



Collectivité Territoriale de Guyane

Commune de Rémire-Montjoly

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

Version approuvée par le conseil municipal



Sommaire

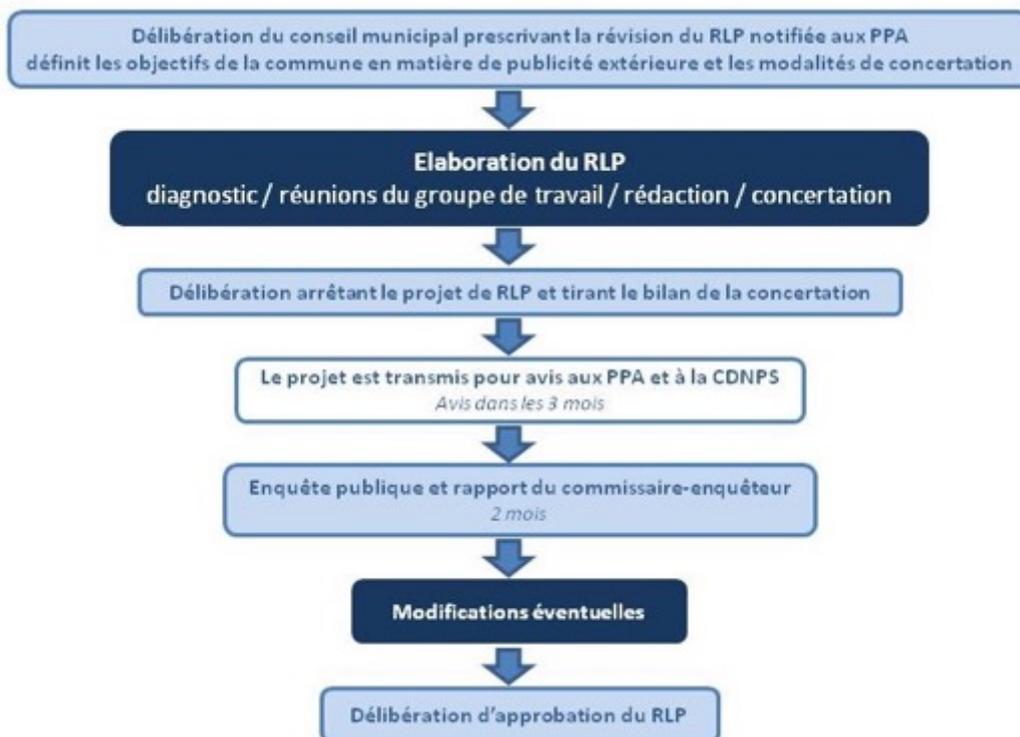
Introduction	3
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	6
1. La notion d'agglomération.....	6
2. La notion d'unité urbaine	6
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existants sur le territoire	8
a) Les interdictions absolues.....	8
b) Les interdictions relatives.....	10
4. Les règles applicables au territoire.....	12
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes.....	12
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires... ..	23
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes	24
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires.....	30
5. Régime des autorisations et déclarations préalables.....	31
6. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	32
II. Diagnostic du parc d'affichage.....	33
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes	33
2. Les infractions relevées	38
3. Les caractéristiques des enseignes en dehors du Grand Port Maritime.....	43
4. Les caractéristiques des enseignes de la zone d'activités de Dégrad des Cannes.....	49
III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	54
1. Les objectifs	54
2. Les orientations	54
IV. Justification des choix retenus	55
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	55
2. Les choix retenus en matière d'enseignes	57

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 à concilier liberté d'expression¹ et 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.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979.

Parmi les évolutions de la réglementation issues de la loi ENE et de son décret, citons notamment :

- 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 ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.



Différentes phases de la procédure d'élaboration d'un RLP

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 chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite

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

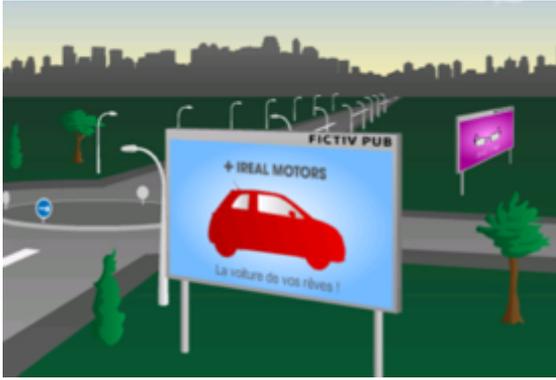
à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

Le RLP 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 commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale 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 ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les préenseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le code de l'environnement.



Constitue **une publicité**², à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

Constitue **une enseigne**³ toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Constitue **une préenseigne**⁴ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

² article L581-3-1° du code de l'environnement

³ article L581-3-2° du code de l'environnement

⁴ article L581-3-3° du code de l'environnement

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

La commune de Rémire-Montjoly est située en Guyane et appartient à la Communauté d'Agglomération du Centre Littoral. Elle compte 22 260 habitants⁵.

La Communauté d'Agglomération du Centre Littoral (CACL) regroupe actuellement 122 758 habitants, soit 60% de la population guyanaise sur 6% du territoire de la Guyane. A noter que 70% des emplois de la Guyane sont concentrés sur le territoire communautaire.

1. La notion d'agglomération

Conformément à l'article R110-2 du code de la route, **une agglomération** est un 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.

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite⁶. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité⁷, elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

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,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

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

2. La notion d'unité urbaine

La notion d'**unité urbaine** repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit 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.

⁵ Données démographiques issues du recensement 2014 de l'INSEE

⁶ Article L581-7 du code de l'environnement

⁷ Article L581-19 du code de l'environnement

La commune de Rémire-Montjoly appartient à l'unité urbaine de Cayenne qui regroupe 106 358 habitants en 2011 (INSEE). C'est la plus importante unité urbaine de Guyane.

L'unité urbaine de Cayenne comptant moins de 800 000 habitants, le règlement local de publicité de la ville peut définir les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses sur son territoire.

3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existants sur le territoire

a) Les interdictions absolues⁸

La publicité est interdite de manière absolue⁹ sur les arbres ainsi que :

1° Sur les monuments historiques classés ou inscrits de la ville et notamment :

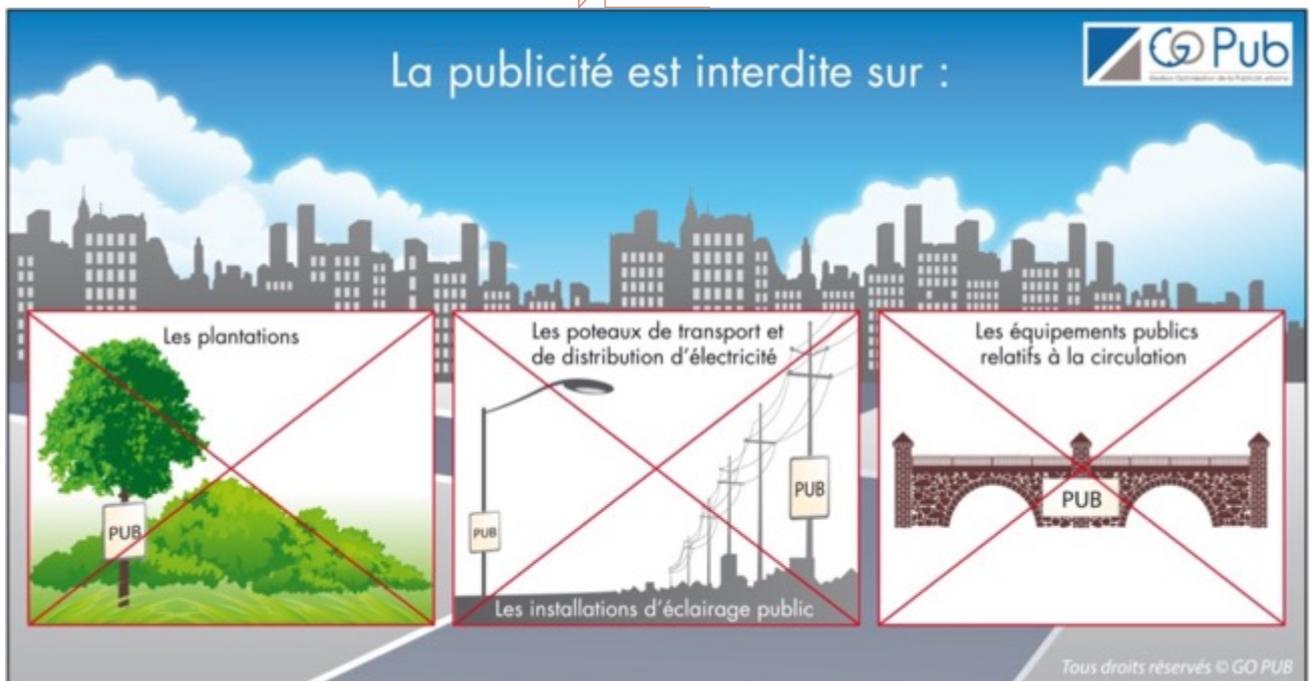
- L'habitation des Jésuites de Loyola inscrite par arrêté préfectoral le 11/10/93 ;
- L'école Eugène Honorien de Montjoly inscrite par arrêté préfectoral le 10/04/89 ;
- L'ancienne école de Rémire inscrite par arrêté préfectoral le 27/11/2012 ;
- Les roches gravées Crique Pavée/Mahury classées par arrêté ministériel le 08/07/80 ;
- Le Moulin à Vent classé par arrêté préfectoral le 18/10/94 ;
- Le Fort Diamant classé par arrêté ministériel le 14/05/80 ;
- Les Vestiges de l'ancienne habitation Vidal classés par arrêtés ministériels les 31/08/95, 12/04/99 et 27/04/2016 ;
- Les Roches Gravées Palulu inscrites par arrêté préfectoral le 08/03/2002
- Les Roches Gravées de l'Abattis Evrard inscrites par arrêté préfectoral le 08/03/2002
- La Roche Gravée de Grand Beauregard inscrite par arrêté préfectoral le 08/03/2002
- Le Serpent de Pascaud inscrit par arrêté préfectoral le 08/03/2002
- Le site à polissoirs de Montravel inscrit par arrêté préfectoral le 08/03/2002
- Le site à polissoirs de Roche Piaie inscrit par arrêté préfectoral le 08/03/2002
- Le site à polissoirs dit de l'APCAT inscrit par arrêté préfectoral le 08/03/2002
- Le site à polissoirs de Roche Caïa inscrit par arrêté préfectoral le 08/03/2002

La publicité est également interdite :

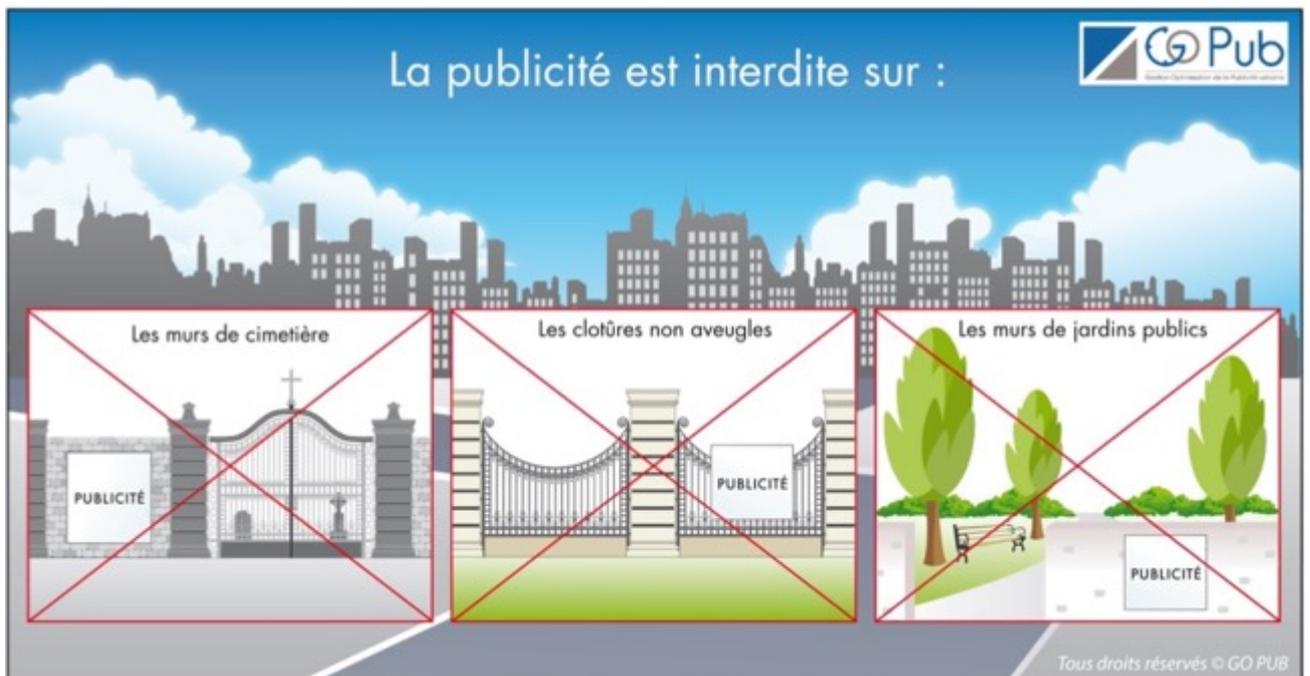
1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;

⁸ Article L581-4 du code de l'environnement

⁹ Pas de dérogation possible



- 2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;
- 3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- 4° Sur les murs de cimetière et de jardin public¹⁰.



¹⁰ Article R581-22 du code de l'environnement

b) Les interdictions relatives¹¹

La publicité est interdite de manière relative¹² :

1° Dans les sites inscrits suivants :

- Le plateau de Mahury par arrêté ministériel du 30/04/80 ;
- Le plateau de Montravel par arrêté ministériel du 30/04/80 ;
- Les ruines de Vidal par arrêté ministériel du 21/10/82.

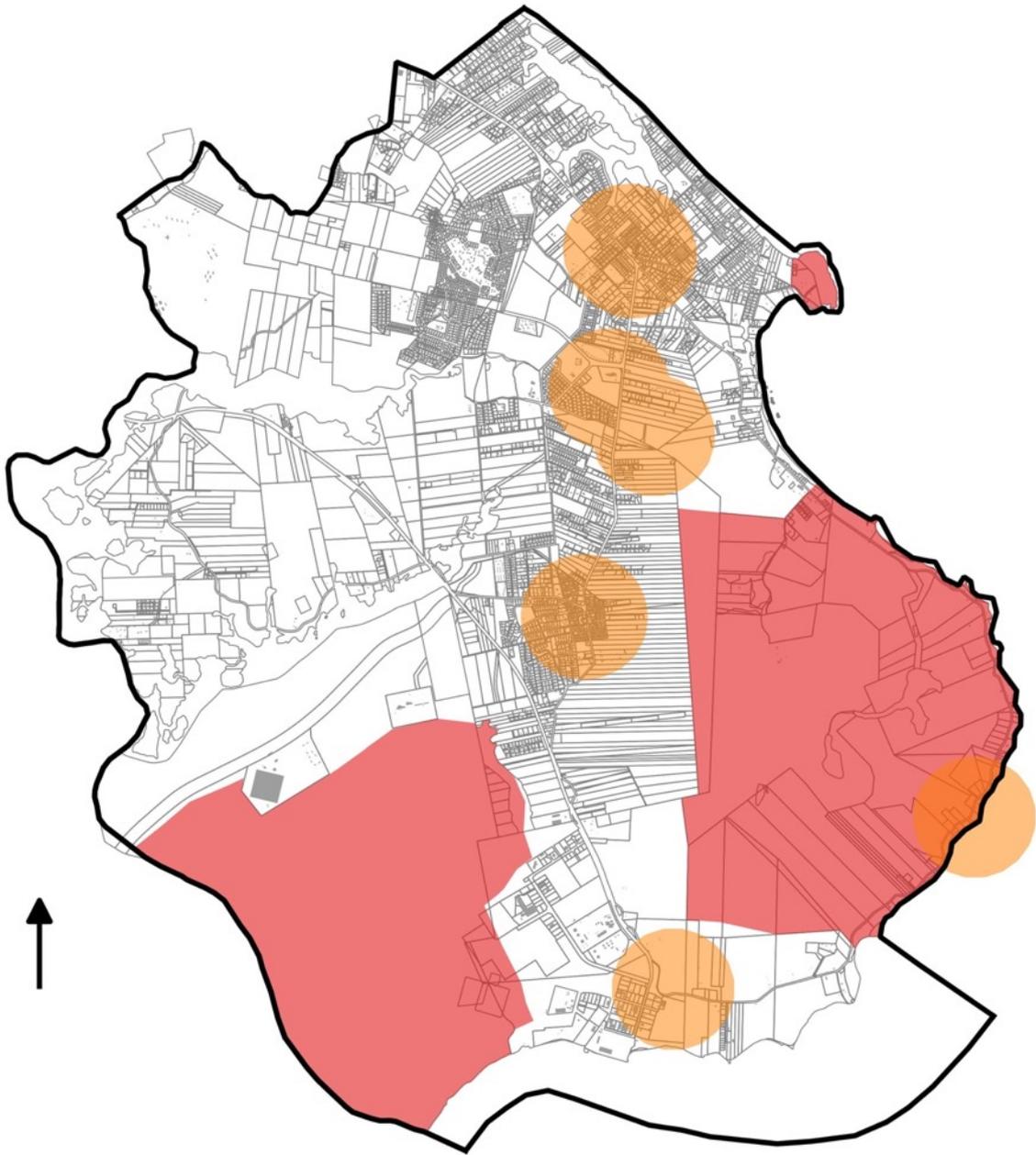
2° A moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques (cf. liste précédente des interdictions absolues).

La cartographie ci-dessous répertorie les interdictions absolues et relatives existantes sur le territoire.

¹¹ Article L581-8 du code de l'environnement

¹² Possibilités de déroger à cette interdiction

Périmètres d'interdiction des publicités et préenseignes à Rémire-Montjoly



- limites communales
- monuments historiques et 500 mètres à leurs abords
- sites inscrits
- étang

4. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent¹³.

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹⁴ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

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

Par exception, il peut être installé :

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

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

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

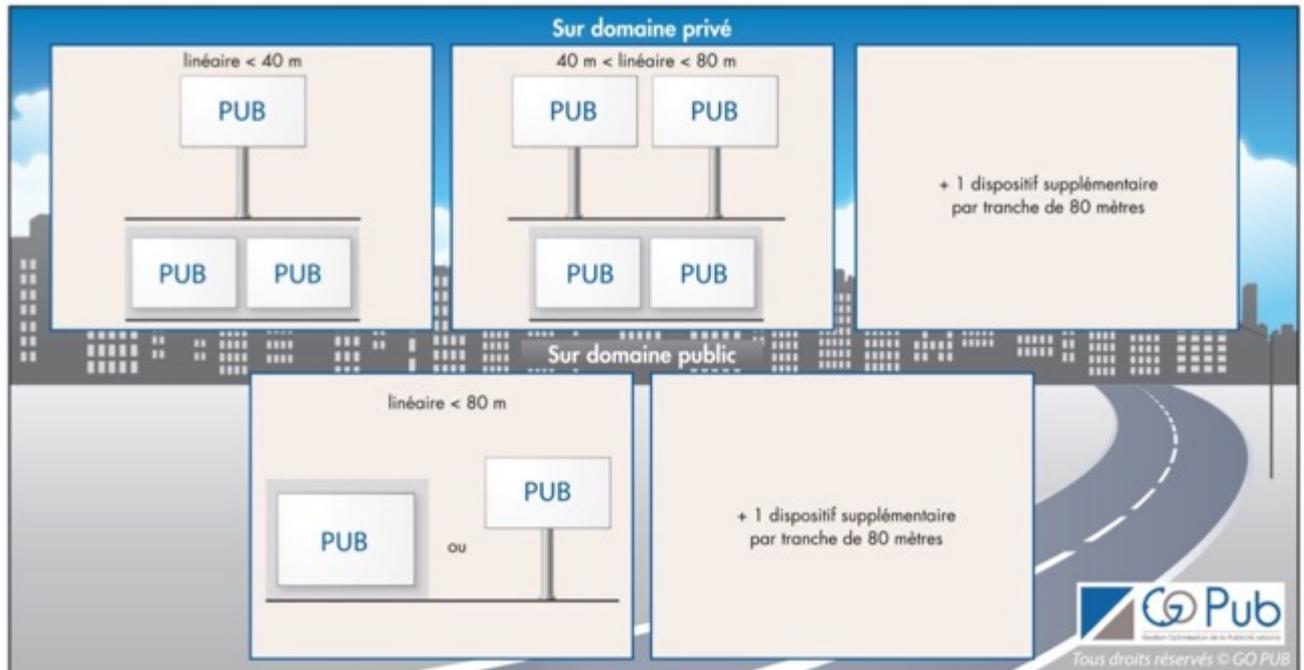
II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

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

¹³ Article R581-24 du code de l'environnement

¹⁴ Article R581-25 du code de l'environnement

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



Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

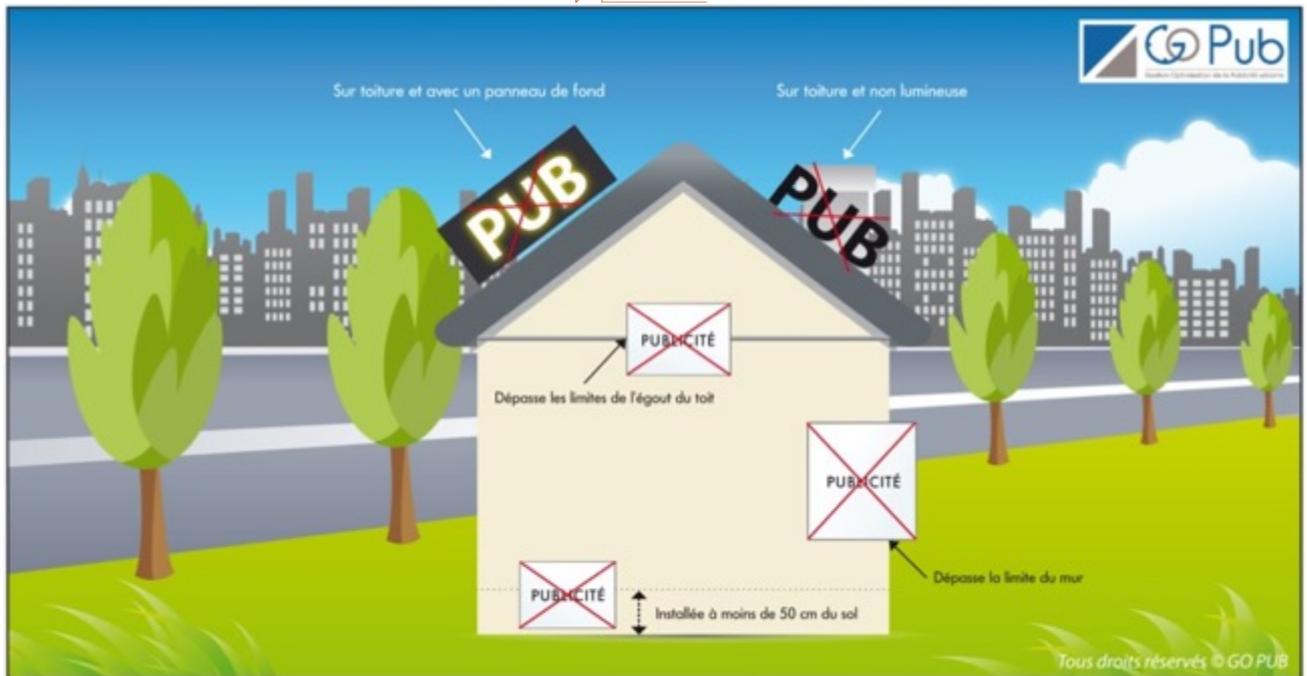
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5 \text{ m}$

Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- dépasser les limites du mur qui la supporte,
- dépasser les limites de l'égout du toit,
- être apposée 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 cm.

Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

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

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

Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

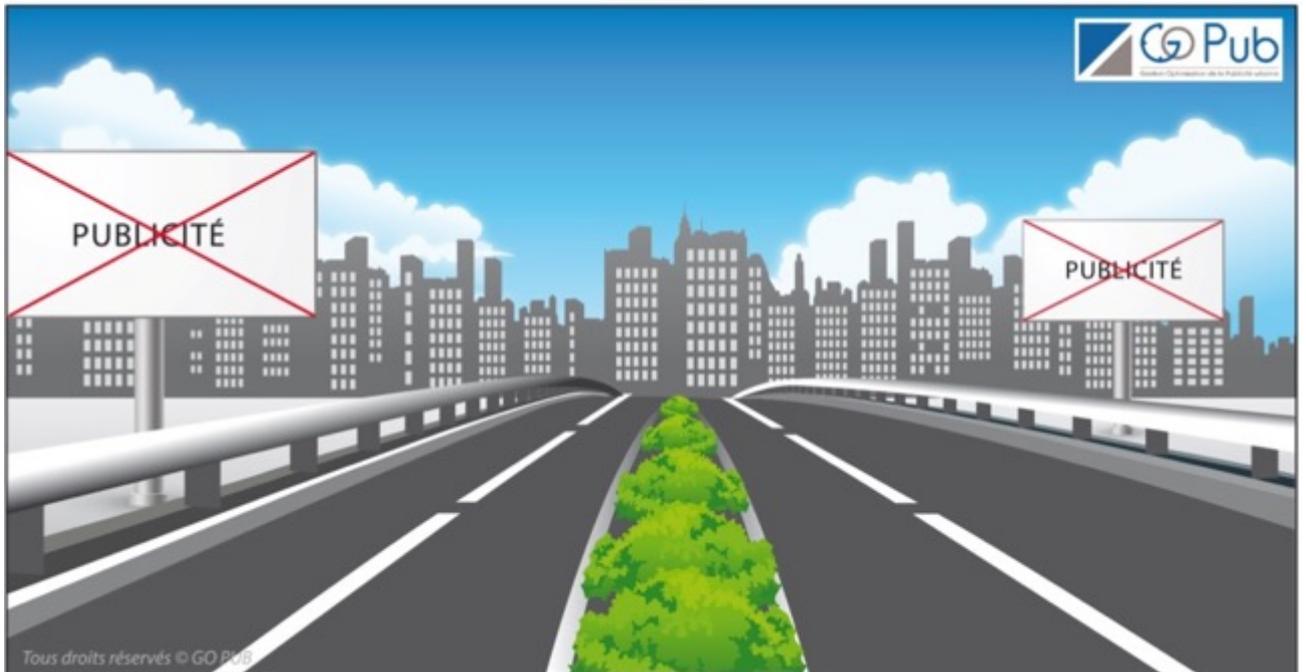
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés¹⁵,

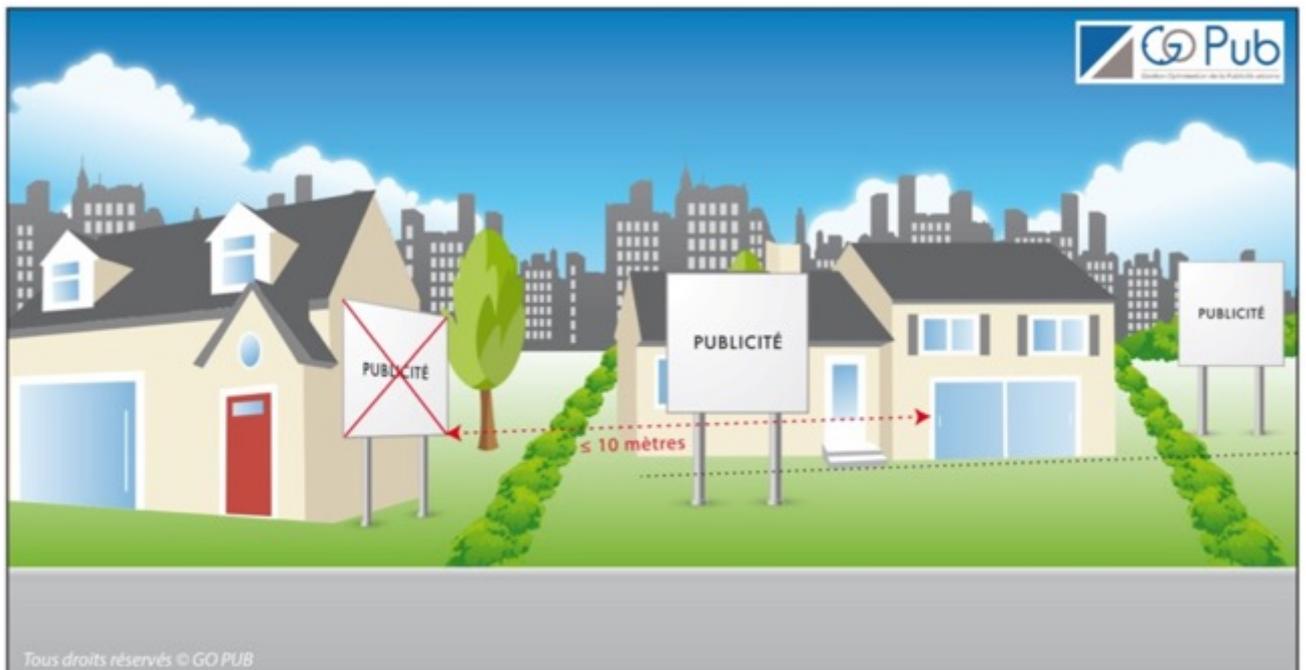
2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

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.

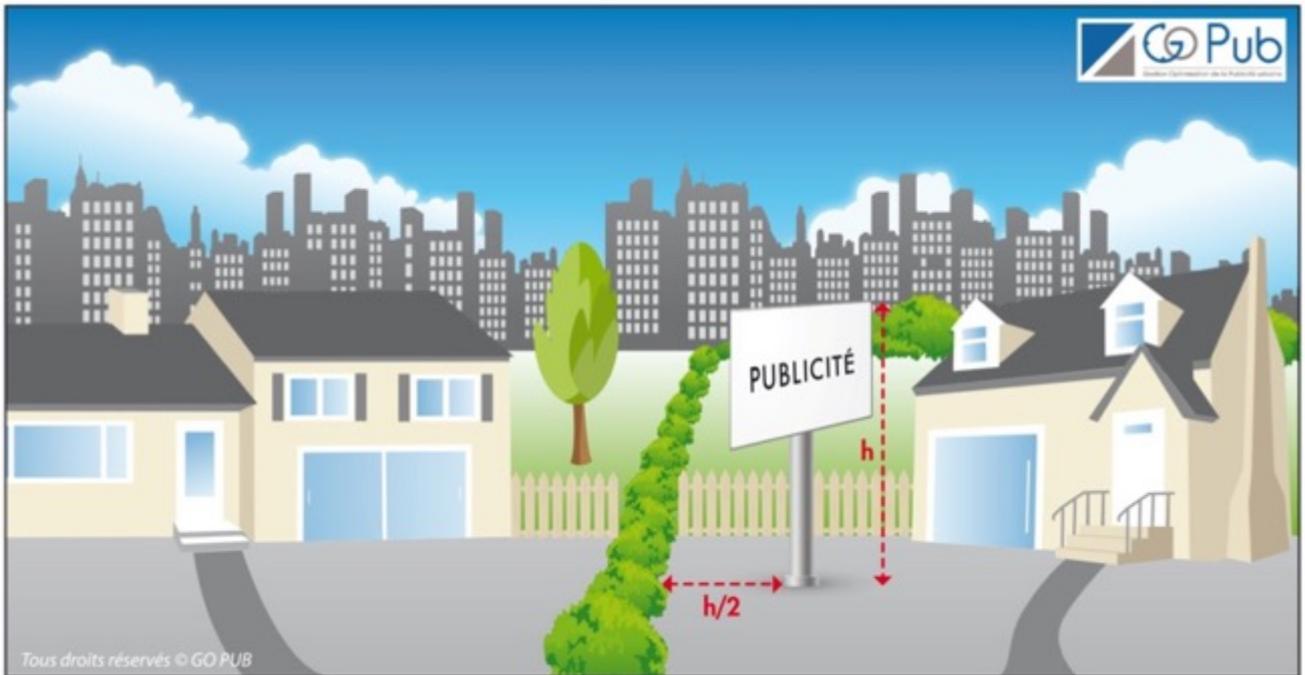
¹⁵ Article L130-1 du code de l'urbanisme



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



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



La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception, 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.

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.

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

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

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 cm.

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



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

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

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁶, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

Le mobilier urbain peut, 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.

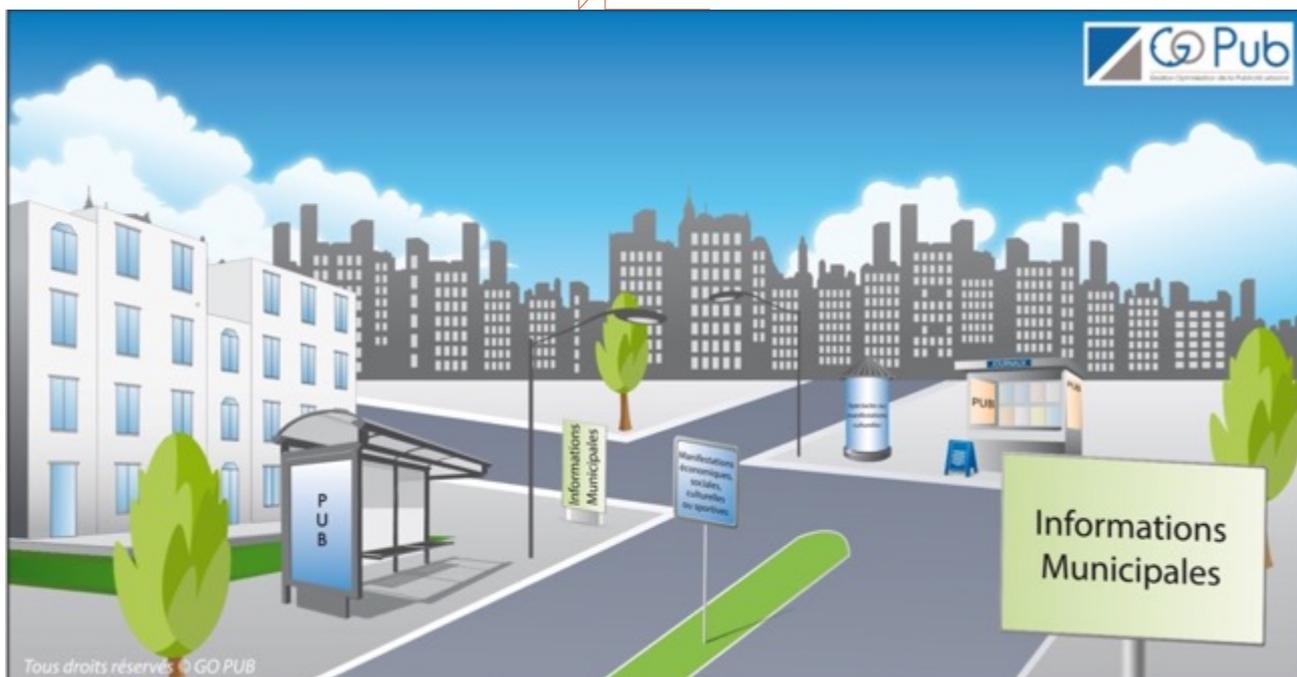
La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

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

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

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

¹⁶ arrêté ministériel non publié à ce jour



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

La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

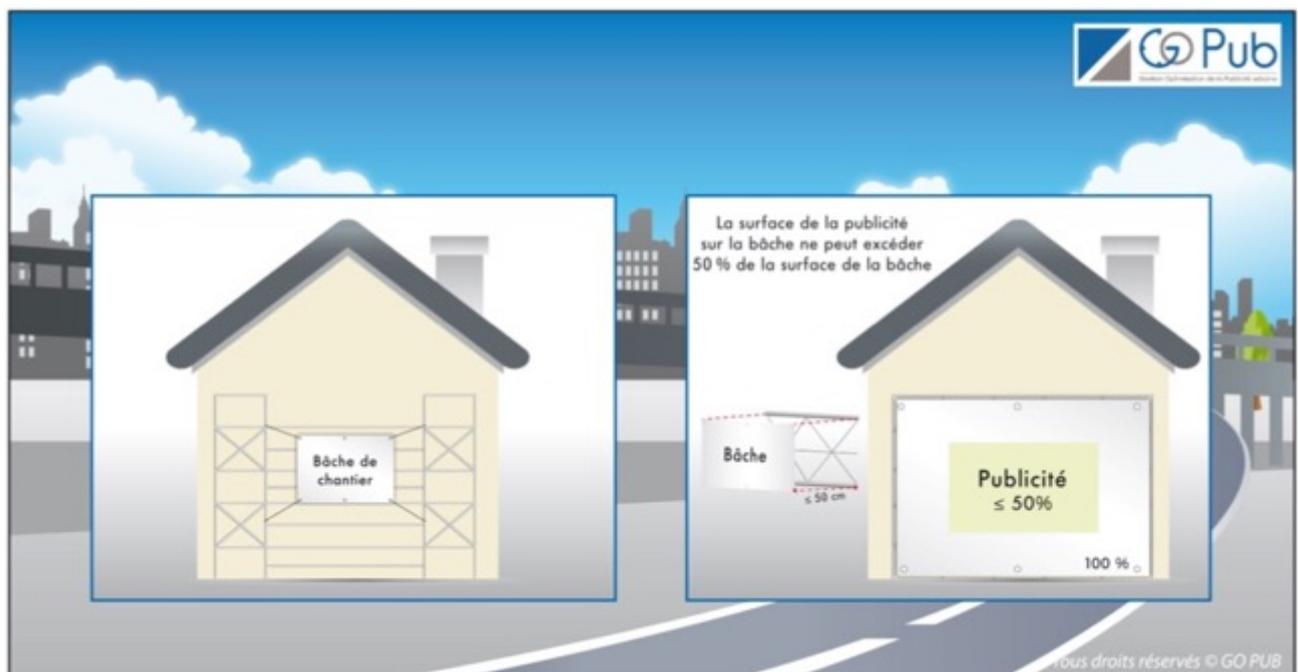
- 1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité, installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- 2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

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

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

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

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq 50% de la surface de la bâche¹⁷

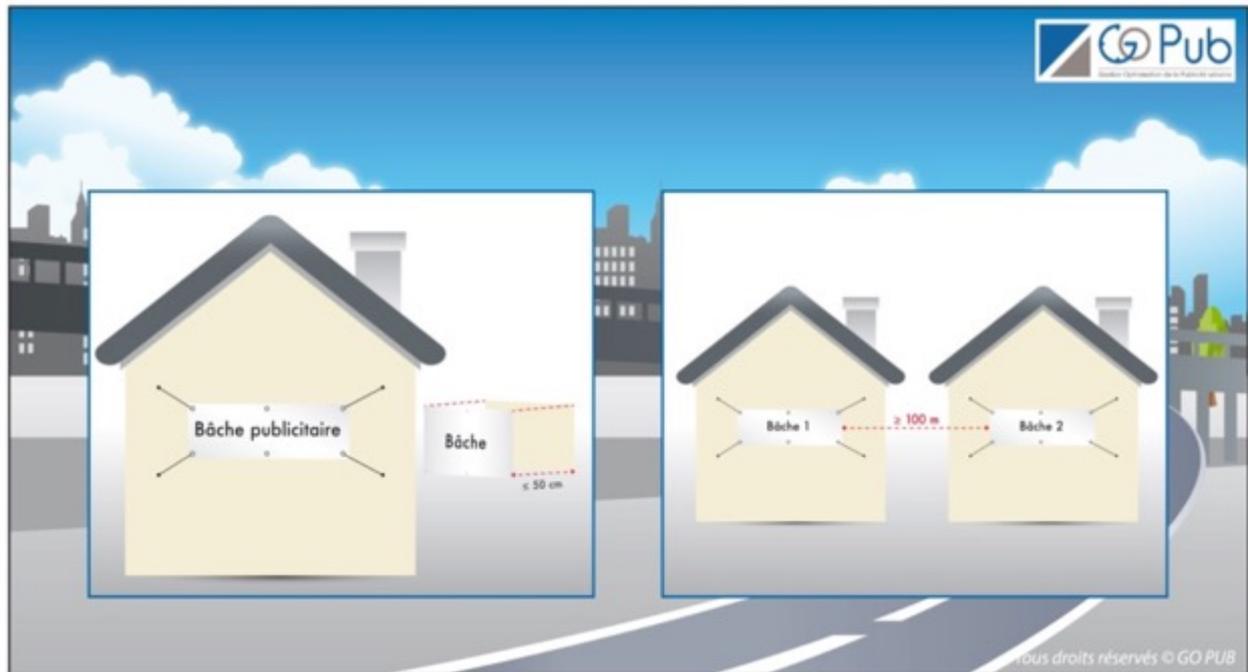


Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le

¹⁷ l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

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 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

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



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

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

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

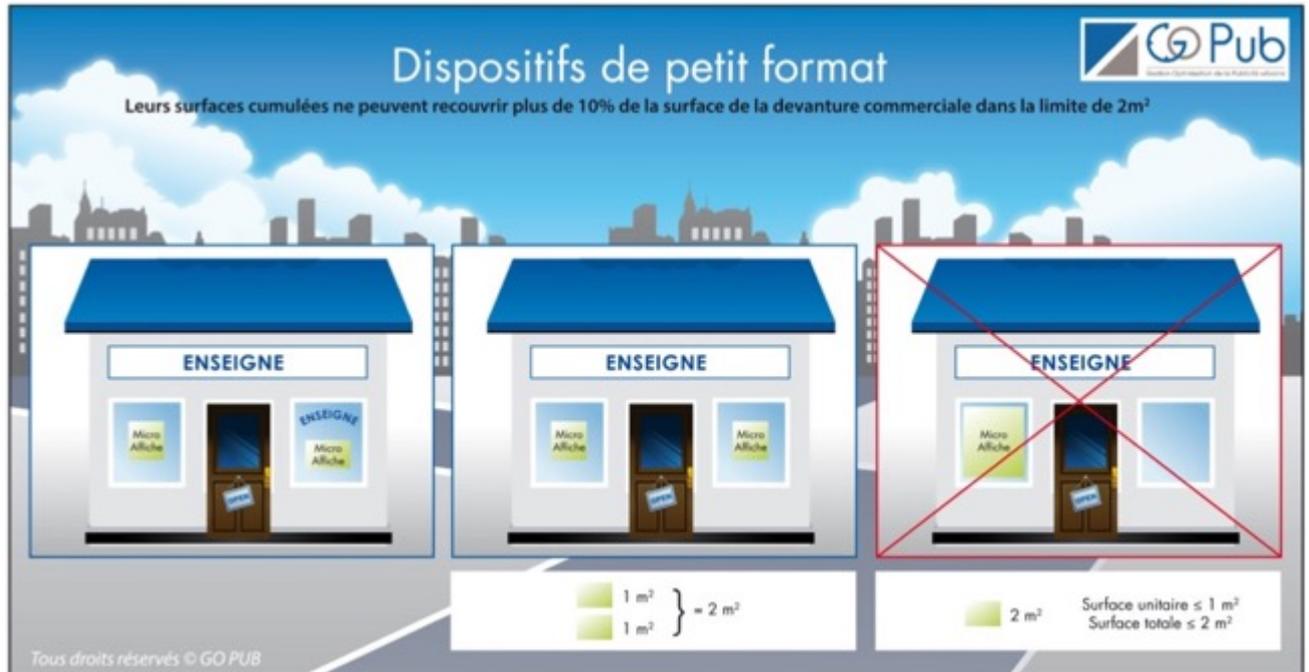
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

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

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

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



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

Les publicités sur les véhicules terrestres¹⁸ ainsi que sur les eaux intérieures¹⁹ sont également réglementées par le code de l'environnement.

¹⁸ Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

¹⁹ Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

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

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

	activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	activités culturelles	monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	préenseignes temporaires
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 dispositif 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 de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 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

c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

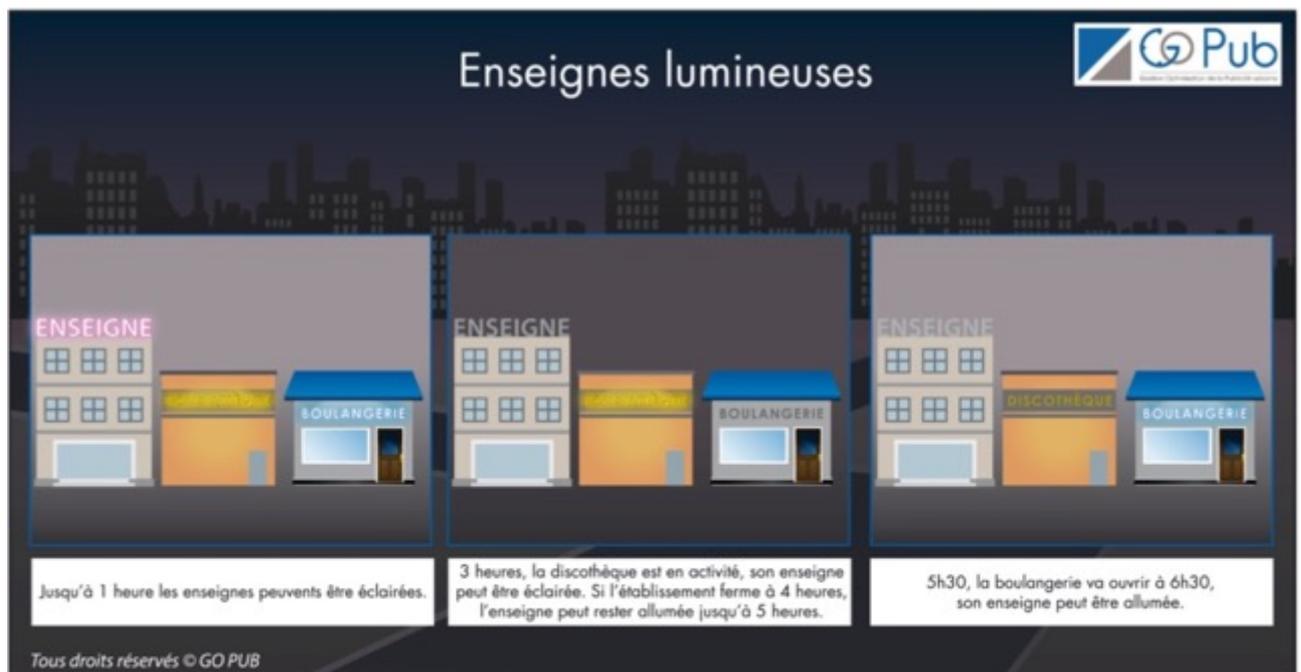
- constituée par des matériaux durables,
- maintenue en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale,
- supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

Les enseignes lumineuses

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

Elles sont éteintes²⁰ 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.



²⁰ l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

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

Elles ne doivent pas :

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

Des enseignes peuvent être installées :

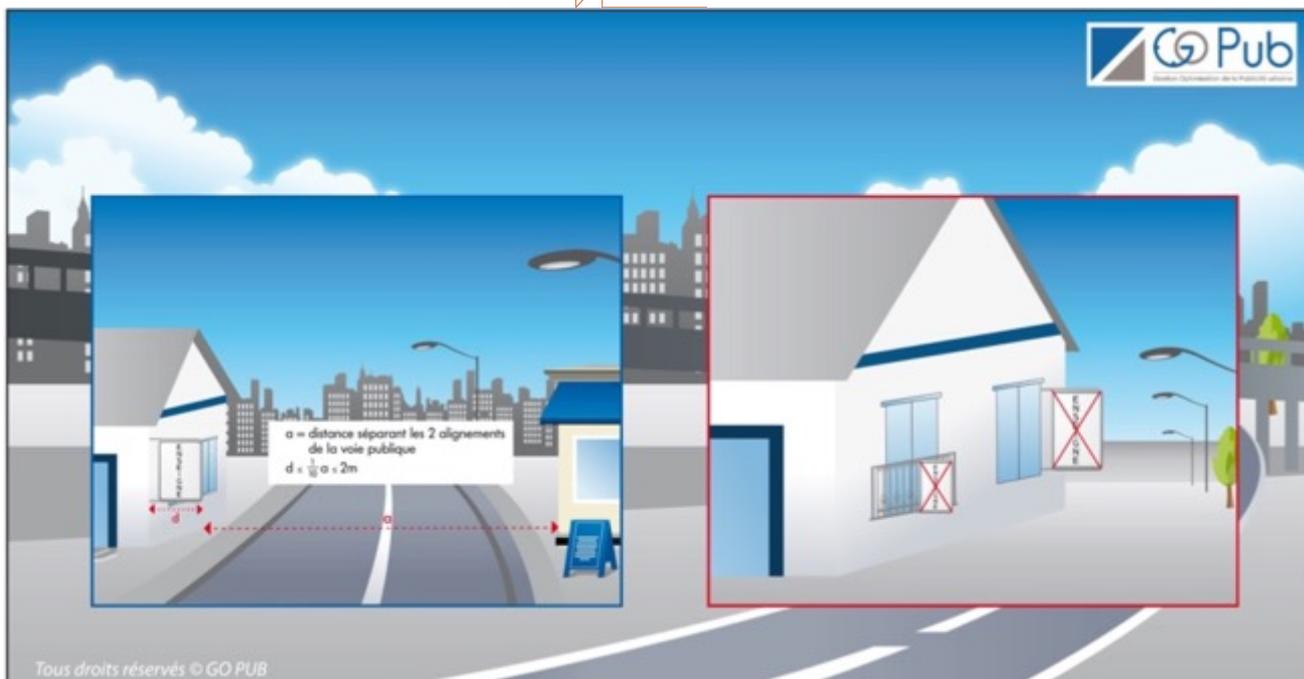
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et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



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

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



Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

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

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

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade \leq 15 m	3 m
Hauteur de la façade $>$ 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m

Surface cumulée²¹ des enseignes sur toiture d'un même établissement \leq 60 m²

²¹ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée²² excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

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.



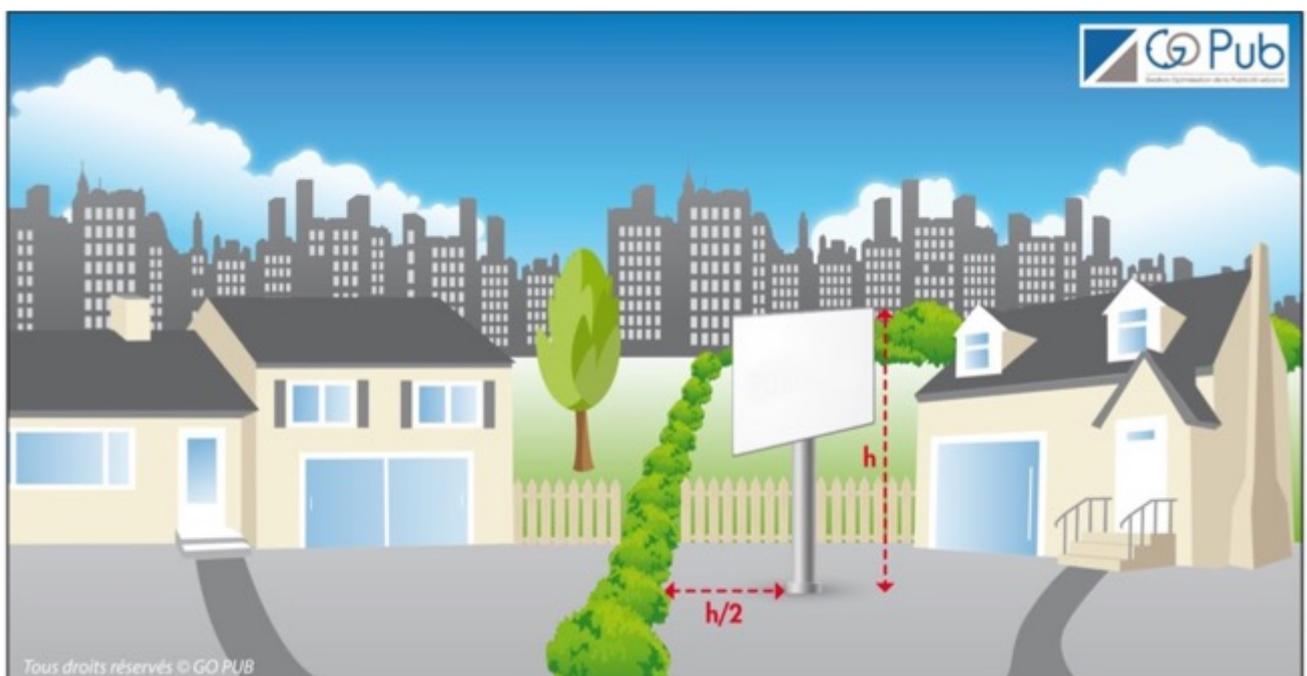
²² Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes, de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



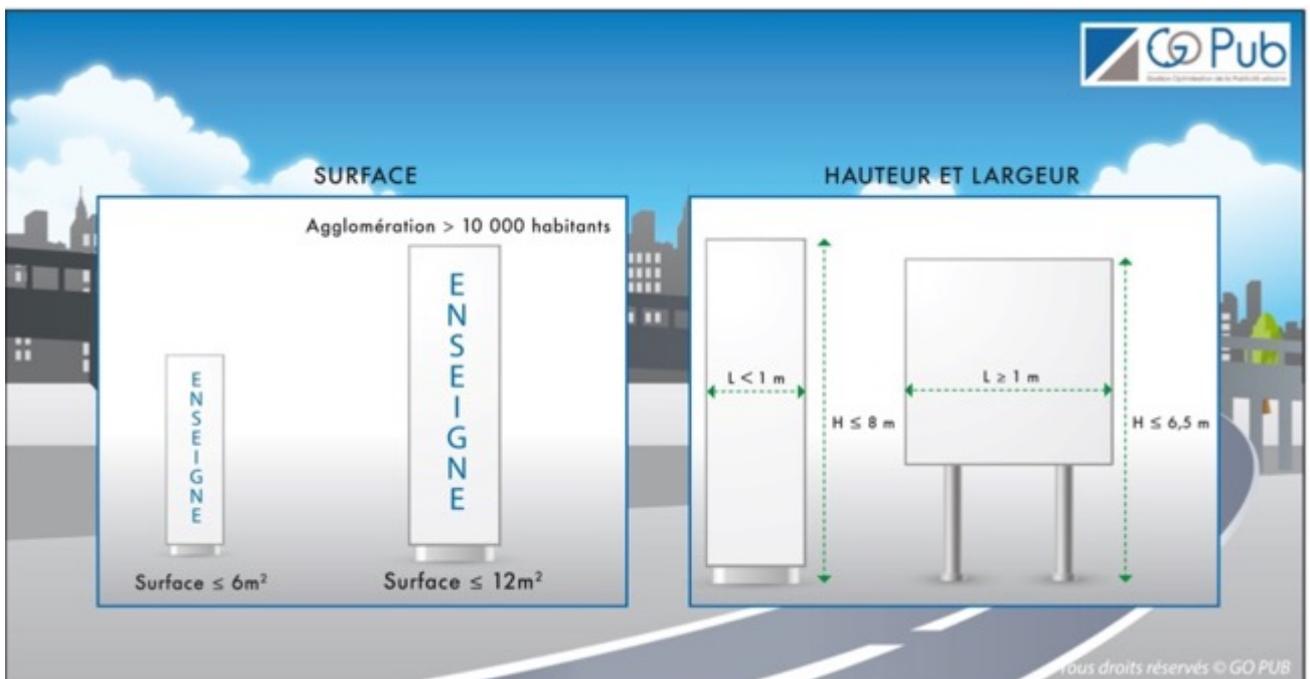
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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



d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

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

Les enseignes temporaires 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 éteintes²³ 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 ministériel²⁴.

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

- Saillie ≤ 25 cm
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

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

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

- Surface totale ≤ 60 m²

²³ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

²⁴ arrêté non publié à ce jour

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

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

5. Régime des autorisations et déclarations préalables

1) l'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

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

2) la déclaration préalable

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

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

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

6. Les compétences en matière de publicité extérieure

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

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

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

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

II. Diagnostic du parc d'affichage

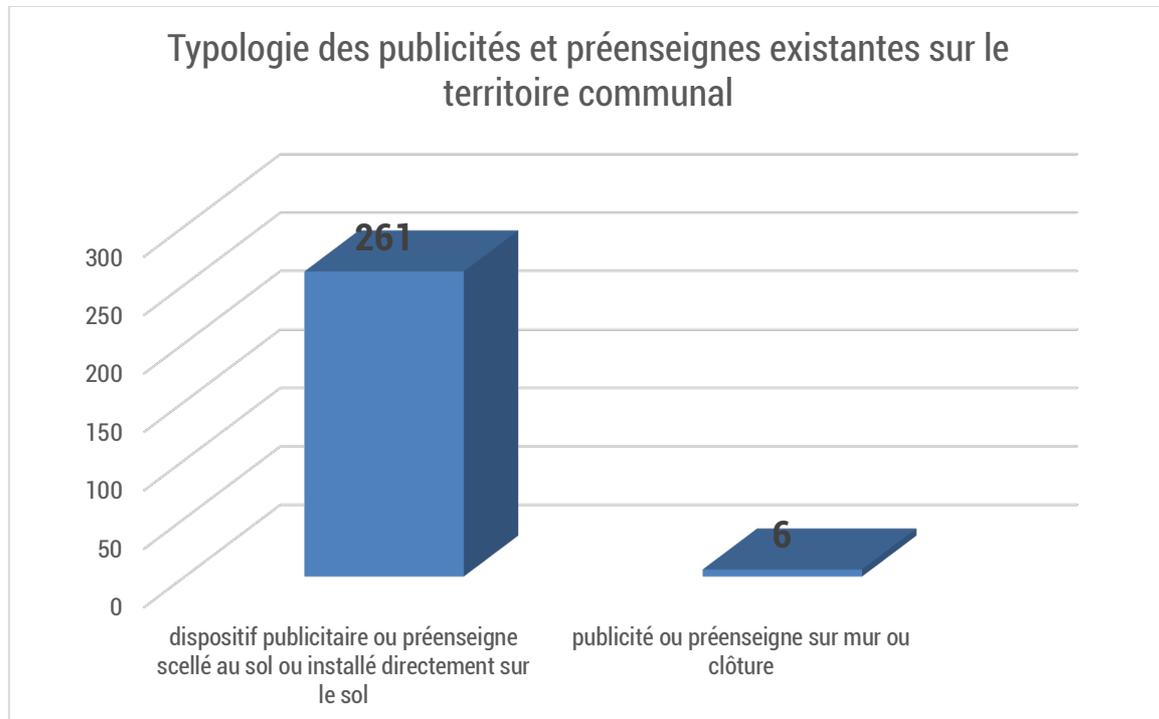
Un inventaire exhaustif des publicités, enseignes et préenseignes situées à Rémire-Montjoly a été effectué durant le second trimestre 2016. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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.

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

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

267 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal.

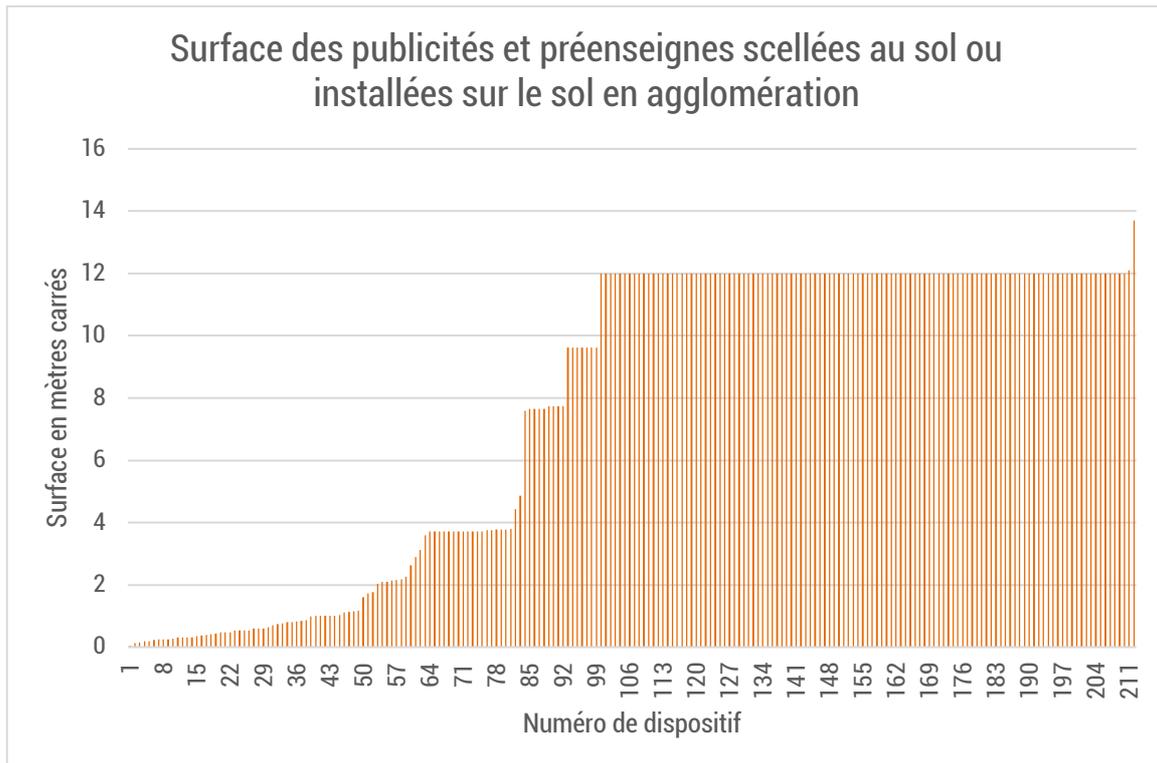


Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes localisées sur le territoire en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (97% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées

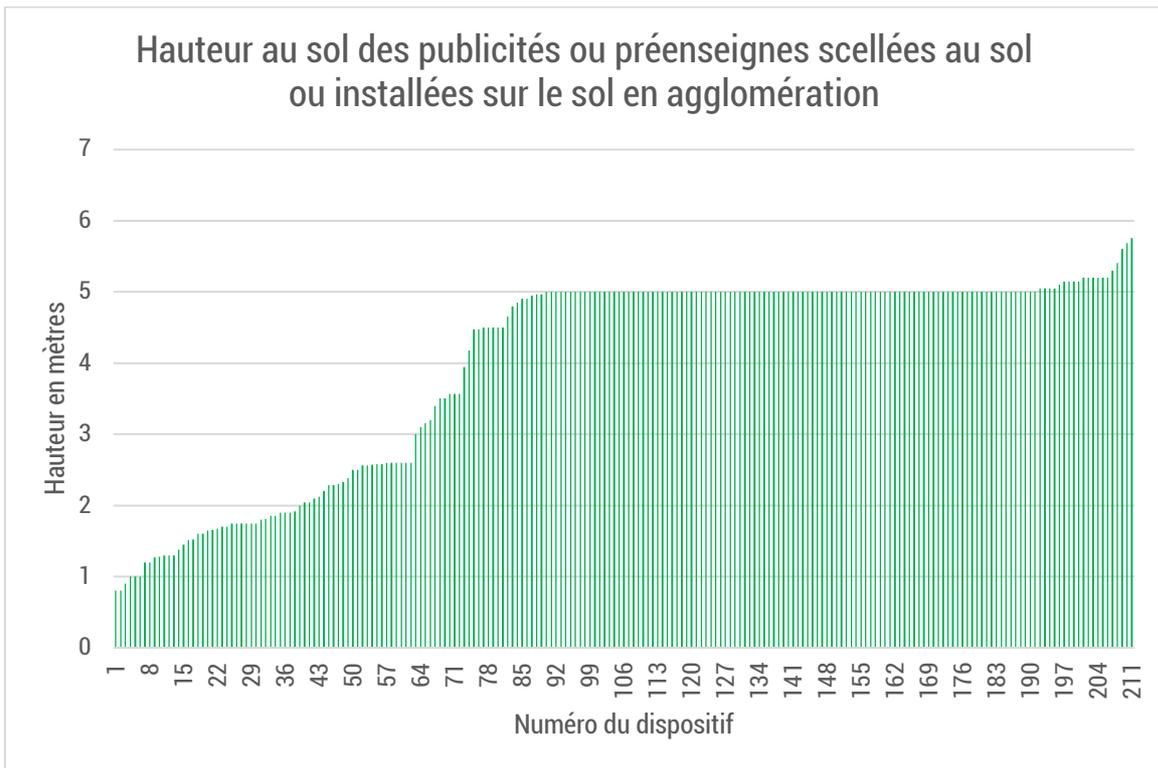
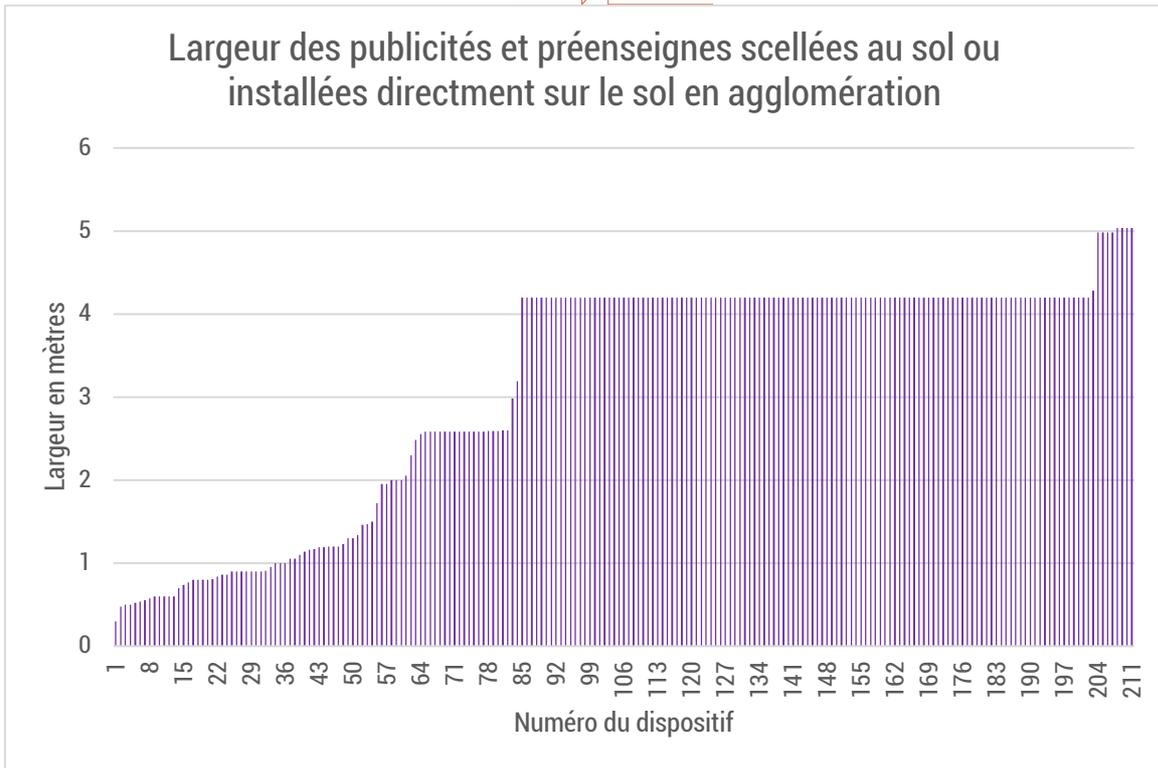
sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal. Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent le mieux au paysage en règle générale.

La publicité lumineuse est très peu présente sur la commune de Rémire-Montjoly puisque seulement 12% des dispositifs sont lumineux. Les 32 dispositifs lumineux sont tous éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

L'inventaire a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques. Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.



On remarque que les dispositifs les plus nombreux (53 %) sont ceux dont la surface est égale à 12 m². Ce format correspond au maximum autorisé par le code de l'environnement pour la plupart des publicités. Une action en faveur de la réduction du format publicitaire maximum permettrait une amélioration sensible du paysage.



En matière de largeur et de hauteur, les formats sont assez standards. On constate toutefois que peu de publicités et préenseignes scellées au sol dépassent 5 mètres de hauteur alors que le code de l'environnement permet une hauteur maximale à 6 mètres. La préservation du cadre de vie pourrait se faire en limitant ainsi la hauteur au sol maximale à 5 mètres.



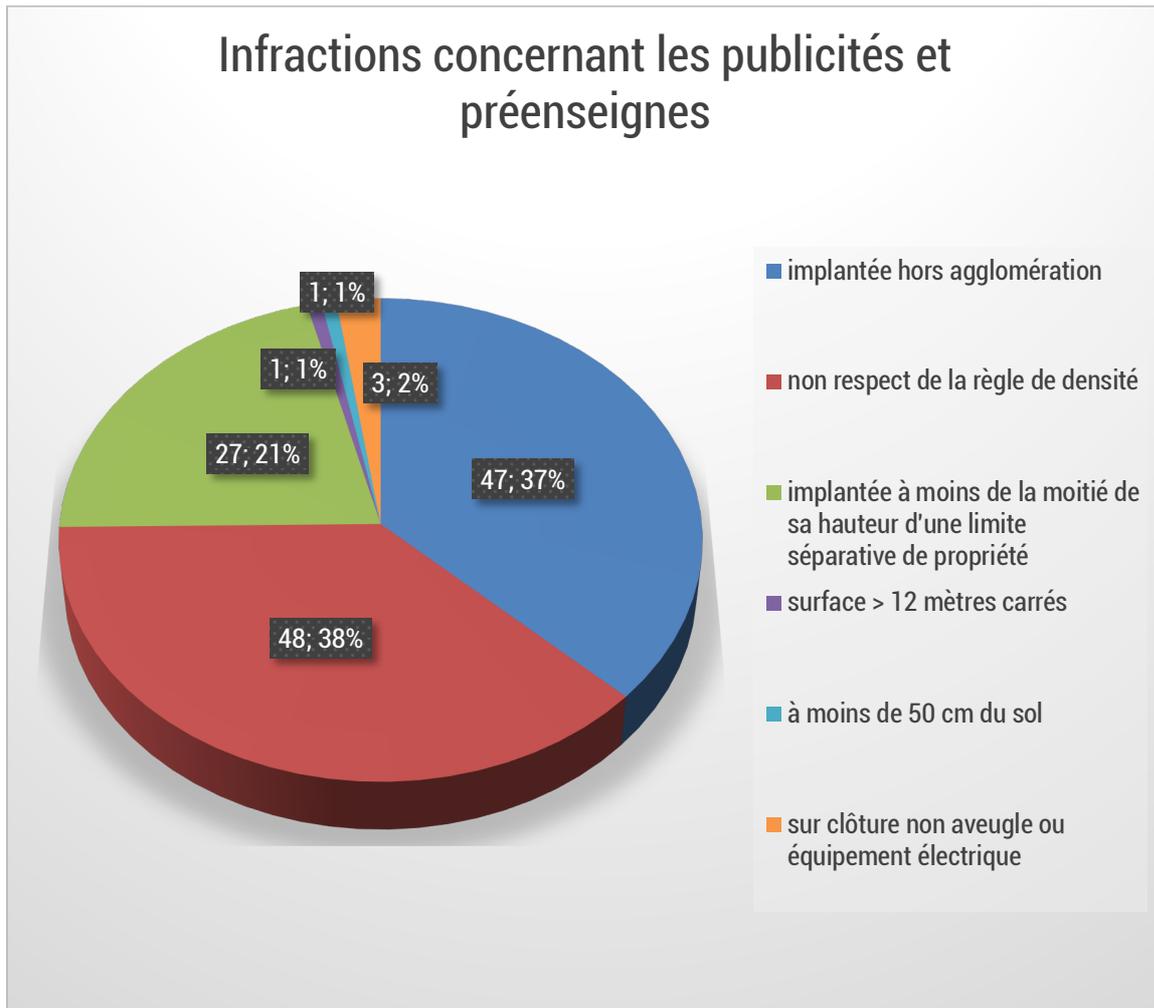
La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal. On note la présence importante des dispositifs publicitaires scellés au sol le long de la route de Rémire et de la route de Montjoly qui sont les

axes principaux du territoire. Il y a également une forte concentration dans certains ronds-points.

2. Les infractions relevées

Le diagnostic des publicités et préenseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'infractions au code de l'environnement.

On constate que 121 dispositifs sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 45% des dispositifs relevés. Les principales problématiques concernent le non respect de la règle de densité et l'implantation de dispositifs hors agglomération dans la zone de Degrad des Cannes.



Sur les 121 dispositifs non conformes en 2014, on relève 127 infractions. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions.

La régularisation des infractions permettra une amélioration sensible du paysage notamment en matière de publicités et préenseignes.

En matière de publicités et préenseignes, les enjeux du territoire sont donc :

- 1) de supprimer ou mettre en conformité les dispositifs en infraction ;**
- 2) de réduire la densité publicitaire particulièrement le long des axes structurants et dans certaines intersections ;**
- 3) de limiter l'impact de la publicité scellée au sol qui est la plus répandue sur le territoire ;**
- 4) d'harmoniser les règles applicables à la publicité scellée au sol et murale pour ne pas avoir une distorsion de format notamment ;**
- 5) de protéger les abords des plages et certains sites sensibles en termes de paysage et de patrimoine historique de la pression publicitaire.**



Préservation des abords des plages de toute publicité ou préenseigne



Forte densité publicitaire de préenseignes aux intersections, route de Rémière



Forte densité publicitaire et importance du format 12 mètres carrés, route de Rémire



Forte densité publicitaire, route de Montjoly



Forte densité publicitaire, route de Montjoly



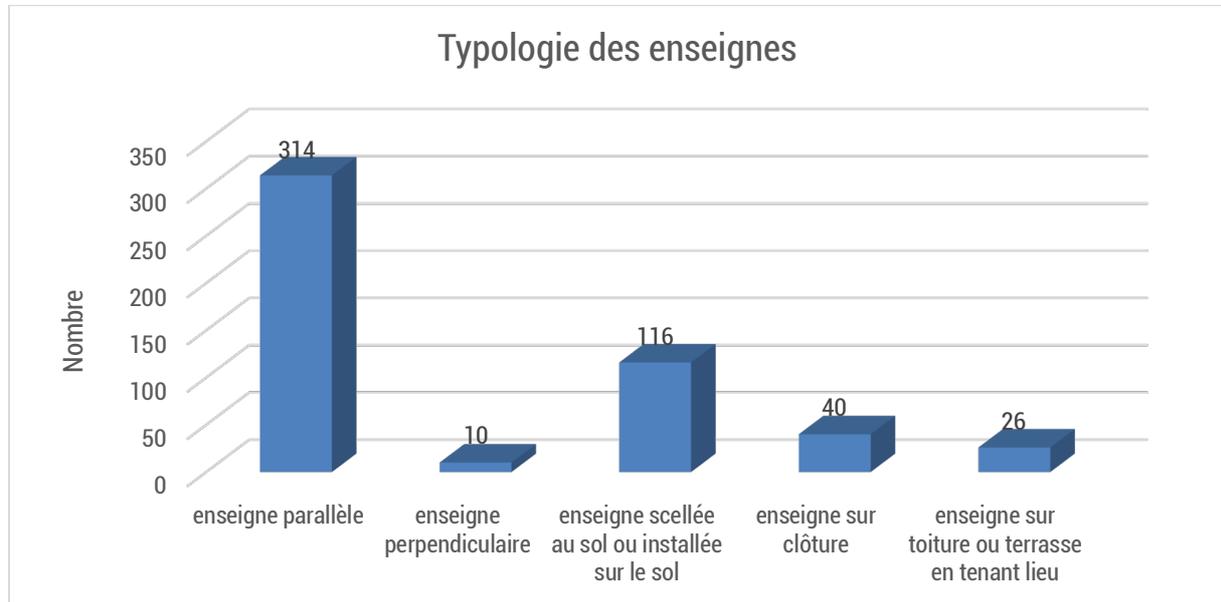
Forte densité publicitaire, route de Montjoly



Forte densité publicitaire et multiplicité des formats importants, avenue Gaston Monnerville

3. Les caractéristiques des enseignes en dehors du Grand Port Maritime

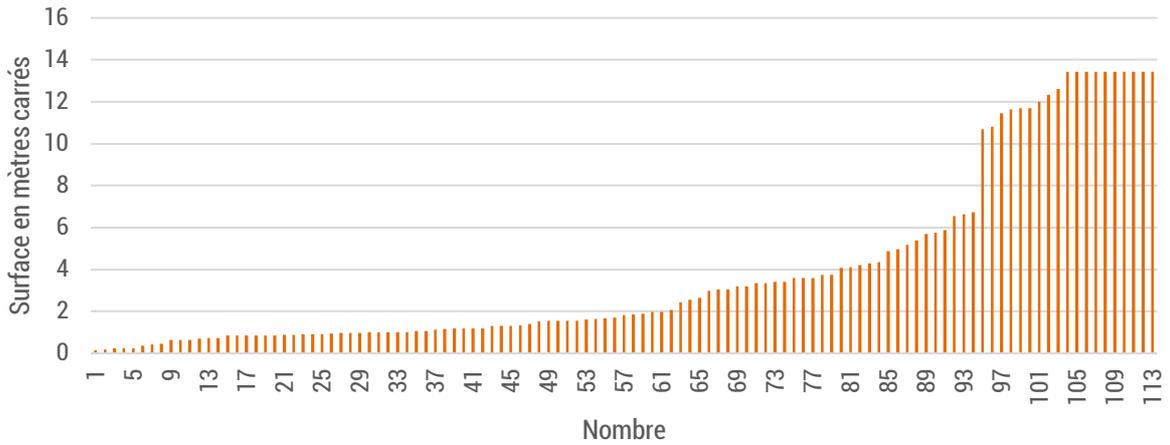
506 enseignes ont été recensées sur le territoire communal en dehors du port de Degrad des Cannes.



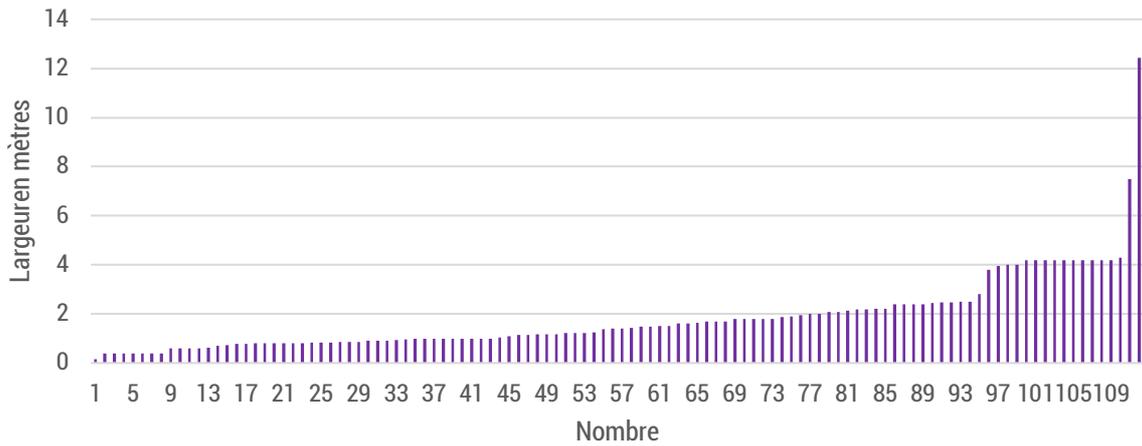
Plus de 62% des enseignes recensées à Rémire-Montjoly sont des enseignes parallèles apposées sur un mur support. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la seconde catégorie d'enseignes la plus répandue. Elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur surface, leur largeur ou encore leur hauteur. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support.

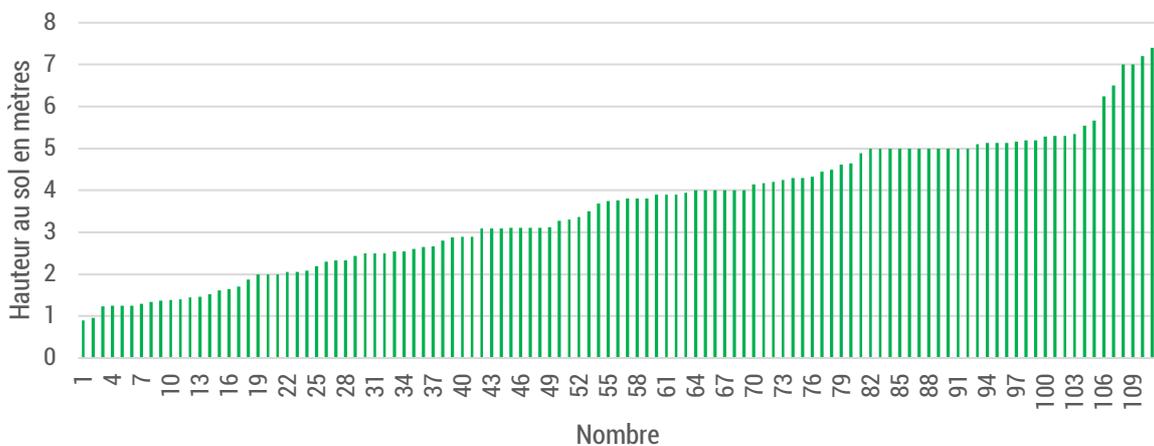
Surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



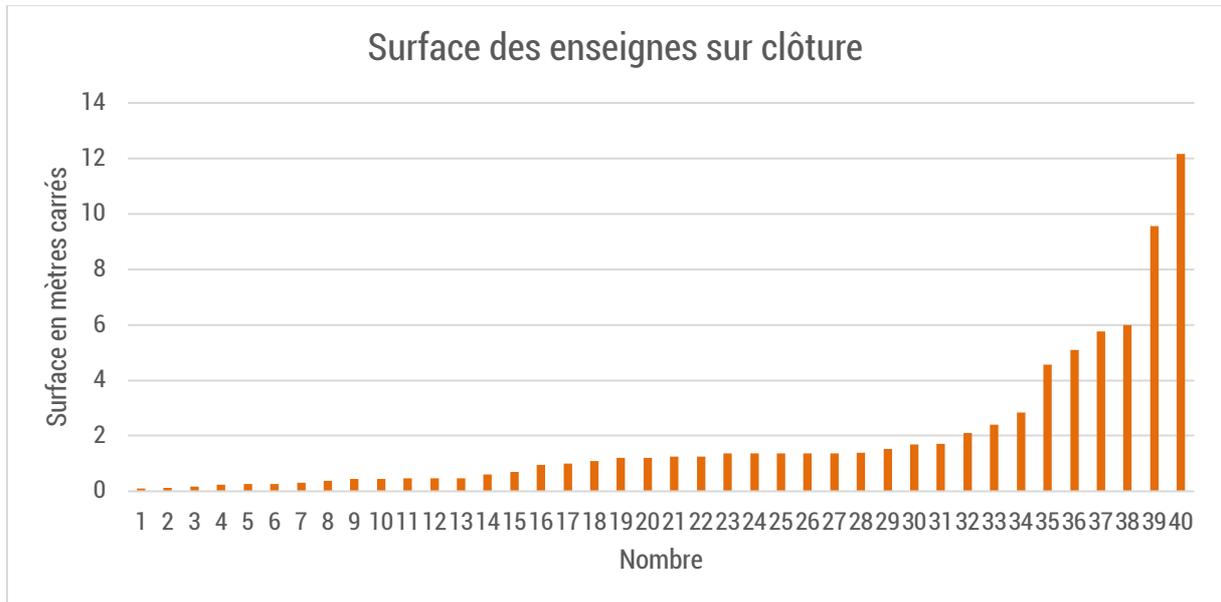
Largeur des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



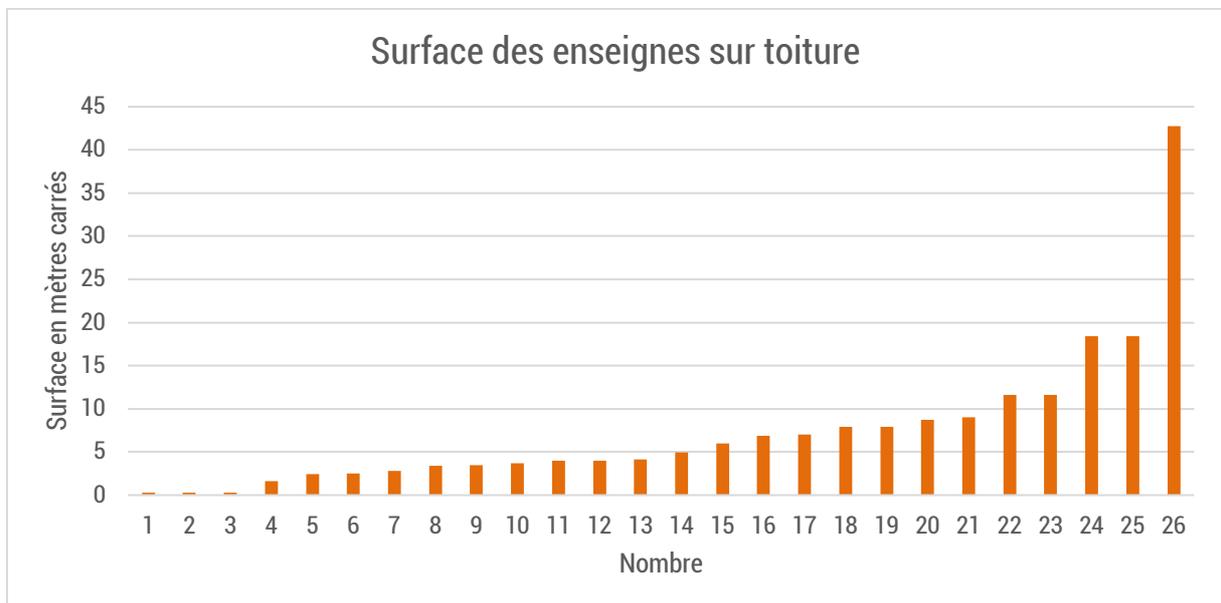
Hauteur au sol des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



Les enseignes sur clôture ne représentent que près de 8% des enseignes de la ville. Pourtant, par leur surface et leur nombre, elles peuvent avoir un impact particulièrement important sur le paysage.



De même, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu comptent pour à peine plus de 5% du total des enseignes. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité du territoire.

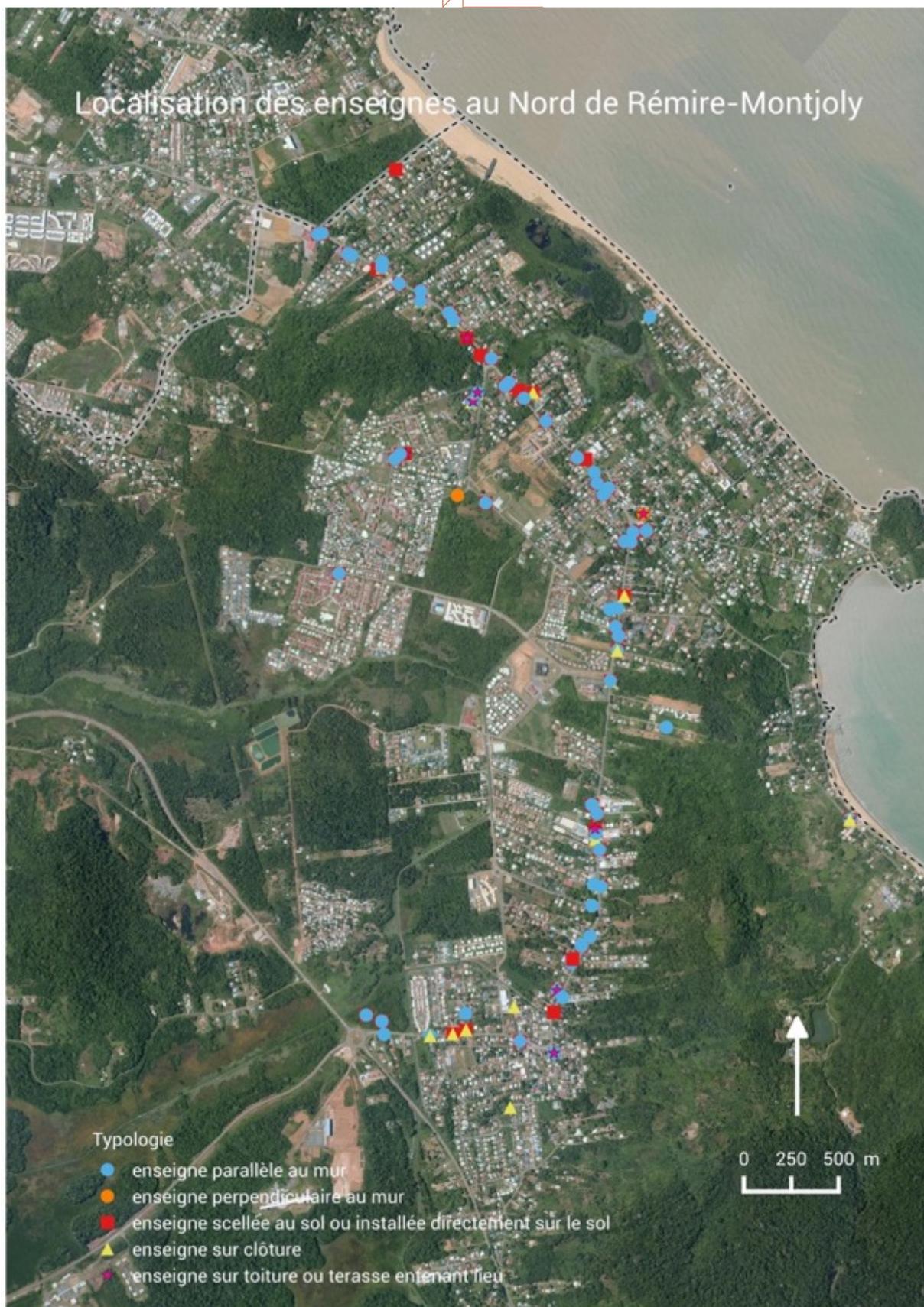


Les enseignes perpendiculaires au mur sont relativement peu présentes sur le territoire communal. Elles ont globalement des surfaces assez faibles et ne posent pas de problèmes paysagers spécifiques sur le territoire.

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit **l'enseigne lumineuse** comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source

lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc. On relève 80 enseignes lumineuses sur le territoire. Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.

Aucune enseigne numérique n'a été localisée sur le territoire communal. 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.



La cartographie ci-dessus nous montre que les enseignes sont principalement localisées le long des axes structurants du territoire à savoir la route de Rémire (RD2) et la route de Montjoly (RD1).

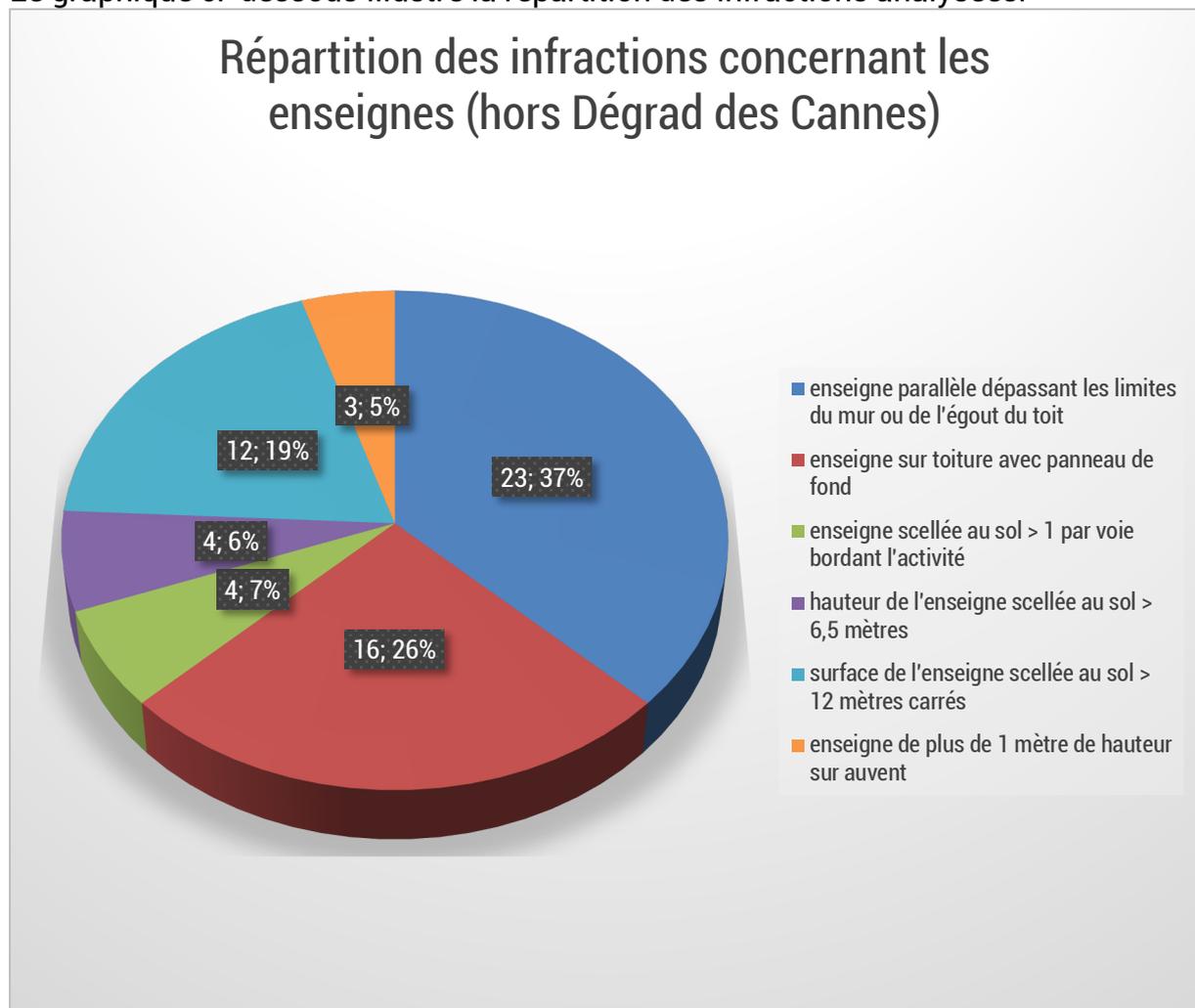
Le diagnostic des enseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'enseignes non conformes au code de l'environnement.

On constate que 60 enseignes sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente près de 12% des enseignes de Rémire-Montjoly. Deux enseignes sont non conformes à deux articles du code de l'environnement, c'est pourquoi on relève au total 62 infractions. La principale infraction concerne des enseignes parallèles dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit.

Pour certaines infractions relatives à des enseignes installées avant le 1er juillet 2012, le délai de mise en conformité court jusqu'au 1er juillet 2018. Il s'agit notamment :

- de la surface maximale des enseignes sur toiture (60 m²) ;
- de la surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (15% ou 25%) ;
- du nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant l'activité ;
- de la surface maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants limitée à 12 m² ;
- des règles concernant les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.

Le graphique ci-dessous illustre la répartition des infractions analysées.



4. Les caractéristiques des enseignes de la zone d'activités de Dégrad des Cannes

Les enseignes de la zone d'activités de Dégrad des Cannes ont été analysées séparément car cette zone constitue un secteur hors agglomération mais comportant de nombreuses activités économiques.



Le secteur de Dégrad des Cannes comporte 28 enseignes parallèles au mur devant les activités présentes dans cette zone. Les deux autres catégories présentes dans la zones sont les enseignes scellées au sol (9 dispositifs) et les enseignes sur clôture (3 dispositifs inventoriés). Aucun dispositif lumineux n'est identifié dans la zone. Deux infractions sont identifiées dans la zone. Elle concerne deux enseignes parallèles au mur qui dépassent les limites du mur.

En matière d'enseignes, les enjeux du territoire sont donc :

- 1) de supprimer ou mettre en conformité les dispositifs en infraction ;
- 2) de réduire l'impact des enseignes sur clôture et sur toiture peu nombreuses mais ayant un important impact sur le paysage ;
- 3) de limiter la place des enseignes scellées au sol ou installées sur le sol ayant un fort impact sur le paysage local comportant la plupart du temps des bâtiments peu élevés (un ou deux étages).



Impact des enseignes sur toiture, RD23 et avenue Gaston Monnerville



Effet des enseignes sur toiture, rue Eugène Pajo



Impact des enseignes sur clôture, route de Rémire



Impact des enseignes sur clôture, route de Rémire



Impact des enseignes installées sur le sol de petit format, centre commercial Montjoly



Impact des enseignes scellées au sol sur le paysage le long des axes structurants



Impact des enseignes scellées au sol sur le paysage à Degrad des Cannes



Impact des enseignes scellées au sol sur le paysage le long de la route de Rémyre

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

1. Les objectifs

La commune a souhaité élaborer son règlement local de publicité afin de remplir 3 objectifs majeurs :

Objectif 1 : Réduction de la présence publicitaire en agglomération notamment le long de la route de Rémire et le long de la route de Montjoly ;

Objectif 2 : Préservation des espaces peu impactés par la publicité et les préenseignes notamment les quartiers d'habitat et le littoral ;

Objectif 3 : Amélioration de la qualité des enseignes sur l'ensemble du territoire pour veiller à une meilleure lisibilité et intégration de celles-ci dans le paysage.

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs, la commune a retenu les orientations suivantes :

Orientation 1 : Protéger le littoral des publicités et préenseignes ;

Orientation 2 : Réduire la densité publicitaire ;

Orientation 3 : Réduire les formats publicitaires maximum ;

Orientation 4 : Améliorer la qualité des enseignes notamment scellées au sol ou installées directement sur le sol, sur clôture ou encore sur toiture qui peuvent avoir de par leur format ou leur implantation un impact fort sur les paysages du territoire communal ;

Orientation 5 : Prendre en compte l'impact des enseignes sur bâtiment.

IV. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

Quatre zones de publicité sont retenues sur le territoire communal de la ville de Rémire-Montjoly.

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les agglomérations aux abords des plages. La publicité est interdite en zone de publicité n°1 excepté celle apposée sur des palissades de chantier (un RLP ne pouvant l'interdire). Le but de cette réglementation stricte en ZP1 est de protéger cette zone avec un patrimoine naturel très riche.

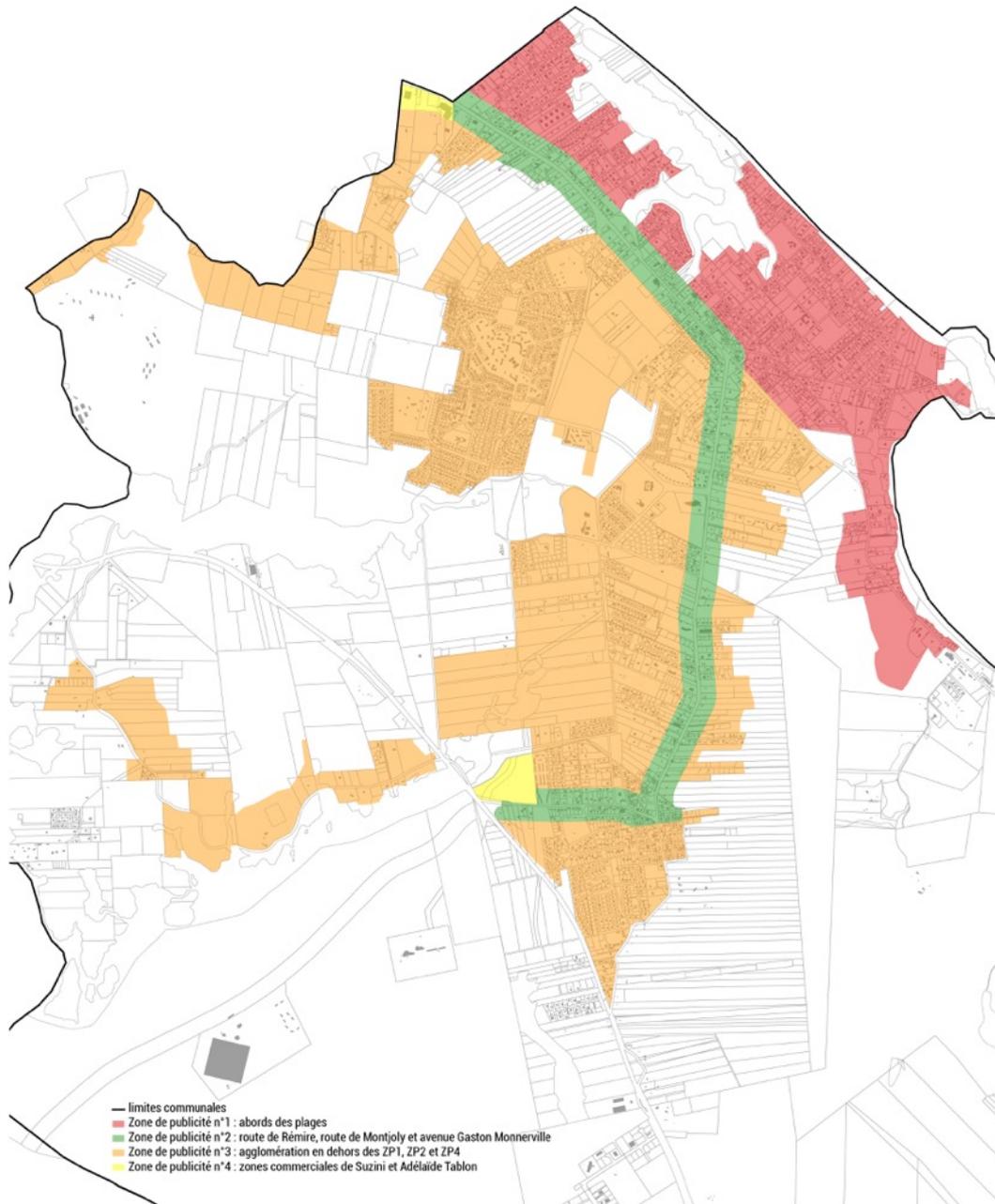
La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les axes structurants du territoire : route de Rémire et route de Montjoly. Les principales problématiques relatives aux publicités et préenseignes sont localisées le long de ces axes. Ils sont souvent la première image que l'on a de la Ville. La volonté est de limiter la présence de la publicité le long des axes structurants sans pénaliser outre mesure leurs vocations commerciales. Ainsi, sera interdit le long des axes structurants : la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Par ailleurs, la densité sera restreinte à un dispositif publicitaire par unité foncière (un panneau sur mur ou un panneau scellé au sol). Le format maximum sera restreint à 8 m² contre 12 m² au niveau national. La hauteur des publicités scellées au sol observée sur le terrain étant de 5 mètres, cette hauteur sera la hauteur maximale contre 6 mètres au niveau national. Les bâches publicitaires seront limitées en surface à 8 mètres carrés. La plage d'extinction nocturne retenue est fixée entre 00h00 et 06h00 dans un but d'harmonisation du paysage nocturne avec Cayenne (notamment). La publicité numérique sera également interdite le long des axes. Ceci dans le but de préserver les paysages d'entrées de ville et de valoriser l'image du territoire.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre l'agglomération de Rémire-Montjoly en dehors des autres zones de publicité. Les règles retenues dans cette zone sont proches de celles de la zone de publicité n°2. En complément, dans cette zone seront interdites les bâches publicitaires, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol et la publicité numérique afin de garantir la qualité des quartiers concernés qui sont essentiellement à vocation d'habitat.

La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les centres commerciaux d'Adélaïde Tablon et de Suzini. Il s'agit de l'unique zone de la commune où la publicité numérique demeure autorisée pour des raisons commerciales. Les autres règles applicables sont identiques à celles de la zone de publicité n°2 pour les mêmes raisons.

Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous.

Plan de zonage du RLP de Rémire-Montjoly



2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Les règles retenues concernant les enseignes s'appliquent sur l'intégralité du territoire communal sauf mention contraire. Les enseignes seront interdites sur les arbres, les clôtures et sur les toitures ou terrasses en tenant lieu dans le but de préserver l'environnement d'implantations peu qualitatives pour le paysage. La plage d'extinction nocturne a été calquée sur celle applicable à la publicité (00h00 et 06h00) pour harmoniser le paysage nocturne. Par ailleurs, les enseignes numériques seront fortement encadrées pour éviter l'impact important de celles-ci sur le paysage.

Certaines règles concernant les enseignes perpendiculaires visent à améliorer la lisibilité des activités et le paysage commercial. Ainsi, le nombre d'enseignes perpendiculaires sera limité à deux par façade d'une même activité.

La surface et la hauteur des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol seront réduites pour plus de cohérence avec les règles existantes en matière de publicité. L'impact en matière de paysage est parfois identique entre une publicité et une enseigne scellée au sol. La surface sera restreinte à 4,5 m², la hauteur maximale sera fixée à 3 mètres et la largeur à 1,5 mètre.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré n'étant pas réglementées au niveau national, la commune a souhaité les limiter en nombre (deux) et en hauteur (1,5 mètre) pour limiter leur impact. Ceci dans le but d'éviter la profusion de petites enseignes que l'on observe parfois aux abords de certaines activités.

La commune a également souhaité encadrer les enseignes temporaires afin d'éviter les débordements lors d'opérations ou de manifestations exceptionnelles à caractère temporaire.