



Département du Pas-de-Calais

# Communauté d'Agglomération des Deux Baies en Montreuillois - CA2BM

## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Tome 1 : rapport de présentation

RLPI prescrit par délibération du conseil communautaire le  
16 juin 2016<sup>1</sup>

RLPI arrêté par délibération du conseil communautaire le  
XX/XX/XXXX

RLPI approuvé par délibération du conseil communautaire le  
XX/XX/XXX



<sup>1</sup> Périmètre d'études élargie le 19 octobre 2019

# Sommaire

Tables des abréviations.....	4
Introduction.....	6
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure .....	11
1. Définitions.....	12
1.1. Le règlement local de publicité .....	12
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement .....	13
1.3. La notion d'agglomération.....	15
1.4. La notion d'unité urbaine .....	16
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire .....	17
2.1. Les interdictions absolues .....	17
2.2. Les interdictions relatives.....	23
3. Les règles applicables au territoire.....	26
3.1. La réglementation locale existante .....	26
3.2. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	34
4. Régime des autorisations et déclarations préalables.....	35
4.1. L'autorisation préalable .....	35
4.2. La déclaration préalable .....	35
5. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	36
6. Les délais de mise en conformité.....	36
II. Les enjeux liés au parc d'affichage .....	37
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes .....	37
1.1. Généralités .....	37
1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol	47
1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture.....	53
1.5 La densité	59
1.6 Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain .....	61
1.7 La publicité sur bâches .....	64
1.8 Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales. ....	66
1.9 Les dispositifs de dimensions exceptionnelles.....	67

1.10 Les dispositifs installés à l’emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération.....	68
1.11 Publicités / préenseignes lumineuses .....	69
2. Les enjeux en matière d’enseignes.....	73
2.1. La réglementation applicable.....	73
• Enseignes sur auvent, marquise ou balcon.....	74
• Enseigne sur clôture.....	75
• Enseignes perpendiculaires au mur .....	75
• La surface cumulée des enseignes .....	76
• Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol .....	77
• Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu .....	81
• Enseignes lumineuses .....	83
• Enseignes et préenseignes temporaires .....	84
2.2. Typologies des enseignes sur le territoire de la CA2BM.....	86
<b>III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>113</b>
1. Les objectifs .....	113
2. Les orientations .....	114
<b>IV. Justification des choix retenus .....</b>	<b>115</b>
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	115
2. Les choix retenus en matière d'enseignes .....	121

## Tables des abréviations

ABF	Architecte des bâtiments de France
AVAP	Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine
CA2BM	Communauté d'Agglomération des 2 Baies en Montreuillois
CCM	Communauté de Communes du Montreuillois
CCMTO	Communauté de Communes Terres et Mer d'Opale
CCOS	Communauté de Communes Opale-Sud
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
EPT	Établissement public territorial
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
MGP	Métropole du Grand Paris
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan local d'urbanisme
PLUi	Plan local d'urbanisme intercommunal
RLP	Règlement local de publicité
RLPi	Règlement local de publicité intercommunal
RNP	Règlement national de publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
SPR	Site patrimonial remarquable
UDAP	Unités départementales de l'architecture et du patrimoine

ZAC	Zone d'aménagement concerté
ZP	Zone de publicité
ZPPAUP	Zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager

## Introduction

Le territoire de la Communauté d'Agglomération est intégralement situé dans le département du Pas-de-Calais. Il regroupe 46 communes et 66594 habitants<sup>2</sup>.

<b>Communes</b>	<b>Nombre d'habitants</b>
Airon Notre-Dame	218
Airon Saint-Vaast	185
Attin	730
Beaumerie Saint-Martin	393
Berck-sur-Mer	14 368
Bernieulles	185
Beutin	467
Bréxent-Enocq	688
Camiers	2 685
Campigneulles-les-Petites	551
Campigneulles-les-Grandes	292
Colline-Beaumont	137
Conchil-le-Temple	1 132
Cormont	327
Cucq	5 120
Ecuire	739
Estrée	289
Estréelles	357
Etaples	11 034
Frencq	827
Groffliers	1 492
Hubersent	266

---

<sup>2</sup> Données démographiques issues du recensement 2016 de l'INSEE (population totale)

Inxent	163
La Calotterie	646
La Madelaine-sous-Montreuil	163
Lefaux	240
Lépine	266
Le Touquet-Paris-Plage	4 244
Longvilliers	250
Maresville	101
Merlimont	3 300
Montcavrel	420
Montreuil	2 075
Nempont-Saint-Firmin	193
Neuville-sous-Montreuil	655
Rang-du-Fliers	4 118
Recques-sur-Course	284
Saint-Aubin	262
Saint-Josse	1 148
Sorris	805
Tigny-Noyelle	173
Tubersent	498
Verton	2 408
Waben	430
Wailly-Beaucamp	1 015
Widehem	245
<b>TOTAL</b>	<b>66 594</b>

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression<sup>3</sup>, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

Au regard des enjeux fondamentaux dans ses matières, le législateur a entendu créer ainsi un régime particulier et dérogatoire d'encadrement de l'activité publicitaire lorsqu'elle est exercée par le biais d'enseignes ou de préenseignes ; ce choix particulier s'opère par le biais d'un régime de police administrative spéciale

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre législatif qui garantit la liberté d'expression constitutionnelle. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012<sup>4</sup> ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982<sup>5</sup>, afin de transformer les Règlements Locaux de Publicité (RLP), en de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

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

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

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

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;

---

<sup>3</sup> L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

<sup>4</sup> Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

<sup>5</sup> Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

- L'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- La réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- La précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de tailles et de fonctionnement ;
- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 14 juillet 2022<sup>6</sup>.

Au sein du territoire de la communauté d'Agglomération des Deux Baies en Montreuillois, seule une commune possède un règlement local de publicité approuvé le 14 octobre 2010 : il s'agit de la commune d'Etaples.

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

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU(i) qui est également compétente pour la révision du RLP(i)<sup>7</sup>.

En outre, l'article L.581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré normalement à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La communauté d'Agglomération des Deux Baies en Montreuillois dispose de la compétence en matière de PLU(i)<sup>8</sup>. En conséquence, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient, le Règlement Local de Publicité est donc intercommunal (RLPi).

---

<sup>6</sup> Article L581-14-3 du code de l'environnement

<sup>7</sup> Article L 581-14 du Code de l'environnement

<sup>8</sup> Article L.5219-5 I. du code général des collectivités territoriales.

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

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité concernée (intercommunalité ou commune) en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **Les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci ce qui leur confère la même force juridique. Les limites de l'agglomération, fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité afin de permettre une meilleure coordination entre le champ d'application des différentes législations.

Le présent document constitue ainsi le « *rapport de présentation* » de ce RLP(i) et élabore en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

## **I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure**

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

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

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

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

En présence d'un RLP(i), le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des Communes concernées par le RLP(i)<sup>9</sup>. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP(i). C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU(i)<sup>10</sup>.

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

---

<sup>9</sup> Article L.581-14-2 du code de l'environnement.

<sup>10</sup> Article L 621-30 du code du patrimoine

d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et, de sa situation dans une agglomération.

## **1. Définitions**

### 1.1. Le règlement local de publicité

Le RLP ou RLPi est un acte réglementaire, opposable à tous, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité et de le suppléer ou de le compléter, le cas échéant, aux spécificités du territoire.

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

Le RLP(i) comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles nationales.

Le code de l'environnement et le règlement national de publicité constituent en effet des règles nationales qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, cette dernière ne peut normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales<sup>11</sup>.

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

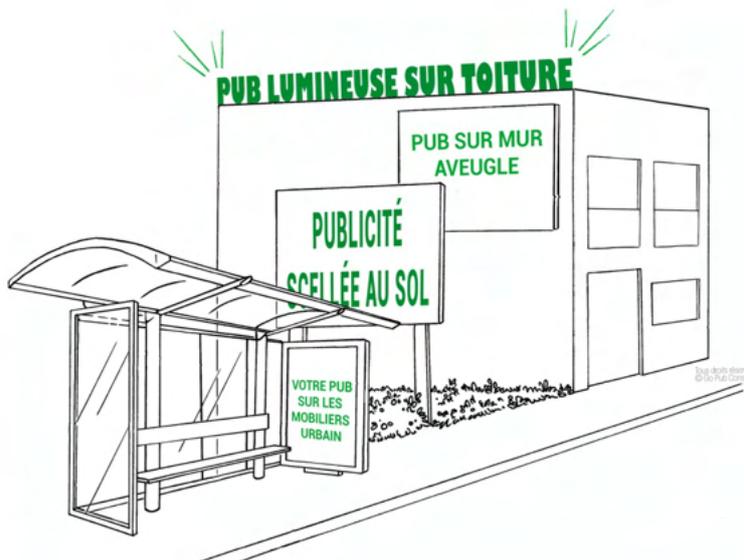
Le RLP(i) approuvé est annexé au PLU(i) afin de garantir son accessibilité dans un but de sécurité juridique.

---

<sup>11</sup> CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains.

## 1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

Constitue **une publicité**<sup>12</sup>, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.



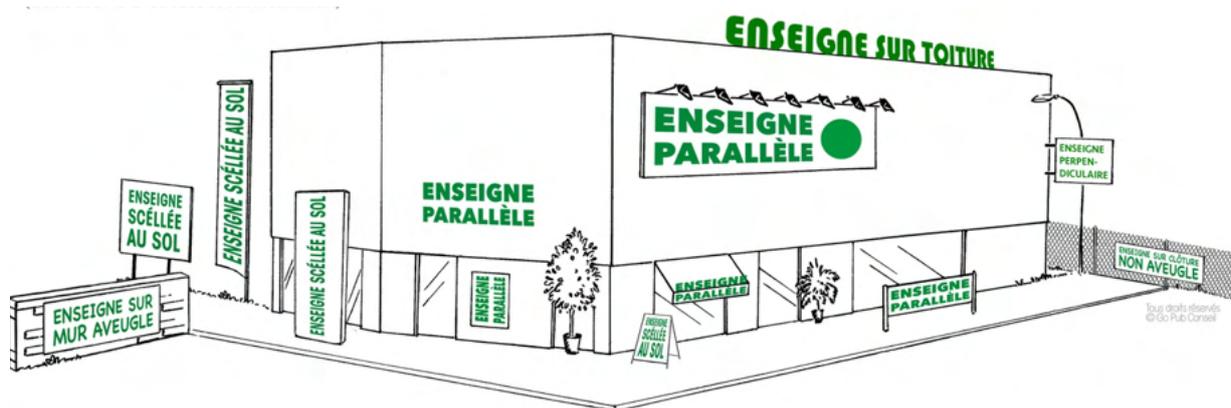
En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter des inscriptions, formes ou images publicitaires, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que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

Toutefois, ne constituent pas des publicités, les inscriptions, formes ou images régies par des dispositions spécifiques dont les panneaux de signalisation routière, ferroviaire, aérienne, fluviales ou maritime, les panneaux et marques à caractère réglementaire ou obligatoire (affichage en matière d'urbanisme par exemple).

Constitue **une enseigne**<sup>13</sup> toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

<sup>12</sup> Article L581-3-1° du code de l'environnement

<sup>13</sup> Article L581-3-2° du code de l'environnement



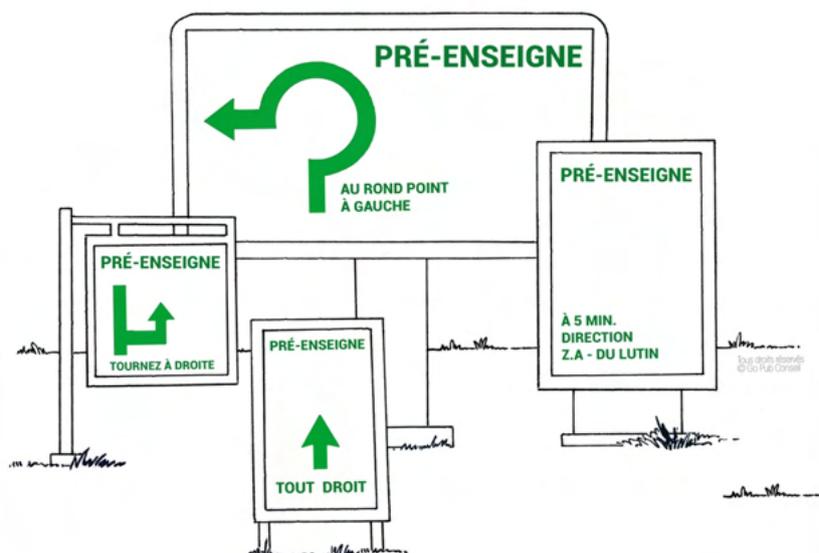
Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

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

Ne seront cependant jamais considérés comme des enseignes, les éléments régis par des législations spécifiques ayant un caractère obligatoire ou protégé (inscriptions intégrées à une protection au titre des monuments historiques par exemple).

Il est précisé que le RLP(i) régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue **une préenseigne**<sup>14</sup> toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



<sup>14</sup> Article L581-3-3° du code de l'environnement

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

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

**La notion de surface unitaire du dispositif** mentionnée dans les articles du code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse<sup>15</sup> ou non<sup>16</sup> apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

### 1.3. La notion d'agglomération

« *La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les affiches, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route* »<sup>17</sup>. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations en particulier les notions de « *partie actuellement urbanisée* » ou de « *zone urbanisée* » au sens du code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « *espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* », conformément à l'article R.110-2 du code de la route.

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

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

Aux termes de l'article L 581-7 du code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière<sup>20</sup>, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places<sup>21</sup>. Elles peuvent aussi être autorisées par le RLP(i) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute

---

<sup>15</sup> CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

<sup>16</sup> CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

<sup>17</sup> Article L581-7 du code de l'environnement

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

<sup>19</sup> Article R581-78 al. 2 du code de l'environnement

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

<sup>21</sup> Article L581-3-3° du code de l'environnement

habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

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

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

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

#### 1.4. La notion d'unité urbaine

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

On appelle, au sens de l'INSEE, une unité urbaine, une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La communauté d'agglomération compte 3 unités urbaines remplissant ces critères statistiques (unités urbaines de Berck, Montreuil et Camiers). Celles-ci comptent moins de 100 000 habitants. L'application des règles en matière de publicité intégrera cette typologie.

## 2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

### 2.1. Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L.581-4 du code de l'environnement :

*I. - Toute publicité est interdite :*

*1° Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*

*2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*

*3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*

*4° Sur les arbres.*

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

En l'espèce, le Territoire de l'Agglomération des Deux Baies en Montreuillois est concerné par l'interdiction absolue de publicité sur 49 édifices, (4 classés et 45 inscrits).

COMMUNE	CODE	NOM DU MH	STATUT DU MH
Airon Saint-Vaast	016MI01	Château d'Airon	Inscrit
Attin	044MI01	Ferme de l'Abbiette	Inscrit
Berck	108MI02	Eglise Notre Dame des Sables	Inscrit
	108MI01	Eglise Saint-Jean Baptiste	Inscrit
	108MI003	Hôpital Cazin-Perrochaud	Inscrit
Conchil-le-Temple	233MI01	Château du Pas d'Authie et son parc	Inscrit
Ecuires	289MI01	Eglise Saint-Vaast	Inscrit
Etaples	318MI01	Hôtel Souquet-Marteau	Inscrit
Etaples	318MC02	Bateau de pêche dit Charles de Foucauld	Classé
Frencq	354MI01	Château de Rosamel	Inscrit
Groffliers	390MI01	Eglise Saint-Martin	Inscrit
Longvilliers	527MC01	Eglise Saint-Nicolas	Classé
	527MI01	Ferme de Longveroye	Inscrit
Montcavrel	585MI01	Eglise Saint-Quentin	Inscrit
Montreuil S/Mer	588PI01	Zone 07	Inscrit
	588MI06	Remparts ouest	Inscrit
	588MI05	Hôtel-Dieu	Inscrit
	588MI08	Maisons adossées aux anciens remparts	Inscrit
	588MI03	Orphelinat	Inscrit
	588MC02	Eglise Saint-Saulve	Inscrit
	588MI02	Ancienne Eglise Saint-Wulphy	Inscrit

	588MI04	Eglise Sainte-Austreberthe	Inscrit
	588MI01	Ancien hôtel du Maréchal d'Acary-de-la-Rivié	Inscrit
	588MI07	Hôtel de France	Inscrit
	588MC01	Maison à pan de bois	Classé
Le Touquet	826IN07	Zone 15 - La Rafale + Pointe du Touquet	Inscrit
	826IN01	Villa Le Castel	Inscrit
	826IN01	Villa La Closerie	Inscrit
	826IN01	Hotel de ville	Classé
	826IN01	Villa Saint-Augustin, Thalassa, Phébus	Inscrit
	826IN01	Villa Karidja ou Glenwood	Inscrit
	826IN09	Villa Pretty Cottage, anciennement Scarabée	Inscrit
	826IN01	Hôtel des Postes	Inscrit
	826IN01	Villa les Mutins	Inscrit
	826IN01	Villa Pomme d'Api	Inscrit
	826IN01	Villa la Wallone	Inscrit
	826IN07	Villa Nirvana	Inscrit
	826IN07	Villa sous les pins, anciennement Gigi	Inscrit
	826IN02	Tribunes de l'hippodrome de la Canche	Inscrit
	826IN02	Tribunes de l'hippodrome de la Canche	Inscrit
	826IN01	Villa Bic en coin	Inscrit
	826IN01	Marché couvert	Inscrit
	826IN01	Villa le Quart d'Heure	Inscrit
	826MIN07	Zone 16 - villa Alexandre	Inscrit
	Neuville-sous-Montreuil	610MI01	Chartreuse Notre Dame des Prés
Recques-sur-Course	698MI01	Château de Recq	Inscrit
	698MI01	Château de Recq	Inscrit
	698MI01	Château de Recq	Inscrit
	698MI01	Château de Recq	Inscrit
<b>UN TOTAL DE 49 MH RECENSES (45 INSCRITS ET 4 CLASSES), principalement sur les communes du Touquet et de Montreuil s/ Mer.</b>			

L'interdiction absolue de publicité s'applique également sur les arbres, les monuments naturels et dans les sites classés. En l'espèce :

- Site de la Pointe du Touquet - zone 13 (code : 826SC01), commune du Touquet-Paris-Plage,
- Eglise Saint-Nicolas et Ruines du château (code : 527IN01), commune de Longvilliers,
- Zone 3/1, commune de Montreuil-sur-Mer (code : 588IN31),



Site n°1 « zone 13 – Pointe du Touquet » © Biotope



Citadelle de Montreuil-sur-Mer dans le site classé « Zone 3/1 » (site n°7) © Biotope

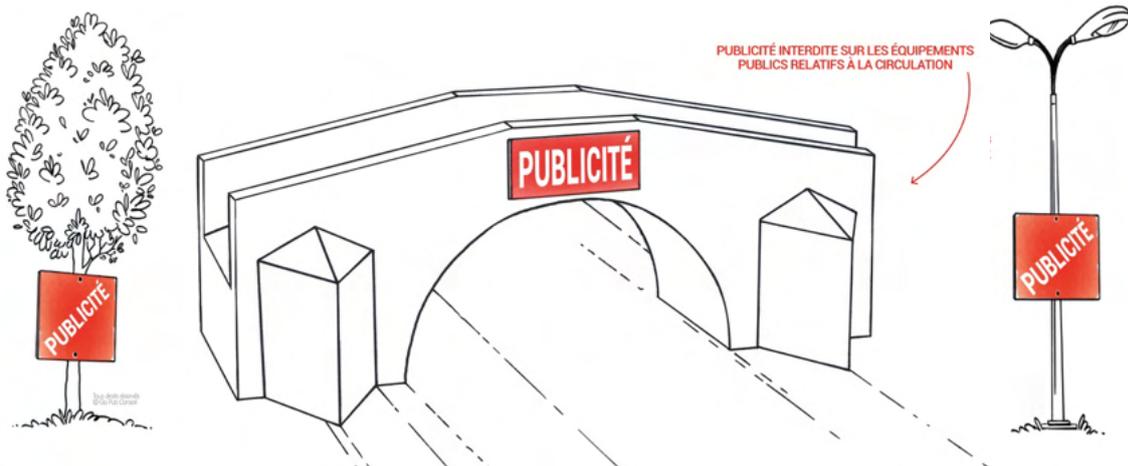


Ruines du Château - Longvilliers

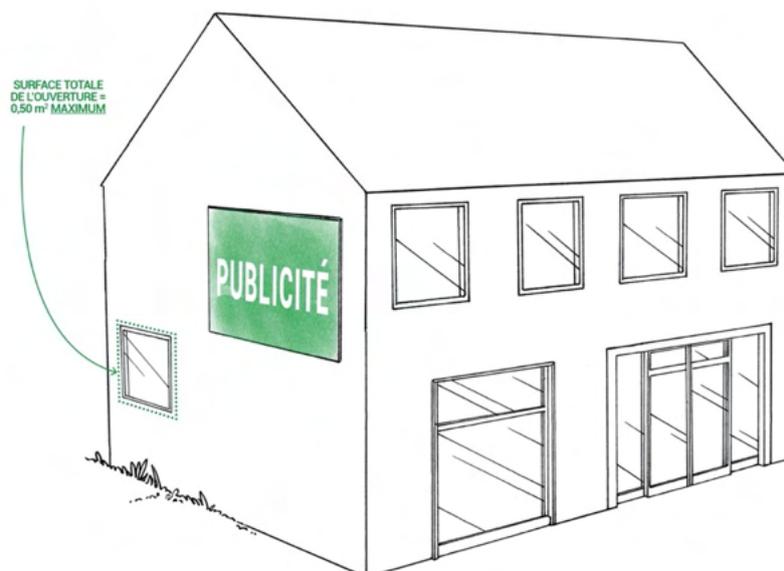
La partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions<sup>22</sup>.

Ainsi, la publicité est également interdite :

1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



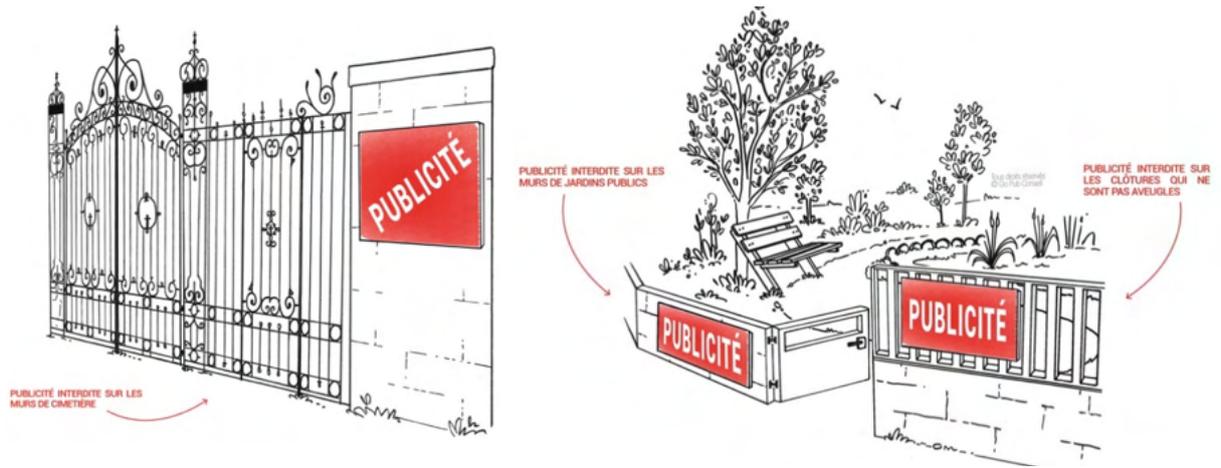
2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

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

#### 4° Sur les murs de cimetière et de jardin public.





## 2.2. Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP(i)<sup>23</sup>.

Ces interdictions relatives concernent :

- 1° Les abords des monuments historiques mentionnées à l'article L.621-30 du code du patrimoine ;*
- 2° Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code ;*
- 3° Les parcs naturels régionaux ;*
- 4° Les sites inscrits ;*
- 5° Les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 du code de l'environnement ;*
- 6° (abrogé)*
- 7° L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
- 8° Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du code de l'environnement.*

Le territoire des Deux Baies en Montreuillois est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci* »<sup>24</sup>

« *La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé* »<sup>25</sup>

En l'espèce, cette protection s'applique à la liste de monuments classés et inscrits énumérés ci-avant.

L'interdiction relative de publicité s'applique également dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables<sup>26</sup>, en l'espèce le Site Patrimonial Remarquable de la commune de Berck sur-Mer (SPR - mis en place le 04 Novembre 2016), le SPR du Touquet (mis en place le 12 décembre 2016) et la ZPPAUP d'Etaples. Depuis la loi dite « LCAP » de 2016, les aires de valorisation de l'architecture et du patrimoine (AVAP), les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et les secteurs sauvegardés sont regroupés sous l'appellation de « *Sites Patrimoniaux Remarquables* ».

---

<sup>23</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement.

<sup>24</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine.

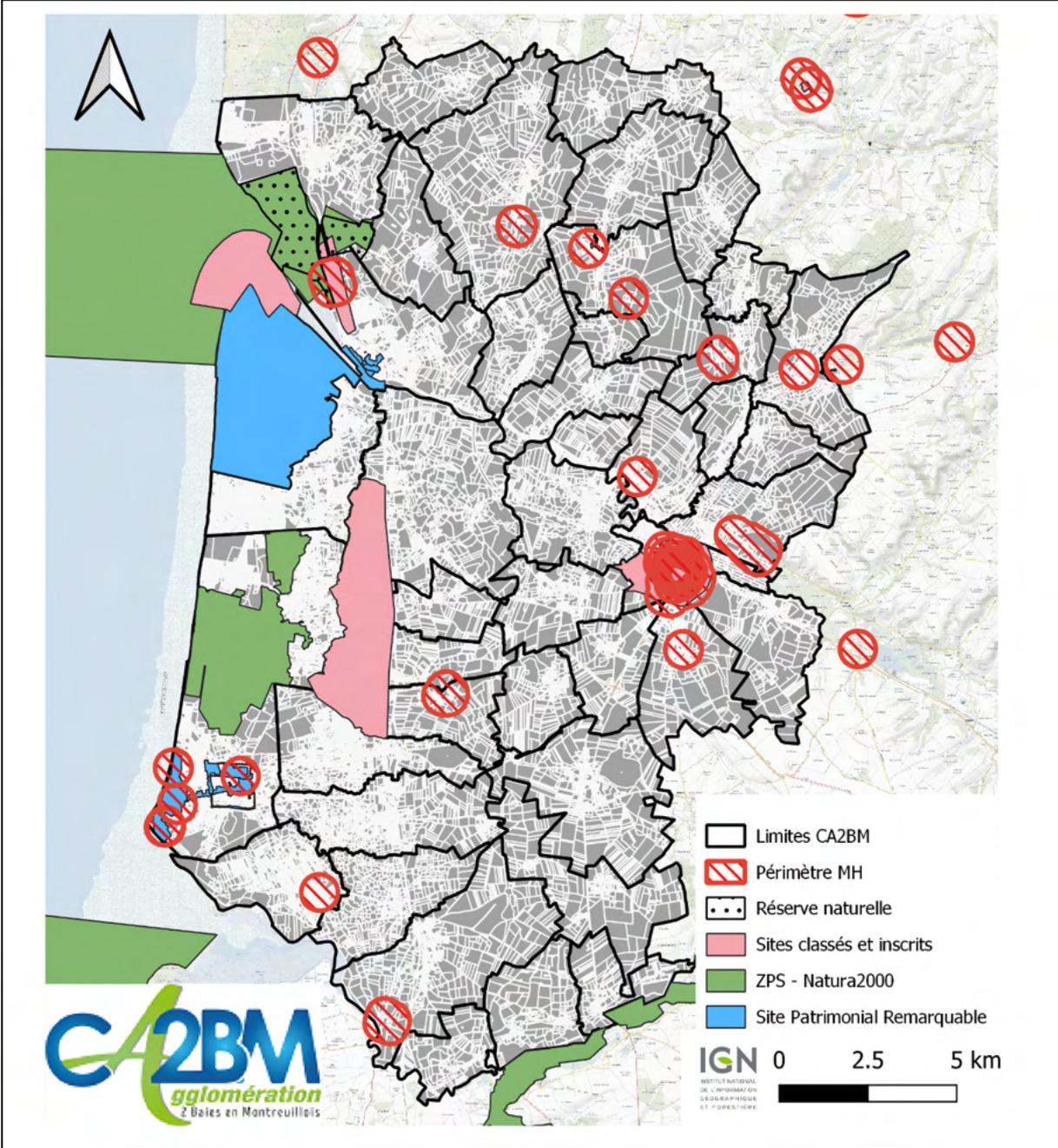
<sup>25</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine.

<sup>26</sup> Article L.631-1 du code du patrimoine.

L'interdiction relative de publicité s'applique également dans les sites inscrits. En l'espèce :

- La route touristique n°940 (code : 318SI01), commune d'Etaples-sur-Mer,
- Le Marais dits de Balançon (code 571SI01), commune de Merlimont,
- Le Marais dits de Balançon (code : 571SI01), commune de Merlimont,
- Le Marais dits de Balançon (code : 571SI01), commune de Merlimont,
- Zone 03 (code : 588IN03), commune de Montreuil-sur-Mer,
- Zone 04 (code : 588IN04), commune de Montreuil-sur-Mer,
- Zone 05 (code : 588IN05), commune de Montreuil-sur-Mer,
- Zone 01 (code : 588IN01), commune de Montreuil-sur-Mer,
- Zone 02 (code : 588IN02), commune de Montreuil-sur-Mer,
- Zone 4/1 (code : 588IN41), commune de Montreuil-sur-Mer,
- Zone 05 (code : 588IN05), commune de Montreuil-sur-Mer,

La cartographie ci-après représentent l'ensemble des territoires où s'appliquent les interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de l'agglomération.



### 3. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur le territoire intercommunal sont celles définies pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ainsi que pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants (uniquement pour les communes d'Etaples-sur-Mer et de Berck-sur-Mer qui compte plus de 10 000 habitants).

#### 3.1. La réglementation locale existante

Il convient de rappeler qu'à ce jour, une seule commune de la Communauté d'Agglomération des Deux Baies en Montreuillois dispose d'un Règlement Local de Publicité. Il s'agit de la ville d'Etaples-sur-Mer qui dispose d'un RLP approuvé le 18 novembre 2010. Il s'agit donc d'un RLP(i) dit de « *1ère génération* », adopté sous la période transitoire (entre la réglementation de 1979 et celle de 2010). A ce titre, même si ces prescriptions sont plus permissives que la réglementation nationale, le RLP ne sera pas frappé de caducité en juillet 2022<sup>27</sup>. Les compétences d'instruction et de police, dévolues à la commune, pourront être maintenues par la ville durant toute la durée de l'élaboration du RLP(i), y compris après juillet 2022 (si le RLP(i) n'est pas approuvé d'ici là), sans transfert au Préfet.

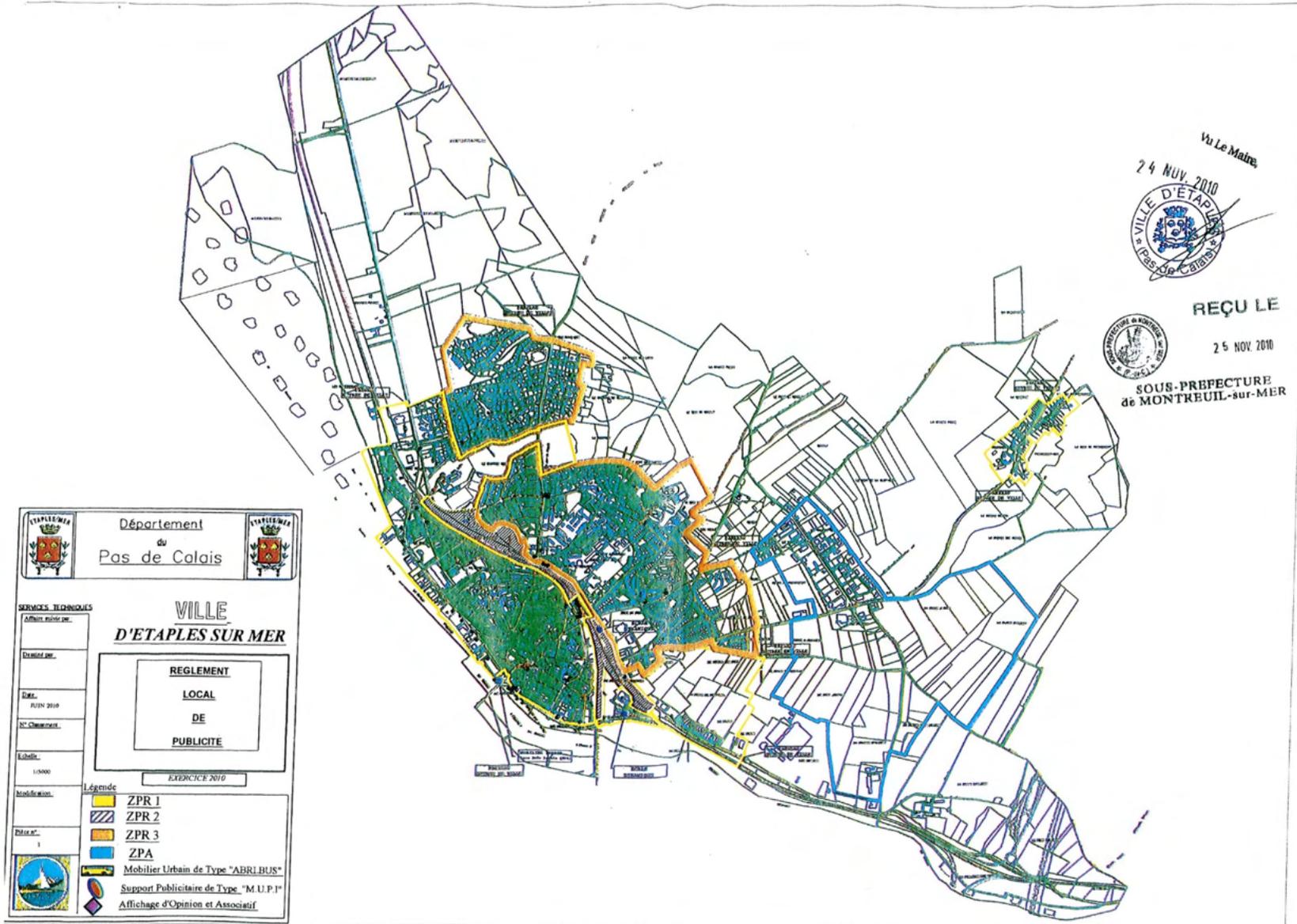
Le RLP de 2010 institue 3 zones de publicité restreintes (ZPR1 à ZPR3) et une zone de publicité autorisée sur le territoire d'Etaples-sur-Mer :

- **ZPR1** : Elle couvre le secteur compris entre le fleuve côtier la Canche et les voies SNCF Boulogne / Rang-du-Fliers. Il s'agit du cœur historique d'Etaples (en jaune sur le plan) ;
- **ZPR2** : Elle couvre les voies ferrées de l'axe Boulogne / Rang-du-Fliers et la gare d'Etaples/Le Touquet (hachuré en violet sur le plan) ;
- **ZPR3** : Elle couvre le Nord-Est du territoire. Il s'agit principalement de secteurs d'habitat récemment créés depuis les voies ferrées et gagnés sur les terres agricoles (en orange sur le plan) ;
- **ZPA** : Elle couvre, au Sud-Est du territoire, la zone industrielle du Valigot, la zone artisanale et la future zone d'activités économiques du Valigot (en bleu sur le plan).

Voir plan ci-après.

---

<sup>27</sup> Article L581-14-3 du code de l'environnement modifié par la loi n°2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique.



 Département du Pas de Calais	
<b>VILLE</b> <b>D'ETAPLES SUR MER</b>	
<b>REGLEMENT</b> <b>LOCAL</b> <b>DE</b> <b>PUBLICITE</b>	
EXERCICE 2010	
SERVICES TECHNIQUES Affaire n° 10101	<b>Légende</b>  ZPR 1  ZPR 2  ZPR 3  ZPA  Mobilier Urbain de Type "ABRI.BUS"  Support Publicitaire de Type "M.U.P.I."  Affichage d'Opinion et Associatif
Date: JUIN 2010 N° Chiffre: 1 Echelle: 1:5000 Modification: Date n°: 1	

Vu Le Maire  
24 NOV 2010  
  
 REÇU LE  
 25 NOV 2010  
  
 SOUS-PREFECTURE  
 de MONTREUIL-sur-MER

Dans un premier temps, le RLP d'Étaples sur Mer rappelle les définitions des publicités, enseignes et préenseignes ainsi que certaines dispositions du Code de l'environnement. Le RLP rappelle l'interdiction de publicité dans la ZPPAUP, sur le monument historiques inscrit situé place du Général de Gaulle et dans le site inscrit « *Route touristique n°940* ».

Le RLP impose également que les publicités et préenseignes doivent respecter les règles suivantes :

- Les éléments de structure ne doivent pas être constitués de matériaux bruts et/ou sans finition ;
- Le dos des panneaux à simple face doit être habillés et peints ;
- L'encadrement ne doit pas excéder 0,20m ;
- Les dispositifs apposés sur mur devront respecter une marge minimale de 0,25m par rapport aux limites du mur ;
- Seuls 2 emplacements pourront recevoir un écran dynamique, en ZPR1 et en ZPR2.

L'ensemble de ces règles à vocation à garantir une meilleure intégration des dispositifs publicitaires et des préenseignes dans leur environnement pour limiter leur impact sur le cadre de vie.

En matière d'enseignes, le RLP rappelle la procédure d'autorisation, compte tenu de la présence de la ZPPAUP, du monument historique et du site inscrit (l'avis de l'ABF est exigé). Elle rappelle que l'enseigne doit être supprimée, dans les 3 mois, en cas de cessation d'activité.

En matière d'entretien, le RLP impose que l'enseigne soit réalisée avec des matériaux durables et qu'elle soit maintenue en bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement. Par ailleurs le RLP invite à ce que les enseignes participent de façon esthétique à l'animation de la rue. Les enseignes figuratives et les logos sont donc souhaités. Les enseignes ne doivent pas modifier la perception des lignes principales de l'architecture des rythmes de la façade, de la lecture des éléments de décor.

Enfin, le RLP expose que « *Toutes créations et originalités sont vivement encouragées : il peut être dérogé à l'ensemble des règles définies, ci-après, lorsque les enseignes font partie d'un traitement global de la façade, traitement soumis à autorisation du Maire, et sous réserve de l'avis de l'architecte des bâtiments de France dans les zones classées et espace protégées* ».

Les règles générales du RLP en matière d'enseignes, relèvent de la subjectivité. Dans un document à caractère réglementaire comme le RLP, il convient d'être le plus objectif possible pour garantir une égalité de traitement entre les assujettis à cette réglementation. Malgré tout, ces règles traduisent une volonté d'avoir des enseignes qualitatives, bien intégrées au bâtiment qui les supportent

Dans les tableaux synthétiques qui suivent, l'ensemble des règles applicables dans le cadre du RLP d'Étaples est consigné :

Synthèse des règles applicables aux publicités et préenseignes par zones :

	ZPR1 (Quartiers historiques)	ZPR2 (voies ferrées et gare SNCF)	ZPR3 (secteurs résidentiels)
<b>Interdiction</b>	Toute publicité sauf celle sur palissade de chantier, le mobilier urbain, la microsignalétique, un dispositif dynamique et un dispositif scellé au sol de 12m <sup>2</sup> .	Toute publicité sauf celle sur palissade de chantier et un dispositif dynamique.	
<b>Publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu</b>	Interdite		Non précisé dans le RLP – Règles nationales
<b>Publicité sur mur</b>	Interdite		8m <sup>2</sup> / 6m de hauteur au sol Implantation à 50 cm du sol
<b>Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol</b>	1 seul dispositif de 12m <sup>2</sup> autorisé. Installation à proximité du giratoire du Pont Rose	Interdite	
<b>Densité</b>			<p><u>Pour la publicité sur mur</u> 1 dispositif par unité foncière interdistance de 100m entre implantations</p> <p><u>Pour la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol</u> Interdistance de 100m entre dispositifs.</p>
<b>Publicité sur palissade de chantier</b>	2m <sup>2</sup> / 3m de hauteur au sol Interdistance de 50m entre 2 panneaux	8m <sup>2</sup> Interdistance de 100m entre 2 panneaux	2m <sup>2</sup> / 3m de hauteur au sol Interdistance de 50m entre panneaux
<b>Publicité sur mobilier urbain</b>	2m <sup>2</sup> uniquement sur les 2 abris-vus de la zone ou sur les « <i>sucettes</i> »	Interdite	
<b>Publicité lumineuse</b>	1 seul dispositif dynamique de 7m <sup>2</sup> autorisé	1 seul dispositif dynamique de 7m <sup>2</sup> autorisé	Non précisé

Synthèse des règles applicables aux enseignes par zones :

	ZPR1 (Quartiers historiques)	ZPR2 (voies ferrées et gare SNCF)	ZPR3 (secteurs résidentiels)
<b>Interdiction</b>	Enseignes devant des baies, balcons, auvents, marquises toiture et terrasses ainsi que les journaux lumineux défilants ou fixes, les enseignes clignotantes, mouvantes, scintillantes (sauf pour la pharmacie), les drapeaux et calicots (sauf pour les enseignes temporaires), les t...		
<b>Généralités</b>	<p><u>Enseignes parallèles</u> : Elles doivent respecter les modénatures, ne pas masquer la corniche, être alignées avec les ouvertures, être en harmonies lorsqu'elles signalent une même activité, 4m de saillie maximum.</p> <p><u>Enseignes perpendiculaires</u> : Implantation sous la limite supérieure des ouvertures du 1<sup>er</sup> étage de saillie maximum.</p> <p>La hauteur maximale des lettres de l'enseigne doit être en proportion avec l'échelle de la façade harmonieuse sur le bâtiment et être compatible avec le maintien de la...</p> <p>Sont recommandées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les enseignes figuratives ;</li> <li>- Les lettres peintes ou découpées ;</li> </ul>		
<b>Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu</b>	Interdite		
<b>Enseigne parallèle au mur</b>	Limitée à 2 dispositifs maximum par raison sociale et par voie 3m <sup>2</sup> maximum et 5m <sup>2</sup> lorsque l'enseigne fait partie d'un traitement global de la façade		
<b>Enseigne perpendiculaire au mur</b>	1 par raison sociale et par voie ouverture à la circulation. Une 2 <sup>ème</sup> est autorisée si la largeur de façade est supérieure à 10m. <u>Pour les bâtiments à usage partiel d'habitation et les bâtiments d'activités de moins de 10m de hauteur</u> : 1 par raison sociale et par voie ouverture à la circulation. Une 2 <sup>ème</sup> est autorisée si la largeur de façade est supérieure à 10m. <u>Pour les bâtiments à usage total d'activités de plus de 10m de hauteur de façade</u> : 1m <sup>2</sup> par raison sociale et par voie ouverture à la circulation.		
<b>Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol</b>	Autorisée lorsque le bâtiment est en retrait de la voie publique ou qu'il s'agit d'un bâtiment de moins de 10m de hauteur. 1 enseigne par raison sociale et par rue. Une 2 <sup>ème</sup> est autorisée lorsque la largeur de façade est supérieure à 10m. <u>Hauteur</u> : 6,5m si la largeur n'excède pas 1m / 8m si la largeur est supérieure à 1m. <u>Surface</u> : 3m <sup>2</sup> ou 4m <sup>2</sup> pour les activités utiles aux personnes en déplacement. En cas de 2 activités sur un même lieu, le regroupement sur un seul dispositif d'enseigne est autorisé.		
<b>Enseigne lumineuse</b>	<u>Elles peuvent être éclairées de façon indirecte</u> : le dispositif d'éclairage doit être le plus discret possible et ne pas dépasser la hauteur de l'enseigne. Le projecteur ne doit pas dépasser 50cm de saillie par rapport à la façade et doit être dirigé vers le bas pour éviter d'éblouir les véhicules.		

Il convient de souligner la qualité du RLP de la ville d'Étaples dans son objectif d'amélioration de la qualité paysagère du territoire et du cadre de vie local. En effet, dans les ZPR1 1 et 2 ne peuvent accueillir que de la publicité apposée sur mobilier urbain et/ou de la publicité sur palissade de chantier dans un format restreint de 2m<sup>2</sup> (ZPR1) ou 8m<sup>2</sup> (ZPR2). Dans une moindre mesure, 2 dispositifs dynamique et une publicité scellée au sol sont autorisées. Ces espaces correspondent à des secteurs à haute richesse patrimonial compte tenu de la présence du ZPPAUP de la ville.

Cependant, on relève des éléments pouvant poser problèmes. Il s'agit de dispositions qui sont soit difficilement applicables soit pouvant porter atteintes à certaines libertés (liberté d'expression, de diffusion, de commerces ou d'industrie atteinte à l'égalité de traitement, etc.).

- Les règles relatives aux enseignes : En matière d'enseignes et notamment en matière d'implantation et d'insertion paysagères des enseignes, il convient d'être précautionneux. En effet, ces règles relèvent en grande partie d'une appréciation subjective de la part de l'instructeur ou de l'ABF. Certaines règles peuvent donc menacer le traitement équitable des assujettis à cette réglementation. Par exemple : Qu'est ce qui est considéré comme une création ou originalité à encourager ? Les règles qui vont inciter sans contraindre (par exemple : Sont recommandés les enseignes figuratives) ne permettront pas aux instructeurs de se baser sur ces règles « *incitative* » du RLP pour refuser l'installation d'une enseigne compte tenu du caractère non-obligatoire de la règle. Ces formulations sont plus à retrouver dans le cadre d'une Charte graphique des devantures ou terrasses. En effet, ce type de charte n'a pas d'effet juridique ou réglementaire contrairement au RLP.
- Les règles d'interdistances : Depuis l'adoption de la loi « *Grenelle II* » et de ses décrets d'application, le Code de l'environnement prévoit une règle de densité basé sur la notion d'unité foncière. De nombreuses réglementations locales ont cherchés à limiter le nombre de dispositifs publicitaires sur leur territoire, et de nombreuses réglementations se sont tournés vers l'utilisation d'une règle d'interdistance. Or, de telles situations conduisent à la création, au profit des dispositifs qui sont installés, à des situation illégales d'« *abus de position dominante* » puisqu'elles permettent à ces dispositifs de « *geler* » toute possibilité d'installation qui pourrait leur faire concurrence. Par ailleurs, il n'y a pas de certitude quant à la possibilité d'instituer des distances minimales entre dispositif implantés sur le même terrain d'assiette.  
Cependant, dans le cadre du mobilier urbain cette règle peut être maintenue et utilisée car, c'est le même exploitant qui détient généralement l'ensemble du parc d'affichage de la collectivité.
- La surface : La jurisprudence et très récemment une instruction du Gouvernement ont précisé les modalités de calcul de la surface des publicités et préenseignes, ayant fait de nombreux débat. En effet, les professionnels de l'affichage ont depuis la loi « *Grenelle II* » compris les surfaces maximales comme s'appliquant uniquement aux affiches ou écrans. Les standards de fabrication des dispositifs publicitaires et des affiches ont été conçus en conséquence. Cependant, le Conseil d'État a jugé, dans ces arrêts portant sur le

format de publicités numériques fixé à 8m<sup>228</sup>, que « *pour calculer la surface unitaire, il convient de prendre en compte, non pas la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau litigieux tout entier* ». Ainsi, une publicité n'est pas seulement constituée de l'affiche ou de l'écran mais comprend également les encadrements.

Malgré le fait que cet arrêt concerne les publicités numériques, l'analyse du Conseil d'État fondée sur la définition légale de la publicité s'applique par analogie aux différents types de publicité et aux différents formats autorisés par le code de l'environnement (sauf pour ce qui relève de la publicité apposée sur mobilier urbain).

Considérant cette décision, les 8 mètres carrés fixés dans le RLP de Blois doivent être entendu comme 8 mètres carrés « *hors tout* » (affiche + encadrements). Ce format « *hors tout* » pourrait poser des problèmes aux professionnels de l'affichage, car il ne correspond pas aux standards d'affiche. Compte tenu de l'obligation d'avoir un encadrement de 0,20m maximum sur le territoire d'Etaples-sur-Mer, il convient d'interpréter le RLP en tenant compte de la surface maximum 8m<sup>2</sup> d'affiche et non en « *hors tout* ». Cette interprétation permet d'avoir une publicité de 8 mètres carrés d'affiche et 10,5 mètres carrés « *hors tout* », conformément aux standards d'affichage.

- Publicité lumineuse : Dans le cas de la publicité lumineuse, il faut rappeler que cette famille de la publicité comprend, les publicités éclairées par projection, transparence, les publicités numériques et les autres publicités lumineuses. A ce titre, il convient de préciser que la publicité numérique ne fait pas l'objet d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP de d'Etaples-sur-Mer, sauf en ZPR1 et 2, ou la publicité dynamique (comprendre numérique) est limitée à un seul dispositif de 7m<sup>2</sup>. En l'absence de règle spécifique, la surface de la publicité numérique est limitée à 8m<sup>2</sup> conformément au code de l'environnement. Cette absence de règle dans le RLP pourra être rectifiée dans le cadre de l'élaboration du RLP(i).

En conclusion, le RLP d'Etaples-sur-Mer, en sa qualité de RLP transitoire ne sera pas frappé de caducité en juillet 2020 ni en juillet 2022. Le RLP de la ville traduit la volonté d'Etaples-sur-mer de mettre en valeur son patrimoine architectural avec des règles strictes et qualitatives en matière d'enseignes (lettres découpées, interdiction de certains types d'enseignes, etc.). Le RLP d'Etaples-sur-Mer a permis de limiter l'implantation de dispositifs publicitaires excédant 8 mètres carrés (d'affiche) et à globalement préserver le territoire d'implantation publicitaire (ex : ZPR1 sauf pour le mobilier urbain supportant de la publicité). Il s'agit de dispositions qui pourront être maintenues dans le futur RLP(i) dans l'optique de favoriser une continuité et une pérennité du document actuel. La prise en compte des nouveaux types de dispositifs permettra d'encadrer plus précisément certaines catégories de publicités ou d'enseignes comme les dispositifs numériques, sur bâches, les dispositifs de petits formats. La mise en place d'une plage d'extinction nocturne pourra également être envisagée afin de préserver le patrimoine naturel diurne et nocturne du territoire. Par

---

<sup>28</sup> Article R.581-41 du code de l'environnement.

ailleurs, le RLP(i) permettra d'harmoniser la réglementation locale à l'ensemble du territoire intercommunal.

### 3.2. Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique,

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	Préenseignes temporaires
<b>Type de dispositif</b>	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
<b>Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument</b>	2	2	4	4
<b>Dimensions maximales</b>	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
<b>Distance maximale d'implantation</b>	5 km	5 km	10 km	-
<b>Lieu d'implantation</b>	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
<b>Durée d'installation</b>	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

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

### **4.1. L'autorisation préalable**

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

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

### **4.2. La déclaration préalable**

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

## 5. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

## 6. Les délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous<sup>29</sup> :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction au RLPi
<b>Publicités et préenseignes</b>	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015.	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
<b>Enseignes</b>	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018.	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité.

<sup>29</sup> Articles L.581-43 et R.581-88 du code de l'environnement.

## II. Les enjeux liés au parc d'affichage

Lors de la période estivale de 2016, une première phase de recensement a eu lieu sur le territoire de l'ex-communauté de communes Opale-Sud (CCOS - 10 communes). Un inventaire exhaustif des publicités et des préenseignes (y compris le mobilier urbain) et un recensement partiel des enseignes avait été effectué sur ce territoire.

A noter que certains dispositifs se sont rajoutés (ou supprimés) par rapport à ce relevé suite à l'évolution des implantations publicitaires sur ce territoire depuis 2016, mais ces dispositifs restent minimes.

Une seconde phase de diagnostic a été effectuée sur le reste du territoire de l'intercommunalité (donc pour le territoire de l'ex-communauté de communes Terres et Mer d'Opale (CCMTO) et l'ex-communauté de communes du Montreuillois (CCM)), durant la période estivale de l'année 2020, avec un inventaire complet des préenseignes et publicités. En ce qui concerne les enseignes, un inventaire qualitatif a été réalisé permettant d'identifier les points forts et les faiblesses du territoire sur ce sujet. Cela a notamment permis de percevoir des tendances d'implantations au sein des bâtiments commerciaux et leurs abords.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, parfois de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire des Deux Baies en Montreuillois.

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

#### 1.1. Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le Code de l'environnement précise que « *Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.* ». « *Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent* »<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> Article R581-24 du code de l'environnement

Le recensement a permis de comptabiliser 663 dispositifs (publicités, préenseignes et préenseignes dérogatoires) au sein des 46 communes du territoire de la CA2BM. On recense une majorité de préenseignes (346 dispositifs soit 52 % des dispositifs totaux), puis 283 publicités et enfin, 34 préenseignes dérogatoires.

L'ensemble de ce recensement est repris, commune par commune via le tableau ci-après :

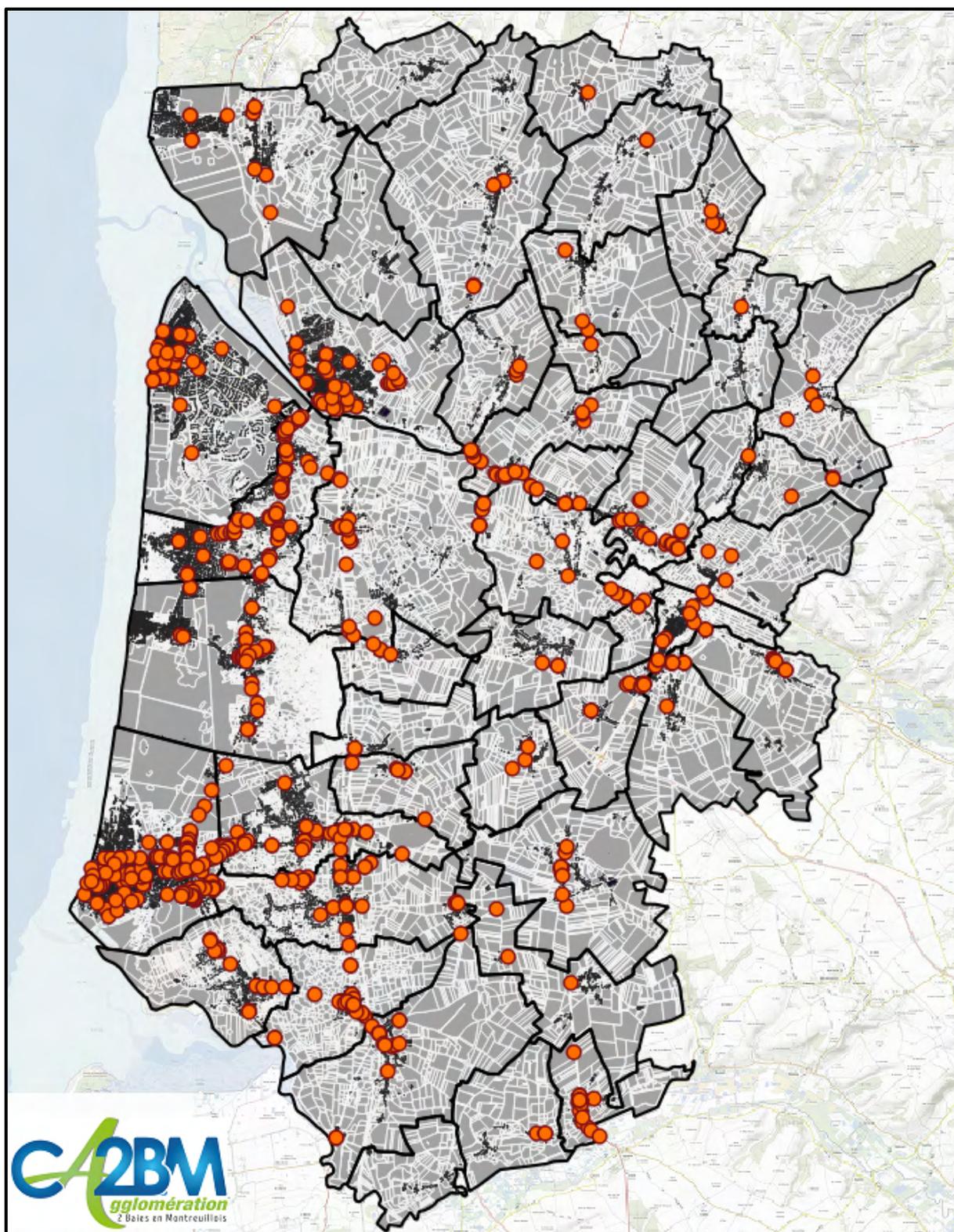
COMMUNES	INDICE QUANTITATIF DE LA PUBLICITE EXTERIEURE			
	Publicités	Préenseignes	Préenseigne dérogatoire	Total
<b>Airon-Notre-Dame</b>	2	0	0	2
<b>Airon-Saint-Vaast</b>	4	3	0	7
<b>Attin</b>	8	10	3	21
<b>Beaumerie-Saint-Martin</b>	1	7	0	8
<b>Berck-sur-Mer</b>	50	91	1	142
<b>Bernieulles</b>	4	0	0	4
<b>Beutin</b>	0	7	1	8
<b>Bréxent-Enocq</b>	3	15	1	19
<b>Camiers</b>	6	6	0	12
<b>Campigneulles-les-Grandes</b>	2	0	1	3
<b>Campigneulles-les-Petites</b>	4	1	0	5
<b>Colline-Beaumont</b>	0	0	0	0
<b>Conchil-le-Temple</b>	3	12	1	16
<b>Cormont</b>	0	1	0	1
<b>Cucq</b>	32	30	5	67
<b>Ecuire</b>	3	10	1	14

<b>Estrée</b>	0	0	1	1
<b>Estréelles</b>	0	1	0	1
<b>Etaples</b>	27	10	0	37
<b>Frencq</b>	2	1	1	4
<b>Groffliers</b>	3	7	3	13
<b>Hubersent</b>	1	0	0	1
<b>Inxent</b>	1	0	0	1
<b>La Calotterie</b>	4	6	2	12
<b>La Madelaine</b>	0	3	0	3
<b>Lefaux</b>	0	0	0	0
<b>Lepine</b>	2	0	1	3
<b>Le Touquet</b>	20	3	0	23
<b>Longvilliers</b>	0	3	0	3
<b>Maresville</b>	0	1	0	1
<b>Merlimont</b>	23	5	0	28
<b>Montcavrel</b>	0	4	2	6
<b>Montreuil</b>	5	1	0	6
<b>Nempont-Saint-Firmin</b>	7	18	1	26
<b>Neuville-sous-Montreuil</b>	0	2	2	4
<b>Rang-du-Fliers</b>	30	28	5	63
<b>Recques-sur-Course</b>	0	0	0	0
<b>Saint-Aubin</b>	3	1	0	4
<b>Saint-Josse</b>	2	14	2	18
<b>Sorris</b>	3	0	0	3

<b>Tigny-Noyelle</b>	1	2	0	3
<b>Tubersent</b>	1	2	0	3
<b>Verton</b>	9	25	0	34
<b>Waben</b>	8	15	0	23
<b>Wailly-Beaucamp</b>	9	1	0	10
<b>Widehem</b>	0	0	0	0
<b>Ensemble de la CA2BM</b>				
	<b>283 (43%)</b>	<b>346 (52%)</b>	<b>34 (5%)</b>	<b>663</b>

Une très grande majorité des dispositifs sont implantés au sein des principales agglomérations ainsi que sur les communes (rétro)littorales. On relève 476 dispositifs (= 72 % des dispositifs totaux) qui se concentrent sur les municipalités de Berck, Camiers, Conchil-le-Temple, Cucq, Etaples, Groffliers, Le Touquet, Merlimont, Rang-du-Fliers, Saint-Josse, Verton et Waben, soient 12 communes.

La cartographie ci-après permet la localisation des dispositifs sur le territoire de la communauté d'agglomération.



La cartographie générale permet de visualiser la concentration des dispositifs au sein des principales agglomérations et au sein de la façade littorale.

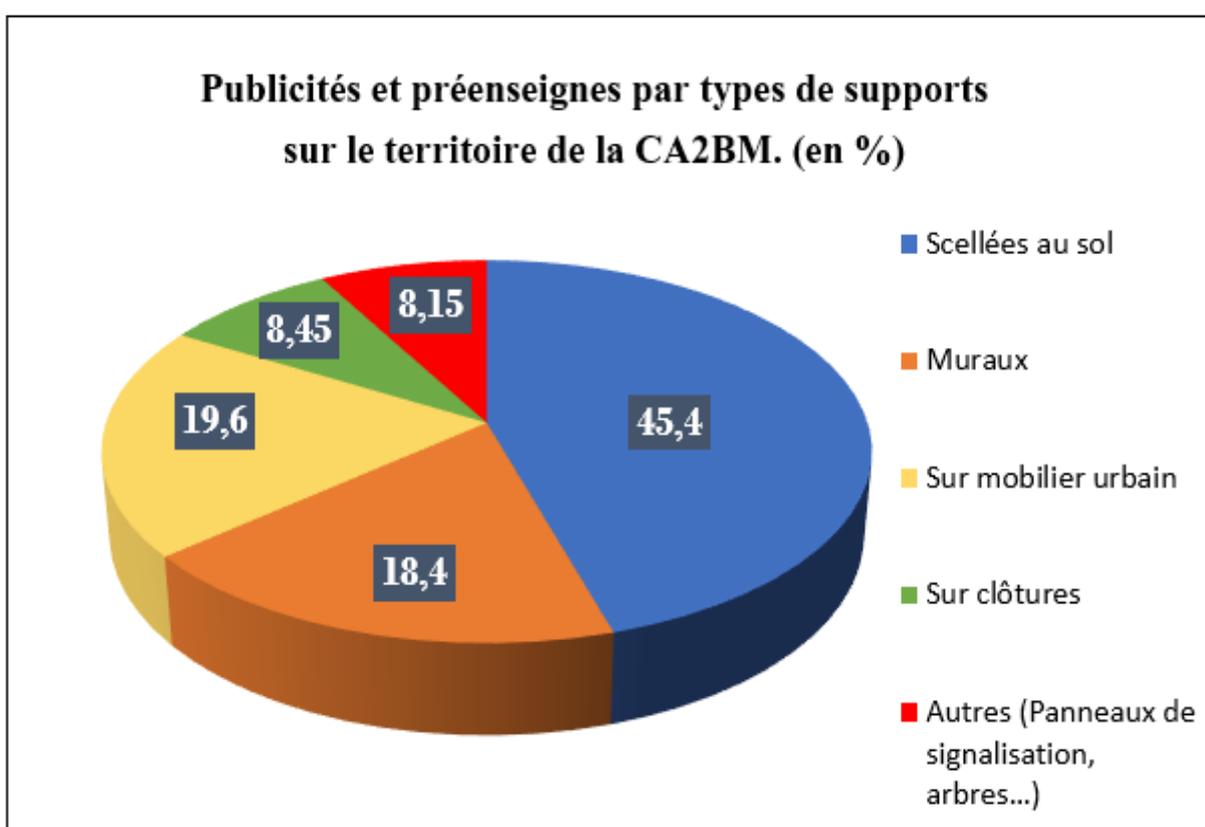
De plus, on constate, une localisation des dispositifs au sein des différents axes structurants du territoire (D 939, D 940, D 143, D 901).

Un total de 663 publicités et préenseignes ont donc été recensées sur le territoire de la CA2BM. Elles représentent au total un peu plus d'un dispositif pour 100 habitants.

Les données générales permettent de mettre en évidence une variété de supports. Parmi les 663 dispositifs recensés, on retrouve :

- 301 dispositifs scellés au sol,
- 130 dispositifs sur mobiliers urbains,
- 122 dispositifs muraux,
- 56 dispositifs sur clôtures,
- 54 dispositifs sur des supports autres (*panneaux de signalisation, poteaux de distribution électrique, d'éclairage public, arbres, ...*)

L'ensemble de ces éléments est repris via le graphique ci-dessous illustrant donc la répartition des dispositifs sur le territoire de la CA2BM en fonction des supports (*en pourcentage*).



Au regard de la réglementation nationale, 440 dispositifs sont illégaux. Le tableau suivant permet d'appréhender le nombre de supports illégaux par commune.

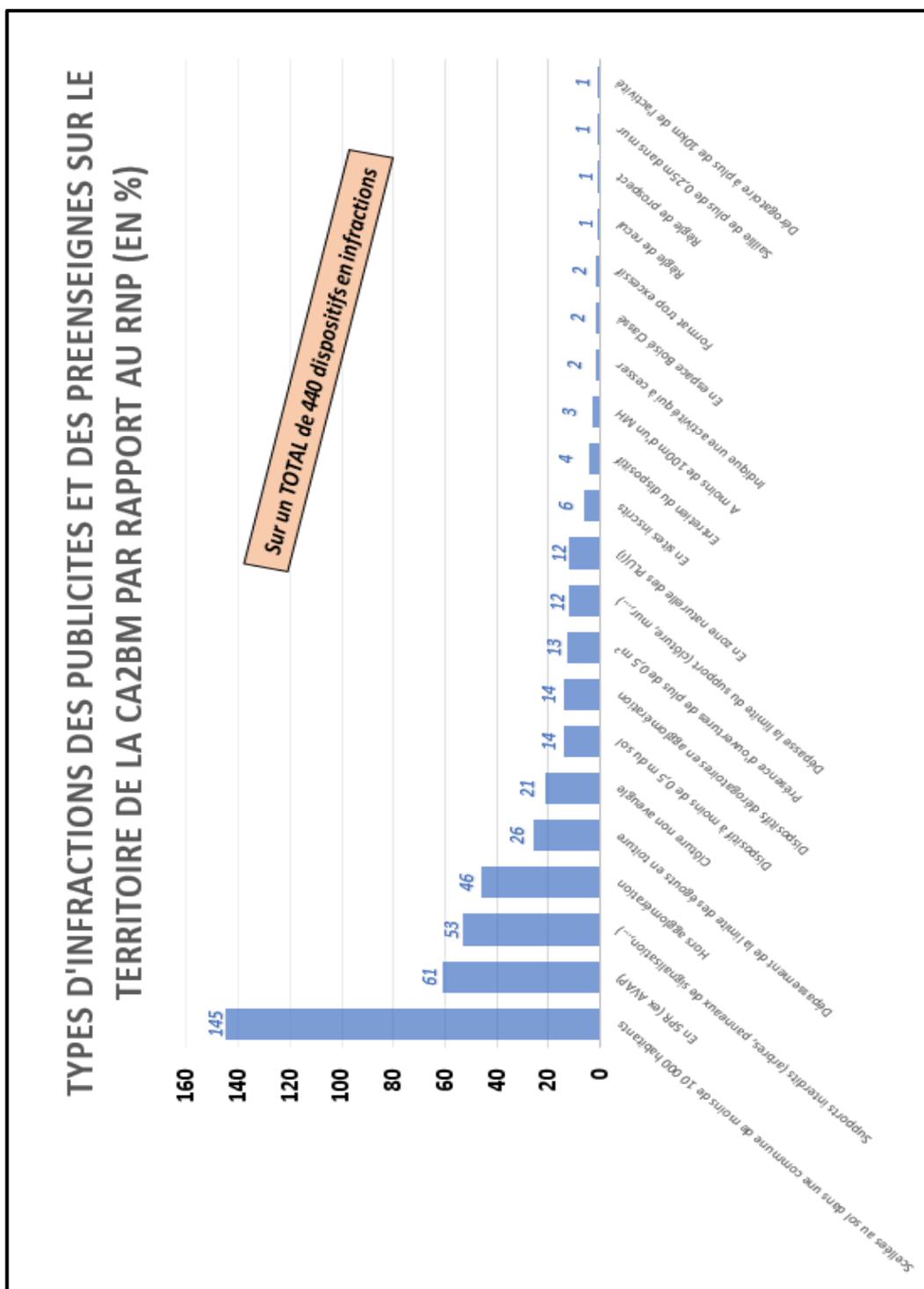
COMMUNES	ANALYSE DE LA CONFORMITE OU NON DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES EXTERIEURS SUR LE TERRITOIRE DE LA CA2BM		
	Publicité et Préenseigne conforme	Publicité et Préenseigne illégale	Publicité et préenseigne illégale en %
<b>Airon-Notre-Dame</b>	0	2	100 %
<b>Airon-Saint-Vaast</b>	1	6	86 %
<b>Attin</b>	4	17	81 %
<b>Beaumerie-Saint-Martin</b>	1	7	87,5 %
<b>Berck-sur-Mer</b>	63	79	56 %
<b>Bernieulles</b>	2	2	50 %
<b>Beutin</b>	1	7	87,5 %
<b>Bréxent-Enocq</b>	2	17	89,5 %
<b>Camiers</b>	4	8	67 %
<b>Campigneulles-les-Grandes</b>	2	1	33 %
<b>Campigneulles-les-Petites</b>	3	2	40 %
<b>Colline-Beaumont</b>	0	0	0
<b>Conchil-le-Temple</b>	4	11	69 %
<b>Cormont</b>	0	1	100 %
<b>Cucq</b>	30	37	55 %
<b>Ecuire</b>	5	9	64 %
<b>Estrée</b>	1	0	0 %

<b>Estréelles</b>	0	1	100 %
<b>Etaples</b>	33	4	11 %
<b>Frencq</b>	1	3	75 %
<b>Groffliers</b>	4	9	69 %
<b>Hubersent</b>	0	1	100 %
<b>Inxent</b>	0	1	100 %
<b>La Calotterie</b>	2	10	83 %
<b>La Madelaine</b>	0	3	100 %
<b>Lefaux</b>	0	0	0
<b>Lepine</b>	0	3	100 %
<b>Le Touquet</b>	0	23	100 % (SPR)
<b>Longvilliers</b>	0	3	100 %
<b>Maresville</b>	0	1	100 %
<b>Merlimont</b>	13	15	54 %
<b>Montcavrel</b>	2	4	67 %
<b>Montreuil</b>	0	6	100 %
<b>Nempont-Saint-Firmin</b>	4	22	84.62 %
<b>Neuville-sous-Montreuil</b>	1	3	75 %
<b>Rang-du-Fliers</b>	22	41	65 %
<b>Recques-sur-Course</b>	0	0	0
<b>Saint-Aubin</b>	1	3	75 %
<b>Saint-Josse</b>	3	15	83 %
<b>Sorris</b>	0	3	100 %
<b>Tigny-Noyelle</b>	0	3	100 %

<b>Tubersent</b>	0	3	100 %
<b>Verton</b>	4	30	88 %
<b>Waben</b>	7	17	71 %
<b>Wailly-Beaucamp</b>	3	7	70 %
<b>Widehem</b>	0	0	0
<b>Ensemble de la CA2BM</b>			
	<b>223 (36,35%)</b>	<b>440</b>	<b>66,36 %</b>

Le diagnostic permet de mettre en évidence que près des deux tiers des dispositifs sont illégaux au regard du code de l'environnement.

Le graphique ci-dessous permet d'appréhender la répartition des infractions identifiées.



Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On compte donc 440 dispositifs non-conformes pour 21 types d'infractions.

L'élaboration du RLPi permettra à la collectivité d'acquérir les compétences de police (chaque Maire au lieu du Préfet) et d'instruction pour mettre en conformité les dispositifs non-conformes.

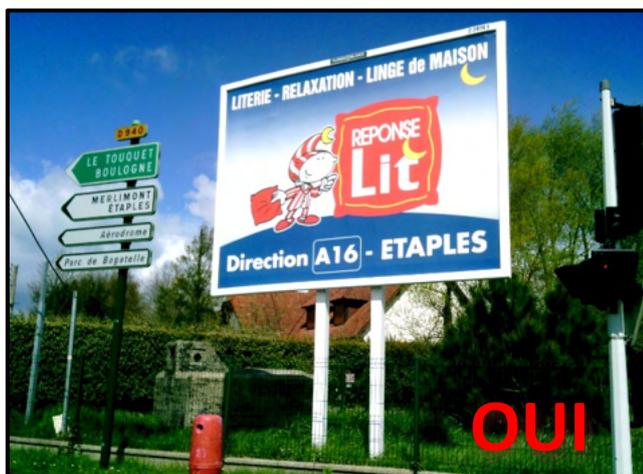
## 1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Dispositifs scellés au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol doit respecter certaines dispositions et notamment par rapport au seuil démographique des agglomérations. En effet, les dispositifs scellés au sol sont autorisés uniquement pour les communes de plus de 10 000 habitants. Ainsi, sur la totalité des 46 communes (hormis Berck-sur-Mer et Etaples), ces dispositifs sont interdits.

C'est la première forme d'infraction au sein du territoire de l'agglomération. En effet, 145 dispositifs scellés au sol (en agglomération) ont été inventoriés et représentent 33 % des dispositifs illégaux.

Voici quelques exemples :



Préenseigne scellée au sol conforme, commune de Berck (15 000 habitants)



Dispositifs scellés au sol en infractions - commune de Waben, Nempont-Saint-Firmin, Bréxent-Enocq, Ecuire

➤ Dispositifs scellés au sol hors agglomération

C'est la quatrième forme d'infractions la plus répandue sur le territoire. On relève 46 dispositifs qui se trouvent hors agglomération et, qui ne concernent pas des dispositifs dérogatoires.



Route Départementale n°940, Waben



Route Départementale n°303, Verton



Route Départementale n°143, Saint-Josse



Route Départementale n°901, Nempont-Saint-Firmin



Route Départementale n°317, Airon-Saint-Vaast



Route Départementale n°126, Montcavrel

➤ Dispositifs scellés au sol et lieux d'implantations

Le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol à Berck et Etaples (seules agglomérations > 10 000 habitants), notamment en matière de :

- Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$

- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6$  m

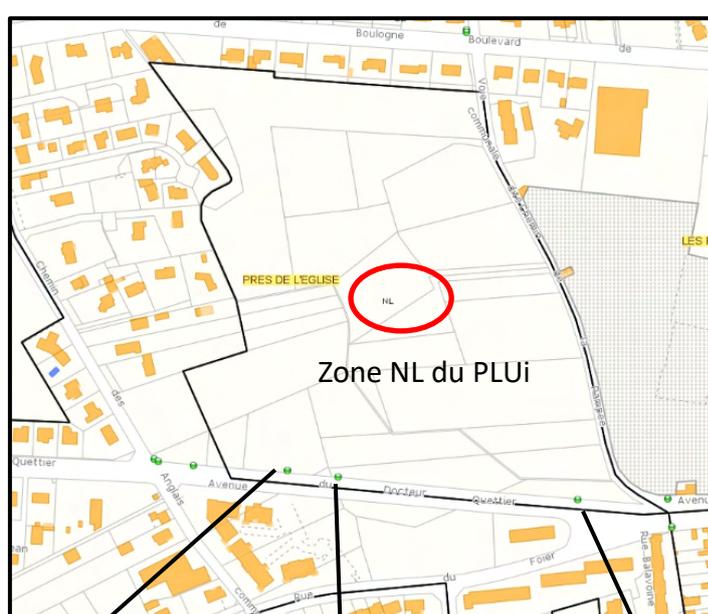
Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés<sup>31</sup>,

2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

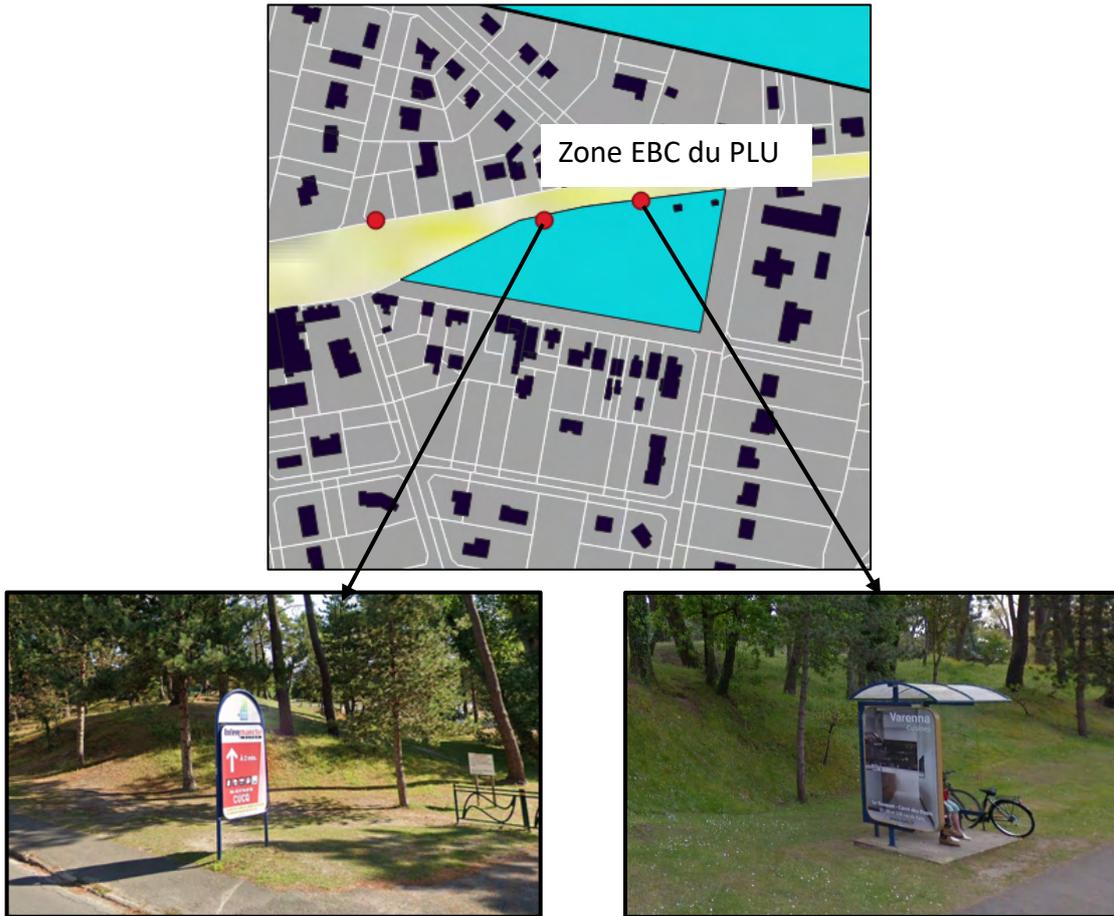
L'analyse spatiale fait l'état de nombreux dispositifs situés au sein des zone naturelles des PLU ou en EBC. A ce titre, 12 dispositifs situés en zone N des PLU(i) et 2 se situent en EBC.

### Exemple - Commune de Berck-sur-Mer :

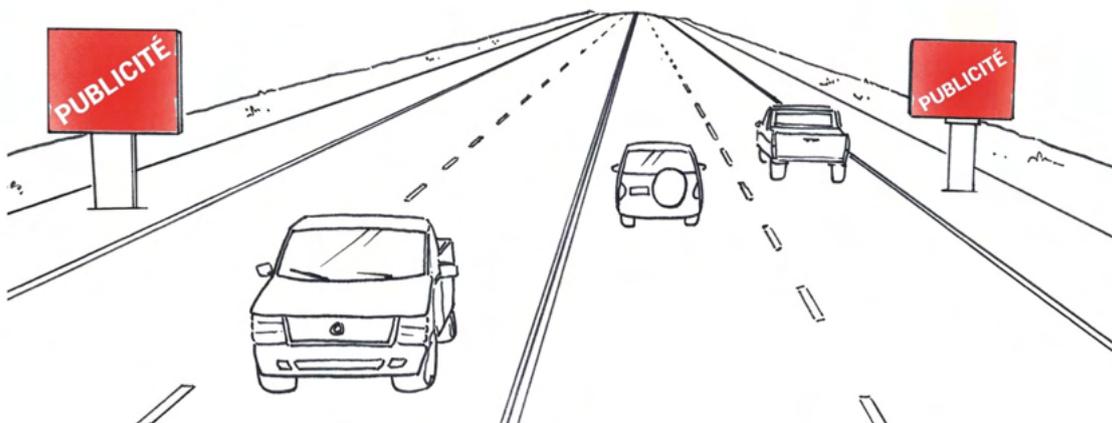


<sup>31</sup> Article L130-1 du code de l'urbanisme

Exemple : Commune de Cucq :



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



➤ Dispositif scellé au sol et règle de recul

Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

Un seul dispositif est implanté à moins de 10 mètres d'une baie voisine et en avant du plan de mur contenant cette baie. Ce dispositif, qui ne déplore aucun affichage est récemment implanté et démontre que le territoire reçoit de nouveaux objets publicitaires dans l'espace urbain en désaccord avec les dispositions nationales.

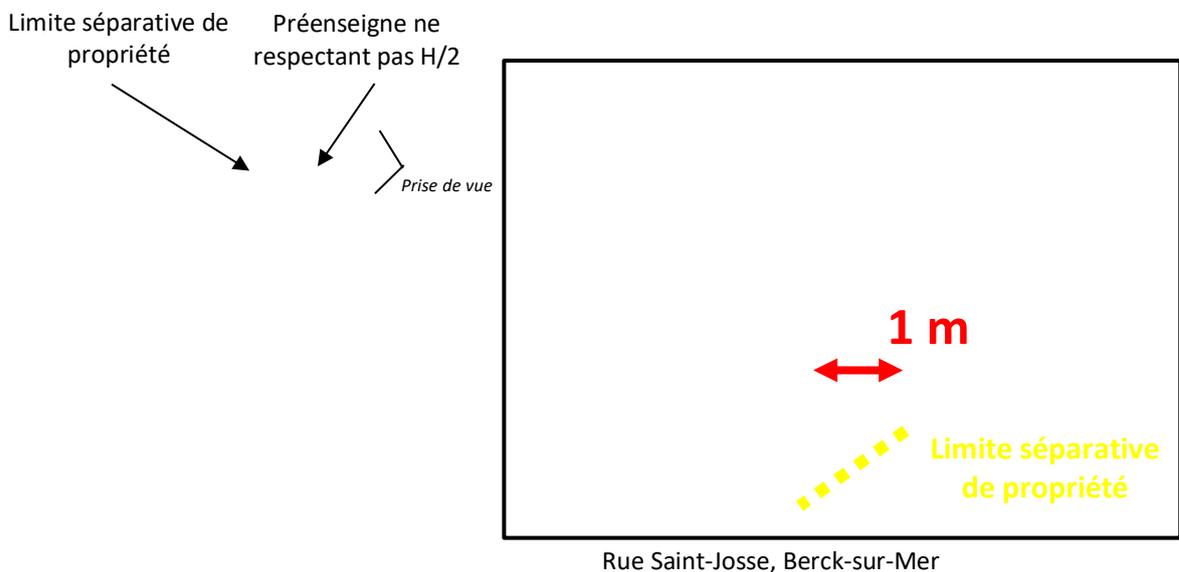


Rue de l'Impératrice, Berck sur mer

➤ Dispositif scellé au sol et règle de prospect

L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

La règle de prospect est la forme d'infraction la moins relevée puisqu'un seul dispositif ne respecte pas cette disposition.



Le dispositif atteint une hauteur de 3 mètres. La distance séparant ce dernier de la limite séparative doit être de 1,50 mètres. Or, ce dernier est implanté à distance de 1 mètres : il se trouve donc en infraction.

Les publicités et préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la catégorie de supports la plus présente avec 45 % du total des dispositifs.

### 1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

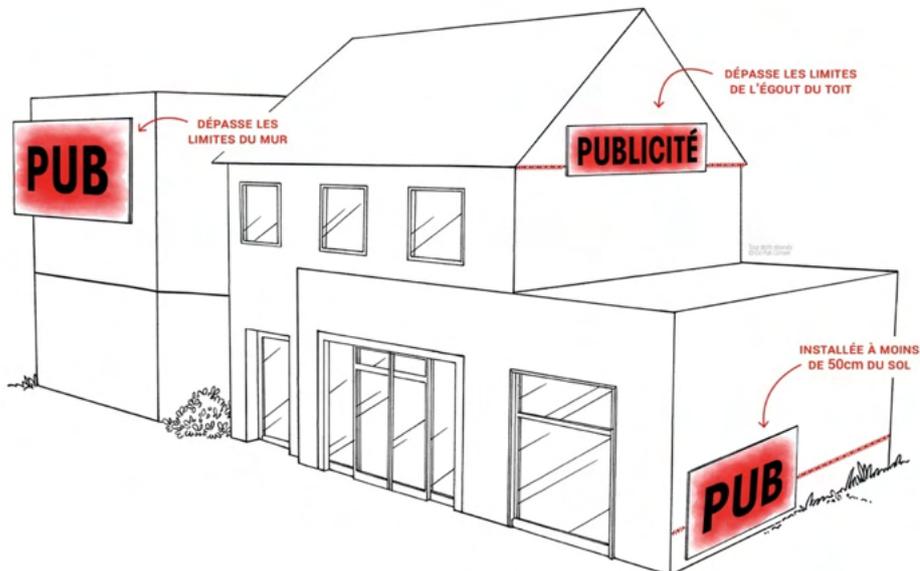
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$  ( $4 \text{ m}^2$  si agglomération  $< 10\,000$  habitants)

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 7,5 \text{ m}$  ( $6 \text{ m}$  si agglomération  $< 10\,000$  habitants)

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

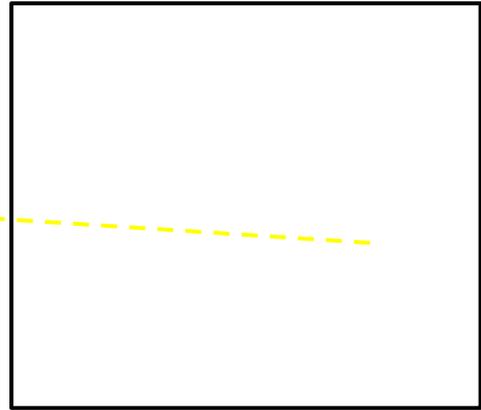
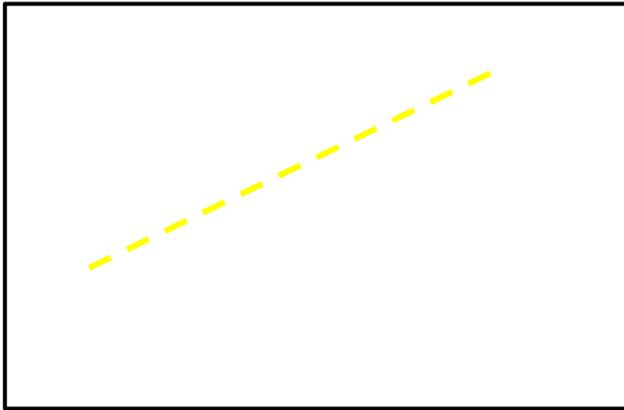
- Apposées à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépassent les limites du mur qui la supporte,
- Dépassent les limites de l'égout du toit,
- Apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf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



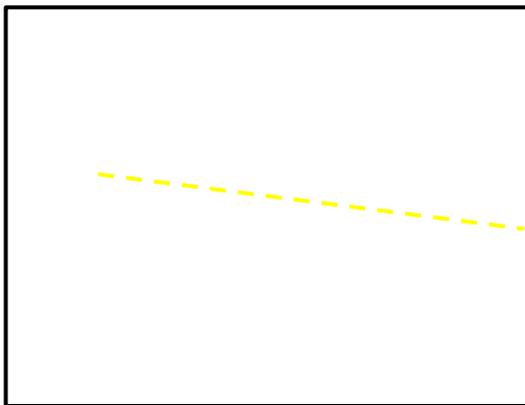
De plus, la publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.

#### ➤ Les dispositifs dépassant les limites d'égouts du toit

L'étude de la conformité des dispositifs fait état de 26 dispositifs dépassant les limites des égouts du toit, soit la cinquième forme d'infraction la plus représentée.



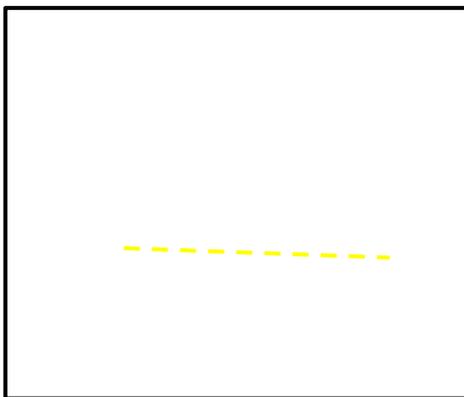
Commune de Rang-Du-Fliers



Commune de Wailly-Beaucamp



Commune de Bréxent-Enocq



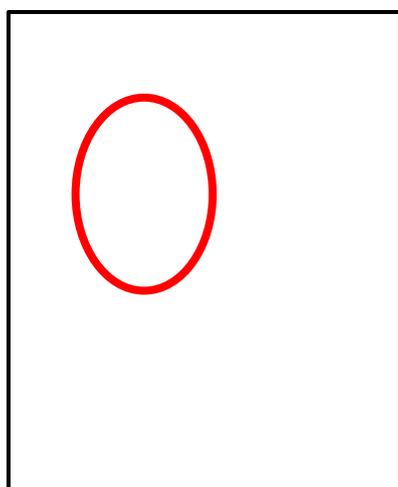
Commune de Cuq



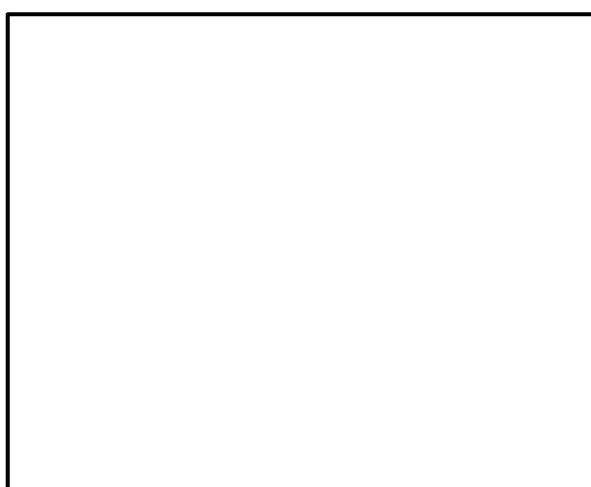
Commune de Airon-Notre-Dame

- Les dispositifs apposés sur des murs comportant des ouvertures de plus de 0.5 m<sup>2</sup>

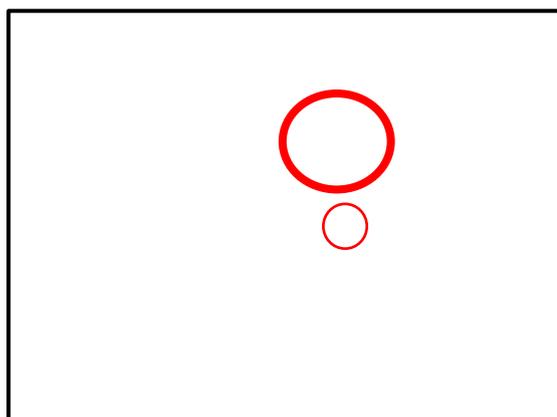
Au total, 13 dispositifs se retrouvent en infractions pour la raison précédente.



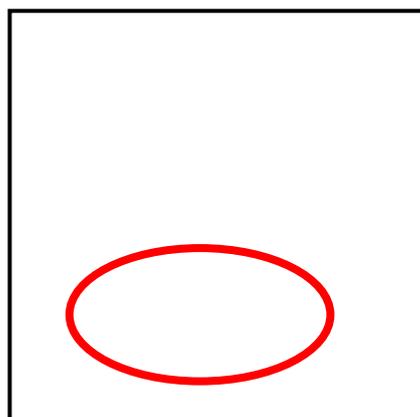
Commune d'Étaples



Commune de Merlimont



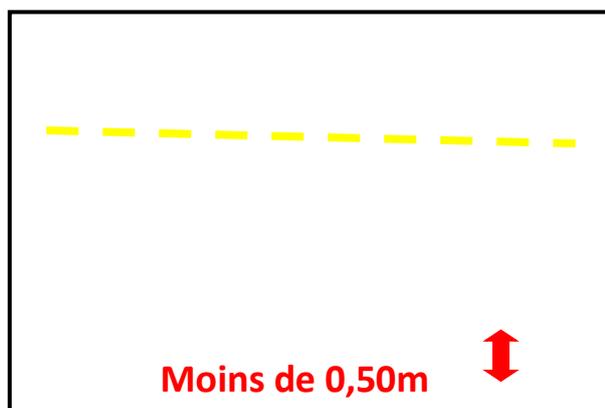
Commune de Rang-du-Fliers



Commune de Berck-sur-Mer

- Les dispositifs à moins de 0,50 mètre du sol

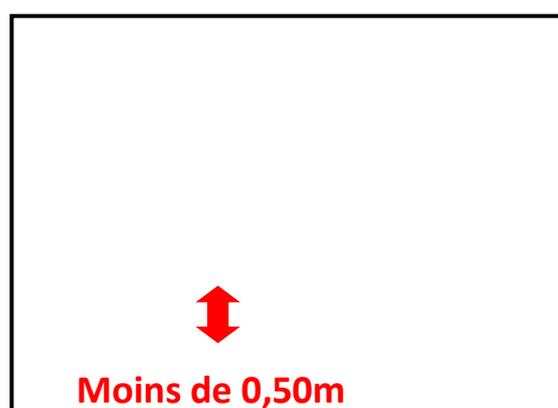
14 dispositifs sont concernés par le non-respect de cette règle au sein du territoire intercommunal.



**Moins de 0,50m**

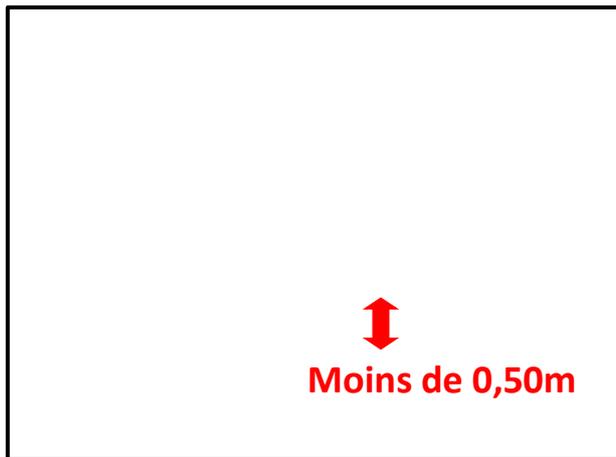


Route de Berck, Rang-Du-Fliers



**Moins de 0,50m**

Rue de la Futaie, Conchil-le-Temple



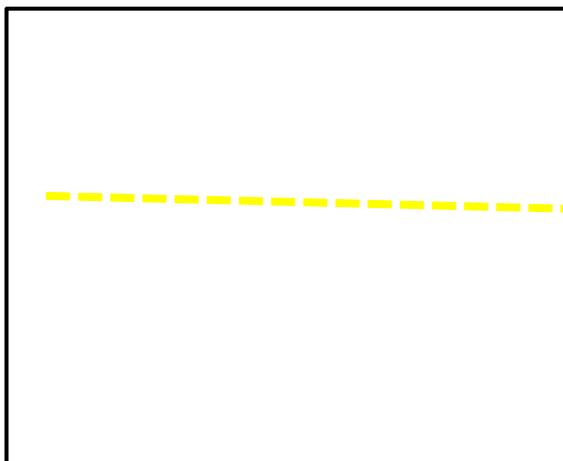
Commune d'Attin



Commune d'Ecuires

- Les dispositifs dépassant la limite du mur / clôture qui les supporte

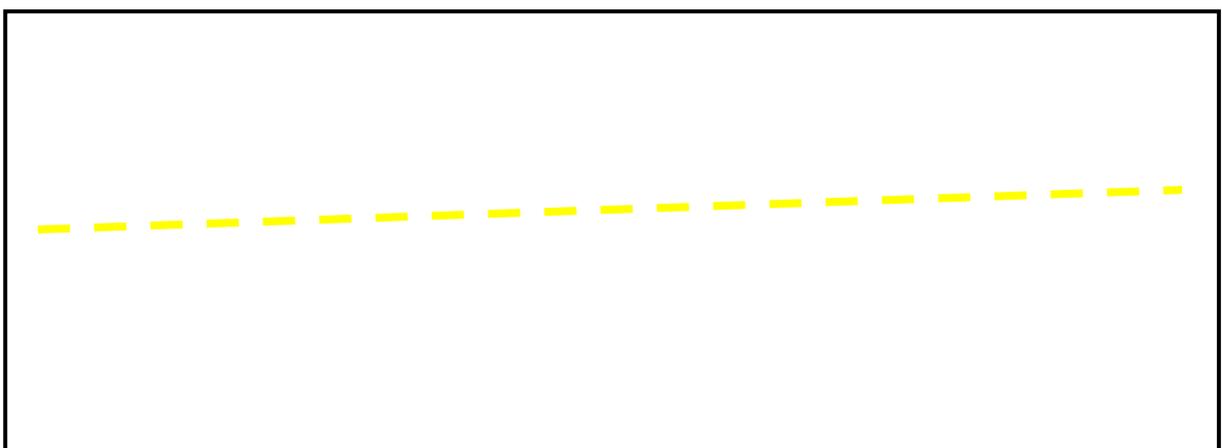
12 dispositifs sur le territoire de la CA2BM ne respectent pas cette disposition par rapport au RNP.



Commune de Merlimont



Commune de Waben



Route de Berck, Rang-Du-Fliers

Actuellement, les publicités apposées sur mur ou clôture ne représentent que 27 % des dispositifs publicitaires relevés sur le territoire de la CA2BM. Pourtant, il s'agit des

dispositifs qui s'intègrent mieux à l'environnement : « *leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein* »<sup>32</sup>.

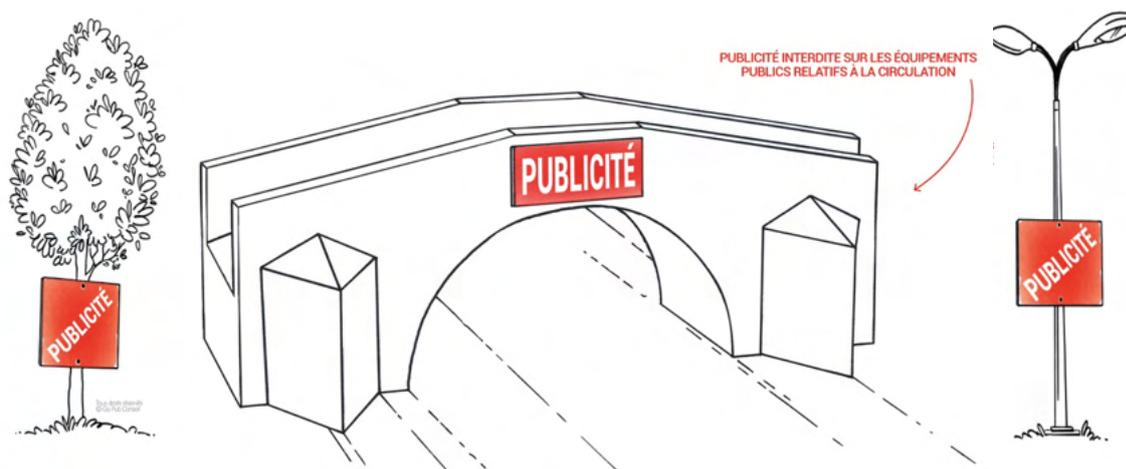
---

<sup>32</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités.

## 1.4 Les dispositifs au sein de supports spéciaux

La publicité est également interdite :

1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



Au total, 53 dispositifs sont recensés sur ces supports, soient la deuxième forme d'infractions la plus relevées sur le territoire. La plupart des dispositifs se trouvent au sein des poteaux de distribution électrique et d'éclairage public, panneaux de signalisation et même parfois, sur les arbres.



Commune de Saint-Josse



Commune de Berck



Commune du Touquet



Commune de Rang-du-Fliers



Commune de Beaumerie



Commune de Verton

## 1.5 La densité

Outre les règles d'implantations spécifique en fonction de la typologie des publicités, le code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>33</sup> applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.

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

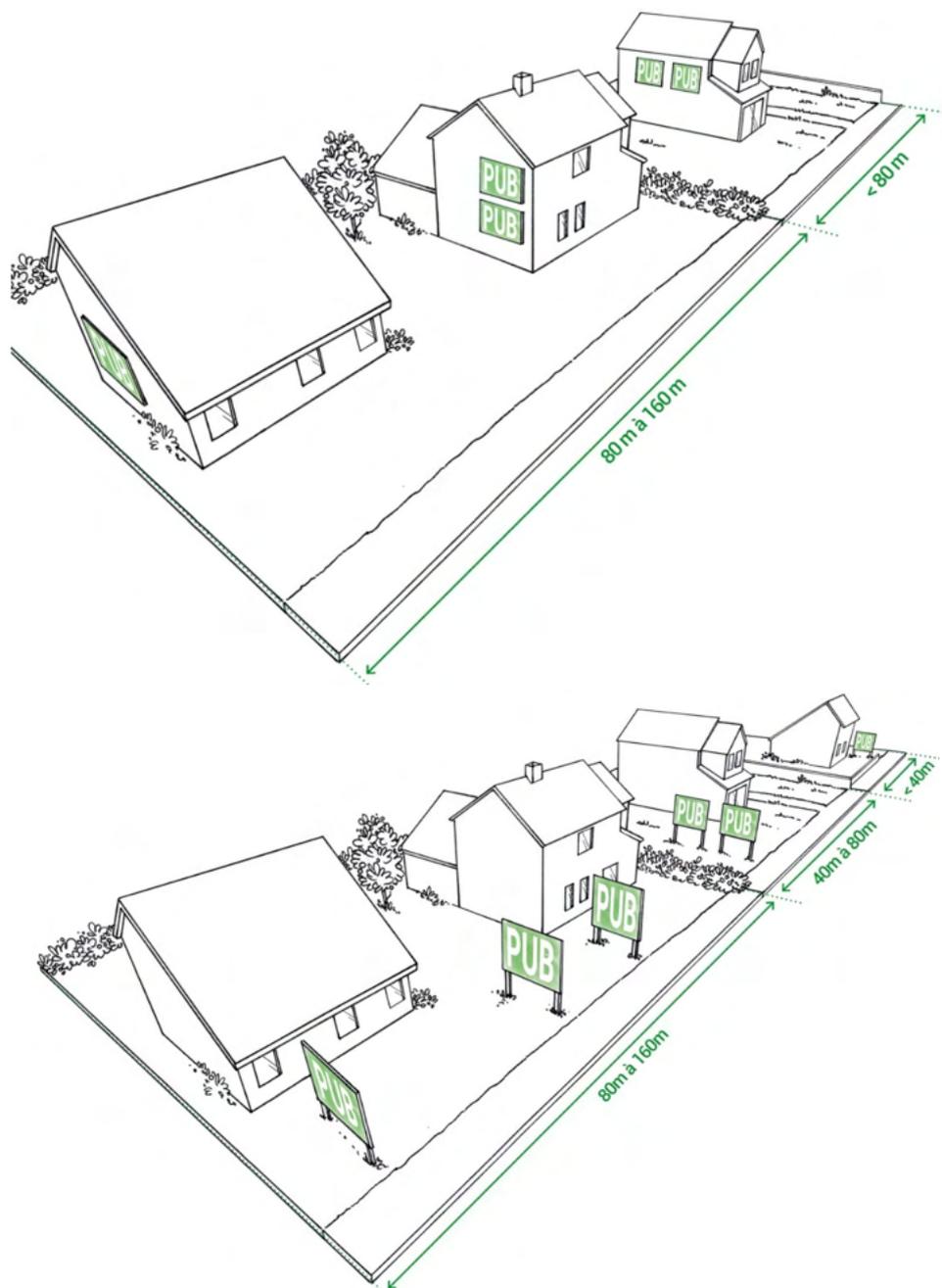
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

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

<sup>33</sup> Article R581-25 du code de l'environnement

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

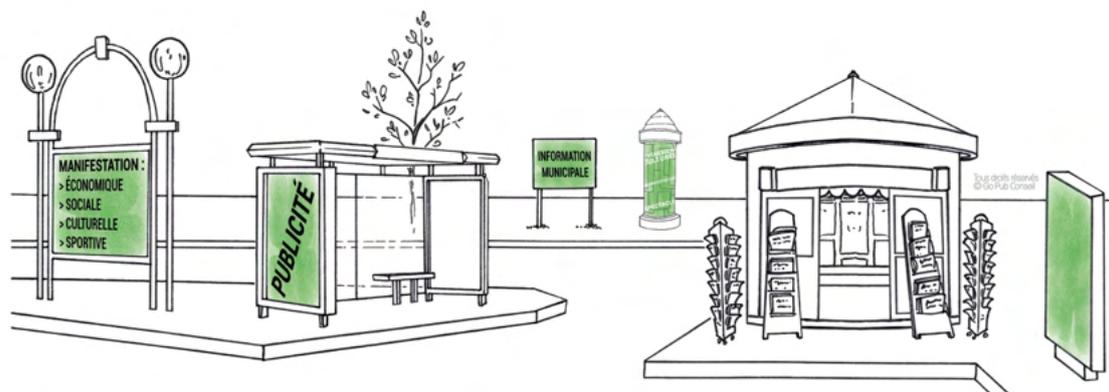
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.



Les règles de densité issues du RLP d'Étaples ne sont plus adaptées à la réglementation nationale ni aux nouveaux enjeux du territoire, émergés durant la dernière décennie. En effet, il est impératif de mettre en place une règle de densité qui permette d'éviter la surenchère de dispositif publicitaire.

## 1.6 Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

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



Type	Règles applicables
<b>Abris destinés au public</b>	<p>Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math> ;                      Surface totale <math>\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2</math> par tranche entière de <math>4,5 \text{ m}^2</math> de surface abritée au sol ;                      Dispositifs publicitaires sur toit interdits.</p>
<b>Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public</b>	<p>Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math> ;                      Surface totale <math>\leq 6 \text{ m}^2</math> ;                      Dispositifs publicitaires sur toit interdits.</p>
<b>Colonnes porte-affiches</b>	<p>ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.</p>
<b>Mâts porte-affiches</b>	<p>ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ;                      ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ;                      Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math>.</p>
<b>Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</b>	<p>ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ;                      Si surface unitaire <math>&gt; 2 \text{ m}^2</math> et hauteur <math>&gt; 3 \text{ m}</math> alors :                      - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ;                      - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (<math>8 \text{ m}^2</math> si numérique) ;                      - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.</p>

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

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

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité numérique.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories mais seulement 3 sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain sont présentes sur la communauté d'agglomération des Deux Baies en Montreuillois, à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m<sup>2</sup> ;
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* » ;
- Des colonnes porte-affiches, appelées également « *colonnes Morris* » (seulement sur la commune du Touquet-Paris-Plage) ;



Mobilier urbain dit « sucette »  
Commune de Groffliers



Mobilier urbain sur abribus  
Commune de Montreuil-sur-Mer



Mobilier urbain : colonne Morris »  
Commune du Touquet

A noter que la grande majorité des dispositifs supportés par le mobilier urbain sont des « sucettes » soit 130 dispositifs. On relève deux colonnes Morris sur la commune du Touquet.

De plus, ces dispositifs se retrouvent principalement au sein des communes du Touquet-Paris-Plage, d'Etaples et de Berck-sur-Mer. Ils sont parfois localisés au sein des Sites Patrimoniaux Remarquables.

## 1.7 La publicité sur bâches

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

On compte deux types de bâches :

1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;

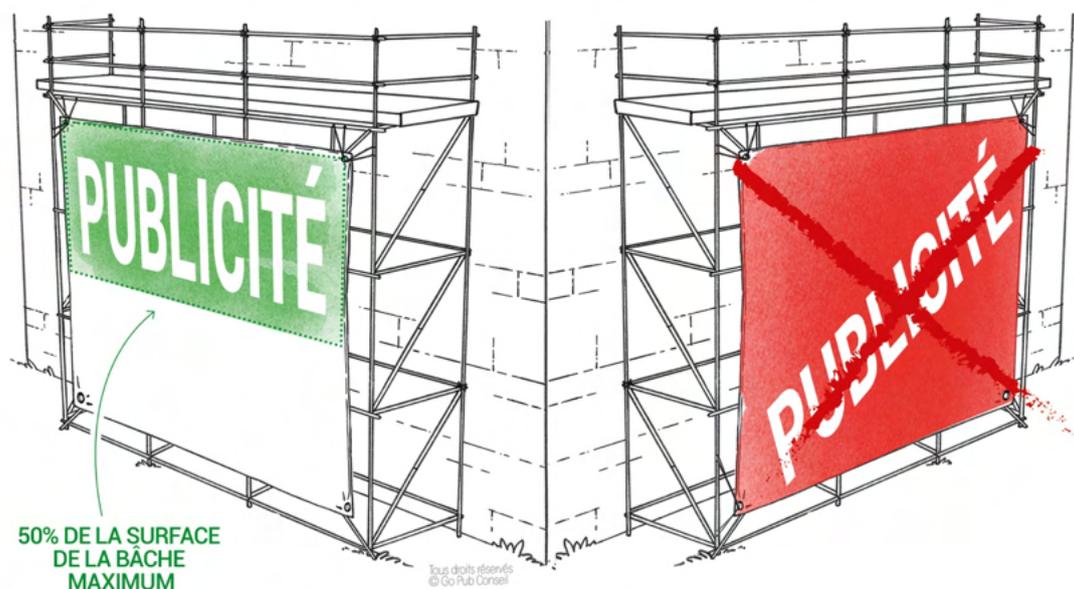
2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  50% de la surface de la bâche<sup>34</sup>

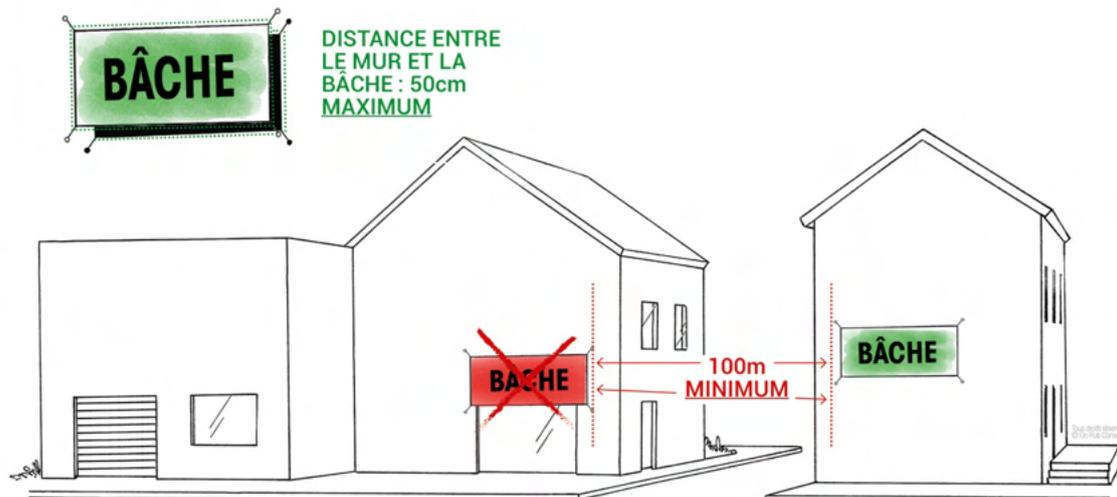


Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la

<sup>34</sup> L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.



Front de mer – Commune de Berck-sur-

Lors du recensement, une seule bâche publicitaire a été relevée sur le territoire. Néanmoins, le futur RLPi pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères par ce type de publicité. D'autant plus, la seule bâche recensée n'est pas conforme vis-à-vis de la réglementation nationale puisque cette dernière est apposée au sein d'un mur possédant plusieurs ouvertures de 0,5 m<sup>2</sup>.

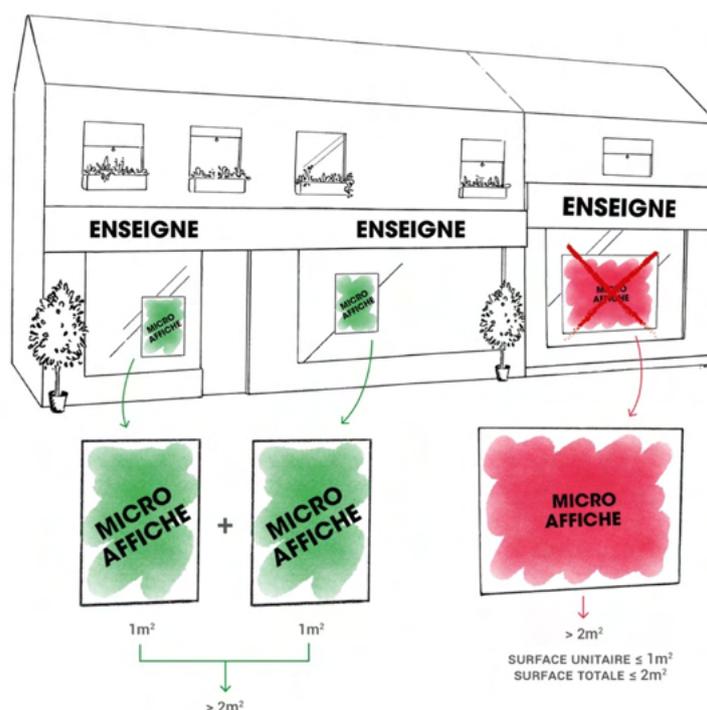
## 1.8 Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.

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

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1m<sup>2</sup>, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* ».

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

Le Code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

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

## 1.9 Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé sur le territoire de la CA2BM.

## 1.10 Les dispositifs installés à l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération

Type	Caractéristiques	
<b>Publicité non lumineuse sur mur ou clôture</b>	Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
<b>Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux</b>	Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6 \text{ m}$	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
<b>Publicité lumineuse</b>	Surface $\leq 8 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6 \text{ m}$	

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

Aucun dispositif n'est implanté au sein de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires du territoire.

Les publicités sur les véhicules terrestres<sup>35</sup> ainsi que sur les eaux intérieures<sup>36</sup> sont également réglementées par le code de l'environnement.

<sup>35</sup> Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

<sup>36</sup> Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

## 1.11 Publicités / préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 90 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

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

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

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

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

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh<sup>37</sup>.



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

<sup>37</sup> [https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400\\_1oawf6\\_doc172.pdf](https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf)

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

Le Code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>38</sup>. Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

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

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

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>39</sup>, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à  $2,1 \text{ m}^2$  ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

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

La publicité lumineuse ne peut :

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

---

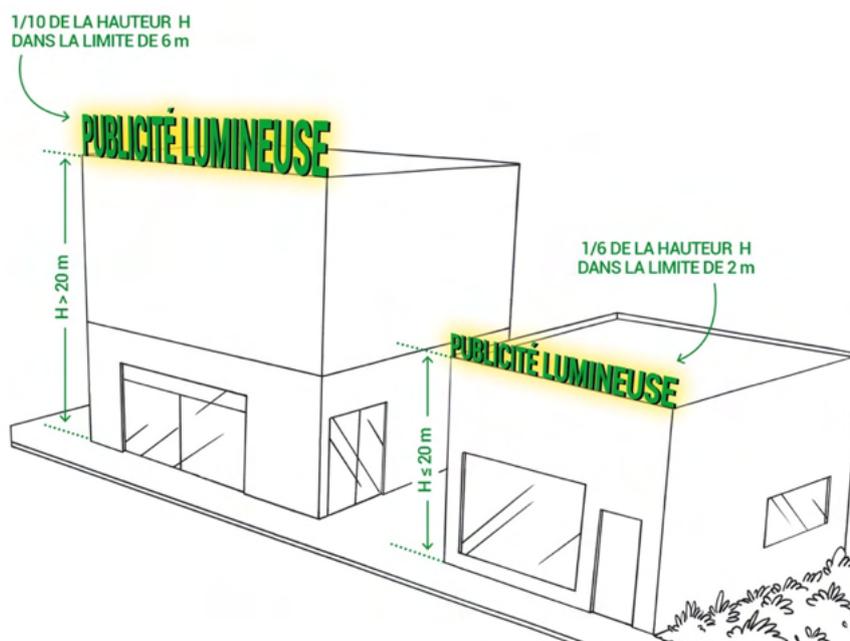
<sup>38</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour

<sup>39</sup> arrêté ministériel non publié à ce jour



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

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade $\leq 20$ m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2m
Hauteur de la façade $> 20$ m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6m

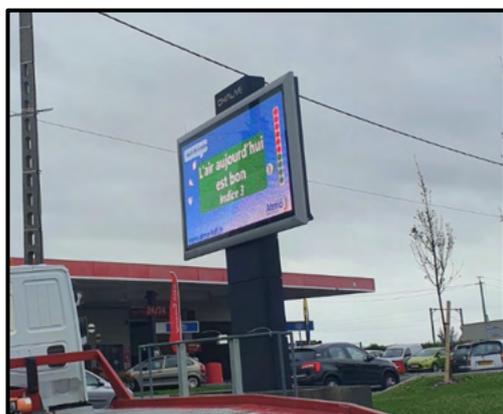


En l'espèce, la publicité lumineuse est très peu présente sur le territoire de la communauté d'agglomération.



Préenseigne éclairée par projection – Commune de Bréxent-Enocq

Le recensement a également mis en évidence la présence de quatre dispositifs publicitaires numériques (3 sur Berck et 1 sur Etaples).



Commune d'Etaples  
(publicité via vidéos)



Commune de Berck  
(Images fixes déroulantes)

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

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

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

## 2. Les enjeux en matière d'enseignes

### 2.1. La réglementation applicable

- L'enseigne parallèle

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ces enseignes se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store- banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface<sup>40</sup>. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

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



Commune Berck-sur-Mer

<sup>40</sup> [La surface cumulée des enseignes](#)

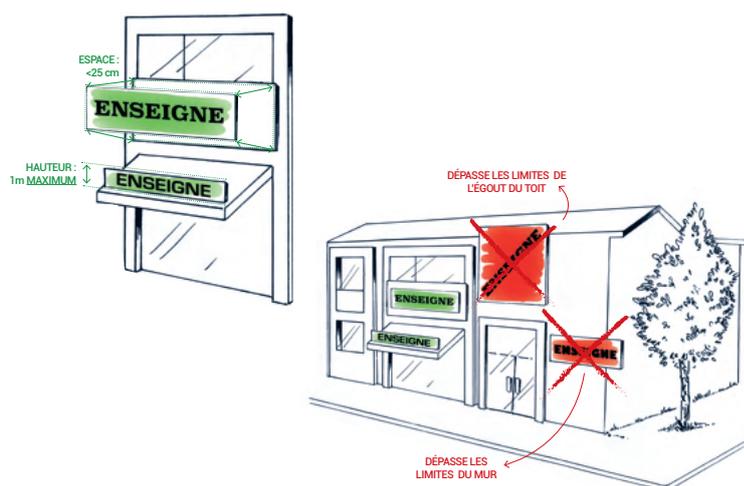
- Enseignes sur auvent, marquise ou balcon

Sont traitées dans la continuité des enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées sur le territoire Si elles respectent les règles suivantes :



Commune de Montreuil-sur-Mer

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



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

- Enseigne sur clôture

Ce type d'enseigne est plus souvent présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Les enseignes sur clôture doivent respecter la même réglementation que les enseignes parallèles au mur au niveau nationale. A ce titre, elles sont traitées dans la continuité de la partie dédiée aux enseignes parallèles au mur. Pour autant leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface peut être particulièrement important.



Commune d'Etaples

- Enseignes perpendiculaires au mur

Elles disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.



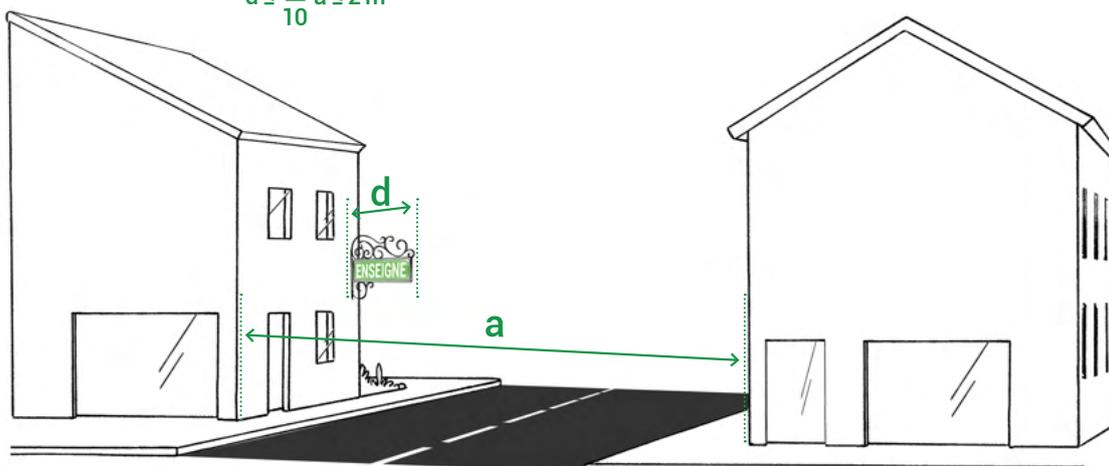
Commune de Berck

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- Ne dépassent la limite supérieure de ce mur,
- Ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

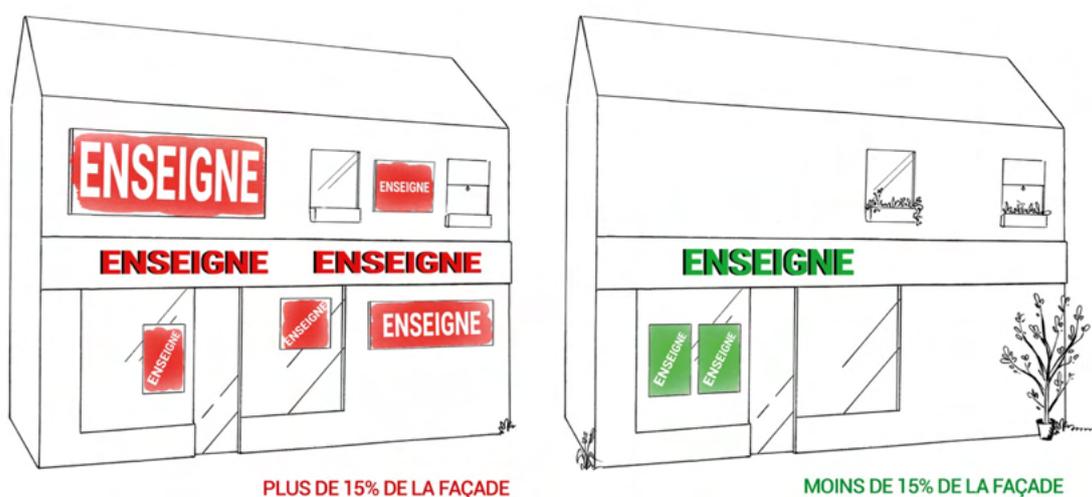
$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



- La surface cumulée des enseignes

Cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée<sup>41</sup> excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

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



<sup>41</sup> Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

On rencontre plusieurs façades saturées d'enseignes sur le territoire. Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale (ex : centre historique). Cette règle nationale est apparue dans le cadre de la « grennellisation » des règles applicables à la publicité extérieure.

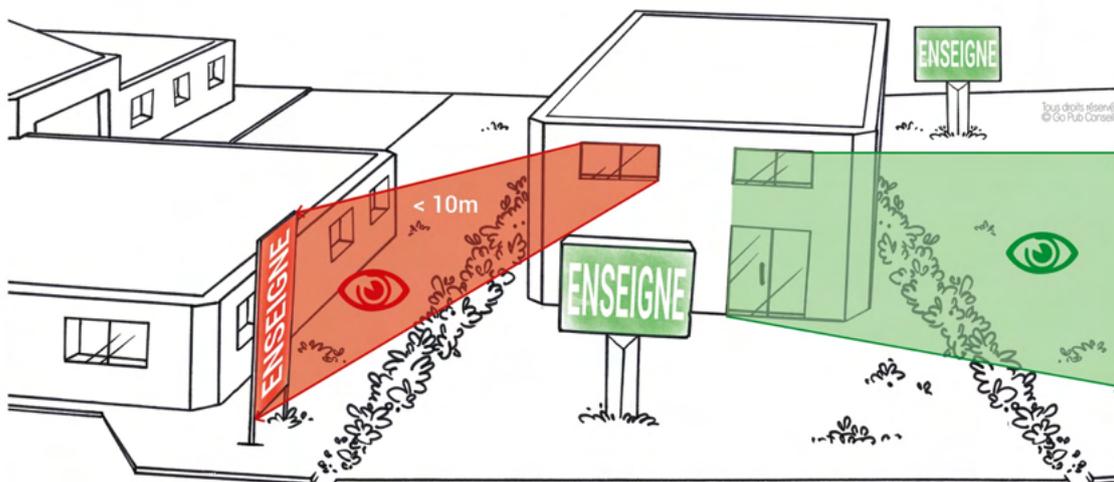
- Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent généralement la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue (après les enseignes parallèles). Elles sont particulièrement présente sur les zones d'activités économiques de la commune et participe à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».

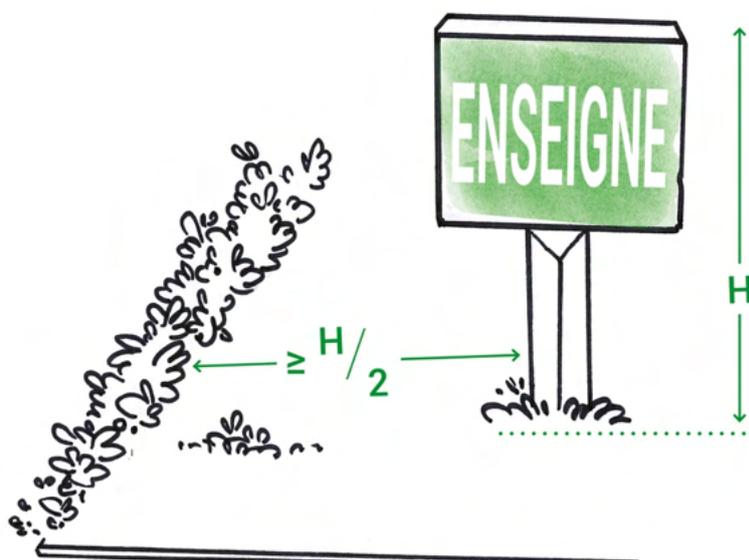


Commune de Groffliers

Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations. Les enseignes de plus de  $1\text{m}^2$ , scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



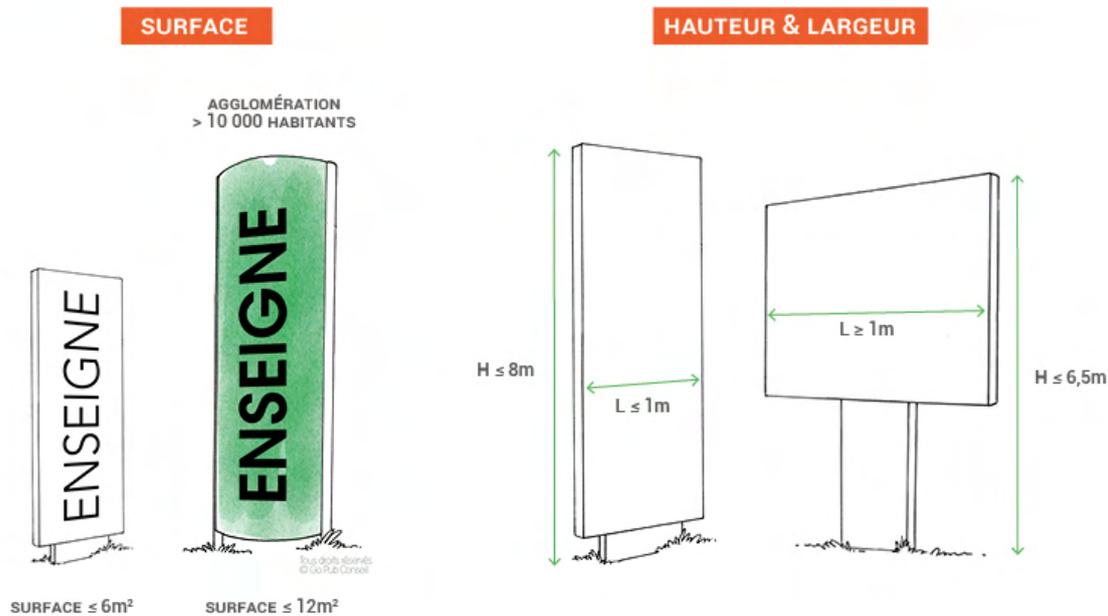
Les enseignes de plus de  $1\text{m}^2$  scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m<sup>2</sup>. Elle est portée à 12 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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



Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifiques en vue de réduire leur impact. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre. Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.



Commune de Camiers



Commune de Cucq

Enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, Valence, décembre 2019. ATTENTION : Pour être qualifiées d'enseignes ces dispositifs doivent être installés sur l'unité foncière de l'activité, sinon, il s'agit de publicité ou préenseigne. Cette règle ne s'applique pas lorsque l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public, dans ce cas, on considère le dispositif comme étant une enseigne (ex : porte-menu sur une terrasse de restaurant).

- Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu est essentiellement présente en zone d'activités. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.

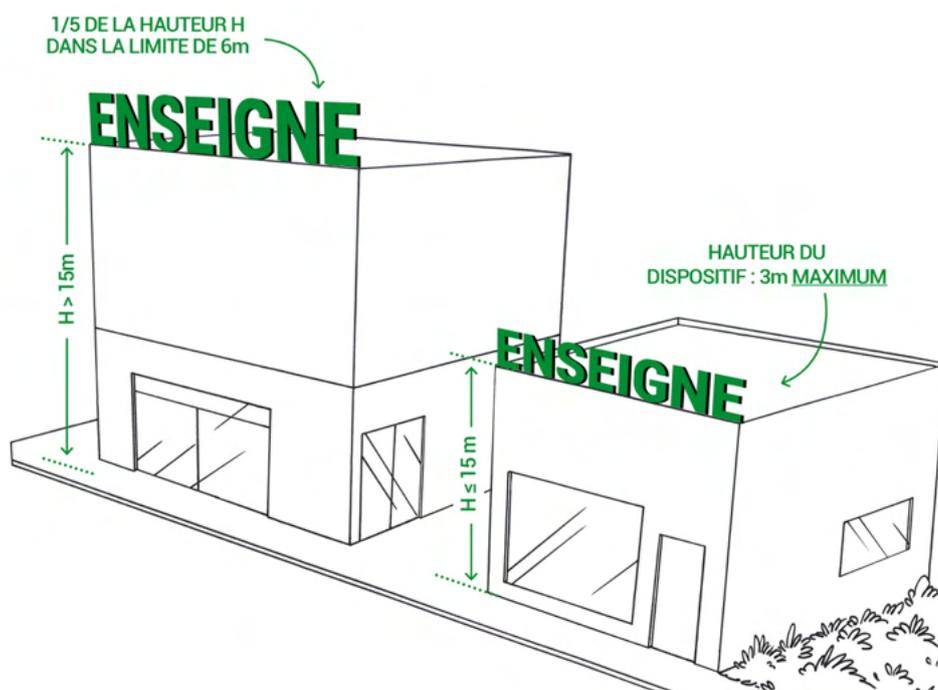


Commune d'Attin

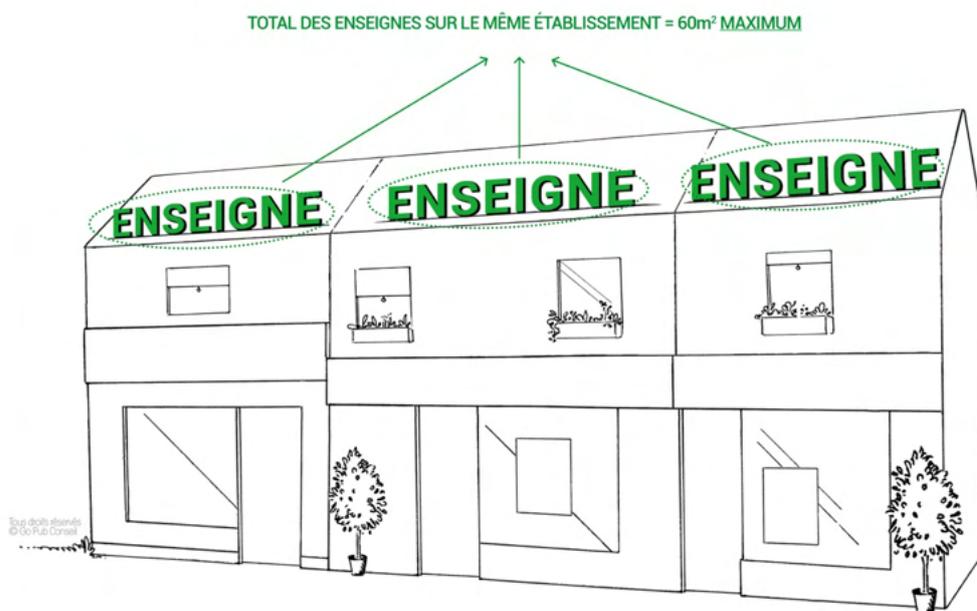
Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

<b>Hauteur maximale des enseignes sur toiture</b>	
<b>Hauteur de la façade ≤ 15 m</b>	3 m
<b>Hauteur de la façade &gt; 15 m</b>	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



Surface cumulée<sup>42</sup> des enseignes sur toiture d'un même établissement  $\leq 60 \text{ m}^2$



<sup>42</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

- Enseignes lumineuses

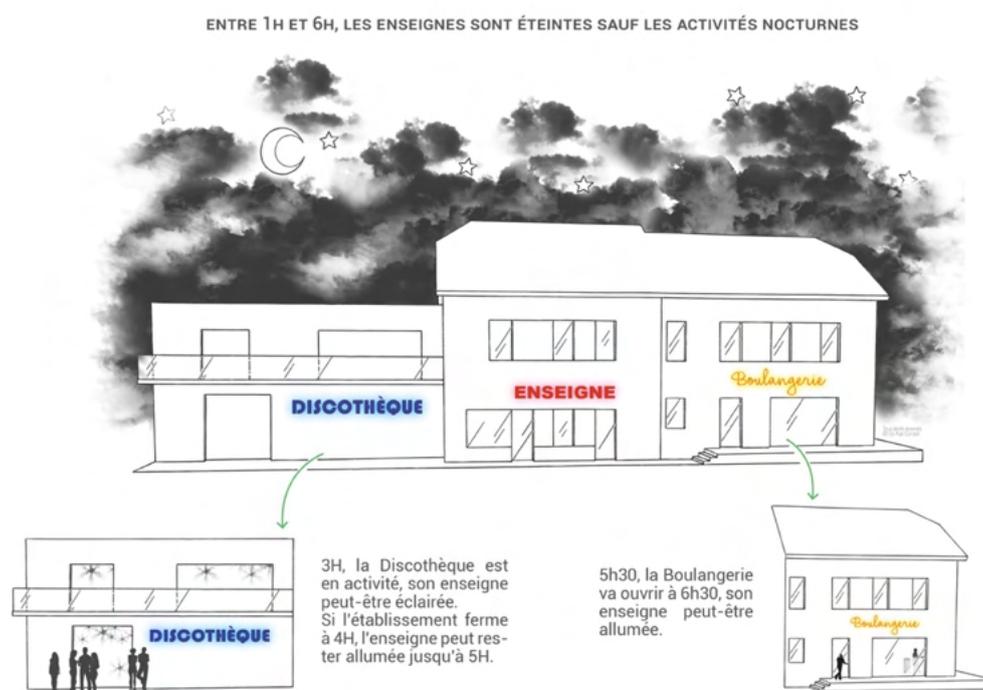
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type<sup>43</sup>.

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>44</sup>.

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

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



L'article R.581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « *toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet* ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.

<sup>43</sup> [Publicités / préenseignes lumineuses](#)

<sup>44</sup> arrêté non publié à ce jour

<sup>45</sup> l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

- Enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° 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.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires sont soumises « *partiellement*<sup>46</sup> » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentées précédemment, notamment :

- Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes<sup>47</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>48</sup>.

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

#### Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie  $\leq 25$  cm ;
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit.

#### Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
- Saillie  $\leq 1/10^{\text{ème}}$  de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m.

#### Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale  $\leq 60$  m<sup>2</sup>

---

46 Cf. d. les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires (p.29) du I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure du présent rapport

<sup>47</sup> il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

<sup>48</sup> arrêté non publié à ce jour

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
- Surface  $\leq 12 \text{ m}^2$  (si 2° alinéa).

## 2.2. Typologies des enseignes sur le territoire de la CA2BM

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

Dans un premier temps nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présente sur le territoire intercommunal de la CA2BM. Puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent avoir un impact sur le paysage urbain par le biais d'une analyse par secteurs.

Six grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire intercommunal, à savoir :

- *Enseignes parallèles au mur,*
- *Enseignes perpendiculaires au mur,*
- *Enseignes scellées au sol avec ou sans ancrage,*
- *Enseignes sur toiture,*
- *Enseignes sur clôture,*
- *Enseignes lumineuses,*

### ➤ Enseignes scellées au sol :

Elles forment la catégorie d'enseignes posant le plus de problèmes en matière de paysage. D'abord, de par leurs nombreuses formes (panneaux, drapeau, avec ou sans ancrage, ...), les enseignes-drapeaux au sein des zones d'activités sont omniprésentes, ce qui offre un manque de lisibilité pour les façades commerciales.

Les enseignes via un panneau sont également problématiques par leurs densités, mais aussi leurs formats, et se confondent souvent avec les publicités ou préenseignes scellées au sol au sein des zones commerciales et d'activités.

Enfin, les enseignes installées au sol sans ancrage de moins d'1 m<sup>2</sup> ne sont pas réglementées à l'échelle nationale, et leurs densités est parfois importantes sur le domaine public, au sein des espaces balnéaires et les rues commerçantes (principalement pour les activités de restauration).

### ➤ Enseignes perpendiculaires

Elles sont particulièrement présentes au sein des axes et ruelles commerciales du territoire (*Rue Carnot / Impératrice à Berck, Rue Saint-Jean au Touquet, Place du Général de Gaulle à Etaples et Montreuil sur Mer*). Elles participent, pour certaines, à une dégradation du patrimoine architectural par leurs formats et leurs implantations au sein du bâti (souvent au 2<sup>ème</sup> étage d'une activité n'ayant lieu qu'en rez-de-chaussée).

### ➤ Enseignes parallèles au mur

Les enseignes parallèles au mur sont implantées sous formes diverses selon les portions territoriales sur lesquels elles sont répertoriées. En conséquence, les enjeux sont différents d'une rue commerçante, à une zone d'activités ou des commerces plus isolées au sein d'axes structurants.

- Pour les zones d'activités/commerciales/artisanales : l'enjeu principal est de veiller à la taille des enseignes et s'assurer que celle-ci ne dépasse pas la façade sur lesquels les enseignes s'apposent.
- Pour les axes commerciaux : par leurs tailles parfois démesurées par rapport à la superficie de la façade existante, les enseignes offrent parfois un manque de sobriété dans ces espaces, qui, sont classées par un inventaire historique (SPR, périmètre 500m autour des MH, etc.). Le cahier des charges des SPR, qui instituent des règles spécifiques en matière d'implantations des enseignes n'est pas toujours respectées.
- Pour les traversées structurantes secondaires : des problèmes d'insertions dans le bâti existant avec une surabondance, des couleurs souvent vives et des dispositifs non conformes (règle 15 et 25 %, enseigne dépassant la hauteur de l'égout du toit)

### ➤ Enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture sont globalement peu présentes sur le territoire, mais l'on retrouve bien souvent au moins un dispositif au sein des zones commerciales signalant la présence d'un grand bâtiment commercial. Ces dernières ont un impact paysager important notamment par rapport aux perspectives visuelles.

### ➤ Enseignes lumineuses

Elles sont présentes au sein du territoire intercommunal de manière éparse au sein des zones d'activités et commerciales, et plus régulières dans les centres des principales communes. La principale infraction pour ce type d'enseignes concerne l'aspect clignotant de ces dernières. Seuls les services d'urgence sont autorisés à ce type d'enseignes.

## 2.3 Analyse des enjeux en matière d'enseignes sur le territoire de l'agglomération

Quel que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes doivent être :

- Constituées par des matériaux durables,
- Maintenu en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

- Supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

Contrairement à la publicité et aux préenseignes qui ont fait l'objet d'un état des lieux exhaustif (géoréférencement, analyse de la conformité au RNP, etc.), l'analyse des enseignes s'est établie de manière qualitative. Le relevé des enseignes a pour ambitions de singulariser les situations les plus fréquentes au sein du territoire.

Pour cela, l'échantillon d'enseignes recensées s'est porté sur diverses fonctionnalités du territoire où la présence d'enseignes est la plus abondante. L'objectif à travers cela est d'observer les points négatifs et positifs au sein de portions territoriales distinctes à savoir :

- Une analyse au sein des zones d'activités économiques, commerciales, artisanales du territoire,
  - Une analyse au sein des centres-villes des principales communes du territoire (Rue Carnot à Berck, Rue Saint-Jean au Touquet, Place du Général- De-Gaulle d'Étaples et de Montreuil-sur-Mer),
  - Une analyse sur les traversées structurantes des communes secondaires où se déploient certaines activités économiques ou commerciales (D317 – Rang-du-Fliers, D940 Cucq, D901 Wailly-Beaucamp, D939 Attin...),
  - Une analyse au sein des espaces balnéaires (Esplanade Parmentier à Berck, esplanade de Sainte-Cécile à Camiers),
- Enseignes au sein des zones d'activités économiques, commerciales et artisanales du territoire :

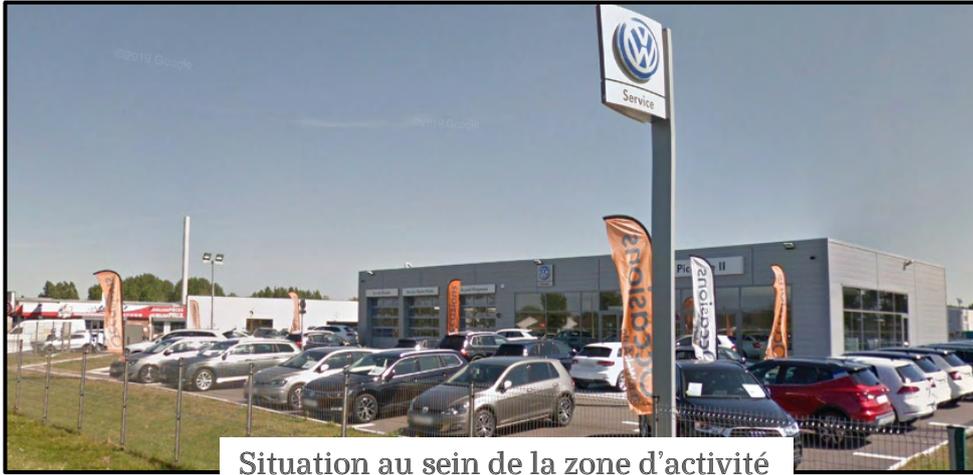
Il y a certes une différence à faire entre une zone d'activités économiques ou artisanales et les zones commerciales. Néanmoins, il a été choisi d'analyser ces espaces de manière globale car ces dernières se juxtaposent bien souvent spatialement au sein du territoire.

De manière générale, les enseignes situées au sein des zones commerciales sont beaucoup plus expressives (par leurs formats et leurs couleurs). Néanmoins, certaines similarités sont également représentées au sein de ces entités urbaines, c'est notamment le cas concernant la densité.

Ceci se traduit par :

- Une forte densité d'enseignes drapeaux :

Cette situation se présente souvent par la présence de concessionnaire automobile qui dénaturent le paysage et qui a pour conséquence une surcharge du signallement et un manque de lisibilité du bâti commercial.



Situation au sein de la zone d'activité de la Vigogne à Berck-sur-Mer



- Un problème d'intégration de certaines enseignes en toiture ou en façade

La qualité des perspectives paysagères et la qualité des secteurs commerciaux de l'agglomération sont parfois désorganisées par l'implantation d'enseignes en toiture ou alors dépassant la hauteur les supportant.



Espace commercial d'Arrochelle, Rue Auguste Biblocq à Merlimont



Commune de Rang-du-Fliers



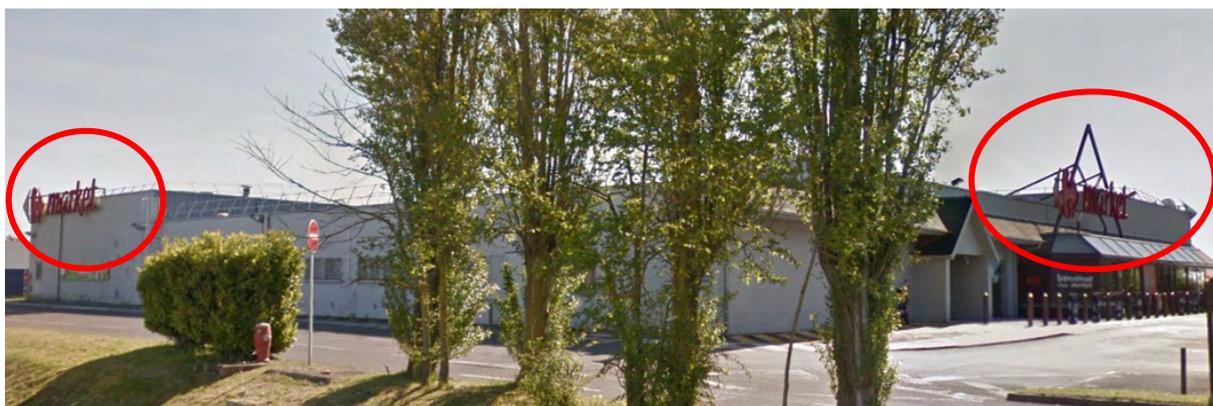
Commune du Touquet-Paris-Plage



Commune d'Attin



Commune de Berck-sur-Mer



Commune de Campigneulles-les-Petites

- Une pluralité d'enseignes scellées au sol

En bordure de voies, la présence d'enseignes scellées au sol amplifie le signalement d'une activité. Par leurs nombres conséquents et leurs formats, ce signalement rajoute une fois de plus un manque de lisibilité et une surcharge des signalements.



Parc d'activités de Grofflliers



Zone d'activité La Vigogne, Berck-sur-



Zone du Valigot, Etaples

- Un encombrement des dispositifs au sein des zones artisanales des communes secondaires

Une multiplicité d'enseignes pour une même activité au sein des zones artisanales du territoire.



D303, Verton



D940, Groffliers

Néanmoins, on retrouve des situations positives notamment pour les activités récemment implantées :

- Un effort d'intégration pour les enseignes en façades :

On constate une recherche d'homogénéisation et d'intégration des enseignes en façade, avec des dispositifs adaptés à la structure du bâtiment.

Zone commerciale Carrefour, Berck-sur-Mer :



Zone d'activité de Campigneulles-les-Petites :



➤ Enseignes au sein des centres villes des principales communes

Le diagnostic des enseignes s'est ensuite porté sur les centres-villes des principales communes du territoire, en particulier les lieux où l'on constate le plus d'implantations commerciales. Les choix se sont donc portés sur la rue Carnot à Berck, la rue Saint-Jean au Touquet, la place du Général de Gaulle à Etaples et cette même place à Montreuil-sur-Mer.

On constate une forte densité d'enseignes sur les façades dans le centre-ville des principales communes. De plus, on retrouve une forte hétérogénéité dans la typologie des enseignes choisies avec à la fois des enseignes parallèles au mur, sur balcons, sur auvents, perpendiculaires, en vitrophanies, ou posées au sol.

C'est pourquoi la majorité des commerces dans les centres-villes possèdent entre trois et quatre enseignes. L'enseigne principale en façade (ou parallèle au mur) comprend parfois un store-banne, une enseigne perpendiculaire ou encore un enseigne sur un auvent. En revanche, compte-tenu de la typologie des lieux (les commerces sont situés principalement à l'alignement des voies), on retrouve peu d'enseignes scellées au sol ou sur clôture dans ce type d'espace.

Bien que l'on retrouve parfois un certain effort, avec de nombreuses réalisations qui permettent d'apprécier un travail d'intégration des enseignes au sein des bâtiments, d'autres réalisations ne s'insèrent pas de manière idéale avec le bâti existant.

Par exemple, les enseignes perpendiculaires ont parfois des dimensions excessives ou se situent en hauteur par rapport aux autres commerces. Ces enseignes sont aussi parfois présentes directement en face d'une fenêtre ou d'un balcon.



Rue Saint-Jean, Le Touquet



Rue Carnot, Berck-sur-Mer



Place du Général de Gaulle,  
Montreuil-sur-Mer



Place du Général de Gaulle, Etaples



- Une surabondance d'informations au sein des façades commerciales

Les enseignes parallèles dénaturent dans certains cas l'architecture du bâti sur lequel elles se trouvent. Sur le territoire intercommunal, de nombreuses façades commerciales sont parfois surchargées en contradiction avec la réglementation nationale.

Cette dernière concerne le rapport entre la surface des enseignes et la superficie de la façade commerciale correspondante (art R. 581-63). En effet, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant plus de 15 % de la surface de cette façade. Cette surface peut néanmoins être majorée à 25 % pour les façades commerciales de moins de 50 m<sup>2</sup>.



Place du Général de Gaulle, Etaples

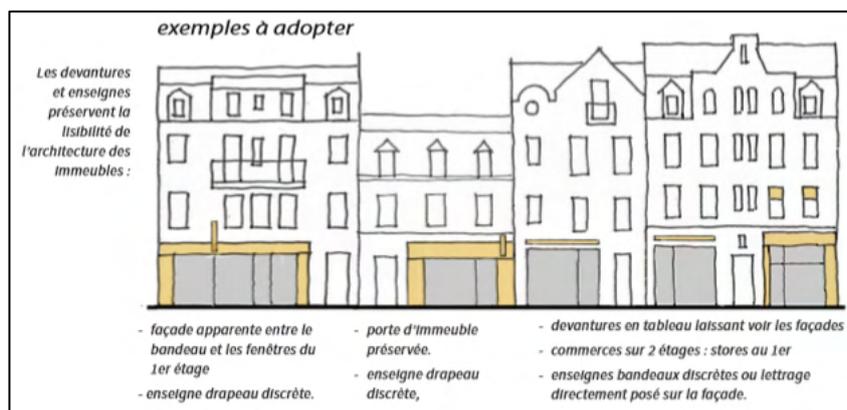


Rue Carnot et de l'Impératrice, Berck

- Les points positifs au sein des façades commerciales :

Les enseignes doivent préserver la lisibilité de l'architecture des immeubles. Ainsi, il est intéressant d'adopter les exemples d'illustrations issus des règlements des sites patrimoniaux remarquables (SPR).

Voici l'exemple pour le SPR au sein de la commune de Berck :



Certaines enseignes adoptent ce modèle au sein du territoire intercommunal. Bien souvent, ce sont les devantures des bâtiments relatifs aux activités relatif aux banques, mais d'autres enseignes s'intègrent également idéalement au sein de l'architecture.



Rue Saint-Jean, Le Touquet



Rue Carnot et Rue de l'Impératrice, Berck

➤ Analyse au sein des traversées structurantes du territoire

Une analyse des enseignes situées sur les communes secondaires a également été menée. On trouve dans ces territoires quelques activités économiques et commerciales le long des axes principaux traversants.

Bien souvent, l'installation de ces commerces au sein des communes moins densément peuplées fait apparaître une volonté de signalement plus importante, en découle ainsi un manque de lisibilité et d'une dégradation du bâtiment supportant ces enseignes.

- Des signalements excessifs et de grands formats qui dénature le bâtiment les supportant



D901, Attin



D940, Merlimont

D349, Montreuil-sur-Mer



D940, Cucq

De plus, la présence d'enseignes dans ce type d'espaces est souvent liée à un changement de destination d'un bâtiment existant faisant passer l'usage d'une habitation à un commerce. En conséquence, contrairement aux bâtiments commerciaux au sein des zones d'activités ou les commerces de rez-de-chaussée dans les communes les plus denses du territoire, les commerces des communes secondaires possèdent dans de nombreux cas, l'architecture d'anciennes maisons individuelles.

Ainsi, cette portion territoriale est soumise à une difficulté d'insertion des enseignes au sein des façades, cela se traduit par l'apparition d'enseignes au sein des pignons. Ce type d'implantation est souvent peu qualitative.



D349, Wailly-Beaucamp



D317, Ecuire



D940, Merlimont



D349, Montreuil-sur-Mer



D940, Cucq



### ➤ Enseignes au sein des secteurs balnéaires

L'analyse des enseignes en secteurs balnéaires s'est portée sur les communes de Berck sur Mer, Merlimont et Camiers (Sainte-Cécile). En effet, le front de mer de Cucq et du Touquet comportent peu d'enseignes.

La différence principale par rapport aux autres portions territoriales présentées est la présence d'enseignes au sol sans ancrage qui se présente sous diverses formes (chevalet, mâts drapeaux ou autres dispositifs). Bien souvent, elles possèdent une superficie de moins de 1 m<sup>2</sup> et ne sont donc pas réglementer par le RNP.

Bien que ce type d'enseigne participe à l'ambiance balnéaire du territoire, elles interrogent toutefois par leur densité et leur forme. En période de forte affluence, ces dispositifs peuvent entraver la circulation piétonne et faire courir des risques à la population.



Esplanade de Sainte-Cécile,  
(Camiers) et  
Parmentier (Berck)

### ➤ Synthèse des enjeux en matière d'enseignes

A travers cette analyse, les pistes d'améliorations concernant l'insertion des enseignes dans le tissu urbain peuvent donc être :

- réduire la place des enseignes scellées au sol ainsi que les enseignes installées directement au sol sans ancrage au sein des zones d'activités.
- privilégier les enseignes parallèles en façade au profit des enseignes en toiture,
- lutter contre la juxtaposition d'enseignes scellées au sol au sein des zones où s'exercent plusieurs activités économiques, au profit d'une enseigne commune (totem commun, relais d'informations-services, ...),
- viser au respect de l'application des règles des SPR concernant la pose des enseignes,
- limiter la multiplication des enseignes et l'hétérogénéité des enseignes au sein des traversées structurantes afin d'éviter une surcharge et une redondance de signalements,
- désencombrer les espaces balnéaires et de concentrations de petits commerces des dispositifs au sol sans ancrage (chevalets, ...).

### III - Les secteurs à enjeux au sein de la CA2BM

Il convient en préambule d'indiquer que la mise en conformité des dispositifs actuellement en infraction permettra une réelle amélioration des paysages.

La présence de la publicité extérieure sur le territoire engendre plusieurs secteurs à enjeux :

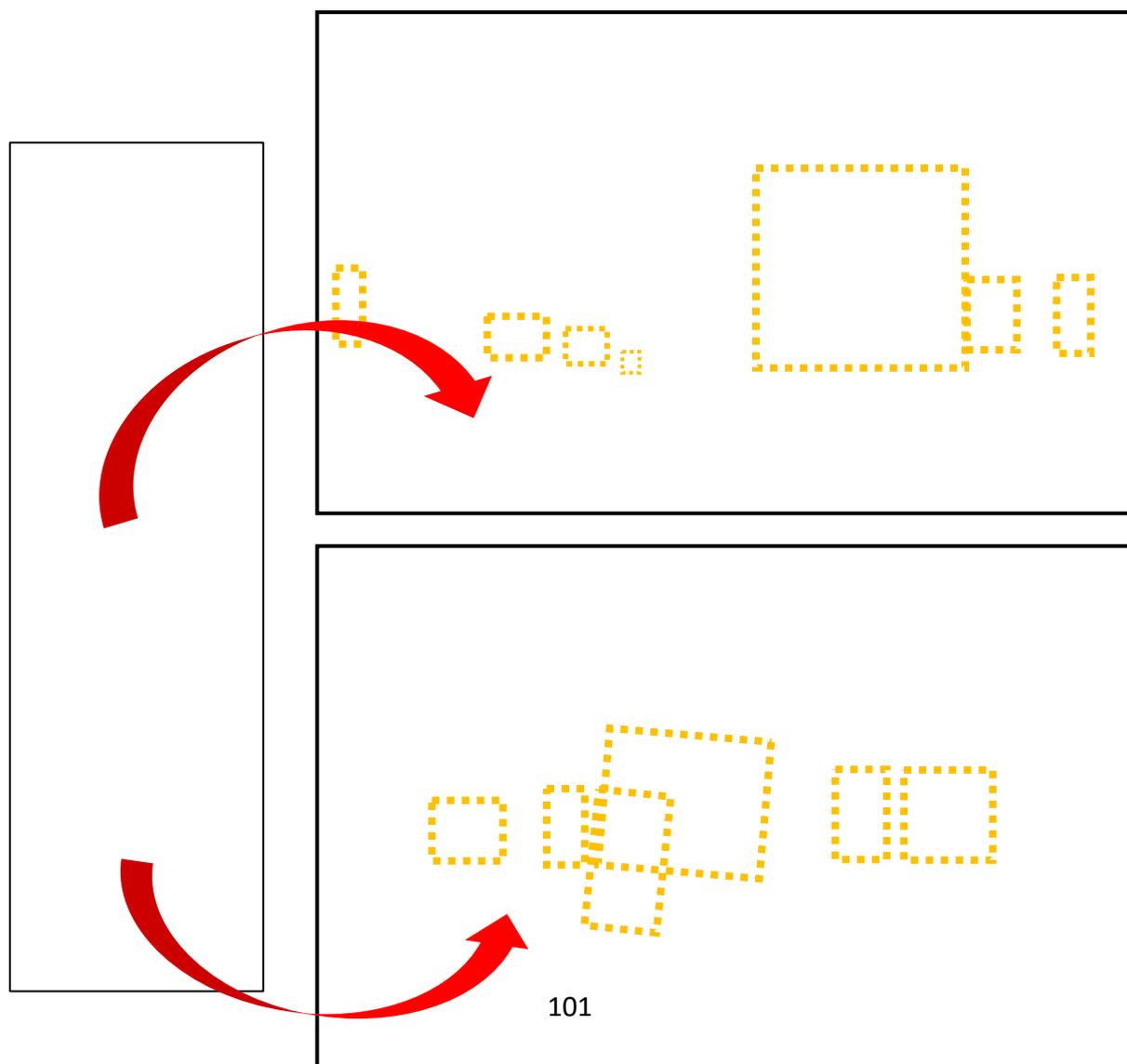
- Une dégradation des entrées de villes des principales communes du territoire,
- Un effet de saturation au sein des zones d'activités et commerciales,
- Des axes structurants (principales RD) excessivement impactés,
- La problématique de redondance de signalements en communes rurales.

#### 3.1 Des entrées de villes dégradées

Le diagnostic fait état d'une dégradation visuelle de certaines entrées de villes du territoire qui sont généralement situées dans les communes les plus peuplées.

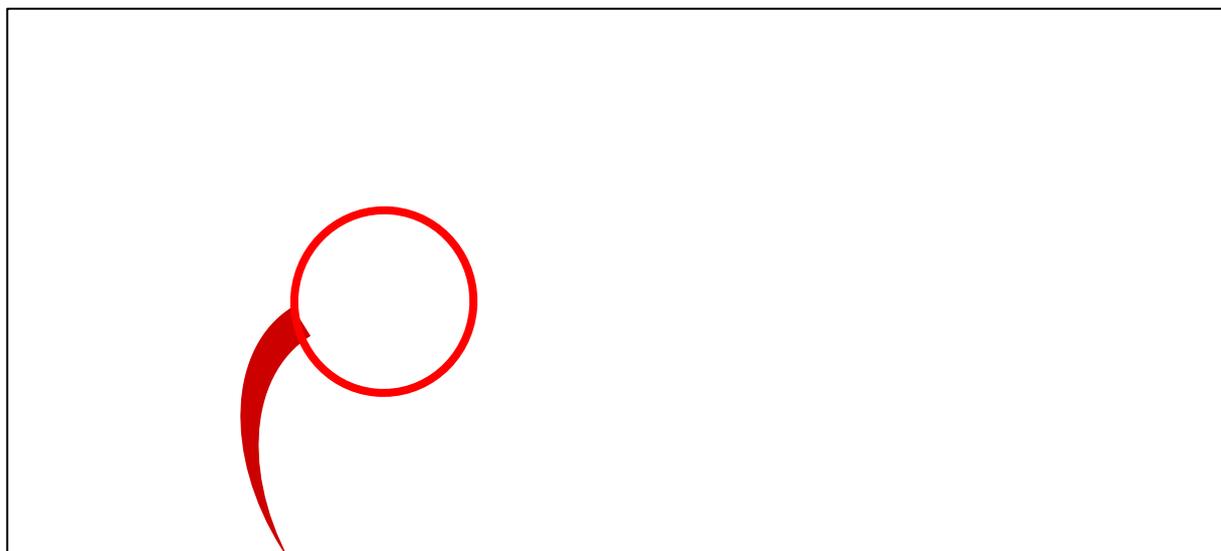
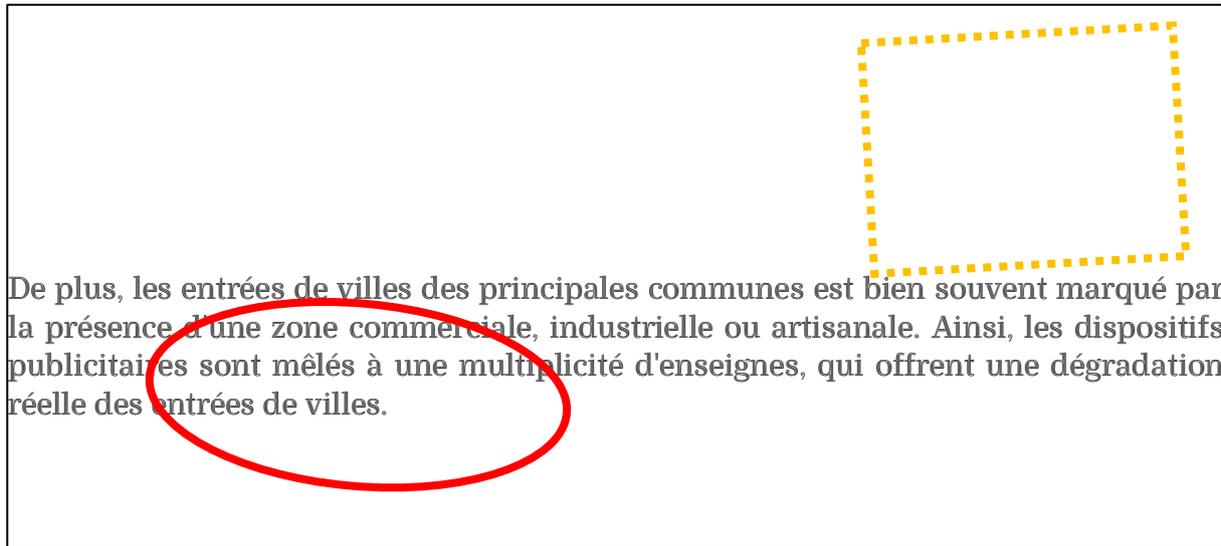
Généralement, on retrouve au sein de ces espaces une pluralité de dispositifs mais notamment des dispositifs scellés au sol de grands formats. Les intersections (giratoires, carrefours, feux tricolores, etc.) sont les éléments urbains privilégiés pour l'affichage publicitaire.

Situation à Berck (entrées Nord)



La taille de ces publicités est généralement peu en adéquation avec les proches espaces qui sont résidentiels (bien souvent en R+C ou R+1+C). Ces entrées de villes, dégradées paysagèrement par ces dispositifs scellés au sol offrent un sentiment d'agression visuelle. Plusieurs publicités numériques se retrouvent également dans ce type d'espace.

L'impact de la publicité est également présent pour les entrées de villes des communes moins peuplées du territoire intercommunal.

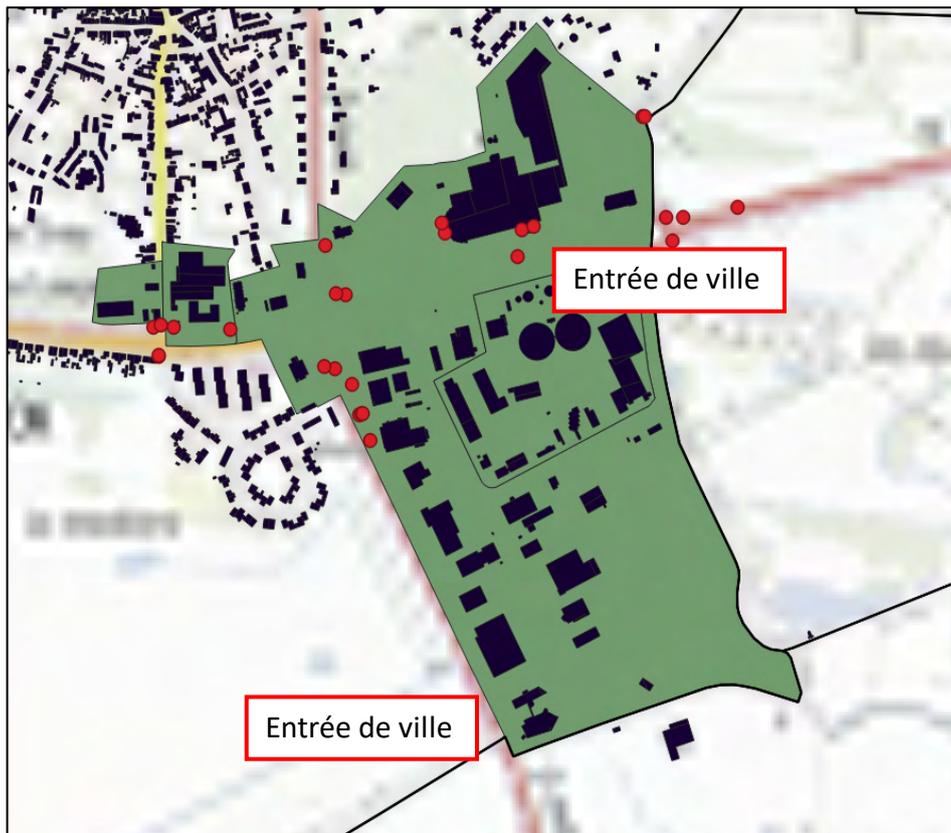


Enfin, au sein de ces espaces, nous retrouvons généralement des zones d'activités, économiques, artisanales ou commerciales.

Dans ce type d'entrées de villes, on retrouve à la fois des dispositifs grands formats annonçant des commerces au sein de la zone, du mobilier urbain ainsi que de nombreuses enseignes (mâts drapeaux notamment).

Les dispositifs publicitaires se mêlent avec les enseignes et en conséquence, l'effet de dégradation est très marqué au sein de ces portions territoriales.

Situation à Berck (Entrée Sud) :



### 3.2 Un manque de lisibilité au sein des zones à vocation économiques

Les zones à vocation économique, artisanale ou industrielle du territoire sont globalement des secteurs où la présence des publicités posent des problèmes d'harmonie paysagère.

En effet, le constat est relativement similaire pour l'ensemble de ces portions territoriales à savoir :

- Une multiplicité de préenseignes scellées au sol indiquant les activités économiques au sein de la zone ou ailleurs sur le territoire
- Des enseignes scellées au sol de grands formats et en nombres conséquents (mâts drapeaux)
- Une présence d'enseignes sur clôture
- Des enseignes placées en toiture pour les bâtiments pour les centres commerciaux

Situation à Etaples :

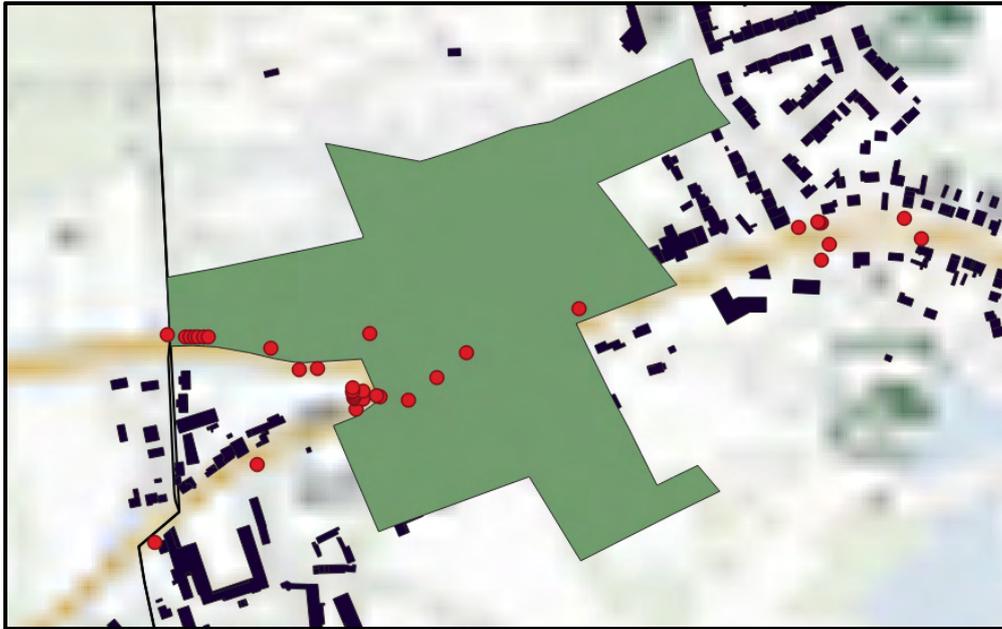


*Une diversité d'enseignes scellées au sol*



*De nombreuses préenseignes scellées au sol*

Situation à Rang-du-Fliers :



Au sein de l'espace commercial situé à Rang-du-Fliers, il est intéressant de constater la présence de nombreuses préenseignes (*sur clôture*) qui indiquent des activités ne se situant pas au sein de cette zone. Ces éléments viennent une nouvelle fois surcharger cet espace déjà encombré par les dispositifs des activités se situant au sein de cette zone. La présence d'un imposant giratoire est privilégié pour l'implantation de publicités, mais peut également provoquer une réelle distraction pour les utilisateurs routiers.

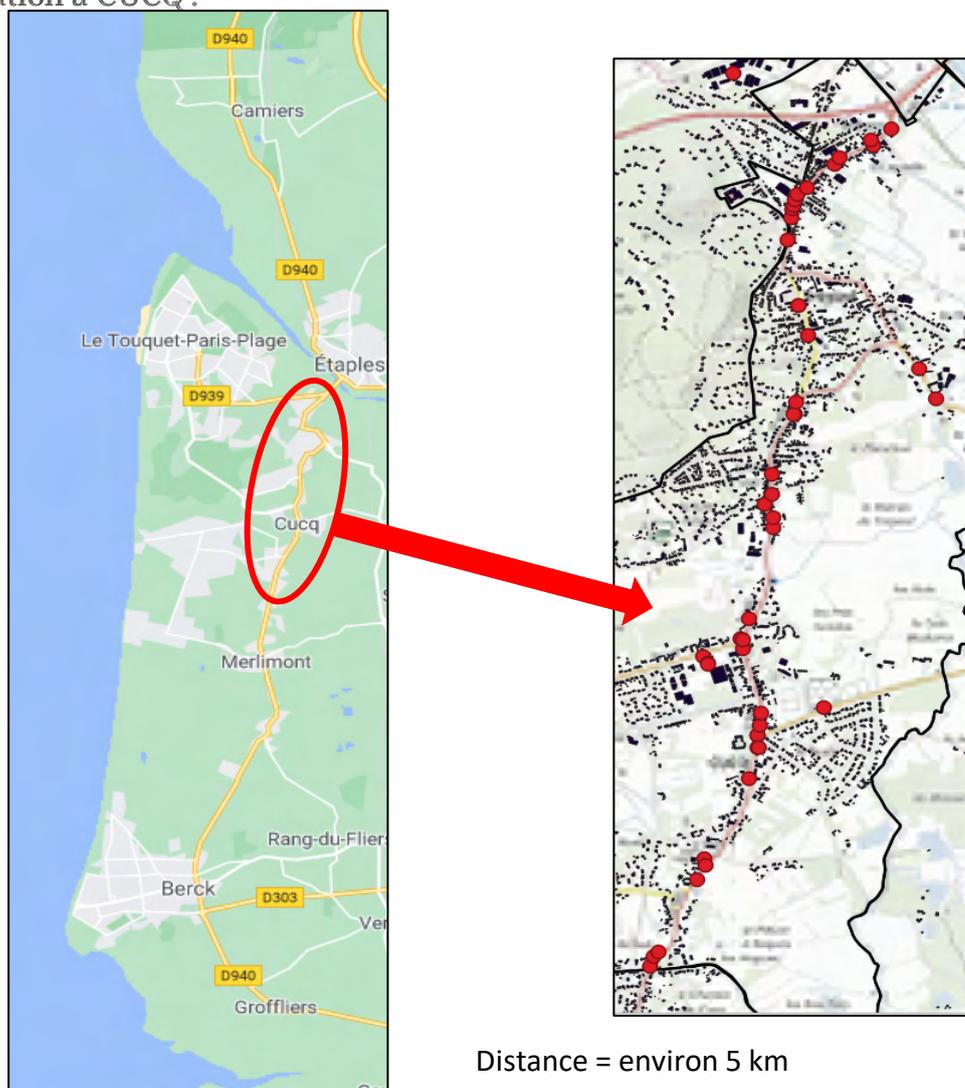


### 3.3 Les axes structurants (principales RD) particulièrement impactés

Les axes structurants de la CA2BM sont les principales zones d'implantations des publicités et des préenseignes. De plus, des zones à vocation économique et de nombreux commerces (*D 940 Cucq/Merlimont ; D 939 Bréxent/Attin ; ...*) sont présents le long de ces axes avec parfois des enseignes de taille importante.

La D940 est un axe structurant puisqu'elle permet la liaison depuis la Somme et le Boulonnais vers les communes littorales de la CA2BM.

Situation à CUCQ :



Distance = environ 5 km

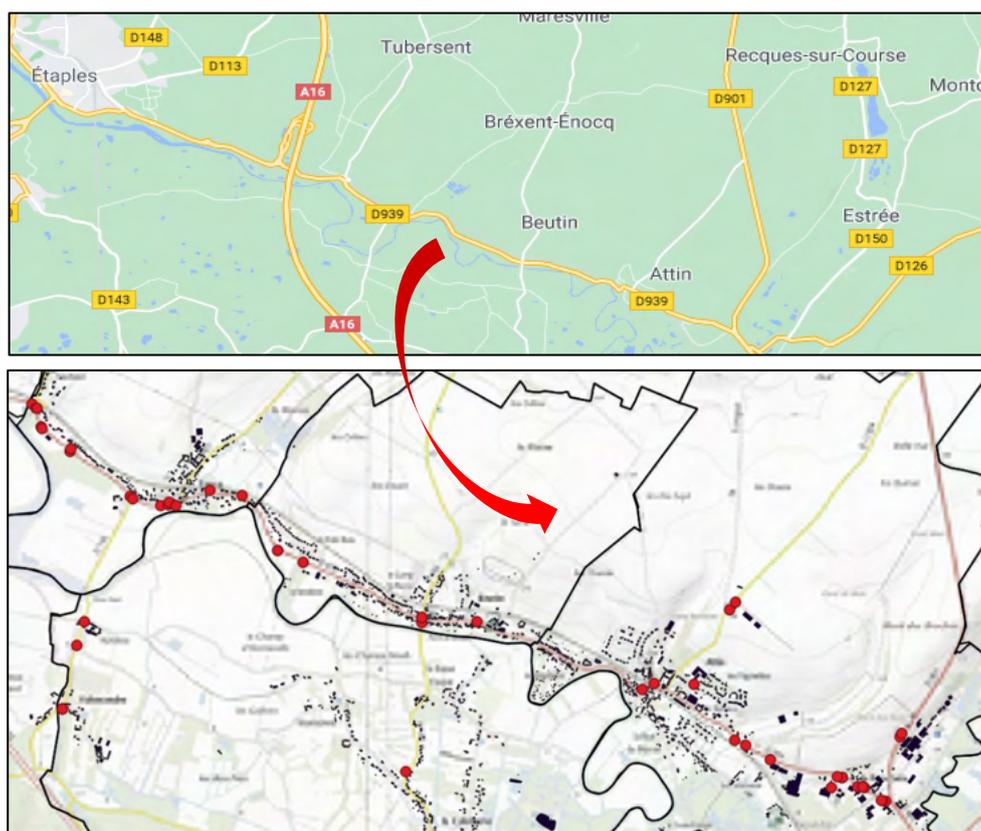
On retrouve 37 dispositifs le long de cet axe avec :

- 13 dispositifs muraux,
- 13 mobiliers urbain,
- 10 scellées au sol,
- 1 sur clôture.



Situation RD 939 – ATTIN, BEUTIN, BREXENT-ENOCQ

La liaison entre l'arrière-pays et le Montreuillois vers les communes du Touquet et d'Étaples est marqué par la traversée de plusieurs communes via la RD 939. Cette liaison de grand passage est un lieu propice à l'implantation de dispositifs publicitaires.



Au total, 38 dispositifs qui se trouvent aux abords de cet axe avec :

- 22 dispositifs scellées au sol,
- 8 dispositifs muraux,
- 5 sur supports interdits,
- 3 sur clôtures.



Commune de Bréxent-Enocq



Commune de Beutin



Commune d'Attin

### 3.4 Un signalement excessif de certaines activités en milieu rural

De manière générale, les communes rurales sont peu impactées par les dispositifs de préenseignes.

Néanmoins, certaines communes sont impactées par l'affichage de nombreux dispositifs concernant la même activité.

De plus, ils ont bien souvent non conforme à la réglementation nationale et perturbe inévitablement l'ambiance rurale de ces lieux. L'enjeu serait de prioriser les Signalisation d'Information Locale (SIL) dans ces communes afin de permettre aux activités d'être signaler et d'améliorer le cadre de vie.

Situation à BREXENT-ENOCQ :

Au total, 19 dispositifs sont implantés sur cette commune et on relève 5 signalements pour une seule et même activité.



4 grands panneaux scellés au sol ainsi qu'un dispositif sur un poteau de distribution électrique sur une distance d'environ 600 mètres sont utilisés pour le signalement de cette activité. En plus d'être non conforme, ces dispositifs surchargent l'espace public.

Situation à BEAUMERIE – SAINT - MARTIN :

Pour la commune de Beaumerie-Saint-Martin, 5 dispositifs sur les 8 recensés sont apposés par la même activité.

L'affichage sauvage est utilisé pour les activités isolés et cette structure profite de la RD349 traversant la commune pour son signalement.



On retrouve un dispositif scellé au sol et 4 dispositifs posés au sein de de supports interdits (poteau de distribution électrique, panneaux de signalisation, ...).

Situation sur plusieurs communes rurales :

On relève également des dispositifs similaires pour la même structure, mais qui sont implantés dans plusieurs communes se situant à proximité de la commune accueillant l'activité.



Commune de Maresville, accueillant l'activité

- Report du signalement de l'activité au sein des communes rurales proches -



Commune de Bréxent-Enocq



Commune de Frencq



Commune de Tubersent



Commune de Beutin

### ➤ Synthèse des enjeux en matière de publicités et préenseignes

L'analyse démontre que les plus fortes pressions publicitaires se trouvent au sein des axes structurants (les principales RD), notamment sur les traversées communales de la Somme vers Le Touquet (D940 - Waben, Groffliers, Berck Merlimont, Cucq) et du Montreuillois vers Etaples (Attin, Bréxent-Enocq, Beutin). Nous retrouvons également des enjeux au niveau des zones d'activités, à la fois en matière de préenseignes et d'enseignes. Les entrées de villes sont également problématiques pour certaines communes, d'autant qu'elles accueillent pour beaucoup les zones d'activités.

Les communes rurales sont faiblement impactées mais l'affichage sauvages dans certaines communes est une source de nuisance. Il convient de trouver d'autres alternatives pour les activités isolées.

L'analyse de l'impact de la publicité extérieure sur le territoire de la CA2BM sont :

- Une forte densité des dispositifs le long des axes structurants
- Une forte densité de dispositif scellé au sol, notamment de grands formats, sur la commune de Berck.
- La présence de quelques enseignes en toiture ayant un fort impact paysager
- Un manque de lisibilité au sein des zones à vocation économiques avec de nombreux dispositifs scellés au sol (enseignes et préenseignes)
- Des entrées de villes souvent dégradées par la présence de publicités (d'autant plus au sein des entrées de villes ou on relate la présence d'une zone d'activités)
- Beaucoup de panneaux signalant la même activité au sein des communes rurales
- La présence de nombreux mobiliers urbains supportant de la publicité dont l'impact paysager est faible au sein des SPR
- Les centres-villes sont globalement bien préservés des dispositifs publicitaires, ainsi que les abords des sites patrimoniaux.
- Peu de dispositifs lumineux et numériques, mais des dispositifs récents qui convient de prendre en compte pour l'élaboration de la réglementation locale.

Les pistes d'améliorations concernant l'insertion des publicités et des préenseignes sont les suivantes :

- une limitation de la densité des dispositifs notamment au sein des traversées structurantes du territoire,
- une amélioration de la lisibilité au sein des entrées de villes
- une réintroduction de la publicité sur le mobilier urbain possédant un faible impact paysager au sein des SPR
- un développement de la SIL au sein des communes rurales au profit de l'affichage sauvage (mais aussi plus largement pour toutes les communes)
- un meilleur contrôle du développement des dispositifs publicitaires (notamment numérique) au sein du milieu résidentiel et du patrimoine protégé.

### **III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure**

#### ***1. Les objectifs***

Par une délibération n°16-58 en date du 16 juin 2016, inchangé par rapport à la délibération n°17-276 portant l'élargissement du périmètre du RLPi à celui de la CA2BM en date du 19 Octobre 2017, la collectivité a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

1. Traiter les sites stratégiques du point de vue urbanistique (entrées de ville, abords d'équipements, ...) en y limitant et/ou régulant la présence publicitaire ;

2. Procéder à un recensement global de supports de communication notamment durant la saison touristique ;

3. Concilier les demandes des socioprofessionnels de l'intercommunalité soumis à d'importants enjeux économiques avec l'impérieuse nécessité de protéger l'environnement naturel et bâti ;

4. Supprimer les dispositifs incompatibles avec la qualité paysagère des lieux ;

5. Améliorer le cadre de vie des habitants et renforcer l'identité et l'image du territoire;

6. Assurer la cohérence de traitement des voies traversant ou bordant des territoires communaux différents, par des règles appropriées applicables en continuité sur ces voies ;

7. Prendre en compte les besoins de communication des collectivités, en admettant la publicité apposée sur les mobiliers urbains, selon des superficies d'affichage et des procédés adaptés selon les sites (2m<sup>2</sup>, 8m<sup>2</sup>, procédé numérique, ...) ;

8. Répondre aux besoins de communication des activités locales, par des prescriptions adaptées à la micro signalétique économique (préenseignes ou mobilier urbain publicitaire selon les cas) ;

9. Tenir compte de la présence des nombreux lieux protégés visés à l'article L.581-8 du Code de l'Environnement (moins de 100m et champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits, MH, SPR, Natura 2000), en y admettant cependant l'expression publicitaire minimale nécessaire à l'animation de la vie locale (affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, publicité apposée sur mobilier urbain, préenseignes notamment temporaires, ...)

## ***2. Les orientations***

Afin de remplir ces objectifs, la CA2BM et ses communes membres ont débattues des orientations suivantes :

### **Orientation 1**

Réduire la densité publicitaire et le format publicitaire

### **Orientation 2**

Limiter l'impact des publicités et préenseignes scellées au sol en les interdisant ou en fixant des contraintes d'implantation lorsqu'elles seront autorisées

### **Orientation 3**

Limiter l'impact des publicités et préenseignes lumineuses (notamment numériques) en fixant une plage d'extinction nocturne et en interdisant le numérique dans certaines zones

### **Orientation 4**

Harmoniser les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain

### **Orientation 5**

Éviter l'implantation d'enseignes sur certains emplacements (sur toiture, sur clôture, sur garde-corps, etc.)

### **Orientation 6**

Reprendre certaines dispositions sur les enseignes des règlements des Sites Patrimoniaux Remarquables afin de préserver la qualité de ces secteurs

### **Orientation 7**

Réduire la place des enseignes perpendiculaires au mur en limitant leur saillie, leur nombre

### **Orientation 8**

Limiter la place des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en les encadrant lorsqu'elles font moins d'un mètre carré et en harmonisant leur format à l'échelle intercommunale lorsqu'elles dépassent un mètre carré (hauteur au sol, surface, largeur)

### **Orientation 9**

Limiter l'impact des enseignes lumineuses (notamment numériques) en fixant une plage d'extinction nocturne et en interdisant le numérique dans certaines zones

### **Orientation 10**

Renforcer la réglementation en matière d'enseignes temporaires.

## **IV. Justification des choix retenus**

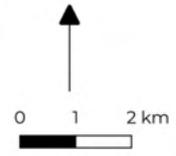
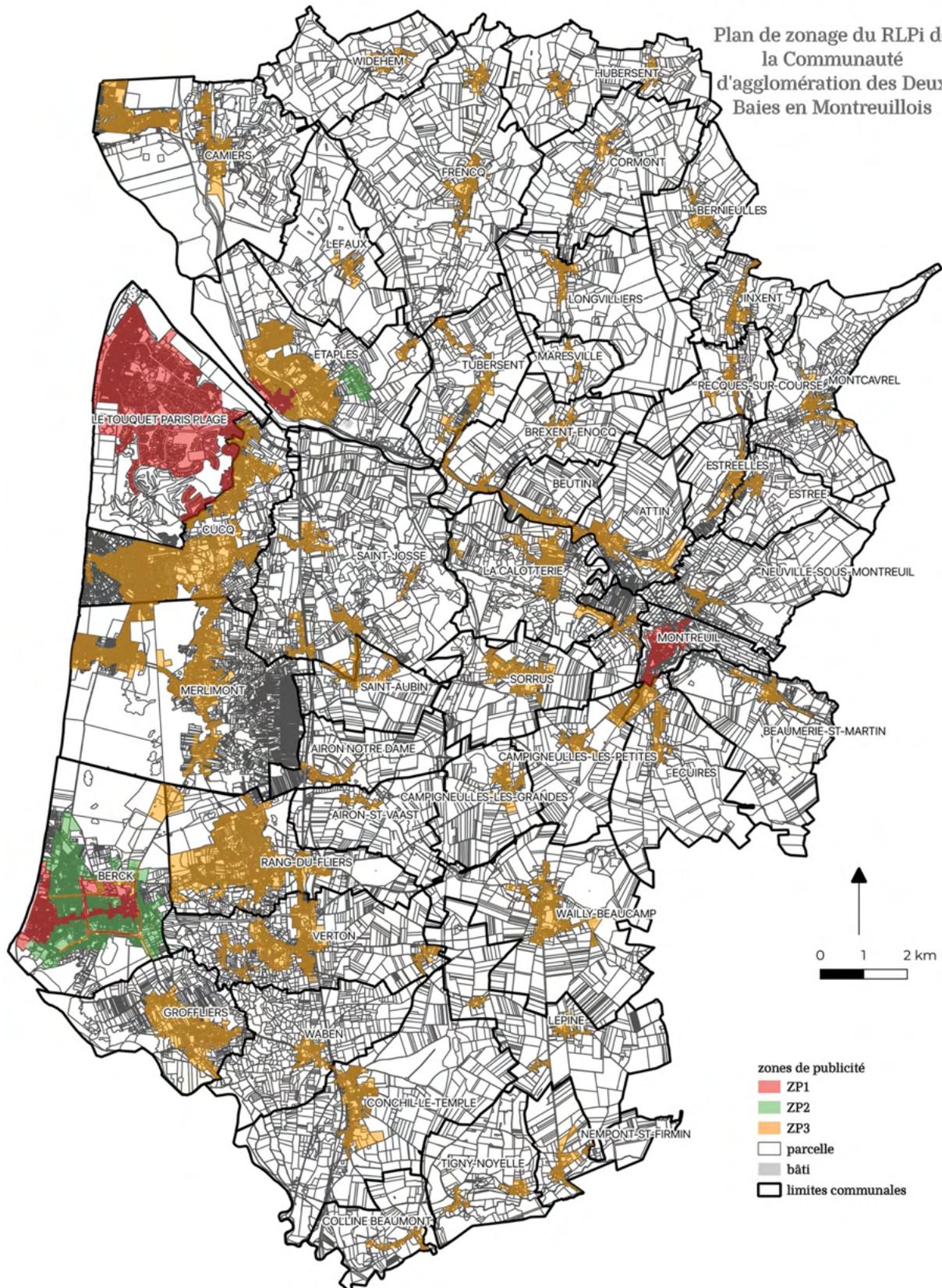
### ***1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes***

En matière de publicités et préenseignes, trois zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal. Elles couvrent l'ensemble des zones agglomérées.

Les trois zones de publicités se découpent de la manière suivante :

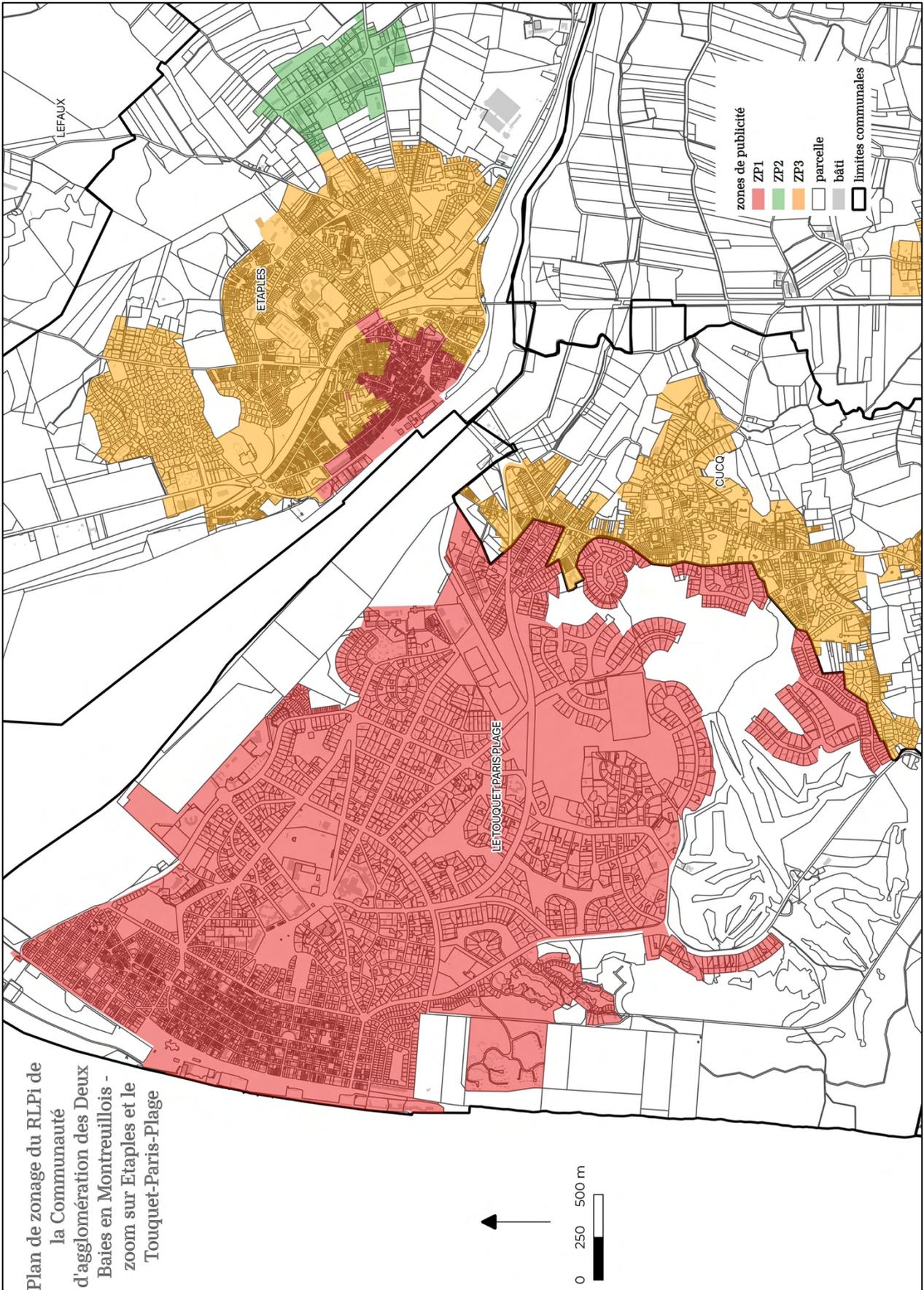
- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les parties agglomérées des Sites Patrimoniaux Remarquables de Berck-sur-Mer, d'Étaples et du Touquet-Paris-Plage. Elle couvre également le site inscrit (partie agglomérée) de Montreuil.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre en partie les zones agglomérées de Berck-sur-Mer et d'Étaples situées en dehors des Sites Patrimoniaux Remarquables.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre l'ensemble des agglomérations du territoire intercommunal à l'exclusion des zones de publicité n°1 et n°2.

Plan de zonage du RLPi de  
la Communauté  
d'agglomération des Deux  
Baies en Montreuillois

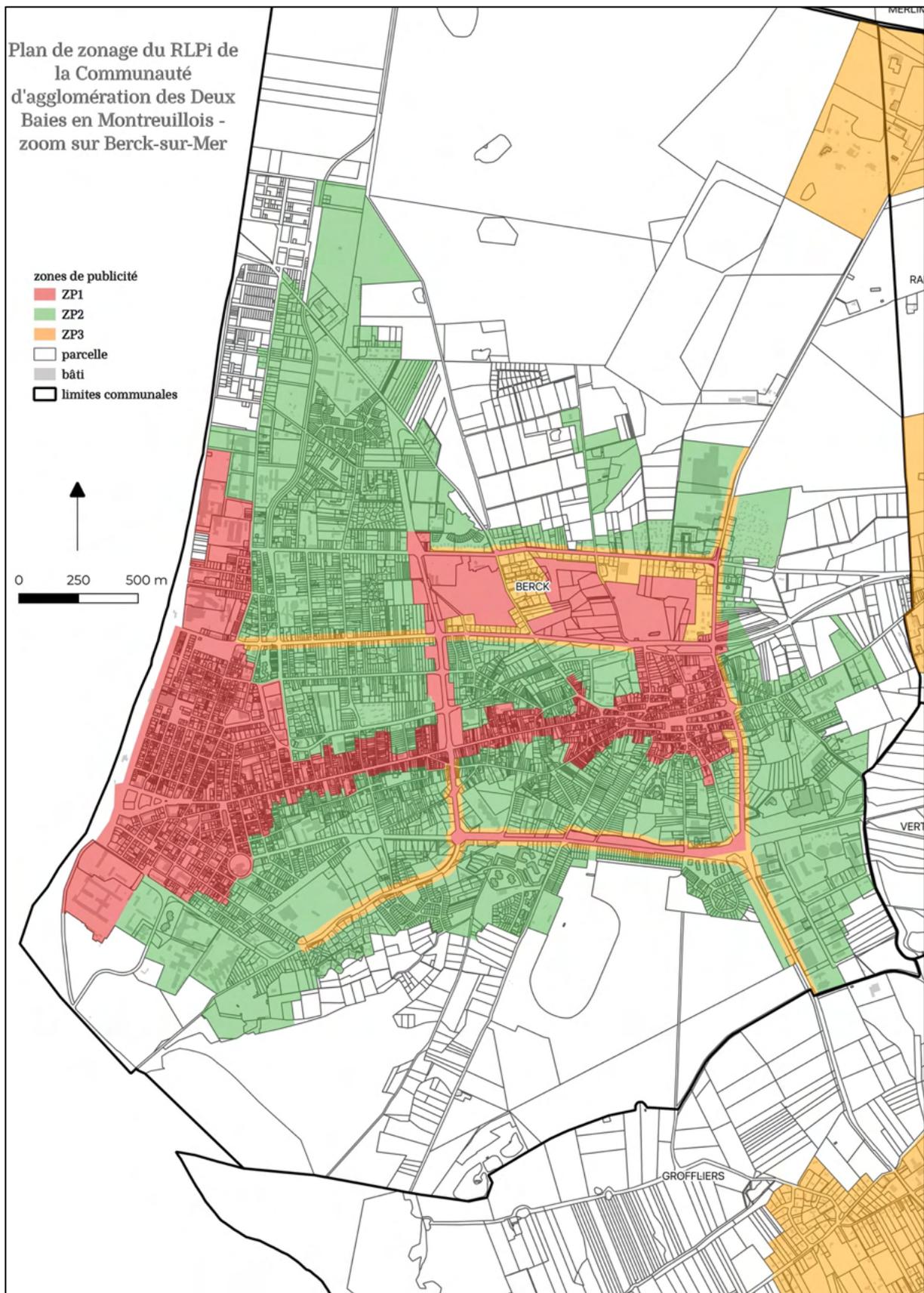


- zones de publicité
- ZP1
- ZP2
- ZP3
- parcels
- bâti
- limites communales

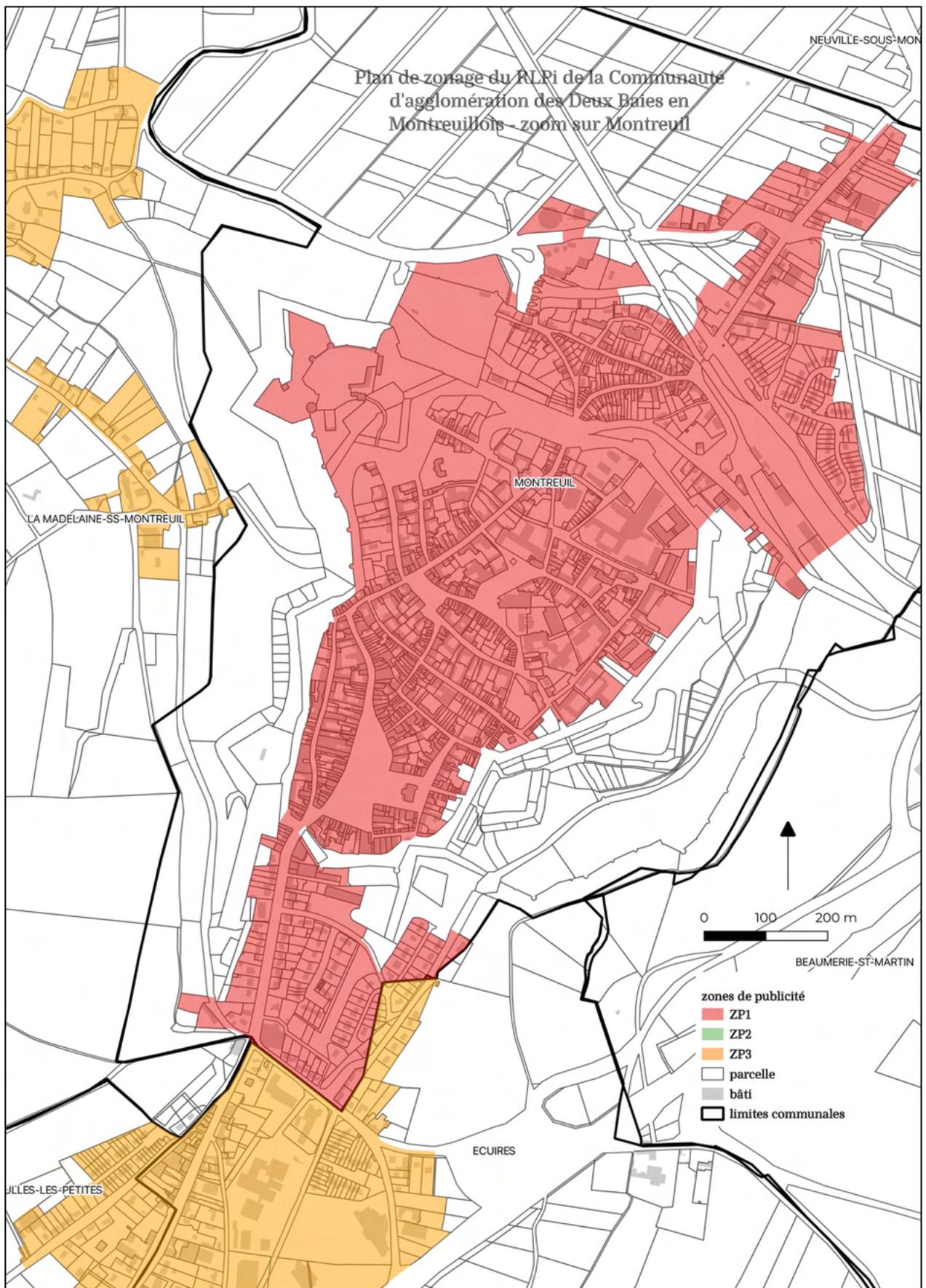
Plan de zonage du RLPi



Plan de zonage du RLPI – zoom sur Etaples



Zoom sur Plan de zonage du RLPi – zoom sur Berck-sur-Mer



Plan de zonage du RLPi - zoom sur Montreuil

En ZP1, conformément à l'article L.581-8 du code de l'environnement, toutes les publicités et préenseignes demeurent interdites. Toutefois, le RLPi instaure une dérogation pour les publicités et préenseignes supportées à titre accessoire par le mobilier urbain. Cette dérogation vise à permettre le maintien de services publics d'informations (plans de ville, informations locales, activités culturelles, etc.) et d'abris (avec les abris destinés au public). La surface publicitaire ne pourra excéder 2 mètres carrés ni excéder 3 mètres en hauteur au sol. La dérogation ci-dessus ne concerne pas la publicité numérique supportée par le mobilier urbain qui reste interdite. Par ailleurs, si la publicité supportée par le mobilier urbain est éclairée par projection ou par transparence, elle sera soumise à la plage d'extinction nocturne entre 23 heures et 6 heures afin de limiter la pollution lumineuse et de réaliser des économies d'énergie.

En ZP2, les publicités et préenseignes seront interdites sur toiture ou terrasse en tenant lieu ainsi que sur les clôtures aveugles. Ces implantations sont peu présentes sur le territoire intercommunal, le but est d'éviter leur déploiement qui pourrait porter atteinte aux paysages. Les formats des publicités scellées au sol, installées directement sur le sol ou sur mur aveugle seront limitées à 4 mètres carrés (12 mètres carrés sont autorisés par la règle nationale), leur hauteur au sol sera par ailleurs limitée à 6 mètres maximum afin d'harmoniser les hauteurs maximales (jusqu'à 7,5 mètres de hauteur au sol dans la réglementation nationale dans certains cas). Les bâches publicitaires seront limitées en format à 4 mètres carrés dans un souci d'harmonisation des formats présents sur le territoire intercommunal. La densité sera limitée à un dispositif par unité foncière pour éviter d'avoir des murs aveugles surchargés de publicités ou de nombreuses publicités scellées au sol. La densité ci-dessus correspond à celle la plus présente sur le territoire intercommunal. Dans le but d'harmoniser les règles en matière de publicité sur le mobilier urbain, celle-ci ne pourra excéder 2 mètres carrés ni excéder 3 mètres en hauteur au sol. Les publicités sur les palissades de chantier ne sont encadrées que dans le RLP d'Étaples et ne font pas l'objet de règles particulières dans la réglementation nationale. Elles seront limitées à 4 mètres carrés afin d'harmoniser les formats et ne pourront être lumineuses pour éviter de consommer de l'énergie s'agissant d'un dispositif à vocation temporaire (le temps du chantier). La publicité numérique sera limitée à 2 mètres carrés en surface (contre 8 mètres carrés dans le code de l'environnement) et 3 mètres de hauteur au sol maximum (contre 6 mètres dans le code de l'environnement) afin d'éviter une pollution lumineuse trop importante. Ces dispositifs sont très peu présents sur le territoire intercommunal, la volonté est de limiter leur impact sur les paysages. Enfin, la plage d'extinction nocturne des publicités et préenseignes lumineuses sera fixée entre 23 heures et 6 heures pour limiter la pollution lumineuse et faire des économies d'énergie.

En ZP3, les publicités et préenseignes restent principalement soumises à la réglementation nationale applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants la plupart du temps suffisante pour garantir un cadre de vie de qualité. Toutefois, par souci d'harmonisation avec la ZP2, les publicités et préenseignes seront interdites sur toiture ou terrasse en tenant lieu ainsi que sur les clôtures aveugles. Ces implantations sont peu présentes sur le territoire intercommunal, le but est d'éviter leur déploiement qui pourrait porter atteinte aux paysages. La densité publicitaire sera également limitée à un dispositif par unité foncière pour éviter d'avoir des murs

aveugles surchargés de publicités<sup>49</sup>. La densité ci-dessus correspond à celle la plus présente sur le territoire intercommunal. Dans le but d'harmoniser les règles en matière de publicité sur le mobilier urbain, celle-ci ne pourra excéder 2 mètres carrés ni excéder 3 mètres en hauteur au sol. Les publicités sur les palissades de chantier ne sont encadrées que dans le RLP d'Étaples et ne font pas l'objet de règles particulières dans la réglementation nationale. Elles seront limitées à 4 mètres carrés afin d'harmoniser les formats et ne pourront être lumineuses pour éviter de consommer de l'énergie s'agissant d'un dispositif à vocation temporaire (le temps du chantier). Enfin, la plage d'extinction nocturne des publicités et préenseignes lumineuses sera fixée entre 23 heures et 6 heures pour limiter la pollution lumineuse et faire des économies d'énergie.

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

En matière d'enseignes, les règles retenues, sauf mention contraire, concernent l'ensemble du territoire intercommunal, y compris hors agglomération.

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, les enseignes seront interdites sur :

- les arbres et plantations ;
- les clôtures ;
- les marquises ;
- les garde-corps ;
- les balcons ou balconnets<sup>50</sup> ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu<sup>51</sup>.

Sur ces deux derniers points, l'implantation pourra être autorisée uniquement si l'activité ne peut pas se signaler autrement. C'est notamment le cas de certaines activités situées en front de mer.

Les enseignes parallèles au mur devront respecter la composition architecturale de la façade afin s'insérer au mieux dans les paysages environnants. Sur les auvents, elles ne pourront excéder 60 centimètres de hauteur pour permettre à certaines activités du front de mer de communiquer sans toutefois être trop imposantes.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade d'un même établissement, le but étant de ne pas surcharger les façades avec ce type d'enseignes. La saillie sera par ailleurs limitée à un mètre maximum contre 2 mètres dans le code de l'environnement pour ne pas avoir de dispositif débordant trop sur le domaine public et fermant le paysage en particulier dans les rues étroites et commerçantes des centres villes.

De plus, certaines règles en matière d'enseignes ont été reprises des règlements des Sites Patrimoniaux Remarquables de Berck-sur-Mer, d'Étaples et du Touquet-Paris-

---

<sup>49</sup> Dans cette zone, seules les publicités murales sont concernées car les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits par le code de l'environnement

<sup>50</sup> Sauf impossibilité technique en particulier en ZP1 pour les enseignes parallèles au mur

<sup>51</sup> Sauf si cela constitue le seul moyen d'être visible notamment pour les activités situées en front de mer

Plage. Cela permet de préserver la qualité architecturale, historique et paysagère de ces sites.

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne pourront avoir une surface unitaire excédant 6 mètres carrés (contre 12 mètres carrés dans la réglementation nationale dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants). L'idée de ce choix est d'harmoniser le format sur l'ensemble du territoire intercommunal, y compris hors agglomération. Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne pourront s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. La largeur de ces enseignes devra être inférieure à leur hauteur. Le but de ces choix est de privilégier des formats verticaux de type « totem » plutôt que des panneaux très larges fermant plus le paysage.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas encadrées par la réglementation nationale. Les élus ont donc fait le choix de limiter leur nombre en fonction du linéaire de voie bordant l'activité (une seule si le linéaire est inférieur à 15 mètres, deux si le linéaire est compris entre 15 et 30 mètres et trois au-delà). Par ailleurs, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur sera limitée à 1,5 mètres au-dessus du niveau du sol.

Par souci d'harmonisation avec la plage d'extinction nocturne des publicités et préenseignes lumineuses, les enseignes lumineuses seront éteintes entre 23 heures et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé. Ce choix vise aussi à limiter la pollution lumineuse et faire des économies d'énergie. Les enseignes numériques seront interdites en ZP1 ainsi qu'en dehors des agglomérations afin de préserver la qualité des paysages. En dehors de ces secteurs, elles seront limitées à une seule par établissement dans la limite d'un mètre carré avec pour en limiter l'impact paysager.

Enfin, les enseignes temporaires font l'objet de règles permettant de compléter la réglementation nationale et d'éviter les excès de ce type de dispositifs à l'occasion d'opérations exceptionnelles comme les soldes. Ainsi, les enseignes temporaires sont interdites sur : les arbres et plantations, les auvents ou marquises, les garde-corps, les balcons ou balconnets et les toitures ou terrasses en tenant lieu. De plus, Les enseignes temporaires signalant des opérations exceptionnelles de moins de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés et seront limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est située l'opération.