



Ville des Herbiers

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
Rapport de présentation

***RLP approuvé par délibération du Conseil municipal
du 15 décembre 2014***

Service de l'Urbanisme

SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
CHAPITRE I : DIAGNOSTIC	3
1.1. Etat des lieux	3
1.2. Bases réglementaires et éléments du patrimoine	5
1.3. Diagnostic.....	8
CHAPITRE II : OBJECTIFS POURSUIVIS ET ORIENTATIONS	10
2.1. Objectifs poursuivis dans le cadre de l'élaboration du règlement local de publicité	10
2.2. Orientations	10
CHAPITRE III : CONTENU DU REGLEMENT – JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS 11	
3.1. Zonage	11
3.2. Publicités et préenseignes – Dispositions communes.....	12
3.3. Publicités et préenseignes – ZP0	12
3.4. Publicités et préenseignes – ZP1	12
3.5. Publicités et préenseignes – ZP2	13
3.6. Enseignes apposées sur les façades en AVAP.....	13
3.7. Enseignes apposées sur les façades, hors AVAP	14
3.8. Enseignes scellées ou posées au sol	14
3.9. Enseignes sur clôture ou mur de clôture.....	14

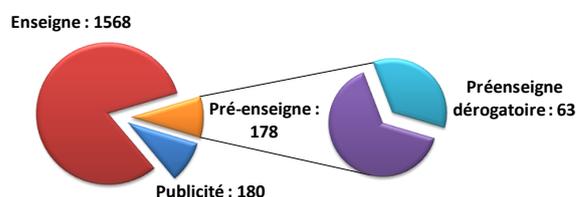
CHAPITRE I : DIAGNOSTIC

1.1. Etat des lieux

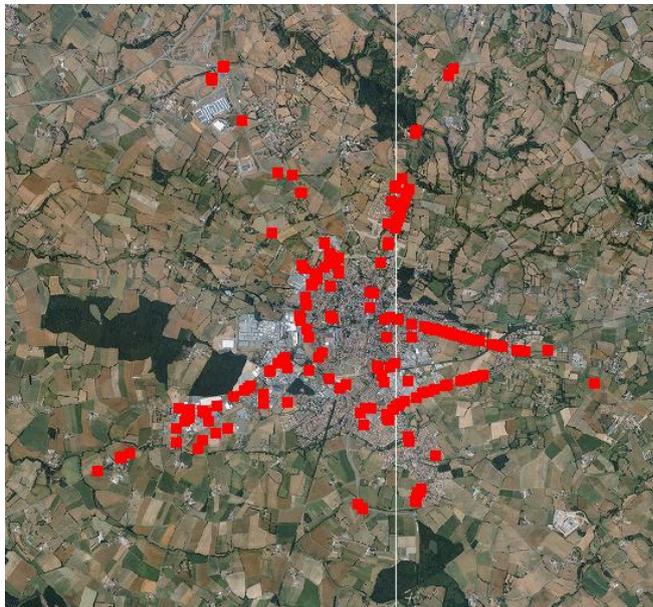
L'état des lieux initial a été réalisé courant 2009, et réactualisé ensuite. L'intégralité des publicités, des préenseignes et des enseignes a été inventorié et a alors fait l'objet d'un diagnostic de conformité par rapport aux règles en vigueur à cette date.

1 926 dispositifs publicitaires ont été recensés, dont :

- Publicités & préenseignes : 20 %
- Enseignes : 80 %



Localisation des publicités et des préenseignes sur la carte de la commune :



■ : publicités et préenseignes

Source : DBOrtho2006 – propriété de l'IGN

Les publicités et préenseignes sont aujourd'hui essentiellement localisées de la manière suivante :

Entrées de ville :

- RD 160, côté Cholet
- RD 160, côté La Roche/Yon, présence long de l'axe, ainsi que dans la zone industrielle de la Buzenière

- RD 755, rue Nationale ; cet axe est très chargé ; on observe sur la cartographie la régularité d'installation des supports
- Les autres entrées (RD 23, RD 755 côté La Gaubretière) sont moins chargées

Axes de liaison :

- RD 755 bis, avenue de l'Aurore ; axe très chargé également, avec une régularité d'installation
- Les boulevards de ceinture sont chargés, en particulier entre l'avenue de l'Europe et l'avenue des Sables

Autres : quelques publicités diffuses (Parc Ekho, centre ville,..)

La présence publicitaire est relativement importante sur la ville, en nombre et en format :

- 200 faces de publicités et de préenseignes sont présentes,
- 90 faces ont une surface de 12 m².

Exemple d'installations :



Rue Nationale, installation de publicités tous les 40 m sur les unités foncières non bâties du côté gauche de la voie en entrant aux Herbiers



Avenue de l'Aurore, installation en campagne (ZPA du RLP en vigueur)



Rue de Clisson : publicité de grand format sur bâti de taille ordinaire



Rue Mgr Massé

La publicité ne met pas en valeur les entrées de ville :



Rte de Pouzauges



Rue Mgr Massé

- ⇒ **D'un point de vue qualitatif, la présence publicitaire (en nombre et en format) est très marquée sur certains axes ; l'interdistance de 40 m associée à une surface de 12 m² conduit à des « couloirs » de panneaux. Cette présence n'est parfois pas en accord avec le caractère « rural » des lieux, elle est disproportionnée.**

Les enseignes :

490 entreprises ou commerces ont été recensées au total. Elles sont principalement localisées en centre ville, et dans les différentes zones d'activités ou centres commerciaux :

Zones d'activités principalement artisanales & industrielles :

- ZI La Buzenière & ZI du Bois Joly (route de la Roche sur Yon),
- ZI de la Guerche (avenue de l'Aurore),
- Parc Ekho (situé hors agglomération, au nord ouest de la commune).

Espaces commerciaux :

- La Tibourgère, avenue de la Maine,
- Les Tonnelles, route de Beaurepaire,
- Zone commerciale liée à Hyper U, avenue de la Maine,
- Zone commerciale liée à Leclerc, avenue des Chauvières,

Les enseignes occupent une surface « importante » : la moyenne pour la surface unitaire d'une enseigne est d'environ 5 m². Cette valeur élevée s'explique par le nombre important des bâtiments industriels et artisanaux de grandes dimensions, supportant des enseignes de grandes dimensions.

57% des enseignes sont de type « à plat sur mur ». On note la présence d'environ 13% d'enseignes scellées au sol, et 12% d'enseignes perpendiculaires (le commerce de centre ville étant assez développé).

- ⇒ **D'un point de vue qualitatif, les enseignes sont globalement bien intégrées dans le paysage. La présence de monuments historiques favorise la recherche de sobriété dans le centre ville. Dans les centres commerciaux, on note une présence assez soutenue d'enseignes scellées au sol.**

1.2. Bases réglementaires et éléments du patrimoine

Population de la ville :

L'agglomération des Herbiers compte environ 15 500 habitants.

En matière de réglementation publicitaire, ce sont donc les règles du Code de l'environnement applicables aux agglomérations de plus de 10 000 habitants qui sont en vigueur ; en particulier, la publicité scellée ou posée au sol peut s'y installer, le format maximal pour les publicités et les préenseignes est de 12 m² ; le format maximal est également de 12 m² pour les enseignes scellées ou posées au sol.

Les normes sur lesquelles s'appuie le diagnostic sont les suivantes :

Code de l'environnement :

L.581-1 à L.581-45 & R.581-1 à R.581-88 (dans sa rédaction antérieure au décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 ; ce décret est applicable depuis le 1^{er} juillet 2012 pour les nouvelles installations, et suivant le délai précisé par l'art. L.581-43 du Code de l'environnement pour les installations existantes et conformes ; ce délai est de 6 ans - soit juillet 2018 – à la rédaction de ce rapport).

Code de la route :

R. 418.1 à R. 418.9, arrêté du 17 janvier 1983, arrêté du 30 août 1977

Accessibilité des personnes :

Décrets n° 2006-1657 et 2006-1658 du 21 décembre 2006

Règlement local de publicité :

Arrêté 97-146 du 15 mai 1997.

La commune est concernée par une zone de publicité autorisée (ZPA) et 10 zones de publicité restreinte (ZPR1 à ZPR10).

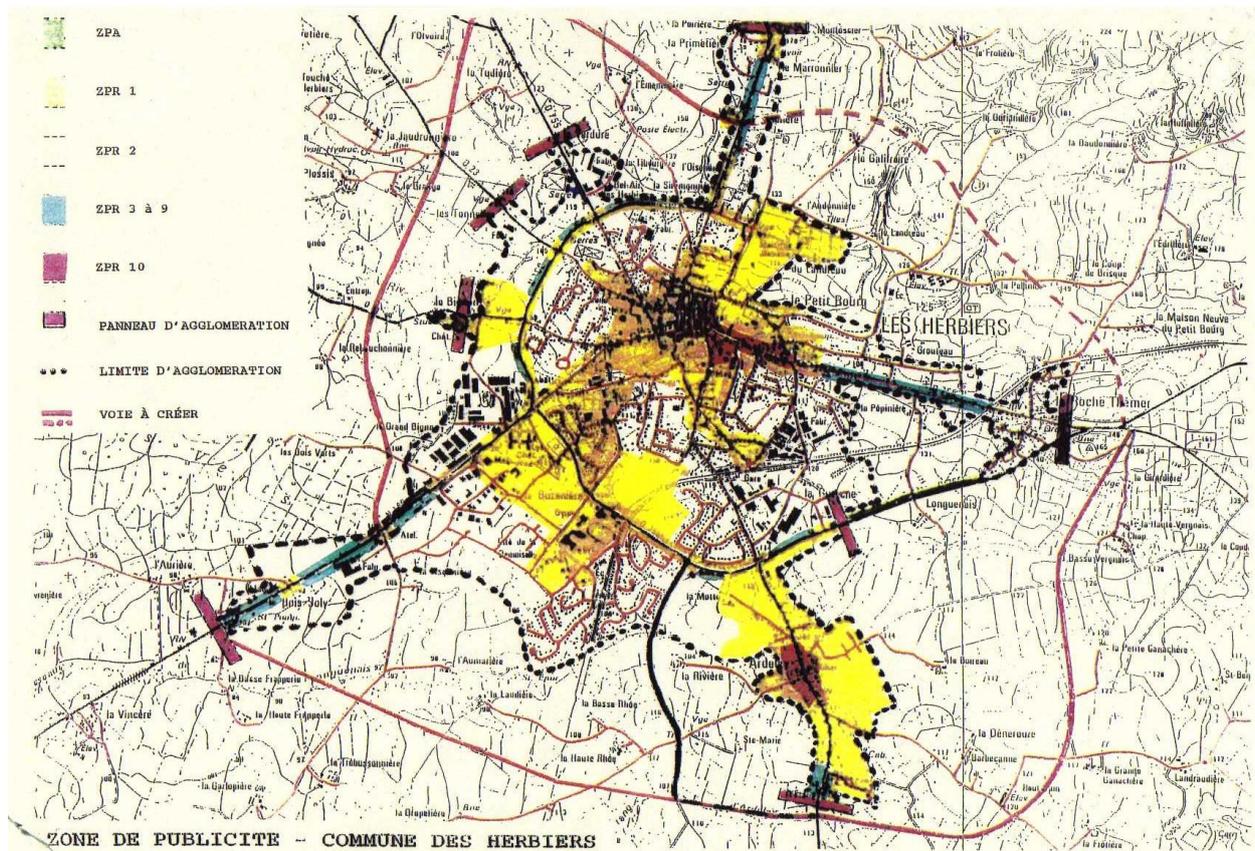
La publicité est complètement interdite en ZPR10 (proximité immédiate des monuments historiques).

La publicité est très limitée en ZPR1 puisqu'elle est interdite, sauf sur le mobilier urbain (zone correspondant au centre ville et à la Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager définie au moment de la rédaction du RLP – ZPPAUP). Dans cette zone, les enseignes scellées au sol ont leur surface limitée à 4 m² et leur densité limitée (1 enseigne possible).

La publicité est également limitée en ZPR2 (zone correspondant aux parties résidentielles, aux zones d'activités industrielles et artisanales) : seules les préenseignes scellées au sol sont admises, la publicité sur support est limitée en surface (12 m²) et en densité (1 par mur). Les enseignes scellées au sol sont également limitées en nombre, en fonction toutefois de la superficie du parking.

En ZPR3 à ZPR9 (axes d'entrées de ville, avenues bordant les centres commerciaux) ou en ZPA : les règles d'implantation des publicités et préenseignes sont plus permissives (12 m², 40 m d'interdistance entre deux supports). Les enseignes scellées au sol sont limitées en nombre (2 par activité). Les intersections majeures sont préservées (interdiction de publicité – limitation de la dimension des enseignes).

Plan de zonage du règlement local en vigueur :



Analyse du règlement local de publicité en vigueur :

Le zonage présente une anomalie ; en effet, la zone de publicité autorisée qui a été instituée avenue de l'Aurore ne se situe pas : « à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans des groupements d'habitations ».

Le zonage du règlement local de publicité est complexe.

Les évolutions de la ville rendent le règlement local de publicité un peu obsolète :

- Modifications de rues servant de références,
- Evolutions des zones d'activités : suppression de zones existantes, création de nouvelles zones,...

L'interprétation du règlement est parfois ambiguë ; on observe quelques manques ou incohérences :

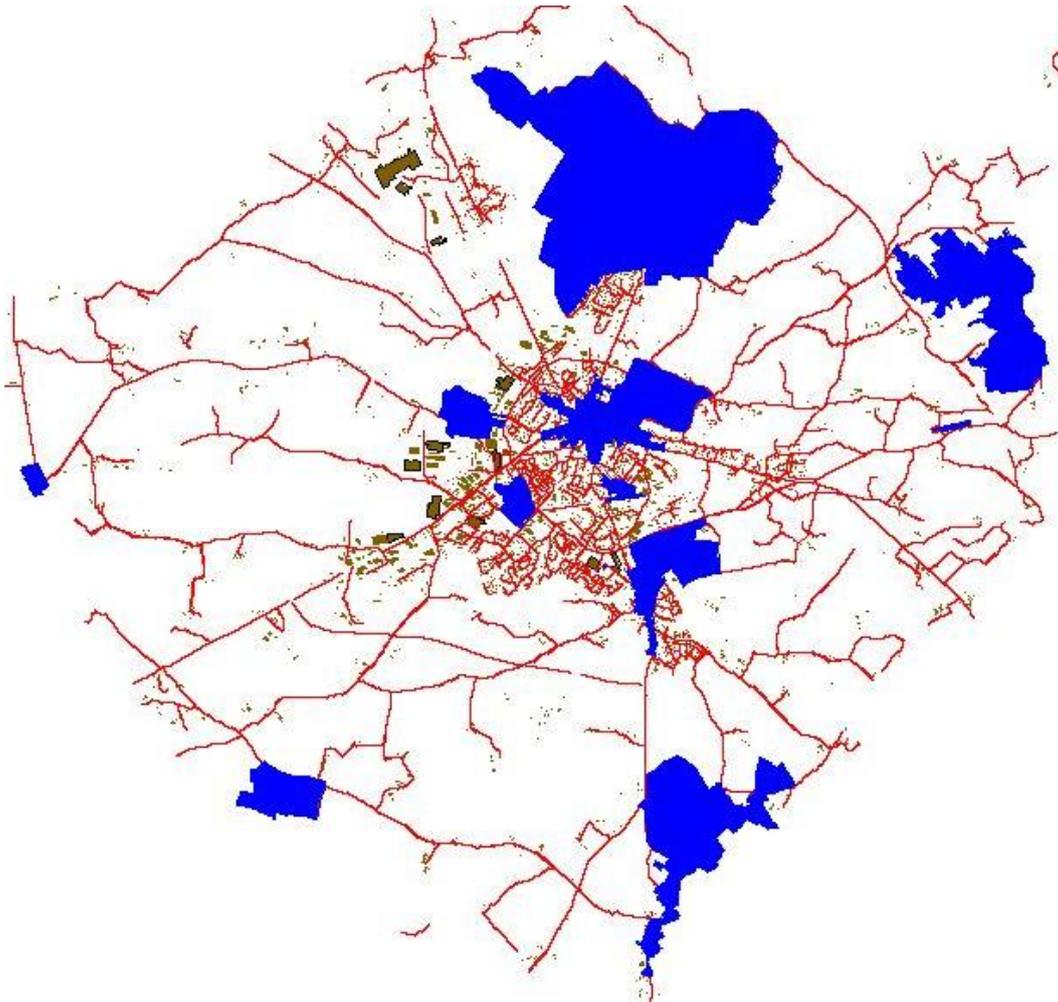
- Interdistances entre publicités et enseignes ; écart de traitement publicité / préenseigne en ZPR2,
- Surface maximale des préenseignes en ZPR2 non précisée,...

Les Herbiers et le patrimoine :

- Présence de monuments historiques en agglomération :
 - ✓ Donjon d'Ardelay
 - ✓ Eglise Saint Pierre
 - ✓ Eglise Notre dame
 - ✓ Centre du Lavoir

- Présence d'Espaces Boisés Classés (EBC) ; ceux-ci sont principalement situés hors agglomération ; le Bois de Dard est un EBC se situant en agglomération (rue Ampère / rue Jean Rostand)
- Présence d'une AVAP (Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine). Celle-ci vient remplacer la ZPPAUP (Zone de Protecteur du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager ; elle a été mise en vigueur par la délibération du 21/03/2014.
- Présence de coulées « vertes », identifiées par le Plan Local d'Urbanisme.

Carte de la commune présentant le périmètre de l'AVAP (zones de couleur bleue) :



1.3. Diagnostic

Publicités et les préenseignes :

Le diagnostic réalisé a mis en évidence un certain nombre de non conformités aux règles nationales et locales :

- Publicité hors agglomération,
- Publicité en zone d'interdiction du règlement local de publicité,
- Publicité installée sur le domaine public sans autorisation,
- Publicité scellée au sol ne respectant pas les limites séparatives de propriété,...

Un certain nombre de ces infractions ont été poursuivies en 2011 & 2012.

Le règlement local de publicité n'est plus en adéquation avec les besoins de la ville :

- Celui-ci est complexe et peut parfois s'avérer ambigu,
- Il n'est plus en phase compte tenu du développement de la ville,
- Les règles d'interdistance et de surface conduisent à une surcharge publicitaire importante sur certains axes,
- La publicité est aujourd'hui admise sur des tronçons non agglomérés,
- Enfin, ce règlement est en désormais en écart avec le Code de l'environnement, compte tenu des nouvelles règles issues du Grenelle II.

Enseignes :

Les infractions concernant les enseignes ne sont pas très nombreuses ; en effet, d'une part, le commerce de centre ville est assez développé (présentant principalement des enseignes de type « à plat sur mur ou « perpendiculaires », peu réglementées) ; d'autre part, les nombreuses activités industrielles ou artisanales sont signalées en règle générale par des enseignes à plat sur mur, peu réglementées.

Les enseignes se situant le plus en écart avec les règles nationales ou locales sont les enseignes scellées au sol :

- ✓ Hauteurs trop importantes (règle nationale),
- ✓ Surfaces trop importantes et/ou nombre d'enseignes trop important dans certaines zones du RLP ou hors agglomération,...

En conclusion de ce diagnostic, on peut dire que la présence publicitaire est importante sur la commune, en nombre et en surface ; les dispositifs s'intègrent parfois mal dans leur environnement (espaces ruraux non bâtis, axes étroits (RD 755 par exemple), habitations de faible hauteur,...) ; la mise en conformité des dispositifs en infraction vis-à-vis des règles nationales et locales, y compris la mise en conformité future vis-à-vis des règles issues du décret du 30 janvier 2012 ne répond pas complètement aux objectifs.

Concernant les enseignes, elles sont installées dans l'ensemble sans exagération, avec une recherche de proportion pour ce qui concerne les enseignes à plat sur mur installées sur les bâtiments industriels. Les enseignes scellées au sol sont dans certains secteurs commerciaux assez nombreuses et assez mal intégrées dans leur environnement (hauteur, surface). Les nouvelles règles issues du Grenelle II apportent une solution en termes de densité.

CHAPITRE II : OBJECTIFS POURSUIVIS ET ORIENTATIONS

2.1. Objectifs poursuivis dans le cadre de l'élaboration du règlement local de publicité

- ✓ La mise en valeur de l'environnement urbain et naturel, de l'image et de l'identité du territoire,
- ✓ Le renforcement de la protection visuelle du cadre de vie,
- ✓ L'obtention d'un règlement local cohérent avec la logique poursuivie par le Grenelle II.

2.2. Orientations

Les orientations générales sont les suivantes :

- ✓ Réduction de l'emprise publicitaire sur la ville,
- ✓ Meilleure intégration des supports dans leur environnement,
- ✓ Mise en avant de la qualité plutôt que de la quantité,
- ✓ Embellissement des entrées de ville,
- ✓ Préservation des espaces naturels, du patrimoine,
- ✓ Elaboration d'un document permettant l'installation des dispositifs qui s'inscrivent dans la démarche de développement urbain durable,
- ✓ Elaboration d'un outil juridique simple, clair et cohérent, intégrant des nouvelles dispositions de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 et de son décret du 30 janvier 2012.

CHAPITRE III : CONTENU DU REGLEMENT – JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS

3.1. Zonage

Trois zones de publicité réglementées sont instituées sur l'ensemble du territoire de l'agglomération. Elles se nomment ZP, pour « Zone de Publicité »

Le plan de zonage est présenté en **annexe 1**.

- ✓ La zone ZP0 correspond au contour de l'AVAP et à certains tronçons situés sur les axes ceinturant le centre ville. Le centre ville fait entre autres partie de cette zone.
La publicité n'est que très ponctuellement présente dans cette zone aujourd'hui, étant donné qu'elle y était interdite par la précédente réglementation locale, dans la logique d'interdiction découlant du Code de l'environnement.
Les enseignes sont assez fortement contrôlées dans cette zone, du fait de la proximité des monuments historiques.
- ✓ La zone ZP1 se compose des différentes parties agglomérées non comprises dans les autres zones (ZP0 ou ZP2) ; il s'agit essentiellement des quartiers résidentiels, de la plupart des zones artisanales et industrielles, ainsi que des parkings des centres commerciaux (ces derniers sont concernés à la fois par la ZP2, pour la frange de parking en limite de voie, et par la ZP1, au-delà, dans la « profondeur » du parking).
La publicité est aujourd'hui peu présente dans cette zone : les préenseignes prédominent, les formats sont très réduits ; dans les parkings des centres commerciaux, les publicités, lorsqu'elles sont présentes, sont de petit format (2 m²). Les enseignes sont en revanche nombreuses.
- ✓ La zone ZP2 se compose des axes d'entrée de ville, ainsi que des tronçons des boulevards ceinturant le centre ville se situant à proximité des centres commerciaux.
La publicité est très présente aujourd'hui dans cette zone, les formats sont grands. Les enseignes sont également présentes, le ratio d'enseignes scellées au sol est plus important que dans les autres zones.

Le zonage, tel qu'il est réalisé permet de répondre aux orientations suivantes :

- Préservation des espaces naturels, du patrimoine ; en effet, la zone ZP0 intègre à la fois l'AVAP, incluant en particulier les monuments historiques, et les espaces naturels et coulées vertes situées le long des avenues ceinturant le centre ville,
- Meilleure intégration des supports dans leur environnement ; en effet, le zonage prend en compte les particularités propre aux lieux qu'il identifie (types d'axes, nature, type et densité du bâti,...), afin de pouvoir mettre en place des règles cohérentes, et progressives en fonction de la zone,

3.2. Publicités et préenseignes – Dispositions communes

Des règles limitent la publicité dans et aux abords des espaces boisés classés ; elles visent à compléter la règle d'interdiction de publicité scellée au sol à l'intérieur d'un espace boisé classé, telle qu'elle découle du Code de l'environnement. Elles répondent à l'orientation de préservation du patrimoine naturel.

Une règle limite la publicité en entrée de ville : elle interdit celle-ci sur une distance de 200 m dès lors qu'elle est visible de l'extérieur de l'agglomération ; elle complète ainsi l'interdiction posée par le Code de l'environnement de visibilité de l'affichage des publicités scellées ou posées au sol à partir d'une voie située hors agglomération. Cette règle répond à l'orientation d'embellissement des entrées de ville.

3.3. Publicités et préenseignes – ZP0

En ZP0, les publicités et les préenseignes ne sont pas admises que de format réduit. Le microaffichage et la publicité sur mobilier urbain sont admis, sous réserve de ne pas se situer à proximité des monuments historiques classés ou inscrits.

Cette règle vise à répondre à l'orientation de préservation des espaces naturels, du patrimoine, en y limitant fortement les formes possibles de publicité et les formats.

La publicité sur mobilier urbain est admise en ZP0, parce que ce mobilier s'intègre facilement dans son environnement et parce qu'il remplit une fonction non publicitaire pouvant être importante dans la zone concernée (affichage d'un plan de ville,...) ; cependant, sa surface est limitée et sa présence interdite à proximité des monuments historiques.

La publicité de type microaffichage est admise en ZP0, de par son format réduit et son intégration sur les baies commerciales. D'autre part, le Code de l'environnement n'envisage pas son interdiction ailleurs qu'en AVAP (pour le contexte des Herbiers : zone d'interdiction relative de publicité issue de l'article L.581-8). A noter que sa présence reste interdite à proximité des monuments historiques.

3.4. Publicités et préenseignes – ZP1

En ZP1, la publicité non lumineuse, installée sur support (mur de bâtiment, mur de clôture,...) ou scellée au sol est fortement limitée en surface (2 m²). La publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence n'est pas admise. La publicité sur mobilier urbain est limitée à 2 m² d'affichage.

Une règle de densité est mise en place, qui limite l'installation à un dispositif par unité foncière, à l'exception d'une unité foncière ayant des côtés bordant plusieurs voies et/ou des parkings des centres commerciaux identifiés, pour lesquels les possibilités d'installation sont fonction du linéaire de façade [**].

En limitant les types d'installations possibles, la surface et la densité, ces règles répondent aux orientations de bonne intégration des supports publicitaires dans leur environnement, de réduction de l'emprise publicitaire, de mise en avant de la qualité plutôt que de la quantité.

Ces règles n'apportent pas de modification très importante par rapport à l'existant, étant donné que la publicité est très peu présente en ZP1 à ce jour, et que les formats sont réduits.

*[**]: le linéaire de façade correspond à la longueur du côté d'une unité foncière bordant une voie ouverte à la circulation publique depuis laquelle le dispositif est vu*

3.5. Publicités et préenseignes – ZP2

En ZP2, la publicité, lumineuse ou non lumineuse, installée sur support ou scellée au sol est fortement limitée en surface (4 m²).

La densité est limitée à un dispositif par unité foncière, sauf pour une unité foncière ayant des côtés bordant plusieurs voies.

La publicité sur mobilier urbain est également limitée en surface à 4 m².

Ces mesures visent à répondre aux orientations de réduction de l'emprise publicitaire, de bonne intégration des supports publicitaires dans leur environnement, de mise en avant de la qualité plutôt que de la quantité.

La situation actuelle est très impactée, qu'il s'agisse du format (cette zone comporte aujourd'hui principalement du format 12 m²) ou de la densité (certaines unités foncières comportent aujourd'hui de nombreuses publicités, installées régulièrement tous les 40 m).

Concernant le format, la volonté de réduire fortement celui-ci s'appuie sur le fait que la largeur de la plupart des axes supportant la publicité est relativement modérée (la distance séparant les deux alignements de la voie publique est en moyenne de 11 m rue Nationale, de 12 m avenue de l'Europe, de 15 m route de Cholet, et de 17.5 m route de la Roche-sur-Yon). La publicité de plus petit format reste donc tout à fait visible / lisible, tout en ayant un impact bien moindre sur son environnement. Les différents axes d'entrée de ville sont traités de la même manière (l'arrivée de l'autoroute ayant renforcé le trafic sur la RD 755 & sur la RD 23).

Le format 4 m² a été choisi dans la logique poursuivie par le Code de l'environnement issu du Grenelle II : en effet, ce format est désormais le format maximum de la publicité dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ; celui-ci devrait donc tendre à se développer. On observe déjà aujourd'hui des campagnes d'affichage s'installant sur plusieurs formats (2m² - 4m² - 8m² ou 12m²) utilisant les mêmes affichages de manière homothétique. Par ailleurs, sur un rayon de 15 km à 20 km autour des Herbiers, correspondant à une partie non négligeable de la zone de chalandise de la ville, les différentes communes comptent moins de 10 000 habitants.

Concernant la densité, l'implantation « régulière » des publicités, tous les 40 m, sur certaines unités foncières aujourd'hui va de toute façon tendre à disparaître, soit que l'implantation est « anormale » aujourd'hui (ZPA avenue de l'Aurore par exemple), soit que les grandes unités foncières vont progressivement être supprimées, en fonction de l'urbanisation prévue (rue Nationale par exemple). Par ailleurs, la densité mise en place dans le règlement local de publicité précédent n'est plus en adéquation avec les règles de densité issues du décret du 30 janvier 2012.

3.6. Enseignes apposées sur les façades en AVAP

Des règles sont instituées pour les enseignes situées en façade dans le périmètre de l'AVAP, en agglomération, ce périmètre étant un sous-ensemble de la ZPO. Ces règles ne concernent pas les

enseignes installées sur les parcelles R1919 & R1920. En effet, ces parcelles se situent en agglomération, rte de Cholet ; des activités hôtelières s'y exercent dans des bâtiments de grandes dimensions, sur lesquels la mise en place d'enseignes peut difficilement répondre aux mêmes exigences que sur des bâtiments commerciaux de taille modeste, en centre ville.

Il s'agit de règles d'implantation des enseignes sur les façades, ainsi que de règles relatives aux enseignes à plat sur mur et aux enseignes perpendiculaires (techniques, dimensions,...). Certaines interdictions sont posées.

Ces règles, tant qualitatives que quantitatives, répondent aux orientations de bonne intégration des supports dans leur environnement, de mise en avant de la qualité plutôt que de la quantité, ainsi que de la préservation des espaces naturels et du patrimoine.

3.7. Enseignes apposées sur les façades, hors AVAP

La règle du Code de l'environnement est adaptée dans le présent règlement ; la logique du ratio d'occupation de la façade est conservée ; la règle est étendue, pour toute la commune, à toutes les natures d'activités.

Des règles additionnelles sont instituées pour le Centre Commercial de La Tibourgère. En effet, il s'agit de traduire dans le règlement les préconisations figurant dans la charte concernant cet ensemble commercial récent, pour lequel une composition d'ensemble particulière a été recherchée depuis sa conception.

Ces règles répondent à l'orientation de bonne intégration des supports publicitaires dans leur environnement, de mise en avant de la qualité plutôt que de la quantité.

3.8. Enseignes scellées ou posées au sol

Ces enseignes sont maintenant très fortement contraintes par le Code de l'environnement, qui prévoit, pour les enseignes de plus de 1 m² de surface unitaire, en particulier :

- Une densité très limitée : une enseigne scellée au sol placée le long de chacune des voies bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée,
- Une surface unitaire maximale de 12 m² en agglomération et 6 m² hors agglomération.

Dans ce présent règlement, la surface est limitée à 6 m² en agglomération, dans la logique de réduction adoptée pour la publicité. La règle ne s'applique toutefois pas aux enseignes indiquant le prix des carburants.

Cette règle vise à répondre aux orientations de réduction de l'emprise publicitaire, ainsi que de bonne intégration des supports publicitaires dans leur environnement.

3.9. Enseignes sur clôture ou mur de clôture

Les enseignes constituées de « bâches » sont interdites sur les clôtures ou les murs de clôtures.

Ces règles répondent à l'orientation de bonne intégration des supports publicitaires dans leur environnement. En effet, les bâches, placées sur clôture ou mur de clôture près de la voie, parfois de façon négligée dans le cadre d'installations sommaires, ont une présence très marquée, qui ne met pas en valeur l'activité signalée et son environnement.