

## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

### Tome 1 : Rapport de présentation

*Approuvé par le Conseil Municipal le 25 janvier 2024*



## Table des matières

<b>Table des matières</b> .....	<b>2</b>
<b>Table des illustrations photographiques et cartographiques</b> .....	<b>3</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>4</b>
<b>Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure</b> .....	<b>6</b>
1. Définitions .....	6
a) <i>Le Règlement Local de Publicité</i> .....	6
b) <i>Les dispositifs visés par le code de l'environnement</i> .....	7
c) <i>La notion de surface unitaire</i> .....	8
d) <i>La notion d'agglomération</i> .....	9
e) <i>La notion d'unité urbaine</i> .....	13
2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire.....	13
a) <i>Les interdictions absolues</i> .....	13
b) <i>Les interdictions relatives</i> .....	17
3. Règles applicables au territoire communal .....	20
4. Régime des autorisations et déclarations préalables.....	24
a) <i>L'autorisation préalable</i> .....	24
b) <i>La déclaration préalable</i> .....	24
5. Compétences en matière de publicité extérieure.....	24
6. Délais de mise en conformité .....	25
<b>Enjeux liés au parc local de publicité extérieure</b> .....	<b>26</b>
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes .....	26
a) <i>Généralités</i> .....	26
b) <i>Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain</i> .....	29
c) <i>Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i> .....	35
d) <i>Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture</i> .....	43
e) <i>Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu</i> .....	46
f) <i>La densité publicitaire</i> .....	46
g) <i>Les bâches publicitaires</i> .....	49
h) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales</i> .....	51
i) <i>Les dispositifs de dimension exceptionnelle</i> .....	52
j) <i>Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération</i> .....	53
k) <i>Les publicités sur les véhicules terrestres</i> .....	53
l) <i>Les publicités et préenseignes lumineuses</i> .....	54
2. Les enjeux en matière d'enseignes .....	60
a) <i>Généralités</i> .....	60
b) <i>Les enseignes parallèles au mur</i> .....	63
c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur</i> .....	66
d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale</i> .....	68
e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i> .....	69
f) <i>Les enseignes sur clôture</i> .....	76
g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu</i> .....	78
h) <i>Les enseignes lumineuses</i> .....	81
i) <i>Les enseignes temporaires</i> .....	85
<b>Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure</b> .....	<b>89</b>
1. Les objectifs .....	89
2. Les orientations .....	89
<b>Justification des choix retenus</b> .....	<b>90</b>
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes .....	90
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	93

## **Table des illustrations photographiques et cartographiques**

<i>Limites des agglomérations identifiées à Beaune</i> .....	12
<i>Photographies de quelques monuments historiques existant sur la commune de Beaune</i> .....	15
<i>Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune de Beaune</i> .....	19
<i>Plan de zonage du RLP en vigueur à Beaune</i> .....	21
<i>Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de Beaune</i> .....	28
<i>Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public</i> .....	30
<i>Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public</i> .....	30
<i>Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches</i> .....	31
<i>Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</i> .....	31
<i>Exemples d'abri destiné au public (photo de gauche), mobilier d'informations locales (photo du milieu) et mat porte-affiches (photo de droite)</i> .....	33
<i>Publicités supportées par des abris destinés au public non conformes au cadre réglementaire</i> .....	33
<i>Mobiliers urbains supportant de la publicité à titre accessoire en mauvais état d'entretien</i> .....	34
<i>Mobilier urbain numérique supportant de la publicité à titre accessoire</i> .....	34
<i>Préenseignes scellées au sol ne respectant pas les règles de surface maximale admise</i> .....	38
<i>Publicités et préenseignes scellées au sol de format intermédiaire</i> .....	39
<i>Publicités et préenseignes scellées au sol de petit format</i> .....	39
<i>Préenseignes scellées au sol ne respectant pas les règles de hauteur maximale admise</i> .....	40
<i>Préenseignes et publicités scellées au sol ne respectant pas les règles d'implantation</i> .....	41
<i>Exemple de préenseigne dérogatoire à Beaune</i> .....	41
<i>Publicités scellées au sol en mauvais état d'entretien</i> .....	42
<i>Publicités murales de grand format non conformes au code de l'environnement</i> .....	45
<i>Préenseignes apposées sur mur en pierre</i> .....	45
<i>Publicité et préenseigne apposée sur un mur non aveugle</i> .....	45
<i>Publicité de petit format sur clôture aveugle et sur balcon</i> .....	46
<i>Surdensité de préenseignes installées directement sur le sol au sein du SPR</i> .....	48
<i>Enchaînement cumulatif de dispositifs publicitaires dégradant les paysages</i> .....	49
<i>Cartographie de la pollution lumineuse en France</i> .....	55
<i>Exemples de publicités lumineuses par projection</i> .....	58
<i>Exemples de publicités lumineuses numériques</i> .....	58
<i>Localisation des enseignes sur la commune de Beaune</i> .....	62
<i>Exemples de différents types d'enseignes parallèles au mur</i> .....	64
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'intégration aurait mérité d'être mieux travaillée</i> .....	66
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur</i> .....	66
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur posant des problèmes paysagers</i> .....	67
<i>Exemples de façades saturées d'enseignes</i> .....	69
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i> .....	70
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre</i> .....	73
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la surface maximale admise</i> .....	74
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la hauteur maximale admise</i> .....	74
<i>Enseignes scellées au sol mal implantée ou en mauvais état d'entretien</i> .....	75
<i>Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol</i> .....	76
<i>Exemples d'enseignes sur clôture</i> .....	77
<i>Exemples d'enseignes sur toiture</i> .....	78
<i>Enseignes sur toiture excédant les limites surfaciques réglementaires</i> .....	80
<i>Enseignes sur toiture posant des problèmes réglementaires et paysagers</i> .....	81
<i>Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence</i> .....	84
<i>Exemples d'enseignes numériques</i> .....	84
<i>Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED</i> .....	85
<i>Exemples d'enseignes temporaires</i> .....	87
<i>Plan de zonage « publicité » de la commune de Beaune</i> .....	92
<i>Plan de zonage « enseigne » de la commune de Beaune</i> .....	95

## Introduction

La commune de Beaune regroupe 20 122 habitants<sup>1</sup>. Elle se situe dans le département de la Côte d'Or en Région Bourgogne-Franche-Comté.

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>2</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.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012<sup>3</sup> ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982<sup>4</sup> afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP) 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 et à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPI (Règlement Local de Publicité intercommunal).

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

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

- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- la réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- la précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares afin de tenir compte de leur spécificité ;
- l'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

---

<sup>1</sup> Données INSEE de population légale millésimée 2020 en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022

<sup>2</sup> L'article L.581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

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

<sup>4</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

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 janvier 2021<sup>5</sup>.

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 1<sup>er</sup> du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1<sup>er</sup> du code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour la révision du RLP<sup>6</sup> puisque l'article L.581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune de Beaune disposant de la compétence en matière de PLU<sup>7</sup>, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient.

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

- **le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **la partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au RLP.

Le présent document constitue ainsi le rapport de présentation qui, sur la base d'un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire communal, définit des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui seront décrits, expliqués et justifiés par ledit document.

---

<sup>5</sup> Article L.581-14-3 du code de l'environnement

<sup>6</sup> Article L.581-14 du code de l'environnement

<sup>7</sup> Article L.5219-5 alinéa I du code Général des Collectivités Territoriales

## **Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure**

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

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

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, ...).

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

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes concernées par le RLP<sup>8</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. 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<sup>9</sup>.

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

Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

### **1. Définitions**

#### **a) Le Règlement Local de Publicité**

Le RLP est un document réglementaire opposable aux tiers qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

---

<sup>8</sup> Article L.581-14-2 du code de l'environnement

<sup>9</sup> Article L.621-30 du code du Patrimoine

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

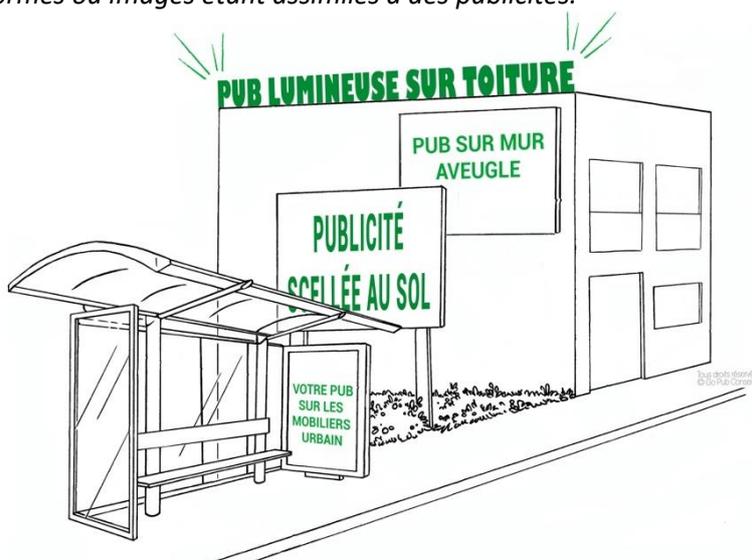
Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le code de l'environnement constituant la réglementation nationale (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales<sup>10</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 (règles nationales), à une surface unitaire de 8 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLP approuvé est annexé au PLU le cas échéant.

## b) Les dispositifs visés par le code de l'environnement

Constitue **une publicité**<sup>11</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 assimilés à des publicités.



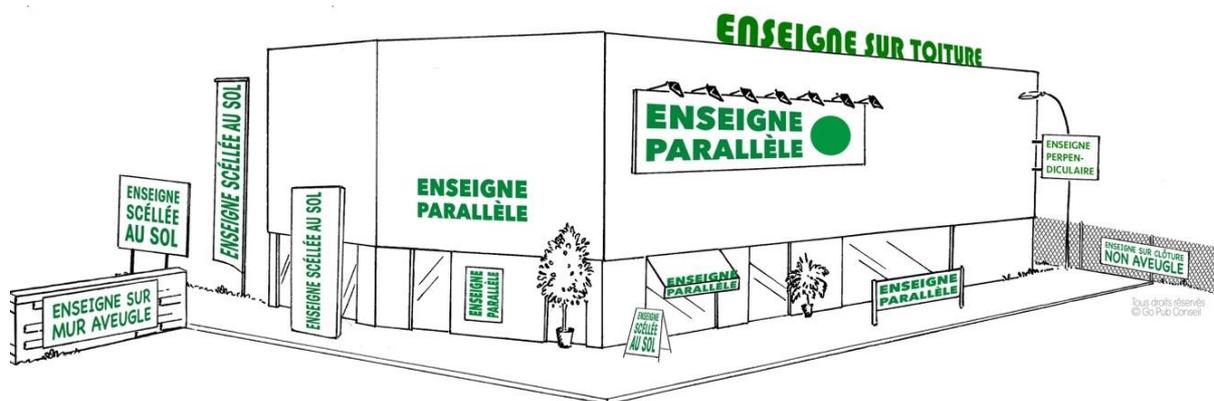
En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire,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

Constitue **une enseigne**<sup>12</sup> toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

<sup>10</sup> CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains

<sup>11</sup> Article L.581-3 alinéa 1 du code de l'environnement

<sup>12</sup> Article L.581-3 alinéa 2 du code de l'environnement

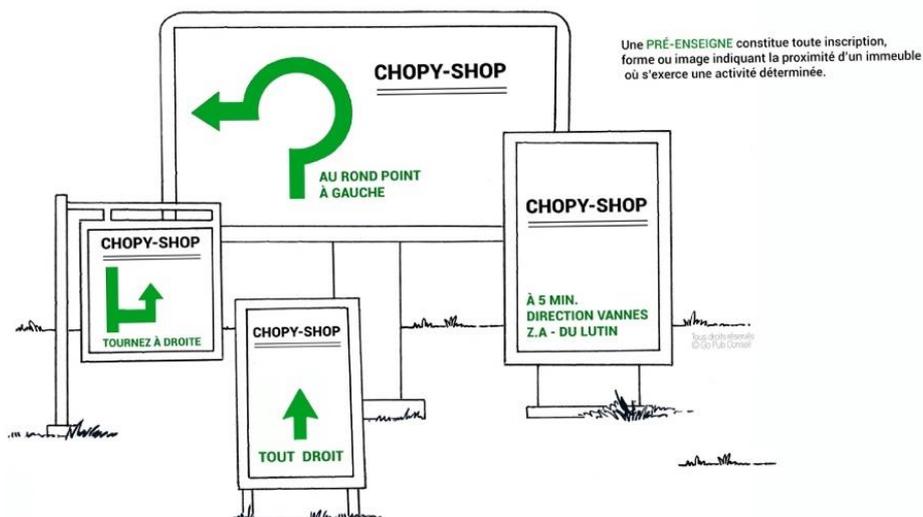


Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

L'immeuble doit ici être entendu au sens du code civil, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

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

Constitue **une préenseigne**<sup>13</sup> toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



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

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

### c) La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif mentionnée dans les articles du code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité

<sup>13</sup> Article L.581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

lumineuse<sup>14</sup> ou non<sup>15</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. L'article R.581-42 du code de l'environnement n'autorisant l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction, conformément à l'« Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités », les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires et dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

#### d) La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route »<sup>16</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* »<sup>17</sup>.

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>. Elle peut aussi être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes, étant soumises aux mêmes règles que la publicité, sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

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

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

Le RLP n'est pas habilité à réglementer les préenseignes dérogatoires.

<sup>14</sup> CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

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

<sup>16</sup> Article L.581-7 du code de l'environnement

<sup>17</sup> Article R.110-2 du code de la route

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

<sup>19</sup> Article R.581-78 alinéa 2 du code de l'environnement

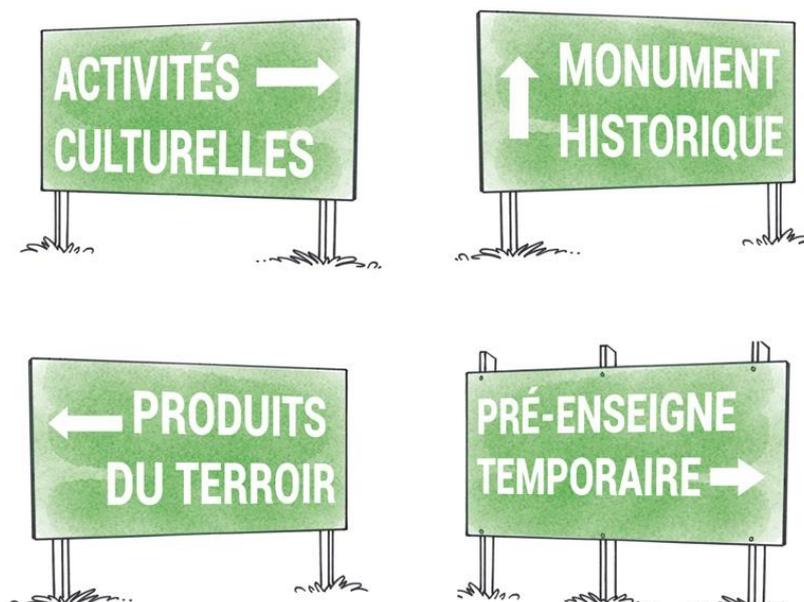
<sup>20</sup> Article R.110-2 du code de la route

<sup>21</sup> Article L.581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

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

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

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

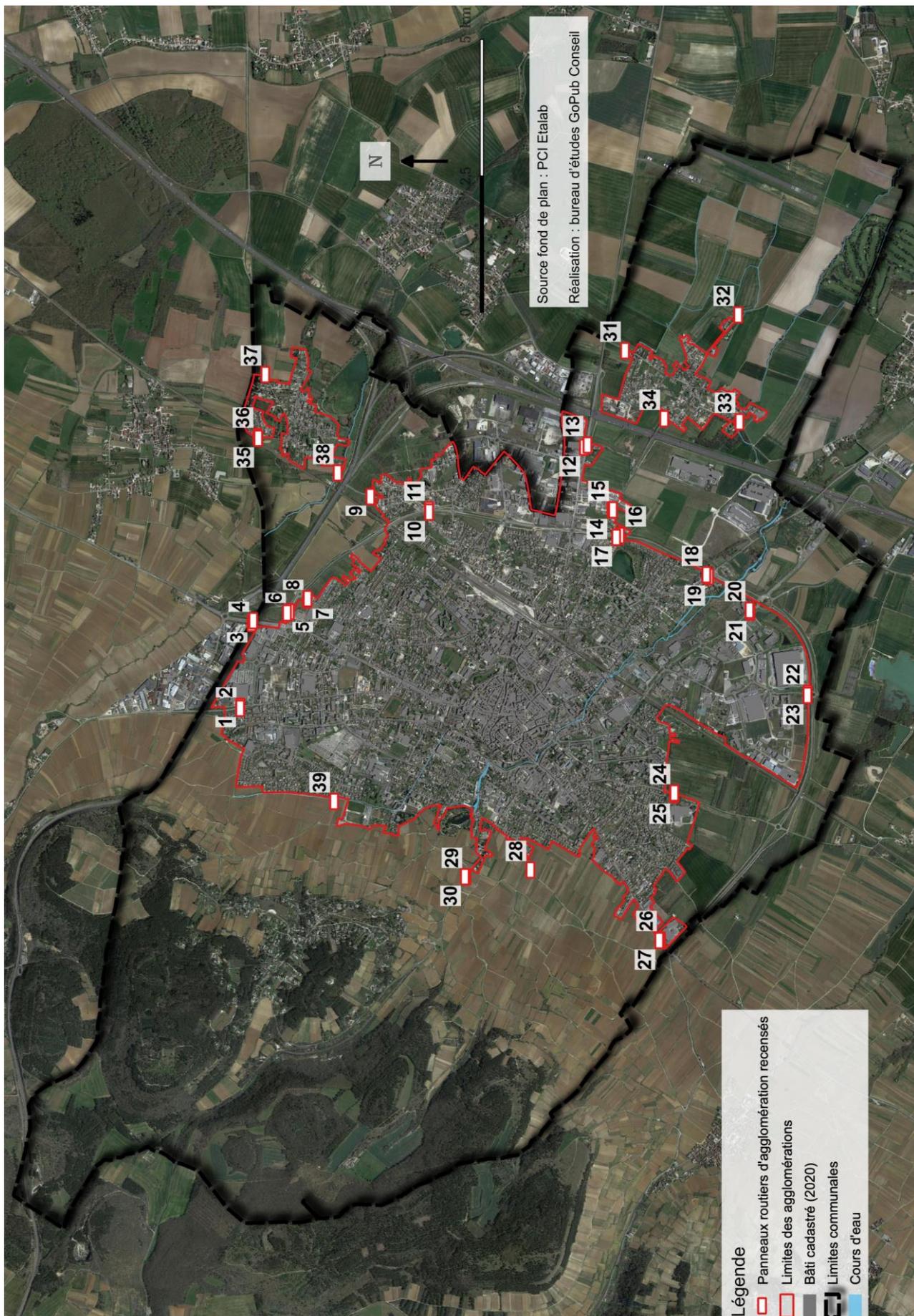


La commune de Beaune compte bien plus de 10 000 habitants et son agglomération centrale développée autour de son cœur de ville historique comprend la majeure partie du bâti tant à destination des résidences

qu'en faveur des activités économiques diverses. Cette enveloppe urbaine compte donc elle aussi plus de 10 000 habitants.

En revanche les deux autres agglomérations identifiées autour des hameaux de Challanges et Gigny rassemblent bien moins de 10 000 habitants, ce qui a une incidence certaine sur les possibilités publicitaires autorisées par le code de l'environnement.

La carte ci-dessous présente les agglomérations identifiées conformément à la réglementation nationale.



*Limites des agglomérations identifiées à Beaune*

## e) La notion d'unité urbaine

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

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

La commune de Beaune fait partie de l'unité urbaine de Beaune qui forme une ville isolée c'est-à-dire ne présentant pas de continuité urbaine avec des communes limitrophes au sens de l'INSEE. Pour autant il s'agit tout de même de la deuxième plus grande unité urbaine de la Côte d'Or derrière celle de Dijon, capitale administrative et économique du département avec 21 031 habitants<sup>22</sup>.

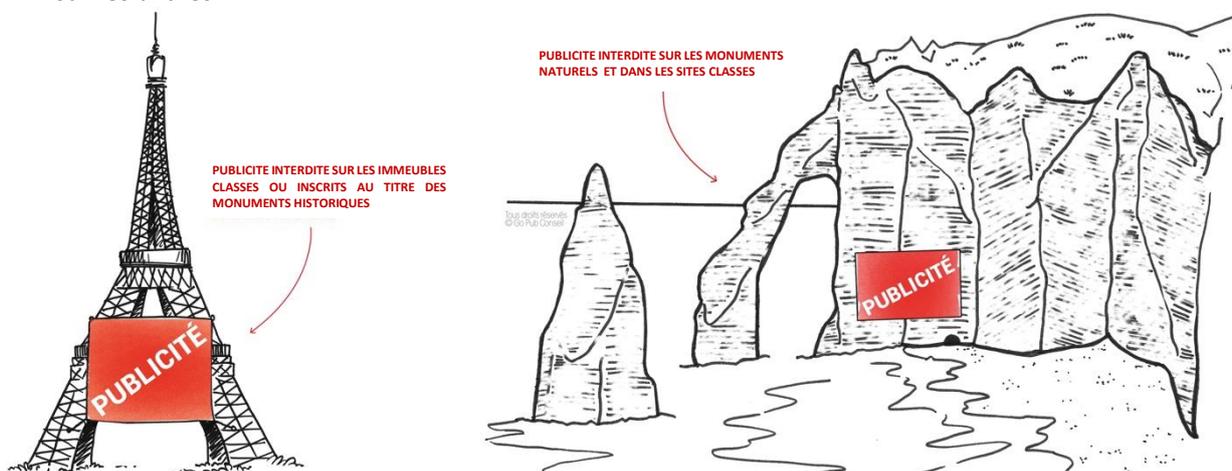
Dans cette unité urbaine comptant moins de 800 000 habitants, « les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques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

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

### a) Les interdictions absolues

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

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



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

En l'espèce, ville classée « Art et Histoire », la commune de Beaune est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur la trentaine d'immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques recensés sur son territoire en particulier :

<sup>22</sup> Données INSEE de population légale millésimée 2016

<sup>23</sup> Article R.581-35 du code de l'environnement

- la basilique Notre-Dame de Beaune (photo n°1),
- la maison du Colombier (photo n°2),
- le Bastion Saint-Martin (photo n°3),
- la tour de l'horloge ou beffroi de Beaune (photo n°4),
- l'Hôtel des ducs de Bourgogne de Beaune (photo n°5),
- les anciennes fortifications de Beaune (photo n°6),
- les hospices de Beaune ou Hôtel-Dieu (photo n°7),
- la cuverie de la maison de négoce Champy (photo n°8).





*Photographies de quelques monuments historiques existant sur la commune de Beaune*

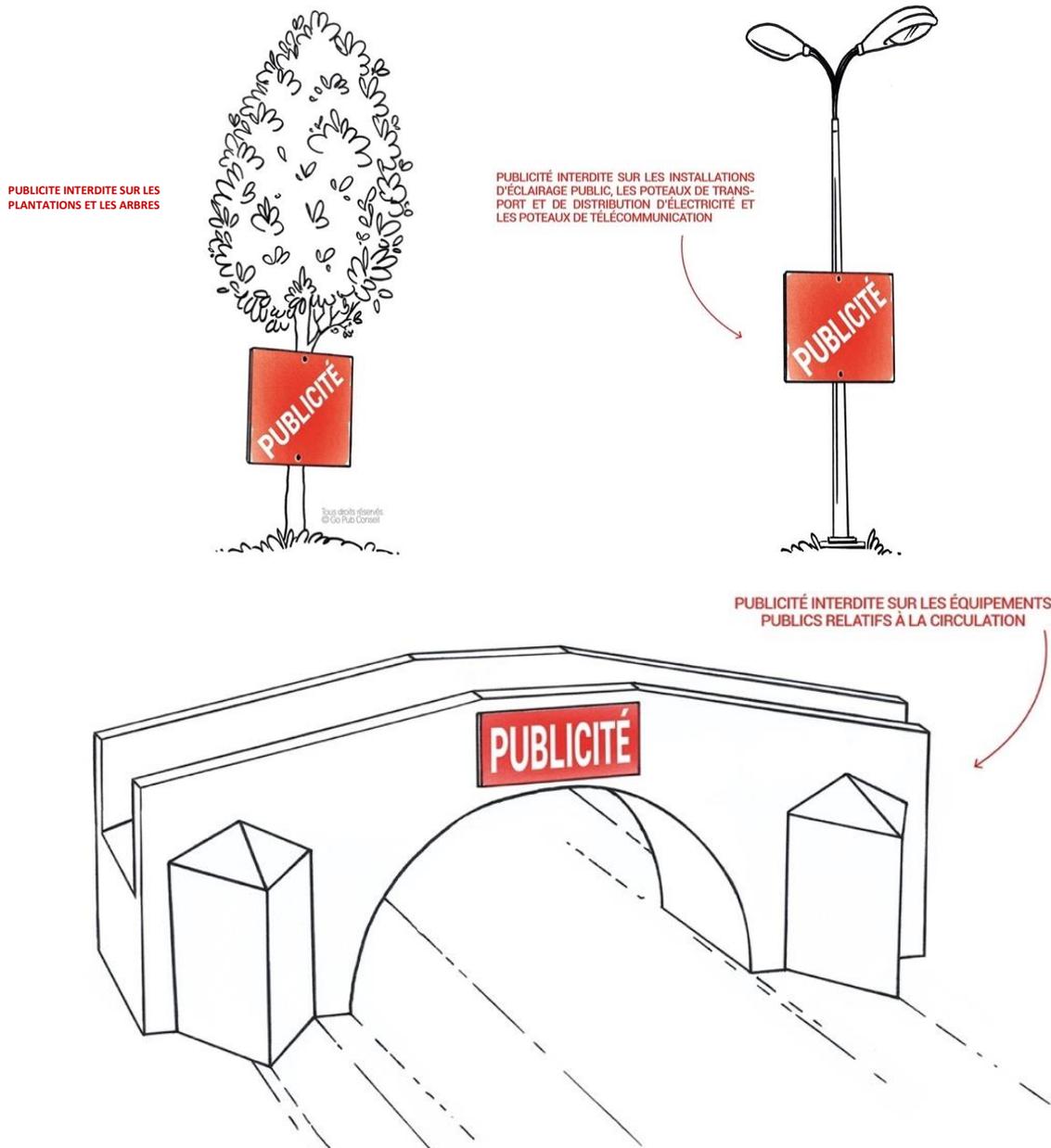
Le territoire communal beunois est également concerné par les six sites classés suivants :

- la promenade des Buttes en bordure du Boulevard Foch,
- le site de l'abreuvoir Bretonnière ou « Creux du cheval »,
- le parc de la Bouzaize,
- le platane sur le rempart de l'hôtel Dieu,
- le platane restant sur le Boulevard du Maréchal Joffre,
- l'ensemble formé par la côte méridionale de Beaune.

Par ailleurs, la partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions<sup>24</sup>.

Ainsi, la publicité est également interdite :

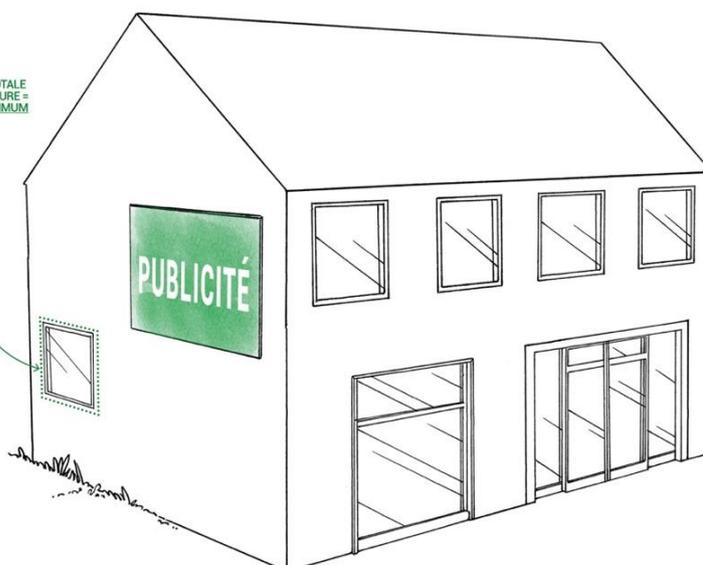
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



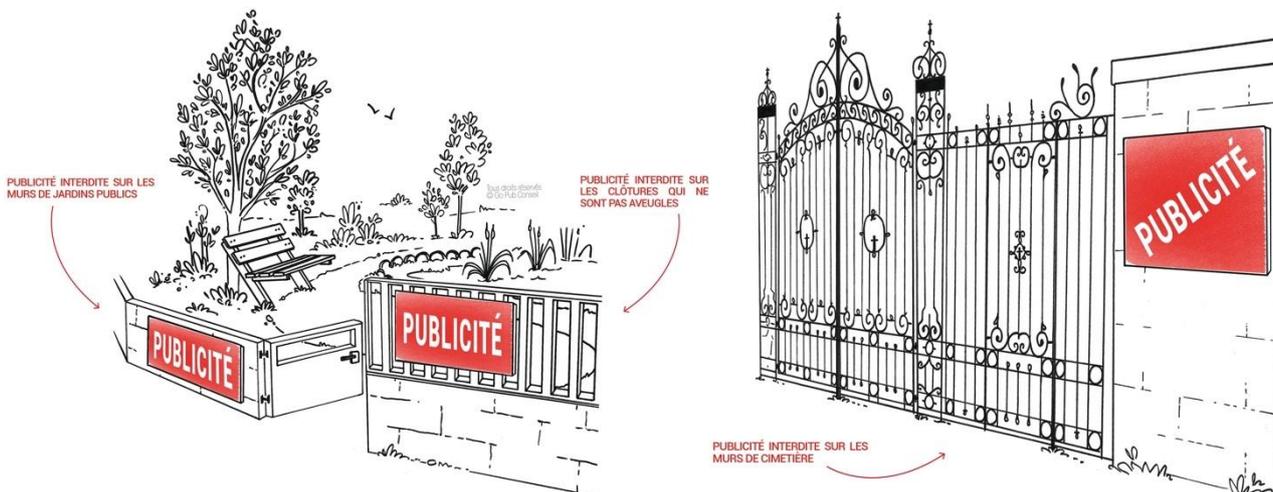
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m<sup>2</sup> ;

<sup>24</sup> Article R.581-22 du code de l'environnement

SURFACE TOTALE  
DE L'OUVERTURE =  
0,50 m<sup>2</sup> MAXIMUM



- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.



## b) Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP<sup>25</sup>.

Ces interdictions relatives concernent :

- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du Patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables cités à l'article L.631-1 du même code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 du code de l'environnement ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 du code de l'environnement.

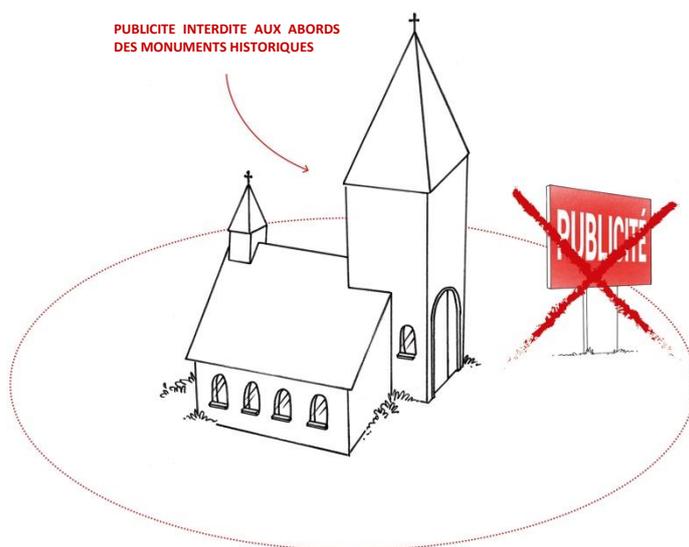
<sup>25</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement

Le territoire de la commune de Beaune 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>26</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>27</sup>.

En l'espèce, cette protection s'applique au site patrimonial remarquable (SPR) et aux abords délimités des monuments historiques classés ou inscrits localisés en cœur historique de la ville de Beaune mais aussi aux deux périmètres de même type présents en dehors des agglomérations beaunoises autour de la Chapelle du domaine de Baptault à l'ouest de la commune et de l'église Saint Hippolyte sur la commune voisine de Combertault.

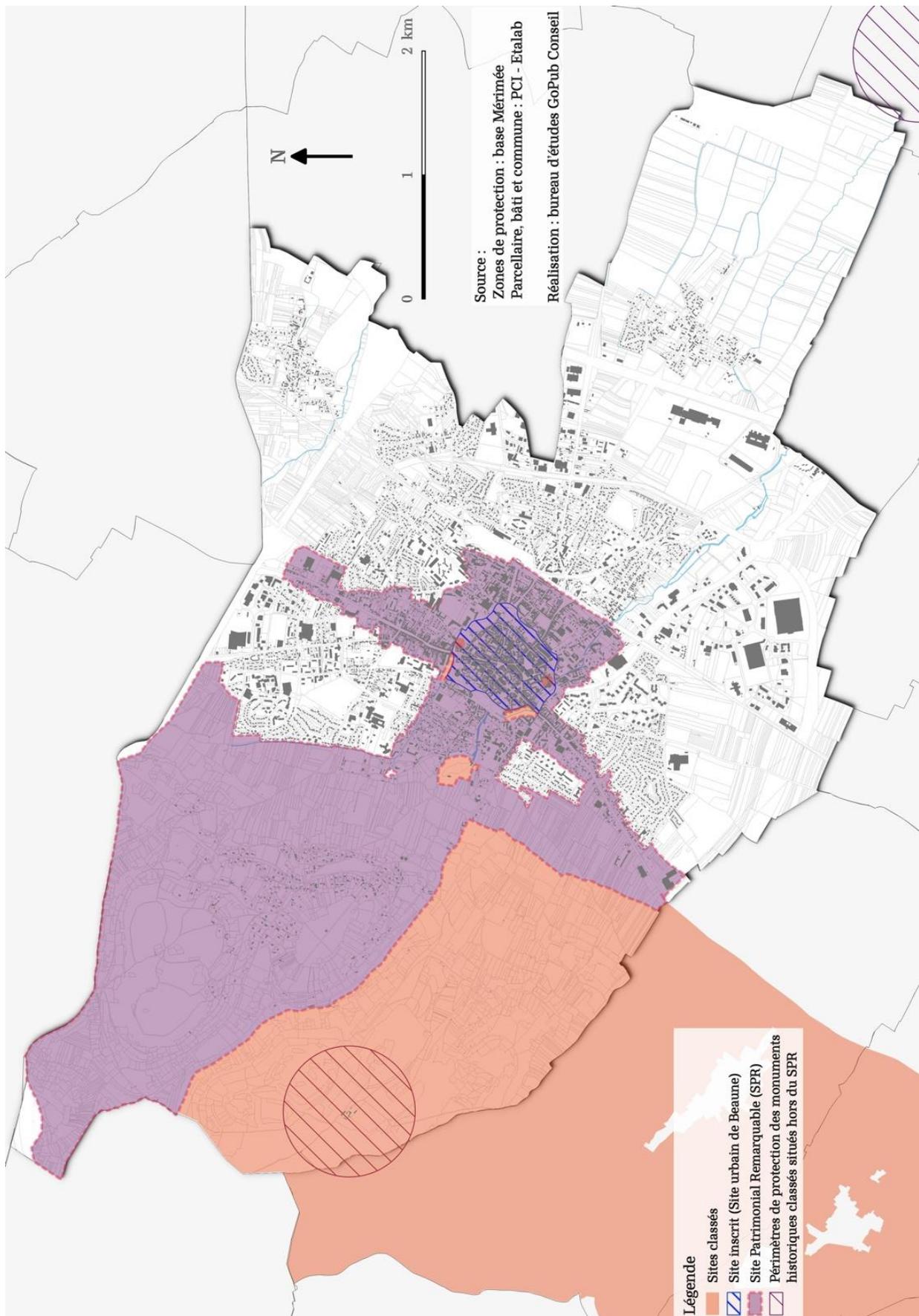
Cette protection s'applique également dans le périmètre du site inscrit de Beaune qui couvre un ensemble urbain délimité par le Boulevard Jules Ferry, Perpreuil, Saint-Jacques, Bretonnière, Clémenceau et Maréchal Foch.



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

<sup>26</sup> Article L.621-30 du code du Patrimoine

<sup>27</sup> Article L.621-30 du code du Patrimoine



Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune de Beaune

### **3. Règles applicables au territoire communal**

Les règles qui s'appliquent sur le territoire communal de Beaune sont celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant plus de 10 000 habitants au niveau de son agglomération principale développée autour de son cœur historique.

En revanche dans les agglomérations secondaires de Challanges et Gigny comptant largement moins de 10 000 habitants, ce sont les règles définies par le code de l'environnement pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants qui ont cours.

Il convient de rappeler qu'à ce jour, la commune de Beaune dispose d'un Règlement Local de Publicité adopté le 18 juillet 2006.

Dit de « première génération » puisque mis en place sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982<sup>28</sup>, ce RLP deviendra caduc le 13 janvier 2021 conformément à la réforme de la loi dite « Grenelle II »<sup>29</sup>, modifiée depuis pour faire face au confinement lié à la COVID-19<sup>30</sup>.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L.581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* »<sup>31</sup>.

Le RLP de 2006, actuellement en vigueur à Beaune, divise le territoire en trois zones de publicité restreinte distinctes dont le plan est présenté ci-dessous :

- la ZPR1 pour le centre ancien,
- la ZPR2 pour la ville,
- la ZPR3 pour le domaine public ferroviaire.

La ZPR3 n'est pas prise en compte pour les enseignes, le RLP n'édicte aucune zone pour le domaine public ferroviaire compte tenu de son absence d'enseignes.

Les tableaux ci-après récapitulent de façon synthétique les principales règles applicables au territoire beaunois d'une part en matière de publicités et préenseignes, d'autre part en matière d'enseignes.

---

<sup>28</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

<sup>29</sup> Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement

<sup>30</sup> Article L.581-14-3 du code de l'environnement modifié par la loi du 17 juin 2020

<sup>31</sup> Article L.581-14 du code de l'environnement



	ZPR1 : centre ancien	ZPR2 : ville	ZPR3 : domaine public ferroviaire
Prescriptions générales	Dispositifs annexes types passerelle admis si escamotables, interdits si impact visuel augmenté Face non exploitée des dispositifs doit être habillé pour dissimuler sa structure		
Publicité apposée sur mur	Surface ≤ 2 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 4 m	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> 2 dispositifs / unité foncière visibles simultanément et par tranche de 60 m	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> 2 dispositifs / unité foncière visibles simultanément et par tranche de 60 m Interdistance sur l'unité foncière soit côte à côte, soit ≥ 30 m
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	<b>Interdite</b>	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> Uniquement si unité foncière avec une façade sur voie ouverte au public <b>Interdite</b> si façade sur voie < 25 m 1 dispositif / unité foncière si façade entre 25 et 50 m 2 dispositifs / unité foncière si façade > 50 m + 1 supplémentaire par tranche de 50 m	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> Interdistance ≥ 50 m
Densité	1 dispositif / unité foncière	Interdistance sur l'unité foncière soit côte à côte, soit ≥ 30 m	-
Publicité apposée sur mobilier urbain	Surface ≤ 2 m <sup>2</sup>	<b>RNP</b>	
Publicité en micro-affichage		<b>RNP</b>	
Publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu	<b>Interdite</b>	<b>Interdite</b>	<b>RNP</b>
Publicité lumineuse	Admise par autorisation du Maire		

	ZPR1 : centre ancien	ZPR2 : ville
Prescriptions générales	Insertion architecturale soignée vis-à-vis du bâtiment, des enseignes existantes et du paysage urbain avoisinant Recherche de forme et de composition et utilisation de matériaux nobles	
Enseigne parallèle au mur	<p><b>Interdite sur garde-corps, barre d'appui de fenêtre et tout élément de ferronnerie</b></p> Positionnement sur la façade obligatoirement cohérente avec l'emplacement de l'activité dans le bâtiment (rez-de-chaussée, étage) 1 enseigne sur des matériels accessoires du bâti (persiennes, store, rideaux de vitrine, lambrequin, ...) / matériel	
Enseigne perpendiculaire au mur	1 enseigne / activité et / face sur voie Si largeur rue < 6 m, saillie ≤ 0,60 m Si largeur rue > 6 m, saillie ≤ 1/10 <sup>ème</sup> de la largeur de la rue sans excéder 1,20 m	
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Surface ≤ 6 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 3 m Largeur ≤ 0,80 m	Surface ≤ 6 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 6 m Largeur ≤ 1 m
Enseigne sur clôture	1 enseigne mobile temporaire posé au sol / établissement si ODP autorisée, surface ≤ 1 m <sup>2</sup> et largeur ≤ 0,80 m Éclairage par transparence ou projection	
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	RNP	
Enseigne lumineuse	<p><b>Interdite sur bâtiment dont la destination initiale ou principale est le logement</b></p> <p><b>Interdite si diodes en message défilant ou faisceau de rayonnement laser</b></p> En ZPR1, recommandation de dispositif d'éclairage par projection ou intégré à des lettres ou formes découpées particulièrement sur les bâtiments dont la destination initiale ou principale est le logement – interdiction des caissons lumineux ou d'éclairage par transparence dont la plus grande dimension serait supérieure à 0,50 m	

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

##### **a) L'autorisation préalable**

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

Le formulaire CERFA n°14798\*01 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

##### **b) La déclaration préalable**

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

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

Le formulaire CERFA n°14799\*01 permet d'effectuer une déclaration préalable.

#### **5. Compétences en matière de publicité extérieure**

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

Cas général	Absence d'un RLP	Présence d'un RLP
Compétence d'instruction	Préfet	Maire de chaque commune
Compétence de police	Préfet	Maire de chaque commune

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

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

## 6. Délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous<sup>32</sup> :

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

<sup>32</sup> Articles L.581-43 et R.581-88 du code de l'environnement

## **Enjeux liés au parc local de publicité extérieure**

Un inventaire des publicités et préenseignes (échantillonnage partiel en ce qui concerne la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain) ainsi que des enseignes situées sur le territoire de la commune de Beaune a été effectué en juin 2020. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Les dispositifs photographiés figurant dans les pages qui suivent sont présents afin d'illustrer ce diagnostic et mettre en avant les problématiques mais aussi les bonnes pratiques présentes sur le territoire au regard des enjeux réglementaires et paysagers. Il ne s'agit en aucun cas de stigmatiser des acteurs locaux mais de s'appuyer sur ces exemples afin d'améliorer l'insertion des dispositifs dans leur environnement.

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

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

#### **a) Généralités**

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. En outre, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires.

C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le code de l'environnement précise que « *toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.* »<sup>33</sup> Par ailleurs, « *les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent* »<sup>34</sup>.

203 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la commune de Beaune. Elles représentent au total près de 1 329 m<sup>2</sup> de surface d'affichage.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent un peu plus de la moitié des dispositifs recensés (104 dispositifs) alors qu'il s'agit des dispositifs dont l'impact paysager potentiel est le plus dommageable avec la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Cette dernière est par ailleurs absente du territoire beaunois.

Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou sur une clôture sont beaucoup moins présentes sur le territoire communal (32 dispositifs) mais s'intègrent mieux au paysage<sup>35</sup>.

On compte également une proportion non négligeable de mobiliers urbains (67 dispositifs recensés ici) affichant de la publicité à titre accessoire.

En termes de localisation, on constate une pression publicitaire forte en cœur de ville et en périphérie de ce cœur notamment le long des axes de flux routiers et dans les zones d'activités économiques :

---

<sup>33</sup> Article L.581-5 du code de l'environnement

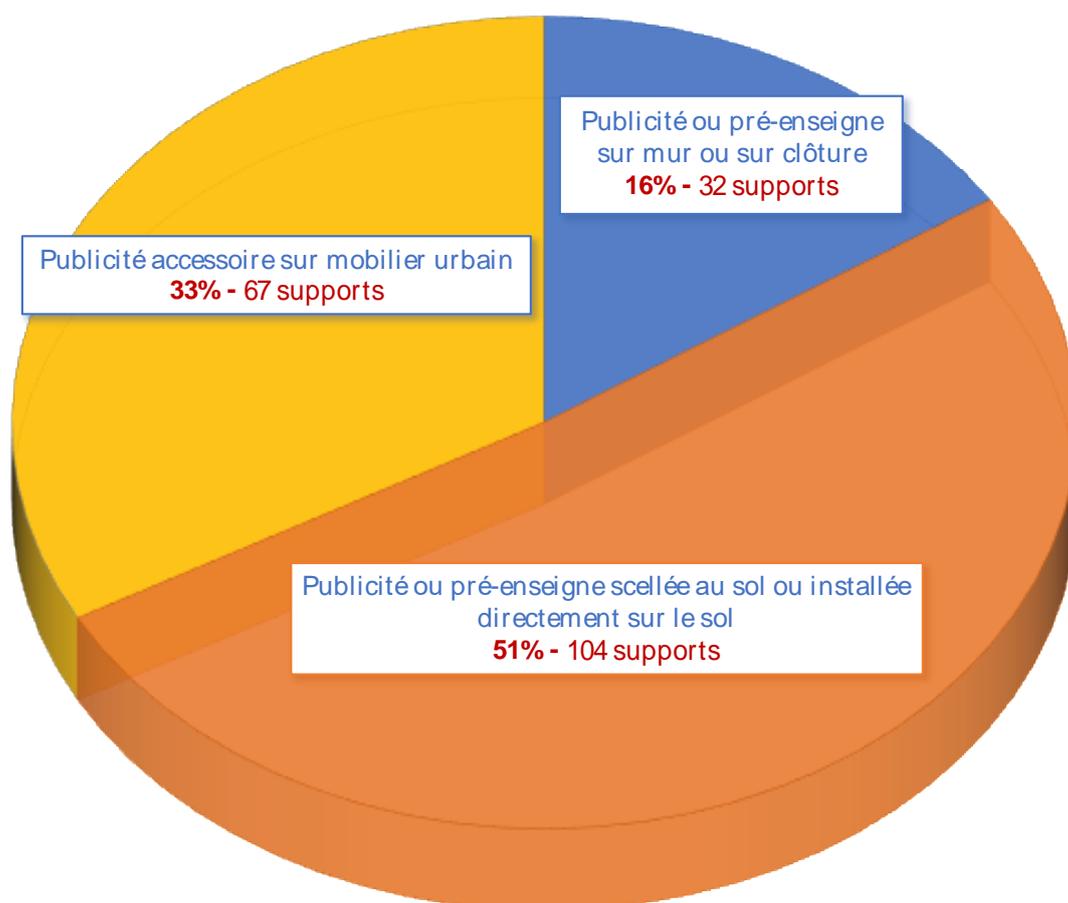
<sup>34</sup> Article R.581-24 du code de l'environnement

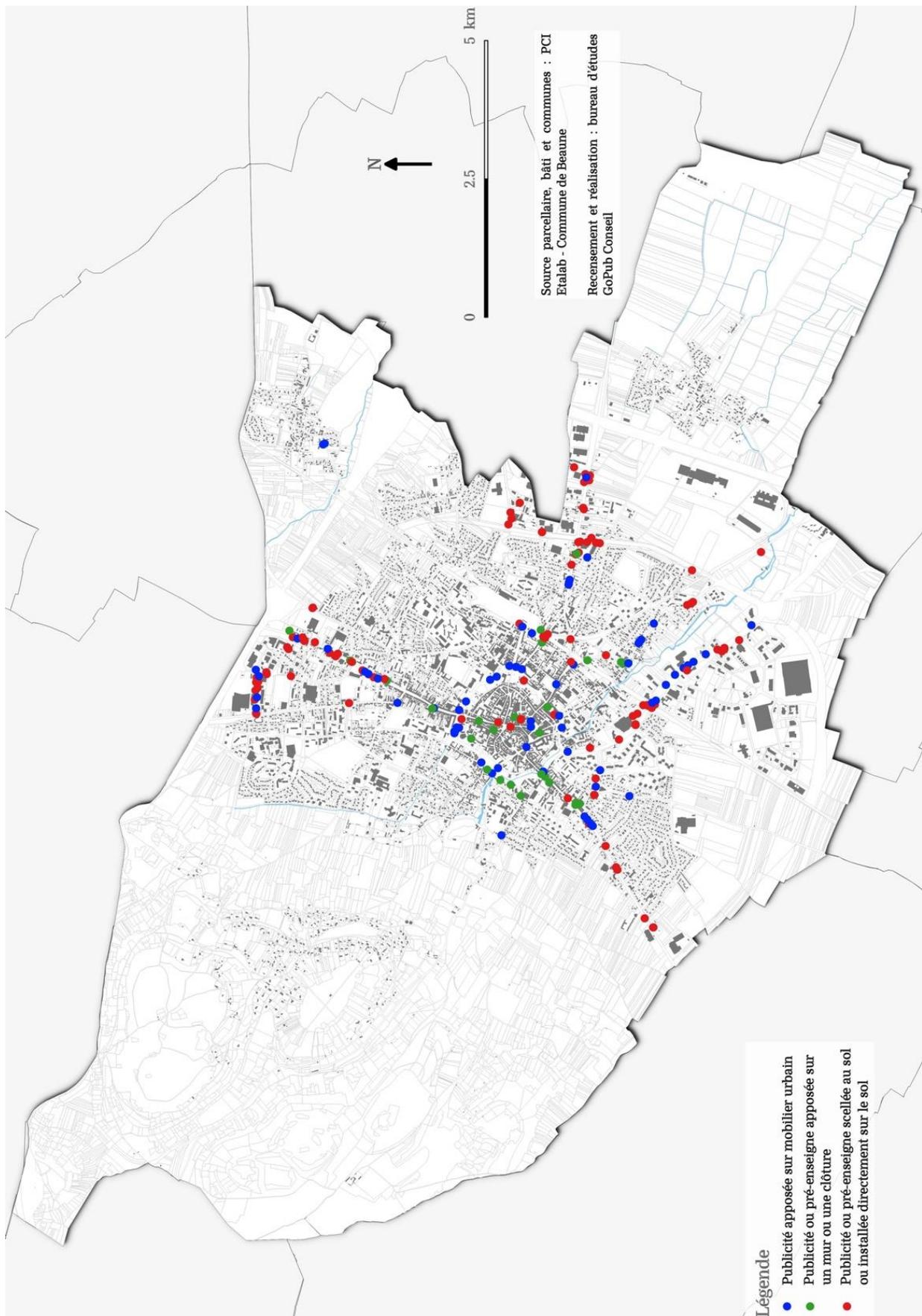
<sup>35</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul des formats des publicités

- Routes de Dijon et Pommard (RD974), Route de Seurre (RD973) et de Verdun (RD470), Avenue Charles de Gaulle ;
- Autour des boulevards « périphériques » (Maréchal Joffre, Jules Ferry, Perpreuil, Saint-Jacques, Bretonnière, Clémenceau, Maréchal Foch) ;
- ZAC des Maladières, ZI Les Vignoles, ZAC La Porte de Beaune, centre commercial Saint Jacques, ...

Ailleurs, on retrouve des dispositifs de façon plus éparse, disséminés dans le tissu urbain.

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

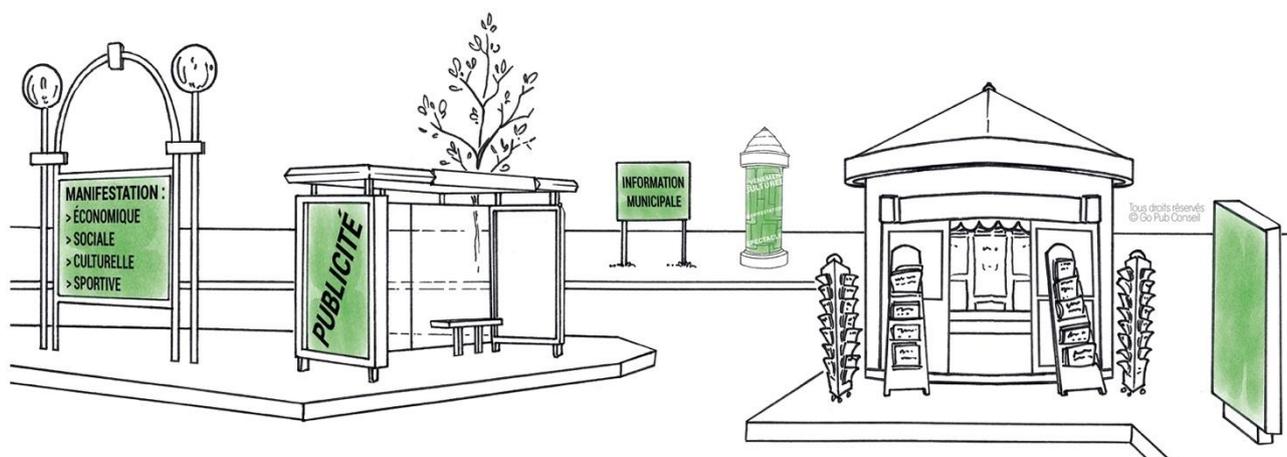




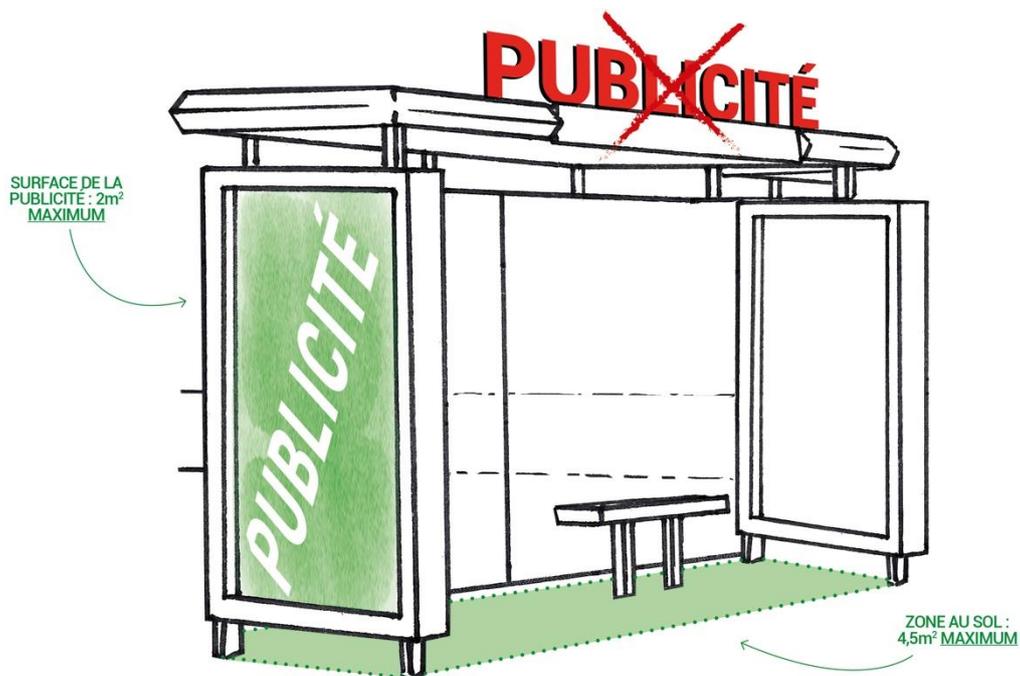
*Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de Beune*

## b) Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain

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



Type	Règles applicables
<p><b>Abris destinés au public</b> (illustration n°1 ci-dessous)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math></li> <li>- 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</li> <li>- Dispositifs publicitaires sur toit interdits</li> </ul>
<p><b>Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public</b> (illustration n°2 ci-dessous)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math></li> <li>- Surface totale <math>\leq 6 \text{ m}^2</math></li> <li>- Dispositifs publicitaires sur toit interdits</li> </ul>
<p><b>Colonnes porte-affiches</b> (illustration n°3 ci-dessous)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles</li> </ul>
<p><b>Mâts porte-affiches</b> (illustration n°3 ci-dessous)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives</li> <li>- Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos</li> <li>- Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math></li> </ul>
<p><b>Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</b> (illustration n°4 ci-dessous)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ;</li> <li>- Si surface unitaire <math>&gt; 2 \text{ m}^2</math> et hauteur <math>&gt; 3 \text{ m}</math> alors : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 ;</li> <li>• Ne peut ni s'élever à plus de <math>6 \text{ m}</math> au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à <math>12 \text{ m}^2</math> (<math>8 \text{ m}^2</math> si numérique) ;</li> <li>• Ne peut être placé à moins de <math>10 \text{ m}</math> 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.</li> </ul> </li> </ul>



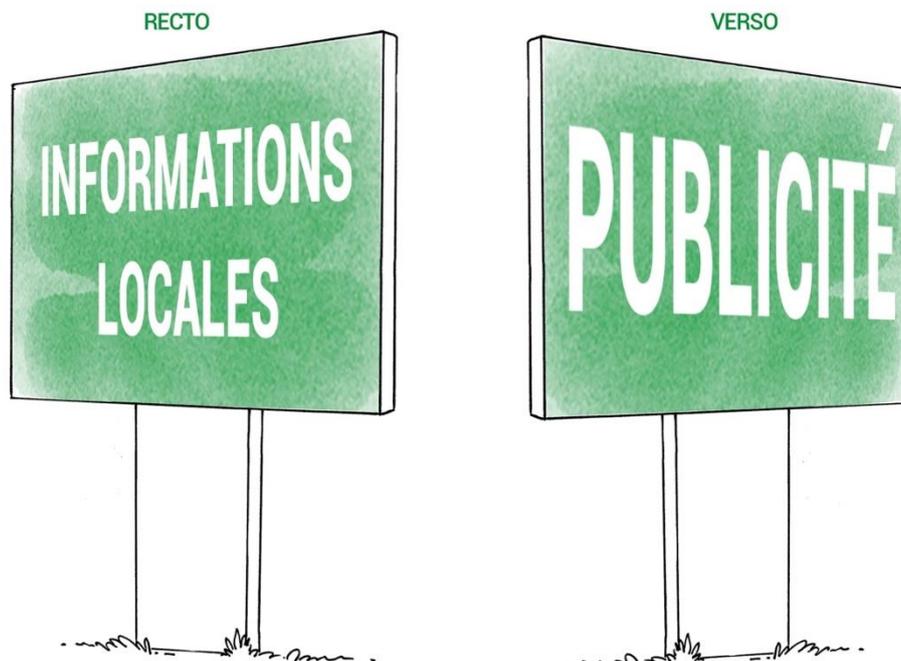
*Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public*



*Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public*



*Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches*



*Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques*

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

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

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les parcs naturels régionaux ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L.113-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes<sup>36</sup>.

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories dont quatre sont présentes sur le territoire communal Beaune, à savoir :

- des abris destinés au public (dits « abribus ») 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 mâts et une colonne porte-affiches.



<sup>36</sup> Conformément à l'article 4 du décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022 entrant en vigueur le 1<sup>er</sup> juin 2023 pour les publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain, toutes « les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, et de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes » (article R581-35 du code de l'environnement).

Exemples d'abri destiné au public (photo de gauche), mobilier d'informations locales (photo du milieu) et mat porte-affiches (photo de droite)

Les publicités supportées par les mobiliers urbains sont quasiment toutes de petit format (1,25 m<sup>2</sup> pour les 14 mâts porte-affiches identifiés, 2 m<sup>2</sup> pour les 15 « abribus » et 37 « sucettes » recensées) à l'exception de la colonne porte-affiches (plus de 5 m<sup>2</sup>).

Pour autant, deux « abribus » semblent ne pas respecter la surface publicitaire admise puisque leur surface publicitaire totale va au-delà des 2 m<sup>2</sup> réglementaires avec quatre faces publicitaires aux extrémités de l'abri alors même que leur surface abritée au sol est inférieure à 4,5 m<sup>2</sup> (cf. photos ci-dessous).



Publicités supportées par des abris destinés au public non conformes au cadre règlementaire

Cet inventaire pourra servir à la commune pour veiller à ce que ce professionnel soit vigilant au respect du cadre règlementaire en vigueur.

En outre, au moment du diagnostic en juin 2020, quelques mobiliers urbains inventoriés supportaient des publicités ou préenseignes dans un mauvais état d'entretien, ce qui implique, outre les difficultés de lecture des messages diffusés, une non-conformité au code de l'environnement<sup>37</sup> (cf. illustrations ci-dessous). La colonne porte-affiche a été remise en état depuis.

<sup>37</sup> Article R.581-24 du code de l'environnement



Mobiliers urbains supportant de la publicité à titre accessoire en mauvais état d'entretien

On recense par ailleurs un dispositif numérique relevant du mobilier urbain. Pour rappel, lorsque ces dispositifs ne diffusent que de l'information générale ou locale ou des œuvres artistiques, ils ne sont pas soumis à la réglementation de la publicité extérieure. Ce n'est pas le cas ici puisque le dispositif en question diffuse alternativement des informations commerciales et d'autres à caractère local, d'intérêt général. Il est de plus situé au cœur des périmètres de protection patrimoniale du cœur de ville ce qui est fortement préjudiciable du point de vue de préservation du cadre de vie et des paysages environnants et en plus irrégulier vis-à-vis des règles nationales<sup>38</sup>.



Mobilier urbain numérique supportant de la publicité à titre accessoire

<sup>38</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement

Cette question de localisation des mobiliers urbains supportant de la publicité à titre accessoire est d'ailleurs la plus problématique dans la mesure où 39 dispositifs recensés se situent dans des périmètres patrimoniaux d'interdiction relative de publicité.

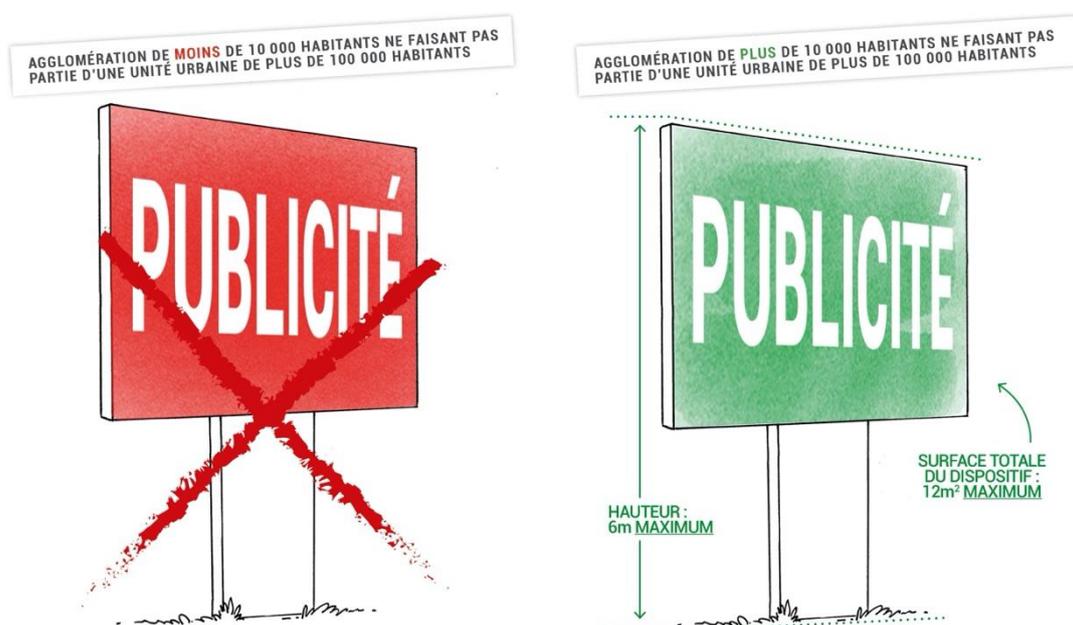
Finalement compte tenu du format contenu de ce type de dispositifs, l'impact global de ceux-ci est généralement mesuré pour les paysages beaunois malgré une place non négligeable dans le cœur de ville historique et le long des axes routiers structurants.

La place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal devra pourtant être posée de manière spécifique dans la future réglementation locale notamment en termes de possibilités d'implantation sachant qu'il constitue un outil de communication non négligeable pour la collectivité qui dispose pour ce faire d'une convention en cours avec un afficheur privé.

Enfin le caractère éventuellement numérique de ces dispositifs se posera également puisque qu'on en recense déjà un de ce type et que Beaune dispose d'une agglomération de plus de 10 000 habitants et est donc habilitée à ce titre à disposer de publicités et préenseignes numériques au sein de celle-ci.

### c) Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Dotée d'une agglomération de plus de 10 000 habitants et deux de moins de 10 000 habitants, quoique située dans une unité urbaine de moins de 100 000 habitants, la commune de Beaune ne peut accueillir de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sur son territoire que dans son agglomération principale (celle qui comporte plus de 10 000 habitants).

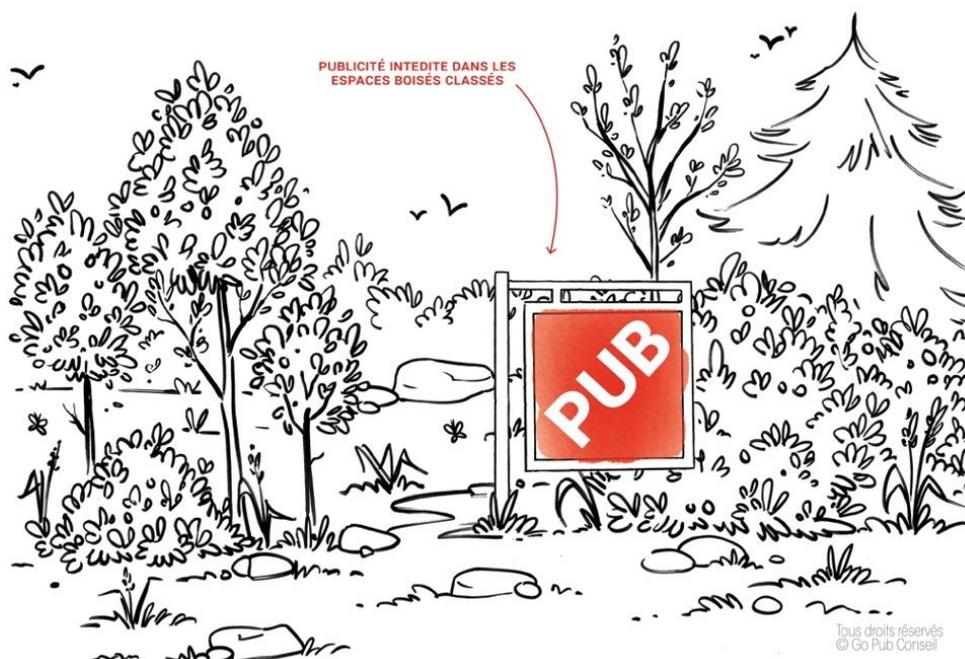


Le code de l'environnement y prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$  dans l'agglomération principale ;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6$  mètres.

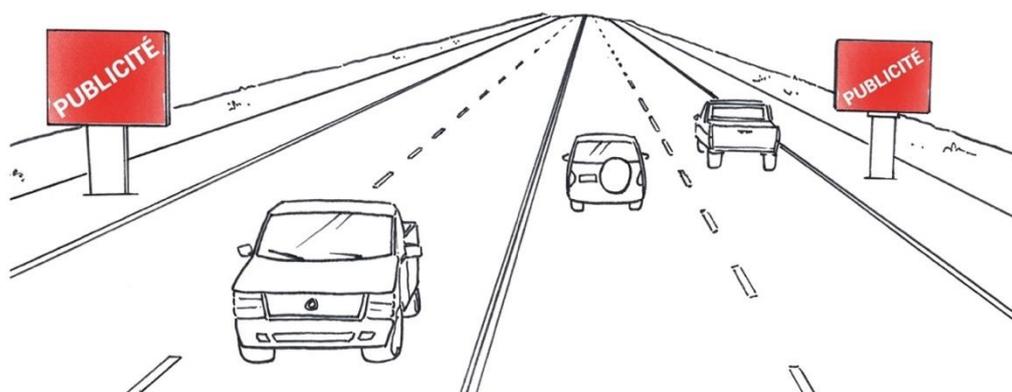
Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

- dans les espaces boisés classés (EBC)<sup>39</sup>,
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur un Plan d'Occupation des Sols (POS).



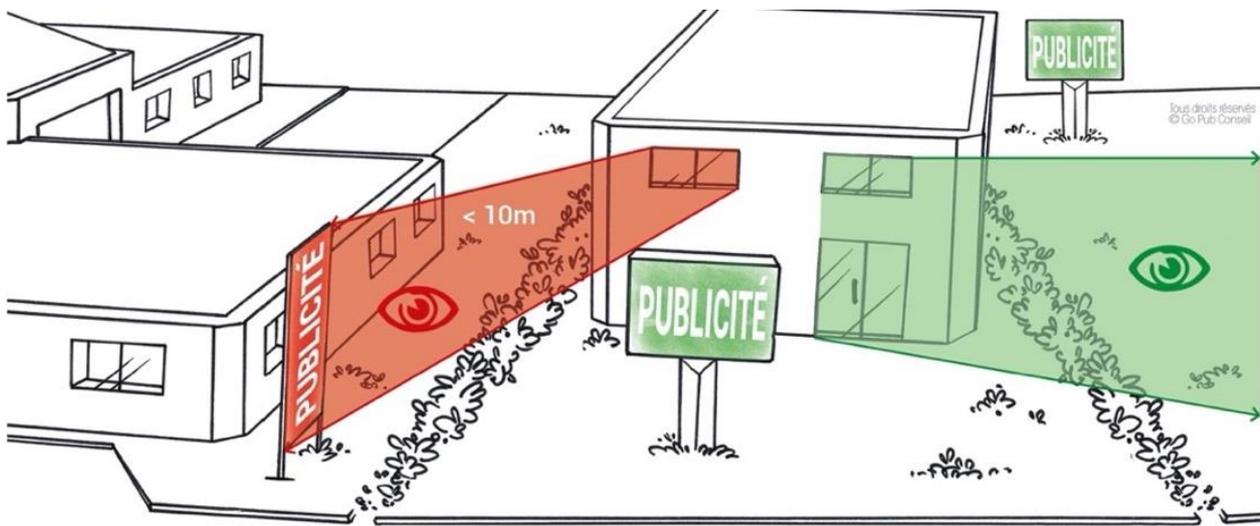
A Beaune, on ne recense aucun dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol situé dans ces espaces de protection stricte.

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

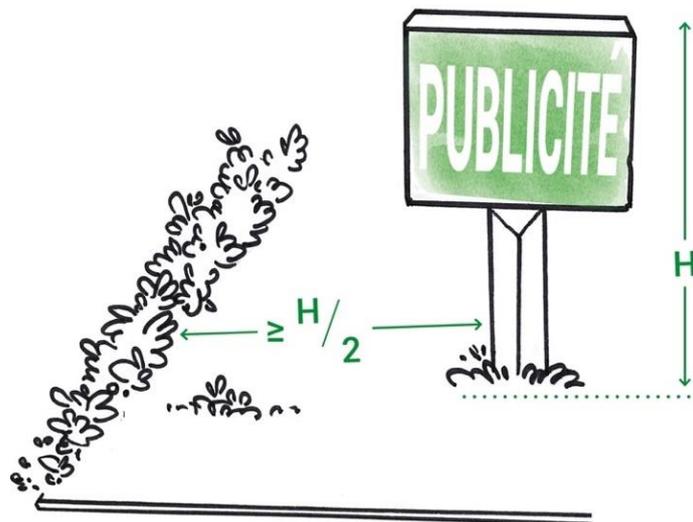


De plus, un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

<sup>39</sup> Article L.113-1 du code de l'urbanisme



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



A Beaune, on remarque que de nombreux dispositifs (55 sur un total de 104) excèdent la « surface hors tout » (surface du dispositif encadrement compris) de 12 m<sup>2</sup>, format maximum autorisé par le code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II » et rappelé par la ministre de la transition écologique et solidaire<sup>40</sup>.

En conséquence, 53% des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol peut donc être qualifié de « grand » format (surface supérieure ou égale à 12 m<sup>2</sup>) très impactant pour les paysages d'autant plus qu'ils sont stratégiquement placés en entrée de ville et le long des axes structurants générateurs de flux routiers importants : RD 974, RD97, RD470, Avenue Charles de Gaulle, ...

<sup>40</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités



*Préenseignes scellées au sol ne respectant pas les règles de surface maximale admise*

Les dispositifs de surfaces dites « médianes » (soit entre 4 et 8 m<sup>2</sup>) sont relativement peu nombreux puisqu'ils ne représentent que 15% du total de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol (15 supports recensés). Pourtant ils semblent correspondre au maximum surfacique admissible à Beaune si on souhaite réduire l'impact de tels dispositifs sur le cadre de vie des usagers beaunois et les grands paysages patrimoniaux urbains et naturels omniprésents.





*Publicités et préenseignes scellées au sol de format intermédiaire*

Les « petits » formats publicitaires (surface inférieure à 4 m<sup>2</sup>) sont donc minoritaires mais représentent tout de même le tiers des dispositifs de ce type, soit 34 dispositifs. Il s'agit la plupart du temps de dispositifs de type « sucettes » dont la seule particularité vis-à-vis des mobiliers urbains de même forme est de comporter deux faces d'informations commerciales.



*Publicités et préenseignes scellées au sol de petit format*

Autre problème de format identifié à Beaune, la hauteur excessive de certains dispositifs (plus de 6 m de haut par rapport au sol) qui par ailleurs sont également sujet à une surface excessive (plus de 12 m<sup>2</sup> encadrement compris).



*Préenseignes scellées au sol ne respectant pas les règles de hauteur maximale admise*

Au-delà de ces problèmes de format excessif, la seconde problématique la plus prégnante à Beaune est celle de l'implantation inappropriée de dispositifs soit à cause d'une localisation dans un ou plusieurs périmètres d'interdiction patrimoniale de publicité<sup>41</sup>, soit en raison de leur positionnement hors des limites identifiées de l'agglomération<sup>42</sup> ou de leur distance vis-à-vis d'une limite de propriété voisine<sup>43</sup>. Cela concerne près d'un dispositif sur deux (48 supports soit 46% du total) et seul un dispositif hors agglomération mais dérogoatoire car relatif à un produit du terroir (activité viti-vinicole) a pu être mis en évidence<sup>44</sup>.



<sup>41</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement

<sup>42</sup> Article R.581-7 du code de l'environnement

<sup>43</sup> Article R.581-33 du code de l'environnement

<sup>44</sup> Article L.581-19 du code de l'environnement



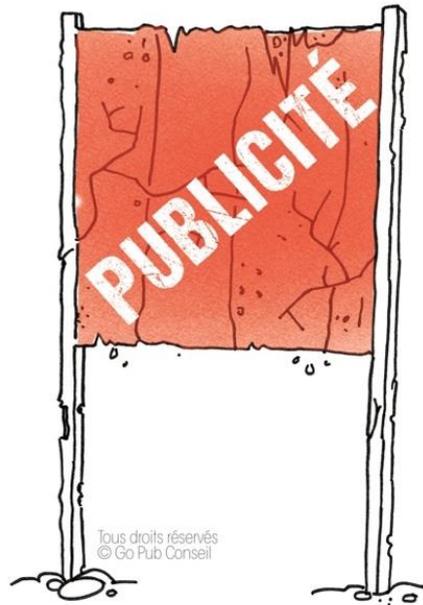
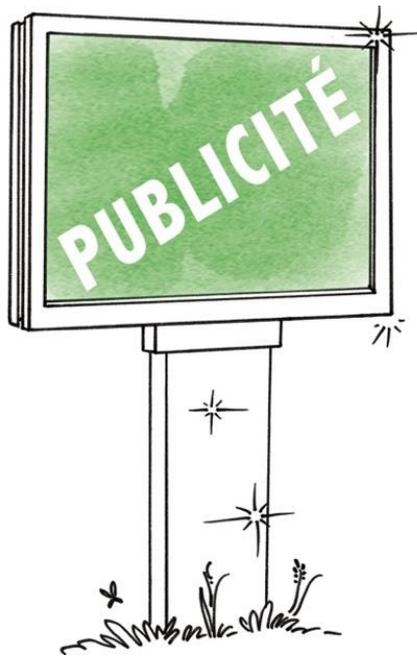
Préenseignes et publicités scellées au sol ne respectant pas les règles d'implantation



Exemple de préenseigne dérogatoire à Beaune

Par ailleurs, lors de l'inventaire, il a également été relevé quelques supports n'étant pas maintenus en bon état d'entretien<sup>45</sup>.

<sup>45</sup> Article R.581-24 du code de l'environnement



*Publicités scellées au sol en mauvais état d'entretien*

Ainsi il semble que sur le territoire beunois, les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol soient principalement leurs dimensions souvent trop importantes (surface, hauteur au sol), leur implantation inadéquate ainsi que leur densité. Ces problématiques souvent cumulées ont un impact paysager non négligeable compte tenu de la fermeture visuelle que ces dispositifs sont susceptibles de causer.

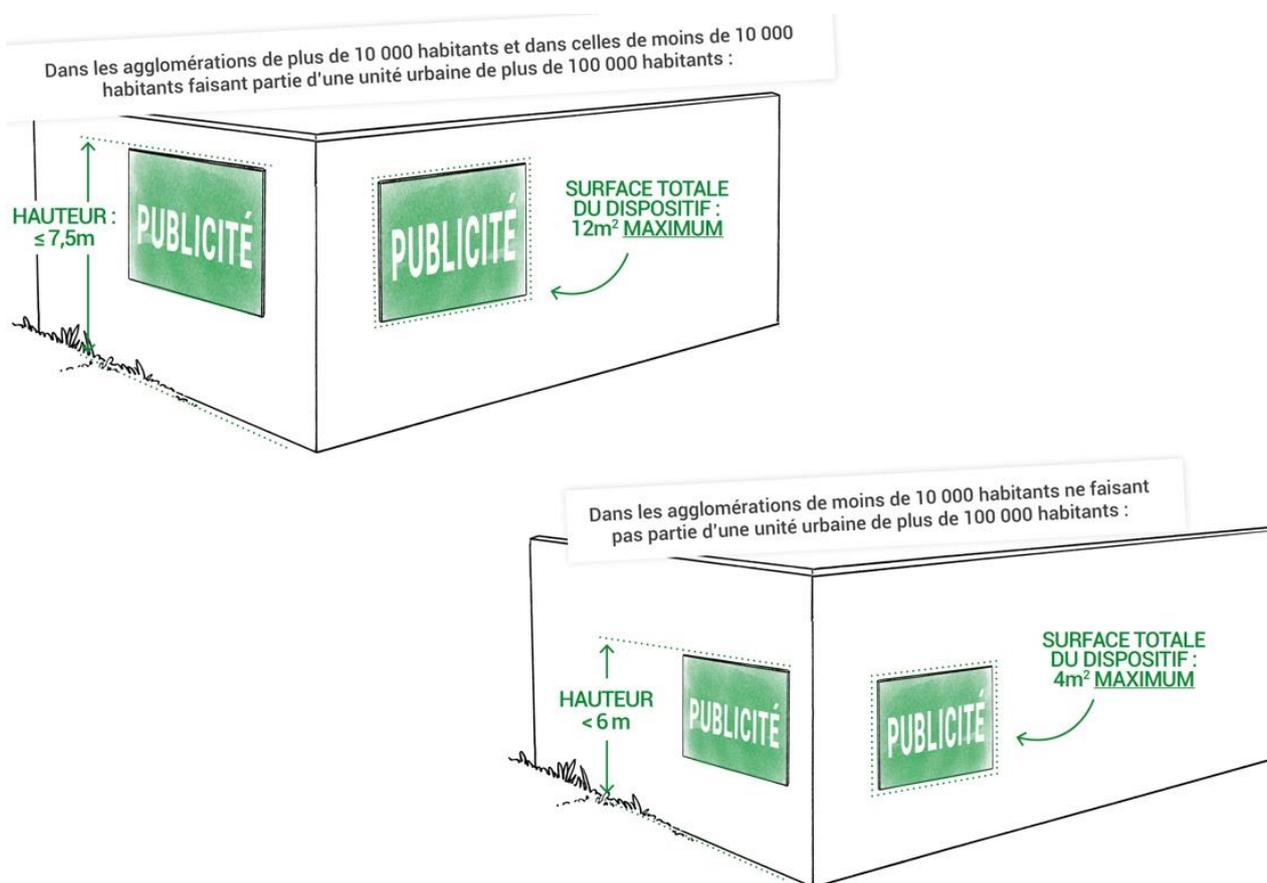
Le futur RLP pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment aux abords des entrées de ville et des zones d'activités et le long des axes structurants. Il pourra également préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme dans les secteurs à vocation résidentielle en particulier pavillonnaire. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Quoiqu'il en soit, cette identification des dispositifs publicitaires posant des problèmes règlementaires et paysagers pourrait permettre une action de mise en conformité de ces supports qui représentent tout de même une part très importante des dispositifs publicitaires scellés au sol existant actuellement sur le territoire communal (77% du total des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol recensées).

#### d) Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture

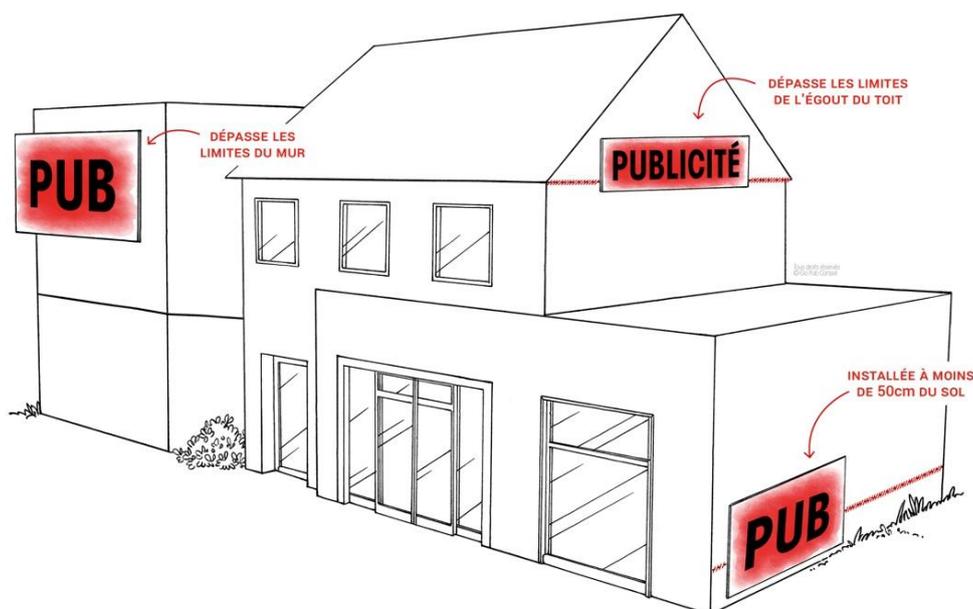
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$  dans l'agglomération principale comptant plus de 10 000 habitants mais seulement  $4 \text{ m}^2$  dans les agglomérations de Gigny et Challanges qui comptent moins de 10 000 habitants en leur sein ;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 7,5$  mètres dans l'agglomération principale et 6 mètres dans les agglomérations de Gigny et Challanges.



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

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



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

Au terme de l'inventaire réalisé sur le territoire communal, les publicités apposées sur mur ou clôture représentent environ un sixième (16%) des dispositifs publicitaires relevés sur la commune de Beaune soit 32 publicités ou préenseignes.

Il s'agit du type de dispositifs s'intégrant le mieux à l'environnement, « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »<sup>46</sup>.

Pour autant, le principal enjeu que révèle le recensement est leur mauvaise implantation puisque 25 d'entre elles sont situées dans un ou des périmètres d'interdiction patrimoniale (soit 78% des dispositifs publicitaires sur mur ou sur clôture)<sup>47</sup> et 13 sont localisées sur des supports non aveugles<sup>48</sup>, dépassent du support ou sont installés à moins de 50 centimètres du niveau du sol<sup>49</sup>.

Le second élément saillant que l'inventaire de la publicité extérieure permet de mettre en évidence pour ce type de dispositifs ce sont leur format « excessif ». Dix publicités et préenseignes sur mur ou sur clôture (soit près du tiers du total de ces dispositifs) ont une surface supérieure à 12 m<sup>2</sup> dont deux cumulent avec une hauteur supérieure à 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol. Le constat global est celui d'un territoire constitué de dispositifs de dimensions assez importantes (la moitié du parc dépassent 8 m<sup>2</sup>).

Néanmoins un tiers des publicités et préenseignes relevées sont inférieures à 4 m<sup>2</sup> (« petit » format), soit bien en-deçà des limites fixées par le code de l'environnement depuis la loi « Grenelle II » pour les agglomérations comptant moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

<sup>46</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

<sup>47</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement

<sup>48</sup> Article R.581-22 du code de l'environnement

<sup>49</sup> Article R.581-27 du code de l'environnement



*Publicités murales de grand format non conformes au code de l'environnement*



*Préenseignes apposées sur mur en pierre*



*Publicité et préenseigne apposée sur un mur non aveugle*



*Publicité de petit format sur clôture aveugle et sur balcon*

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont donc globalement identiques à ceux des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol : ils concernent en premier lieu les lieux d'implantation des dispositifs et dans un second temps la réduction de leur impact en termes de format.

Une réflexion pourra être portée sur l'harmonisation, si possible, des règles de densité entre ces deux types de publicités pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces deux catégories de dispositifs. Un encadrement similaire en matière de surface pourra aussi être choisi.

Enfin, cette catégorie étant en grande partie sujet à des non-conformités avec le code de l'environnement (un seul dispositif conforme aux règles nationales), la collectivité pourra utiliser ce diagnostic pour mettre en œuvre une action de mise en conformité permettant de retrouver des paysages urbains plus apaisés et qualitatifs.

#### **e) Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu**

Dispositifs extrêmement rares dans des communes de cette dimension démographique et économique, l'inventaire de la publicité beaunoise n'a pas permis de recenser de dispositifs publicitaires situés sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu.

Compte tenu de leur impact paysager important, le futur RLP de la commune de Beaune devra se positionner quant à la possibilité d'implantation de tels dispositifs qui sont considérés comme légaux dès lors qu'ils sont lumineux<sup>50</sup>.

#### **f) La densité publicitaire**

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>51</sup> applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol :

<sup>50</sup> Articles R.581-38 et 39 du code de l'environnement

<sup>51</sup> Article R.581-25 du code de l'environnement

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

Par exception, il peut être installé :

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

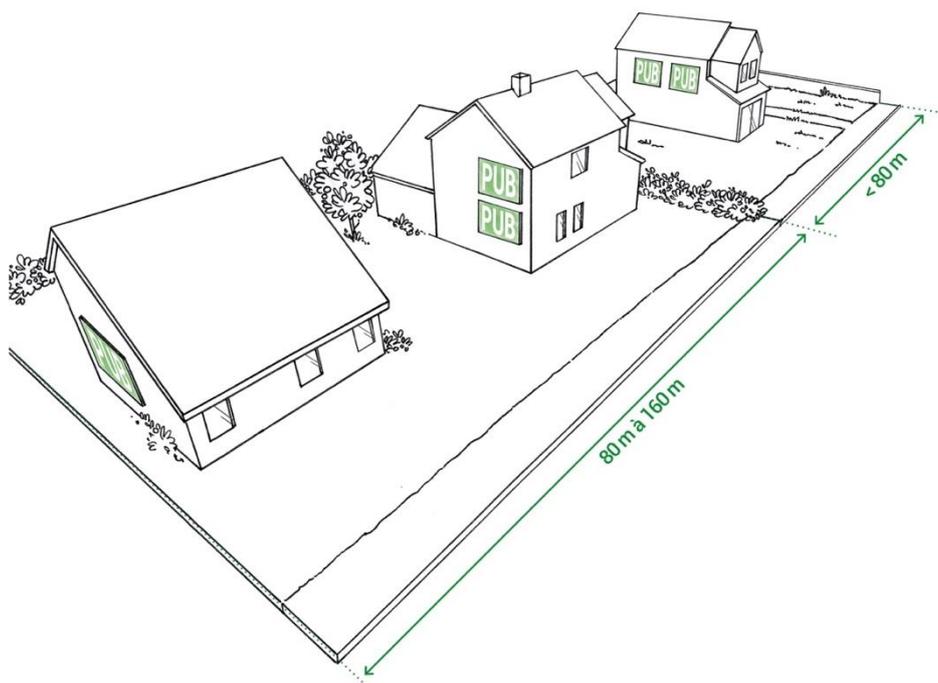
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

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

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

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

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





L'actuel RLP institue des règles permettant de limiter la redondance publicitaire grâce à des mesures de façade sur voie ouverte au public par unité foncière plus contraignante que le code de l'environnement avec même l'établissement d'une interdistance sur le domaine public ferroviaire.

Pour autant, on constate tout de même un certain nombre de cas où on peut recenser au moins deux publicités ou préenseignes sur la même unité foncière et de nombreuses situations le long des axes routiers structurants où dispositifs 's'empilent' les uns derrière les autres nonobstant les limites d'unité foncière (lorsqu'elles ne sont pas implantées directement sur le domaine public notamment les trottoirs ou les places publics).

D'ailleurs, au-delà de la « surdensité légale », on a surtout une impression de redondance très prégnante dans certains secteurs d'entrées de ville et de cœur de ville (cf. photos ci-dessous) et il paraît à minima essentiel de faire respecter les règles déjà en vigueur voire de les conforter pour faire face aux nouveaux enjeux du territoire et mettre un terme à la surenchère de dispositifs publicitaires.



Surdensité de préenseignes installées directement sur le sol au sein du SPR



Enchaînement cumulatif de dispositifs publicitaires dégradant les paysages

### g) Les bâches publicitaires

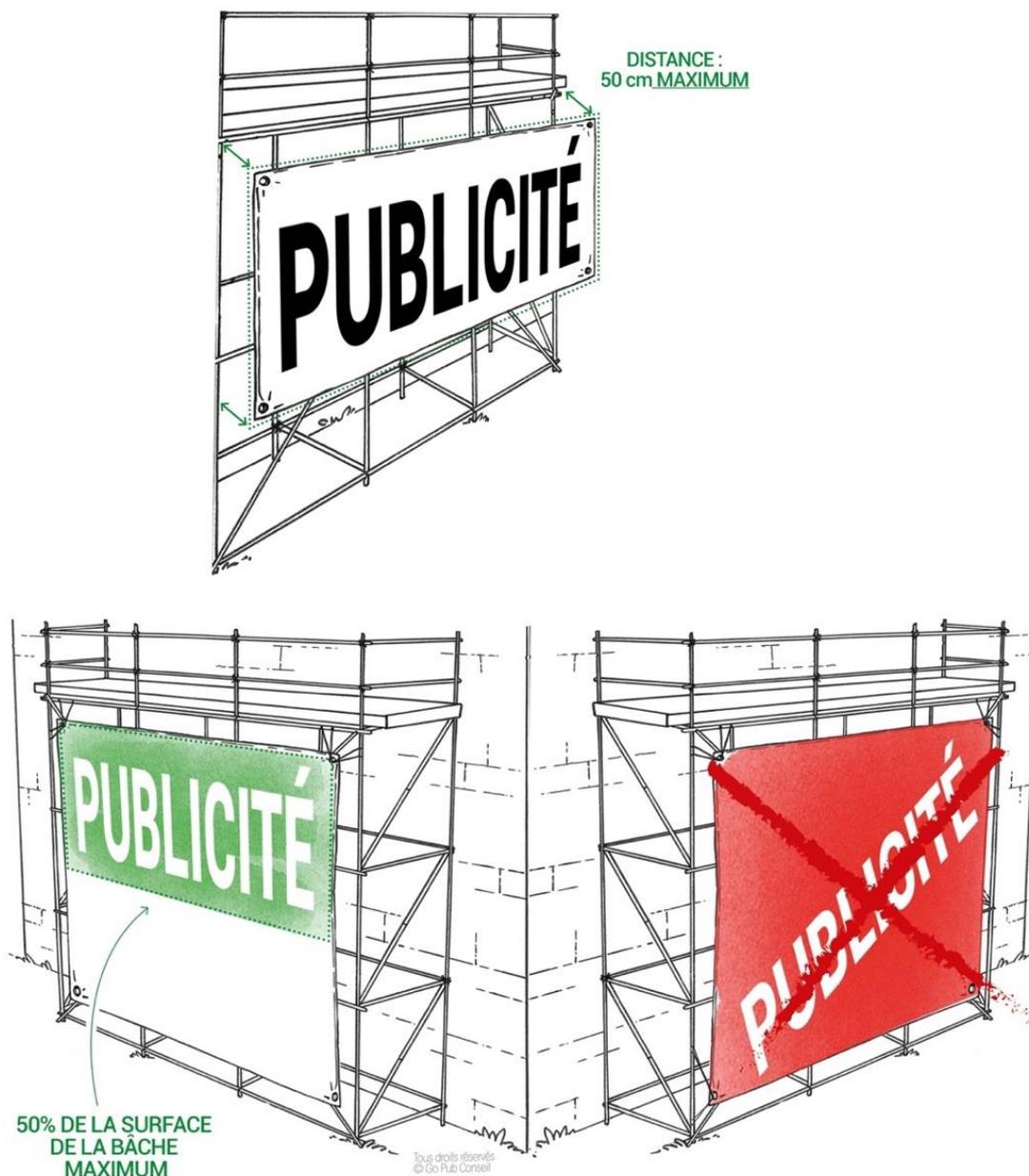
Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du code de l'environnement. Ainsi, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

On compte deux types de bâches :

- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

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

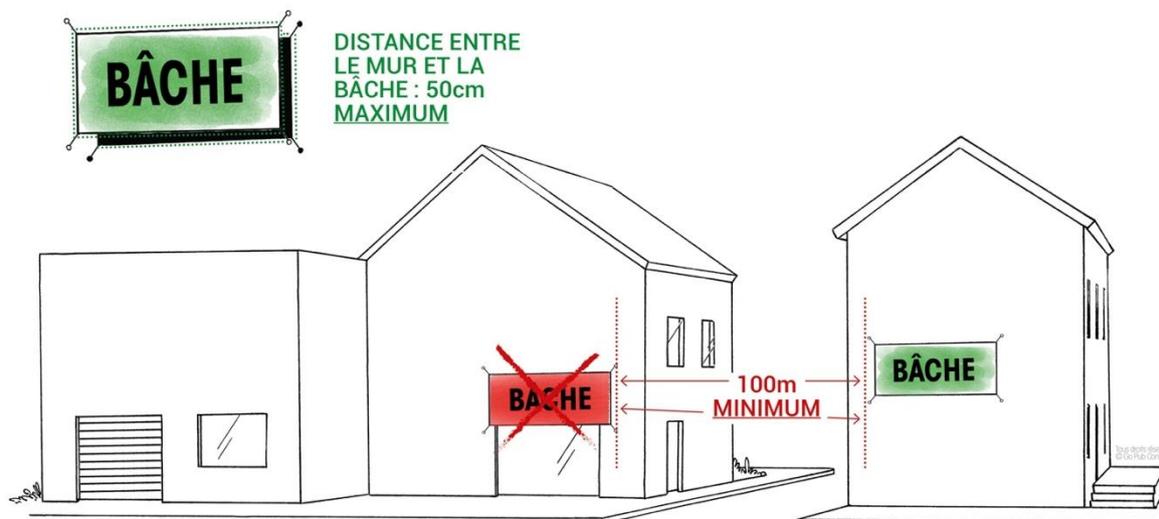
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 centimètres par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. En outre, la durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des échafaudages pour les travaux et la surface de cet affichage ne peut excéder 50% de la surface de la bâche<sup>52</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 supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 centimètres, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

<sup>52</sup> L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

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



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité apposée sur bâches notamment le fait qu'elle doit être installée à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucune bâche publicitaire n'a été relevée sur le territoire beaunois. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

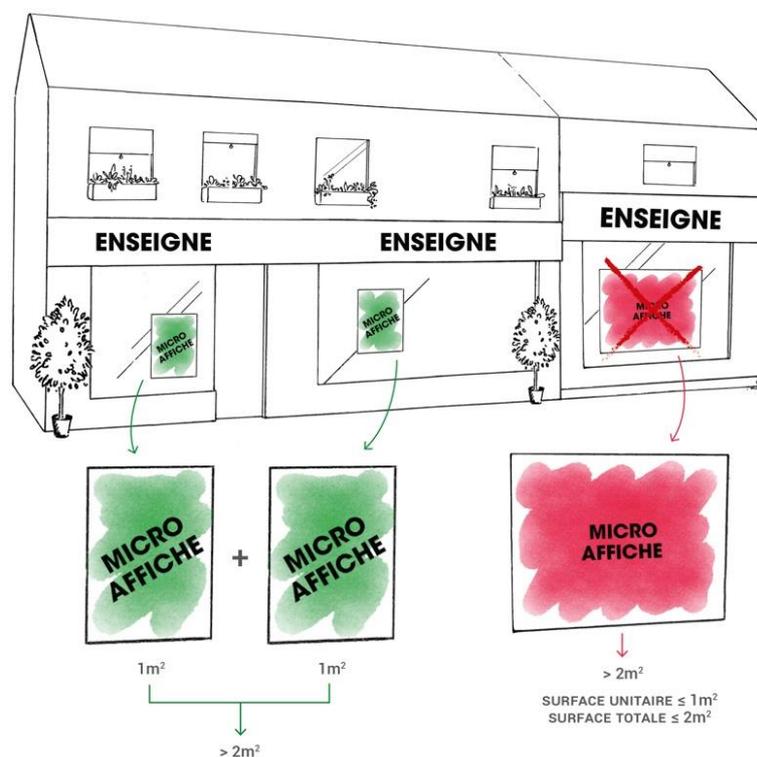
#### **h) Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales**

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

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

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

Le code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m<sup>2</sup>. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m<sup>2</sup>.



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

Généralement on constate que plusieurs dispositifs sont installés sur une même activité. Cela a pour effet d'accroître 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.

### i) Les dispositifs de dimension exceptionnelle

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 m<sup>2</sup>.

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 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevée sur le territoire communal.

**j) Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération**

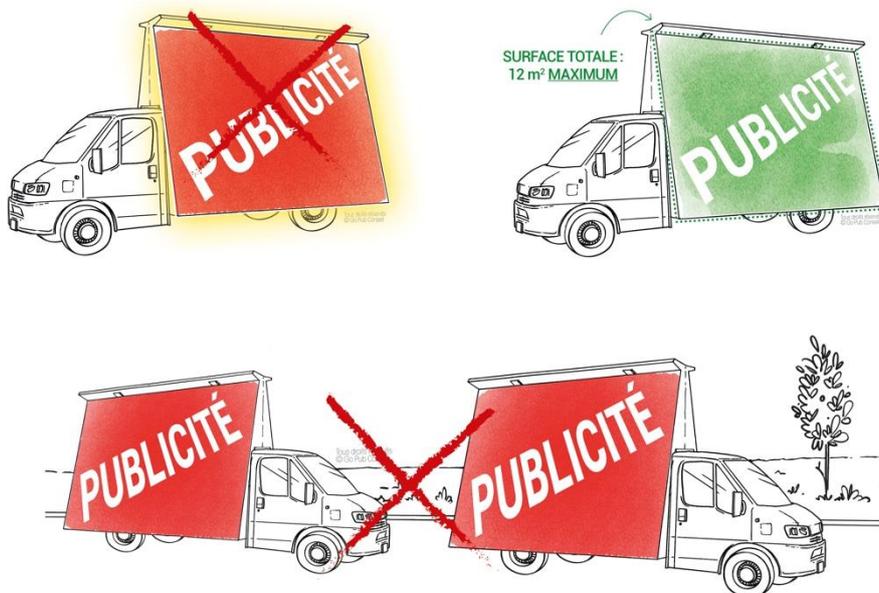
Type		Caractéristiques
<b>Publicité non lumineuse sur mur ou clôture</b>	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 7,5 m	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
<b>Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux</b>	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 6 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 ≤ 8 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 6 m	-

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

**k) Les publicités sur les véhicules terrestres<sup>53</sup>**



<sup>53</sup> Article R.581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires



## I) Les publicités et préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

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

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

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieure 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>54</sup>.

<sup>54</sup> [https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400\\_1oawf6\\_doc172.pdf](https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf)



Cartographie de la pollution lumineuse en France<sup>55</sup>

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.



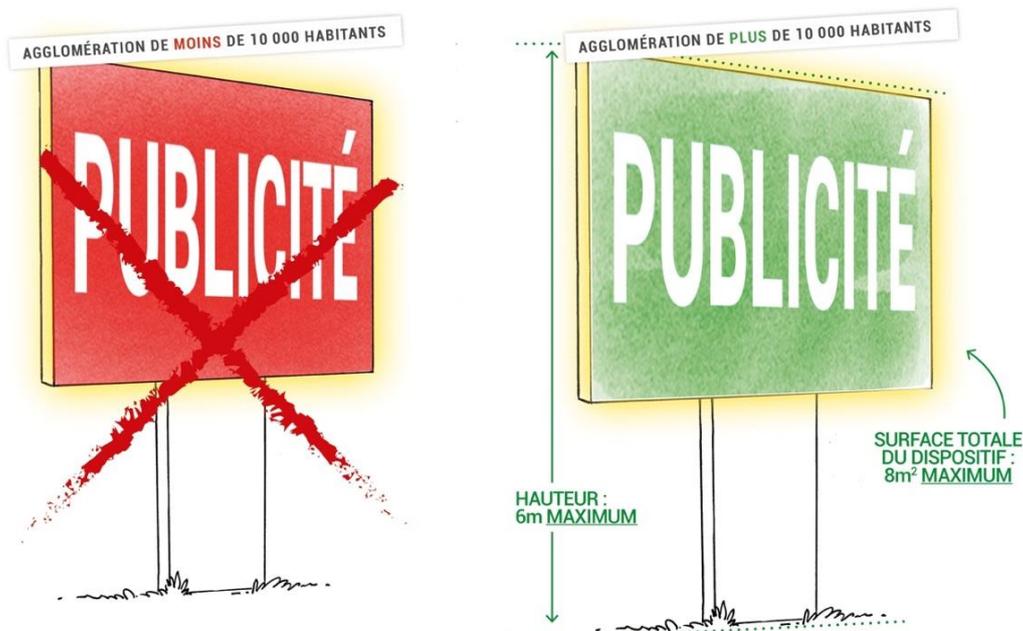
<sup>55</sup><http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>56</sup>.

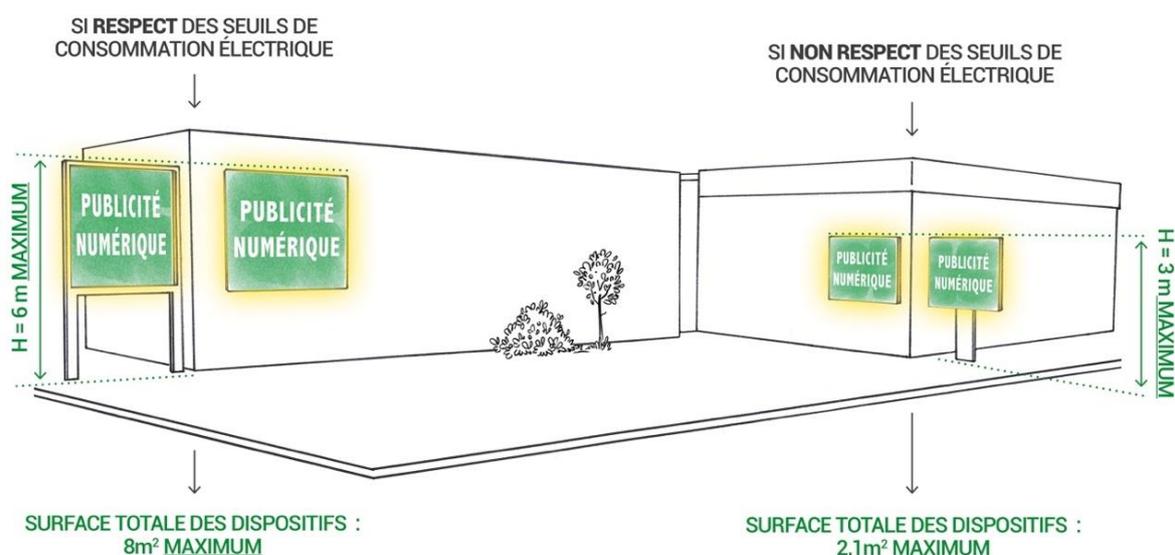
Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

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

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



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>57</sup>, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à  $2,1 \text{ m}^2$  ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.



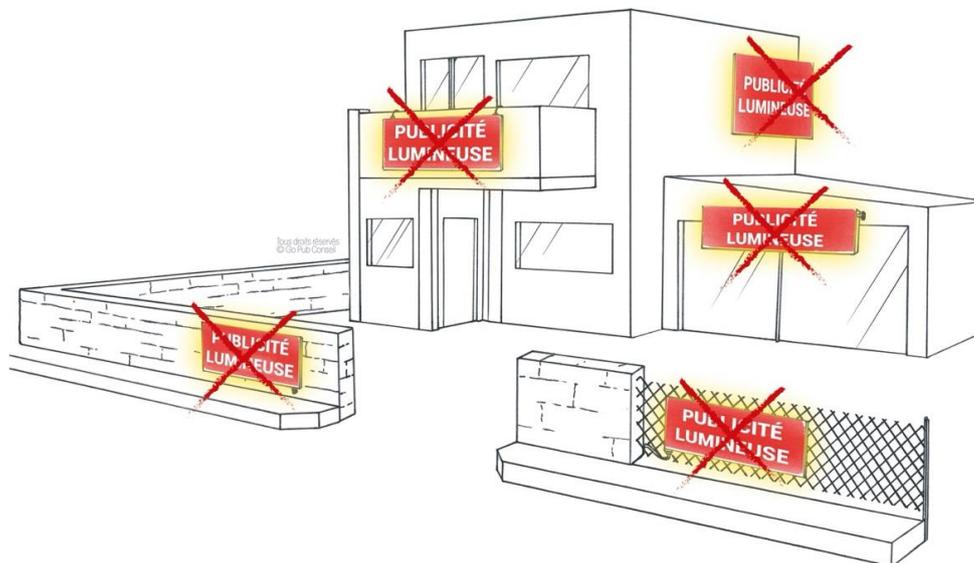
<sup>56</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour

<sup>57</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour

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

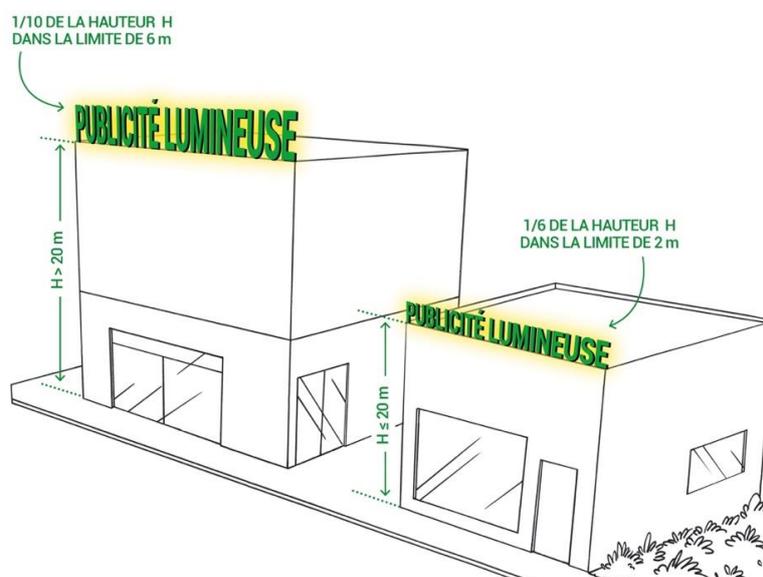
La publicité lumineuse ne peut :

- 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.



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

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



En l'espèce, la publicité lumineuse est relativement peu présente à Beaune puisqu'elle concerne 7 dispositifs dont 4 le sont par projection et 3 sont numériques. Parmi ceux-ci 6 sont non conformes aux règles nationales notamment en raison de leur implantation dans des espaces patrimoniaux protégés et compte tenu de leur surface excessive. C'est en particulier le cas des trois dispositifs numériques particulièrement impactants en termes de pollution visuelle d'autant qu'ils semblent allumés en continu y compris durant la période réglementaire d'extinction nocturne.



Exemples de publicités lumineuses par projection



Exemples de publicités lumineuses numériques

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

- sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire ;
- réduire la puissance des lampes si elles sont surdimensionnées ;

- remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;
- moduler la durée d'éclairage, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Ainsi, compte tenu de la présence de tels dispositifs à Beaune et malgré la non-appartenance de la commune pas à une unité urbaine qui compte plus de 800 000 habitants, il semble préférable que le RLP indique une plage d'extinction nocturne des dispositifs publicitaires, d'enseignes et de préenseignes « renforcée » afin de limiter la pollution lumineuse qu'ils génèrent.

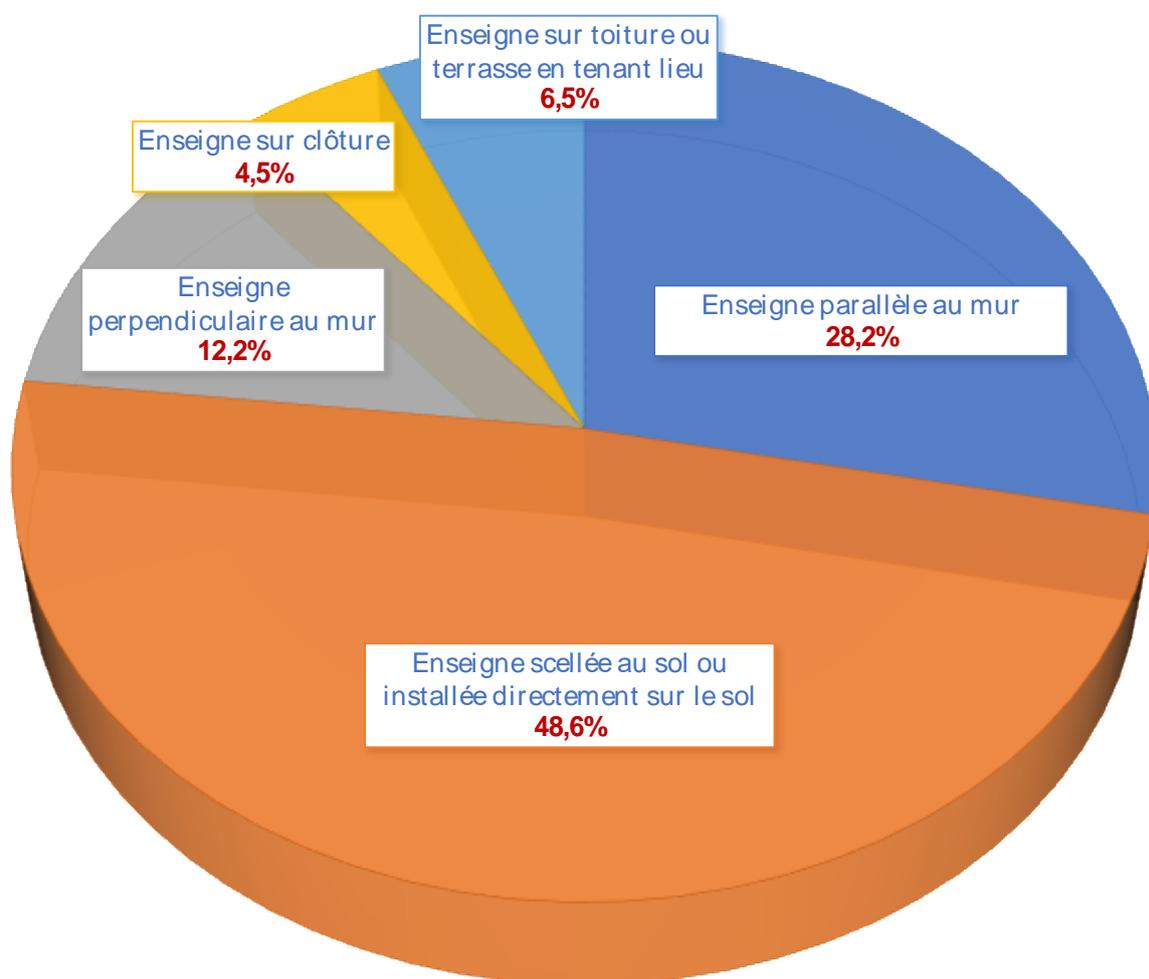
## 2. Les enjeux en matière d'enseignes

### a) Généralités

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 dans d'autres secteurs où il y a peu d'enseignes (zones résidentielles, espaces naturels et agricoles, ...).

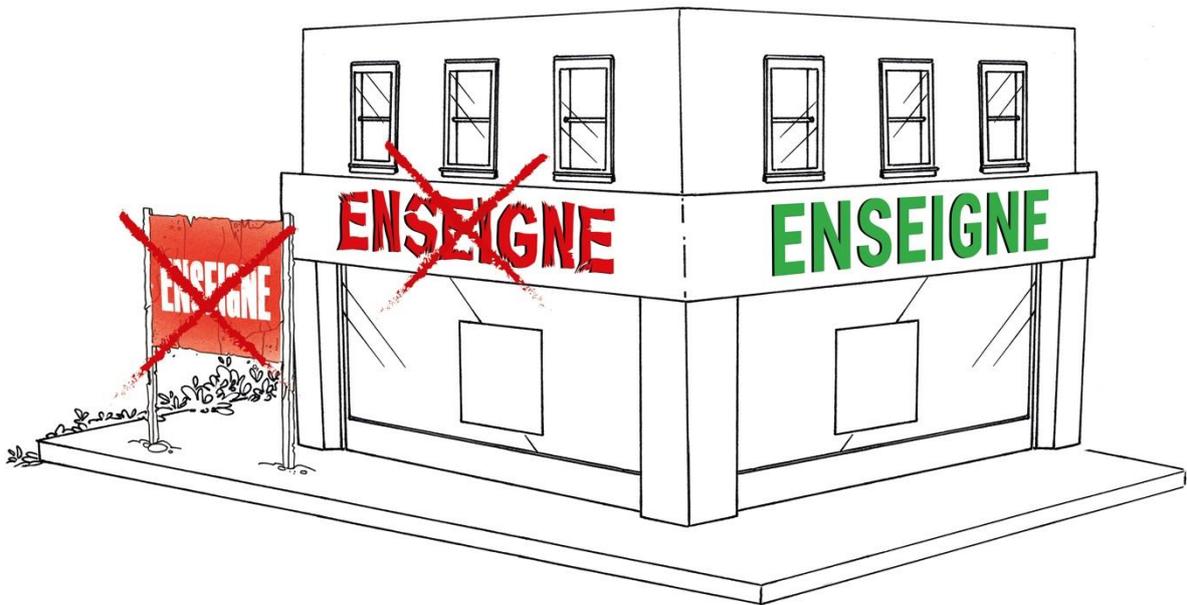
Un échantillonnage sélectif des enseignes lors de l'inventaire terrain a permis de dénombrer cinq grandes catégories d'enseignes sur le territoire communal réparties de la manière suivante :

- des enseignes parallèles au mur ;
- des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- des enseignes perpendiculaires au mur ;
- des enseignes sur une clôture.



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

- constituées par des matériaux durables ;
- maintenues 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 trois mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).



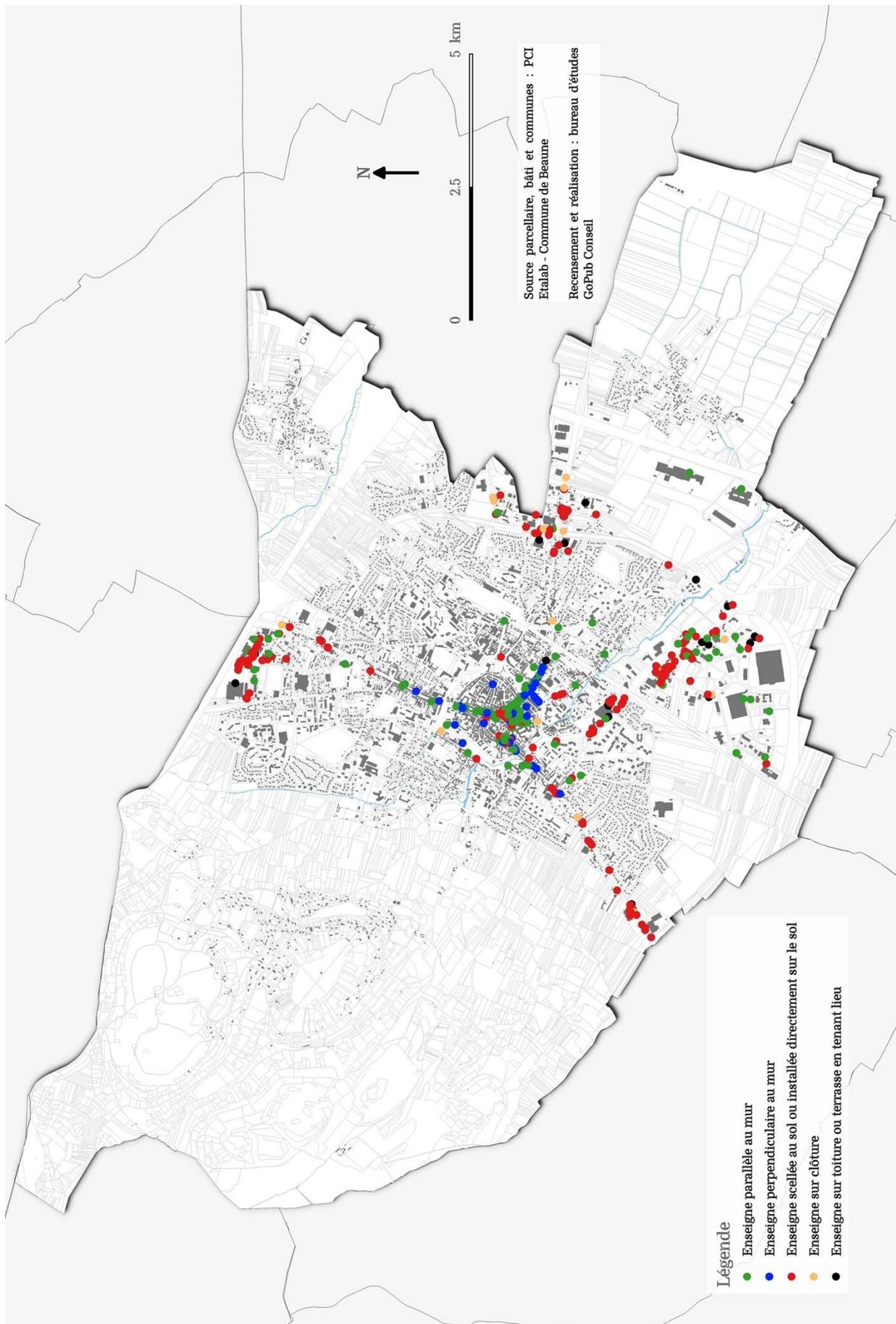
Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes.

On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense et à Beaune on remarque donc une très forte densité d'enseignes en cœur d'agglomération, le long des linéaires commerciaux et de services, et en périphérie de ce cœur dans les zones d'activités économiques.

Dans le reste du tissu urbain, les activités étant plus éparées, on recense des enseignes de façon plus ponctuelle et anecdotique.

En termes de répartition typologique des enseignes on note une domination forte des enseignes de zones d'activités et de proximité de flux routiers (enseignes scellées au sol, plus rarement installées directement sur le sol) mais aussi celles de type commerciales et de services (les enseignes en façades soit celles parallèles au mur et perpendiculaires).

La cartographie ci-dessous expose l'implantation des enseignes recensées sur le territoire communal selon leur type :



*Localisation des enseignes sur la commune de Beaune*

## b) Les enseignes parallèles au mur

Un peu plus du quart des enseignes inventoriées sur le territoire communal sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support. Elles se présentent sous diverses formes (en lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches) et on les retrouve tant en cœur de ville qu'au sein des secteurs dévolus aux commerces de grande taille.

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>58</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 centimètres ;
- ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.



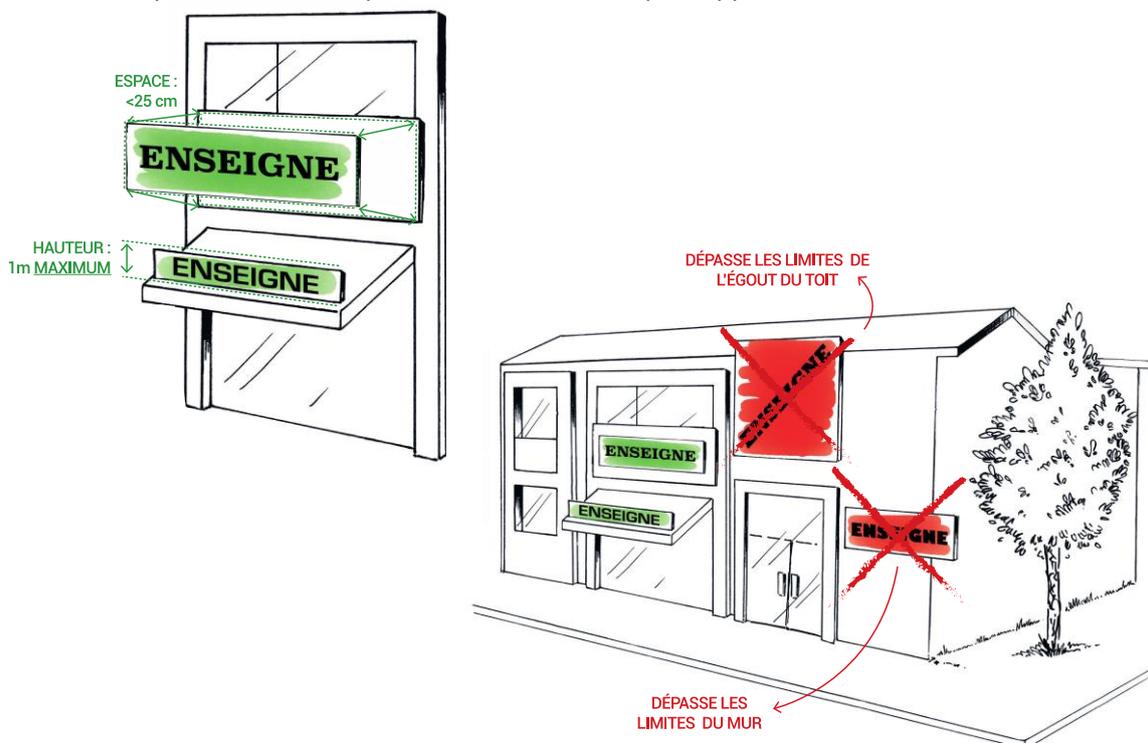
<sup>58</sup> Articles R.581-60 et R.581-63 du code de l'environnement



Exemples de différents types d'enseignes parallèles au mur

Dans la typologie des enseignes parallèles au mur, on retrouve les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées si elles respectent les règles suivantes :

- 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 centimètres par rapport à lui.



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, les enseignes sur balcon, auvent ou marquise 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.

Leur rareté sur le territoire de la commune de Beaune pourrait amener la collectivité à réfléchir à leur interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

Globalement les enseignes parallèles au mur posent peu de problèmes paysagers sur le territoire communal même si près de 25% d'entre elles ne respectent pas la réglementation nationale en vigueur et que certaines devantures auraient pu être plus soignées notamment en termes d'implantation, d'entretien et/ou de redondance de la signalisation (cf. photos ci-dessous).





*Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'intégration aurait mérité d'être mieux travaillée*

Outre les quelques cas spécifiques dont ceux-ci affichés en exemple ci-dessus, ces enseignes posent donc des problèmes règlementaires et paysagers notables mais qui semblent relativement surmontables par un effort de conception globale des façades commerciales dès le lancement des activités. La régularisation des non-conformités au code de l'environnement rencontrées sera en mesure de régler une bonne partie des écarts paysagers observés sur cette catégorie d'enseignes.

### c) Les enseignes perpendiculaires au mur

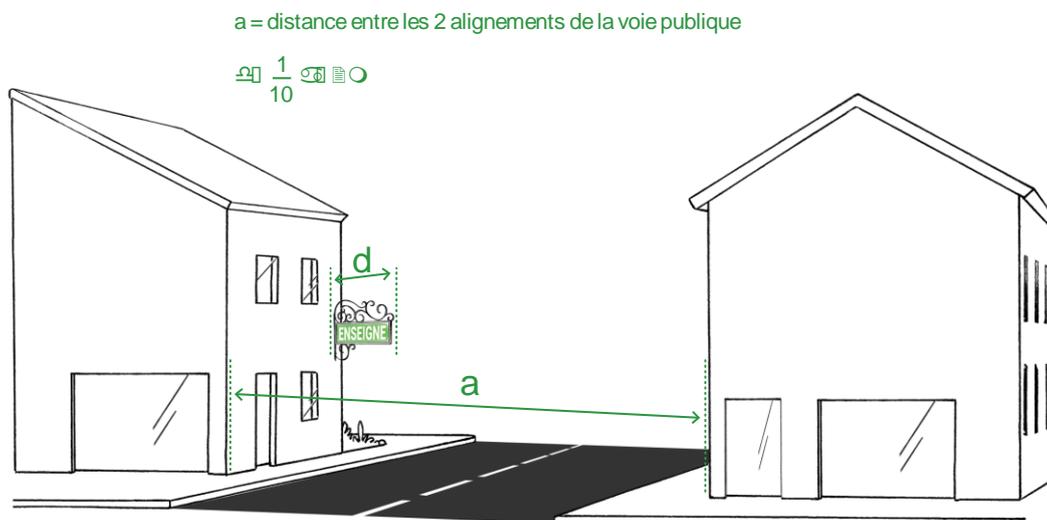
Les enseignes perpendiculaires au mur représentent le troisième type d'enseignes à Beaune et sont de taille assez modeste comparativement aux autres types d'enseignes. Elles sont principalement présentes dans le cœur historique de Beaune, siège privilégié des activités commerciales et services de proximité.



*Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur*

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 deux mètres).



Les seuls problèmes paysagers notables posés par ces enseignes sont liés à leur positionnement trop souvent à l'étage supérieur du lieu réel d'activité, leur nombre parfois important sur une même façade et leur débord parfois important sur le domaine public.

Ce sont des cas relativement fréquents dans les rues de la centralité beaunoise avec des établissements qui signalent parfois tout ou partie de leurs activités et/ou produits sur des dispositifs individuels qui se chevauchent et/ou se succèdent et peuvent en outre être dans un état dégradé (cf. exemples ci-dessous). Cependant cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité et/ou lisibilité de l'activité et induit des difficultés de lecture des paysages urbains.



*Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur posant des problèmes paysagers*

Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues plus ou moins étroites du cœur de ville avec des fermetures de vue vers le grand paysage naturel ou le patrimoine bâti ou encore des outils de signalisation routière.

Sur la commune de Beaune, le recensement a permis de mettre en évidence une dizaine d'activités disposant d'une enseigne de ce type en exploitant au moins deux par façade.

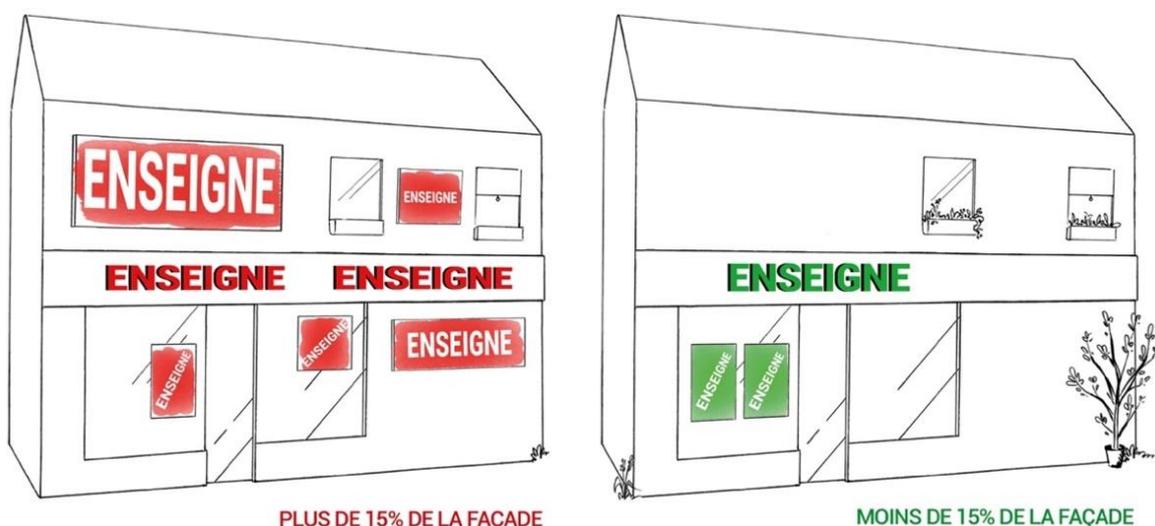
La surface de ces dispositifs est majoritairement inférieure au mètre carré (3/4 de ces enseignes mesurent moins d'un mètre carré, seules 6 enseignes présentent une surface unitaire supérieure ou égale à 2 m<sup>2</sup>) et leur saillie reste plutôt contenue (61% des saillies sont inférieures au mètre, une seule excède deux mètres) et déborde peu sur les espaces publics.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité, notamment dans le centre historique. Le nombre d'enseignes, leur implantation, taille, saillie ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes. La mise en place d'actions pédagogiques accompagnant l'approbation et l'application du futur RLP participera également d'une meilleure insertion des enseignes sur le territoire communal.

#### d) La notion de surface cumulée sur une façade commerciale

Apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure, 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 excédant 15 % de la surface de cette façade<sup>59</sup>. 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.



Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale rencontrés notamment dans le centre historique mais elle touche pourtant peu Beaune.

<sup>59</sup> Article R.581-63 du code de l'environnement ; cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



*Exemples de façades saturées d'enseignes*

### e) Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la catégorie d'enseignes la plus répandue sur le territoire communal.

Elles sont particulièrement présentes sur les secteurs d'activités économiques de la commune où les unités foncières plus généreuses par rapport au cœur de ville permettent une installation aisée. Pour autant on les

retrouve également dans l'hypercentre où leur implantation sur le domaine public est souvent sujet à caution (voir plus bas).

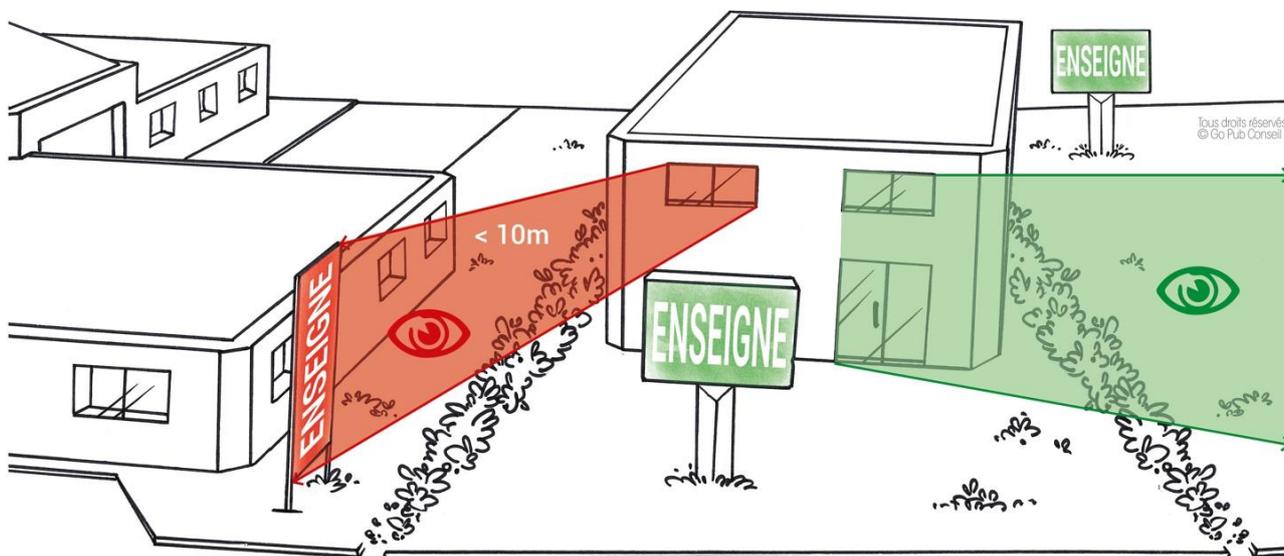
Par leur implantation, leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, elles participent activement à une saturation des paysages loin d'être négligeable sachant que ces caractéristiques pas toujours moindres se cumulent visuellement. Cet impact visuel particulièrement important (notamment depuis et vers les côteaux viticoles identifiés au patrimoine mondial de l'UNESCO et protégés par l'association des Climats du vignoble de Bourgogne) 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 (par exemple des panneaux dits « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités / préenseignes et enseignes.

Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems, les chevaux ou encore les panneaux « 4 par 3 ».

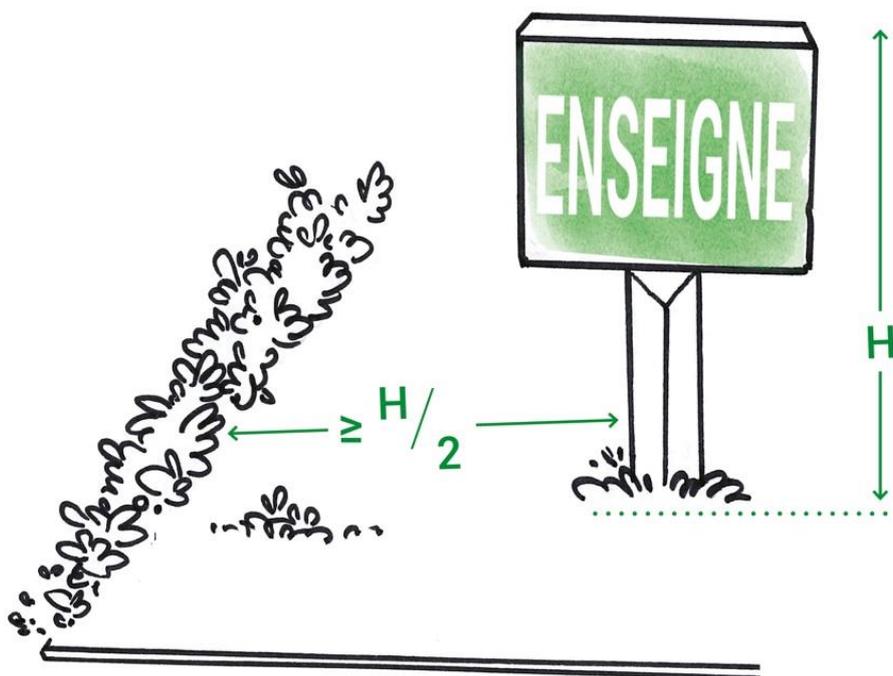


*Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol*

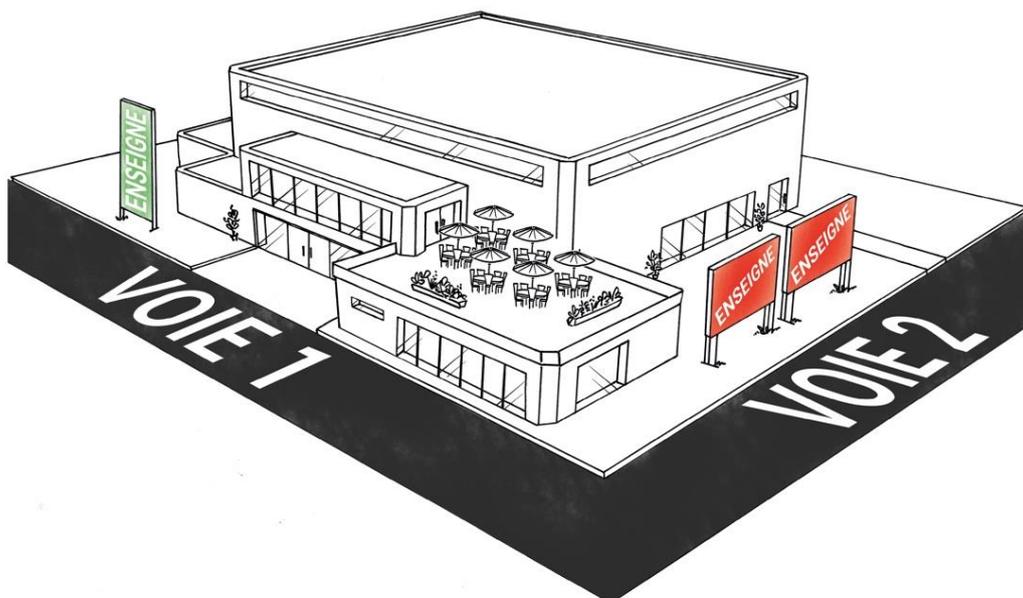
Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations. Ainsi, les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées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



De plus 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 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également 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.



Enfin 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 12 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, soit le cas de l'agglomération centrale de Beaune.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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

Sur le territoire beaunois, en termes de conformité aux règles nationales, on relève majoritairement des établissements ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant une activité donnée : près de la moitié des enseignes recensées se trouvent dans ce cas.





*Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre*

Autre problème paysager et réglementaire important pour ce type d'enseignes : leur format et notamment leur surface qui ne doit pas dépasser 12 m<sup>2</sup> (encadrement compris mais pieds exclus).





Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la surface maximale admise



Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la hauteur maximale admise

Par ailleurs certaines enseignes de ce type ne respectent pas les conditions règlementaires d'implantaires (recul vis-à-vis du fonds voisin en particulier) ou se trouvent dans un mauvais état d'entretien qui peut aller jusqu'à rendre illisible leur signalisation.



Enseignes scellées au sol mal implantée ou en mauvais état d'entretien

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le code de l'environnement dès lors qu'elle mesure moins d'un mètre carré. Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que les activités utilisent la plupart du temps une ou deux enseignes de ce type lorsqu'elles sont situées sur le domaine public (notamment les commerces et services de proximité en centre-ville comme les restaurants) alors qu'elles ont tendance à être redondantes lorsqu'elles sont placées sur une unité foncière privée (par exemple sur les parkings des établissements en zone d'activités commerciales).

Attention toutefois à la régularité de tels dispositifs qui nécessitent d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public pour être installés et être qualifiés d'enseignes ; sinon il s'agira de publicités ou préenseignes puisque situées hors de l'unité foncière dédiée à l'activité signalée (cf. paragraphe précédent consacré aux publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol).





Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol

L'ensemble de ces enseignes particulièrement impactantes pour le cadre de vie des usagers (complexification de l'accessibilité aux espaces publics) et le paysage (redondance des obstacles visuels aux abords des zones d'activités avec des vues dégradées sur les coteaux des Climats de Bourgogne) pourront faire l'objet d'une réglementation locale en vue d'en réduire les nuisances visuelles. Il pourra s'agir notamment de limiter leurs dimensions (surface, hauteur, largeur) et/ou leur nombre.

Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales spécifiques aux enseignes inférieures ou égales à 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.

En toute logique, l'information pédagogique et la sensibilisation des acteurs économiques de la commune par suite de l'élaboration de ce RLP devrait également permettre d'améliorer la situation avec une mise en conformité progressive des enseignes en infraction.

#### **f) Les enseignes sur clôture**

Les enseignes sur clôture sont les enseignes les moins présentes du paysage beaunois puisqu'elles ne représentent même pas 5% du total des enseignes.

On les retrouve surtout dans les zones d'activités de l'est de la commune et elles se présentent notamment sous forme de bâches ou de pancartes accrochées à des clôtures non aveugles (15 dispositifs sur les 18 recensés), ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages par la fermeture de point de vue malgré des surfaces contenues (seul le tiers d'entre elles excèdent une surface unitaire de 4 m<sup>2</sup>).

Cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le code de l'environnement. Il y a donc un fort enjeu local à fixer une limite en nombre et en surface sur cette catégorie d'enseignes voire à les proscrire a fortiori

lorsqu'elles ne sont pas apposées sur un support aveugle dans un souci de parallélisme avec les publicités et préenseignes de caractéristiques similaires. Ainsi au même titre que les autres enseignes, la mise en place d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP permettra de mieux maîtriser l'insertion de ces enseignes dans leur environnement.



*Exemples d'enseignes sur clôture*

### g) Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu constituent une catégorie d'enseignes relativement rare à Beaune. L'inventaire n'en a comptabilisé que douze, localisées en zones d'activités mais aussi en centre-ville.

Tout comme les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles ont un impact visuel et donc paysager important puisque leurs caractéristiques propres les destinent à être vues de loin. Une attention particulière doit donc être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. En outre ces enseignes peuvent également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



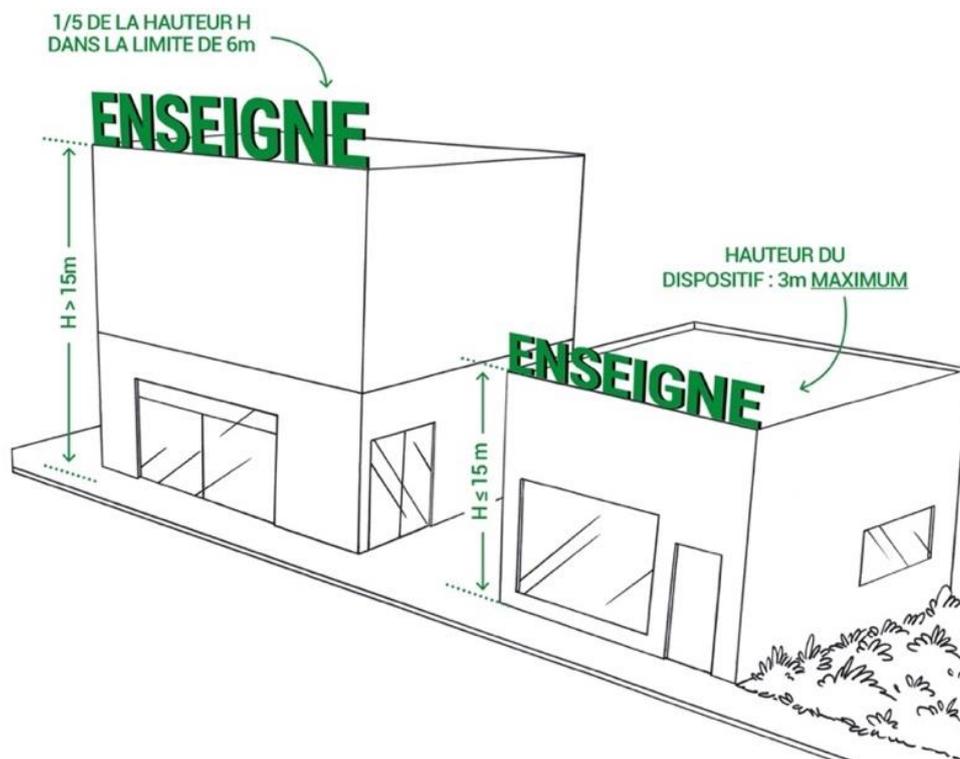
*Exemples d'enseignes sur toiture*

Du fait de leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques.

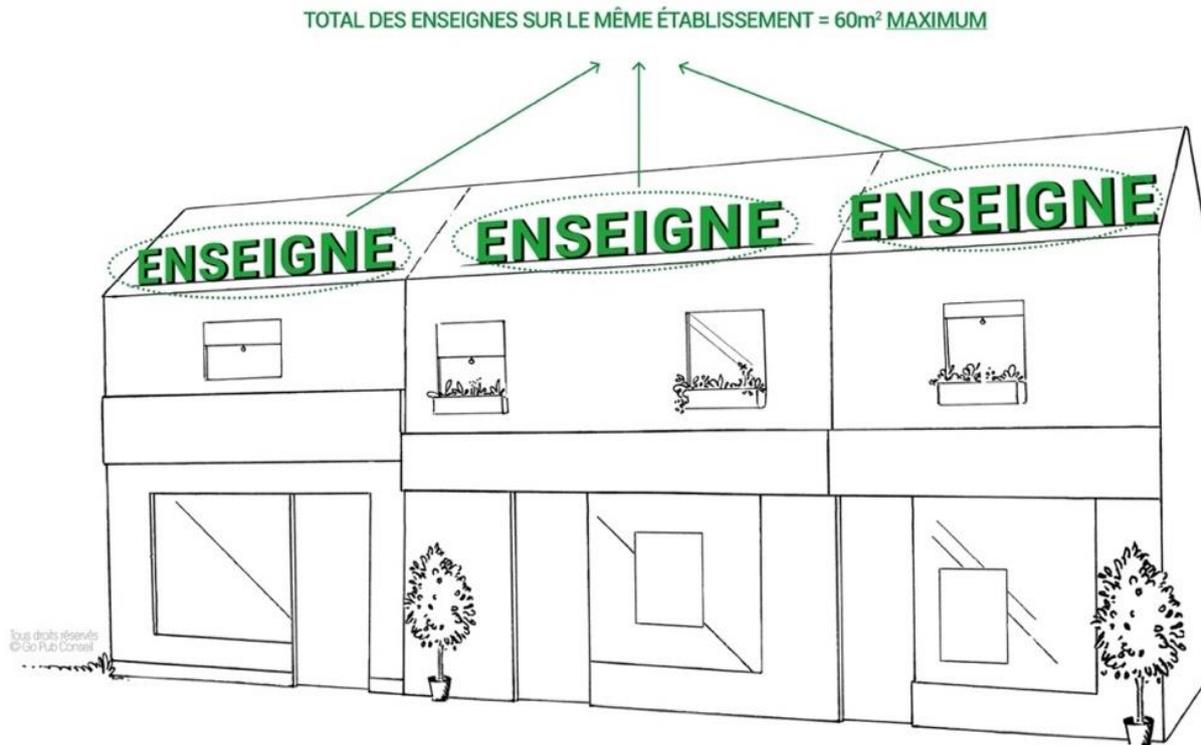
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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 50 centimètres de haut.

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



De plus, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement<sup>60</sup> doit être inférieure ou égale à 60 m<sup>2</sup>. Trois activités beaunoises ne respectent pas cette règle ce qui implique un impact paysager encore plus important sur les côteaux viticoles notamment et plus généralement dans le cadre de vie des usagers du territoire.



<sup>60</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.



*Enseignes sur toiture excédant les limites surfaciques réglementaires*

Outre l'impact paysager dû à leur format et à leur implantation très visible notamment depuis et vers les côteaux viticoles protégés par l'association des Climats du vignoble de Bourgogne, un grande part des enseignes de ce type relevées à Beaune ont des soucis au niveau de leur réalisation puisque confectionnées au moyen de lettres ou de signes non découpés et/ou sans dissimuler leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base (sur 26 dispositifs recensés, 10 sont dans ce cas de figure).



Enseignes sur toiture posant des problèmes règlementaires et paysagers

Il y a donc là un vrai enjeu pour la commune et ses paysages et afin d'éviter ces problématiques, le RLP pourra par exemple proposer de réduire le format de ces enseignes voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

#### **h) Les enseignes lumineuses**

Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type.

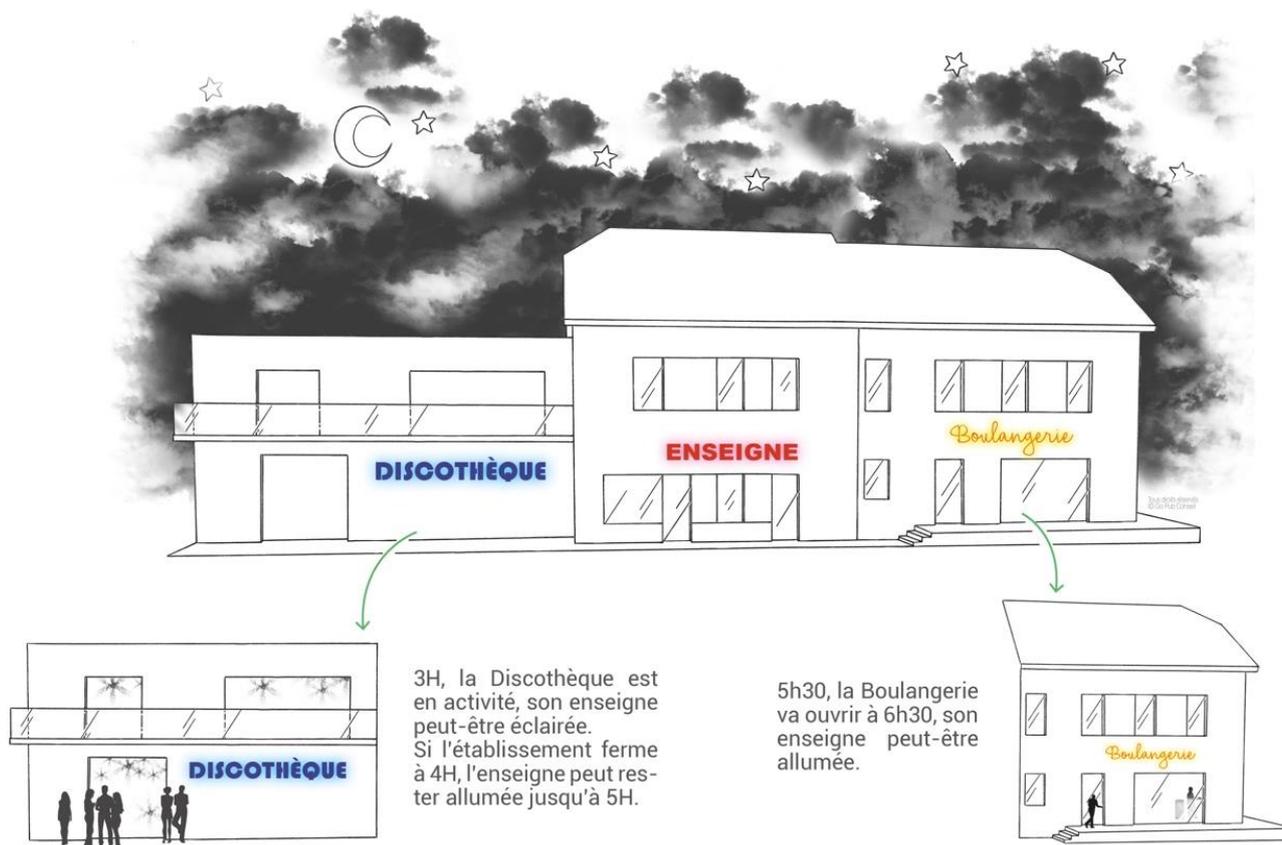
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>61</sup>.

Elles sont éteintes<sup>62</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.

#### ENTRE 1H ET 6H, LES ENSEIGNES SONT ÉTEINTES SAUF LES ACTIVITÉS NOCTURNES

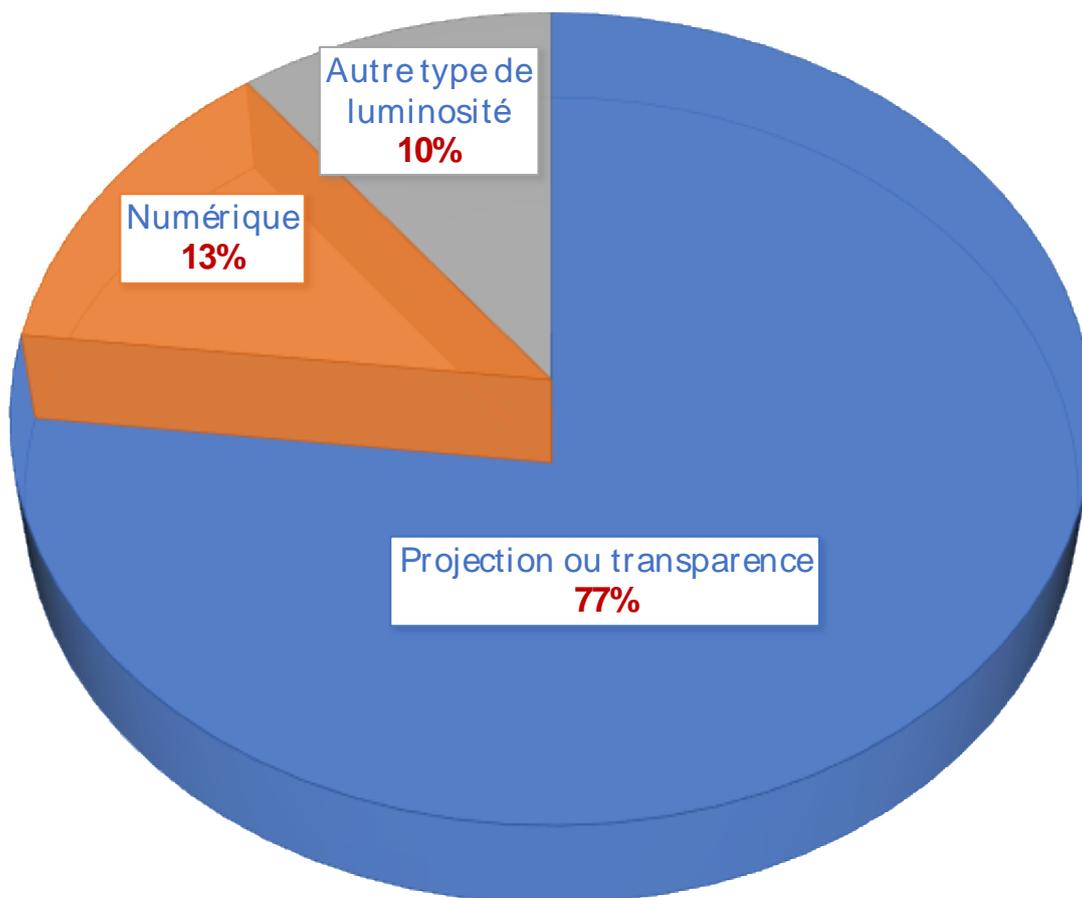


Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-dessus peuvent être lumineuses et le recensement effectué a permis de les caractériser : non lumineuses, en lettres découpées néons ou LED, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ...

<sup>61</sup> Arrêté non publié à ce jour

<sup>62</sup> L'article R.581-59 du code de l'environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Plus du tiers des activités recensées et disposant d'au moins une enseigne présente un caractère lumineux sur le territoire beaunois :



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 alors que dix-sept enseignes inventoriées sont numériques signalant notamment des pharmacies, des stations-services, des hôtels, une grande surface commerciale.





*Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence*



*Exemples d'enseignes numériques*





Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED

Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

A Beaune, ce type d'enseigne a souvent un format plutôt important puisque sur les 16 enseignes répertoriées 9 comptaient une surface supérieure ou égale à 6 m<sup>2</sup> parmi lesquels 4 était même supérieures à 10 m<sup>2</sup>. L'impact sur le paysage et l'environnement mais aussi sur le cadre de vie des usagers beaunois est donc potentiellement très important d'autant que ces dispositifs ne respectent pas les obligations légales d'extinction nocturne.

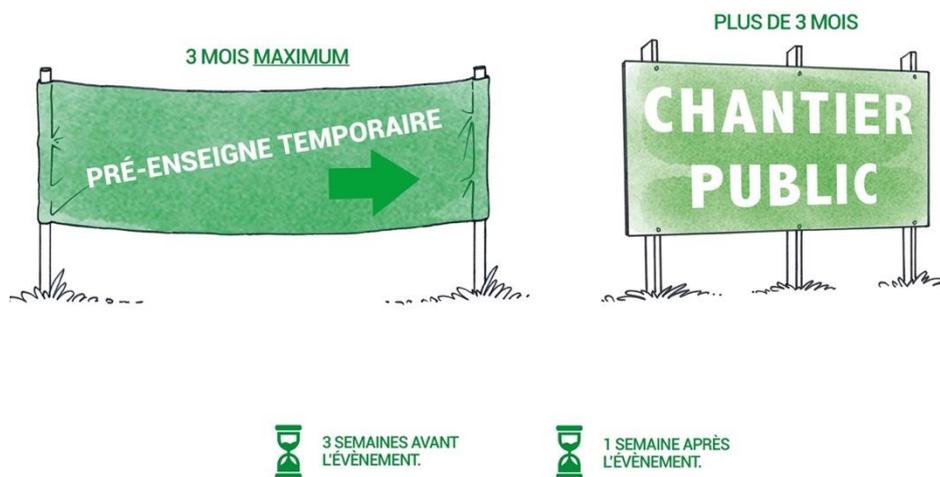
Globalement, le principal problème paysager posé par les enseignes lumineuses est ainsi lié à leur extinction nocturne qui n'est pas souvent respectée. Il conviendra donc de s'appuyer sur la procédure de révision de RLP afin d'informer les acteurs économiques de leur obligation en la matière de manière à limiter la pollution lumineuse ainsi engendrée.

### **i) Les enseignes temporaires**

Sont considérées comme enseignes temporaires :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les enseignes 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 trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.



Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement<sup>63</sup> » à la réglementation des enseignes « permanentes » présentée 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>64</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>65</sup>.

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

- *pour les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :*
  - saillie  $\leq 25$  centimètres ;
  - ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
  - ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit ;
- *pour 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 mètres ;
- *pour les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :*
  - surface totale  $\leq 60 \text{ m}^2$
- *pour les enseignes temporaires de plus de  $1 \text{ m}^2$ , scellées ou installées directement sur le sol :*
  - une seule enseigne 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  $\leq 12 \text{ m}^2$ .

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes apposées sur une clôture ou un mur non aveugle, parfois scellées au sol pour des opérations immobilières, la promotion de locaux à vendre ou à louer ou des opérations commerciales ponctuelles ainsi que la signalisation de manifestations locales de la collectivité comme des associations. Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.

<sup>63</sup> Cf. règles du code de l'environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport

<sup>64</sup> Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

<sup>65</sup> Arrêté non publié à ce jour



*Exemples d'enseignes temporaires*

Le futur RLP pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact paysager de ces dispositifs sur le territoire mais aussi économique de sorte qu'aucun établissement n'ait la tentation de multiplier les enseignes temporaires pour bénéficier de droits qu'il n'aurait pas s'il s'agissait d'enseignes permanentes.

## Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure

### 1. Les objectifs

Dans sa délibération de prescription en date du 11 avril 2019, le Conseil Municipal de la commune de Beaune s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Mettre en conformité le règlement actuel avec les nouvelles dispositions règlementaires issues de la loi Grenelle 2 et ses différents décrets d'application ;
- Renforcer la politique environnementale de la ville en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne afin d'améliorer le cadre de vie et la qualité paysagère dans la perspective de prendre en compte le classement des climats au patrimoine mondial de l'UNESCO ainsi que les exigences règlementaires de l'Aire de de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) qui sera prochainement approuvée<sup>66</sup> ;
- Participer à la mise en œuvre des objectifs fixés dans le cadre du PLU en cours de révision<sup>67</sup> et notamment son objectif de « préserver et valoriser le patrimoine architectural sur l'ensemble du territoire ainsi que les différents paysages de la commune » et notamment d'assurer un traitement optimal et qualitatif des entrées de ville et des entrées du centre ancien ;
- Réglementer l'usage des nouvelles technologies en matière d'affichage.

### 2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, le conseil municipal de la commune de Beaune a débattu des orientations suivantes le 22 septembre 2022 :

- **Orientation 1** : Conserver des espaces privilégiés préservés de la publicité (secteurs à caractère patrimonial, secteurs à dominante résidentielle) ;
- **Orientation 2** : Réduire la densité et les formats publicitaires ;
- **Orientation 3** : Limiter l'impact des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dans l'agglomération du cœur de ville de Beaune (elles sont déjà interdites dans les agglomérations de Gigny et Challanges) ;
- **Orientation 4** : Permettre le maintien et/ou l'installation d'outils mesurés de communication pour les collectivités et les activités locales dans un cadre patrimonial protégé ;
- **Orientation 5** : Réguler l'implantation des dispositifs lumineux de toute nature (publicités, préenseignes et enseignes) et renforcer leur plage d'extinction nocturne ;
- **Orientation 6** : Interdire ou limiter fortement l'installation de certains types d'enseignes particulièrement impactants pour les paysages ;
- **Orientation 7** : Viser la qualité et la sobriété des enseignes en façade en prenant en compte les caractéristiques architecturales, urbaines et fonctionnelles du territoire ;
- **Orientation 8** : Minimiser la place des enseignes dans les paysages et améliorer leur efficacité en encadrant notamment leur cumul, leur nombre, leur format ;
- **Orientation 9** : Renforcer la réglementation sur les enseignes temporaires pour éviter la surenchère de signalisation.

---

<sup>66</sup> Depuis la délibération de prescription de révision du RLP, l'AVAP devenue SPR (Site Patrimonial Remarquable) a été approuvée le 19 septembre 2019.

<sup>67</sup> Depuis la délibération de prescription de révision du RLP, la révision du PLU a été approuvée le 24 juin 2021.

## **Justification des choix retenus**

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

En matière de publicités et préenseignes, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et cohérent avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Beaune.

Ainsi trois zones de publicité sont instituées sur le territoire communal. Elles couvrent l'ensemble des agglomérations identifiées à Beaune.

La zone de publicité n°0 (notée ZP0) couvre les parties agglomérées des sites classés de la commune de Beaune. Il s'agit des sites classés conformément à la description des servitudes suivantes :

- la promenade des Buttes en bordure du boulevard Foch (20/10/1937) ;
- le site de l'abreuvoir Bretonnière ou « Creux du cheval » comprenant le boulevard de Bouze, le trottoir et le talus plantés d'arbres longeant au sud-ouest la RD 974, l'abreuvoir, le pont de la rue Maufoux, le plan d'eau de la Bouzaize dans toute son étendue à partir du pont de la rue Maufoux, le terrain à la suite du plan d'eau jusqu'à la clôture du jardin de l'horticulteur au nord-ouest et les anciennes murailles de la ville, depuis la rue Maufoux jusqu'au remparts des Dames inclus (décret du 6 février 1934) ;
- le parc de la Bouzaize (parcelles n°63,64,65,66,67, section BW du cadastre) (18 juillet 1949) ;
- le platane sur le rempart de l'hôtel Dieu (8 mars 1938) ;
- le platane restant sur le boulevard du maréchal Joffre (reine Pédauque) (17 août 1938).

La zone de publicité n°1 (notée ZP1) couvre les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels de l'agglomération principale de Beaune ainsi que les agglomérations secondaires de Gigny et Challanges en incluant les secteurs patrimoniaux situés en agglomération du site patrimonial remarquable (SPR) de Beaune, des périmètres des abords des monuments historiques classés ou inscrits ainsi que la future Cité des vins et le parc de la Chartreuse attenant.

La zone de publicité n°2 (notée ZP2) couvre les zones d'activités économiques d'importance.

Les secteurs situés en dehors de la zone de publicité définie ci-dessous, sont considérés comme étant hors agglomération. Ce qui signifie que les publicités et les préenseignes y sont strictement interdites, sauf exception.

En zone ZP0, en application de l'article L.581-4 du code de l'environnement, toute publicité est interdite. Le RLP rappelle simplement cette règle intangible.

En zone ZP1, zone de publicité couvrant majoritairement des secteurs résidentiels mais aussi les secteurs patrimoniaux de la commune (parties agglomérées du site patrimonial remarquable et des périmètres des abords des monuments historiques classés ou inscrits et de la future Cité des vins et du parc de la Chartreuse attenant), la publicité est très fortement contrainte afin d'en préserver la quiétude et la patrimonialité.

Ainsi, la publicité admise sera limitée à celle supportée à titre accessoire par du mobilier urbain (en respectant les règles nationales contenues dans le code de l'environnement à l'exception du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques qui ne pourra avoir une surface unitaire excédant 2 m<sup>2</sup> ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol) et celle apposée sur les murs aveugles, à l'exception des murs en pierres apparentes. Cette publicité murale ne pourra être supérieure à 4 m<sup>2</sup> (surface hors tout) ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol et ne saurait être implantée que si l'unité foncière qui l'accueille dispose d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique (ou bien sur le domaine public au droit de l'unité foncière la plus proche).

La future Cité des vins et le parc de la Chartreuse attenant ne sont pas à proprement parler des périmètres patrimoniaux identifiés par le cadre normatif en vigueur. La zone correspond au pourtour de l'avenue Charles

De Gaulle au sud de Beaune. L'intention est d'instaurer une réglementation davantage protectrice, à la hauteur des enjeux environnementaux et paysagers de cette entrée de ville structurante en sortie d'autoroute, accueillant un équipement vitrine de la commune et des côteaux viticoles. L'évaluation environnementale réalisée en 2020 dans le cadre de l'opération d'aménagement a mis en évidence les enjeux et les effets du projet sur les Climats classés au patrimoine mondial de l'UNESCO. A ce titre, une attention particulière est portée à la qualité architecturale et paysagère. La forte protection prévue par le RLP permettra de traduire ces exigences en ce qui concerne les enseignes et les publicités.

Au sein des secteurs patrimoniaux identifiés sur le plan de zonage de publicité ci-dessous (périmètre en pointillé rouge avec un hachurage intérieur bleu), par dérogation à l'article L.151-8 du code de l'environnement, seules les publicités ou préenseignes supportées à titre accessoire par le mobilier urbain ainsi que l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif seront admis afin de conforter le cadre patrimonial de ces espaces à préserver tout en permettant à la collectivité de disposer d'un minimum d'espace de communication à destination de ses usagers (beaunois, visiteurs des communes voisines, touristes, ...). Cette possibilité s'explique par le service rendu au public par les abris destinés aux voyageurs et les mobiliers d'informations générales ou locales dans ces périmètres très fréquentés par les habitants mais aussi les très nombreux visiteurs du territoire. Pour autant cela ne signifie pas que la commune souhaite étoffer le nombre de dispositifs actuellement en place. Une réflexion est en cours dans l'optique de la fin prochaine du marché de mobilier urbain et la commune souhaite redéfinir l'implantation des futurs dispositifs afin qu'ils répondent à la fois aux besoins de ses usagers et à la nécessité impérieuse de respecter le cadre patrimonial dans lequel ils devront s'insérer. Cela impliquera certainement des suppressions et des déplacements de mobiliers urbains afin de protéger de façon plus consciencieuse l'intérieur des remparts. Enfin, les dispositifs numériques aujourd'hui installés dans ce périmètre seront, à terme supprimés.

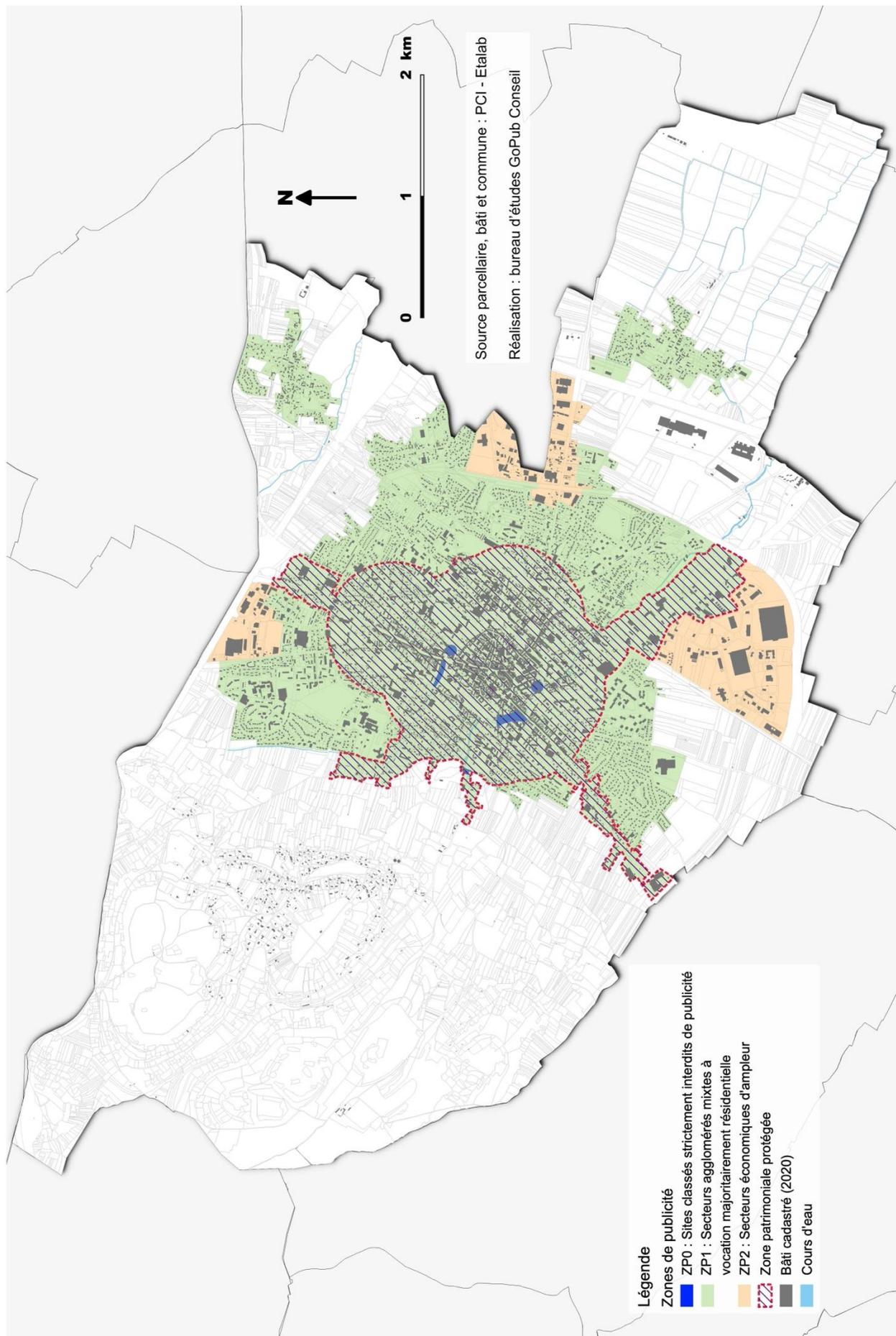
Conscients de la sensibilité de ces secteurs, la collectivité a voulu limiter les possibilités règlementaires en encadrant fortement tant la surface que la densité permises par rapport aux règles nationales. En outre, il s'agit également de traiter à l'identique les hameaux de Challanges et Gigny et les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels de l'agglomération principale afin de garantir un même niveau de qualité du cadre vie dans l'ensemble des zones d'habitat beaunoises.

En ZP2, en revanche, considérant qu'il s'agit des secteurs d'activités économiques structurants pour son territoire, la commune a souhaité encadrer le fait publicitaire avec plus de souplesse. La publicité murale comme les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol et les bâches comportant de la publicité sont donc admis dans un format médian (surface inférieure ou égale à 5 m<sup>2</sup> encadrement compris et hauteur limitée à 6 mètres au-dessus du niveau du sol) et contrainte en termes de densité (un seul support par unité foncière plus un second si le linéaire bordant une voie ouverte à la circulation publique excède 100 mètres<sup>68</sup>). Cela permet à la fois aux acteurs économiques de pouvoir faire la promotion de leurs activités, services et produits en n'impactant toutefois pas de manière trop importante les éléments patrimoniaux bâtis (monuments classés ou inscrits mais aussi éléments du patrimoine vernaculaires non identifiés par des contraintes règlementaires) et naturels (en particulier les côteaux viticoles mis en valeur par le classement UNESCO).

Enfin, conformément à son objectif de réguler l'implantation des dispositifs lumineux de toute nature (publicités, préenseignes et enseignes), la commune impose que ces dispositifs soient éteints entre 22h et 6h y compris pour la publicité supportée par le mobilier urbain. Par ailleurs, lorsqu'elles seront autorisées, les publicités ou préenseignes ne pourront être lumineuses par transparence à l'exception de la ZP2 où toutes les formes d'éclairage sont permis, y compris le numérique admis mais limité à un unique support d'une surface maximale de 5 m<sup>2</sup> par unité foncière. Outre la préservation du cadre de vie et des paysages, il s'agit également de faire des économies d'énergie et de participer activement la transition écologique.

---

<sup>68</sup> Avec une application identique sur le domaine public



Plan de zonage « publicité » de la commune de Beaune

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

En matière d'enseignes, le but est d'harmoniser au maximum les règles pour garantir un cadre de vie de qualité pour tous tout en prenant en compte les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Ainsi, afin de prendre en compte ces objectifs (notamment ceux liés à la patrimonialité déjà induits par les règles « urbanistiques » de l'AVAP) et les enjeux mis en exergue par le diagnostic et dans un souci de cohérence et de simplicité, le zonage choisi pour les enseignes est légèrement différent du zonage qui s'applique à la publicité et aux préenseignes.

Deux zones d'enseigne sont instituées (cf. carte ci-dessous) :

- la zone d'enseigne n°1 (notée ZE1) couvre les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels de l'agglomération principale de Beaune ainsi que les agglomérations secondaires de Gigny et Challanges ;
- la zone d'enseigne n°2 (notée ZE2) comprend les zones d'activités économiques d'importance.

Les enseignes situées dans des secteurs non couverts par l'une de ces deux zones d'enseigne devront se conformer aux règles définies en ZE2.

Tout d'abord pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdira l'installation de toute enseigne sur :

- les arbres et les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les auvents et les marquises ;
- les balcons ou balconnets ;
- les garde-corps et les barres d'appui de fenêtre, balcon, balconnet ou baie ;
- les bâches ;
- les clôtures non aveugles.

En ZE1 comme en ZE2 les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur devront être implantées au-dessous des limites du plancher du premier étage lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée afin de préserver la cohérence de signalisation. Par ailleurs en ZE1, les enseignes seront soumises à des règles d'implantation architecturales dans le but de préserver l'harmonie architecturale des ensembles bâtis en particulier dans le tissu patrimonial du cœur de ville.

La règle d'implantation au rez-de-chaussée est également valable pour les enseignes perpendiculaires dans le même but de favoriser une meilleure intégration des enseignes dans les devantures commerciales des rez-de-chaussée d'immeubles avec un impact moindre sur l'espace public.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une seule par façade d'un même établissement, le but étant de ne pas surcharger les façades avec ce type d'enseignes. Leur surface est de plus limitée à 0,50 mètres carrés pour ne pas avoir de dispositif débordant trop sur le domaine public et fermant le paysage. Il s'agit d'instaurer des règles qui amoindrissent l'impact de ces enseignes sur l'espace public et empêchent la fermeture du champ visuel au cœur de la centralité commerçante et de services.

Par ailleurs pour limiter la surdensité d'affichage sur les façades commerciales, il a été décidé que quelle que soit la taille de celles-ci, l'ensemble des enseignes en façade (parallèles au mur et perpendiculaires au mur) ne devra pas excéder 15% de la surface de cette façade.

En ce qui concerne les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans un souci de protection du cadre de vie tout en permettant une signalisation mesurée et proportionnelle des établissements, elles seront limitées à 6 mètres et 4 mètres au-dessus du niveau du sol en ZE1 contre 6 mètres carrés et une hauteur maximale de 6 mètres au-dessus du niveau du sol en ZE2 où leur présence est moins impactante pour les paysages. De plus, en ZE1, pour limiter les installations non essentielles, ces enseignes ne pourront être installées que pour les activités situées en retrait de la voie publique ou lorsqu'un support unique regroupe plusieurs activités. Dans tous les cas, elles auront nécessairement un format de totem puisqu'il est exigé que leur hauteur soit plus importante que leur largeur, réduisant d'autant plus leur empreinte dans les paysages.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne font pas l'objet de règles particulières dans la réglementation nationale (chevalets, kakémonos, ...). Pourtant, elles posent un problème paysager important notamment en centre-ville sur le domaine public où elles sont le plus souvent implantées mais aussi le long des voies et axes structurants. La collectivité a donc fait le choix de limiter leur nombre à une seule par établissement en ZE1 et deux en ZE2, sous réserve d'avoir obtenu une autorisation d'occupation du domaine public lorsqu'elles sont installées sur ce domaine. De plus, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur est limitée à 1,20 mètre au-dessus du niveau du sol en ZE1 et 6 mètres en ZE2 où elles ne pourront être cumulées avec une enseigne perpendiculaire au mur.

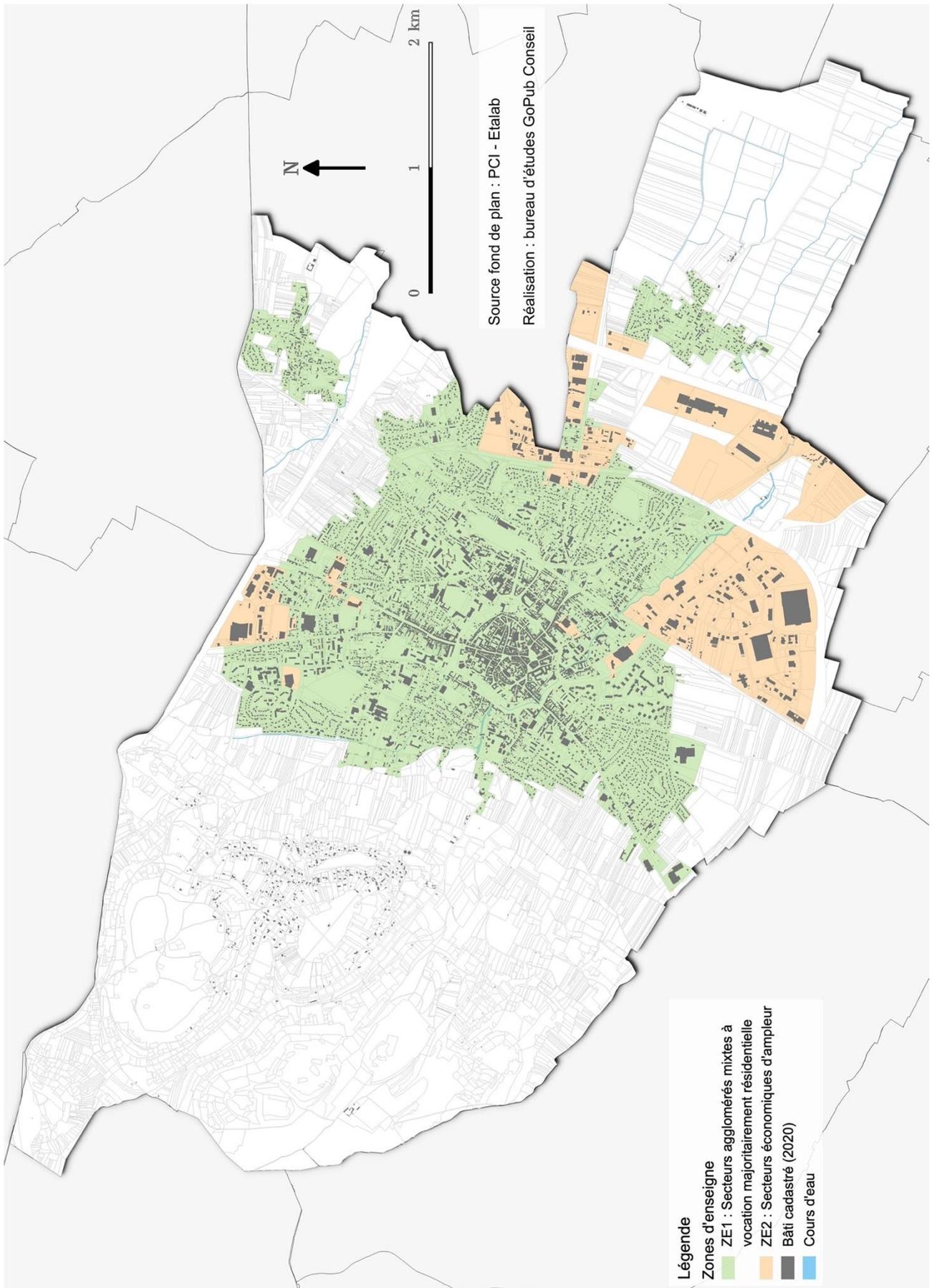
Les enseignes sur clôture, aveugle ou non, ne seront admises qu'en ZE2, limitées à un dispositif par voie bordant l'établissement signalé d'une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> avec un regroupement obligatoire sur un support unique lorsque l'unité foncière comporte plusieurs activités. Comme les publicités et préenseignes, elles ne pourront être apposées sur des clôtures ou murs de clôtures en pierres apparentes.

Pour les mêmes raisons de respect des spécificités urbaines et économiques mais également de préservation des paysages et du cadre de vie (et notamment les vues sur le grand paysage comme les côtes viticoles des Climats du vignoble de Bourgogne), les enseignes sur toiture seront partout interdites à l'exception de celles apposées directement sur la toiture pour les établissements installés en zones d'activités économiques à raison d'un seul dispositif d'une surface n'excédant pas 20 m<sup>2</sup>. En imposant de telles contraintes techniques, le RLP se prémunit d'installations qui seraient susceptibles d'obérer la bonne préservation de son exceptionnel patrimoine paysager reconnu comme patrimoine mondial par l'UNESCO. « Cette mesure vise à rétablir et protéger durablement les cônes de vue tant dans le paysage urbain du centre historique que sur le grand paysage depuis les entrées de ville et les zones commerciales implantées aux abords des grands axes de circulation. Les perceptions depuis ces points d'accès cristallisent les premières impressions du territoire par les visiteurs, dont dépend l'image de la ville et a fortiori du patrimoine inscrit.

Par souci de limitation de la pollution lumineuse et des déperditions d'énergie, les enseignes lumineuses seront éteintes dès que l'activité signalée a cessé et ne pourront être rallumées qu'à la reprise de cette activité. Aucune enseigne lumineuse ne pourra être défilante, éblouissante et/ou flashante et elles devront être réglées de façon à n'éblouir ni les passants, ni les véhicules, ni les riverains.

En outre, les enseignes numériques seront réservées aux seuls services d'urgence en ZE1 afin de protéger strictement les secteurs résidentiels et les espaces patrimoniaux à raison d'un seul dispositif par voie bordant l'établissement signalé. En ZE2 la surface est contrainte à 5 m<sup>2</sup> et la limite de support est également d'un seul mais par unité foncière quel que soit le nombre d'activités qui s'y exercent.

Enfin, en toutes zones, les enseignes temporaires seront soumises aux mêmes interdictions et règles que les enseignes permanentes vues précédemment. Cela permettra d'éviter la surenchère d'enseignes à l'occasion de manifestation temporaire ou encore d'opérations immobilières ou commerciales. Dans une optique d'apaisement des espaces urbains et de développement durable, les enseignes temporaires lumineuses seront strictement interdites et celles scellées au sol ou installées directement sur le sol ne seront autorisées que lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières.



*Plan de zonage « enseigne » de la commune de Beaune*

**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)**

**Tome 2 : Partie règlementaire**

*Approuvé par le Conseil Municipal le 25 janvier 2024*



## Table des matières

<b>Table des matières .....</b>	<b>2</b>
<b>Titre 1 : Champ d'application et zonage .....</b>	<b>4</b>
Article 1 - Champ d'application territorial.....	4
Article 2 - Portée du règlement.....	4
Article 3 - Zonage.....	4
<b>Titre 2 : Dispositions applicables aux publicités et préenseignes .....</b>	<b>6</b>
<b>Titre 2-1 : Dispositions générales applicables aux publicités et préenseignes.....</b>	<b>6</b>
Article 4 – Interdictions .....	6
Article 5 – Intégration des publicités à leur environnement.....	6
Article 6 - Extinction nocturne.....	6
<b>Titre 2-2 : Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP0 .....</b>	<b>7</b>
Article 7 – Interdictions .....	7
<b>Titre 2-3 : Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP1 .....</b>	<b>8</b>
Article 8 - Dérogation à certaines interdictions légales de publicité.....	8
Article 9 – Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol .....	8
Article 10 - Dispositifs publicitaires muraux.....	8
Article 11 - Publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain.....	8
Article 12 - Bâches comportant de la publicité .....	8
Article 13 – Densité .....	9
Article 14 - Publicité lumineuse.....	9
<b>Titre 2-4 : Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP2 .....</b>	<b>10</b>
Article 15 – Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol .....	10
Article 16 - Dispositifs publicitaires muraux.....	10
Article 17 - Publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain.....	10
Article 18 - Bâches comportant de la publicité .....	10
Article 19 – Densité .....	10
Article 20 - Publicité lumineuse.....	11
<b>Titre 3 : Dispositions applicables aux enseignes .....</b>	<b>12</b>
<b>Titre 3-1 : Dispositions générales applicables aux enseignes .....</b>	<b>12</b>
Article 21 – Interdictions .....	12
Article 22 – Intégration des enseignes à leur environnement .....	12
Article 23 - Extinction nocturne.....	13
<b>Titre 3-2 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE1 .....</b>	<b>14</b>
Article 24 - Enseignes parallèles au mur.....	14
Article 25 - Enseignes perpendiculaires au mur .....	14
Article 26 - Surface cumulée des enseignes en façade .....	14
Article 27 - Enseignes, de plus de 1 m <sup>2</sup> , scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	14
Article 28 - Enseignes, de 1 m <sup>2</sup> ou moins, scellées au sol ou installées directement sur le sol .....	15
Article 29 – Enseignes apposées sur une clôture .....	15
Article 30 – Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu .....	15
Article 31 - Enseignes lumineuses .....	15
<b>Titre 3-3 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE2 .....</b>	<b>16</b>
Article 32 - Enseignes parallèles au mur.....	16

Article 33 - Enseignes perpendiculaires au mur .....	16
Article 34 - Surface cumulée des enseignes en façade .....	16
Article 35 - Enseignes, de plus de 1 m <sup>2</sup> , scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	16
Article 36 - Enseignes, de 1 m <sup>2</sup> ou moins, scellées au sol ou installées directement sur le sol .....	17
Article 37 – Enseignes apposées sur une clôture. ....	17
Article 38 – Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu .....	17
Article 39 - Enseignes lumineuses .....	17
<b>Titre 4 : Dispositions applicables aux publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.....</b>	<b>18</b>
Article 40 – Extinction nocturne .....	18
Article 41 – Surface maximale .....	18

# **Titre 1 : Champ d'application et zonage**

## **Article 1 - Champ d'application territorial**

Le présent règlement s'applique au territoire de la commune de Beaune.

## **Article 2 - Portée du règlement**

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent règlement vient restreindre les dispositions nationales applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

Les dispositions du présent règlement ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité. Néanmoins lorsque de tels dispositifs sont lumineux et situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial, des règles pourront s'y appliquer.

Les dispositions du présent règlement ne s'appliquent pas aux dispositifs réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Les dispositions nationales non restreintes par le présent règlement restent applicables dans leur totalité.

## **Article 3 - Zonage**

Trois zones de publicité sont instituées sur le territoire communal.  
Elles couvrent l'ensemble de l'agglomération.

La zone de publicité n°0 (notée ZP0) couvre les parties agglomérées des sites classés de la commune de Beaune. Il s'agit des sites classés conformément à la description des servitudes suivantes :

- la promenade des Buttes en bordure du boulevard Foch (20/10/1937) ;
- le site de l'abreuvoir Bretonnière ou « Creux du cheval » comprenant le boulevard de Bouze, le trottoir et le talus plantés d'arbres longeant au sud-ouest la RD 974, l'abreuvoir, le pont de la rue Maufoux, le plan d'eau de la Bouzaize dans toute son étendue à partir du pont de la rue Maufoux, le terrain à la suite du plan d'eau jusqu'à la clôture du jardin de l'horticulteur au nord-ouest et les anciennes murailles de la ville, depuis la rue Maufoux jusqu'au remparts des Dames inclus (décret du 6 février 1934) ;
- le parc de la Bouzaize (parcelles n°63,64,65,66,67, section BW du cadastre) (18 juillet 1949) ;
- le platane sur le rempart de l'hôtel Dieu (8 mars 1938) ;
- le platane restant sur le boulevard du maréchal Joffre (reine Pédauque) (17 août 1938).

La zone de publicité n°1 (notée ZP1) couvre les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels de l'agglomération principale de Beaune ainsi que les agglomérations secondaires de Gigny et Challanges en incluant les secteurs patrimoniaux situés en agglomération du site patrimonial remarquable (SPR) de Beaune, des périmètres des abords des monuments historiques classés ou inscrits ainsi que la future Cité des vins et le parc de la Chartreuse attenant.

La zone de publicité n°2 (notée ZP2) couvre les zones d'activités économiques d'importance.

Par ailleurs, deux zones d'enseigne ont été dessinées.

La zone d'enseigne n°1 (notée ZE1) couvre les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels de l'agglomération principale de Beaune ainsi que les agglomérations secondaires de Gigny et Challanges.

La zone d'enseigne n°2 (notée ZE2) couvre les zones d'activités économiques d'importance.

Ces zones sont délimitées sur les documents graphiques en annexe.

## **Titre 2 : Dispositions applicables aux publicités et préenseignes**

### **Titre 2-1 : Dispositions générales applicables aux publicités et préenseignes**

*Les dispositions du présent titre sont applicables dans l'ensemble des agglomérations des différentes zones de publicité.*

#### **Article 4 – Interdictions**

Les publicités et préenseignes sont interdites lorsqu'elles sont implantées sur :

- une clôture ou un mur de clôture, qu'il soit aveugle ou non ;
- un mur en pierres apparentes ;
- une toiture ou une terrasse en tenant lieu.

En outre, à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement. Par dérogation, certaines publicités sont admises dans ces lieux en ZP1 dans les conditions prévues au présent règlement.

#### **Article 5 – Intégration des publicités à leur environnement**

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, qui peuvent être composés de plusieurs cadres ou écrans, lumineux ou non, ne peuvent excéder deux faces. L'habillage du dos des dispositifs simple face est obligatoire.

Seules les passerelles intégralement amovibles ou repliables sont admises ; elles demeurent pliées en l'absence des personnels chargés de les utiliser. Elles doivent être peintes d'une couleur approchant celle du mur support ou celle de l'encadrement du dispositif.

Les dispositifs publicitaires muraux devront être disposés en retrait de 0,50 mètre de toute arête du mur.

L'épaisseur des dispositifs ne peut excéder 0,30 mètre. Toutefois, si le dispositif publicitaire est constitué d'une double face, l'épaisseur peut être plus conséquente sans excéder 0,60 mètre

Les publicités et préenseignes doivent respecter le caractère des lieux avoisinants.

Elles doivent également respecter l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont apposées ou qui les environnent. Elles ne doivent pas masquer des éléments décoratifs et de composition de la façade.

#### **Article 6 - Extinction nocturne**

Les publicités et préenseignes lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 6 heures, y compris celles supportées à titre accessoire par le mobilier urbain.

Par exception, cette disposition ne s'applique pas aux abris destinés au public durant le temps de service des lignes de transport public qui les desservent.

## **Titre 2-2 : Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZPO**

*Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°0.*

### **Article 7 – Interdictions**

En application de l'article L. 581-4 du code de l'environnement, toute publicité est interdite dans les parties agglomérées des sites classés identifiés en ZPO.

## **Titre 2-3 : Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP1**

Les dispositions du présent titre sont applicables uniquement dans les zones de publicité n°1.

### **Article 8 - Dérogation à certaines interdictions légales de publicité**

A l'intérieur des secteurs patrimoniaux protégés dûment identifiés sur les documents graphiques (hachures bleues entourées d'un trait discontinu rouge), la publicité demeure interdite.

Toutefois sont autorisés :

- la publicité supportée par le mobilier urbain (dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement) et dans la limite des restrictions et des surfaces unitaires prévues au présent règlement ;
- les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, tel que prévu par les articles L.581-13 et R.581-2 à 4 du code de l'environnement.

Dans ces secteurs patrimoniaux, si l'implantation ponctuelle de publicité est admise, elle n'est pas automatique. Ainsi, son installation pourra être interdite dès lors qu'elle est susceptible de dégrader la qualité et l'ambiance patrimoniale des lieux dans lesquels elle doit s'insérer même s'il n'y a pas de covisibilité avec un ou plusieurs monuments historiques classés ou inscrits.

### **Article 9 – Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol**

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non, sont interdits.

### **Article 10 - Dispositifs publicitaires muraux**

Les dispositifs publicitaires muraux, lumineux ou non, sont autorisés s'ils ne s'élèvent pas à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol et si leur surface, encadrement compris, n'excède pas 4 m<sup>2</sup>.

### **Article 11 - Publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain**

La publicité supportée par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.

Toutefois, par restriction, la publicité autorisée sur le mobilier urbain mentionné au R.581-47 du code de l'environnement (mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques) est autorisée dans la limite de 2 m<sup>2</sup> et 3 mètres de hauteur au-dessus du niveau du sol.

### **Article 12 - Bâches comportant de la publicité**

Les bâches comportant de la publicité sont interdites.

### **Article 13 – Densité**

La règle de densité concerne les publicités ou préenseignes murales, qu'elles soient lumineuses ou non.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, il ne peut être installé qu'une seule publicité ou préenseigne.

Il ne peut être installé qu'une seule publicité / préenseigne apposée sur mur sur le domaine public au droit des unités foncières disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique.

### **Article 14 - Publicité lumineuse**

Seule la luminosité par transparence est autorisée.

Tous les autres types d'éclairage sont strictement interdits.

## **Titre 2-4 : Dispositions applicables aux publicités et préenseignes en ZP2**

Les dispositions du présent titre sont applicables uniquement dans les zones de publicité n°2.

### **Article 15 – Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol**

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non, sont autorisés s'ils ne s'élèvent pas à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol et si leur surface, encadrement compris, n'excède pas 5 m<sup>2</sup>.

### **Article 16 - Dispositifs publicitaires muraux**

Les dispositifs publicitaires muraux, lumineux ou non, sont autorisés s'ils ne s'élèvent pas à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol et si leur surface, encadrement compris, n'excède pas 5 m<sup>2</sup>.

### **Article 17 - Publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain**

La publicité supportée par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.

Toutefois, par restriction, la publicité autorisée sur le mobilier urbain mentionné au R.581-47 du code de l'environnement (mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques) est autorisée dans la limite de 4 m<sup>2</sup> et 6 mètres de hauteur au-dessus du niveau du sol.

### **Article 18 - Bâches comportant de la publicité**

La publicité apposée sur bâche de chantier est autorisée dans la limite de 50% d'occupation de la surface de la bâche par de la publicité.

Les bâches publicitaires sont autorisées dans la limite d'un format unitaire maximal de 5 m<sup>2</sup>.

### **Article 19 – Densité**

La règle de densité concerne :

- les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non ;
- les dispositifs publicitaires muraux, lumineux ou non.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, il peut être installé soit :

- un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol, lumineux ou non ;
- un dispositif publicitaire mural, lumineux ou non.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique d'une longueur supérieure ou égale à 100 mètres linéaires, il peut être installé soit :

- deux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non ;
- deux dispositifs publicitaires muraux, lumineux ou non ;

- un dispositif publicitaire mural et un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol, lumineux ou non, lumineux ou non.

Dans le cas où deux dispositifs sont installés sur une même unité foncière, ceux-ci doivent être espacés d'au moins 20 mètres.

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 inférieure ou égale à 100 mètres linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 100 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un second dispositif publicitaire. Dans ce cas, les deux dispositifs doivent être espacés d'au moins 20 mètres.

### **Article 20 - Publicité lumineuse**

La publicité lumineuse, autre que numérique, est autorisée.

La publicité numérique est autorisée si elle ne s'élève pas à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol et si sa surface, encadrement compris, n'excède pas 5 m<sup>2</sup>. Un seul dispositif publicitaire numérique peut être installé par unité foncière.

## **Titre 3 : Dispositions applicables aux enseignes**

### **Titre 3-1 : Dispositions générales applicables aux enseignes**

*Les dispositions du présent titre sont applicables du présent titre sont applicables sur l'intégralité du territoire communal, y compris hors agglomération.*

#### **Article 21 – Interdictions**

Les enseignes sont interdites lorsqu'elles sont implantées sur :

- les arbres et les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les auvents et les marquises ;
- les balcons ou balconnets ;
- les garde-corps et les barres d'appui de fenêtre, balcon, balconnet ou baie ;
- les bâches ;
- les clôtures ou murs de clôture en pierres apparentes ;
- les clôtures non aveugles.

#### **Article 22 – Intégration des enseignes à leur environnement**

En présence de plusieurs enseignes pour le bâtiment considéré, une cohérence et une harmonie des implantations seront recherchées.

Le choix des matériaux et couleurs des enseignes en façade doit se faire en cohérence avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lesquelles elles sont installées.

Les enseignes en façade doivent s'inscrire dans la devanture commerciale tout en respectant l'architecture du bâtiment, s'harmonisant avec les lignes de composition de la façade et tenant compte notamment des différents éléments suivants : emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades ainsi que tous motifs décoratifs.

Les enseignes en façade ne doivent pas être posées sur les éléments décoratifs, ni obstruer ou occulter partiellement une fenêtre, une vitrine ou une baie.

Tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants notamment en s'assurant, lorsque l'activité signalée a cessé, que l'enseigne soit supprimée et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

Les enseignes ne doivent pas porter atteinte à l'ambiance paysagère les environnant.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent excéder deux faces. L'habillage du dos des dispositifs simple face est obligatoire.

L'éclairage des enseignes doit être intégré dans leur conception et il ne peut être éblouissant.

Aucun dispositif ne doit par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement.

Les enseignes temporaires suivent les règles des enseignes permanentes.

Les enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont autorisées que lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières.

Les enseignes temporaires ne peuvent être lumineuses quel que soit le type d'éclairage choisi.

La durée d'installation des enseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois suit les dispositions de l'article R.581-69 du code de l'environnement.

Les enseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce sont admises exclusivement pour la durée de l'opération.

### **Article 23 - Extinction nocturne**

Les enseignes lumineuses sont autorisées dans toutes les zones d'enseignes.

Quels que soient les horaires d'ouverture de l'établissement signalé, les enseignes lumineuses sont éteintes dès la cessation d'activité de l'établissement et ne peuvent être rallumées qu'à la reprise de cette activité.

## **Titre 3-2 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE1**

Les dispositions du présent titre sont applicables uniquement dans les zones d'enseigne n°1.

### **Article 24 - Enseignes parallèles au mur**

Sauf impossibilité technique ou incompatibilité architecturale à démontrer, les enseignes parallèles au mur ne peuvent être implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée.

Dans le cas d'activités exercées uniquement en étage, il ne sera admis qu'une seule enseigne à l'étage de l'activité pour la dénomination commerciale.

Lorsqu'une enseigne parallèle au mur est située en étage, elle devra impérativement être réalisée au moyen de lettres ou signes découpés ou peints directement sur la façade.

La saillie des enseignes parallèles au mur ne pourra excéder 15 centimètres.

### **Article 25 - Enseignes perpendiculaires au mur**

A l'exclusion des activités exercées dans tout le bâtiment et sauf impossibilité technique ou incompatibilité architecturale à démontrer, les enseignes perpendiculaires au mur ne peuvent être implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée.

En outre, aucune partie de ces dispositifs ni de leur support, ne doit être implantée à moins de 2,50 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une par façade d'un même établissement. Leur surface maximale ne peut excéder 0,50 m<sup>2</sup>.

Les enseignes perpendiculaires au mur ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 80 centimètres et doit être retirée de 50 centimètres minimum du bord de la chaussée ou de l'espace nécessaire à la libre circulation des véhicules de toutes catégories. Ainsi, les dimensions des enseignes pourront être réduites afin de ménager les espaces nécessaires à la libre circulation des véhicules de services et de secours ou de livraisons.

### **Article 26 - Surface cumulée des enseignes en façade**

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade (quelle que soit la surface de la façade commerciale).

### **Article 27 - Enseignes, de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol**

Les enseignes, de plus d'un mètre carré, 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.

Les enseignes, de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne sont admises que pour les activités situées en retrait de la voie publique ou lorsqu'un support unique regroupe plusieurs activités. Lorsqu'elles sont autorisées, elles devront présenter une hauteur plus importante que leur largeur. Au maximum, elles ne pourront excéder une surface de 6 m<sup>2</sup>, une largeur de 1,5 mètres et une hauteur au-dessus du niveau du sol de 4 mètres.

**Article 28 - Enseignes, de 1 m<sup>2</sup> ou moins, scellées au sol ou installées directement sur le sol**

Les enseignes, de 1 m<sup>2</sup> ou moins, scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif par établissement et ne peuvent s'élever à plus de 1,2 mètres au-dessus du niveau du sol.

**Article 29 – Enseignes apposées sur une clôture**

Les enseignes apposées sur une clôture ou un mur de clôture sont interdites.

**Article 30 – Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu**

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

**Article 31 - Enseignes lumineuses**

Par exception, les enseignes numériques ne sont admises que pour les pharmacies ou tout autre service d'urgence. Elles sont limitées à un seul dispositif par établissement d'une surface maximale de 1 m<sup>2</sup>.

### **Titre 3-3 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE2**

*Les dispositions du présent titre sont applicables uniquement dans les zones d'enseigne n°2 ainsi que dans les secteurs situés hors agglomération.*

#### **Article 32 - Enseignes parallèles au mur**

Sauf impossibilité technique ou incompatibilité architecturale à démontrer, les enseignes parallèles au mur ne peuvent être implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée.

Dans le cas d'activités exercées uniquement en étage, il ne sera admis qu'une seule enseigne à l'étage de l'activité pour la dénomination commerciale.

#### **Article 33 - Enseignes perpendiculaires au mur**

A l'exclusion des activités exercées dans tout le bâtiment et sauf impossibilité technique ou incompatibilité architecturale à démontrer, les enseignes perpendiculaires au mur ne peuvent être implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée.

En outre, aucune partie de ces dispositifs ni de leur support, ne doit être implantée à moins de 2,50 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une par façade d'un même établissement. Leur surface maximale ne peut excéder 0,50 m<sup>2</sup>.

Les enseignes perpendiculaires au mur ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 80 centimètres et doit être retirée de 50 centimètres minimum du bord de la chaussée ou de l'espace nécessaire à la libre circulation des véhicules de toutes catégories. Ainsi, les dimensions des enseignes pourront être réduites afin de ménager les espaces nécessaires à la libre circulation des véhicules de services et de secours ou de livraisons.

Le cumul d'une enseigne perpendiculaire au mur avec une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol pour signaler un même établissement sur une même unité foncière est interdit.

#### **Article 34 - Surface cumulée des enseignes en façade**

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade (quelle que soit la surface de la façade commerciale).

#### **Article 35 - Enseignes, de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol**

Les enseignes, de plus d'un mètre carré, 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.

Les enseignes, de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne sont admises que pour les activités situées en retrait de la voie publique ou lorsqu'un support unique regroupe plusieurs activités. Lorsqu'elles sont autorisées, elles devront présenter une hauteur plus importante que leur largeur. Au maximum, elles ne pourront excéder une surface de 6 m<sup>2</sup>, une largeur de 2 mètres et une hauteur au-dessus du niveau du sol de 6 mètres.

Le cumul d'une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus d'un mètre carré avec une enseigne perpendiculaire au mur pour signaler un même établissement sur une même unité foncière est interdit.

### **Article 36 - Enseignes, de 1 m<sup>2</sup> ou moins, scellées au sol ou installées directement sur le sol**

Les enseignes, de 1 m<sup>2</sup> ou moins, scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à deux dispositifs par établissement et ne peuvent s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

### **Article 37 – Enseignes apposées sur une clôture.**

Les enseignes apposées sur une clôture ou un mur de clôture sont autorisées dans la limite d'un dispositif par voie bordant l'établissement signalé d'une surface maximale de 2 m<sup>2</sup>.

Lorsqu'une unité foncière comporte plusieurs activités, seul un support unique mutualisant les signalisations des différents établissements sera admis.

### **Article 38 – Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu**

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

Par dérogation, les enseignes apposées parallèlement à la toiture et ne dépassant pas son faîtage sont admises. Elles sont limitées à un dispositif par établissement et à une surface maximale de 20 m<sup>2</sup>.

### **Article 39 - Enseignes lumineuses**

Les enseignes numériques sont admises et limitées à un seul dispositif par unité foncière d'une surface maximale de 5 m<sup>2</sup>.

## **Titre 4 : Dispositions applicables aux publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial**

*Ces dispositions sont applicables sur l'intégralité du territoire communal, y compris hors agglomération.*

### **Article 40 – Extinction nocturne**

Les publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont éteintes dès la cessation d'activité du local commercial et ne peuvent être rallumées qu'à la reprise d'activité de celui-ci.

### **Article 41 – Surface maximale**

Les publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ne peuvent excéder 2 m<sup>2</sup> de surface cumulée pour un même établissement.

Département de la Côte-d'Or

Commune de Beaune

## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

### Tome 3 : Annexes

*Approuvé par le Conseil Municipal le 25 janvier 2024*



## **Table des matières**

<b>Table des matières .....</b>	<b>2</b>
<b>Lexique .....</b>	<b>3</b>
<b>Arrêté municipal du 23 février 2023 fixant les limites de l'agglomération .....</b>	<b>5</b>
<b>Plan des limites d'agglomération annexé à l'arrêté du 23 février 2023 .....</b>	<b>8</b>
<b>Plans de zonage du Règlement Local de Publicité.....</b>	<b>9</b>
1. Plan de zonage de publicité.....	9
2. Plan de zonage d'enseigne .....	10

## Lexique

Une **agglomération** est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées ou non par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite.

Un **auvent** est une avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture.

Une **bâche de chantier** est une bâche comportant de la publicité, installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

Une **bâche publicitaire** est une bâche comportant de la publicité, autre qu'une bâche de chantier.

Une **clôture** désigne toute construction destinée à séparer deux propriétés ou deux parties d'une même propriété quels que soient les matériaux dont elle est constituée. Le terme clôture désigne donc également les murs de clôture.

Une **clôture aveugle** est une clôture pleine, ne comportant pas de parties ajourées.

Une **clôture non aveugle** est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Une **enseigne** est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

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

Une **enseigne numérique** est une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Une **enseigne temporaire** est une enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme enseignes temporaires, les enseignes 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.

Une **marquise** est un auvent vitré composé d'une structure métallique au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Le **meublier urbain** comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité en agglomération. Il s'agit des abris destinés au public, des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Un **mur aveugle** est un mur plein, ne comportant pas de parties ajourées. Lorsqu'un mur comporte une ou plusieurs ouvertures de moins de 0,50 mètre carré, la publicité murale est autorisée conformément à l'article R.581-22 du code de l'environnement.

Une **palissade de chantier** est une clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

Une **préenseigne** est une inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Une **préenseigne temporaire** est une préenseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme préenseignes temporaires, les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.

Une **publicité** est une inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Ce terme désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Une **publicité lumineuse** est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Une **publicité numérique** est une sous-catégorie de la publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes :

- images animées : il existe une animation sur l'image (apparition d'un slogan ou d'un prix, forme en évolution, tremblement d'un pictogramme, ...)
- images fixes : défilement d'images fixes, également appelé déroulant numérique ;
- vidéos.

La **saillie** est la distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

La **notion de surface unitaire** mentionnée dans les articles du code de l'environnement et dans le Règlement Local de Publicité de la commune de Beaune devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité 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.

Dans le cas du mobilier urbain l'article R.581-42 du code de l'environnement ne l'autorisant pas à avoir pour destination principale de recevoir des publicités, conformément à l'« Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités », les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires et dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

Une **unité foncière** est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

# Arrêté municipal du 23 février 2023 fixant les limites de l'agglomération

## ARRETE FIXANT LES LIMITES D'AGGLOMERATION DE LA COMMUNE DE BEAUNE

N°DPPU/23/12

### LE MAIRE DE BEAUNE

- Vu la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;
- Vu le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment les articles L.2213-1 à L.2213-4 ;
- Vu le code de la route et notamment les articles R.110-1 et suivants, R.411-2, R.411-8 et R.411-25 à 28 ;
- Vu l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;
- Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5<sup>ème</sup> partie - signalisation d'indication ;
- Considérant qu'il convient de compléter les limites d'agglomération de la Commune de Beaune.

### ARRETE

#### ARTICLE 1<sup>er</sup> :

Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites de l'agglomération sont abrogées.

#### ARTICLE 2 :

Les limites de l'agglomération de Beaune, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

Numéro	Voie	Type	GPS X	GPS Y
1	Route de Savigny	Entrée	47,042362	4,839709
2	Route de Savigny	Sortie	47,042336	4,839910
3	Route de Dijon	Entrée	47,041433	4,848340
4	Route de Dijon	Sortie	47,041314	4,848603
5	Rocade de Beaune	Entrée	47,038970	4,849319
6	Rocade de Beaune	Sortie	47,038772	4,849424
7	Route de Chorey	Entrée	47,037563	4,850611
8	Route de Chorey	Sortie	47,037523	4,850726
9	Route de Beaune	Entrée	47,033016	4,860967
10	Rocade de Beaune	Entrée	47,028981	4,859258
11	Rocade de Beaune	Sortie	47,028991	4,859499
12	Route de Seurre	Entrée	47,018173	4,865498
13	Route de Seurre	Sortie	47,017928	4,865712
14	Route de Challanges	Entrée	47,016377	4,859048
15	Route de Challanges	Sortie	47,016274	4,859042

16	Avenue Pierre Laurioz	Entrée	47,015830	4,856415
17	Avenue Pierre Laurioz	Sortie	47,016091	4,856239
18	Route de Verdun	Entrée	47,009923	4,852213
19	Route de Verdun	Sortie	47,009739	4,852028
20	Avenue Charles De Gaulle	Entrée	47,006998	4,848498
21	Avenue Charles De Gaulle	Sortie	47,006929	4,848306
22	Rond-Point Les Grandes Terres – Rue André Gagey	Entrée	47,003108	4,839905
23	Rond-Point Les Grandes Terres – Rue André Gagey	Sortie	47,003132	4,839694
24	Avenue de la Résistance (D 18)	Entrée	47,012490	4,830058
25	Avenue de la Résistance (D 18)	Sortie	47,012512	4,829894
26	Route de Pommard (D 974)	Entrée	47,013650	4,815112
27	Route de Pommard (D 974)	Sortie	47,013772	4,815067
28	Chemin des Tuvilains	Entrée / Sortie	47,022610	4,822692
29	Route de Bouze	Entrée	47,027001	4,821998
30	Route de Bouze	Sortie	47,027103	4,822017
31	Rue des Maranches	Entrée / Sortie	47,015181	4,875230
32	Rue de Combertault	Entrée / Sortie	47,007295	4,878608
33	Rue de Levernois	Entrée / Sortie	47,007383	4,867717
34	Rue de Combertault	Entrée / Sortie	47,012580	4,868209
35	Rue des Chobins	Entrée	47,040670	4,867185
36	Rue des Chobins	Sortie	47,040725	4,867360
37	Route de Varennes	Entrée / Sortie	47,040078	4,873663
38	Route de Beaune	Entrée / Sortie	47,035240	4,863473
39	Chemin de l'Ecu	Entrée / Sortie	47,036007	4,829984

La carte annexée au présent arrêté indique les limites et les panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération.

**ARTICLE 3 :**

La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5<sup>ème</sup> partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

**ARTICLE 4 :**

Les dispositions définies par l'article 1<sup>er</sup> du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

**ARTICLE 5 :**

Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Beaune.

**ARTICLE 6 :**

M. le Maire de la commune de Beaune, M. le Président du Conseil Départemental de Côte-d'Or, le Commandant de Police, Chef de circonscription, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de la côte d'Or, le capitaine de la compagnie de gendarmerie de Beaune, Monsieur le Directeur Départemental de la Sécurité Publique de Côte d'Or, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

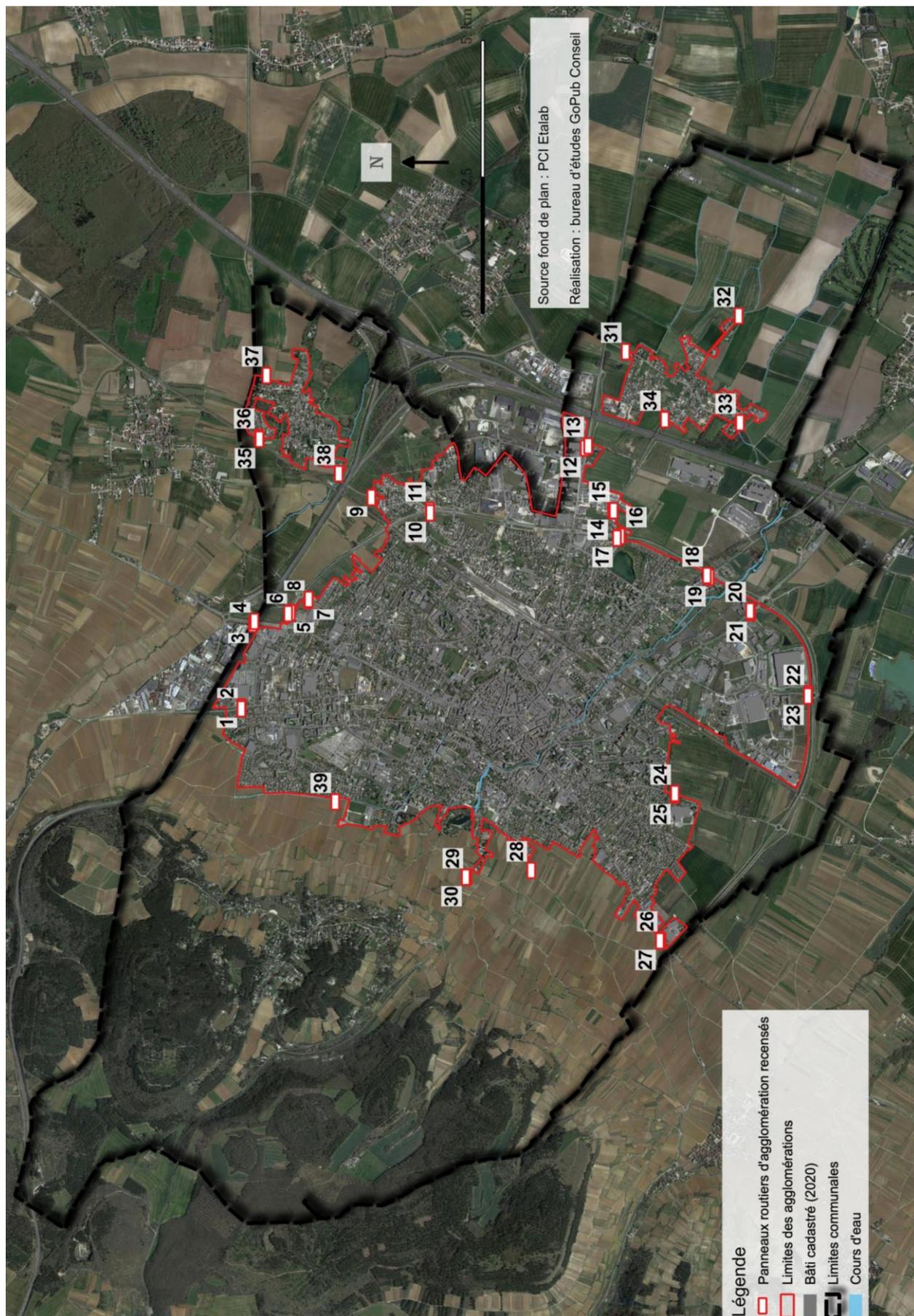
Fait à BEAUNE, le 23 Février 2023

Le Maire

Alain SUGUENOT

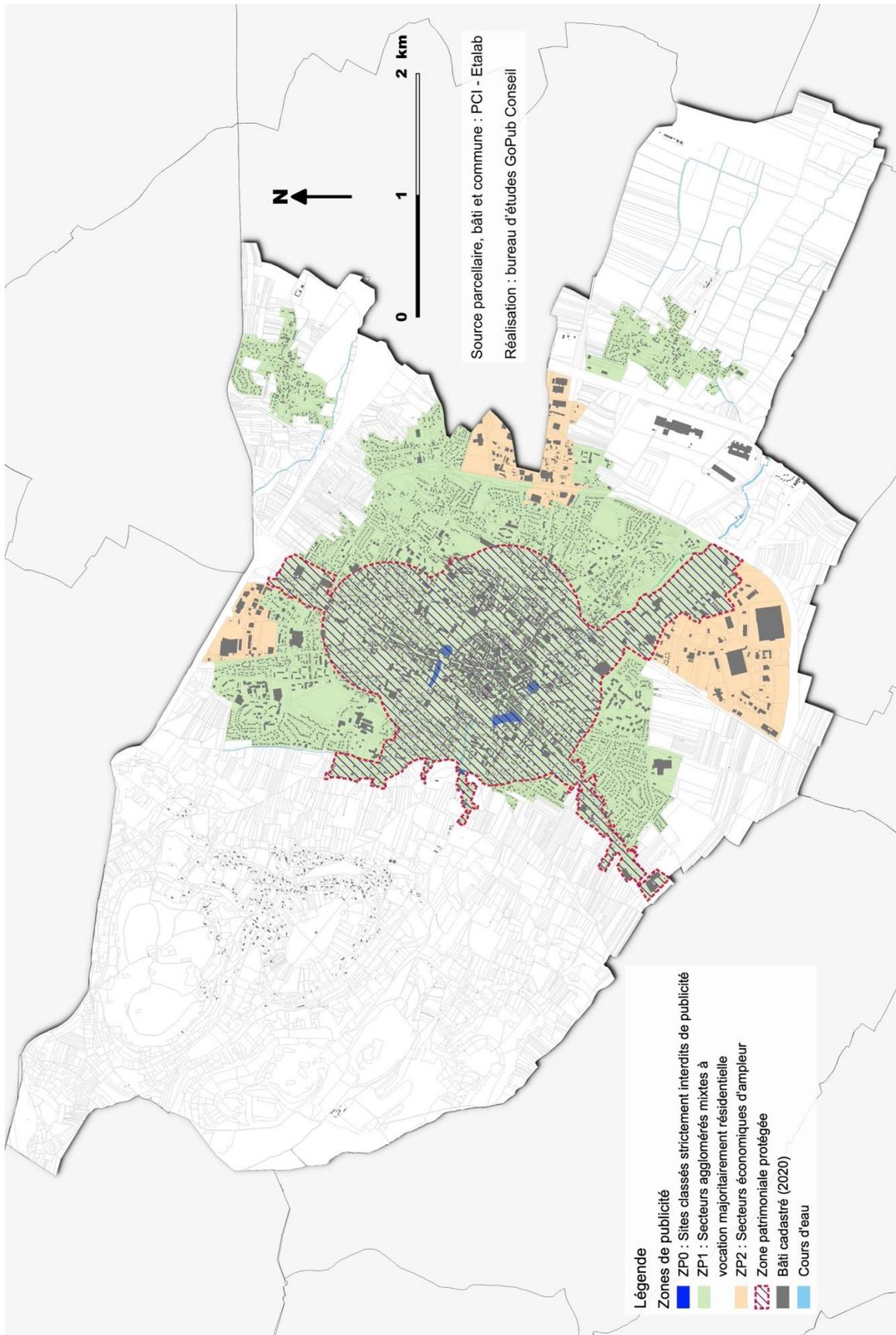
*Recours. Le présent arrêté, à supposer que celui-ci fasse grief, peut faire l'objet, dans un délai de deux mois à compter de sa notification ou de sa publication et/ou de son affichage, d'un recours contentieux auprès du Tribunal administratif de Dijon ou d'un recours gracieux auprès de la Ville de BEAUNE, étant précisé que celle-ci dispose alors d'un délai de deux mois pour répondre. Un silence de deux mois vaut alors décision implicite de rejet. La décision ainsi prise, qu'elle soit expresse ou implicite pourra elle-même être déférée au tribunal administratif dans un délai de deux mois. Le Tribunal Administratif peut être saisi d'un recours déposé via l'application Télérecours citoyens accessible par le site internet [www.telerecours.fr](http://www.telerecours.fr). Conformément aux termes de l'article R. 421-7 du Code de justice administrative, les personnes résidant outre-mer et à l'étranger disposent d'un délai supplémentaire de distance de respectivement un et deux mois pour saisir le Tribunal.*

## Plan des limites d'agglomération annexé à l'arrêté du 23 février 2023



# Plans de zonage du Règlement Local de Publicité

## 1. Plan de zonage de publicité



2. Plan de zonage d'enseigne

