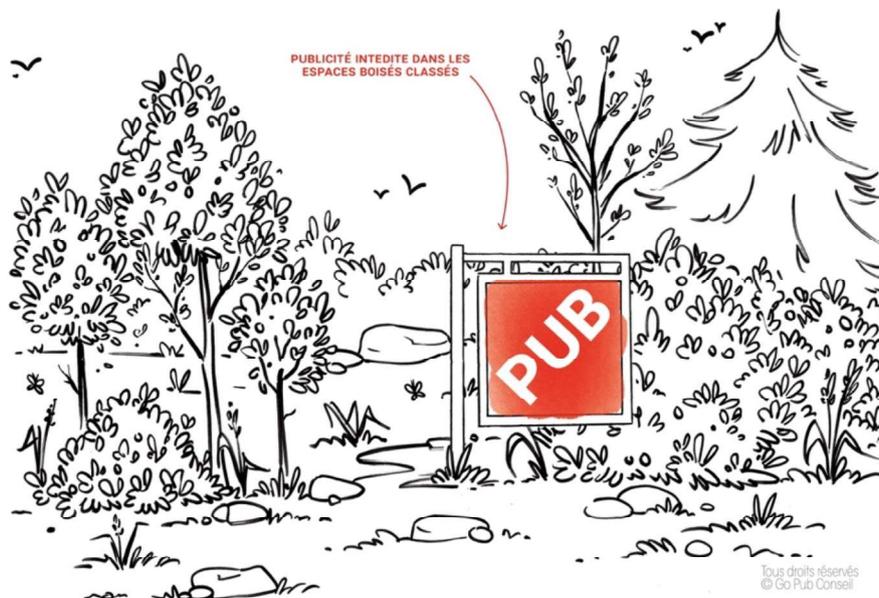
Exemples de publicité et préenseigne scellées au sol relevées à Uzès

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)³²,
- 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).

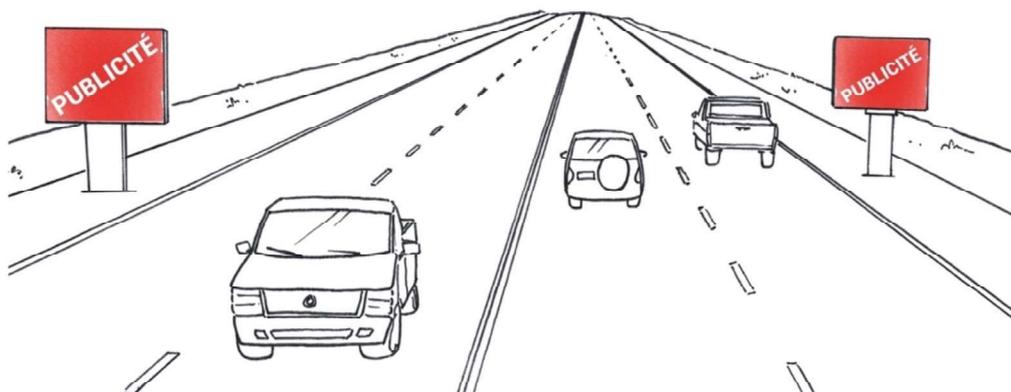
³² Article L.113-1 du code de l'urbanisme



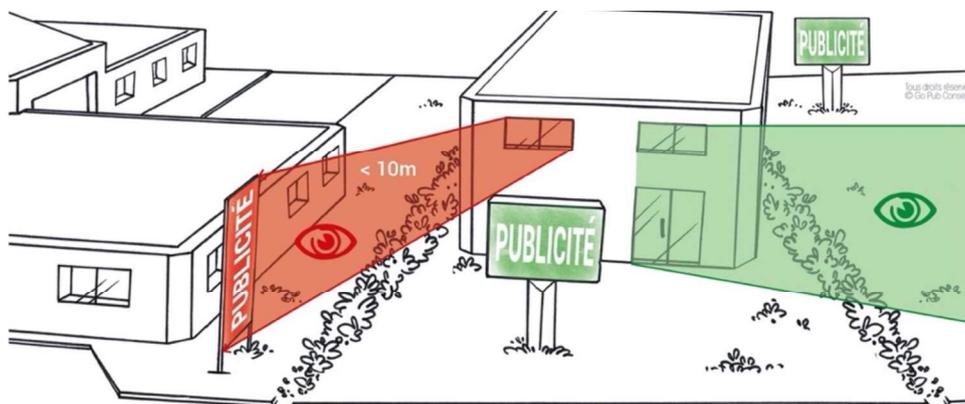


A Uzès, on ne recense pas de dispositifs publicitaires scellés au sol qui seraient situés dans ces espaces de protection.

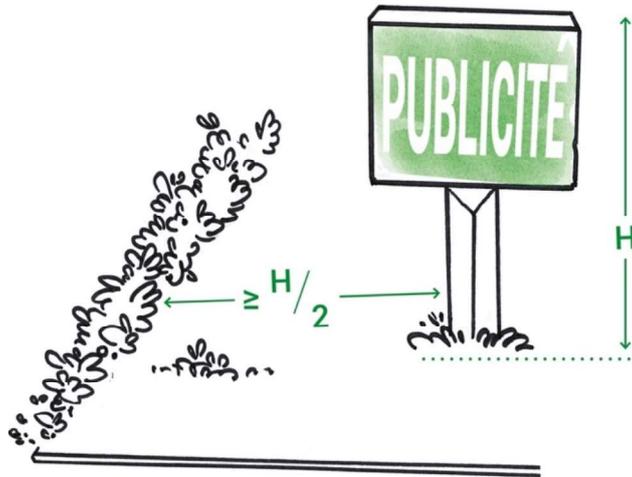
En outre les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors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



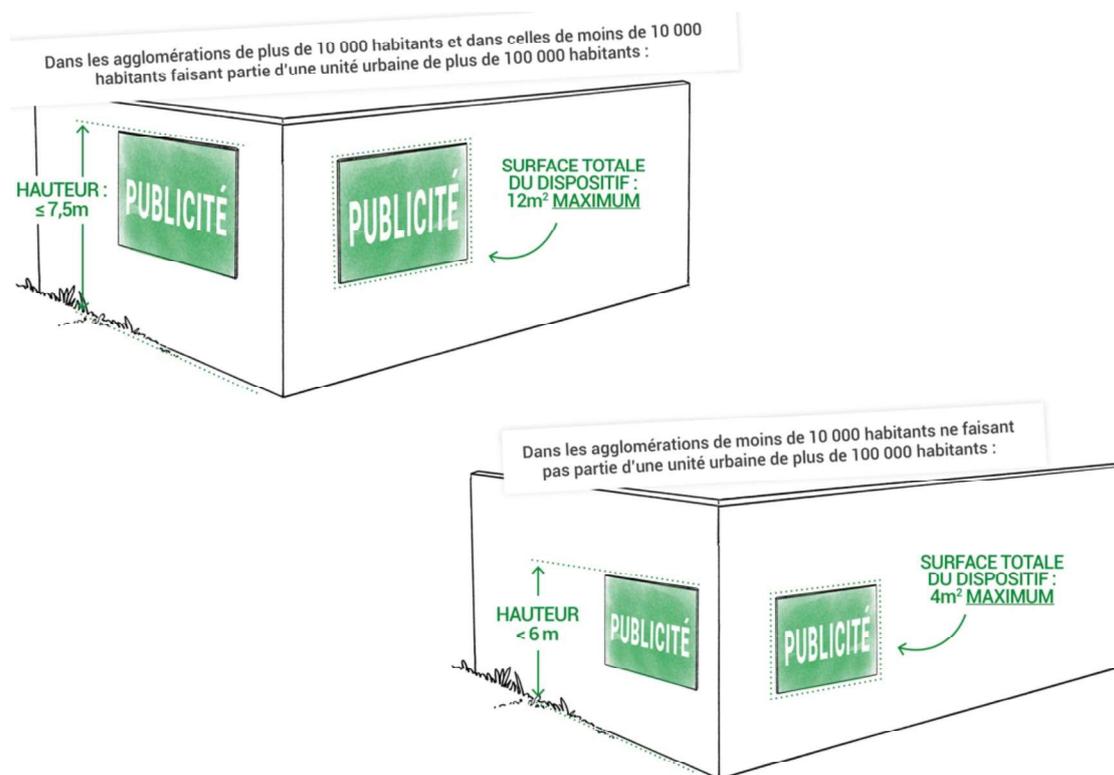
Par ailleurs, une part importante de dispositifs est implantée dans des secteurs où ils sont strictement interdits (les périmètres patrimoniaux énumérés plus haut dans le propos) ce qui représente à la fois un enjeu réglementaire (mise en conformité vis-à-vis du code de l'environnement) mais aussi paysager (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

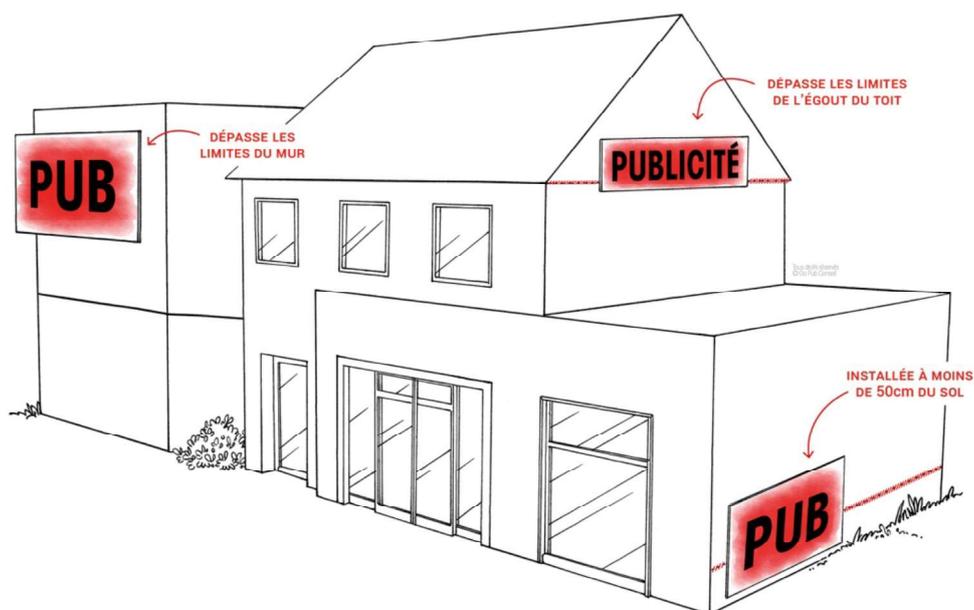
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- 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 »³³.

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 m²), 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

³³ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

Ainsi les principales problématiques paysagères et règlementaires 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 m² 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 lumineux³⁴.

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 suivante³⁵ 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.

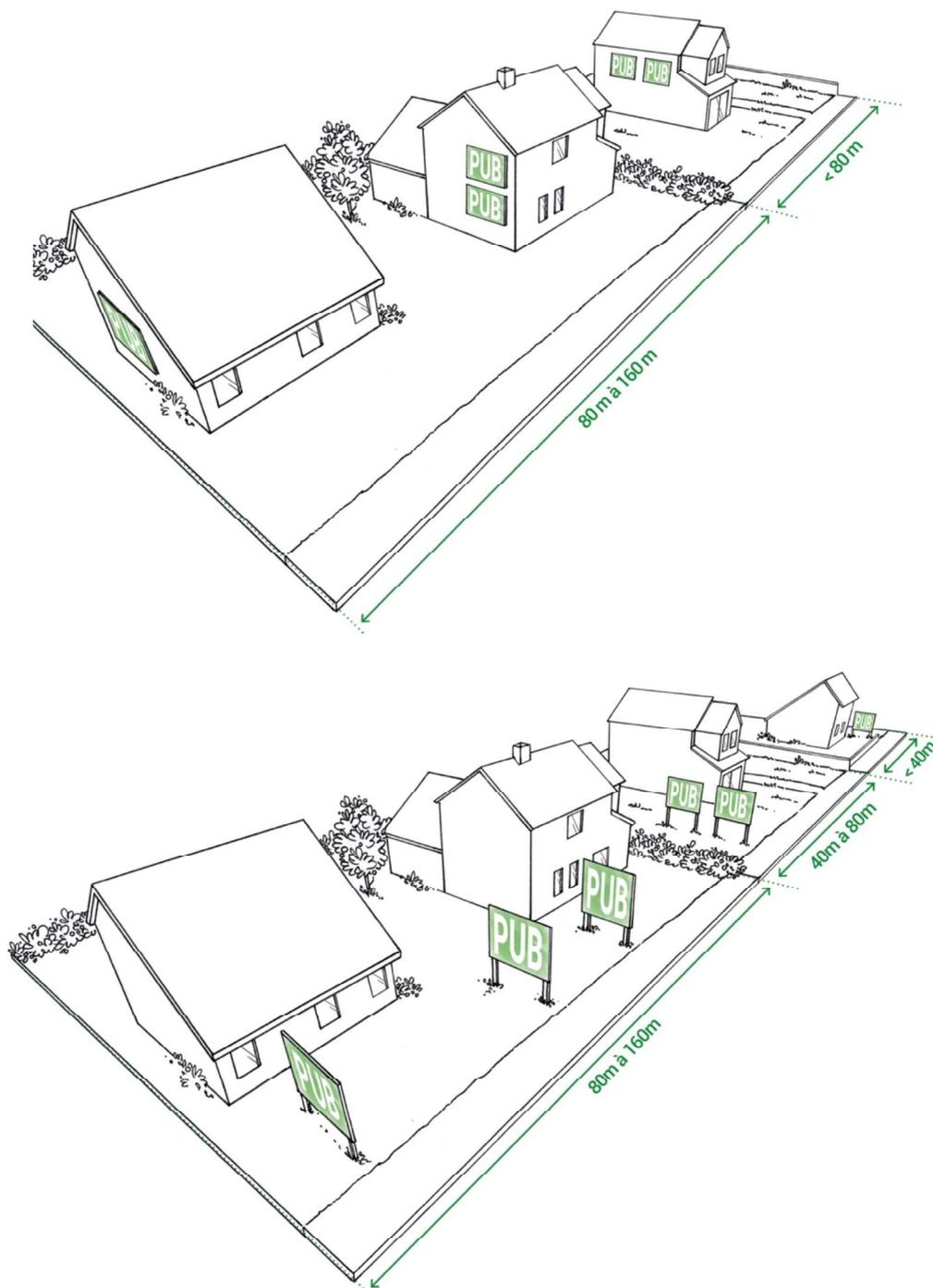
II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

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.

³⁴ Articles R.581-38 et 39 du code de l'environnement

³⁵ 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.

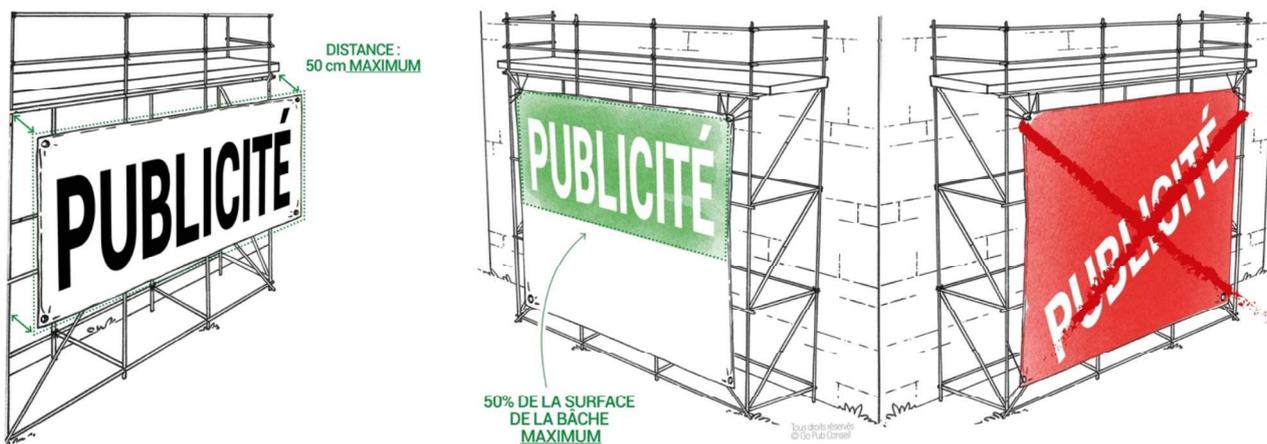
On compte deux types de bâches :

- 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.

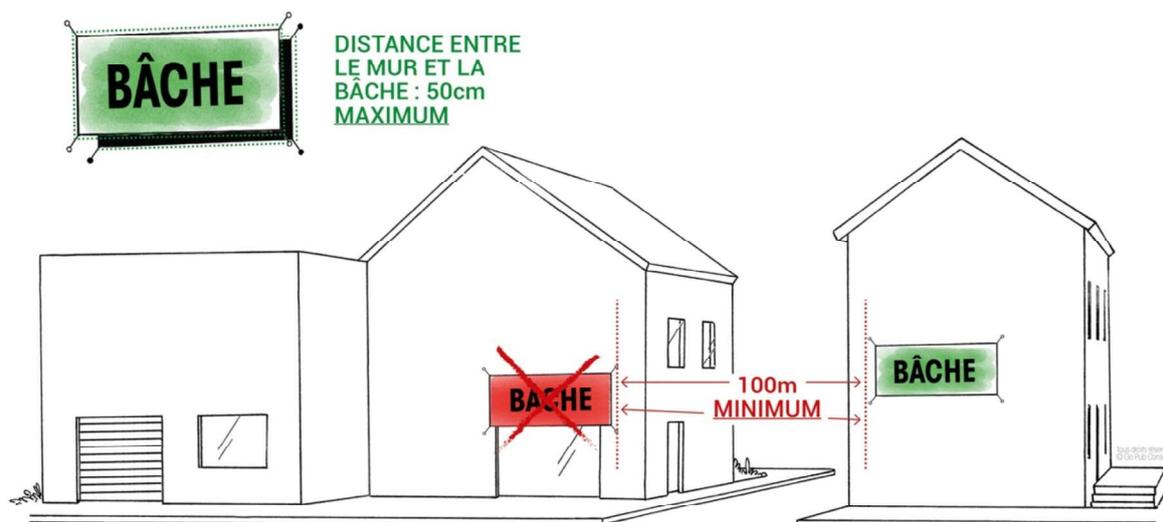
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 centimètres par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. En outre, la durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des échafaudages pour les travaux et la surface de cet affichage ne peut excéder 50% de la surface de la bâche³⁶.

³⁶ 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 m². 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

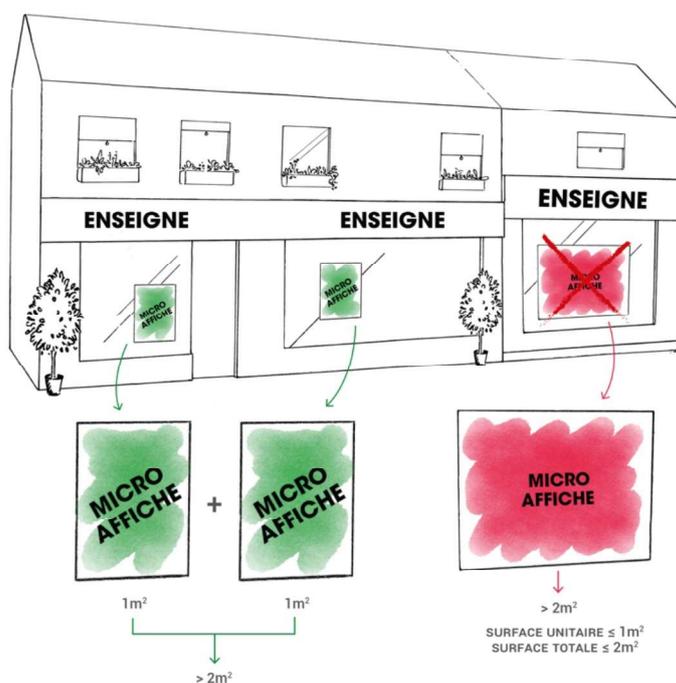
Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « grenellisation » de la réglementation de la publicité extérieure.

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 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².



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 habitants³⁷.

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.

³⁷ 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 kWh³⁸.



Cartographie de la pollution lumineuse en France³⁹

³⁸ https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf

³⁹ <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 ministériel⁴⁰.

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.

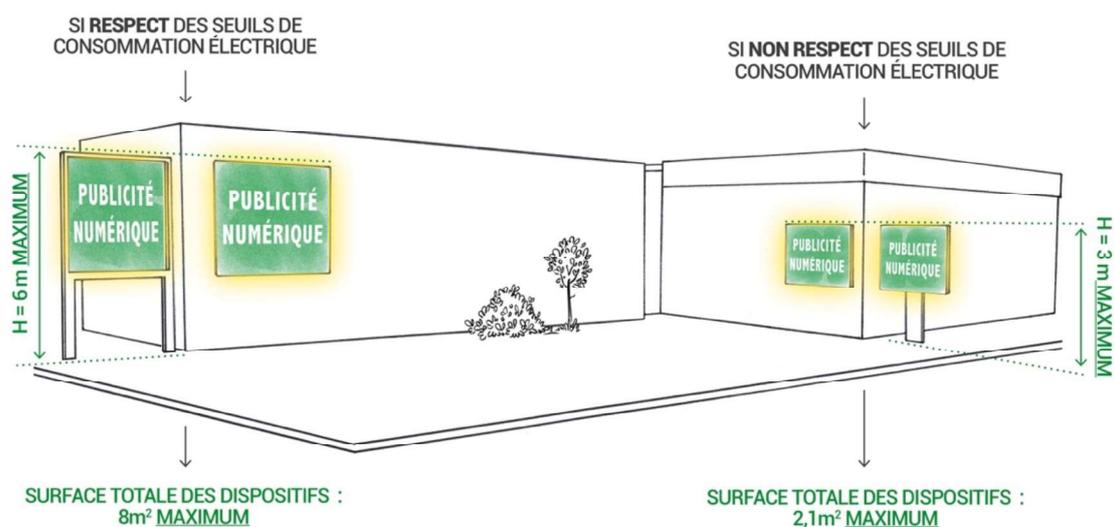
La publicité numérique et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence sont une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elles sont donc soumises aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse à savoir :

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

⁴⁰ Arrêté ministériel non publié à ce jour



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel⁴¹, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

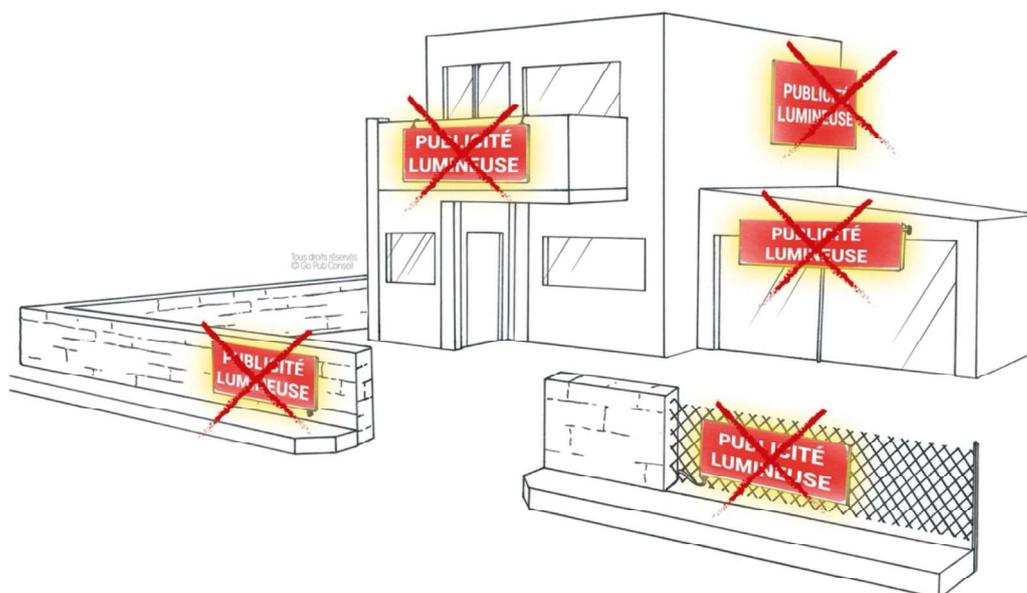


La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

La publicité lumineuse ne peut :

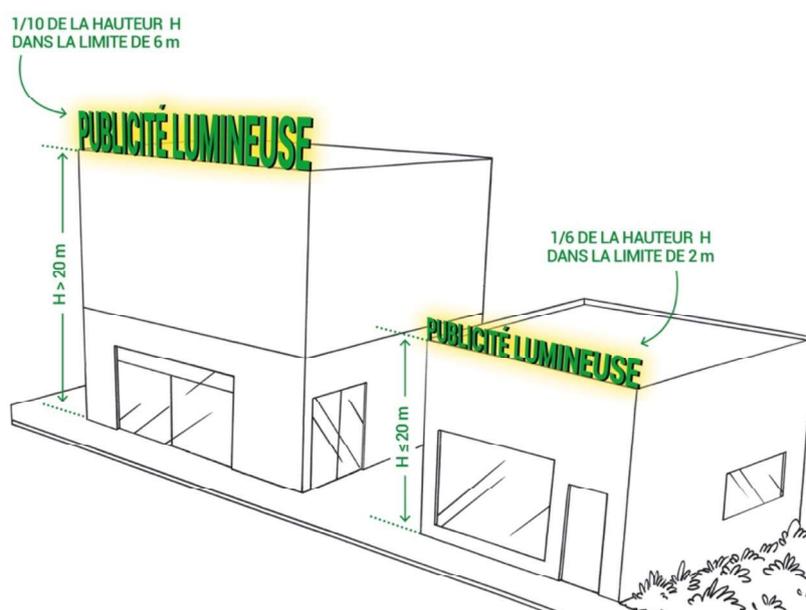
- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.

⁴¹ 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 ≤ 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.