

Révision du

**R**èglement

**L**ocal de

**P**ublicité

**even**  
CONSEIL



**VILLE DE GUÉRANDE**

Note de synthèse



# SOMMAIRE

1.	CONTEXTE DE LA RÉVISION DU RLP.....	4
2.	DIAGNOSTIC ET ENJEUX.....	5
3.	ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLP.....	6
4.	DÉFINITION DES LIMITES D'AGGLOMÉRATIONS.....	6
5.	TRADUCTION RÈGLEMENTAIRE.....	7
5.1.	DÉFINITION DU ZONAGE.....	7
5.2.	LE RÈGLEMENT.....	9

# 1. CONTEXTE DE LA RÉVISION DU RLP

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.

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.

Par délibération du 23 avril 2018, le Conseil Municipal prescrivait la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) en vigueur. En outre, cette délibération fixe les objectifs poursuivis suivants :

- 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.

## 2. DIAGNOSTIC ET ENJEUX

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.

Le diagnostic dresse l'état des lieux et met en lumière les enjeux suivants :

- Une concentration maîtrisée de dispositifs publicitaires sur la commune au regard d'un Règlement Local de Publicité actuel restrictif ;
- La présence importante des enseignes liées aux nombreuses activités économiques, commerciales et artisanales sur la commune ;
- La présence d'une majorité d'enseignes et de dispositifs publicitaires conformes au Règlement National de Publicité et au Règlement Local de Publicité ;
- L'existence d'enseignes et de dispositifs publicitaires non conformes au regard du Règlement National de Publicité et du Règlement Local de Publicité actuel (type de dispositif, surface, nombre, implantation, etc.) ;

- Des secteurs sur la commune aux enjeux distincts :

- Centre-ville historique : concentre d'importants enjeux patrimoniaux et paysagers de la commune, couvert par le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur, espace emblématique de la commune ;
- Les espaces paysagers remarquables (marais salants, zones naturelles) : une nécessité de prise en compte des protections existantes et de l'intérêt paysager qu'ils portent ;
- Entrées de ville et traversées urbaines principales : des secteurs constituant la première image du territoire à l'entrée de l'agglomération, très fréquentés et comportant d'important enjeux paysagers ;
- Bourgs et villages : des centralités dont le caractère est à préserver ;
- Secteurs à vocation économique : des zones concentrant de nombreuses activités notamment économiques et expressives, de forts enjeux d'affichage publicitaire et de visibilité des activités.

## 3. ORIENTATIONS OBJECTIFS DU RLP

Sur la commune de Guérande, en particulier au vu 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.

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.

Ces orientations ont fait l'objet d'un débat en Conseil Municipal le 25 mars 2019.

## ET 4. DÉFINITION DES LIMITES D'AGGLOMÉRATIONS

L'adoption d'un RLP impose la détermination des limites d'agglomération. Le plan et l'arrêté de délimitation des agglomérations du territoire communal sont annexés au dossier de RLP.

Les limites d'agglomérations du territoire ont été définies conformément à la définition du Code de la Route, en s'appuyant sur les panneaux d'entrée de ville, en faisant prévaloir la « réalité physique » comme exigé par le Conseil d'État mais également sur les réflexions menées dans le cadre du PLU récemment approuvé (novembre 2017), concernant notamment les enveloppes urbaines des bourgs, villages et principaux hameaux.

Sur le territoire communal de Guérande sont donc 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 des communes voisines que sont La Baule et Le Pouliguen :
    - o Le secteur de Kerquessaud ;
    - o Le secteur de Beslon / Les Salines ;
    - o Le secteur de l'avenue Claude Monet et Paul Gauguin ;
    - o Le secteur de la Gare du Pouliguen.

## 5. TRADUCTION RÈGLEMENTAIRE

### 5.1. DÉFINITION DU ZONAGE

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, 5 grands types de zones ont été définis.

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

La ZP1 comprend :

##### ZP1a :

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

##### ZP1b :

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

#### 5.1.2. 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)
  - L'avenue de la Brière
- **ZP2b :** Route de Mesquer
- **ZP2c :** Le boulevard du 19 Mars 1962
- **ZP2d :** Le boulevard du Général de Gaulle

#### 5.1.3. ZONE DE PUBLICITE 3 (ZP3) : SECTEURS D'ACTIVITES DE KERBINIOU, BREHADOUR, KERQUESSAUD ET REDO

La ZP3 comprend :

- La zone d'activités de Kerbinou ;
- La zone d'activités de Bréhador ;
- Le secteur d'activités de Kerquessaud ;

- Le secteur Redo (Gare du Pouliguen).

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

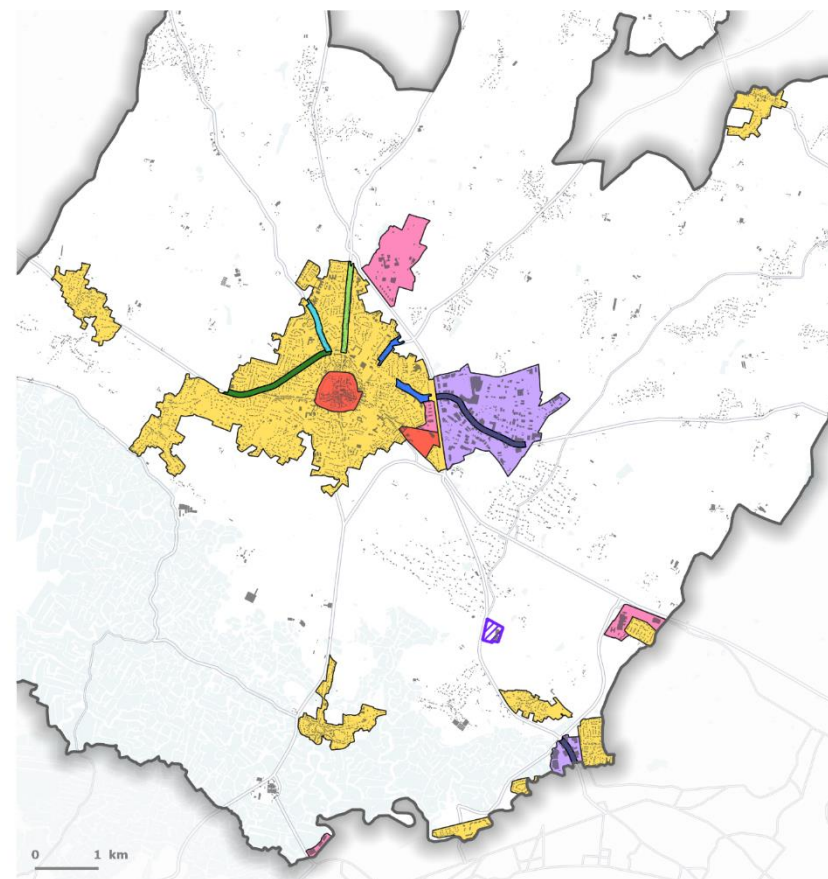
La ZP4 comprend :

- **ZP4a :**
  - 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 ;
  - Le parc d'activités Les Salines, hors abords de la RD 92 ;
- **ZP4b :**
  - Abords de la RD 247 au sein du parc d'activités de Villejames ;
  - Abords de la RD 92 au sein du parc d'activités Les Salines.

#### 5.1.5. PERIMETRE : CENTRE COMMERCIAL SECTEUR DU ROUGESTIN

Le Périmètre comprend l'emprise de l'activité du centre commercial secteur du Rougestin, en bordure de la Route de la Baule. Comportant des activités isolées et ne pouvant être considérées comme en agglomération, le Périmètre est exclusif de toute habitation.

#### Plan de zonage du RLP



##### Légende : Zones de Publicité

##### ZP1

- ZP1a : Secteur Sauvegardé et secteur du petit séminaire
- ZP1b : Secteurs d'agglomération hors ville intra-muros/remparts, hors avenues principales et hors zones d'activités

##### ZP2 : Principales avenues et boulevards

- ZP2a : Avenue Anne de Bretagne, avenue de la Brière
- ZP2b : Route de Mesquer
- ZP2c : Bd du 19 mars 1962
- ZP2d : Bd du général de Gaulle

##### ZP3

- ZP3 : ZA de Kerbiniou, Bréhador, Kerquessaud, Gare du Pouliguen

##### ZP4

- ZP4a : PA de Villejames, Bréhany, Métairie de la Lande, Les Salines
- ZP4b : RD 247 et RD 92

##### Périmètre

- Périmètre : Rougestin



## 5.2. LE RÈGLEMENT

Cette partie synthétise les principales règles retenues dans le règlement.

### 5.2.1. 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.

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

##### 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.

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

##### 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.

## 5.2.2. Principales règles par zone de publicité ou secteurs spécifiques

### Publicités et préenseignes

#### ZP1a

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

#### ZP1b

	Mur	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	Dont numérique
ZP1b	interdit	interdit	Autorisé uniquement hors AVAP : 2m <sup>2</sup> (utile)	Autorisé, uniquement par transparence	interdit

#### ZP2

	Mur	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	Dont numérique
ZP2a Av. Anne de Bretagne, Av. de la Brière	Autorisé (sauf clôture) 8m <sup>2</sup> (utile)	Autorisé 8m <sup>2</sup> (utile)	Autorisé 8m <sup>2</sup> (utile)	Autorisé, uniquement sur mobilier urbain et par transparence	interdit
ZP2b Route de Mesquer	Autorisé (sauf clôture) 8m <sup>2</sup> (utile) Uniquement si orienté pour être vu en sortant de l'agglomération	Autorisé 8m <sup>2</sup> (utile) Uniquement si orienté pour être vu en sortant de l'agglomération	Autorisé 8m <sup>2</sup> (utile)	Autorisé, uniquement sur mobilier urbain et par transparence	interdit
ZP2c Bd 19 mars 1962	Autorisé (sauf clôture) 8m <sup>2</sup> (utile) Uniquement si orienté pour être vu en sortant de l'agglomération	interdit	Autorisé 8m <sup>2</sup> (utile)	Autorisé, uniquement sur mobilier urbain et par transparence	interdit
ZP2d Bd Gén. De Gaulle	interdit	interdit	Autorisé 2m <sup>2</sup> uniquement sur abribus	Autorisé, uniquement sur mobilier urbain et par transparence	interdit

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

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

### ZP4

	Mur	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	Dont numérique
<b>ZP4a</b> Toute la zone sauf abords des axes RD 247 et RD 92	interdit	interdit	<b>Autorisé 8m<sup>2</sup> (utile)</b>	<b>Autorisé, uniquement par transparence</b>	interdit
<b>ZP4b</b> Axes RD 247 et RD 92	<b>Autorisé 8m<sup>2</sup> (utile)</b>	<b>Autorisé 8m<sup>2</sup> (utile)</b>	<b>Autorisé 8m<sup>2</sup> (utile)</b>	<b>Autorisé, uniquement par transparence</b>	interdit

Le RLP souhaite limiter la publicité numérique en l'autorisant uniquement sur le domaine public dans ses parcs d'activités pour des motifs d'ordre paysager. 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.

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.

### Périmètre du Rougestin

	Mur	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	Dont numérique
<b>Périmètre</b>	interdit	interdit	<b>Autorisé, Uniquement abribus – 2m<sup>2</sup> (utile)</b>	<b>Autorisé, uniquement par transparence</b>	interdit

## Hors agglomération

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.

## Enseignes

### ZP1a et ZP1b



### ENSEIGNE PARALLÈLE À LA FAÇADE

#### Densité et nombre

1 seule enseigne par façade :

- En bandeau en priorité
- Ou sur lambrequin de store

#### Interdits :

Numérique, avec face lumineuse, caissons lumineux, enseignes clignotantes,  
Sur toiture, sur terrasses, balcons, auvents, sur banderoles

### ENSEIGNE PERPENDICULAIRE À LA FAÇADE

#### Autorisé :

- 1 enseigne perpendiculaire par voie ouverte à la circulation + 1 enseigne supplémentaire s'il existe des licences
- Surface max : 1/3 m<sup>2</sup>
- Interdits : numérique, avec face lumineuse, enseignes clignotantes

### ENSEIGNES AU SOL

**Interdit sauf pour les hôtels – restaurants et cafés disposant d'un droit de terrasse :**

1 chevalet autorisé : 0,5m<sup>2</sup> max

### ÉLÉMENTS ANNEXES :

#### 1 voire 2 panonceaux

- Surface 0,13m<sup>2</sup>, sur jambage : menu – horaires d'ouvertures
- Matériaux : bois, métal, verre

**Vitrophanie : interdit** (sauf si techniquement le seul support pour l'enseigne, uniquement le nom)

**Tout autre affiche : interdit**

**ENSEIGNE SUR CLÔTURE : interdit**

## 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, excepté concernant les enseignes au sol :

### ENSEIGNES AU SOL

#### Chevalets interdits

#### Autorisé :

- 1 mât au sol  
*Uniquement si l'activité est en retrait de 5m de la voie publique et pas visible depuis cette voie*

## ZP3 et Périmètre du Rougestin



### ENSEIGNE PARALLÈLE À LA FAÇADE

#### Implantation :

- Lettres découpées (sans panneau de fond)

#### Nombre :

1 enseigne par façade et par activité

#### Interdits : numérique, avec face lumineuse

Caissons lumineux, enseignes clignotantes, sur terrasses, balcons, auvents, vitrophanie

### ENSEIGNE PERPENDICULAIRE À LA FAÇADE

Interdites

### ÉLÉMENTS ANNEXES AUTORISÉS :

- 1 panonceau sur jambage,
- 1 logo par entreprise : 0,4 x 0,4m
- 1 enseigne sur lambrequin de store



## ENSEIGNES AU SOL

### Nombre :

1 Totem par entreprise, 2m<sup>2</sup> max (2m de H, 1m de L)

**Interdits :** tout autre support qu'un totem (chevalets, drapeaux, oriflammes, kakémonos, banderoles, etc.)

Dans le périmètre du Rougestin, les enseignes temporaires sont autorisées dans les mêmes conditions qu'en ZP4 (cf. section suivante).

### ZP4



## ENSEIGNE PERPENDICULAIRE À LA FAÇADE

### Interdit

Sauf dans le pôle d'équipement de la Maison de la zone de Bréhany

## ENSEIGNE PARALLÈLE À LA FAÇADE

### Nombre :

1 enseigne par façade portant le nom de l'entreprise

+ 1 enseigne décrivant la ou les activités

+ 1 logo

### Interdits :

En toiture, sur terrasses, balcons, auvents, numérique, avec face lumineuse, sous forme de banderoles, caissons lumineux, enseignes clignotantes

### Dimensions :

RNP (calcul des surfaces d'enseignes cumulées)

- Pour les façades commerciales face à la route bleue : 6m max d'emprise horizontale de l'enseigne

## ENSEIGNES AU SOL

### Nombre :

1 Totem par entreprise (sauf dans le Périmètre)

### Dimensions :

4m de hauteur, 1m de largeur max

(3m de hauteur max en ZAC Bréhany Automobile)

### Interdits :

Chevalets, oriflammes

**Mâts :** uniquement autorisés en ZAC Bréhany Maison et Bréhany Automobile, 1/voie ouverte à circulation à la place du totem

Enseignes temporaires autorisées (promotions, soldes, etc.) : 1 enseigne temporaire par activité (sous forme de banderole) de 2m<sup>2</sup> maximum, à privilégier sur clôture ou mur de clôture, uniquement implantées côté accès du commerce pour les véhicules, autorisées uniquement pendant les mois de Janvier, Février, Septembre et Octobre inclus, installées 1 semaine avant le début de la manifestation ou de l'opération, retirées 1 semaine après la fin.

### Hors agglomération

Le RLP reprend les règles 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 les dispositions suivantes :



#### ENSEIGNE PERPENDICULAIRE À LA FAÇADE

Interdites

#### ENSEIGNES AU SOL

En secteurs protégés (AVAP, sites classés/inscrits) : **totem possible, voire autres formes de dispositifs, autorisés au cas par cas** (notamment en zone d'activités de Léniphen)

Hors secteurs protégés : **1 totem par activité**

Dimensions maximales :

- 2m de haut
- 0,90m de large
- Surface max : 1,80m<sup>2</sup>



even  
— CONSEIL —

