

Révision du

Règlement

Local de

Publicité

even
CONSEIL



VILLE DE GUÉRANDE

Pièce n°1 : Rapport de
présentation

Version pour approbation en conseil
municipal le 20 janvier 2020



SOMMAIRE

PRÉAMBULE 5

1. CONTEXTE LÉGISLATIF ET RÉGLEMENTAIRE .. 6

- 1.1. POURQUOI RÉALISER UN RLP SUR LA COMMUNE DE GUÉRANDE ? 6
- 1.2. CHAMP D'APPLICATION DU RÈGLEMENT 7
- 1.3. CONTENU DU RLP 7

2. PRINCIPALES DÉFINITIONS 8

- 2.1. LES DISPOSITIFS RELEVANT DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE 8
- 2.2. LES DISPOSITIFS NE RELEVANT PAS DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE 12
- 2.3. DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS 14
- 2.4. COMPÉTENCES 14

DIAGNOSTIC 15

1. CONTEXTE COMMUNAL 16

- 1.1. PRÉSENTATION DU TERRITOIRE 16
- 1.2. CONTEXTE VIAIRE 17
- 1.3. CONTEXTE ECONOMIQUE ET TOURISTIQUE 18
- 1.4. CONTEXTE PAYSAGER 21

2. LE CADRE REGLEMENTAIRE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE SUR LE TERRITOIRE COMMUNAL... 22

- 2.1. LA NOTION D'AGGLOMÉRATION 22
- 2.2. DES PÉRIMÈTRES ENVIRONNEMENTAUX RÉGLEMENTAIRES SUR LE TERRITOIRE 26
- 2.3. DES RÈGLES SPÉCIFIQUES AU REGARD DE L'IMPORTANCE DES AXES ROUTIERS 40
- 2.4. UN RLP EN VIGUEUR SUR LA COMMUNE 41
- 2.5. LA TAXE LOCALE SUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE 46

3. LE DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE DE LA COMMUNE 47

- 3.1. L'APPLICATION DU RLP DEPUIS 2011 47
- 3.2. LES DISPOSITIFS DE MOBILIER URBAIN SUR LE TERRITOIRE 48
- 3.3. LES SUPPORTS DE LA VILLE À DESTINATION D'ÉVÉNEMENTS TEMPORAIRES 53
- 3.4. AFFICHAGE D'OPINION ET LA PUBLICITÉ RELATIVE AUX ACTIVITÉS DES ASSOCIATIONS SANS BUT LUCRATIF 54
- 3.5. LES TYPES DE DISPOSITIFS PRÉSENTS SUR LE TERRITOIRE 55
- 3.6. LA CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS SUR LE TERRITOIRE 57
- 3.7. LES SECTEURS À ENJEUX 61

ORIENTATIONS ET OBJECTIFS 81

1. PRÉAMBULE 82

2. ORIENTATION N°1 : VALORISER LE PATRIMOINE ET LES PAYSAGES EMBLÉMATIQUES ET CONFORTER L'ATTRACTIVITÉ DE GUÉRANDE 83

- 2.1. PRÉSERVER ET VALORISER LE CŒUR HISTORIQUE DE GUÉRANDE 83
- 2.2. PRÉSERVER LES PAYSAGES NATURELS ET AGRICOLES IDENTITAIRES DE LA COMMUNE . 83

3. ORIENTATION N°2 : GARANTIR UN CADRE DE VIE DE QUALITÉ 84

4. ORIENTATION N°3 : ASSURER UNE QUALITÉ PAYSAGÈRE DES ENTRÉES DE VILLE ET PRINCIPALES TRAVERSÉES URBAINES 85

5. ORIENTATION N°4 : RECHERCHER UN ÉQUILIBRE ENTRE DYNAMISME ÉCONOMIQUE ET PRÉSERVATION DU PAYSAGE 86

JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS 87

1. MOTIFS DE DÉLIMITATION DU ZONAGE 88

1.1. ZONE DE PUBLICITE 1 (ZP1) : SECTEUR SAUVEGARDE, SECTEURS
RESIDENTIELS SAUF PRINCIPAUX AXES D'ACCES ET SECTEURS D'ACTIVITES 88

1.2. ZONE DE PUBLICITE 2 (ZP2) : PRINCIPALES AVENUES ET BOULEVARDS
D'ENTREE DANS L'AGGLOMERATION 89

1.3. ZONE DE PUBLICITE 3 (ZP3) : SECTEURS D'ACTIVITES DE KERBINIOU,
BREHADOUR, KERQUESSAUD 90

1.4. ZONE DE PUBLICITE 4 (ZP4) : ZONES D'ACTIVITES COMMERCIALES 91

2. CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE RÈGLEMENTAIRE 92

2.1. DISPOSITIONS COMMUNES À TOUTES LES ZONES 92

2.2. PRINCIPALES RÈGLES PAR ZONE DE PUBLICITE OU SECTEURS SPÉCIFIQUES..... 93

2.3. SYNTHÈSE DE COMPARAISON DES PRINCIPALES RÈGLES AVEC L'ANCIEN
RLP EN VIGUEUR..... 98



1

PRÉAMBULE

1. CONTEXTE LÉGISLATIF ET RÉGLEMENTAIRE

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, le Code de l'Environnement a été réformé par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012.

La réforme de la réglementation nationale de publicité extérieure est applicable depuis le 1er Juillet 2012.

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document qui régit de manière plus restrictive que la Réglementation Nationale de Publicité (RNP), la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire donné. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager du territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLP, les dispositions du règlement national de publicité en vigueur demeurent opposables. L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le Code de l'Environnement et le Code de la Route.

1.1. POURQUOI RÉALISER UN RLP SUR LA COMMUNE DE GUÉRANDE ?

La commune de Guérande a mis en place un Règlement Local de Publicité par arrêté du 5 novembre 1991 qui a fait l'objet d'une première révision approuvée le 29 mars 2000 et d'une deuxième révision approuvée le 11 juillet 2011.

Il s'agit d'un document qui visait l'encadrement de l'affichage publicitaire, des enseignes et préenseignes de la commune. L'application de ce RLP a permis une certaine harmonisation et maîtrise des paysages urbains quant à l'affichage publicitaire, la commune présente ainsi un cadre de vie préservé.

Avec le décret d'application du 30 janvier 2012 portant sur la réglementation nationale de la publicité extérieure et des enseignes, l'encadrement de l'affichage publicitaire est devenu plus restrictif, afin de rendre la publicité plus qualitative et plus respectueuse du cadre de vie des habitants, tant en termes de nuisances visuelles que de dégradation du paysage. Adopté avant la loi n°2010-788 du 12/07/2010 ou loi « Grenelle II », la commune dispose ainsi d'un RLP en vigueur dit de « 1ère génération ». Les RLP de 1ère génération tels que ce dernier sont valables jusqu'au 14 juillet 2020. En tenant compte des délais d'élaboration d'un nouveau RLP, la validité du RLP en vigueur arrive à son terme.

À l'occasion de la révision de son Plan Local d'Urbanisme, la commune de Guérande est amenée à réviser son RLP et ainsi s'adapter aux évolutions législatives récentes portant sur la publicité extérieure. Il s'agit d'une anticipation du terme d'effectivité du RLP en cours et une réadaptation au contexte actuel et aux ambitions du territoire.

La commune de Guérande a également connu un développement urbain non négligeable cette dernière décennie, ayant eu pour effet la formation de nouvelles entités urbaines, une modification des limites d'agglomération et le renforcement de dynamiques et attractivités économiques à mettre en parallèle avec les enjeux liés au cadre de vie et au patrimoine. Il s'agit de permettre un rééquilibrage entre besoins publicitaires liés aux dynamiques économiques actuelles et protection du cadre de vie.

D'autre part, la mise en cohérence du RLP par rapport à l'approbation du Plan Local d'Urbanisme (en date du 13 novembre 2017), de l'Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) ainsi que la procédure de révision du Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) du Secteur Sauvegardé, permettra une synergie entre ces documents et une vision transversale des enjeux que présente le territoire.

1.2. CHAMP D'APPLICATION DU RÈGLEMENT

Conformément à l'article L 581-2 du Code de l'Environnement, les publicités, enseignes, préenseignes qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter

les dispositions législatives et réglementaires du Code de l'Environnement et du RLP.

1.3. CONTENU DU RLP

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

- **Un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus ;
- **Un règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone ;
- **Des annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones de publicité identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par les maires délégués sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

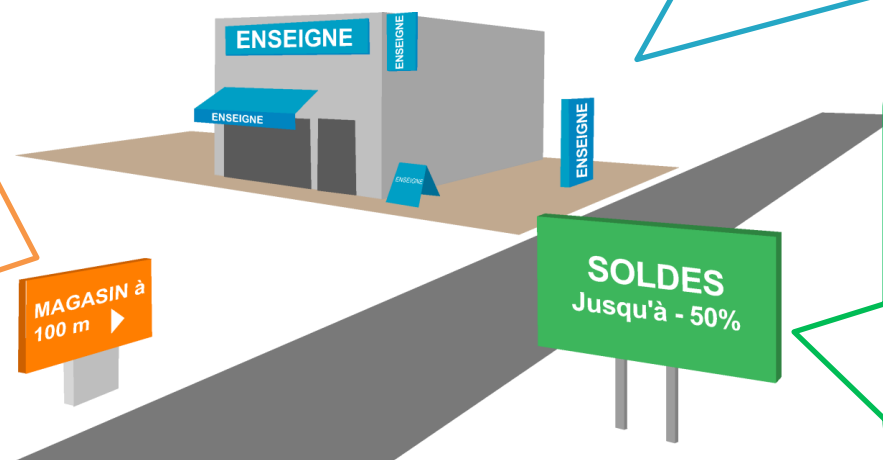
2. PRINCIPALES DÉFINITIONS

2.1. LES DISPOSITIFS RELEVANT DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIÈRE



Préenseigne :

Inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Enseigne :

Inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce



Publicité :

Inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention



2.1.1. Définitions générales

L'article L. 581-3 du Code de l'Environnement définit les dispositifs suivants relevant de la publicité extérieure :

- **Publicité** : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention ;
- **Enseigne** : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce ;
- **Préenseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.

Définitions issues du guide pratique du Ministère « La réglementation de la publicité extérieure » (p.11, 12 et 13).

Les dispositifs concernés sont ceux visibles des voies ouvertes à la circulation publique : voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Ces dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.

Préenseigne dérogatoire

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement. La dérogation relative aux préenseignes

particulièrement utiles pour les personnes en déplacement courait jusqu'au 13 juillet 2015.

La dérogation relative aux préenseignes particulièrement utiles pour les personnes en déplacement a pris fin le 13 juillet 2015. Ces activités sont notamment les garages, les stations-services, les restaurants (y compris ceux qui vendent des produits du terroir) et les hôtels.

Les produits du terroir correspondent à des produits locaux qu'il n'est pas possible de trouver dans une autre région. Exemple : Les AOC (Cantal, Salers, etc.). Les restaurants ou auberges qui proposent des produits du terroir, associés aux activités utiles aux personnes en déplacement, ne peuvent implanter une préenseigne. Elles peuvent en revanche être signalées dans les conditions définies par la circulation routière (ex : SIL).

Sont qualifiées comme activités culturelles les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques. Nouveauté de la loi ENE, les activités culturelles ne recouvrent pas les établissements culturels, à l'exception des Monuments Historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.

Activités bénéficiaires	Avant 13/07/2015	Après 13/07/2015	Nombre	Distance
Activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement	oui	oui		
Service public ou d'urgence	oui	oui		
Activité en retrait de la voie	oui	oui		
Monuments historiques (ouverts à la visite)	oui	oui	4	10 km
Vente produits du terroir	oui	oui	2	5 km
Activité culturelle		oui	2	5 km



Exemples sur le territoire de préenseignes aujourd'hui non dérogatoires - Rond-point de Villeneuve (préenseignes retirées après application du RLP de 2011)

2.1.2. Supports spécifiques

Le mobilier urbain

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

Mobilier urbain pouvant supporter de la publicité : les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édités sur le domaine public, les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².

(Source : Guide pratique - La réglementation de la publicité extérieure - MEDDE)

Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46).

Les bâches

Les bâches comprennent :

- 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.

Les enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

Le RLP peut adapter ces règles (nombre, format, durée d'affichage



Av. de Brière

D99E




Exemples de dispositifs temporaires - Supports implantés au niveau des giratoires, réservés aux manifestations et évènements locaux



autorisée, etc.).

Sur le territoire de Guérande, actuellement 8 supports gérés par la ville sont implantés au niveau des principaux giratoires de la commune et réservés à l'affichage temporaire. Ces supports regroupent chacun 4 emplacements de banderole et visent à limiter l'affichage sauvage des évènements.

2.2. LES DISPOSITIFS NE RELEVANT PAS DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Les dispositifs ne relevant pas de la publicité extérieure et ne pouvant être règlementés par un RLP sont les suivants :

Catégorie de dispositifs et objectifs	Exemples
SIL : signalétique d'information locale	
<p>➤ Objectifs : guider l'utilisateur en signalant les services ou équipements de proximité</p>	 
Directionnelle	
<p>➤ Objectifs : guider l'utilisateur en déplacement vers les destinations à moyenne et longue distances</p>	

Touristique	
<p>➤ Objectifs : guider l'utilisateur vers les curiosités culturelles et touristiques</p>	
Panneaux CE	
<p>➤ Objectifs : guider l'utilisateur en indiquant les services ou équipements de proximité</p>	

Panneaux d'information communale

- Objectifs : diffuser à la population les informations municipales, d'intérêt général, associations, manifestations, etc.



(Exemple hors territoire)

Affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

- En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites d'« affichage libre » (Art. L.581-16).



2.3. DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS

<p>Pour le Règlement National de Publicité (RNP)</p>	<p>2015</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Suppression des préenseignes dérogatoires (activités utiles aux personnes en déplacements) • Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012
	<p>2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012 • Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités)
<p>Pour le futur Règlement Local de Publicité</p>	<p>6 ans</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pour la mise en conformité des enseignes existantes
	<p>2 ans</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pour la mise en conformité des publicités / préenseignes

2.4. COMPÉTENCES

Lorsqu'un RLP est approuvé, l'instruction des autorisations et déclarations préalables relatives aux dispositifs de publicité est de l'autorité du Maire.

Le pouvoir de Police est transféré au Maire (le Préfet a un pouvoir de substitution en cas de carence des Maires en matière de Police).

An aerial photograph of a city, likely New York City, is shown in a monochromatic brown color. A white vertical bar is positioned on the left side of the image. The city's grid pattern and various landmarks are visible through the semi-transparent map overlay.

2

DIAGNOSTIC

1. CONTEXTE COMMUNAL

1.1. PRÉSENTATION DU TERRITOIRE

Au cœur de la presqu'île guérandaise en Loire-Atlantique, la commune de Guérande est chef-lieu de son canton et s'étend sur 8144 hectares. Le territoire compte 16 799 habitants (INSEE 2019), répartis entre la ville de Guérande, ses 12 villages et plus de 80 hameaux.

Ville d'art et d'histoire, connue pour son attractivité touristique de renommée mondiale, la commune dispose d'atouts patrimoniaux et paysagers exceptionnels : Sites Patrimoniaux Remarquables (Secteur Sauvegardé de la ville intra-muros et ses abords, Aire de Mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine), les nombreux Monuments Historiques, sites classés et inscrits, sites Natura 2000, marais salants, Parc Naturel Régional de Brière, etc.

Source des éléments suivants : PLU de Guérande

La commune de Guérande est intégrée à la communauté d'agglomération Cap Atlantique créée en 2003. Cap Atlantique s'établit sur les départements de la Loire-Atlantique et du Morbihan. Elle compte 15 communes : Assérac, Batz-sur-Mer, Camoël, Férel, Guérande, Herbignac, La Baule-Escoublac, La Turballe, Le Croisic, Pouliguen, Mesquer, Pénestin, Piriac-sur-Mer, Saint-Lyphard et Saint-Molf.

La Commune de Guérande est organisée de manière multipolaire. Ainsi, sa population est répartie entre :

- Une polarité centrale organisée autour de la cité médiévale présentant un riche patrimoine historique.

- Cette entité concentre les principaux services et équipements de la commune. En prolongement des quatre portes de la cité se sont développés des faubourgs aujourd'hui intégrés au tissu urbain ;
- Plusieurs villages d'origine médiévale tels que Clis, Saillé ou Careil. Dépassant pour plusieurs le millier d'habitants, ils font office de pôles secondaires offrant à la population commerces et équipements ;
- Le bourg transcommunal de la Madeleine situé entre Guérande et Saint-Lyphard ;
- Des « fragments » urbains en continuité de l'agglomération de La Baule issus d'un phénomène de périurbanisation ;
- Un grand nombre de hameaux de quelques centaines d'habitants.



Entités bâties du territoire (Source : PLU de Guérande)

1.2. CONTEXTE VIAIRE

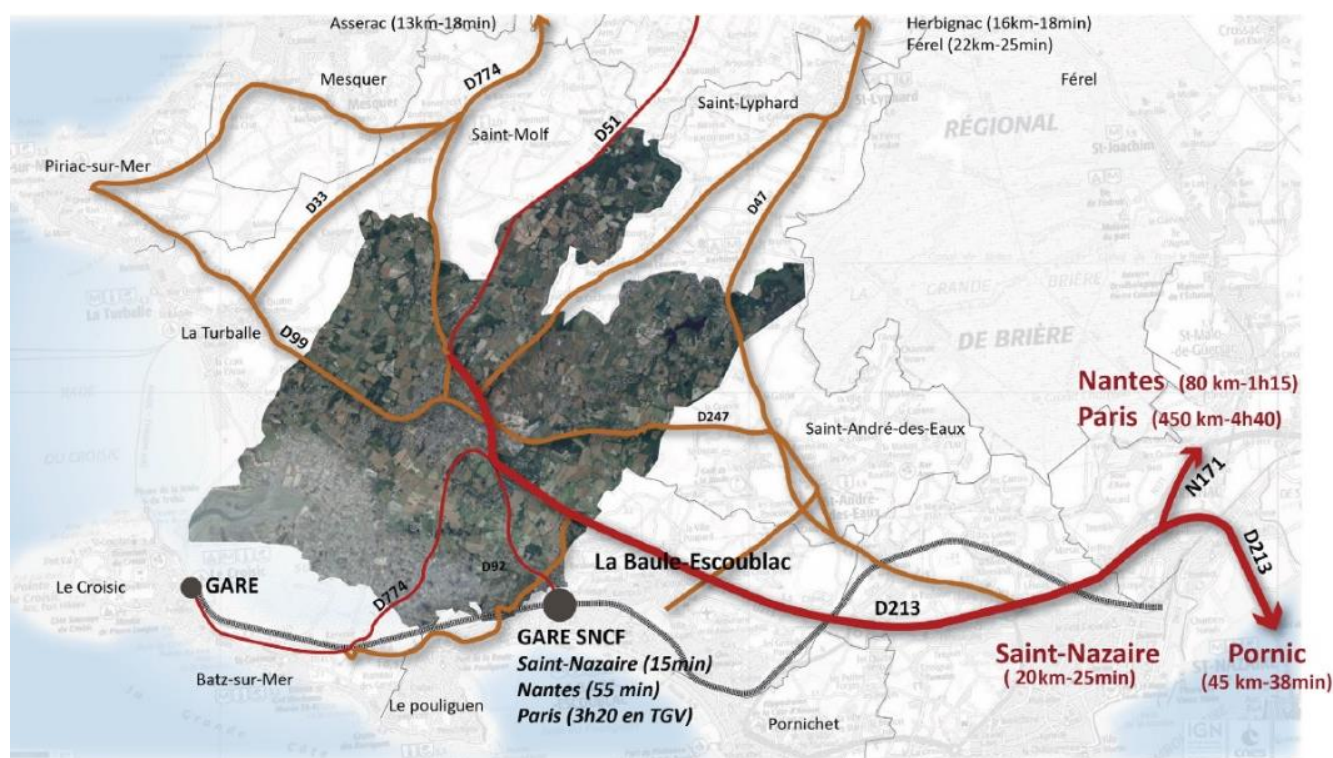
La commune de Guérande est au cœur du réseau viaire de la presqu'île guérandaise. L'axe structurant de la péninsule, la D 213 nommée Route Bleue, traverse la commune, reliant le centre de Guérande au pôle de La Baule-Escoublac et de Saint-Nazaire.

Un maillage de routes départementales secondaires facilite l'accessibilité de Guérande :

- La D213 et la D 774, axes d'intérêt régional et interrégional assurent la desserte de grands pôles touristiques et supportent le transit de longue à moyenne distance. Des interdictions d'accès et une marge de recul de 100m minimum s'appliquent pour toute nouvelle construction à usage d'habitation. Cette marge est réduite à 50m minimum pour les constructions à usage d'activités.
- La D 99, la D 192 et la D 774 (pour la section comprise entre le rond-point de Villeneuve et la limite communale sud), axes d'intérêt départemental assurant la desserte de grands pôles touristiques et supportant un transit de moyenne distance.
- Les routes départementales 45, 47, 48, 51, 92, 233, 247, 252 et 1774 assurent une desserte de proximité.

Le réseau viaire du territoire impacte la répartition de la population et le développement de l'urbanisation. Notamment, ces axes sont des lieux privilégiés par les afficheurs pour implanter de la publicité et bénéficier d'une plus grande visibilité. De plus, ce sont des axes aux abords desquels les activités et enseignes notamment commerciales viennent préférentiellement s'implanter.

Du fait de sa position au sein de la presqu'île, Guérande est néanmoins à l'écart des principales voies reliant la commune à l'agglomération ligérienne.



1.3. CONTEXTE ECONOMIQUE ET TOURISTIQUE

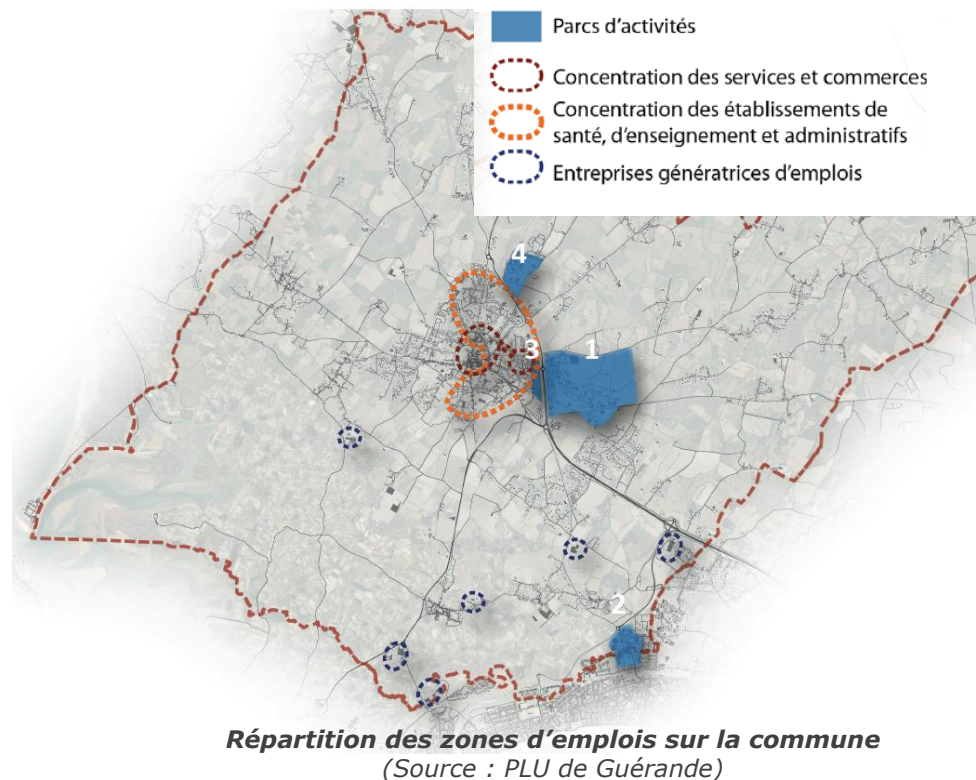
1.3.1. Les secteurs regroupant activités de commerces et de services

La majorité des emplois présents sur la commune est située dans le centre ou à proximité de l'agglomération de Guérande. Néanmoins, quelques entreprises génératrices d'emplois sont implantées dans certains villages de la commune comme cela est le cas à Saillé, Kerquessaud ou Léniphen.

La commune présente sur son territoire 4 parcs d'activités créateurs d'emplois et générant de l'affichage publicitaire et un besoin de visibilité des entreprises présentes au-travers des enseignes :

1. **Villejames** : regroupe plus de 250 entreprises et plus de 1500 actifs. Vitrine économique de la commune, ce parc est spécialisé dans l'automobile, la construction ou encore le jardin. Le parc d'activités est en développement. Deux nouvelles extensions ont récemment vu le jour :
 - Le parc de la Métairie de la Lande dédié à l'artisanat et à la petite industrie ;
 - Le parc de Bréhany spécialisé dans la vente automobile et l'équipement de la maison ;
2. **Salines** : situé à la limite avec La Baule, ce parc d'activités a une vocation plus commerciale, la zone d'activités concentre 37 entreprises ;
3. **Kerbiniou** : espace à dominante tertiaire, cette zone d'activités compte une cinquantaine d'établissements ;

4. **Bréhadour** : zone d'activités orientée vers le service aux entreprises, elle dénombre 20 établissements. C'est une zone en développement.



1.3.2. Le tourisme patrimonial et naturel de la commune

Guérande présente un riche patrimoine historique. Ville médiévale dotée d'une fortification datant de la fin du Moyen-Âge, Guérande était à cette période la ville-centre de la Presqu'île. L'enceinte fortifiée de Guérande est aujourd'hui une des mieux conservées de France.

Le cœur de la cité est caractérisé par de nombreuses ruelles pavées et commerces traditionnels qui participent à son attrait touristique. L'ensemble de l'intra-muros est protégé depuis 1993 par un secteur sauvegardé dont la procédure de révision doit aboutir en 2019.

Appartenant depuis 2004 au réseau des Villes et Pays d'Art et d'Histoire, Guérande s'est engagée dans une politique de protection et de valorisation de son patrimoine. La ville tient à se doter d'outils de qualité, d'équipements structurants et à développer l'accompagnement des visiteurs.

La Collégiale Saint-Aubin, située au cœur des remparts, est le deuxième monument religieux le plus fréquenté des Pays de la Loire, après la cathédrale de Nantes.

Malgré ses atouts patrimoniaux indéniables, les retombées économiques du tourisme patrimonial restent limitées pour la commune. En effet, la visite de Guérande pouvant se faire en une journée, l'impact sur l'économie locale en est réduit.

Outre la richesse patrimoniale de la cité médiévale, de nombreux villages d'origines médiévales présentent un intérêt patrimonial tel que les maisons de paludiers de Saillé ou de Clis ou encore les chaumières des Briérons de La Madeleine.

Afin de permettre aux visiteurs de découvrir l'ensemble du territoire, des circuits de randonnées ont été mis en place par la commune.

Ces parcours permettent de profiter du patrimoine historique présent dans la cité et les villages mais également du patrimoine naturel avec les marais salants et les étangs et canaux du Parc Naturel Régional de Brière.

1.3.3. Des atouts paysagers et patrimoniaux reconnus et protégés

Par ailleurs, la commune de Guérande présente un patrimoine naturel et paysager remarquable, reconnu et protégé à travers de nombreux dispositifs : Zones Natura 2000, sites classés et inscrits, Parc Naturel Régional de Brière, Sites Patrimoniaux Remarquables – Secteur Sauvegardé, AVAP (éléments ayant une incidence sur la réglementation de la publicité extérieure et détaillés aux pages suivantes).

Territoire de marais et présentant des zones humides d'importance nationale, Guérande est concernée par de nombreuses protections et classements. Les marais de Guérande qui représentent une grande partie du territoire sont protégés à plusieurs titres.

La commune de Guérande est concernée par le périmètre d'un Site Patrimonial Remarquable (appellation en application de la Loi LCAP du 7 juillet 2016) de 1758 hectares dont les outils de gestion sont :

- Un Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur qui couvre l'ensemble de l'intra-muros et les boulevards qui ceinturent la cité médiévale, sur 17 hectares, approuvé par décret le 30 août 1993, actuellement, en cours de révision (prescrite depuis le 28 décembre 2012) ;
- Une Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine, approuvée le 13 novembre 2017 conjointement au PLU. Cette AVAP de 1741 ha compte 19 secteurs (4 concernent des Faubourgs et 15 concernent des villages).

De plus, une grande partie du territoire communal (partie est du plateau agricole) est comprise dans le périmètre du Parc Naturel Régional de Brière. S'étendant sur les marais de Brière, au nord-ouest de l'estuaire de la Loire, il regroupe 21 communes adhérentes dont Guérande.

Ces atouts patrimoniaux et paysagers sont à préserver au-travers de l'encadrement de l'affichage extérieur (publicités, préenseignes et enseignes).

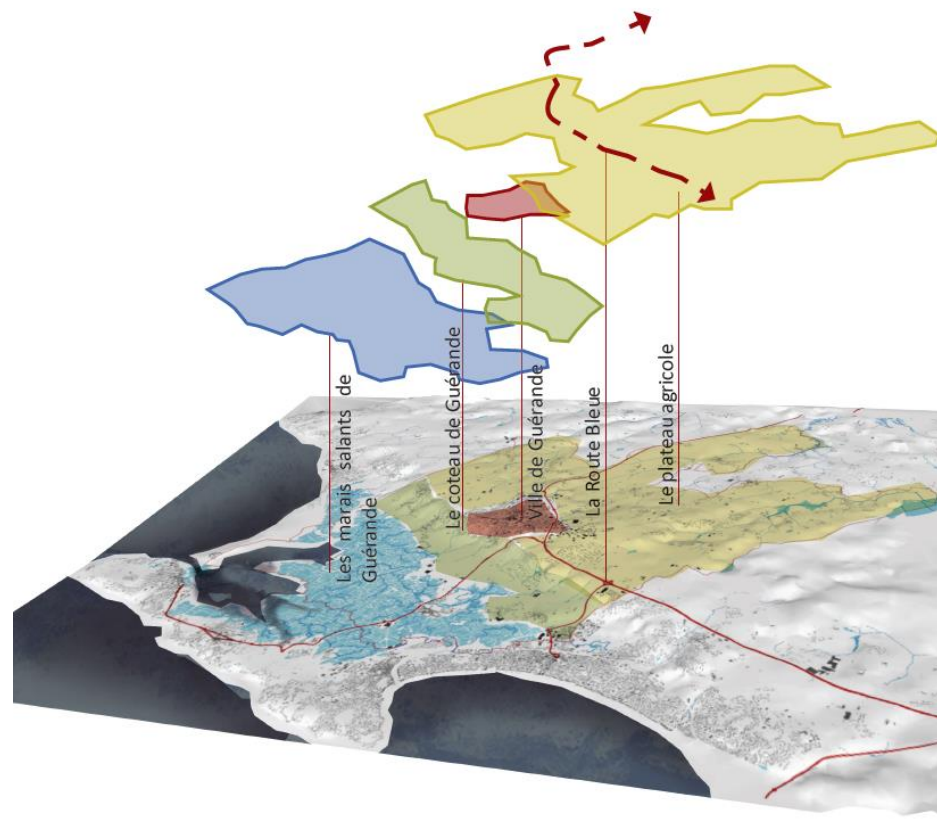


Ville intra-muros et ses remparts (Source : EVEN Conseil)

1.4. CONTEXTE PAYSAGER

Le territoire de Guérande se caractérise par des modes d'occupation du sol spécifiques et contrastés, forgeant les identités paysagères de la commune. Cinq entités paysagères ont été identifiées :

1. Les marais salants de Guérande : un espace naturel et économique majeur pour la commune ;
2. Le plateau agricole : une entité à dominante rurale et agricole ;
3. Le coteau de Guérande : une zone de rencontre entre les marais et le plateau agricole ;
4. La butte, le centre-ville de Guérande : une unité centrale rayonnant à l'échelle de la presqu'île ;
5. La Route Bleue : une entité linéaire réunissant de nombreux enjeux.



2. LE CADRE REGLEMENTAIRE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE SUR LE TERRITOIRE COMMUNAL

2.1. LA NOTION D'AGGLOMÉRATION

Régi par le Code de la Route et Code de l'Environnement, le territoire est soumis aux dispositions relatives à :

2.1.1. La notion géographique de l'agglomération

L'adoption d'un RLP impose la détermination des limites d'agglomération.

En effet parmi les annexes que doit comporter un RLP (R.581-78) il est exigé la présence d'un document graphique où les limites de ou des agglomérations sont représentées ainsi que l'arrêté municipal délimitant les agglomérations.

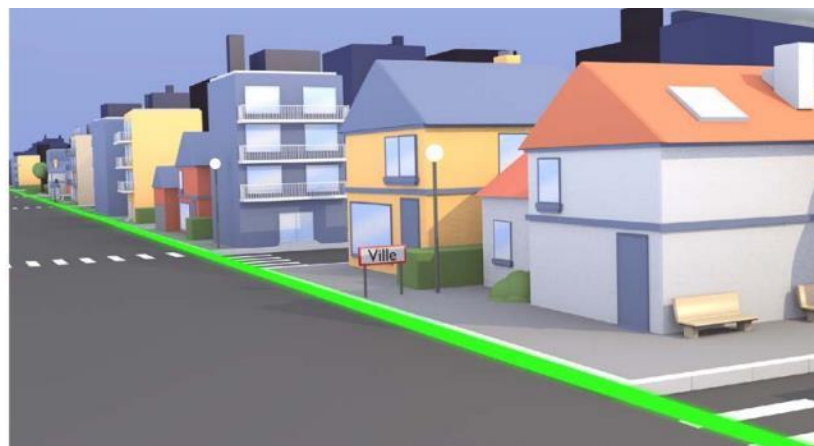
Un des principes fondamentaux du droit de la publicité est l'interdiction de la publicité hors agglomération, en l'admettant au sein de l'agglomération.

- **Publicités et préenseignes : interdites hors agglomération**
- **Enseignes : autorisées en agglomération et hors agglomération**

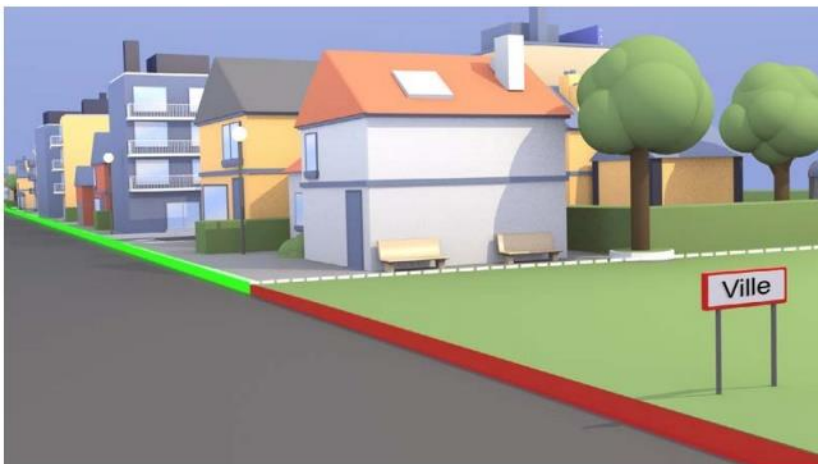
Agglomération : Au sens de l'article R.110-2 du Code de la Route : « Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le

long de la route qui le traverse ou qui le borde. » Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

(Source : Guide pratique - La réglementation de la publicité extérieure - MEDDE)



Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).



Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

(Source : Guide pratique - La réglementation de la publicité extérieure – MEDDE)

Le travail sur la notion géographique d'agglomération a été redéfini au travers du travail sur le RLP, en s'appuyant sur les panneaux d'entrée de ville mais aussi sur les réflexions menées dans le cadre du PLU récemment approuvé (novembre 2017), concernant notamment les enveloppes urbaines des bourgs, villages et principaux hameaux.

Le plan des limites d'agglomérations figure en annexe du RLP.

Sur le territoire communal de Guérande, peuvent être distinguées les enveloppes d'agglomération suivantes :

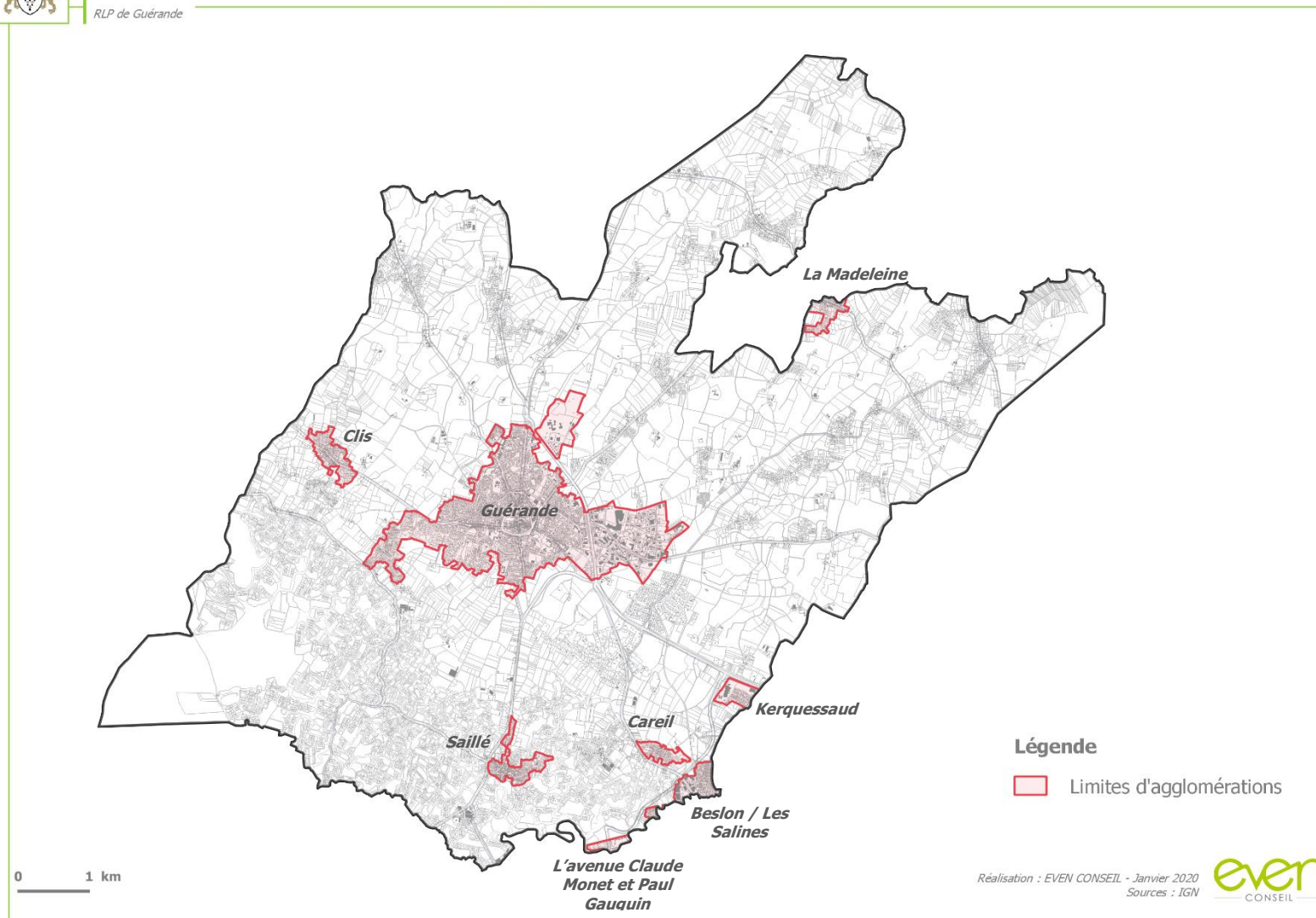
- **1 agglomération principale** : Guérande
- **Les agglomérations secondaires** :

- Les bourgs de la Madeleine et de Saillé
- Les villages de Clis et de Careil
- Les espaces agglomérés en limites de la commune voisine de La Baule :
 - o Le secteur de Kerquessaud ;
 - o Le secteur de Beslon / Les Salines ;
 - o Le secteur de l'avenue Claude Monet et Paul Gauguin.



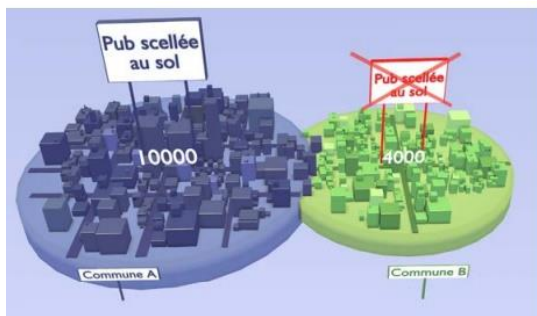
Délimitation des enveloppes d'agglomérations

RLP de Guérande

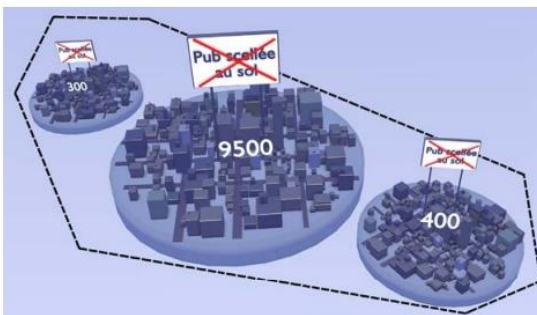


2.1.2. La notion démographique d'agglomération

Avec la réglementation nationale, les règles sont différentes entre les communes de moins de 10 000 habitants et celles de plus de 10 000 habitants. Elles sont également différentes si la commune appartient ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Le nombre



Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.



La population de la commune (pointillée) est supérieure à 10 000 habitants, mais les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, la commune ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans chaque agglomération.

d'habitant s'apprécie dans les limites de chaque agglomération du territoire : ville de Guérande, enveloppes des bourgs et villages (Saillé, Clis, La Madeleine, etc.).

Le territoire communal de Guérande compte 16 799 habitants (INSEE 2019) mais le décompte de la population s'effectuant dans chaque enveloppe d'agglomération d'un territoire, chaque agglomération du territoire communal comporte moins de 10 000 habitants.

La commune appartient à l'unité urbaine de Saint-Nazaire (11 communes) comptant 151 286 habitants (2014) donc une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Ainsi :

- Les agglomérations du territoire communal sont donc concernées par le régime des agglomérations de – 10 000 hab. appartenant à une unité urbaine de +100 000 hab.
- Les règles applicables à la commune sont celles applicables aux unités urbaines de plus de 100 000 habitants sauf pour la publicité numérique sur le mobilier urbain, les bâches comportant de la publicité, et les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires. Pour ces dispositifs, les règles applicables dépendent du nombre d'habitants compris dans l'agglomération (sur la base d'un seuil de 10 000 habitants). Ces règles sont peu restrictives.
- La même réglementation nationale s'applique sur la ville de Guérande et sur les bourgs/villages du territoire.

2.2. DES PÉRIMÈTRES ENVIRONNEMENTAUX RÉGLEMENTAIRES SUR LE TERRITOIRE

La commune de Guérande présente un patrimoine naturel et paysager exceptionnel et protégé à plusieurs titres. Ces nombreuses protections et classements sont à prendre pleinement en compte dans le RLP, tant par leurs effets réglementaires sur la publicité extérieure que par les enjeux qu'ils représentent.

2.2.1. Le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur du Secteur Sauvegardé



Le Secteur Sauvegardé (Source : PSMV)

Les secteurs sauvegardés ont été créés par la loi Malraux du 4 août 1962 pour la sauvegarde des centres urbains historiques. La loi LCAP de 2016 a changé sa dénomination en « Site Patrimonial Remarquable ». Guérande révisé actuellement son Plan de Sauvegarde et de Mise en

Valeur (PSMV) afin de protéger son patrimoine, d'accompagner la modification de son centre-ville et de s'accorder à l'évolution des modes de vies (à horizon de 30 ans). Le secteur sauvegardé de Guérande a été approuvé par arrêté ministériel en 1993. Il couvre l'ensemble de l'intra-muros et les boulevards qui ceinturent la cité médiévale sur une surface de plus de 17 hectares.

L'enceinte médiévale date essentiellement du XV^{ème} siècle, tandis que ses parties les plus anciennes datent du XIV^{ème} siècle. Outre les remparts de la cité, l'intra-muros présente de nombreux édifices ou éléments architecturaux inscrits ou classés à l'inventaire des monuments historiques représentatifs de différentes époques : la collégiale Saint-Aubin, la chapelle Notre-Dame-Blanche et l'hôtel 2 rue Honoré-de-Balzac. De nombreux hôtels particuliers sont présents au sein de l'intra-muros.



Le patrimoine remarquable de la ville intra-muros
(Source : EVEN Conseil)

Le règlement du Secteur Sauvegardé, appelé Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV), définit les possibilités d'évolution de l'urbanisme sous la responsabilité de l'Architecte des Bâtiments de France.

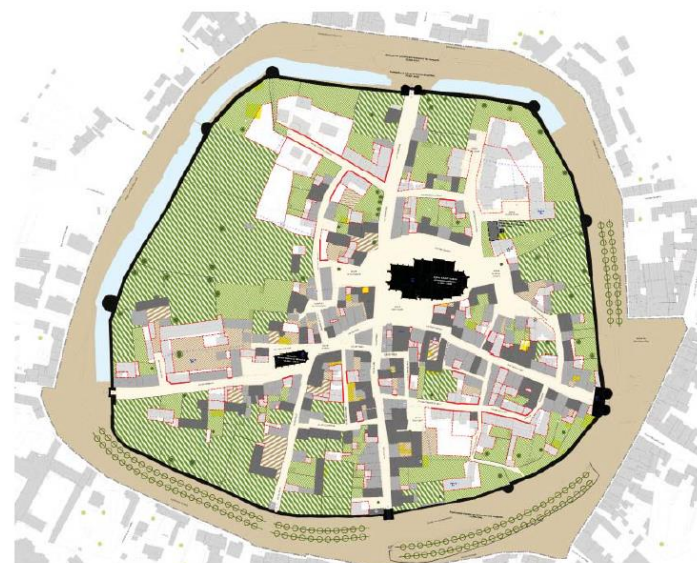
Le PSMV en cours de révision vise à :

- Protéger, maintenir et mettre en valeur les immeubles, cours et espaces remarquables qui caractérisent le quartier et qui ont un sens au niveau de l'histoire urbaine ;
- Veiller au respect et au développement de la qualité environnementale par la mise en place de corridors écologiques, le maintien et le renforcement du végétal, la gestion apaisée de la place de la voiture, ainsi qu'une rénovation du bâti ancien soucieuse d'économiser l'énergie et de promouvoir l'énergie renouvelable ;
- Permettre le développement de nouvelles constructions et/ou nouveaux secteurs à projets afin de revitaliser le centre ancien, mais dans le cadre de règles respectueuses du paysage et du patrimoine remarquable ;
- Prendre en compte les besoins de la population dans un objectif de mixité urbaine des fonctions en termes de logements, logements sociaux, équipements de quartier, commerces, emplois.

Au sein du Secteur Sauvegardé, la publicité est interdite. Il s'agit d'une interdiction relative, le RLP pouvant éventuellement y déroger si cela est souhaité par la commune et de manière fortement limitée et encadrée.

De plus, le PSMV comporte des dispositions concernant les enseignes du Secteur Sauvegardé. Sur ce point, le règlement du PSMV reprend les grandes lignes du RLP en vigueur et le complète de façon à assurer la mise en valeur des façades et la qualité des enseignes.

Le règlement du RLP devra tenir compte et s'accorder avec les dispositions du PSMV.



Plan du Secteur Sauvegardé
(Source : PSMV de Guérande)

Extrait du PSMV

-US2- 2.4c-1. Qualité des enseignes

Les enseignes présentant un intérêt patrimonial (peintes ou en drapeau) doivent être conservées.

Les nouvelles enseignes doivent présenter une qualité de dessin et de matériaux. Les enseignes doivent être en cohérence avec l'architecture de façade, ainsi leur positionnement et leurs dimensions peuvent être imposés.

Sont interdits :

- les caissons et enseignes lumineuses,
- les supports en miroir.

2.2.2. L'Aire de Mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP)

Lors du conseil municipal du lundi 13 novembre 2017, la Ville de Guérande a approuvé la transformation de la ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager) en AVAP (Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine).

L'AVAP définit des zones sensibles en raison de leur qualité architecturale ou paysagère. Le périmètre fait l'objet d'un zonage qui correspond aux différents types de tissus urbains (historiques ou plus récents) et aux ensembles paysagers traditionnels. Il se subdivise en trois types de zones qui concernent :

- Les Zones de Patrimoine Urbaine dites « ZPU », qui concernent tout le tissu urbain des faubourgs et des villages ;
- Les Zones de Patrimoine Naturel dites « ZPN », qui recouvrent les grands ensembles paysagers des domaines et du site inscrit de Brière ainsi que les abords du site classé des marais salants ;
- Les Zones d'Impact Paysager dites « ZIP », recouvrant des secteurs d'urbanisation récente qui ont un impact paysager sur les secteurs patrimoniaux précédemment décrits.

La commune compte ainsi 19 secteurs en AVAP, 4 concernent les faubourgs et 15 concernent les villages et hameaux :

- **Faubourgs** : Faubourg Saint-Michel, Faubourg Saint-Amel, Faubourg Bizienne, Faubourg Sainte-Anne et boulevard de la ceinture. Les routes et promenades des boulevards relèvent du PSMV tandis que les immeubles en miroir relèvent de l'AVAP.
- **Villages et hameaux** : Saillé, Clis, Le Requer, Queniquen, Pradel et Kerignon, Toulian-Les Maisons Mulets-Les Maisons Brulées,

Mouzac, La Madeleine, Careil, Bouzaire, Savenas, Sandun, Kergourdin, Kermarais, Kerbironné et Brézéan.

Les objectifs de l'AVAP sont résumés ainsi :

- **Le patrimoine urbain qu'il convient de sauvegarder pour garder la mémoire de l'histoire urbaine et du tissu particulier qu'elle a généré :**

Objectifs : garder la mémoire des structures anciennes en les protégeant et les valorisant et maîtriser les nouvelles implantations (qu'il s'agisse de constructions nouvelles ou d'extensions).

- **Le patrimoine paysager et végétal qu'il convient de conserver, de renouveler voire de requalifier en réintroduisant les essences adaptées et/ou qui font le caractère de ce paysage :**

Objectifs : renforcer les identités paysagères de la commune, en protégeant les vues lointaines dégagées notamment depuis ou vers les marais salants, en améliorant les franges des secteurs urbanisés et leur interface avec les espaces naturels, en soignant la végétation (en particulier : conserver, renouveler voire restituer en réintroduisant les essences qui sont à l'origine de ce paysage).

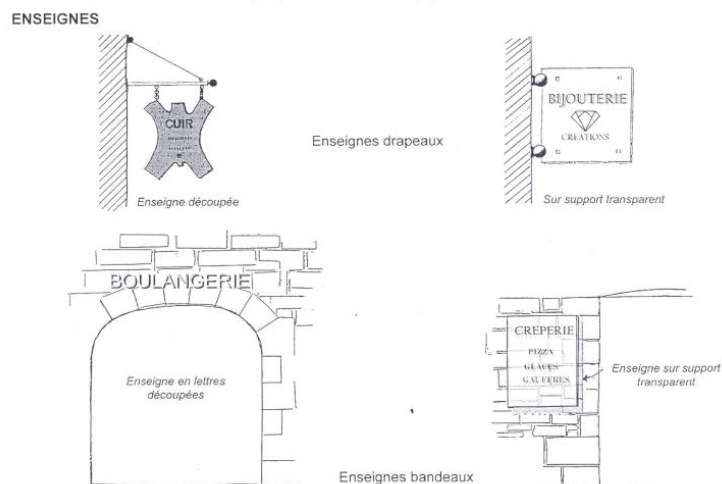
- **Le patrimoine architectural qu'il convient d'habiter pour sauvegarder :**

Objectifs : restaurer, améliorer et mettre en valeur, tout en permettant une adaptation de ce bâti aux usages actuels.

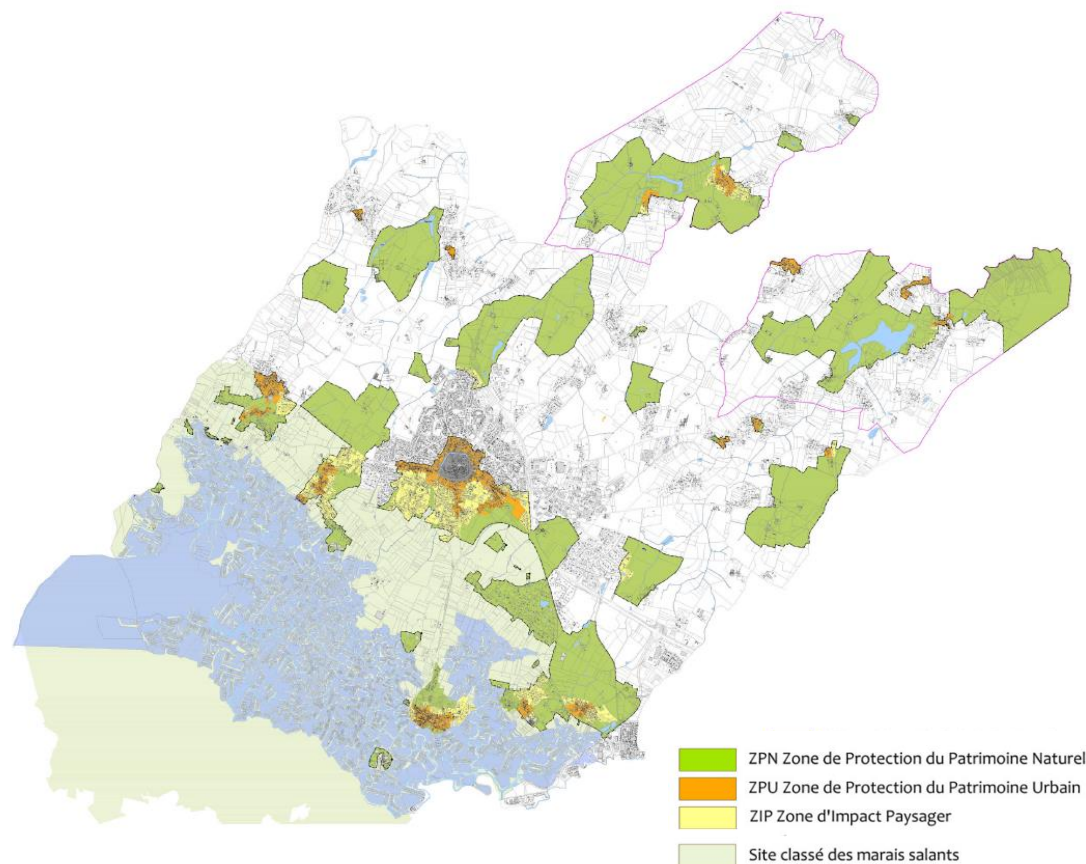
A l'image du Secteur Sauvegardé, à l'intérieur des espaces couverts par l'AVAP, la publicité est interdite. Cette interdiction est également relative, le RLP pouvant y déroger.

L'AVAP constitue une servitude d'utilité publique annexée au Plan Local d'Urbanisme. Son règlement comporte notamment des dispositions concernant les enseignes des commerces situés dans le périmètre. A l'image du PSMV, le règlement renvoie en grande partie aux dispositions réglementaires du RLP en vigueur et les complète sur quelques points.

Le règlement du RLP devra tenir compte et s'accorder avec les dispositions de l'AVAP.

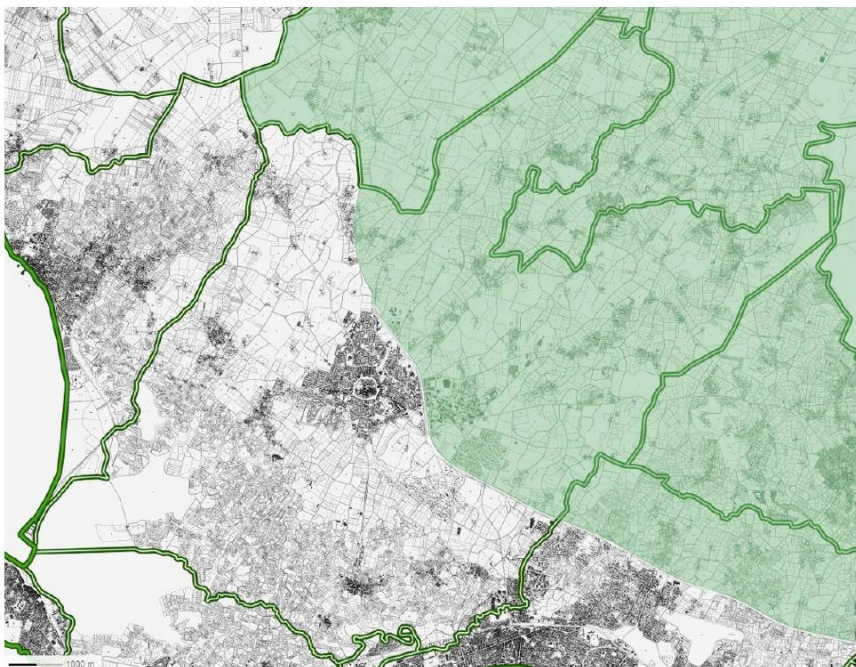


Extrait de l'AVAP



Plan des secteurs couverts par l'AVAP
(Source : AVAP de Guérande)

2.2.3. Parc Naturel Régional (PNR) de Brière



Emprise du PNR de Brière (Source : Géoportail)

Source : Diagnostic AVAP de Guérande

Couvrant 54 800 hectares sur 21 communes adhérentes, le Parc naturel régional de Brière protège depuis 1970 plus de 18 000 ha de zones humides et 7 000 ha de marais indivis. La commune de Guérande est concernée sur une surface importante de son territoire puisque tout ce qui se situe au nord et à l'est de la Route Bleue fait partie du Parc.

La protection de cet espace sensible se concrétise dans une Charte du Parc Naturel Régional, qui détermine les orientations de protection, de mise en valeur, et de développement du territoire du Parc pour les 12 ans

à venir. Celle-ci engage l'Etat et les collectivités qui la signent, et oriente les politiques publiques.

A ce jour, la dernière version de la Charte date de 2014 et s'applique jusqu'en 2026. Elle affirme de grandes ambitions, notamment à travers des axes thématiques suivants pouvant concerner l'affichage publicitaire et le traitement des enseignes :

« **Préserver les patrimoines naturels et paysagers et atouts singuliers du territoire...**

- en préservant et valorisant les atouts paysagers du territoire, notamment favoriser l'entretien du bocage, maîtriser l'affichage publicitaire et pré-enseignes, ou encore réaliser des aménagements intégrés ;

« **Etre innovants ensemble...**

- en développant et transmettant une culture commune du territoire, notamment élaborer des partenariats avec les communes, favoriser l'accès à la connaissance du territoire ou encore accompagner les lieux de visites culturelles dans des démarches de qualité.

La publicité est interdite à l'intérieur des périmètres de Parcs Naturels Régionaux tels que le PNR de Brière. Il s'agit d'une interdiction relative puisqu'il peut être dérogé à cette interdiction uniquement au-travers d'un RLP. Les paysages d'intérêt que couvre le Parc doivent être préservés et valorisés, notamment par le biais du RLP qui doit permettre d'encadrer les enseignes et la publicité.

2.2.4. Sites classés et inscrits

Source : Diagnostic AVAP de Guérande

Le classement ou l'inscription au titre de la loi de 1930 (loi sur la protection des Sites et des Monuments naturels ; art. I 341 et suivants du code de l'environnement) est motivé par l'intérêt tout particulier de certains secteurs de très grande qualité pour leur caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque, le but étant la conservation des milieux, des bâtis ou des paysages dans leur état actuel.

Dans ces sites, tout aménagement susceptible de modifier l'état des lieux doit être préalablement soumis à l'avis et à l'approbation de l'Etat (passage en Commission Départementale des Sites et des Paysages pour un site inscrit et examen au Ministère pour un site classé).

Sur la commune de Guérande, les sites protégés au titre de la loi 1930 sont :

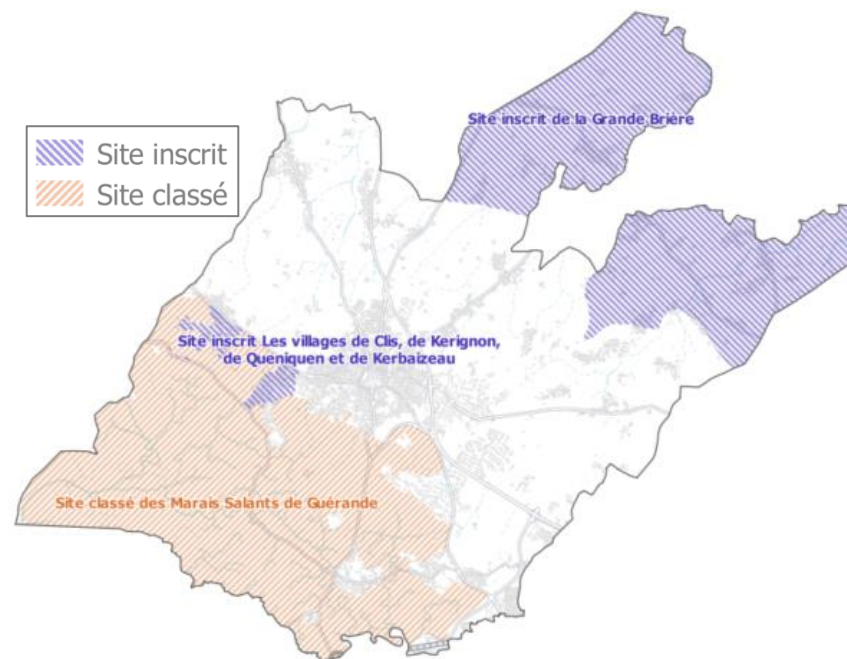
- La grande Brière, vaste site inscrit couvrant plus de 24 000 hectares sur plus d'une dizaine de communes ;
- Les villages de Clis, de Kérignon, de Queniquen, de Kerbézo, chapelet de sites inscrits couvrant 87 hectares ;
- Les marais salants, vaste site classé de près de 3 700 hectares.

Si le classement ou l'inscription d'un site permet de limiter son altération, il n'en définit pas pour autant ses modalités de gestion. Or, la préservation d'un site passe souvent par le maintien des activités humaines ayant contribué à le façonner.

C'est le cas notamment des marais salants de Guérande. Dans ce cadre, ce site a fait l'objet d'une attention particulière ces dernières années.

Une charte de site classé y a été réalisée. Sans valeur réglementaire, cette charte est un contrat moral que chacun des gestionnaires du site s'est engagé à respecter.

Pour un effet plus opérationnel, une Opération Grand Site a été lancée. Elle a pour objectif de restaurer et protéger la qualité du site, améliorer la qualité de visite dans le respect du site en limitant la surfréquentation touristique et de favoriser le développement socio-économique local.



Sites inscrits et classés du territoire

La réglementation nationale en matière de publicité extérieure dans ces sites est la suivante :

- Dans les sites classés : interdiction de publicité dite « absolue », aucune dérogation possible ;
- Dans les sites inscrits : interdiction de publicité dite « relative », une dérogation est possible uniquement au-travers d'un RLP.

Ces sites doivent être protégés en termes d'encadrement des enseignes et de la publicité par le biais du RLP qui peut permettre, en outre, la « réintroduction » de la publicité en sites inscrits, de manière très encadrée et limitée.

2.2.5. Espaces Natura 2000

Le réseau européen Natura 2000 a pour objectif de préserver la diversité biologique en assurant la protection d'habitats naturels exceptionnels. Les habitats et espèces concernés sont mentionnés dans les directives européennes « Oiseaux » et « Habitat, Faune, Flore ». La Directive « Oiseaux » se décline territorialement par les ZPS (Zones de Protection Spéciale). Les SIC (Sites d'Intérêt Communautaire) et les ZSC (Zones Spéciales de Conservation) relèvent de la Directive « Habitat, Faune, Flore ».

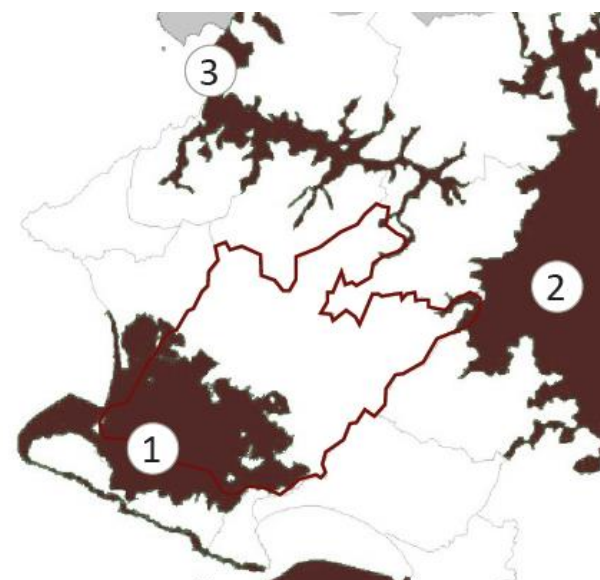
De nombreux secteurs de la commune sont protégés par une inscription au réseau Natura 2000, que ce soit sous la forme de SIC ou de ZPS. Certains sites sont inscrits en SIC et ZPS. Ainsi, les marais de Guérande sont protégés à plusieurs titres.

1. « Marais salants de Guérande, traicts du Croisic et dunes de Pen-Bron »

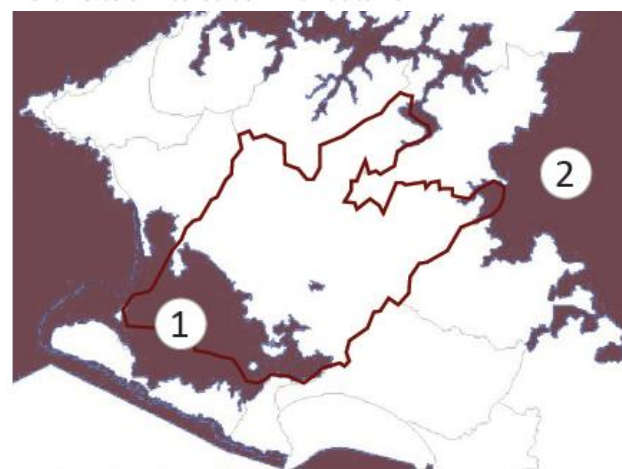
ZPS - Code FR5210090 - 3 622 ha

SIC - Code FR5200627 - 4 376 ha

Zones Natura 2000



- SIC : Site d'Intérêt Communautaire -



- ZPS : Zone de Protection Spéciale -

Source : PLU de Guérande

Description du site : Complexe littoral regroupant un ensemble de baies, marais salants alimentés par des traicts, côte rocheuse, estran sableux ou rocheux, dunes boisées ou non.

Qualités : Site naturel majeur intégré au vaste ensemble de zones humides de la façade atlantique. Intéressante diversité de milieux et de regroupements végétaux, site abritant au moins 45 espèces d'intérêt communautaire, plus de 20 000 oiseaux d'eau (Aigrette garzette, Echasse blanche et rose, Spatule blanche, Sterne arctique...).

Vulnérabilité :

- pression forte de l'urbanisation et des aménagements touristiques sur les bordures,
- intensification de l'agriculture sur une partie du bassin versant,
- prolifération des espèces envahissantes,
- évolution des salines en relation avec l'abandon ou la modification de la gestion,
- dérangements dans les zones de nidification,
- enjeux de défense contre la mer pouvant induire des aménagements excessifs au détriment des dunes et de l'estran,
- dégradation de zones humides.

2. « Grande Brière et marais de Donges »

ZPS - Code FR5212008 - 1 754 ha

SIC - Code FR5200623 - 16 842 ha

Description du site : Ensemble de dépressions marécageuses et de marais alluvionnaires.

Qualités : Ensemble de milieux variés : milieux aquatiques et palustres, prairies inondables, bois et fourrés marécageux, tourbières, landes.

Vulnérabilité :

- déclin des activités agricoles conduisant à une banalisation et une dégradation des milieux,
- le pompage dans la nappe phréatique a des conséquences sur le régime hydraulique

3. « Marais du Mès, baie et dunes de Pont-Mahé, étang de Pont de Fer »

ZPS - Code FR5212007 - 2 304 ha

SIC - Code FR5200626 - 2 688 ha

Description du site : Situé au nord de la commune, présence de zones humides littorales et arrières littorales comprenant une baie maritime, bordée de falaises rocheuses et de dunes. Présence d'un étang et de landes tourbeuses en amont.

Qualités : Grande richesse floristique et végétation variée : slikke avec peuplements de Zostères, végétation dunaire, présence d'une faune intéressante (Avocette élégante, Echasse blanche...).

Vulnérabilité :

- déprise agricole sur les zones de marais conduisant à une fermeture des milieux,
- pression urbaine touristique sur le littoral,
- développement d'espèces végétales invasives en marais salants induisant une banalisation des milieux,

- dérangements dans les zones de nidification,
- enjeux de défense contre la mer pouvant induire des aménagements excessifs au détriment des dunes et de l'estran,
- dégradation de zones humides.

Documents d'objectifs - Enjeux

- Protection contre la mer et entretien du réseau hydraulique des marais salants,
- Conservation de la végétation de la slikke et du schorre,
- Restauration et maintien de l'habitat lagunaire,
- Lutte contre les espèces envahissantes et régulation des espèces proliférantes,
- Œuvrer à l'amélioration de la qualité de l'eau à l'échelle des bassins versants.

Les zones Natura 2000 constituent des périmètres d'interdiction relative de publicité.

2.2.6. Synthèse des périmètres environnementaux et de leurs effets sur la réglementation de la publicité extérieure

L'article L.581-4 édicte également une série d'interdictions de la publicité, dites absolues puisqu'elles ne permettent aucune dérogation.

Sur le territoire, toute publicité est ainsi interdite :

Code de l'Environnement et de la Route	Sur la commune :
<i>Art. L581-4 CE</i>	
<p>↳ Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques</p>	<p>12 édifices classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 classés (collégiale Saint-Aubin, 1840 ; enceintes urbaines, 1877 ; moulin de Crémeur, 1901 ; chapelle Notre-Dame-la-Blanche, 1910 ; dolmen de Sandun, 1935 ; menhir de l'île de la Chapelle, 1978) - 5 inscrits (château de Careil, 1925 ; croix du Requer à Clis, 1944 ; maison 2 rue Honoré-de-Balzac, 1966 ; menhir du Clos de la Pierre, 1984 ; hôtel Saint-Clair, 1994 ; couvent des Ursulines, 2001)



Moulin de Crémeur



Hôtel Saint-Clair

➤ Sur les monuments naturels et dans les sites classés

1 site classé : les marais salants de Guérande (Arrêté ministériel du 13 février 1996 ayant obtenu le label Paysage du Ministère de l'Environnement)



Art. R581-30 CE

- | | |
|---|--|
| <p>➤ Dans les espaces boisés classés (EBC du PLU) identifiés en agglomération</p> | <p>Présence d'Espaces Boisés Classés du PLU en vigueur dans les secteurs d'agglomération</p> |
| <p>➤ 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, figurant au PLU</p> | <p>Des zones Naturelles (« N » et « N » indicé) dans le PLU en vigueur</p> |

L'article L.581-8 dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L.581-4, sont dites « relatives » puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP.

Ainsi, la publicité se trouve-t-elle interdite en agglomération :

Code de l'Environnement et de la Route	Sur la commune :
Art. L581-8 CE	
<p>➤ Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine</p>	<p>12 édifices classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques</p> <p>Leur inscription ou classement génère un périmètre de protection pour chacun d'entre eux.</p>
<p>➤ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code</p>	<p>Sites Patrimoniaux Remarquables :</p> <p>Secteur Sauvegardé de la ville intra-muros</p> <p>Le Site Patrimonial Remarquable du centre-ville de Guérande. Le PSMV (Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur) du secteur sauvegardé est actuellement en cours de révision. Son périmètre est identique au Secteur Sauvegardé en vigueur.</p> <p>L'Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine</p>

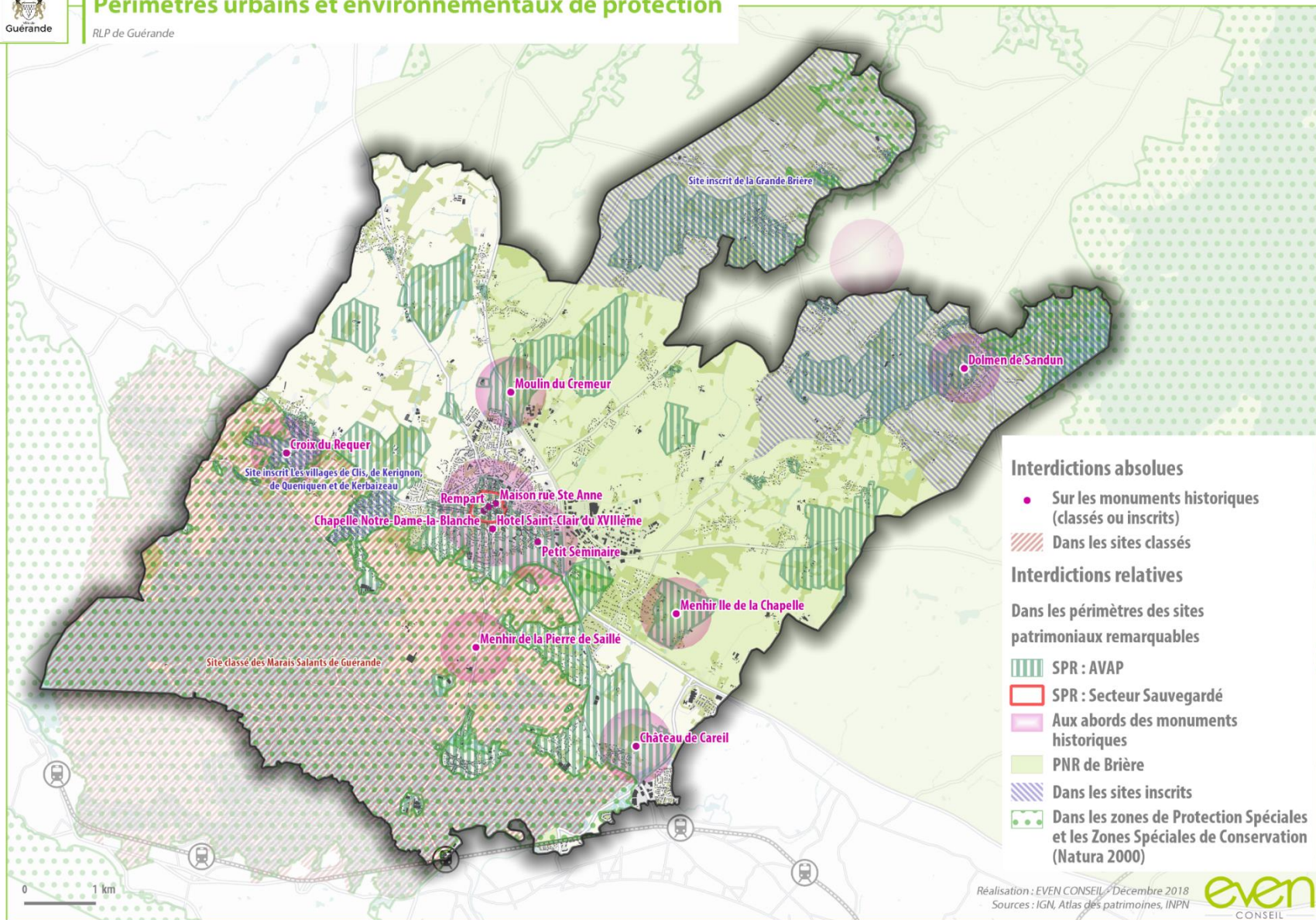
<p>➤ Dans les sites inscrits</p>	<p>3 sites inscrits :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La Grande Brière (site inscrit depuis 1967) - Les villages de Clis, Kerignon, Queniquen et Kerbézo (inscrits depuis 1975) - La pointe sud de la presqu'île de Pen-Bron (site inscrit en grande partie sur la commune de La Turballe)
<p>➤ A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal après avis de la CDNPS) ;</p>	<p>Dans le cas où la commune souhaite prendre ce type d'arrêté.</p>
<p>➤ Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000)</p>	<p>3 ZPS et 3 ZSC/SIC qui concernent globalement les mêmes espaces (figurant sur les cartes suivantes) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 : « Marais salants, traicts du Croisic et dunes de Pen-Bron » - 2 : Grande Brière et Marais de Donges

	<p>- 3 : Marais du Mès, baie et dunes de Pont-Mahé, étang de Pont de Fer</p>
<p>↳ Dans les périmètres des Parcs Naturels Régionaux</p>	<p>Parc Naturel Régional de Brière</p> <p>Couvre la partie nord-est du territoire communal et notamment les espaces agglomérés du village de La Madeleine et du parc d'activités de Villejames.</p> <p>Le Parc dispose notamment d'une charte de l'affichage local et de la signalétique (2017).</p>

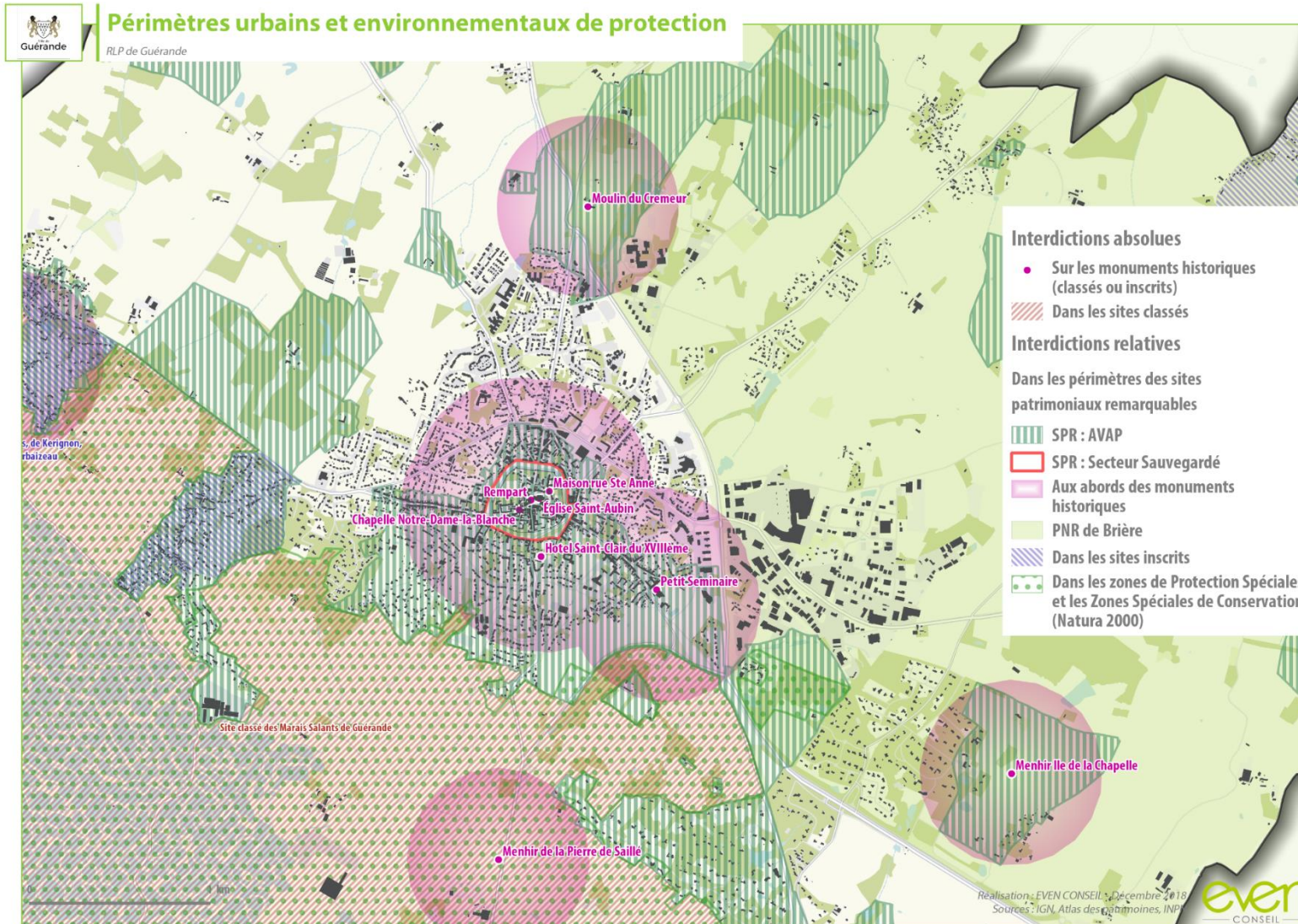
Périmètres urbains et environnementaux de protection



RLP de Guérande



Zoom sur le centre-ville de Guérande



2.3. DES RÈGLES SPÉCIFIQUES AU REGARD DE L'IMPORTANCE DES AXES ROUTIERS

Les principaux itinéraires pendulaires, le long des routes départementales et nationales, sont des secteurs à fort enjeux, notamment par rapport à la taille et à la densité des supports publicitaires. Certains dispositifs de grand format nuisent à lisibilité des limites urbaines. Par ailleurs, les axes de transit, sont les lieux privilégiés d'implantation des préenseignes dérogatoires, hors agglomération (dont la plupart sont désormais interdites depuis juillet 2015).

voie publique situées hors agglomération.

Code de l'Environnement	Sur la commune :
<i>Art. R581-26 CE</i>	
<p>➤ Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de + 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol 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</p>	<p>Les axes routiers majeurs concernés sur la commune sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - RD213 dite « Route Bleue », classée route express et reliant le centre de Guérande au pôle de la Baule-Escoublac et de Saint-Nazaire ; - RD774 constituant un axe d'intérêt régional et interrégional, classée route à grande circulation.

2.4. UN RLP EN VIGUEUR SUR LA COMMUNE

La commune de Guérande possède un Règlement Local de Publicité approuvé le 6 novembre 1991 qui a été révisé successivement le 29 mai 2000 et le 19 juin 2008. La dernière version du RLP est applicable depuis le 11 juillet 2011 (date d'approbation) sur la commune.

Ce document visait l'encadrement de l'affichage publicitaire, des enseignes et préenseignes de la commune. L'application de ce RLP a permis une certaine harmonisation et maîtrise des paysages urbains quant à l'affichage publicitaire, la commune présente ainsi un cadre de vie préservé.

Avec le décret d'application du 30 janvier 2012 portant sur la réglementation nationale de la publicité extérieure et des enseignes, l'encadrement de l'affichage publicitaire est devenu plus restrictif, afin de rendre la publicité plus qualitative et plus respectueuse du cadre de vie des habitants, tant en termes de nuisances visuelles que de dégradation du paysage. Adopté avant la loi n°2010-788 du 12/07/2010 ou loi « Grenelle II », la commune dispose ainsi d'un RLP en vigueur dit de « 1ère génération » (« 1G »). Les RLP de 1ère génération tels que ce dernier sont valables jusqu'au 13 juillet 2020.

Le zonage du RLP en vigueur distingue les types de zones suivants :

Zones de Publicité restreintes :

- **ZPR1** : Secteur sauvegardé, abords des remparts, secteurs résidentiels sauf principaux axes d'accès et secteur de Kerbiniou, ainsi que les villages

Sous-secteurs :

- o ZPR1a

- o ZPR1b

- **ZPR2** : Principales avenues et boulevards d'entrée d'agglomération

Sous-secteurs :

- o « BLEU »
- o « BLEU CLAIR »
- o « VERT »

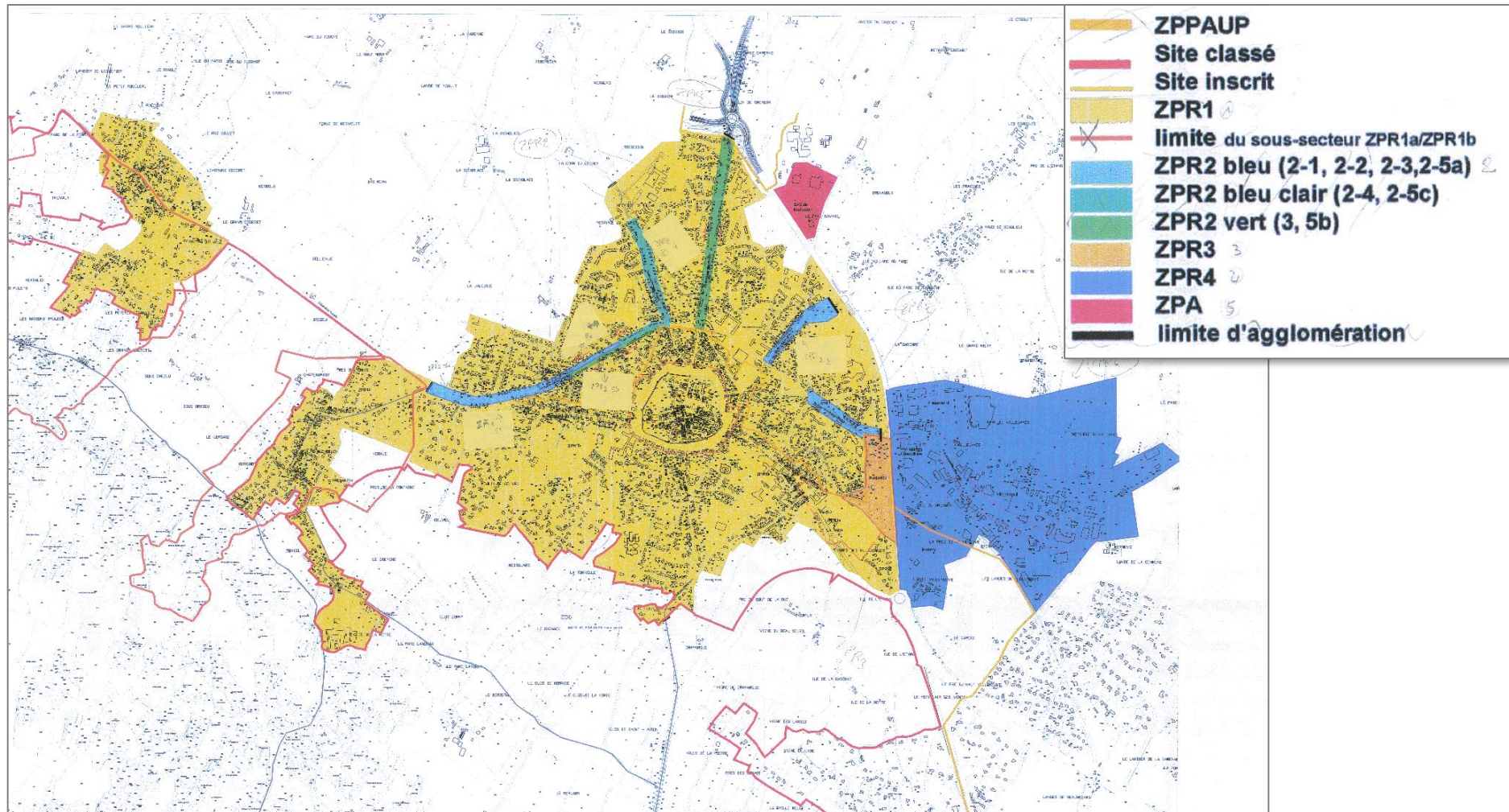
- **ZPR3** : Zone d'activités de Kerbiniou

- **ZPR4** : Zones d'activités de Villejames, Bréhany, Métairie de la Lande, Les Salines

Zones de Publicité Autorisée (ZPA) :

- Zones d'activités de Bréhadour, Leniphen, Redo, le Rougestin

Extrait du plan de zonage du RLP en vigueur (approuvé le 11 juillet 2011) :



L'élaboration d'un RLP de nouvelle génération ou « deuxième génération » (« 2G ») induit des évolutions nécessaires de fond et de forme du précédent RLP. En effet, la délimitation et les règles appliquées par zones

définies dans le RLP en vigueur sont obsolètes et ne peuvent plus l'être de la même manière dans ce nouveau RLP. Les principaux changements sont détaillés dans le tableau ci-dessous :

RLP en vigueur	Evolutions nécessaires au regard de la nouvelle réglementation nationale pour le nouveau RLP
<p>2 Zones de Publicité Restreinte (ZPR) :</p> <p>Forme de réglementation locale de publicité, cette zone soumet la publicité, les préenseignes à des dispositions plus restrictives que celles du règlement national de la publicité en agglomération. Une telle zone peut être instituée en agglomération dans certains lieux normalement interdits à la publicité. Remarque : les dispositions concernant les enseignes ne sont pas nécessairement plus restrictives que le règlement national.</p>	<p>Nouvelle appellation courante : ZP (zone de publicité)</p> <p>A l'image des ZPR des RLP 1G, le RLP 2G peut prévoir des dispositions spécifiques dans les zones qu'il institue, applicables à l'affichage de la publicité extérieure, différentes et adaptées aux espaces concernés. Ces zones peuvent être indifféremment instituées en agglomération ou hors agglomération, ce qui les distingue des anciennes zones de publicité restreinte (ZPR) qui ne pouvaient être instituées qu'en agglomération (ancien Art. L.581-10 aujourd'hui abrogé). Cela permet également d'instituer des prescriptions particulières applicables aux enseignes lorsque les activités signalées sont situées hors agglomération (Art. L.581-18) ; ce qui n'était pas possible avec les RLP 1G.</p>
<p>4 Zones de Publicité Autorisée (ZPA) :</p> <p>Possibilités accrues d'affichage hors agglomération</p> <p>Pouvaient être instituées à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans des groupements d'habitations</p>	<p>TYPE DE ZONE CADUC</p> <p>4 ZPA sont établies sur le territoire :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ZA Bréhadour et secteur gare du Pouliguen : il s'agit de secteurs qualifiés d'agglomération, ils pourront ainsi bénéficier d'une Zone de Publicité dans le futur RLP. - Secteur de Léniphen : il n'est plus possible de délimiter des zones de publicité spécifiques sur des secteurs hors agglomération, c'est le cas de Léniphen qui ne pourra pas être couvert par une Zone de Publicité. La publicité y sera interdite de fait mais le RLP pourra prévoir des règles spécifiques sur les enseignes hors agglomération.

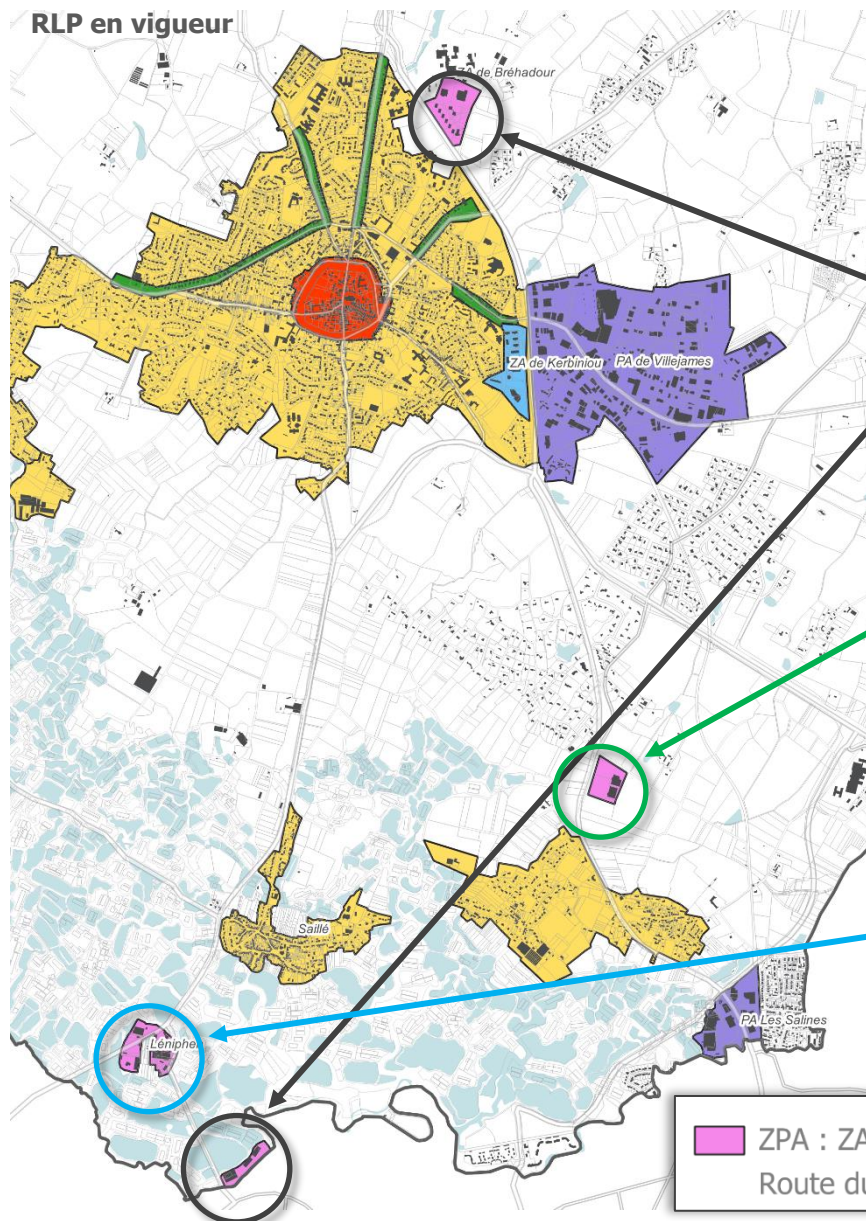
- **Secteur de l'Intermarché route de la Baule :**

Nouvel outil s'apparentant aux anciennes ZPA : « **les périmètres** »

Ces « périmètres » sont toutefois plus restrictifs que les anciennes ZPA et s'en distinguent sur deux points. D'une part, les ZPA pouvaient être instituées « à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans des groupements d'habitations » (ancien Art. L.581-7). Leur champ d'application était donc plus large que celui des nouveaux périmètres qui ne concernent ni les centres artisanaux, ni les groupements d'habitations. D'autre part, le régime des ZPA était totalement libre, alors que l'article L.581-7 issu de la loi ENE prévoit que les règles applicables dans les périmètres sont prises « dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret ».

Les règles d'implantation de la publicité établies dans les périmètres sont librement établies sous réserve de ne pas dépasser les hauteurs et les formats applicables dans les agglomérations de plus de dix mille habitants (Art. R.581-77).

RLP en vigueur



ZA Bréhadour et au Pouliguen

Intermarché route de la Baule

Leniphen : hors agglomération

■ ZPA : ZA de Bréhadour, Leniphen, zone Route du Pouliguen, Le Rougestin

2.5. LA TAXE LOCALE SUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIURE

La taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures (TLPE) est un impôt instauré de façon facultative par la commune ou l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI), sur le territoire desquels sont situés les dispositifs publicitaires. Elle est due par l'exploitant du dispositif publicitaire, le propriétaire ou celui dans l'intérêt duquel le dispositif est réalisé. Son montant varie selon les caractéristiques des supports publicitaires et la taille de la collectivité.

La TLPE est régie par les articles L. 2333-6 et suivants du code général des collectivités territoriales. Elle remplace, depuis le 1er janvier 2009, les anciennes TSA (taxe sur la publicité frappant les affiches, réclames et enseignes lumineuses) et TSE (taxe sur les emplacements publicitaires fixes).

La TLPE est due sur les supports existant au 1er janvier de l'année d'imposition.

La taxe s'applique à tous les supports publicitaires fixes, extérieurs, visibles d'une voie publique, suivants :

- Dispositifs publicitaires : tout support susceptible de contenir une publicité, comme les panneaux publicitaires par exemple ;
- Préenseignes : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité, y compris les préenseignes dérogatoires respectant l'environnement ;
- Enseignes : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble, ou situé sur un terrain, portant sur une activité qui s'y exerce.

Par délibération du 23 octobre 2008, la Ville a instauré le dispositif de TLPE. Par délibération du 27 mai 2019, la Ville a décidé de revenir sur le dispositif.

3. LE DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE DE LA COMMUNE

3.1. L'APPLICATION DU RLP DEPUIS 2011

Fin 2011, la commune a réalisé une actualisation du recensement des dispositifs en infraction sur le territoire.

Le recensement a distingué les dispositifs situés au sein du périmètre du site classé des marais salants et ceux situés sur le reste du territoire communal :

Rappel : Pub et préenseignes interdites en site classé, sont autorisées hors site hors agglo les préenseignes dérogatoires relatives aux activités utiles aux personnes en déplacement (garages, stations-services, hôtels et restaurants) → INTERDITES DEPUIS JUILLET 2015

- Hors site classé : 154 panneaux recensés, 93 panneaux ne relevaient pas du régime des préenseignes dérogatoires (donc non réglementaires). Fin juillet 2012 : 64 panneaux enlevés
- En site classé (partenariat avec la DREAL) : 58 panneaux recensés, 20 panneaux enlevés

Ces chiffres constituent un bilan d'étape réalisé à la fin du mois de juillet 2012. Le travail de mise en conformité des dispositifs s'est poursuivi par la suite et a permis de retirer d'autres dispositifs en infraction.

Ce travail a eu pour résultat une remise en valeur des entrées de la ville fortement touchées par une prolifération de panneaux, notamment au niveau du giratoire du Moulin du Diable et du giratoire de Villeneuve.

La commune a poursuivi cette démarche en 2017 sur le parc d'activités de Villejames, notamment concernant les oriflammes en infraction avec le RLP.

Exemple : Rond-point de Villeneuve



3.2. LES DISPOSITIFS DE MOBILIER URBAIN SUR LE TERRITOIRE

La commune dispose de dispositifs de mobilier urbain accueillant de la publicité. Ces dispositifs prennent les formes suivantes :

- **Dispositifs de 2m² de surface d'affiche, communément appelés « sucette » ;**

Exemples :



Avenue Anne de Bretagne



Parc d'activités de Villejames

- **Dispositifs de 8m² de surface d'affiche**, principalement positionnés aux abords des axes et boulevards principaux de la commune ainsi que dans les parcs d'activités des Salines et de Villejames ;

Exemple :



Parc d'activités de Villejames

- **Sur aribus.**

Exemples :



Boulevard du général de Gaulle



Parc d'activités de Villejames

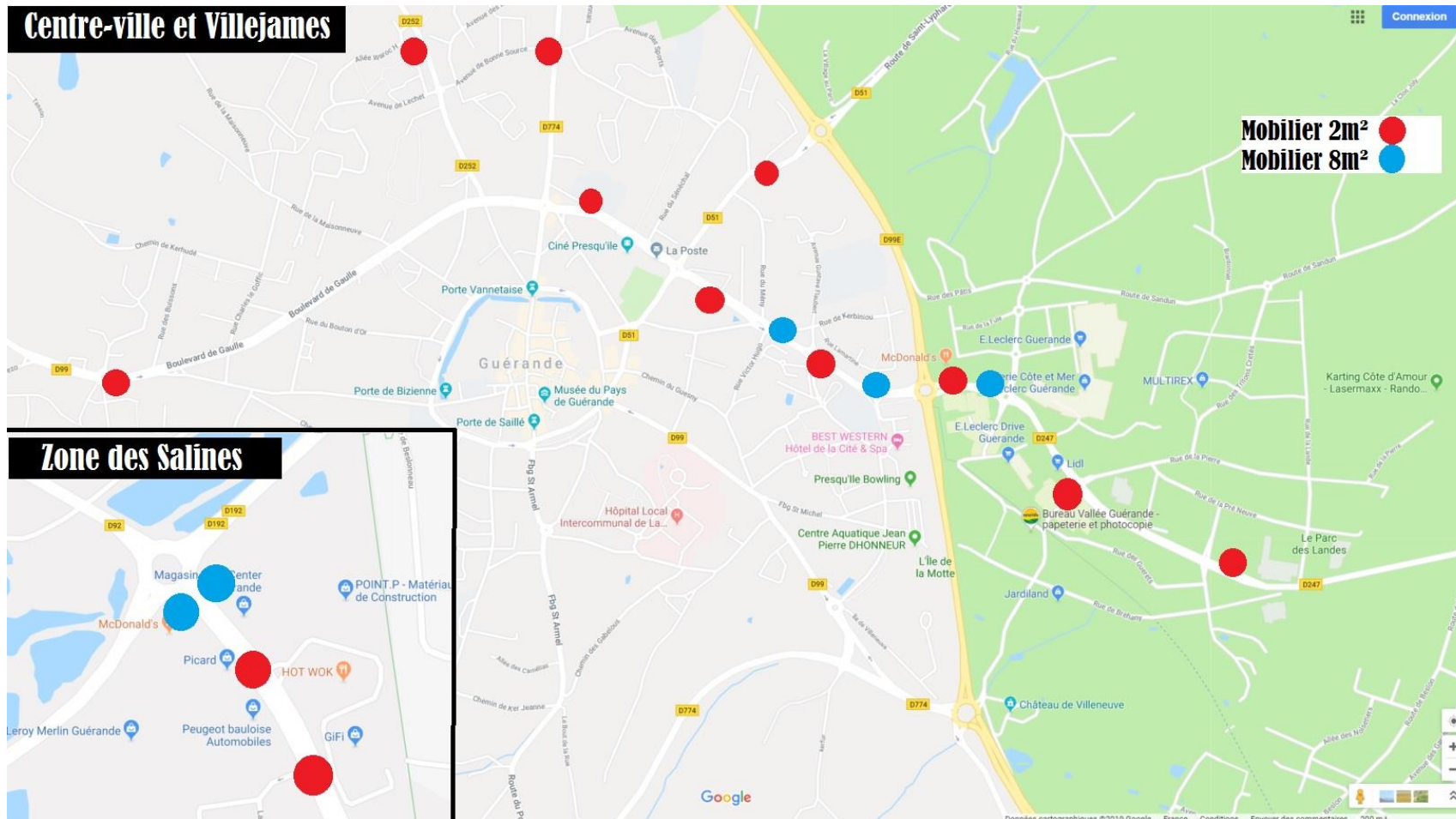
Emplacements 12 mobiliers urbains 2m² :

- Boulevard du 19 mars 1962 (carrefour avec les rues de Beauséjour et des Collèges) → seul mobilier sans publicité
- Rue de Mesquer (près de l'allée Waroc'h)
- Avenue Anne de Bretagne (giratoire de Colveu)
- Avenue Anne de Bretagne (à côté d'Athamor)
- Avenue Anne de Bretagne (giratoire Castro Marim)
- Avenue Anne de Bretagne (giratoire vers Lycée Galilée)
- Route de Saint-André des Eaux D247 (à côté du Mac Donald)
- Route de Saint-André des Eaux D247 (giratoire du LIDL)
- Route de Saint-André des Eaux D247 (après giratoire du LIDL)
- Route de La Baule D92 – ZA des Salines (sortie du Mac Donald)
- Route de La Baule D92 – ZA des Salines (en face Maison du Monde)
- Avenue de la Brière (près de l'entrée du parking Camping-cars)

Emplacements 5 mobiliers urbains 8m² :

- Route de Saint-André des Eaux D247 (en face le Fournil du Pays Blanc)
- Avenue Anne de Bretagne (ZA de Bréhadour)
- Avenue Anne de Bretagne (giratoire Castro Marim)

- Route de La Baule D92 – ZA des Salines (côté Mac Donald)
- Route de La Baule D92 – ZA des Salines (côté Distri Center)



Carte de répartition des dispositifs de mobilier urbain (hors abribus)

Source : commune de Guérande

Abribus :

La commune dispose d'environ 70 abribus sur son territoire pouvant accueillir de la publicité :

Nom de l'arrêt	Date de création	Type d'entretien	Nom de voie d'implantation
Gendarmerie	04/10/2017	Publicitaire	Rue Maurice Vaillant - Guérande
LA NANTAISE	17/03/2016	Publicitaire	Route de la Baule - Guérande
BOUTON D OR	04/04/2018	Publicitaire	Boulevard du Général De Gaulle - Guérande
Brehany 1	04/10/2017	Publicitaire	Rue de la Briquerie - Guérande
Brehany 2	04/10/2017	Publicitaire	Rue de la Briquerie - Guérande
CLIS	17/03/2016		Route de la Turballe - Guérande
PRADEL	17/03/2016		Rue de Pradel - Guérande
FOLHAIE	17/03/2016	Mairie	Rue des Pradeleaux - Guérande
KERBIRONNE	17/03/2016		Rue des Pradeleaux - Guérande
KERGOURDIN	17/03/2016		Rue des Roselières - Guérande
CLOS DU HAUT BISSIN 2	17/03/2016	Mairie	Allée des Saules - Guérande
SANDUN AUB	17/03/2016		Rue du Pont - Guérande
BARRIERE DE LESSAC	17/03/2016		Route de Kerpiraud - Guérande
KERROBERT	17/03/2016		Route de Kerrobert - Guérande
KERVIN / KERCABU	17/03/2016		Rue de Kervin - Guérande
KERIGNON	17/03/2016	Mairie	Place Abbé Loiseau - Guérande
KERBENET	17/03/2016	Mairie	Rue de Kerbenet - Guérande
KERGAIGNE RTE DE	17/03/2016	Mairie	Rue de Kergaigne - Guérande
KERGONAN	17/03/2016		Rue de Kergonan - Guérande

MOUZAC	17/03/2016		Rue de la Fontaine - Mouzac - Guérande
LA DUINE	17/03/2016	Mairie	Allée des Framets - Guérande
GABARIER ARRET Minute	03/11/2016	Mairie	Rue de Leniphen - Saillé - Guérande
SAILLE CENTRE	17/03/2016	Mairie	Rue de l'Aire - Guérande
CARREIL	17/03/2016	Publicitaire	Route de la Baule - Guérande
KERROUSSEAU LEVERA	17/03/2016	Mairie	Ker Rousseau - Guérande
TREVERO	17/03/2016		Rue du Parc Antier - Guérande
LA MADELEINE CHATAIGNER	17/03/2016		Rue des Parcs des Genets - Guérande
FOLHAIE	17/03/2016	Mairie	Chemin des Landes Gorge - Guérande
BOUZAIRE	17/03/2016		Route du Bois du Pont - Guérande
CLOS BERTIN 2	17/03/2016	Mairie	Route du Clos Bertin - Guérande
CLOS DE L'ETANG	17/03/2016		Avenue du Clos de l'Etang - Guérande
TREPIED	17/03/2016		Route du Coteau des Etangs - Guérande
KERQUESSAUD VILLAGE	17/03/2016		Route de la Croix Moriau - Guérande
KEROZAN	17/03/2016		Rue des Crollieres de Kerozan - Guérande
KESCOUL	17/03/2016		
CANNEVE	17/03/2016	Mairie	
SAILLE C.A.T	17/03/2016	Mairie	
SAILLE GRAND CHEMIN	17/03/2016	Mairie	
Rue de la pierre	04/10/2017	Publicitaire	Rue de la Pierre - Guérande
PETIT POISSEVIN	17/03/2016		Route de Saint-Lyphard - Guérande
COGEA	17/03/2016		
KERJACOB	17/03/2016		
CAREIL	17/03/2016	Publicitaire	

GRAND POISSEVIN	17/03/2016		
SAVENAS RTE DE	17/03/2016	Mairie	
KERVABON	17/03/2016	Mairie	Rue de Kervabon - Guérande
KERBIGNON	17/03/2016		Route de Kerbignon - Guérande
QUENIQUEN	17/03/2016	Mairie	Place de la Croix - Guérande
BREZEAN	17/03/2016	Mairie	Route de Brezean - Guérande
VILLEJAMES 1	17/03/2016	Publicitaire	Route de Saint-André-des-Eaux - Guérande
ATHANOR / COULE VERTE	17/03/2016	Conseil Départemental	Avenue Anne de Bretagne - Guérande
BEAUSEJOUR	17/03/2016	Publicitaire	Boulevard du 19 mars 1962 - Guérande
MIROUX	17/03/2016	Mairie	
DOMHERY (menuns)	17/03/2016	Mairie	Rue du Parc des Menuns - Guérande
BOUZERAY	17/03/2016		Chemin du Pont des Marchands - Guérande
DOMHERY (jardin)	17/03/2016	Mairie	Rue des Jardins de Domhery - Guérande
BRANTONNET	17/03/2016	Mairie	Chemin de Brantonnet - Guérande
KERSAVARY	17/03/2016	Mairie	Kersavary - Guérande
PORTE ST MICHEL	17/03/2016	Publicitaire	Boulevard de Dinkelsbuhl - Guérande
BRIERE	17/03/2016	Conseil Départemental	Avenue de la Brière - Guérande
COL JACQUES BREL	17/03/2016	Mairie	Rue des Avocettes - Guérande
BOUTON D'OR	17/03/2016	Mairie	Avenue des Sports - Guérande
GIR DES SALINES	17/03/2016	Publicitaire	
GIR DES SALINES	03/11/2016	Publicitaire	Route de la Baule - Guérande
KER MARIE	17/03/2016	Publicitaire	Route de la Turballe - Guérande
KERBINIOU	17/03/2016	Publicitaire	Avenue Anne de Bretagne - Guérande
VILLEJAMES 2	17/03/2016	Publicitaire	Route de Saint-André-des-Eaux - Guérande

ATHANOR / CINEMA	17/03/2016	Conseil Départemental	Avenue Anne de Bretagne - Guérande
KERBINIOU	03/11/2016	Publicitaire	Avenue Anne de Bretagne - Guérande

3.3. LES SUPPORTS DE LA VILLE À DESTINATION D'ÉVÉNEMENTS TEMPORAIRES

La commune dispose de huit supports gérés par la ville et accueillant des affichages temporaires. Ils sont implantés au niveau des principaux giratoires de la commune. Ces supports sont localisés sur la commune aux emplacements suivants :

- Entrée d'agglomération Ouest boulevard du Général de Gaulle : 1 support avec 2 banderoles ;
- Entrée d'agglomération Nord boulevard du 19 mars 1962 : 1 support avec 4 banderoles ;
- Entrée d'agglomération Nord-Est au niveau du giratoire entre la RD99e et l'avenue de la Brière (D51) : 1 support avec 4 banderoles ;
- Au niveau du giratoire entre la RD99e et l'Avenue Anne de Bretagne : 2 support avec 4 banderoles chacun ;
- Entrée d'agglomération Sud au niveau du giratoire entre la RD774 et la Route du Pouliguen : 1 support de 4 banderoles ;
- Entrée Sud-Est au niveau du rond-point de Villeneuve : 1 support de 4 banderoles.



Avenue de la Brière
Source : Even Conseil



Avenue Anne de Bretagne
Source : Even Conseil

3.4. AFFICHAGE D'OPINION ET LA PUBLICITÉ RELATIVE AUX ACTIVITÉS DES ASSOCIATIONS SANS BUT LUCRATIF

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites d'« affichage libre » (Art. L.581-16).

Les emplacements peuvent être situés sur le domaine public, en surplomb de celui-ci ou bien encore sur le domaine privé communal.

Ces dispositifs ne sont pas règlementés par le RLP.

Emplacements 5 mobiliers affichage libre :

- Parking du centre culturel Athanor ;
- Sortie du parking aérien des Remparts (chemin du Guesny) ;
- Village de La Madeleine (à côté de la mairie annexe – Place de l'Abbé Loiseau) ;
- Village de Saillé (derrière l'église – rue François Thuard) ;
- Village de Clis (angle de la route de La Turballe et chemin du Rocher).



Affichage libre au village de la Madeleine



Affichage libre au chemin du Guesny

3.5. LES TYPES DE DISPOSITIFS PRÉSENTS SUR LE TERRITOIRE



3.5.1. Publicités et préenseignes

Les dispositifs diffèrent par leur message, leur endroit d'implantation, leur format, leur mode d'apposition, d'éclairage, etc. La commune ne compte pas de dispositif mural.

Scellé au sol

Déroulant, éclairé



Fixe, non lumineuse



Numérique



Mobilier urbain

Abribus



Type « sucette »



Sur panneaux implantés par la ville au niveau des principaux giratoires → manifestations locales



Sur véhicule



Sur bâche



3.5.2. Enseignes

En bandeau horizontal



En lettres découpées



Perpendiculaire



Store-banne



Au sol

Totem



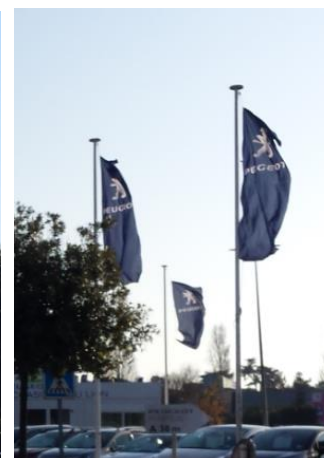
Chevalet



Scellé au sol regroupant plusieurs activités



Drapeaux



Formes « originales »



Non conforme au RLP

3.6. LA CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS SUR LE TERRITOIRE

Le territoire compte peu de dispositifs non conformes avec la réglementation nationale de publicité (RNP), un constat s'expliquant par l'application du RLP en vigueur, volontariste et dans sa globalité plus restrictif que la RNP post-grenelle.

3.6.1. Les publicités et préenseignes

Non conforme avec la RNP



RNP :

- La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12m²
- Les véhicules ne peuvent stationner ou séjourner en des lieux où celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.



ZA de Villejames

Non conforme avec la RNP



Av. Anne de Bretagne

RNP :

La publicité est interdite sur les panneaux directionnels lié à la circulation routière.

Non conforme avec la RNP

(Dans le cas où le trottoir appartient au domaine public, dans ce cas ce dispositif est considéré comme une préenseigne et non comme une enseigne)



ZA de Villejames

RNP :

La publicité est interdite sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public [...].

3.6.2. Les enseignes

Non conforme avec la RNP



ZA de Villejames

RNP :

Réforme 2012 de la RNP :

- Si le dispositif au sol fait plus de 1m², 1 seul est autorisé par voie ouverte à la circulation. Cette règle concerne tous les dispositifs au sol (totem, drapeau, oriflammes, etc.

NB : Dans ce secteur, le RLP en vigueur, élaboré avant la réforme de 2012, autorise 3 dispositifs au sol maximum par unité foncière. Le nouveau RLP devra prévoir une règle respectant le nouveau cadre législatif.

Non conforme avec la RNP



ZA de Villejames

RNP :

Réforme 2012 de la RNP :

- Enseigne interdite si apposée au-dessus du niveau de l'égout du toit

Non conforme avec le RLP



RLP :

En ZPR1a, dans la ville intra-muros :

- Les enseignes clignotantes sont interdites



Ville intra-muros

Non conforme avec le RLP



RLP :

- Les enseignes sur clôture ou mur de clôture sont interdites

3.7. LES SECTEURS À ENJEUX

L'application du RLP en vigueur a permis de contribuer à la préservation du cadre paysager et architectural de la commune. Ce nouveau RLP doit poursuivre cette démarche et s'adapter aux ambitions actuelles de la commune.

En particulier, le RLP doit permettre de répondre aux enjeux touristiques, paysagers et économiques de Guérande.

La commune de Guérande présente des enjeux relatifs à l'implantation des dispositifs publicitaires, des préenseignes et des enseignes, au regard de ses caractéristiques paysagères, patrimoniales, géographiques et économiques.

Le territoire communal de Guérande comporte des zones d'activités et axes d'entrées de ville majeurs, représentant des secteurs générateurs d'affichage publicitaire et de communication visuelle des activités. A cette pression d'affichage s'ajoutent des enjeux liés au cadre de vie et au patrimoine, notamment concernant le centre-ville et sa ville intra-muros.

Les secteurs présentant des enjeux communs sur lesquels le RLP devra porter une attention particulière sont les suivants :

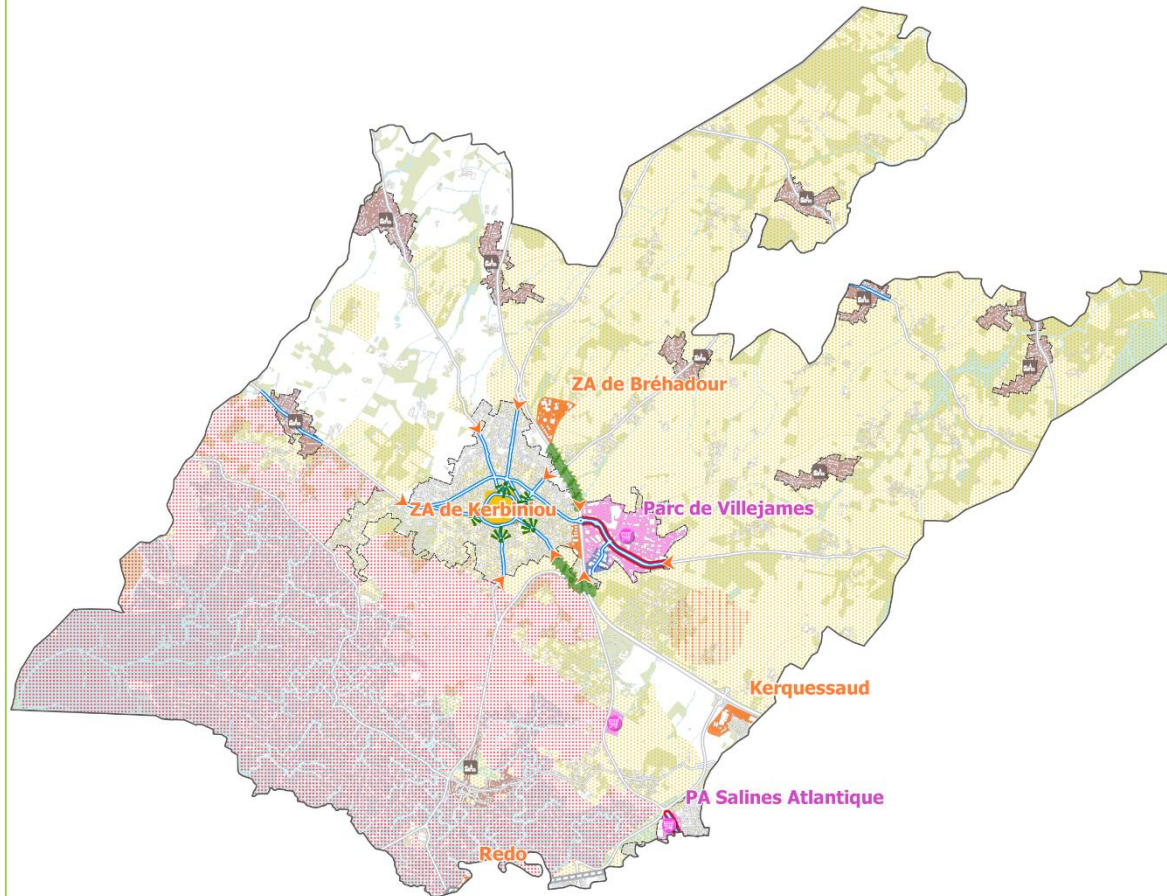
- Les espaces paysagers remarquables ;
- Les entrées de ville et traversées urbaines principales ;
- Le centre-ville historique (ville intra-muros et ses abords) ;
- Les bourgs et villages ;
- Les secteurs à vocation économique.

Les pages suivantes comportent une analyse problématisée de chacun de ces secteurs au regard des enjeux du RLP et énoncent des pistes de réflexion quant aux règles qui pourront être mobilisées dans le RLP.



Etat des lieux et enjeux de l'affichage publicitaire et des enseignes

RLP de Guérande



0 1 km

Réalisation : EVEN CONSEIL - Mai 2019
Sources : IGN, Even Conseil

L'attractivité du territoire par la qualité de ses portes d'entrées et traversées urbaines

- Principales entrées de ville (effet de portes, giratoires, etc ...)
- Traversées urbaines principales
- Façades commerciales des zones d'activités sur le réseau viaire principal (effet "vitrine"), tendance à la densité d'affichage (publicités, préenseignes, enseignes)

La qualité de perception des espaces paysagers et patrimoniaux

- Périmètre d'interdiction stricte de publicité
- Périmètre d'interdiction relative de publicité



- Centre historique de la ville de Guérande
- ✦ Perspective visuelle urbaine remarquable sur les remparts
- Coupures vertes (séquence d'intérêt)
- Villages et écarts bâtis à préserver

La visibilité des acteurs économiques locaux

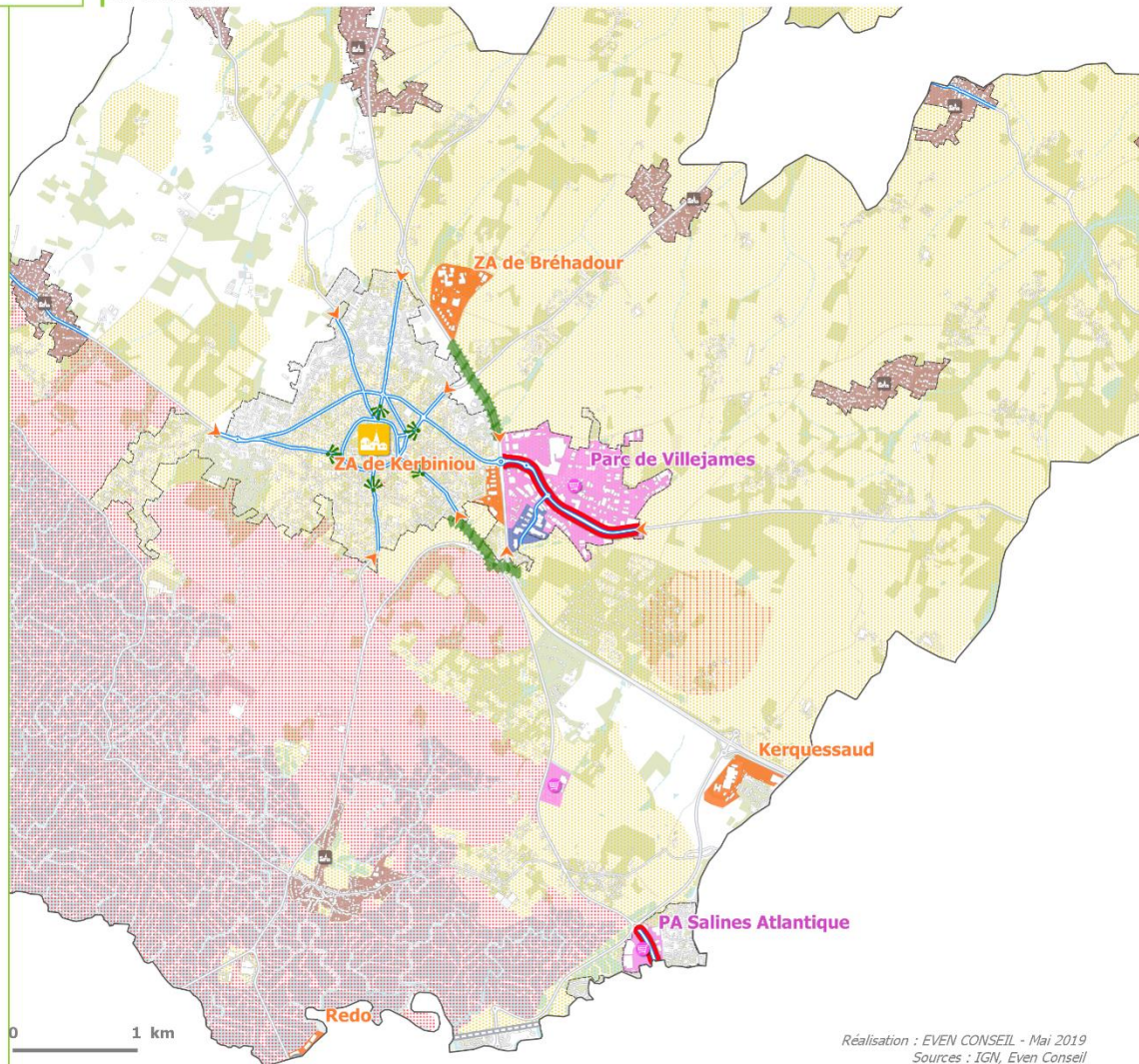
- Pôles commerciaux expressifs
- Pôles d'activités qualitatifs
- Autres pôles d'activités

Zoom sur le centre-ville de Guérande et le sud de la commune :



Etat des lieux et enjeux de l'affichage publicitaire et des enseignes

RLP de Guérande



Réalisation : EVEN CONSEIL - Mai 2019
Sources : IGN, Even Conseil

L'attractivité du territoire par la qualité de ses portes d'entrées et traversées urbaines

- Principales entrées de ville (effet de portes, giratoires, etc ...)
- Traversées urbaines principales
- Façades commerciales des zones d'activités sur le réseau viaire principal (effet "vitrine"), tendance à la densité d'affichage (publicités, préenseignes, enseignes)

La qualité de perception des espaces paysagers et patrimoniaux

- Périmètre d'interdiction stricte de publicité
- Périmètre d'interdiction relative de publicité

- Centre historique de la ville de Guérande
- Perspective visuelle urbaine remarquable sur les remparts
- Coupures vertes (séquence d'intérêt)
- Villages et écarts bâtis à préserver

La visibilité des acteurs économiques locaux

- Pôles commerciaux expressifs
- Pôles d'activités qualitatifs
- Autres pôles d'activités

3.7.1. Espaces paysagers remarquables



Marais salants (Saillé)



Moulin de Crémeur



Etang de Sandun

DIAGNOSTIC – ETAT DES LIEUX

Des paysages agricoles et naturels exceptionnels emblématiques de la commune

Des protections existantes :

- Natura 2000, sites inscrits/classés, PNR, SPR (AVAP hors ville)

Un patrimoine architectural forgeant l'identité du territoire

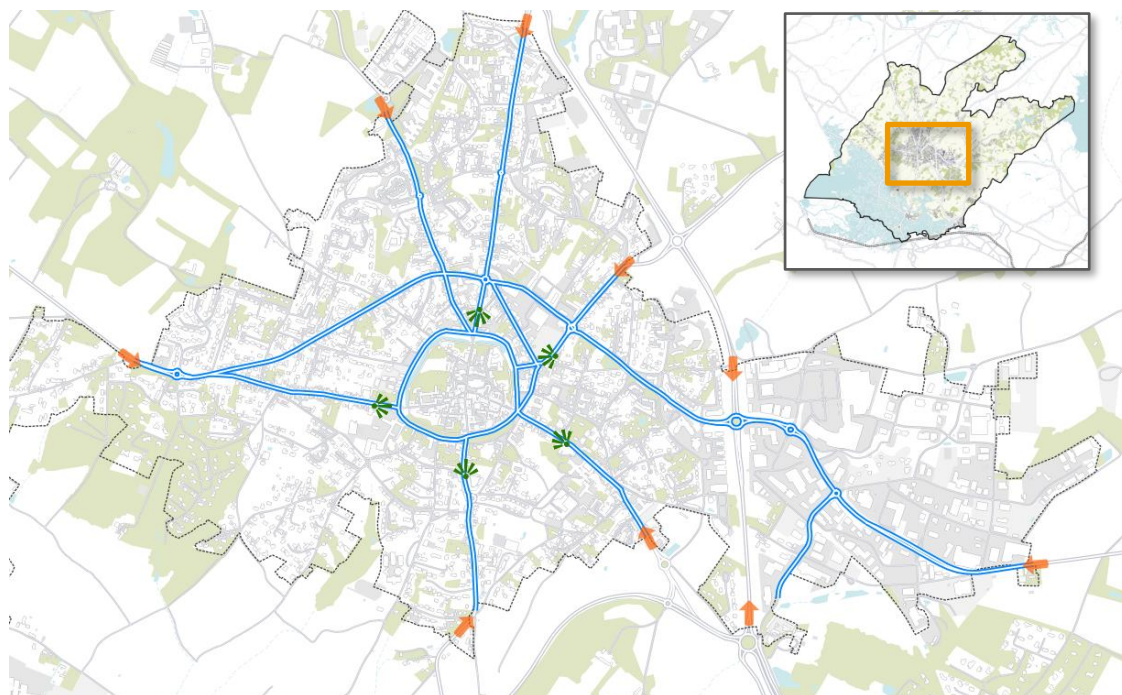
- Des Monuments Historiques en espaces agricoles/naturels : menhirs de la Pierre de Saillé et de La Chapelle, Dolmen de Sandun, Château de Careil, etc.



ENJEUX POUR LE NOUVEAU RLP

- Préserver les paysages et le patrimoine exceptionnels
- Prise en compte des protections en vigueur dans l'encadrement des enseignes et publicités/préenseignes

3.7.2. Entrées de ville et traversées urbaines principales



DIAGNOSTIC – ETAT DES LIEUX

- Secteurs privilégiés d'implantation de Publicités, dont quelques dispositifs de grande taille (notamment en sortie de la D99E)
- Des entrées de ville globalement préservées de l'affichage
- Densité d'enseignes d'activités implantées aux abords des voies urbaines principales (Av. Anne de Bretagne, Bvd Général de Gaulle, Faubourg St-Anne, etc.)
- Traversées de zones d'activités : effet « vitrine » tendance à la densité d'affichage de tous types (publicités mêlées aux enseignes, indications routières) → difficultés de lecture/repérage pour les automobilistes



Impression de densité d'affichage de tous types
PA de Villeiames



Effet « vitrine » depuis la D99E atténuée par les aménagements paysagers

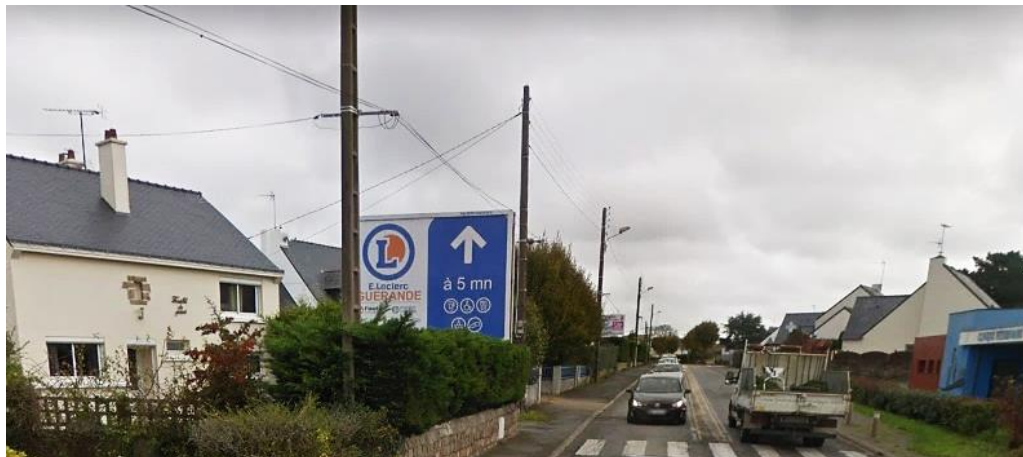
Boulevard du Général de Gaulle : particulièrement concerné par des panneaux publicitaires grand format (8m²) fixés au sol

Constituant un axe fort de développement envisagé sur la commune, la ville engage une requalification globale de l'axe du boulevard du général de Gaulle, sa vocation sera essentiellement résidentielle. Le RLP constitue un document permettant de répondre à cet enjeu de qualification du boulevard en règlementant plus fortement la publicité.

Eclairage indirect



Non conforme au RLP en vigueur : interdiction de panneaux lumineux



A l'exception des dispositifs sur mobilier urbain (de type sucette de 2m² ou sur abribus), le boulevard du général de Gaulle comporte 7 dispositifs de publicité grand format dont 1 de 2m² sur mât. Ils figurent sur la carte et dans le tableau suivants.



- ◆ Dispositifs publicitaires existants (hors mobilier urbain)

Afficheur	Numéro de parcelle
Affioest	268
Publi Espace	77
Exterion	96
Affioest	403
	126
Publi Espace	130
Exterion	264



Des panneaux grands formats ponctuant les traversées, de qualité (harmonie de traitement entre les panneaux, couleur sobre) → mobilier urbain de 8m²
Avenue Anne de Bretagne

Des publicités et préenseignes sur mobilier urbain, de qualité et plus discrets



Sucette
Av. Anne de Bretagne



Abribus
Boulevard du 19 mars 1962



Enseignes bénéficiant d'une opération commune, traitement homogène et harmonieux
Av. Anne de Bretagne



Différents formats de panneaux, sur les abords des voies et à proximité des giratoires
Av. de la Brière



Des entrées de ville et giratoires préservés de l'affichage publicitaire

Rappel : campagne de « nettoyage » réalisée suite à l'approbation du RLP en 2011



Av. de Brière



D99E

Supports implantés au niveau des giratoires, réservés aux manifestations et évènements locaux



Dispositifs à grand format implantés au niveau de giratoires, pouvant gêner l'attention de l'utilisateur de la route PA de Villejames

Des exemples à limiter :



Fbg Saint-Anne



Rue Benjamin le Tilly



Boulevard Emile Pourieux

Non conforme au RLP



Fbg Saint-Anne – Vue sur la porte Vannetaise



Fbg Saint-Armel – Vue sur la porte de Saillé



Fbg Saint-Michel – Vue sur la porte Saint-Michel



ENJEUX POUR LE NOUVEAU RLP

Les entrées et axes urbains principaux : secteurs véhiculant l'image de la ville → image territoriale, attractivité touristique

- Préservation de la qualité paysagère des entrées de ville principales et traversées urbaines
- Valorisation des perspectives visuelles sur les éléments de patrimoine architectural
- Maintien de la visibilité des activités implantées sur les axes urbains principaux
- Possibilité d'une expression publicitaire plus importante dans les secteurs de passage de zones d'activités
- Garantie d'une lisibilité des indications routières → sécurité
- Encadrement de l'affichage publicitaire pour limiter son impact paysager : densité, format
- Valorisation et harmonisation de l'esthétique des enseignes présentes (taille, forme, densité par activité, etc.)
- Maîtrise de l'affichage temporaire par le maintien des emplacements spécifiques (panneaux au niveau des giratoires)

3.7.3. Centre-ville historique : ville intra-muros et ses abords

Ville intra-muros



DIAGNOSTIC – ETAT DES LIEUX

- Cœur historique caractérisé par des rues et un parcellaire étroits
- Un PSMV en cours de révision sur le secteur
- Grande richesse architecturale, lieux et bâtiments remarquables (remparts, portes, places, église, cimetière, etc.)
- Pas de publicité (application du RLP en vigueur)
- Densité d’enseignes, globalement qualitatives
- Pour certaines enseignes : un non-respect de l’architecture des façades dénaturant les bâtiments

Des exemples à limiter :



Enseignes peu valorisantes pour le bâti

Des exemples à favoriser :



Emploi de teintes sobres, nombre limité d’enseignes et de teintes par façade
Drapeau au sol : interdit par le RLP

Abords de la ville intra-muros



Dans le RLP actuel :

- sont interdits au sol :
drapeaux,
oriflammes,
kakémonos,
banderoles
- 1 chevalet autorisé
par activité pour les
hôtels, restaurants,
cafés avec droit de
terrasse

Des exemples à limiter :



Enseigne sur bâche, peu qualitative et dévalorisant le bâti et l'activité
Dans le cas présent, il s'agit d'un dispositif provisoire en attente de l'autorisation de la pose de l'enseigne permanente

Des exemples à favoriser :



Enseignes sobres, respect des lignes architecturales de la façade et des ouvertures



Des enseignes d'aspect « traditionnel », figuratives à favoriser (ex : avec potence, emploi de métal forgé, bois peint, etc.)



Enseigne plus contemporaine mais sobre et éclairée



ENJEUX POUR LE NOUVEAU RLP

- Préservation du cadre paysager et architectural, bâtiments et espaces à caractère patrimonial, maintien de l'identité architecturale de la ville intra-muros
- Interdiction de l'affichage publicitaire
- Valorisation et harmonisation de l'esthétique des enseignes (taille, saillie, forme, densité par façade, etc.)



Des devantures sobres

Des exemples à limiter :

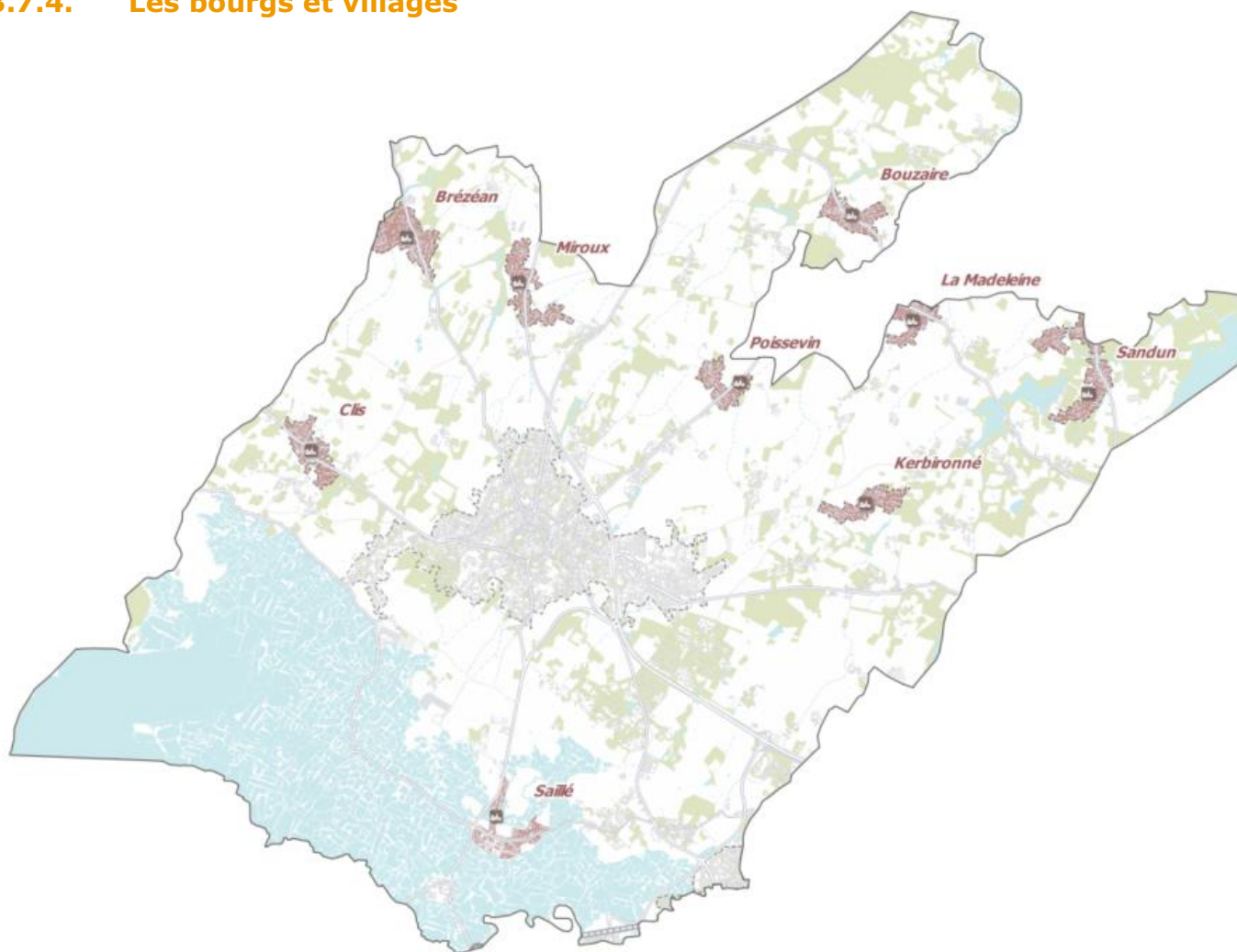


Privilégier lettres découpées ou un seul panneau de fond (exemple non conforme avec le RLP en vigueur)



Eviter l'apposition d'enseigne sur cheminée

3.7.4. Les bourgs et villages



DIAGNOSTIC – ETAT DES LIEUX

- Des espaces agglomérés à l'écart de la ville mais pouvant être considérés comme enveloppes d'agglomération
- Les mêmes règles (RNP) que la ville de Guérande s'appliquant sur ces écarts
- Passage de routes fréquentées (départementales)

Saillé, La Madeleine pour les plus importants :

- Des centralités avec quelques activités de proximité (boulangeries, bars)
- Des espaces à caractère patrimoniaux

Publicité actuellement inexistante mais potentielle si le RLP ne le réglemente pas, présence d'enseignes à encadrer



Saillé



Clis



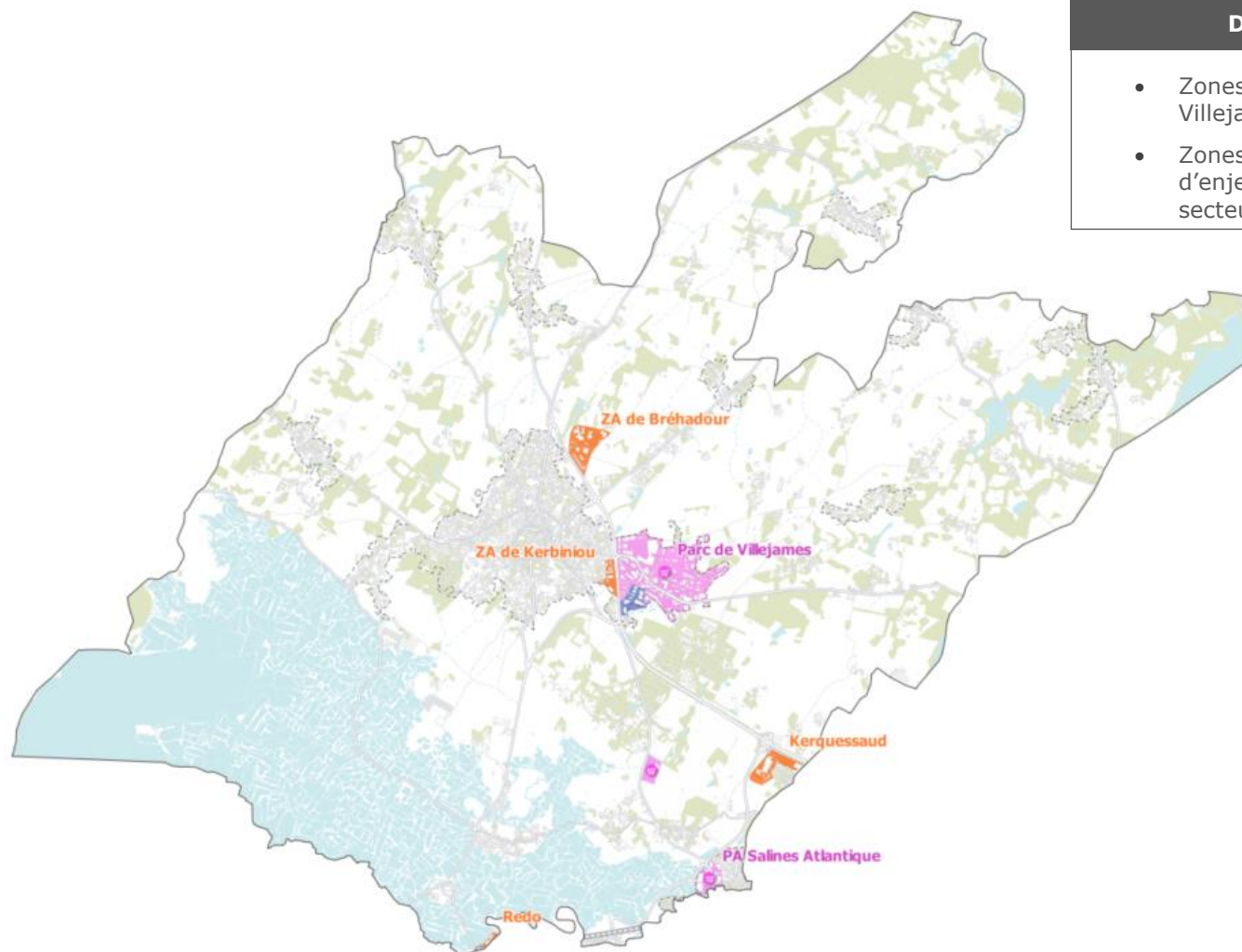
ENJEUX POUR LE NOUVEAU RLP

- Préserver de l'affichage publicitaire les écarts
- Mise en place de règles plus strictes que la RNP (pour la publicité notamment)



Grande densité d'enseignes pour une même activité (en façade, parallèle, perpendiculaires) sur un bâtiment de caractère
La Madeleine

3.7.5. Secteurs à vocation économique



DIAGNOSTIC – ETAT DES LIEUX

- Zones avec activités « expressives » : PA de Villejames, PA Salines Atlantique
- Zones d'activités peu expressives → moins d'enjeux : ZA de Bréhadour, ZA de Kerbiniou, secteurs de Kerquessaud et Redo

Secteurs aux activités expressives : PA de Villejames, PA Les Salines



**Panneaux imposants et impactant le paysage,
au niveau d'un giratoire**
PA Villejames



Enseigne à éviter
Non conforme au RLP
PA Villejames

DIAGNOSTIC – ETAT DES LIEUX

- De nombreux dispositifs imposants (Pub, Enseignes et Préenseignes)
- Pour certaines activités, une accumulation d'informations sur une même façade → nuisant à l'image de la zone, desservant le message
- Impression de densité : tous types de dispositifs et de format
- Impacts sur les axes urbains majeurs traversant ces zones
- La commune dispose de 2 panneaux numériques de 8m² : 1 positionné dans le PA de Villejames, 1 autre implanté dans le PA Les Salines. Ces dispositifs peuvent avoir un fort impact dans le paysage et pour la sécurité routière, par leur intensité lumineuse



Impression de densité : tous types de dispositifs, formes, etc.
PA Les Salines (en limite de LA BAULE)

PA de Villejames Sud : espaces récemment construits, traitements qualitatifs et homogènes des enseignes et préenseignes



Des efforts pour regrouper plusieurs préenseignes sur un seul dispositif PA Villejames



Des activités avec enseignes pouvant être plus qualitatives PA Villejames



Des enseignes avec un traitement harmonieux et homogène PA Villejames



Une densité de dispositifs au sol (drapeaux) à réguler - PA Villejames

NB : drapeaux interdits dans le RLP en vigueur, seulement autorisés sur le pôle automobile



Grande densité d'enseignes de plusieurs types pour une même activité (en façade, sur poteau, drapeau, etc.)
PA Villejames

NB : drapeaux au sol et dispositifs sur clôture interdits dans le RLP en vigueur



Des structures comportant des enseignes
PA Villejames



ZA Villejames



PA Les Salines

Des publicités et préenseignes sur mobilier urbain, harmonieux et de qualité

Des exemples à limiter :

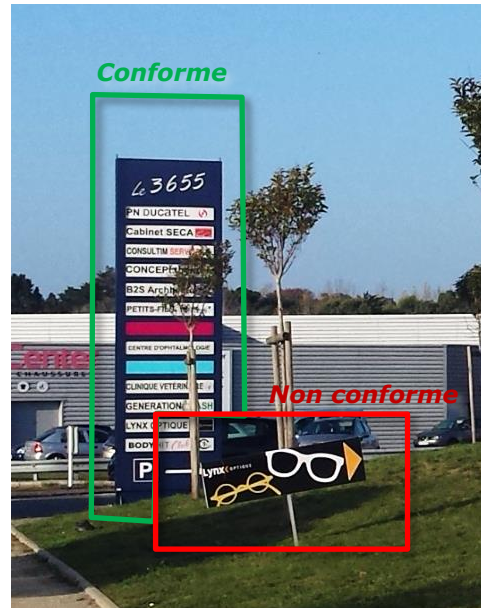


Enseignes au sol imposantes



Enseignes de la ZA de Bréhador visibles depuis la D99E à encadrer

**Enseignes totem regroupant plusieurs activités
PA Les Salines**



ENJEUX POUR LE NOUVEAU RLP

- Concilier développement économique et préservation du paysage
- Garantie d'une expression et visibilité des entreprises
- Encadrement de la publicité mais possibilité d'une expression publicitaire plus importante dans les zones d'activités
- Valorisation de l'image des zones d'activités par l'encadrement des enseignes (taille, nombre, format, etc.)
- Encadrement de l'affichage de tous types sur les portions de traversées urbaines principales en zones d'activités ou en limite
- Secteurs aux activités moins expressives (Bréhador, Kerbiniou) : encadrement des enseignes visibles depuis les voies principales

An aerial photograph of a city, likely Montreal, is shown in a light brown, semi-transparent style. The map features a central urban core with a prominent circular structure, possibly a stadium or arena, and a surrounding residential and commercial area. The map is overlaid on a solid brown background.

3

ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

1. PRÉAMBULE

Sur la commune de Guérande, en particulier au regard de ses caractéristiques paysagères et patrimoniales, son dynamisme économique et son attractivité touristique, l'encadrement de l'affichage publicitaire et des enseignes constitue un enjeu important.

La révision du Règlement Local de Publicité de Guérande s'inscrit dans les objectifs définis dans la délibération du 23 avril 2018 prescrivant cette révision. La délibération fixe les objectifs poursuivis :

- Adapter ce document en tenant compte du nouveau cadre juridique et réglementaire fixé notamment par la loi Grenelle II (Loi n°2010-788 du 12 juillet 2010) qui est venue modifier le contenu des règlements locaux de publicité et impose une mise en conformité du document avant le 13 juillet 2020 ;
- De prendre en considération l'institution de l'Aire de mise en valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP), approuvée par délibération du 13 novembre 2017 et dont le périmètre est modifié par rapport à l'ancienne ZPPAUP ;
- De faire évoluer les zones de l'actuel Règlement Local de Publicité adapté au nouveau règlement du Plan Local d'Urbanisme approuvé le 13 novembre 2017.

Au regard du diagnostic établi et des enjeux mis en lumière, les grandes orientations générales suivantes ont émergé pour la constitution du RLP :

- **ORIENTATION N°1** : Valoriser le patrimoine et les paysages emblématiques et conforter l'attractivité de Guérande
- **ORIENTATION N°2** : Garantir un cadre de vie de qualité
- **ORIENTATION N°3** : Assurer une qualité paysagère des entrées de ville et principales traversées urbaines
- **ORIENTATION N°4** : Rechercher un équilibre entre dynamisme économique et préservation du paysage

Ces orientations, déclinées en objectifs, expriment les réponses concrètes de la commune aux enjeux rencontrés sur son territoire et fixent les grandes orientations pour les zones de publicités qui en résultent.

2. ORIENTATION N°1 : VALORISER LE PATRIMOINE ET LES PAYSAGES EMBLÉMATIQUES ET CONFORTER L'ATTRACTIVITÉ DE GUÉRANDE

2.1. PRÉSERVER ET VALORISER LE CŒUR HISTORIQUE DE GUÉRANDE

- Prévoir un sous zonage spécifique pour la ville intra-muros et les abords des remparts ;
- Être en cohérence avec les Sites Patrimoniaux Remarquables : le Secteur Sauvegardé et son Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur ainsi que l'Aire de Mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine ;
- Protéger ce secteur de l'affichage publicitaire ;
- Valoriser le bâti patrimonial et les devantures des commerces du centre historique en harmonisant l'esthétique des enseignes (taille, saillie, forme, éclairage, etc.) ;
- Limiter le nombre d'enseignes de tous types pour chaque activité (en façade, perpendiculaire, etc.) ;
- Harmoniser notamment les enseignes au sol sous 1 seul format : le chevalet.

2.2. PRÉSERVER LES PAYSAGES NATURELS ET AGRICOLES IDENTITAIRES DE LA COMMUNE

- Garantir la protection des espaces naturels emblématiques : marais salants, espaces en SPR (AVAP hors agglomération), etc. ;

- Maintenir le caractère agricoles/naturels des espaces non bâtis constituant des coupures urbaines en y interdisant la publicité.



3. ORIENTATION N°2 : GARANTIR UN CADRE DE VIE DE QUALITÉ

- Maîtriser l’affichage extérieur dans le respect du cadre urbain ;
- Interdire la publicité, excepté sur mobilier urbain ;
- Anticiper et encadrer l’implantation de futures activités, notamment en tissu résidentiel ;
- Respecter l’architecture des façades dans l’implantation des enseignes ;
- Encadrer la densité des enseignes pour éviter un encombrement du paysage ;
- **Préserver le caractère rural des bourgs et villages** (La Madeleine, Saillé, Clis) :
 - Limiter fortement la publicité dans ces espaces ;
 - Encadrer l’implantation des enseignes.



4. ORIENTATION N°3 : ASSURER UNE QUALITÉ PAYSAGÈRE DES ENTRÉES DE VILLE ET PRINCIPALES TRAVERSÉES URBAINES

- Accompagner le visiteur dans sa découverte du territoire ;
- Valoriser l'image territoriale et ses paysages d'entrées de ville en maîtrisant la publicité : limitation de la densité et de la taille, harmonisation dans le choix du format ;
- Garantir la lisibilité routière sur les axes principaux : limiter la densité et la taille des publicités et enseignes et faciliter la lisibilité des indications routières ;
- Rechercher une cohérence de traitement pour les rues et boulevards principaux ;
- Valoriser les perspectives visuelles formées par les axes viaires principaux sur les éléments de patrimoine (Faubourgs Saint-Michel, Saint-Anne, Saint-Armel, etc.) ;
- Valoriser l'esthétique des enseignes implantées sur ces axes.



5. ORIENTATION N°4 : RECHERCHER UN ÉQUILIBRE ENTRE DYNAMISME ÉCONOMIQUE ET PRÉSERVATION DU PAYSAGE

- Garantir l'expression des acteurs économiques du territoire tout en améliorant les paysages d'activités ;
- Permettre un affichage publicitaire plus important dans les zones d'activités que dans les autres secteurs de la commune ;
- Valoriser l'image des zones d'activités par l'encadrement des enseignes (taille, nombre, format, etc.) ;
- Encadrer l'affichage temporaire et promotionnel des activités.



The background of the slide is a map of a city, likely Montreal, rendered in a light brown color. A semi-transparent, darker brown overlay is placed over the central part of the map, highlighting a specific urban area. The map shows street grids, parks, and the city's coastline.

4

JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS

1. MOTIFS DE DÉLIMITATION DU ZONAGE

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux :

- Les espaces paysagers remarquables ;
- Les entrées de ville et traversées urbaines principales ;
- Le centre-ville historique (ville intra-muros et ses abords) ;
- Les bourgs et villages ;
- Les secteurs à vocation économique.

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, 4 grands types de zones ont été définis.

1.1. ZONE DE PUBLICITE 1 (ZP1) : SECTEUR SAUVEGARDE, SECTEURS RESIDENTIELS SAUF PRINCIPAUX AXES D'ACCES ET SECTEURS D'ACTIVITES

La ZP1 comprend :

1.1.1. ZP1a :

- a. le secteur sauvegardé : la ville intra-muros et les abords des remparts ;
- b. le secteur du petit séminaire.

Justification et objectifs du zonage

La partie comprenant le secteur sauvegardé reprend le périmètre du secteur sauvegardé et concerne la ville intra-muros à fort caractère patrimonial. Le secteur du petit séminaire représente également un enjeu patrimonial et architectural pour la ville et est donc traité au même titre que la ville intra-muros.

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Être en cohérence avec les autres documents de planification et de protection patrimoniale que sont le PSMV et l'AVAP : intégrer les dispositions spécifiques de ces documents pouvant concerner le RLP ;
- Préserver et valoriser le cœur historique de Guérande en valorisant le bâti patrimonial et les devantures commerciales ;
- Maintenir et valoriser les commerces en encadrant leurs enseignes ;

- Protéger ce secteur de l’affichage publicitaire.

1.1.2. ZP1b :

- a. Le secteur compris entre le secteur sauvegardé et les limites de l'agglomération, à l'exclusion des secteurs compris en ZP2, ZP3 et ZP4 ;
- b. Les villages et hameaux de La Madeleine, Saillé, Careil, Clis ;
- c. Les secteurs prolongeant l’agglomération de La Baule : Kerquessaud, Beslon, Avenues Claude Monet et Paul Gauguin, Avenue des Floralies.

Justification et objectifs du zonage

Ces secteurs regroupent un tissu urbain homogène en majorité résidentiel. Les zones d’activités, axes principaux et secteurs patrimoniaux sont exclus de ce zonage. Il couvre ainsi une grande partie des espaces agglomérés de la commune ainsi que les principaux villages.

Ces secteurs font l’objet d’une Zone de Publicité afin de :

- Garantir un cadre de vie de qualité pour les habitants ;
- Maîtriser l’affichage extérieur dans le respect du cadre urbain en encadrant la publicité et les enseignes ;
- Respecter l’architecture des façades ;
- Anticiper et encadrer l’implantation de futures activités, notamment en tissu résidentiel ;
- Préserver le caractère rural des bourgs et villages.

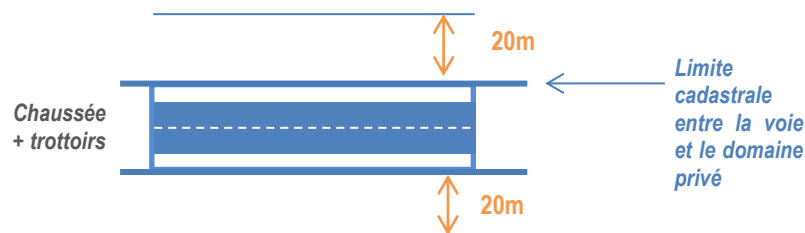
1.2. ZONE DE PUBLICITE 2 (ZP2) : PRINCIPALES AVENUES ET BOULEVARDS D’ENTREE DANS L’AGGLOMERATION

La ZP2 comprend :

- **ZP2a :**
 - L’avenue Anne de Bretagne (pénétrante Est) : entre les parcelles BH524 incluse et le croisement avec la rue de Kerbiniou (parcelle BH430 incluse) côté Nord ; entre les parcelles BH278 et BH472 incluses côté Sud ;
 - L’avenue de la Brière, entre les parcelles BD29 incluse et AB552 exclue (côté Ouest) ; entre les parcelles BH234 et AC42 incluses (côté Est) ;
- **ZP2b :** Route de Mesquer, entre les limites de l'agglomération et le croisement avec le boulevard de Gaulle (parcelle 118 incluse) côté Est ; entre les parcelles 86 et le croisement avec le boulevard de Gaulle (parcelle 119 incluse) côté Ouest.
- **ZP2c :** Le boulevard du 19 Mars 1962, entre les limites de l'agglomération et le croisement avec le boulevard de Gaulle (parcelles 584 côté Ouest et 487 côté Est incluses) ;
- **ZP2d :** Le boulevard du Général de Gaulle : de la limite d’agglomération (au niveau de la route de la Turballe) au croisement avec la rue Aristide Briand.

Justification et objectifs du zonage

Ces secteurs couvrent les principaux axes d'entrée et de traversée de l'agglomération principale de Guérande que la ville souhaite préserver et valoriser. Le zonage couvre les axes concernés et s'étend sur une bande d'environ 20m d'épaisseur à partir de la limite cadastrale de la voie. Elle comprend ainsi l'axe et les immeubles et bâtiments bordant la voie.



Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Valoriser l'image territoriale et ses paysages d'entrées de ville en maîtrisant la publicité ;
- Garantir la lisibilité routière sur les axes principaux : limiter la densité et la taille des publicités et enseignes et faciliter la lisibilité des indications routières ;
- Rechercher une cohérence de traitement pour les rues et boulevards principaux ;
- Valoriser les perspectives visuelles formées par les axes viaires principaux sur les éléments de patrimoine (Faubourgs Saint-Michel, Saint-Anne, Saint-Armel, etc.) ;
- Valoriser l'esthétique des enseignes implantées sur ces axes ;

- Pour le traitement spécifique des zones ZP2b et ZP2c : préserver les vues sur la collégiale Saint-Aubin, patrimoine remarquable et emblématique de la commune ;
- Pour le traitement spécifique ZP2d : être en cohérence avec l'objectif global de requalification globale urbanistique de l'axe du boulevard du général de Gaulle, à future vocation essentiellement résidentielle.

1.3. ZONE DE PUBLICITE 3 (ZP3) : SECTEURS D'ACTIVITES DE KERBINIOU, BREHADOUR, KERQUESSAUD

La ZP3 comprend :

1. La zone d'activités de Kerbiniou ;
2. La zone d'activités de Bréhadour ;
3. Le secteur d'activités de Kerquessaud ;

Justification et objectifs du zonage

La ZP3 couvre les secteurs de zones d'activités de type tertiaire du territoire, présentant un besoin d'expression moins important que les activités commerciales et donc une réglementation adaptée.

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Garantir l'expression et la visibilité des acteurs économiques du territoire tout en améliorant les paysages d'activités ;

- Maintenir le cadre préservé de ces secteurs, notamment visibles depuis les voies principales et limitrophes de secteurs résidentiels (comme la zone d'activités de Kerbiniou) ;
- Valoriser l'image des zones d'activités.

1.4. ZONE DE PUBLICITE 4 (ZP4) : ZONES D'ACTIVITES COMMERCIALES

La ZP4 comprend :

- **ZP4a :**
 - a. Le parc d'activités de Villejames et les secteurs d'activités de Métairie de la Lande et Bréhany Villeneuve, hors abords de la RD 247 ;
 - b. Le parc d'activités Les Salines, hors abords de la RD 92 ;
- **ZP4b :**
 - a. Abords de la RD 247 au sein du parc d'activités de Villejames ;
 - b. Abords de la RD 92 au sein du parc d'activités Les Salines.

Justification et objectifs du zonage

Ces zones couvrent les espaces d'activités économiques du territoire. On y retrouve des activités expressives avec un besoin de visibilité fort. Ces secteurs regroupent de nombreux dispositifs imposants (publicités, enseignes et préenseignes), une impression de densité et un impact paysager sur les axes majeurs traversant les zones. Il s'agit de secteurs privilégiés pour l'affichage publicitaire.

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Garantir l'expression des acteurs économiques du territoire tout en améliorant les paysages d'activités ;
- Permettre un affichage publicitaire plus important dans les zones d'activités que dans les autres secteurs de la commune ;
- Valoriser l'image des zones d'activités par l'encadrement des enseignes (taille, nombre, format, etc.) ;
- Encadrer l'affichage temporaire et promotionnel des activités.

2. CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE RÉGLEMENTAIRE

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes, et notamment des articles L 581-1 à L 581-45 et aux dispositions des articles R 581-1 à R 581-88.

2.1. DISPOSITIONS COMMUNES À TOUTES LES ZONES

En plus des zones de publicités, le RLP indique des dispositions réglementaires s'appliquant à l'ensemble des zones de la commune et visant à préserver le paysage et encadrer l'esthétique et l'impact des dispositifs.

2.1.1. Publicités et préenseignes

Esthétique des publicités et préenseignes :

- Préconisation de matériaux inaltérables ;
- Cadre et couleur grise ;
- Imposer le principe de dispositif mono-pied ;
- Imposer que les dispositifs facilitant la pose des affiches (passerelle, échelle, etc.) devront obligatoirement être amovibles.

Le RLP vise une harmonisation de l'esthétique des dispositifs publicitaires et un esthétisme de qualité (matériaux, couleurs) tout en limitant leur impact sur le paysage.

Format standard : imposer à la hauteur un rapport de $\frac{3}{4}$ de la largeur :

Il s'agit d'imposer un format standard et d'éviter des formes hétérogènes et peu communes pour l'ensemble du parc publicitaire. Ainsi, la commune vise une harmonisation et une cohérence des dispositifs de publicités et préenseignes.

Encadrement des dispositifs lumineux :

- Dans le choix de l'éclairage et son intensité : ne doivent pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural ;
- Imposer des dispositifs d'éclairage intégré au panneau et non impactant dans le paysage ;
- Horaires d'extinction (y compris numérique) : de 23h à 6h.

Il s'agit ici d'encadrer l'éclairage d'un point de vue esthétique afin de limiter leur impact sur l'environnement. Le RLP augmente la plage horaire d'extinction par rapport à la réglementation nationale, de manière à limiter encore une fois les impacts visuels des panneaux de nuit.

2.1.2. Enseignes

Esthétique des enseignes :

- Doivent s'intégrer à l'architecture du bâti sur lequel elles sont fixées ;
- Ne doivent pas masquer les éléments de décoration d'une façade (corniche, moulures, etc.) ;
- En toiture : elles sont interdites ;

- Au sol : lorsque plusieurs entreprises sont implantées sur une même unité foncière, le regroupement des enseignes sur un dispositif commun sera imposé.

Il s'agit d'encadrer l'esthétique des enseignes de manière générale dans le but de préserver au maximum les impacts de ces dispositifs sur les bâtiments et espaces dans ou sur lesquels ils s'implantent. L'objectif est de valoriser et préserver l'architecture des bâtiments.

Concernant le regroupement des enseignes sur un seul dispositif, il s'agit de limiter la densité de dispositifs au sol et ainsi faciliter la lecture et limiter leur impact visuel.

Encadrement des dispositifs lumineux

- Dans le choix de l'éclairage et son intensité : ne doivent pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural ;
- Interdiction d'enseignes numériques ;
- Horaires d'extinction : de 23h à 6h. S'il s'agit d'activité de nuit (bars, restaurant) : allumée 1h avant le début, extinction 1h après la cessation de l'activité.

Il s'agit ici d'encadrer l'éclairage d'un point de vue esthétique afin de limiter son impact sur l'environnement. Le RLP augmente la plage horaire d'extinction par rapport à la réglementation nationale, de manière à limiter encore une fois les impacts visuels des enseignes de nuit. Il reprend le principe du RNP en ce qui concerne les activités de nuit.

2.2. PRINCIPALES RÈGLES PAR ZONE DE PUBLICITE OU SECTEURS SPÉCIFIQUES

2.2.1. Publicités et préenseignes

ZP1a

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	Dont numérique
ZP1a	interdit	interdit	interdit	interdit	interdit

Dans un objectif de préservation et valorisation du secteur sauvegardé et du secteur du petit séminaire, le RLP interdit la publicité sur mur, au sol, sur mobilier urbain et lumineux. Il s'agit de limiter au maximum la publicité dans ces secteurs restreints et respecter l'interdiction relative de publicité dans le secteur sauvegardé. Ces espaces constituent des secteurs d'intérêt patrimonial, paysager et touristique très forts pour la commune.

ZP1b

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	Dont numérique
ZP1b	interdit	interdit	Autorisé uniquement hors site inscrit et hors AVAP : 2m² (utile)	Autorisé , uniquement par transparence	interdit

Le RLP encadre fortement la publicité en la limitant sur les espaces d'agglomération à tissu résidentiel. En effet, la publicité est autorisée uniquement sur mobilier urbain et limitée à 2m² (surface utile), de façon à obtenir un affichage publicitaire sobre, qualitatif. Ces dispositifs ne sont autorisés qu'hors site inscrit et hors AVAP, permettant de préserver ces secteurs d'intérêt paysager et patrimonial. L'interdiction relative de publicité du RNP en site inscrit et AVAP est ainsi reprise dans le RLP.

ZP2

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	Dont numérique
ZP2a Av. Anne de Bretagne, Av. de la Brière	Autorisé (sauf clôture) 8m² (utile)	Autorisé 8m² (utile)	Autorisé 8m² (utile)	Autorisé , uniquement sur mobilier urbain et par transparence	interdit

ZP2b Route de Mesquer	Autorisé (sauf clôture) 8m² (utile) Uniquement si orienté pour être vu en sortant de l'agflo	Autorisé 8m² (utile) Uniquement si orienté pour être vu en sortant de l'agflo	Autorisé 8m² (utile)	Autorisé , uniquement sur mobilier urbain et par transparence	interdit
ZP2c Bd 19 mars 1962	Autorisé (sauf clôture) 8m² (utile) Uniquement si orienté pour être vu en sortant de l'agflo	interdit	Autorisé 8m² (utile)	Autorisé , uniquement sur mobilier urbain et par transparence	interdit
ZP2d Bd Gén. De Gaulle	interdit	interdit	Autorisé 2m² uniquement sur abribus	Autorisé , uniquement sur mobilier urbain et par transparence	interdit

Dans les secteurs d'axes principaux de la commune, leurs abords sont recherchés par les afficheurs pour être visible du plus grand nombre. Les zones ZP2a, ZP2b et ZP2c permettent d'apposer des dispositifs publicitaires sur mur et au sol (excepté en ZP2c pour les dispositifs au sol). Ce format est limité à 8m² (surface utile) maximum afin de réduire leur impact dans les paysages de traversées urbaines.

La règle d'orientation de la face de l'affiche orientée en sortant de l'agglomération a pour objectif d'éviter les co-visibilités entre publicités et vue sur la collégiale Saint-Aubin. Il s'agit ici de valoriser le patrimoine remarquable de la commune.

La ZP2d concernant le boulevard de Gaulle interdit la publicité sauf sur mobilier urbain de type abribus. Il s'agit ici de répondre à l'objectif global de requalification de cet axe en limitant la publicité.

Dans ces secteurs, lorsqu'un dispositif de publicité est autorisé, il est toutefois imposé un dispositif maximum par unité foncière, et uniquement autorisé lorsque l'unité foncière présente un linéaire sur voirie d'au moins 30 mètres. Il s'agit ici d'encadrer la densité des dispositifs possibles sur des axes traversant que la commune souhaite valoriser.

ZP3

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	Dont numérique
ZP3	interdit	interdit	Autorisé 8m ² (utile)	Autorisé, uniquement par transparence	interdit

Le RLP autorise uniquement la publicité sur mobilier urbain d'une surface utile de 8m². Il s'agit de permettre la communication publicitaire mais de préserver fortement ces espaces en la proposant sur mobilier urbain de manière à garantir une cohérence et une harmonisation visuelle des dispositifs.

ZP4

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	Dont numérique
ZP4a Toute la zone sauf abords des axes RD 247 et RD 92	interdit	interdit	Autorisé 8m ² (utile)	Autorisé, uniquement par transparence	interdit
ZP4b Axes RD 247 et RD 92	Autorisé 8m ² (utile)	Autorisé 8m ² (utile)	Autorisé 8m ² (utile)	Autorisé, uniquement par transparence	Autorisé 2m ² (utile) uniquement sur les portions des abords de la RD247 identifiées au plan de zonage

En ZP4b, zone qui concerne les abords des axes principaux traversant les zones d'activités commerciales (RD247 et RD92), le RLP autorise la publicité au mur et au sol ainsi que sur mobilier urbain sur grand format (8m² de surface utile). Le RLP entend ainsi concentrer les dispositifs publicitaires aux abords des axes principaux et ce de manière encadrée en termes de taille. Le format de 8m² (surface utile) est appliqué dans le but de limiter l'impact des panneaux dans le paysage.

Dans un objectif de préserver le paysage des parcs d'activités, la commune souhaite y limiter la publicité numérique. Le RLP ne peut pas interdire totalement la publicité numérique sur le territoire communal, le juge administratif excluant cette interdiction. Le RLP autorise ainsi la publicité numérique de manière encadrée, d'une surface de 2m² utile maximum et uniquement sur la portion des abords de la RD 247 définie

au plan de zonage dans le parc d'activités de Villejames. En effet, le parc d'activités de Villejames se situe dans le périmètre du Parc Naturel Régional de Brière. Le parc dispose d'une charte dont un des objectifs concerne la maîtrise de l'affichage publicitaire. De même, l'axe de la route départementale RD92 au niveau du parc d'activités des Salines, constitue une entrée d'agglomération, notamment vers la commune de La Baule. Il s'agit de préserver les paysages d'entrée de ville et du PNR par cette limitation de la publicité numérique fortement impactante dans le paysage.

De la même manière qu'en ZP3, sur le reste des zones d'activités commerciales (ZP4a), le RLP propose un encadrement des publicités en harmonisant visuellement ces dispositifs par une autorisation sur mobilier urbain d'une surface utile maximale de 8m².

Il s'agit de permettre l'implantation de messages publicitaires tout en préservant les paysages d'activités et l'image des zones. Notamment, pour le Parc d'Activités de Villejames qui est inclus dans le périmètre du Parc Naturel Régional de Brière où toute publicité est interdite (interdiction relative), c'est par le biais du RLP que la publicité est possible, de manière nécessairement encadrée.

Dans ces secteurs, lorsqu'un dispositif de publicité est autorisé, il est toutefois imposé un dispositif maximum par unité foncière, et uniquement autorisé lorsque l'unité foncière présente un linéaire sur voirie d'au moins 60 mètres. Il s'agit ici d'encadrer la densité des dispositifs possibles. La publicité et les préenseignes hors agglomération respectent le Règlement National de Publicité. Pour mémoire, la publicité est interdite dans les espaces hors agglomération, à l'exception des préenseignes dérogatoires dans les conditions fixées par l'article L.581-19 du Code de l'Environnement.

2.2.2. Enseignes

ZP1a et ZP1b

Les règles sur les enseignes sont les mêmes dans toutes les ZP1 afin d'avoir une cohérence de traitement sur la majeure partie des agglomérations du territoire.

Les enseignes parallèles en façade sont réglementées de façon à respecter l'architecture des bâtiments, limiter la densité d'affichage et l'impact visuel que ces dispositifs peuvent avoir (interdiction en toiture, sur balcon, interdiction d'enseignes clignotantes, numériques, etc.). Des éléments annexes sont fortement encadrés en dimension et nombre afin de ne pas impacter les façades.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre et taille. De même, les enseignes au sol sont fortement limitées en nombre. Le chevalet est le seul type de dispositif possible et il n'est autorisé que pour certaines activités. La surface est limitée et le format est imposé afin de garantir une homogénéité des dispositifs au sol.

Les enseignes sur clôture sont interdites sauf lorsque la clôture masque la façade, afin de ne pas multiplier les éléments d'enseignes pour une seule activité.

L'ensemble de ces règles vise un traitement qualitatif, homogène des enseignes et respectueux du cadre de vie et du contexte architectural.

ZP2

Les règles sont globalement les mêmes qu'en ZP1, de façon à obtenir un traitement qualitatif et homogène également sur les axes et avenues principales. Ainsi, les enseignes en façade, les enseignes perpendiculaires à la façade, les enseignes sur clôture, etc. sont encadrées en termes d'implantation, d'esthétique et de densité.

Toutefois, les chevalets y sont interdits car peu efficaces en termes de visibilité sur des axes traversant. Le RLP propose à la place la possibilité d'installer un dispositif au sol fixe sur mât. La hauteur est limitée de même que la surface du panneau en haut du mât. Il s'agit de proposer aux activités de pouvoir se signaler dans un traitement harmonieux sur l'ensemble des axes. Il est également introduit la notion de visibilité et de retrait depuis la voie publique pour autoriser l'implantation de ce type de mât afin de limiter leur nombre et de ne les autoriser que pour les activités dont la visibilité depuis la voie est difficile. Le regroupement des enseignes au sol sur un seul dispositif dans le cas de plusieurs activités sur une même unité foncière permet de limiter le nombre d'enseignes au sol et donc l'impact sur le cadre urbain.

ZP3

L'ensemble des types d'enseignes est encadré de façon à garantir des zones esthétiques. Les enseignes parallèles en façade sont en lettres découpées, leur nombre est limité à une par façade et par activité, les dispositifs impactant sont interdits (clignotants, numériques, sur toiture, balcons, etc.). Des éléments annexes sur façade sont autorisés : 1 panneau sur jambage, 1 logo par entreprise, 1 enseigne sur lambrequin de store. Ces règles ont pour objectif un traitement harmonieux et de qualité à l'échelle des zones. Les enseignes perpendiculaires sont interdites, de même que celles sur clôture sauf si cette dernière masque la façade. Il s'agit de ne pas multiplier le nombre et types d'enseignes possibles sur une façade.

Les enseignes au sol sont autorisées mais uniquement sous forme de totem. La surface est limitée à 4m², leur nombre est limité à 1 par activité. Les autres types d'enseignes au sol (drapeaux, oriflammes, chevalets, etc.) sont interdits. Le regroupement d'enseignes partageant la même unité foncière sur un même dispositif est imposé. L'ensemble de ces règles vise à limiter la densité d'enseignes au sol pour une même zone, à garantir une homogénéité des enseignes au sol dans sa taille, son format et ainsi améliorer la qualité paysagère de ces secteurs.

ZP4

Le RLP encadre les différents types d'enseignes possibles dans les zones d'activités. Les enseignes parallèles à la façade sont limitées en surface, en esthétique, les implantations sont encadrées (interdiction d'enseignes en toiture, terrasse, numérique, etc.). Le RLP ici encadre les dimensions maximales des enseignes en façade (respect des surfaces cumulées d'enseignes par façade). En bordure de la Route Bleue, le RLP limite également la largeur d'emprise des enseignes à 6m de façon à limiter la taille des enseignes visibles depuis cette axe d'importance régionale.

Les enseignes perpendiculaires à la façade sont interdites, excepté dans le pôle d'équipement de la Maison dans la zone de Bréhany, afin de permettre un traitement qualitatif et homogène dans ce secteur de construction récente avec un tissu bâti spécifique.

Les enseignes au sol sont autorisées mais uniquement sous forme de totem. Les enseignes au sol sont interdites dans la bande de recul paysagère par rapport à la Route Bleue (RD99e), éléments repris des prescriptions graphiques du PLU de la commune afin de trouver une cohérence entre le RLP et le PLU. Les enseignes sous forme de drapeau fixe sont autorisées uniquement en ZAC de Bréhany Maison et Bréhany Automobile afin de permettre également un traitement qualitatif et spécifique à ce secteur. La surface des totems est limitée à 4m², leur nombre est limité à 1 par activité. Les autres types d'enseignes au sol (drapeaux, oriflammes, chevalets, etc.) sont interdits. Le regroupement d'enseignes partageant la même unité foncière sur un même dispositif est imposé. L'ensemble de ces règles vise à limiter la densité d'enseignes au sol pour une même zone, de garantir une homogénéité des enseignes au sol dans sa taille, son format et ainsi améliorer la qualité paysagère de ces secteurs.

Une enseigne temporaire est autorisée pour la communication d'évènements (promotions, soldes, etc.). Les commerces de ces zones d'activités expriment un fort besoin de ce type d'affichage. L'enseigne temporaire est également fortement encadrée, uniquement sous forme de

banderole d'une surface de 2m² maximum, sur clôture à privilégier et interdites si implantée du côté de la Route Bleue afin d'en limiter les impacts. Les périodes d'affichage sont imposées afin de limiter sur l'année ce type d'affichage pouvant avoir un impact sur les paysages des zones.

Hors agglomération

Les enseignes hors agglomération bénéficient aujourd'hui de règles que le RLP en vigueur n'imposait pas. En effet, le RLP reprend les règles globalement strictes de l'agglomération en ZP1. Il s'agit de prévoir un traitement qualitatif et sobre des enseignes situées hors agglomération. Le RLP renforce ces règles par l'interdiction d'enseignes perpendiculaires à la façade.

La commune souhaite se laisser la possibilité de juger au cas par cas l'implantation d'enseigne au sol hors agglomération, car toutes les activités ne sont pas soumises au même contexte. Certaines ont besoin de ces enseignes au sol pour pouvoir être visibles. C'est notamment le cas de la zone d'activités de Léniphen, regroupant historiquement plusieurs entreprises sur un îlot au milieu des marais salants, du Redo ou du Rougestin.

Le secteur du Rougestin situé hors agglomération couvre l'emprise du centre commercial existant, à l'écart de l'agglomération et exclusif de toute habitation. Le caractère spécifique isolé de ce secteur induit des dispositions spécifiques sur les enseignes, de manière à valoriser l'activité existante tout en imposant fortement une insertion paysagère des dispositifs. Le secteur du Redo, en limite de secteurs agglomérés de la commune voisine du Pouliguen, comprend également des activités existantes nécessitant des dispositions particulières en termes d'enseignes, dans un secteur d'intérêt paysager.

En tant que principe de base, les totems sont uniquement autorisés pour les activités hors secteurs protégés (site classé, AVAP, etc.). Ils présentent toutefois un format limité par rapport au RNP (2m de haut pour 0,90m de large maximum). L'ensemble de ces règles sur les

enseignes doivent permettre d'encadrer toutes les enseignes implantées hors agglomération et ainsi faciliter leur intégration dans leur environnement.

2.3. SYNTHÈSE DE COMPARAISON DES PRINCIPALES REGLES AVEC L'ANCIEN RLP EN VIGUEUR

L'ancien RLP proposait des règles globalement strictes et volontaristes en termes d'encadrement publicitaires et des enseignes. Le nouveau RLP a pris compte en grande majorité des principes appliqués depuis plusieurs années sur la commune. Le principe de zonage différencié en fonction du tissu bâti et des enjeux spécifiques est repris. Le cœur historique fait toujours l'objet d'un zonage spécifique, les principaux boulevards et avenues également (ZP2), de même que les zones d'activités tertiaires et commerciales (ZP3 et ZP4). La délimitation des zonages a été revue en fonction du contexte urbain actuel, des documents de planification tels que le PLU, l'AVAP et le PSMV. L'ancien RLP comprenait des zones de publicités autorisées (ZPA) aujourd'hui caduques dans leur forme. Le nouveau RLP a modifié cela pour se conformer au nouveau cadre réglementaire depuis 2012.

Notamment, le traitement des enseignes en ZP1 a été renforcé afin de respecter les enjeux patrimoniaux de ces espaces (règles sur les chevalets, sur les possibilités limitées d'enseignes en façade, etc.).

Le nouveau RLP a renforcé l'objectif de limitation de la publicité sur le secteur du boulevard du général de Gaulle (ZP2d) pour répondre au nouvel enjeu urbain de requalification de cet axe. Le nouveau RLP a également renforcé les règles visant à l'homogénéité de traitement des enseignes au sol en ZP2.

En zones d'activités, le nouveau RLP s'applique à répondre aux demandes exprimées par les commerçants tout en restant dans le cadre d'un objectif d'amélioration paysagère des zones. Il renforce d'une part la réglementation sur les enseignes au sol (format des totems réduit),

d'autre part il permet une plus grande souplesse d'affichage et visibilité pour les commerçants (enseignes temporaires sur banderoles, précédemment interdites dans l'ancien RLP). La publicité numérique est limitée en surface maximale possible et les zones d'implantation autorisées ont été réduites par rapport au précédent RLP.

Les règles d'extinction lumineuses des publicités et enseignes ont été renforcées par rapport à l'ancien RLP qui ne proposait pas de règle spécifique en la matière et par rapport à la nouvelle réglementation nationale.

Enfin, les règles sur les enseignes hors agglomération permettent un traitement encadré et cohérent avec les enseignes en agglomération sur l'ensemble du territoire communal. Le RLP en vigueur renvoyait au RNP sur les secteurs hors agglomération.



even
— CONSEIL —



Guérande